

Estadísticas históricas sobre el turismo en Andalucía. Siglo XX



Instituto de Estadística de Andalucía
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

Unión Europea

FEDER



**Estadísticas históricas
sobre el turismo en
Andalucía. Siglo XX**

Instituto de Estadística de Andalucía

Pabellón de Nueva Zelanda

Avenida Leonardo da Vinci, 21

Isla de la Cartuja 41071

Teléfono: 955 03 38 00

Fax: 955 03 38 16 / 17

www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica

Estadísticas históricas sobre el turismo en Andalucía. Siglo XX



Instituto de Estadística de Andalucía
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

Datos catalográficos

PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo

Estadísticas históricas sobre el turismo en Andalucía

: siglo XX / Carmelo Pellejero Martínez. - Sevilla :

Instituto de Estadística de Andalucía, 2006

136 p. ; 30 cm.

D.L. SE. 2486-2006. - ISBN-13 978-84-96659-01-8.

- ISBN-10 84-96659-01-1

1. Política turística. 2. Fomento del turismo. 3. Oferta y demanda. 4. Zonas turísticas. 5. Instalaciones turísticas. 6. Hoteles. 7. Infraestructura del turismo.

8. Análisis regional. 9. Análisis histórico I. Título. II.

Instituto de Estadística de Andalucía, ed.

ESTADÍSTICAS DE TURISMO

Autor

Carmelo Pellejero Martínez

Profesor titular de historia e instituciones económicas de la Universidad de Málaga



ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO
POR LA UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Año de Edición: 2006 Instituto de Estadística de Andalucía

© Instituto de Estadística de Andalucía

I.S.B.N.: 13 978-96659-01-8

I.S.B.N.: 10 84-96659-01-1

Depósito Legal: SE- 2486-2006

Tirada: 1.000 ejemplares

Impreso en Andalucía

Reproducción autorizada con indicación de la fuente bibliográfica, excepto para fines comerciales

Presentación

En la Andalucía del primer tercio del siglo XX el turismo fue una actividad creciente pero todavía muy minoritaria y, por tanto, con una escasa incidencia en la economía regional. Sin embargo, al finalizar dicha centuria el turismo era ya uno de los motores más potentes de la economía de una región que con el paso del tiempo había logrado convertirse, gracias a sus atractivos climáticos, artísticos y culturales y al esfuerzo de los sectores público y privado, en un destino turístico de primera fila en los mercados nacional e internacional. Las siguientes cifras, correspondientes al año 2000 y elaboradas por el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, no dejan lugar a dudas sobre la enorme importancia alcanzada por las actividades turísticas en esta comunidad autónoma: a) Andalucía recibió 19.780.000 turistas; b) en los establecimientos hoteleros andaluces se alojaron 11 millones de clientes que realizaron 34'6 millones de pernoctaciones; c) la región ofertó 321.656 plazas de alojamientos turísticos registrados, incluidos hoteles, hoteles-apartamento, pensiones, apartamentos y acampamentos, y 526.933 plazas de restauración, entre restaurantes y cafeterías; e) los ingresos por turismo se cifraron en 2'1 billones de pesetas; y f) la producción turística representó el 14 por ciento del producto interior bruto andaluz.

Es indudable, por tanto, que el turismo experimentó en Andalucía un desarrollo verdaderamente espectacular durante la segunda mitad del siglo XX. Pues bien, el objetivo del presente libro es doble. Por un lado, recopilar las principales estadísticas oficiales referentes al sector turístico en Andalucía

a lo largo de dicha centuria, o más concretamente para los últimos cincuenta años de la misma debido a la práctica inexistencia de información cuantitativa fiable para la primera mitad del siglo. Y, por otro lado, tratar de ofrecer a los lectores interesados un análisis racional y sistemático de los rasgos fundamentales de la evolución histórica de las actividades turísticas en la región andaluza. Para ello se ha dividido la obra en varios capítulos. En el primero de ellos se destacan las principales actuaciones y medidas de política económica que durante el siglo XX fueron aplicadas en turismo por la Administración Central y, desde 1982, también por la Administración Autonómica Andaluza. En el segundo, se estudia la evolución de la demanda turística mediante el compendio y posterior análisis de las estadísticas sobre movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos turísticos publicadas por el Instituto Nacional de Estadística desde mediados de la década de los años sesenta. En el tercer capítulo, el dedicado a la oferta turística, la principal información cuantitativa utilizada y estudiada es la recogida en el Anuario de Estadísticas de Turismo, publicado por los diferentes ministerios con competencias en materia turística entre los años 1963 y 1993, y en el Anuario Estadístico de Andalucía, elaborado y editado por el Instituto de Estadística de Andalucía desde el año 1985 hasta la actualidad. Por último, la obra concluye con un capítulo en el que se hace una selección de las fuentes y bibliografía utilizadas y con un anexo estadístico en el que se ofrece la información desagregada a nivel provincial y regional.

Índice general

Presentación	7
1. La política turística	11
Introducción	13
1. Monarquía de Alfonso XIII	13
2. II República	15
3. Dictadura de Franco	16
4. Monarquía de Juan Carlos I	21
4.1. Administración Central	22
4.1.1. Transición y Unión de Centro Democrático	22
4.1.2. Partido Socialista Obrero Español	23
4.1.3. Partido Popular	25
4.2. Administración Autonómica Andaluza	25
5. Conclusiones	26
2. La demanda turística	27
Introducción	29
1. Demanda Internacional	29
2. Demanda de alojamientos hoteleros	33
2.1. Evolución de la demanda	33
2.2. Distribución espacial de la demanda	37
2.3. Demanda nacional	44
2.4. Demanda internacional	51
2.5. Estancia media	58
3. Demanda de acampamentos	59
3.1. Evolución de la demanda	59
3.2. Distribución espacial de la demanda	63
3.3. Demanda nacional	67
3.4. Demanda internacional	73
3.5. Estancia media	80
3. La oferta turística	83
Introducción	85
1. Oferta hotelera	85
1.1. Hoteles	86
1.2. Hostales-Pensiones	95
2. Oferta extrahotelera	105
2.1. Acampamentos	105
2.2. Apartamentos	114
3. Oferta complementaria: restaurantes y cafeterías	119
4. Agencias de viajes	127
Fuentes y bibliografía	133

1. La política turística

1. La política turística

Introducción

El Estado debe intervenir en la actividad turística. Esto es innegable. Las implicaciones económicas, sociales, políticas, culturales y medioambientales del turismo justifican plenamente dicha intervención. Las insuficiencias del mercado, también. El Estado puede, por ejemplo, ordenar y orientar la actividad turística. También, facilitar y estimular su desarrollo. E, incluso, financiarla y gestionarla directamente.

La intervención del Estado español en la actividad turística se inició en el año 1905. Por lo tanto, la política turística ha cumplido en España su primer siglo de vida. Pues bien, el objetivo del presente capítulo es destacar las, a mi juicio, principales actuaciones y medidas de política económica que a lo largo del siglo XX fueron aplicadas en turismo por la Administración Central y, desde 1982, tras la aprobación del Estatuto de Autonomía de Andalucía y el traspaso de competencias exclusivas en materia de ordenación y promoción, por la Administración Autónoma Andaluza.

1. Monarquía de Alfonso XIII

Durante el prolongado reinado de Alfonso XIII el turismo fue una actividad minoritaria en nuestro país. Esto es indudable. Pero no debe olvidarse que fue entonces cuando la Administración inició su intervención en dicho sector. Para las autoridades monárquicas, tanto las de la etapa parlamentaria como las del periodo dictatorial de Primo de Rivera, el turismo fue, sobre todo, una potencial fuente de divisas a la que España no podía renunciar. De ahí que el objetivo prioritario de su política turística fuera atraer al mayor número posible de turistas extranjeros. Sobre la meta a lograr no hubo muchas dudas. En cambio, no tuvieron tan claro cómo conseguirla.

La organización administrativa del turismo se inició en España bajo la presidencia del liberal Eugenio Montero Ríos. Por Real Decreto de 6 de octubre de 1905 se creó en el seno del Ministerio de Fomento una Comisión Nacional presidida por Álvaro de Figueroa y encargada de incrementar en nuestro país las excursiones artísticas y de recreo del público extranjero. Con su creación las autoridades no quisieron competir con la iniciativa

privada, a la que consideraban el principal motor del desarrollo turístico, sino complementar su labor con el objetivo de que España se beneficiara, tal y como ocurría en Suiza e Italia, de los efectos favorables del turismo. O lo que es lo mismo, de la llegada de divisas.

Poco sabemos de la actividad desarrollada por la Comisión Nacional. Pero sí nos consta que poco después de su creación las autoridades españolas quisieron introducir una cierta ordenación en el funcionamiento de la hostelería española con la promulgación de la Real Orden de 17 de marzo de 1909. En ella se recogían las normas por las que a partir de entonces tendrían que regirse todos los establecimientos que se dedicaran a la industria del hospedaje. Esta normativa supuso una importante innovación ya que hasta su publicación las diferentes disposiciones que habían regido el funcionamiento de los establecimientos públicos destinados al hospedaje de viajeros no habían establecido reglas fijas y uniformes que determinaran las obligaciones de los dueños y de los trabajadores para con el público y las autoridades, como tampoco las de las personas dedicadas a la industria del transporte de viajeros y sus equipajes. Con la nueva disposición de 1909 se quiso acabar con la grave desorganización anterior y prestar a los clientes un servicio correcto y, en la medida de lo posible, uniforme.

En ese mismo año el diplomático Carlos Arcos y Cuadra señalaba en ***De las grandes ventajas económicas que produciría el desarrollo del turismo en España*** que los principales pasivos de nuestro país en materia turística eran el desconocimiento que de España se tenía en el extranjero, el mal estado de sus carreteras y ferrocarriles y la mala condición de sus hoteles. Desconocemos si las autoridades leyeron este libro. Pero dos años después de su publicación el gobierno liberal de José Canalejas estimó conveniente proporcionar un nuevo impulso al turismo y creó, por Real Decreto de 19 de junio de 1911, la Comisaría Regia del Turismo y la Cultura Artística. Este nuevo organismo, dependiente de la Presidencia del Consejo de Ministros, nació con la misión de procurar el desarrollo del turismo y la divulgación de la cultura artística popular. Al frente del mismo se designó Comisario Regio a Benigno Vega Inclán y Flaquer, marqués de la Vega Inclán, quién siempre desempeñaría su cargo de manera gratuita.

El gobierno de Canalejas, y todos los que se sucedieron hasta el Directorio Civil de Primo de Rivera, consideraron oportuno que un organismo superior supervisara y organizara la conservación y contemplación por parte de los forasteros de las bellezas naturales y del patrimonio artístico español. Y eso fue lo que hizo la Comisaría Regia a lo largo de sus dieciséis años de existencia. O para ser más justos, su máximo responsable. A pesar de la escasa ayuda oficial, materializada fundamentalmente mediante dotaciones provenientes del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes, el Comisario Regio consiguió, aportando en muchas ocasiones sus propios fondos, crear museos, construir jardines, organizar y participar en exposiciones de arte, consolidar ruinas y conservar monumentos, fundar bibliotecas y archivos y editar un buen número de excelentes publicaciones en las que los turistas podían encontrar desde posibles itinerarios para conocer nuestra geografía, hasta estudios pormenorizados de la riqueza artística de diversas ciudades monumentales españolas. Además, no sería nada descabellado atribuir a la Comisaría Regia un destacado papel en la elaboración y aprobación, el 7 de diciembre de 1916, de la Ley de Parques Naturales. Con ella el Estado se comprometió a favorecer el adecuado acceso a determinados sitios o parajes excepcionalmente pintorescos, forestales o agrestes, y a respetar y hacer respetar la belleza natural de sus paisajes, la riqueza de su fauna y de su flora y las particularidades geológicas e hidrológicas, para evitar así todo acto de destrucción, deterioro o desfiguración por la mano del hombre.

Este modelo de política turística, caracterizado por la escasez de medios aplicados y por una excesiva concentración en el arte como producto turístico, experimentó un cambio significativo durante la dictadura de Miguel Primo de Rivera, y para ser más exactos durante su último quinquenio. Fueron unos años en los que el campo de actuación estatal se amplió notablemente. De cara al desarrollo del turismo, y especialmente ante la prevista celebración en 1929 de las exposiciones internacionales de Sevilla y Barcelona, el gobierno civil de Primo de Rivera consideró necesario dar un nuevo impulso a la organización administrativa turística, mejorar la oferta de alojamientos, el sistema de transportes y el servicio de información, y fomentar, junto a las actividades artísticas, las deportivas, las festivas y las congresuales.

Haciéndose eco de una creciente corriente de opinión que desde hacía algunos años preconizaba la creación de un nuevo organismo estatal que, a diferencia de la Comisaría Regia, dispusiera de los recursos humanos y económicos necesarios para poder atender a los variados aspectos que se relacionaban con el turismo, el Directorio Civil creó por Real Decreto de 25 de abril de 1928 el Patronato Nacional del Turismo. Desde ese momento, y hasta la proclamación de la República, el Patronato fue el máximo responsable público del desarrollo del turismo en España.

A lo largo de esta corta pero fructífera etapa el Patronato Nacional del Turismo tuvo tres presidentes. Dos de ellos nombrados por el gobierno de Primo de Rivera y el tercero por el de Dámaso Berenguer. El primero fue Alberto de Borbón y Castellví, duque de Santa Elena. Pero su mandato fue muy corto. El día 14 de noviembre de 1928 fue sustituido por Juan Antonio Güell y López, conde de Güell, quien presidió el Patronato hasta el 4 de julio de 1930. Su sustituto fue Valentín

Menéndez y San Juan, conde de la Cimera, quien ejerció hasta el mes de abril de 1931.

Al contrario que la Comisión Nacional y la Comisaría Regia, el Patronato Nacional del Turismo, órgano dependiente de la Presidencia del Consejo de Ministros, pudo afortunadamente contar con un amplio personal y con un sistema de financiación propio. El Gobierno estipuló que ésta corriera a cargo de los recursos que se obtuvieran con la creación de un seguro obligatorio de las personas que viajaran por ferrocarril. Además, señaló que hasta que dicho seguro entrara en funcionamiento, algo que no ocurrió en realidad hasta el mes de noviembre de 1928, el Tesoro le anticiparía al Patronato, con cargo reintegrable, la cantidad máxima de 250.000 pesetas, es decir, aproximadamente la mitad de todo el dinero que había recibido la Comisaría Regia durante el periodo 1924-1927. Por si esto fuera poco, el Patronato también fue facultado para concertar un empréstito de 25 millones de pesetas como fondo inicial de funcionamiento.

En definitiva, durante el último lustro del reinado de Alfonso XIII el turismo oficial recibió un respaldo político, económico y humano mucho más adecuado que el que había tenido hasta entonces. Y las consecuencias fueron, lógicamente, positivas para nuestro turismo. Uno de los sectores que más interesó a la Administración fue el hotelero. Con la misión de perseguir la clandestinidad, evitar los abusos y organizar la industria del hospedaje se constituyó en 1928 la Cámara Oficial Hostelera. Además, ese mismo año se le encargó al Patronato Nacional del Turismo la publicación de una Guía Oficial con el objetivo de proporcionar a los viajeros una relación detallada de los alojamientos y de sus precios. Y a lo largo de 1929 el Estado creó el Servicio de Crédito Hotelero, con la finalidad de estimular y auxiliar la construcción de hoteles por parte de la iniciativa privada, el Título de Establecimiento Recomendado, con la intención de premiar la calidad de los servicios prestados, y el Libro Oficial de Reclamaciones, para que los clientes pudieran anotar en él cuantas anomalías observaran durante su estancia.

Pero la actuación estatal más importante en materia hotelera fue la creación en 1926 de la Red de Paradores y Albergues de Carretera. El Gobierno estimó conveniente crear, fundamentalmente en aquellas zonas de especial interés turístico pero donde la iniciativa privada no se aventuraba, una oferta hotelera pública caracterizada por precios ajustados, servicios de calidad e instalaciones confortables, que facilitara el incremento de viajes turísticos a nuestro país y que, asimismo, sirviera como modelo para la hotelería privada nacional. En definitiva, se quería ofrecer, a precios razonables, un producto de calidad que contribuyera a estimular el sector en áreas turísticamente atractivas pero con una escasa o inexistente infraestructura hotelera. En este sentido se promovió la construcción de cuatro diferentes tipos de establecimientos: Paradores, Albergues de Carretera, Refugios de Montaña y Hosterías.

Por lo que respecta al incremento de las actividades promocionales, otro de los objetivos prioritarios del Directorio Civil, hay que señalar que el Patronato Nacional del Turismo abrió al público siete agencias informativas turísticas en el extranjero, concretamente en París, Londres, Roma, Munich, Gibraltar, Nueva York y Buenos Aires, y alrededor de medio centenar en el territorio español. Con ellas se logró ampliar la

difusión en el exterior de nuestros activos turísticos y prestar a los viajeros en ruta por la geografía española información detallada sobre monumentos, hoteles, carreteras o restaurantes.

Mejorar e incrementar nuestros sistemas de transportes, algo fundamental en el desarrollo turístico de cualquier país, fue otra de las preocupaciones de los gobiernos de Primo de Rivera. La red ferroviaria creció y su parque móvil se renovó y amplió. Además, desde la aprobación en 1924 del Estatuto Ferroviario la gestión, administración y explotación ferroviaria fueron compartidas por una actividad privada en decadencia y por una pública en auge. Por otro lado, el 9 de febrero de 1926 se creó el Circuito Nacional de Firms Especiales. Con el objetivo de fomentar el turismo mediante la modernización de nuestra red de carreteras, especialmente de aquellas que enlazaban las poblaciones de mayor importancia y los circuitos de gran valor histórico y artístico, en tres años y medio se transformaron 2.800 kilómetros de la misma. Tampoco hay que olvidar el avance significativo experimentado por el todavía novedoso transporte aéreo, destacando en este sentido la concesión en 1929 del monopolio de las líneas aéreas subvencionadas a la empresa Classa. Asimismo, también debieron ser positivas de cara al turismo las negociaciones que el Patronato Nacional del Turismo mantuvo con algunas compañías de transporte terrestre y marítimo y que desembocaron en la concesión de determinadas facilidades a sus clientes.

Por último, señalar que los responsables del Patronato Nacional del Turismo trataron de fomentar la llegada de visitantes ampliando nuestra oferta turística. El arte era un importante reclamo turístico de nuestro país, pero no el único. Por ello, y al margen de los eventos internacionales de Sevilla y Barcelona, organizaron y colaboraron en la celebración de exposiciones fotográficas, competiciones deportivas (golf, regatas, hípica, motorismo), fiestas populares (Valencia, Castellón, Alicante, San Sebastián) y congresos internacionales.

2. II República

Durante la primera mitad de la década de los años treinta el movimiento de viajeros hacia España se estancó. Y, como es lógico, a partir de 1936 prácticamente desapareció. La grave y duradera crisis económica internacional iniciada en 1929, el paulatino aumento de las tensiones políticas en Europa y nuestra guerra civil contribuyeron decisivamente a ello. Fueron unos años, además, especialmente convulsos para la organización administrativa del turismo en España. Los diferentes avatares políticos vividos en nuestro país a lo largo del período afectaron seriamente a los máximos órganos públicos responsables del desarrollo turístico.

En el mes de abril de 1931 el gobierno provisional de Niceto Alcalá Zamora disolvió el Patronato Nacional del Turismo y creó la Dirección General de Turismo, a la que por Decreto de día 23 se le ordenó liquidar los contratos y presupuestos en curso que no debieran continuarse, examinar la gestión anterior y preparar la más rápida modificación de servicios que el interés público aconsejara no suprimir. Asimismo, por Decreto de 9 de mayo se encomendó al nuevo

Director General de Turismo, Claudio Rodríguez Porrero, la revisión de todos los nombramientos del personal afecto a su servicio y la reducción del mismo en armonía con lo que las circunstancias y necesidades de dicha institución aconsejaran.

Parece ser que lo que movió a las autoridades republicanas a liquidar temporalmente el Patronato Nacional del Turismo fue el convencimiento de que éste se había convertido con el paso del tiempo en una institución que gastaba demasiado y de manera descontrolada y que, por el contrario, obtenía cada vez menores ingresos. El Patronato necesitaba, pues, una profunda y rápida transformación que lo convirtiera en un organismo económico, eficaz y sometido a las leyes generales administrativas.

Su restablecimiento llegó por Decreto de 4 de diciembre de 1931. Desde ese momento quedó suprimida la Dirección General de Turismo, pasando los servicios que transitoriamente le habían estado encomendados a la Subsecretaría de la Presidencia del Consejo de Ministros, y se determinó que el presupuesto del Patronato Nacional pasara a formar parte del de la Presidencia, sometiéndose a las reglas de contabilidad que regían para los servicios ministeriales. Poco después, concretamente por Decreto de 12 de enero de 1932, el gobierno de Manuel Azaña aprobó el nuevo reglamento del Patronato Nacional del Turismo.

En poco menos de un año las autoridades republicanas habían liquidado y restablecido el Patronato Nacional del Turismo y aprobado una nueva reglamentación del mismo. Pero los cambios no acabaron aquí. Apenas dos años después se estimó conveniente modificar de nuevo algunos aspectos del mencionado reglamento. En la exposición de motivos del Decreto de 31 de enero de 1934 se puso claramente de manifiesto el objetivo perseguido con dichos cambios. El gobierno de Alejandro Lerroux quería iniciar una nueva etapa en la que se diera al fomento del turismo un sentido más eficaz, huyendo del burocratismo y facilitando las iniciativas, especialmente aquellas de carácter local, regional o gremial.

Desde ese momento y hasta el inicio de la guerra civil el Patronato Nacional del Turismo funcionó con normalidad. Pero en el mes de noviembre de 1936 el gobierno de Francisco Largo Caballero lo adscribió al recién creado Ministerio de Propaganda. Y en mayo de 1937, el presidido por Juan Negrín a la Subsecretaría de Propaganda dependiente del Ministerio de Estado. Por lo tanto, durante la contienda, y hasta su definitiva desaparición, el Patronato Nacional del Turismo fue considerado por las autoridades republicanas como un organismo de propaganda al servicio del Estado.

Todos estos cambios experimentados por la organización administrativa turística a lo largo de los años treinta, en una etapa por otro lado nada proclive, tanto en el ámbito internacional como nacional, para la realización de actividades turísticas, no debieron facilitar el desarrollo de una labor productiva por parte del Estado. La verdad es que sabemos muy poco de la política turística republicana. De la practicada antes de la guerra civil habría que destacar ciertas labores de promoción, la creación en 1932 de los cotos nacionales de caza de Gredos y de los Picos de Europa, el incremento experimentado por la Red de Paradores y Albergues de Carretera, que en 1936 contaba ya con quince establecimientos, tres de ellos ubicados en Andalucía (Hotel Atlántico, en Cádiz, Parador Nacional del Condestable Dávalos,

en Úbeda, y Albergue de Carretera de Bailén) y el apoyo prestado a la recién creada Federación Española de Sindicatos de Iniciativas y Turismo al declararla de utilidad pública por Orden de 21 de noviembre de 1935. En cuanto a las actuaciones durante el conflicto bélico, éstas se limitaron a ciertas invitaciones que el gobierno republicano realizó a destacadas personalidades extranjeras, especialmente políticos, periodistas e intelectuales, para que visitaran nuestro país, conocieran el desarrollo de la guerra e informaran a la opinión pública internacional del enorme esfuerzo que el pueblo español y su gobierno legítimo estaban realizando para defender su libertad.

3. Dictadura de Franco

El desarrollo de la guerra civil trajo consigo la desaparición del Patronato Nacional del Turismo. Sin embargo, el turismo oficial resurgió muy pronto. En la España nacional, y por Ley de 30 de enero de 1938, el primer gobierno de Franco creó el Servicio Nacional de Turismo. Este nuevo organismo, del que fue nombrado máximo responsable Luis A. Bolín, fue adscrito en un primer momento al Ministerio del Interior. Pero en diciembre de dicho año, y tras el cambio de denominación de este departamento ministerial, pasó a depender de la Subsecretaría de Prensa y Propaganda del restaurado Ministerio de la Gobernación.

El Servicio Nacional de Turismo ha pasado a la historia por la organización de las excursiones colectivas llamadas Rutas de Guerra. Por decretos de 25 de mayo y 29 de octubre de 1938 el Ministerio del Interior quedó autorizado para organizar, por medio del Servicio Nacional de Turismo, unos circuitos de viajes denominados Rutas de Guerra con los que se pretendía obtener divisas y mostrar a los turistas, preferiblemente extranjeros, la tranquilidad y el orden que reinaban en diferentes zonas de la España franquista. Las excursiones, realizadas por la zona norte del país y por la región andaluza, recorriendo en este último caso las ciudades de Algeciras, Cádiz, Jerez, Málaga, Granada, Córdoba y Sevilla, se planearon para conseguir beneficios económicos y, sobre todo, políticos. La victoria final parecía cercana y el gobierno de Franco consideró que el turismo podía ser, además de una fuente de ingresos, un excelente instrumento para acelerar su reconocimiento internacional.

Una vez finalizada la contienda, la organización de la Administración Central del Estado fue parcialmente modificada por Ley de 8 de agosto de 1939. Uno de los cambios introducidos en la nueva disposición fue que los Servicios Nacionales recibirían en lo sucesivo el nombre de Direcciones Generales. Por lo tanto, a partir de ese momento, y hasta el año 1951, la política turística española fue responsabilidad de la Dirección General de Turismo dependiente del Ministerio de la Gobernación. Durante toda esta etapa, Luis A. Bolín se mantuvo al frente de este organismo estructurado en siete secciones y un departamento: Propaganda y Publicaciones, Deportes, Alojamientos, Central, Información, Contabilidad, Transportes, Comunicaciones y Turismo Comercial, y el Departamento de Rutas Nacionales, heredero del antiguo Departamento de Rutas de Guerra y encargado de la organización y desarrollo de circuitos turísticos por España.

Atraer turistas a España durante los años cuarenta no fue una tarea fácil. Por un lado, la Segunda Guerra Mundial y el consiguiente empobrecimiento de la mayor parte de las naciones beligerantes. Por otro, un país marcado por la miseria, el racionamiento de alimentos y de combustible, los deficientes transportes y, desde 1946, el aislamiento internacional. Con todo, el número de nuestros visitantes comenzó a crecer desde la finalización de la contienda internacional. En los años 1946, 1947 y 1948 llegaron a España 83.568, 136.779 y 175.892 visitantes, respectivamente. Unas cifras todavía bajas si las comparamos con las de 1929 o 1934: 362.000 y 275.611 visitantes, respectivamente. En realidad, la recuperación definitiva de nuestro turismo se produjo a partir del año 1950, con 749.544 visitantes, es decir, cuando la mejoría económica experimentada por la mayor parte de las naciones occidentales merced al Plan Marshall posibilitó, junto con el avance de los transportes, que un número creciente de sus ciudadanos pudiera emprender viajes de placer.

La política turística aplicada a lo largo de esta difícil década de los años cuarenta fue, como no podía ser de otro modo en una España autárquica, claramente intervencionista y tuvo como principal objetivo incrementar la llegada de turistas extranjeros y, por ende, de sus divisas. Las autoridades franquistas entendieron que el turismo era uno de los pilares donde debería apoyarse el urgente desarrollo económico del país. Y para tratar de fomentarlo consideraron fundamental regular el sector, promocionar el país y estimular y complementar la labor de la iniciativa privada.

Apenas una semana después de que finalizara la guerra civil, la Administración reguló la industria hotelera. En la Orden de 8 de abril de 1939 se estipuló que serían las autoridades competentes en la materia las encargadas de autorizar la apertura de establecimientos hoteleros, de fijar las categorías de dichos locales en función de la calidad de los servicios prestados, así como los precios máximos y mínimos exigidos en los mismos, y de inspeccionar todos los servicios hoteleros. Dos años después, en abril de 1941, se aprobó la reglamentación de la publicidad con fines de propaganda turística y la de cualquier orden cuando los lugares en que se situaran los anuncios ofrecieran interés desde el punto de vista turístico. El siguiente paso se dio en febrero de 1942 cuando, por vez primera, se reguló el ejercicio de las actividades mercantiles de las agencias de viajes. En mayo de 1944 se aprobó el Reglamento Nacional de Trabajo para la Industria Hotelera y de Cafés, Bares y Similares. En el mes de julio de 1946 se instauró con fines fundamentalmente recaudatorios la Póliza de Turismo, a pagar por los clientes de los establecimientos hoteleros. Y, por último, en diciembre de 1949 quedaron regulados los transportes por carretera.

Para animar al capital privado la Dirección General de Turismo recuperó el Crédito Hotelero. Por Orden de 27 de marzo de 1942 el Banco de Crédito Industrial fue autorizado para establecer, de acuerdo con la Dirección General de Turismo, un servicio de crédito hotelero que tendría como finalidades estimular y auxiliar la construcción e instalación de hoteles adecuados, o similares, en aquellas poblaciones y lugares que se juzgasen de interés nacional o turístico, y facilitar la transformación y mejora de los establecimientos ya existentes. La cifra máxima total que podría invertirse en los préstamos se fijó en 25 millones, pero fue duplicada

sucesivamente en 1948 y 1949. Al finalizar este año se habían demandando, concedido y entregado 135, 67 y 39 millones de pesetas, respectivamente.

Si con esta política crediticia el Estado intentó facilitar la labor de los empresarios del sector, con la política de precios provocó su descontento. La Administración fijó en 1941, y en función de las categorías de los hoteles y de las pensiones, unos precios para el alojamiento, la pensión completa y el cubierto obligatorio, en sus dos modalidades de cubierto corriente y especial. Y estos precios no experimentaron ninguna alteración hasta el año 1947, inclusive. El férreo control de precios, que provocó las quejas del sector, se perfiló como una medida trascendental para las autoridades. Lo justificaron señalando que los servicios turísticos españoles podrían ofrecerse a unos precios competitivos en relación con el resto de Europa y que así se reduciría el riesgo de que el afán de lucro de industriales del sector provocara la ruina del mismo.

Además de reglamentar y estimular, la Administración también actuó directamente en el sector. En febrero de 1941 reorganizó las Juntas Provinciales y Locales para desarrollar una misión similar a la que habían venido desempeñando desde comienzos de siglo los sindicatos de iniciativas, muchos de ellos desaparecidos tras la guerra civil. Asimismo, editó folletos y carteles sobre lugares y centros de interés turístico, desarrolló campañas propagandísticas en el extranjero con el eslogan *Spain is beautiful and different* y en noviembre de 1947 creó la Oficina de Estudios Estadísticos de Turismo.

El organismo dirigido por Bolín también trabajó para mejorar e incrementar la oferta pública. Muy pronto, con la Orden de 5 de noviembre de 1940, se trataron de proteger los intereses de la misma. Según dicha normativa, sin la autorización de la Dirección General de Turismo ninguna empresa dedicada a la industria del hospedaje o a servicios de comidas podría utilizar para la denominación de sus establecimientos la denominación "Parador de Turismo", "Albergue de Turismo", "Hostería de Turismo" y "Refugio de Turismo". Pero la labor de la Dirección General de Turismo no se limitó a esta legislación prohibicionista. Bajo su mandato se restauraron un buen número de edificios de la red que habían sufrido destrozos durante la guerra y, además, se inauguraron siete paradores, tres albergues, una hostería, dos cotos de caza y cuatro de pesca. En Andalucía se abrieron al público el Albergue de Carretera de Antequera, en 1940, el Parador Nacional Virgen de la Cabeza de Andujar, en 1944, el Parador Nacional de San Francisco de Granada, en 1945, y la Hostería de Gibralfaro de Málaga y el Coto Nacional de la Serranía de Ronda, en 1948.

Por último, la Administración también se preocupó de los transportes. Tras la creación de RENFE y la nacionalización de Iberia, las autoridades del Instituto Nacional de Industria hicieron suya una propuesta de Bolín y en septiembre de 1949 presentaron un informe en el que se afirmaba lo conveniente que sería para nuestro país organizar un sistema de transportes de turistas por carretera que, debidamente coordinado con los transportes ferroviarios, marítimos y aéreos, asegurara de un modo cómodo, rápido y seguro el acceso de los viajeros a los lugares de mayor interés. La respuesta del gobierno de Franco a la idea que presentaba la institución presidida por Juan Antonio Suanzes fue inmediata. Por Decreto de 13 de octubre de 1949 se encomendó al Instituto Nacional de Industria la

creación de una empresa mixta, de la que dispondría de la mayoría del capital, con la misión de explotar los transportes para turismo por carretera. Y en cumplimiento del decreto fundacional la empresa se constituyó el día 2 de noviembre de 1949 con el nombre de Autotransporte Turístico Español, S.A. No obstante, por problemas técnicos la nueva empresa no funcionó con cierta normalidad hasta el año 1951.

Sus primeros servicios prácticamente coincidieron con la creación, por Decreto Ley de la Presidencia del Gobierno de 19 de julio de 1951, del Ministerio de Información y Turismo. Se inició entonces una nueva y prolongada etapa para el turismo oficial en España. El departamento ministerial nacido tras la remodelación gubernamental recogió las competencias y estructuras de la Subsecretaría de Educación Popular y de la Dirección General de Turismo, encuadradas en los ministerios de Educación Nacional y de la Gobernación, respectivamente, y quedó integrado por las direcciones generales de Turismo, Prensa, Información, Radiodifusión, Cinematografía y Teatro. Su primer equipo ministerial, que se mantuvo en el cargo hasta el mes de julio de 1962, quedó constituido por Gabriel Arias Salgado, como Ministro, y por Mariano Urzáiz y Silva, como Director General de Turismo.

Las nuevas funciones de la Dirección General de Turismo quedaron definidas por Decreto de 15 de febrero de 1952. Se dispuso que el organismo dirigido por Urzáiz era el competente para: a) inspeccionar, gestionar, promover y fomentar las actividades relacionadas con la organización de viajes, la industria hospedera y la información, atracción y propaganda respecto de forasteros; b) fomentar el interés dentro y fuera de España por el conocimiento de la vida y territorios nacionales; y c) ejecutar órdenes que el ministro dispusiera para el mejor desarrollo de los servicios. Además, se declararon dependientes de la Dirección General de Turismo, la Red de Establecimientos Turísticos Propiedad del Estado, la Administración de los Establecimientos Turísticos de Deportes y la Administración de la Póliza de Turismo. Sin embargo, por Decreto de 8 de agosto de 1958 se decidió refundir los dos primeros e integrarlos, junto con el departamento de Rutas Nacionales, y sin perjuicio de que internamente conservaran la debida separación de cuentas, en un solo organismo: la Administración Turística Española.

Durante el período en el que Arias Salgado estuvo al frente del Ministerio, una etapa marcada, entre otras cosas, por el fin del aislamiento económico y político de la España de Franco, el progresivo, aunque algo lento, abandono de la política autárquica y el decisivo Plan de Estabilización, el turismo experimentó en nuestro país un notable crecimiento. En el año 1951 hubo 1'26 millones de visitantes. Diez años después nos visitaron 7'45 millones de personas. Además, en ese mismo período de tiempo el número de establecimientos hoteleros se incrementó un 117'8 por ciento y el de plazas un 105'8 por ciento.

La política turística aplicada durante este período podría calificarse, en líneas generales, de continuista respecto a la de los años cuarenta. Por un lado, desde los sectores público y privado continuaron las quejas por la poca generosidad de la Administración para con el turismo, tanto por lo que respecta a las dotaciones presupuestarias como al crédito hotelero. Y por otro, las autoridades prosiguieron regulando e interviniendo en el sector, especialmente sobre la oferta turística.

En julio de 1952 se reguló el ejercicio de las profesiones

libres de Guías, Guías-Intérpretes y Correos de Turismo y se obligó a los hoteles a exhibir públicamente las listas de precios. Un año después se reglamentó el alojamiento de turistas en casas particulares. En marzo de 1955 se amplió y modificó el reglamento sobre transporte de viajeros por carretera realizado por agencias de viajes, que había sido regulado en 1951. En los años 1956 y 1957 se reglamentaron los campamentos de turismo y se determinaron las condiciones técnicas de los mismos. Este último año también se regularon las actividades de las cafeterías y de la hostelería. Y, por último, en marzo de 1962 se aprobó una nueva reglamentación para las agencias de viajes.

De todas estas normas quiero destacar la Orden de 14 de junio de 1957 sobre regulación de la hostelería. Con ella se trató de modificar y refundir la reglamentación vigente desde el final de nuestra guerra civil para adaptarla a las nuevas circunstancias. Se basó en tres aspectos: una nueva clasificación de los establecimientos; la regulación de los precios, con la que se pretendía armonizar el interés privado de los empresarios con el público de evitar subidas de precios, encarecimiento de la vida y abuso en la especulación; y la reglamentación de las relaciones entre el sector y la Administración, a la que se le atribuyó la facultad de autorización de apertura y funcionamiento de los establecimientos así como procedimientos de inspección y sanción.

En cuanto a la oferta pública hay que destacar, por un lado, que por Ley de 17 de julio de 1953 se consignaron 101 millones de pesetas para las obras, construcciones e instalaciones de veinte nuevos albergues, paradores y hosterías, lo que permitió la inauguración de la Hostería de Torremolinos, en 1956, y del Parador Nacional de la Arruzafa de Córdoba, en 1959, y 28 millones para sufragar gastos de ampliación y mejora de establecimientos ya existentes. Y por otro, que durante los años cincuenta se reforzó la política de protección que se había puesto en marcha en la década anterior. Se estableció el monopolio del Estado en el uso de los nombres "parador" y "albergue", sin el adjetivo "de turismo", en los nuevos establecimientos que se abrieran, así como en los antiguos que lo estuvieran utilizando, hecha la salvedad de aquellos que estuvieran inscritos en el Registro de la Propiedad Industrial, a los cuales se les podría aplicar el derecho de expropiación forzosa cuando el interés general así lo exigiese. Además, en febrero de 1956 se ordenó que cuando en el interior de una población existiera un Albergue o Parador de Turismo no podría instalarse a menos de diez kilómetros del mismo, tanto en las carreteras como en los caminos que a ella afluyeran, ningún establecimiento hotelero de iniciativa privada. La Administración justificó la adopción de estas medidas aduciendo que con ellas pretendía evitar el aprovechamiento ilícito por parte de la iniciativa particular de las corrientes de turismo que el prestigio de los establecimientos oficiales había creado e impedir que el esfuerzo y el capital privado se esterilizaran en una competencia en lugares ya servidos, mientras todavía existían puntos de interés turístico carentes de servicios de hospedaje. Pero lo cierto es que como consecuencia de estas disposiciones hubo localidades y tramos de carretera absolutamente prohibidos para toda nueva edificación hotelera.

Los últimos años de la etapa de Gabriel Arias Salgado y

Mariano de Urzáiz están marcados, por un lado, por la entrada en vigor entre 1958 y 1961 de una serie de convenios internacionales que contribuyeron decisivamente a incrementar el movimiento turístico al facilitar la circulación internacional por carretera, los trámites aduaneros para el turismo y la importación temporal de vehículos particulares y de embarcaciones de recreo y aeronaves para uso privado, y por otro lado, por el Plan de Estabilización aprobado en 1959. El definitivo abandono de la autarquía, el inicio de la liberalización económica, la política de estabilidad de precios y, por supuesto, la devaluación de casi un cincuenta por ciento del tipo de cambio de la peseta, repercutieron positivamente de cara al desarrollo turístico.

Pero este proceso reformista favorable a la instauración de una economía de mercado se frenó con la puesta en marcha de la planificación indicativa. El primer paso se dio en febrero de 1962 con la creación de la Comisaría del Plan de Desarrollo, a cuyo frente se situó a Laureano López Rodó. Poco después, en la importante reestructuración gubernamental del mes de julio, Arias Salgado fue sustituido por Manuel Fraga Iribarne. Su llegada al Ministerio de Información y Turismo supuso la inmediata creación de la Subsecretaría de Turismo, de la Dirección General de Promoción del Turismo y de la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas. El equipo de Fraga lo formaron Antonio García Rodríguez-Acosta, como subsecretario, y Juan de Arespacochaga y León Herrera Esteban, como directores generales. Esta estructura organizativa sólo experimentó un cambio durante los siete años siguientes. Al suprimirse por razones económicas la Subsecretaría de Turismo en el mes de noviembre 1967, Juan de Arespacochaga abandonó el equipo y Antonio García Rodríguez Acosta ocupó su puesto.

La política turística de Fraga, enmarcada dentro del Primer y del Segundo Plan de Desarrollo, tuvo como objetivo prioritario conseguir un crecimiento máximo. El país necesitaba divisas, el turismo las podía proporcionar, y se consideró que lo más conveniente era crecer cuanto más mejor, tanto en términos de demanda como de oferta. Y para ello el Estado debía trabajar para crear la estructura económica apropiada para que la iniciativa privada pudiera actuar con la máxima eficacia e incluso complementar directamente la actividad inversora de aquélla.

En la cúspide de toda la normativa turística del periodo se encuentra la Ley de 8 de julio de 1963 sobre competencias en materia turística. En ella se dejó bien claro cuáles eran las competencias específicas o concurrentes del Ministerio de Información y Turismo: la ordenación y vigilancia de toda clase de actividades turísticas, así como también el directo ejercicio de éstas en defecto o para estímulo y fomento de la iniciativa privada; la ordenación y coordinación del turismo y la de orientar la información, propaganda, relaciones públicas, fomento y atracción del mismo, ya fueran ejercidas dichas actividades por la Administración pública o por particulares; la ordenación y vigilancia de las empresas de hostelería o de cualesquiera otras de carácter turístico, así como de los alojamientos o instalaciones de igual naturaleza y de las profesiones turísticas.

El Primer Plan de Desarrollo, con vigencia para el periodo 1964-1967, se promulgó en diciembre de 1963. En el mismo se dejaba bastante claro que el objetivo fundamental era la máxima captación del turismo extranjero, aunque no podría

olvidarse el turismo interior. Además, que los servicios ofrecidos habrían de ser competitivos en calidad y precios, especialmente con los ofertados por los países mediterráneos. Se determinaba, asimismo, que la capacidad hotelera debería ser en el año 1967 de 600.000 plazas y que de acuerdo con la composición prevista de la demanda debería darse el máximo apoyo a la construcción de hoteles de categoría media. Por último, también se contemplaba en el plan la urgencia de ampliar el equipo de alojamientos extrahoteleros, los establecimientos complementarios, las urbanizaciones turísticas, la propaganda, la formación profesional y el planeamiento de zonas turísticas.

Las inversiones totales previstas en el plan ascendían a 51.108 millones de pesetas. De ellas, el 62'9 por ciento correspondía a la financiación privada, el 24'2 por ciento al crédito oficial, el 10'1 por ciento al capital extranjero y el 2'8 por ciento a la financiación pública. Los principales destinatarios de las inversiones turísticas deberían ser la hostelería y los alojamientos extrahoteleros, que recibirían el 58'7 y el 24'3 por ciento de las mismas, respectivamente.

Este Primer Plan, y los dos que se aplicaron posteriormente, fueron indicativos para el sector privado y vinculantes para el sector público y para aquellas empresas que se acogieran al régimen de acción concertada. Por lo tanto, la actuación estatal en materia turística durante la época de Fraga estuvo condicionada por la filosofía y objetivos incluidos en la primera experiencia de planificación indicativa. Fue una política turística que se preocupó fundamentalmente por la oferta, y especialmente por tres grupos de objetivos: el control de los precios y de la calidad de los servicios, el fomento de la capacidad de alojamiento y la organización administrativa de la oferta.

La política de control de precios fue muy amplia. Con una abundante legislación la Administración determinó los precios de la industria hotelera, de los campamentos de turismo, del plato combinado turístico y del menú turístico, e incluso los honorarios de los guías y guías intérpretes. En cuanto al control de la calidad en los servicios se podría destacar la frecuente imposición de multas y sanciones, la obligatoriedad de disponer del Libro de Reclamaciones, la regulación en 1966 de las condiciones de sanidad, seguridad y habitabilidad en apartamentos y la exigencia, desde ese mismo año, de graduación y titulación para desempeñar tareas directivas en los establecimientos turísticos, incluidos los de propiedad estatal.

El fomento de la capacidad de alojamiento fue otro de los objetivos prioritarios de la política turística. Por un lado, la Administración continuó tratando de incentivar a la iniciativa privada mediante el crédito hotelero y unos préstamos aprobados en 1964 y destinados a financiar la construcción y venta de edificaciones para extranjeros en zonas turísticas. Por otro lado, prosiguió la inversión directa estatal con la Red de Paradores, que vivió una etapa de notable expansión hasta alcanzar los 82 establecimientos en 1970. En Andalucía se inauguraron los siguientes: Parador Reyes Católicos en Mojácar, Parador Casa del Corregidor en Arcos de la Frontera, Parador de Sierra Nevada, Parador Costa de la Luz en Ayamonte, Parador Cristóbal Colón en Mazagón, Parador Castillo de Santa Catalina en Jaén, Parador del Adelantado en Cazorla, Parador de Nerja y Refugio de Cazadores de Juanar

en Ojén (Málaga).

Además, se autorizó la creación de la Empresa Nacional de Turismo. Después de un proceso de gestación que se había prolongado más de trece años, el Instituto Nacional de Industria la constituyó el 14 de febrero de 1964 con un capital totalmente liberado de 300 millones de pesetas. El espíritu con que fue concebida ENTURSA fue el de asumir, desde una concepción empresarial, la política pública de alojamientos turísticos. Sus principales campos de actuación fueron la construcción y explotación de hoteles y, a partir de 1975, el negocio de *catering*.

La legislación sobre la organización administrativa de la oferta también fue muy prolija. Se aprobaron nuevas ordenaciones turísticas de restaurantes, cafeterías, acampamentos de turismo, apartamentos y Ciudades de Vacaciones y, también, diferentes clasificaciones de los establecimientos hoteleros. Asimismo, en 1964 se regularon las actividades turístico-informativas privadas y se creó el Registro de Denominaciones Geoturísticas, que supuso el bautizo oficial de distintas zonas de la geografía turística española a efectos de marketing, como Costa Brava, Costa del Sol, Costa Dorada, entre otras. En 1965 se aprobó el Estatuto Ordenador de las Empresas y de las Actividades Turísticas Privadas, en el que se especificaba lo que se entendía por empresa turística y por actividad turística privada, los distintos tipos existentes de cada una de ellas y las competencias del Ministerio de Información y Turismo en relación con unas y otras. Por último, en 1966 y 1967 se regularon, respectivamente, las reservas hoteleras y el Estatuto de los Directores de Empresas Turísticas.

La Administración también se preocupó por fomentar la investigación turística y por mejorar la formación de la mano de obra. Para ello creó en 1962 el Instituto de Estudios Turísticos con la finalidad de realizar investigaciones y estudios que permitieran conocer los distintos aspectos del desarrollo turístico, así como su evolución y tendencia. Además, uno año después autorizó la creación de la Escuela Oficial de Turismo con el propósito de formar profesionales que con la correspondiente titulación pudieran dirigir y gestionar las empresas y las actividades turísticas. Y en 1967 reglamentó el funcionamiento de los centros no oficiales de enseñanzas turísticas legalmente reconocidos.

La conservación y desarrollo de los recursos turísticos y de las infraestructuras, así como la ordenación espacial de la oferta, tampoco quedaron al margen de la política turística. En diciembre de 1963 se aprobó la Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional. Con ella se intentó, desgraciadamente sin demasiado éxito, poner orden dentro de las zonas más favorecidas por la demanda, cuyo desarrollo anárquico implicaba ya desmanes urbanísticos y verdaderos atentados contra el paisaje, y establecer medidas de fomento, ordenación y estímulo a través de cualificados incentivos para promover otras zonas con suficiente atractivo turístico pero todavía poco desarrolladas. En 1964 se establecieron zonas para bañistas en el mar y las playas. Dos años después, se clasificaron los embalses según su posible aprovechamiento secundario turístico. En 1968 se reguló la colaboración entre la Administración turística y el Patrimonio Forestal del Estado. Y en 1969 se aprobaron la Ley reguladora de las Costas Marítimas y la Ley de Puertos Deportivos. Además, a lo largo del periodo se concedieron créditos a Corporaciones Locales radicadas en zonas turísticas para la realización de obras

de interés turístico y, también, para financiar parcialmente la realización de obras de infraestructura en centros o zonas previamente declarados de interés turístico y en centros de montaña.

Las agencias de viajes tampoco escaparon al control de la Administración. Las normativas aprobadas sobre su funcionamiento fueron numerosas a lo largo de todo el periodo. Y, además, en marzo de 1964 el presidente de ATESA, Antonio García Rodríguez-Acosta, y el propietario de Viajes Marsans, Enrique Marsans, firmaron un convenio por el que éste vendía a la empresa del Instituto Nacional de Industria la totalidad de las acciones representativas del capital social de la agencia de viajes. Con esta compra, en la que se habían depositado enormes esperanzas habida cuenta la importancia de Viajes Marsans, el Estado reforzó su presencia en el sector.

En materia de promoción y de asistencia al turista habría que destacar las campañas publicitarias realizadas en el extranjero bajo el slogan "Spain is different", las promociones dirigidas hacia el turismo interior con el "Conozca usted España" y la creación a lo largo del año 1964 del Seguro Turístico, del Libro de Interés Turístico y de la Fiesta de Interés Turístico. Y, cómo no, la concesión de un sinfín de premios relacionados con el turismo, como los dedicados a periodistas extranjeros, embellecimiento y mejora de los pueblos españoles, estaciones de servicios en carretera, escritores de turismo, estaciones de RENFE, diarios y revistas, edificaciones de finalidad turística, fotografía turística, entre otros muchos.

La etapa de Fraga al frente del Ministerio de Información y Turismo culmina poco después de la promulgación del Segundo Plan de Desarrollo, previsto para el periodo 1968-1971. Con este segundo plan se pretendía que en el último año del citado cuatrienio nos visitaran 22'3 millones de personas, que 12 millones de españoles realizaran turismo interior y mantener la cifra de turismo español hacia el extranjero por debajo de 5'5 millones. También, superar los 1.961 millones de dólares por ingresos turísticos, incorporar a España como oferente en el mercado del turismo de nieve y tratar de diversificar la estructura de la demanda extranjera para que España fuera menos sensible a las coyunturas de, por ejemplo, Gran Bretaña, Francia y Alemania, nuestros principales clientes. Asimismo, se hacía necesario crear 204.200 y 306.000 nuevas plazas hoteleras y extrahoteleras, respectivamente, y alrededor de 119.000 puestos de trabajo.

Las inversiones turísticas ascendían en este Segundo Plan a 116.080 millones de pesetas. La financiación privada debería aportar el 66'4 por ciento, el crédito oficial el 18'6 por ciento, el capital extranjero el 11'3 por ciento y la financiación pública apenas el 3'7 por ciento. Y tal y como había ocurrido con el Primer Plan, de nuevo serían los alojamientos hoteleros y los extrahoteleros los principales beneficiarios de las inversiones previstas. Recibirían, respectivamente, el 49'1 y el 25'7 por ciento de las mismas.

El Segundo Plan de Desarrollo se aprobó en febrero de 1969. Y en octubre de dicho año se produjo el relevo del equipo de Fraga. El nuevo Ministro de Información y Turismo fue Alfredo Sánchez Bella. Durante su mandato, que se prolongó hasta el año 1973, Esteban Bassols y Pedro Zaragoza ocuparon la Dirección General de Promoción y la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas, respectivamente. Y, como es lógico, su política turística estuvo

enmarcada por el plan de desarrollo recién aprobado y por el que se publicaría en noviembre de 1971, el último de los que entró en vigor.

En el Tercer Plan de Desarrollo, con vigencia para el periodo 1972-1975, se indicaba que a fin de obtener unos mayores ingresos de divisas se diversificaría la acción en orden a conseguir una demanda turística más cualificada que produjera un mayor gasto medio por visitante, además de seguir promocionando el incremento cuantitativo de la demanda tradicional. Para conseguir un turismo más selecto se crearían modalidades que supusieran un mayor gasto medio y se desarrollarían un equipo receptor y unos atractivos complementarios más acordes con la política de selectividad. Además, para conseguir un importante aumento cuantitativo de la demanda tradicional se intensificarían y perfeccionarían las actuaciones de promoción, se estimularía la penetración en mercados con población de alto nivel de vida y se desarrollaría o iniciaría la promoción y la oferta turística de nuevas zonas. Para todo ello se preveían unas inversiones turísticas totales de 288.497 millones de pesetas, de los que 265.812 millones corresponderían a la financiación privada.

La política turística del equipo de Sánchez Bella fue claramente continuista. Las principales preocupaciones continuaron siendo el control de precios y de calidad de los servicios, la ordenación del sector e incentivar a la iniciativa privada. Sobre estos temas la legislación fue abundante. No obstante, también se aprobaron algunas normativas ciertamente innovadoras. Me gustaría destacar dos de ellas. En primer lugar, el Decreto de 19 de diciembre de 1970 sobre requisitos mínimos de infraestructuras en los alojamientos turísticos. En dicho decreto se afirmaba que el fuerte ritmo de crecimiento de la oferta turística no había ido acompasado con el de los elementos infraestructurales básicos, lo que provocaba desequilibrios y saturaciones que podían deteriorar el patrimonio y el prestigio turísticos. Por ello, con los nuevos requisitos exigidos se trataba de poner coto a los problemas que estaban generando las deficiencias técnicas de la oferta turística, señalando unos mínimos técnicos relativos a la autonomía de suministro de agua potable, al tratamiento y evacuación de aguas residuales, al suministro eléctrico, a los accesos, a los aparcamientos y al tratamiento y eliminación de basuras. Y, en segundo lugar, la Orden de 9 de marzo de 1971 sobre determinación de zonas y rutas turísticas. Las autoridades estimaron conveniente planificar la política turística de acuerdo con la ordenación de las posibilidades que cada zona ofreciera, según sus características de infraestructura, capacidad de recepción, comunicaciones, servicios, etc. Y, además, se hacía necesario a su juicio un equipamiento turístico conjunto que afrontara, de forma análoga y comparativa, la ordenación y puesta al día de las principales rutas turísticas entonces abiertas en nuestro país y las que se estimasen conveniente establecer en adelante.

El relevo de Sánchez Bella al frente del Ministerio se produjo en el mes de junio de 1973. En el nuevo gobierno presidido por Luis Carrero Blanco, Fernando Liñán ocupó la cartera ministerial de Información y Turismo. Le acompañaron como directores generales Javier Carvajal y José A. Trillo. Pero fue un equipo con una corta existencia, apenas seis meses. En enero de 1974 el nuevo presidente del gobierno, Carlos Arias Navarro, nombró ministro de Información y Turismo a Pio

Cabanillas. El nuevo titular trabajó con José L. Perona y Óscar García Siso. Pero sólo durante diez meses. Su relevo tuvo lugar el 30 de octubre de 1974. El último ministro de Información y Turismo del franquismo fue León Herrera Esteban. Recuperó la Subsecretaría de Turismo, asignada a José L. López Henares, y nombró directores generales a José L. Azcárraga y a Jaime Chavarri.

Es decir, que a lo largo del último bienio del régimen franquista se sucedieron nada menos que tres equipos ministeriales distintos. Además, esta inestabilidad institucional tuvo lugar cuando el sector experimentó su primera crisis importante. Entre 1962 y 1973 el número de visitantes entrados por las fronteras españolas había crecido de 8'6 a 34'5 millones, con tasas anuales de crecimiento siempre positivas. Sin embargo, en 1974 y 1975, e incluso 1976, dichas tasas fueron, por vez primera desde al menos 1950, negativas. La causa principal fue la importante crisis económica internacional desatada en el último trimestre del año 1973 como consecuencia, fundamentalmente, del encarecimiento del precio de la energía.

La reducción del número de visitantes y la inestabilidad institucional condicionaron la política turística del periodo 1973-1975. También lo hicieron las crecientes críticas sobre las infraestructuras turísticas y el envejecimiento de parte de la planta hotelera. La actuación pública más significativa fue la aprobación a lo largo del verano de 1974 de un amplio conjunto de medidas con las que se quiso hacer frente a una situación que en aquellos momentos presentaba unas perspectivas nada halagüeñas. La Administración creyó conveniente regular el funcionamiento del Registro de Empresas Turísticas Exportadoras, modificar parte de la orden vigente sobre préstamos para financiar la construcción y venta de edificaciones para extranjeros, reglamentar de nuevo las actividades de las agencias de viajes, ordenar los centros de iniciativas turísticas y la oferta turística, conceder créditos para la financiación de capital circulante de empresas turísticas, facilitar las inversiones en el exterior relacionadas con la actividad turística y aprobar el I Plan de Modernización Hotelera.

Fue especialmente relevante el decreto sobre ordenación de la oferta turística. En él se formularon los objetivos de la política turística: acomodar la expansión de la oferta turística en sus aspectos cualitativo, cuantitativo y territorial a las condiciones de la demanda actual y de la potencial previsible, equilibrar el ritmo de nuevas construcciones e instalaciones turísticas al desarrollo de la infraestructura del territorio, condicionar las construcciones o instalaciones para que no produjeran deterioro del medio ambiente ni degradasen la adecuada utilización de los alicientes motivadores del turismo, promover el cambio de las estructuras empresariales para mejorar sus condiciones de rentabilidad, gestión y competitividad en el mercado, fomentar a través de concursos públicos el equipamiento complementario que conviniera a los alojamientos turísticos, y colaborar a la mejora de la infraestructura, cuando fuera preciso, en lugares declarados de preferente interés turístico.

También fue muy importante el I Plan de Modernización Hotelera. Para mejorar la imagen de buena parte de nuestra oferta hotelera se consideró prioritario adecuar 50.000 plazas a las necesidades de la demanda de entonces y formar y

recalificar laboralmente las plantillas relativas a dichas plazas. Además, estas acciones deberían complementarse con la dotación de los servicios complementarios a la oferta básica hotelera, la adecuada clasificación de los hoteles afectados y la reducción temporal de la oferta hotelera en las zonas en que se observaba un exceso de capacidad en relación con la demanda.

Por otro lado, en 1974 las autoridades también introdujeron un notable cambio en cuanto a las campañas propagandísticas internas y externas. Ya no se encargarían a una única agencia, como había ocurrido hasta entonces. A partir del año 1974 la Administración convocó anualmente un concurso nacional para que las agencias interesadas aportaran sus ideas y planes publicitarios.

Con el ambicioso paquete de medidas aprobados en agosto de 1974, cuya puesta en práctica estuvo muy condicionada por la prolongada agonía del dictador, concluyó la política turística franquista. Finalizó así una prolongada etapa en la que tanto con el sistema autárquico como con el de planificación indicativa, las autoridades estatales fomentaron, regularon e intervinieron directamente en el sector. Y lo hicieron con el objetivo fundamental de conseguir el mayor crecimiento posible. Sin embargo, fueron poco generosas con el turismo. Máxime teniendo en cuenta la importante contribución del fenómeno turístico a la financiación del desarrollo económico alcanzado aquellos años. Y esa falta de generosidad de la Administración Central con el turismo fue su mayor pecado. La participación del Ministerio de Información y Turismo en los Presupuestos Generales del Estado fue siempre muy reducida. También lo fueron las inversiones públicas en turismo previstas y verdaderamente ejecutadas en los tres planes de desarrollo que se aplicaron, así como la política de crédito oficial. Como la acción del Estado fue incapaz de hacer frente a las necesidades en infraestructuras y servicios básicos, y el desorden y las prácticas especulativas dominaron la implantación del equipamiento turístico y de la segunda residencia, el desarrollo turístico, que fue indudablemente espectacular, fue más espontáneo que controlado. La anárquica concentración de la actividad en determinados enclaves costeros tuvo un fuerte impacto negativo sobre el urbanismo, el paisaje y el medio ambiente. Por otro lado, desde la Administración se insistió durante demasiados años en el producto sol y playa. Con ello se reforzó la estacionalidad y la concentración geográfica de la demanda y se olvidó el enorme potencial turístico del interior.

4. Monarquía de Juan Carlos I

Durante el último cuarto del siglo XX España experimentó una profunda transformación política, económica y social. La dictadura y el modelo centralista, la planificación indicativa y el rechazo del Mercado Común Europeo hacia España, quedaron afortunadamente atrás. A comienzos del siglo XXI, España es un Estado social y democrático de Derecho que forma parte de la Unión Económica y Monetaria Europea y que cuenta con una organización territorial del Estado ampliamente descentralizada tras la creación de las Comunidades Autónomas y la revitalización de la Administración Local.

Desde el punto de vista turístico hay tres aspectos

fundamentales a destacar de lo acontecido a lo largo de las últimas dos décadas y media del siglo pasado. En primer lugar, el proceso de expansión y consolidación experimentado, en términos generales, por la actividad turística. En el año 2000 se registraron 74'4 millones de visitantes y los ingresos por turismo ascendieron a 5.599'7 millardos de pesetas. España fue la segunda potencia turística del mundo, tanto por el número de turistas como por los ingresos generados por los mismos. En segundo lugar, la descentralización de la política turística a favor de las Comunidades Autónomas. El nuevo modelo de Estado Autonómico que configuró la Carta Magna aprobada en 1978 exigió notables cambios institucionales en materia turística. Las transferencias de turismo figuran entre las primeras que se iniciaron y culminaron. Los reales decretos correspondientes cubren un período que se inició en 1978 y finalizó en 1984. Y, por último, la progresiva mayor preocupación de los máximos responsables estatales, y también autonómicos, en materia turística por la calidad, la competitividad, la diversificación y la sostenibilidad, aunque sin olvidar, naturalmente, la cantidad. Sin perder la especialización competitiva se transitó, especialmente a lo largo de los años noventa, de un modelo de monocultivo hacia otro diversificado.

4.1. Administración Central

4.1.1. Transición y Unión de Centro Democrático

La etapa comprendida entre la restauración de la monarquía, en noviembre de 1975, y la victoria electoral del PSOE, en octubre de 1982, estuvo marcada por la transición política democrática, el gobierno de la Unión de Centro Democrático, la aprobación de la Constitución y una profunda crisis económica. Fueron unos años no muy buenos en cuanto a la llegada de turistas, con tasas de crecimiento negativas en 1975, 1976, 1979 y 1980, y en los que la política turística de los gobiernos de Carlos Arias Navarro, Adolfo Suárez y Leopoldo Calvo Sotelo continuó discurrendo, en líneas generales, por los cauces tradicionales en cuanto a los objetivos perseguidos y a la escasez de medios asignados para conseguirlos. No obstante, sí hubo cambios significativos por lo que respecta a las competencias turísticas y al grado de intervención estatal.

Dejando al margen la ya citada descentralización autonómica, uno de los cambios institucionales destacados del período fue la adscripción de las competencias turística a ministerios con un carácter netamente económico. En el mes de julio de 1977, Adolfo Suárez eliminó el Ministerio de Información y Turismo. Sus dos últimos titulares tras la muerte de Franco habían sido Adolfo Martín Gamero y, desde julio de 1976, Andrés Reguera, y con ambos había trabajado como Subsecretario de Turismo, Ignacio Aguirre. El final del símbolo de la política turística franquista coincidió con la creación, en el seno del Ministerio de Comercio y Turismo, de la Secretaría de Estado de Turismo. Al frente de ambos organismos fueron nombrado José A. García Díez e Ignacio Aguirre, respectivamente.

Casi tres años después, en mayo de 1980, José A. García Díez fue sustituido por Luis Gámir. Pero su permanencia al frente del Ministerio de Comercio y Turismo fue muy corta. En octubre de dicho año la Secretaría de Estado de Turismo fue trasferida al Ministerio de Transporte y Comunicaciones, que incorporaría el Turismo a su denominación en marzo de 1981, y

Luis Gámir fue relevado por José L. Álvarez. En un primer momento el nuevo ministro continuó confiando en Ignacio Aguirre como Secretario de Estado, pero su designación poco después como portavoz del Gobierno supuso su sustitución por Eloy Ibáñez. La última remodelación gubernamental de la UCD se produjo en diciembre de 1981. Leopoldo Calvo Sotelo nombró a Luis Gámir nuevo Ministro de Transportes, Turismo y Comunicaciones. Acompañado por Eloy Ibáñez, Gámir permaneció en el cargo hasta finales de noviembre de 1982.

Como es natural, los cambios políticos y de la política económica en general, con el fin de la planificación indicativa, contribuyeron a que la Administración Central fuera algo menos intervencionista en materia turística. Un claro ejemplo de ello fue la supresión en 1978 del sistema de precios máximos y mínimos autorizados en los establecimientos hoteleros. Se terminó así con unos de los instrumentos fundamentales de la política turística franquista durante los años sesenta, aunque es cierto que con el paso del tiempo su relevancia había ido disminuyendo con las excepciones introducidas en la década siguiente para las categorías superiores.

Por otro lado, la Administración aprobó nuevas ordenaciones de restaurantes, en 1978 y 1981, y de acampamentos, de establecimientos hoteleros, de apartamentos turísticos y de viviendas turísticas en 1982. Asimismo, en 1979 trató de apoyar al sector regulando la concesión de créditos por la banca privada a empresas turísticas españolas para financiar inversiones en el exterior, mediante la financiación de capital circulante a empresas turísticas exportadoras y a través del crédito turístico. En este último caso, se planteó la restricción máxima a la construcción de nuevas plazas de alojamiento en zonas que se consideraran saturadas y la potenciación de la modernización y diversificación de la oferta hotelera ya existente. En este sentido hay que destacar el II y el III Plan de Modernización Hotelera, aprobados en 1976 y 1979, respectivamente.

El impacto medioambiental del desarrollo turístico también preocupó a la Administración Central. Con el Reglamento de la Ley de Espacios Naturales Protegidos, aprobado en marzo de 1977, se desarrollaron los regímenes de protección aplicable a nuestros espacios naturales. Por lo que respecta al litoral, hay que destacar la aprobación a lo largo de 1980 de la Ley sobre Protección de las Costas Marítimas Españolas, del Reglamento para la ejecución de la Ley de Costas y del Reglamento de la Ley de Puertos Deportivos. No hay que olvidar tampoco el apoyo prestado en 1982 a las zonas de influencia socioeconómica de los parques naturales y reservas nacionales de caza.

Por lo que respecta a la organización administrativa, las principales actuaciones fueron la inclusión en 1977 de la Administración Turística Española como organismo autónomo de la Administración del Estado; la concesión ese mismo año a la Escuela Oficial de Turismo del carácter de organismo autónomo; la aprobación en 1978 del Reglamento del Instituto Español de Turismo, un órgano de investigación, estudio, asistencia técnica, documentación y alta formación especializada; y la reorganización, una vez aprobada la Constitución, de la Administración Turística Española con el objeto de conseguir la máxima eficacia de los medios humanos y materiales de la red estatal de establecimientos turísticos.

Por último, hay que señalar que en 1981 se privatizó

ATESA. Un año antes, el Instituto Nacional de Industria había decidido el intercambio de las posiciones jurídicas de la empresa matriz y de su filial Viajes Marsans. Con esta operación, realizada en un momento en el que ambas empresas cosechaban resultados negativos y padecían una complicada situación financiera, el Instituto trató de facilitar la posible privatización de ATESA. Y la verdad es que lo consiguió rápidamente. A mediados del año 1981 la privatización se había materializado. Solo el 10 por ciento del capital social de ATESA quedó en manos de Viajes Marsans. Esta vinculación se mantuvo hasta el año 1985, momento en el que el Instituto Nacional de Industria, único propietario de Viajes Marsans desde el año 1981, decidió su definitiva enajenación.

4.1.2. Partido Socialista Obrero Español

A la hora de analizar la política turística durante la etapa socialista habría que distinguir dos periodos. En el primero, que se extiende hasta los últimos años de la década de los ochenta, se culminaron los procesos de transferencias turísticas a las Comunidades Autónomas y de integración de España en la Comunidad Europea, y se cosecharon excelentes resultados desde el punto de vista turístico. Sin embargo, a lo largo de esta primera etapa la Administración Central fue incapaz de definir una estrategia turística nacional e hizo una cierta dejación de sus funciones, mientras que las Comunidades Autónomas, con competencias exclusivas en materia de turismo, mantuvieron en líneas generales una orientación bastante continuista con relación a la que tradicionalmente había venido siguiendo aquélla.

Sin embargo, tras los malos resultados cosechados en los años 1989-1991, se fueron introduciendo a medida que avanzaba la década de los años noventa una serie de cambios cualitativos importantes en la organización administrativa turística, se intentó facilitar una mayor coordinación y colaboración entre todos los agentes que intervienen en el turismo y se definieron, por fin, nuevos objetivos estratégicos. Los agentes turísticos, públicos y privados, entendieron que España estaba entrando en un nuevo modelo turístico que requería, hasta cierto punto, reemplazar la estrategia de liderazgo de costes por otra basada en la diferenciación del producto y en la calidad. Competitividad, calidad, eficiencia, diversificación, sostenibilidad, se convirtieron en conceptos claves para la Administración Central y, también, para las diferentes administraciones autonómicas.

Por lo que atañe a la organización administrativa turística hay que señalar que experimentó notables cambios durante el periodo estudiado. En diciembre de 1982 Enrique Barón fue nombrado máximo responsable de la cartera de Transportes, Turismo y Comunicaciones del primer gobierno de Felipe González, y la Secretaría de Estado de Turismo fue sustituida por una Secretaría General de Turismo, con Ignacio Fuejo al frente. Dos años después se creó el Instituto de Promoción del Turismo, con carácter de organismo autónomo de índole comercial y con la finalidad de ejercitar la política gubernamental de promoción exterior del turismo. Pero una nueva modificación tendría lugar pocos meses después. En julio de 1985 Abel Caballero sustituyó a Enrique Barón y la Secretaría General se configuró con una Dirección General de Política Turística y con dos organismos autónomos: el Instituto de Promoción del Turismo y la Administración Turística

Española. Este organigrama administrativo no experimentó cambios significativos hasta el inicio de la década de los años noventa, excepción hecha del relevo de Abel Caballero por José Barrionuevo en julio de 1988.

En la Ley de Presupuestos Generales de 29 de junio de 1990 se modificó la denominación del Instituto de Promoción del Turismo por la de Instituto de Turismo de España (Turespaña), que mantuvo su carácter de organismo autónomo, y se fijaron las normas básicas reguladoras de sus funciones. Asimismo, la Administración Turística Española se transformó en sociedad estatal con la denominación de Paradores de Turismo de España. Al año siguiente, en marzo de 1991, la Secretaría General de Turismo pasó al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, del que fue nombrado máximo responsable Claudio Aranzadi. En la Secretaría, que no experimentó modificación alguna en su estructura, Fernando Panizo relevó a Ignacio Fuejo. Sin embargo, la última remodelación gubernativa socialista, llevada a cabo en julio de 1993, sí afectó a la Secretaría General. Las funciones en materia turística se encomendaron al Ministerio de Comercio y Turismo, con Javier Gómez Navarro al frente, y a la Secretaría General se le encargó la definición de una estrategia nacional de turismo en coordinación con las comunidades autónomas y entes locales. A Turespaña, por su parte, la misión de colaborar en su diseño y en el desarrollo de sus contenidos. La Secretaría General de Turismo, de la que se hizo cargo Miguel Góngora, quedó integrada por las direcciones generales de Estrategia Turística y de Promoción Turística.

Por último, también merece la pena destacar en el ámbito administrativo la creación en 1994 de la Comisión Interministerial de Turismo, con la misión de reforzar la coordinación de todos los departamentos con competencias o que realizaban actuaciones relacionadas con el turismo; el impulso dado a partir de ese mismo año a la Conferencia Sectorial del Turismo, órgano formado por los Consejeros de Turismo de las comunidades autónomas y por los máximos responsables en materia turística de la Administración Central; y la creación en 1995 del Consejo Promotor del Turismo, en el que estaban representadas las administraciones central, autonómica y local, y el sector privado empresarial, para desempeñar fundamentalmente funciones de consulta, asesoramiento e información de planes y programas de fomento del turismo nacional y de promoción y comercialización exterior.

De la política turística socialista anterior a la incorporación de España a la Comunidad Europea podría destacarse el lanzamiento en 1983 de la campaña publicitaria *Everything under the sun*, así como el avance en la liberación del transporte de viajeros por carretera y la aprobación de unas nuevas normas de clasificación de los establecimientos hoteleros. Asimismo, la concesión en 1984 de ayudas y subvenciones en materia de turismo para el fomento de las ofertas turísticas especiales, para proyectos de construcción de campamentos, para construcción y reforma de establecimientos hoteleros de explotación familiar y para la promoción y comercialización del turismo rural. También tuvieron notables consecuencias sobre el sector turístico las medidas adoptadas en 1985 sobre política de promoción exterior; crédito turístico con destino a la modernización de alojamientos y a la dotación de oferta turística complementaria;

autorización de operaciones de cambio de divisas a los establecimientos turísticos; liberalización total de las inversiones extranjeras; regulación de los sistemas de cuentas extranjeras en pesetas ordinarias y convertibles; aprobación del Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido; puesta en marcha del Programa Subvencionado de Vacaciones para la Tercera Edad y privatización de ENTURSA.

La Empresa Nacional de Turismo fue siempre un negocio económicamente poco rentable para el Instituto Nacional de Industria, su único propietario. Los generalizados resultados negativos registrados por la sociedad tuvieron dos causas fundamentales, aunque no únicas. La primera de ellas fue su desequilibrada oferta hotelera. ENTURSA careció de una red de establecimientos propiamente turísticos en las zonas de mayor atractivo para los visitantes. El gran error, desde el punto de vista de la rentabilidad económica, fue que a la hora de elegir los enclaves de sus hoteles primaron más los intereses políticos o sociales que los estrictamente económicos. El resultado de todo ello es que buena parte de sus instalaciones se ubicaron en lugares no típicamente vacacionales. Las consecuencias fueron unos niveles de ocupación inferiores a los deseados y unos ingresos de explotación que sólo en muy contadas ocasiones pudieron superar a los costes.

La segunda causa está relacionada con su sistema de financiación. La principal fuente de recursos de la empresa fue el propio Instituto, bien a través de ampliaciones del capital social, bien mediante la concesión de créditos. Pero una empresa como ENTURSA, que tuvo siempre que hacer frente a fuertes inversiones y que desde el primer momento mostró una escasa capacidad de autofinanciación, hubiera requerido, más que créditos, aportaciones de capital. Y como este último recurso fue generalmente menos utilizado que el primero, la empresa no gozó casi nunca de una situación financiera saneada y tuvo que luchar continuamente contra unos costes de financiación muy elevados que la gravaron fuertemente.

La autorización de la venta de ENTURSA, aprobada a finales del mes de noviembre de 1985, prácticamente coincidió con la conversión de España en miembro de pleno derecho de la Comunidad Europea. Desde ese momento las autoridades socialistas realizaron una importante reorganización normativa de las actividades turísticas. En este sentido destaca la limitación en 1987 de los premios nacionales de turismo; la adaptación en 1988 de la legislación reguladora del ejercicio de las actividades propias de las agencias de viajes; la aprobación en 1989 de la Ley de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres y de la Ley y Reglamento de Protección de Costas; la campaña publicitaria iniciada en 1992 con el eslogan *Passion for Life*; la reordenación en 1993 de la política de apoyo al estudio, investigación y práctica profesional para la investigación en materia turística; y la creación, entre diciembre de 1993 y febrero de 1994, de títulos de técnicos superiores en agencias de viaje, información y comercialización turísticas, alojamiento y restauración, y de técnicos de grado medio en servicios de restaurante y bar, cocina, y pastelería y repostería. Asimismo, también fue importante la ratificación en 1990 y 1994, respectivamente, del Convenio Marco Europeo sobre Cooperación Transfronteriza y del Convenio Internacional sobre las Condiciones de Trabajo en los Hoteles, Restaurantes y Establecimientos Similares. No debemos olvidar tampoco el Plan de Medidas Comunitarias en

Favor del Turismo, aprobado por el Consejo de la Unión Europea en el verano de 1992.

En cuanto a la política de apoyo al sector habría que señalar la adecuación, a partir de 1986, de la normativa española a las normas comunitarias reguladoras de los movimientos de capital y de derecho de establecimiento de los extranjeros; la derogación en 1987 de todas las disposiciones relativas a capital circulante de empresas turísticas exportadoras y a financiación en el exterior de actividades turísticas, así como la liberalización de gastos de viajes, estancia en el extranjero y movimientos de divisas y pesetas por frontera; y la aprobación de una serie de nuevas regulaciones del crédito turístico y del Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan Futures).

Aprobado en el verano de 1992, el Plan Futures representó el primer paso para definir una estrategia turística nacional e iniciar un proceso de colaboración entre el Estado y las Comunidades Autónomas. Simboliza la toma de conciencia por parte de los poderes públicos de los cambios que se estaban operando en los mercados turísticos, así como de la necesidad de acompañar procesos de mejora y adaptación de la oferta española a tales cambios, tanto en sus aspectos empresariales como de entorno. Los objetivos finales perseguidos con el citado Plan eran aumentar la calidad de vida de los agentes involucrados en la actividad turística, conseguir un sector más competitivo y rentable que contribuyera de forma sostenida y equilibrada al crecimiento económico de las zonas turísticas y conservar y mejorar los entornos naturales y culturales.

La primera fase del Plan Futures, correspondiente al cuatrienio 1992-1995, desarrolló cinco grandes planes operativos: coordinación y cooperación institucional; modernización e innovación turística, para contribuir a la puesta al día de la oferta existente potenciando los factores empresariales que afectan a la competitividad y estimulando la creación de infraestructura técnica y de servicios que promovieran la eficiencia empresarial; nuevos productos turísticos, especialmente el interior, la montaña y la oferta complementaria ligada al producto de sol y playa; promoción, marketing y comercialización, para potenciar el liderazgo en el producto sol y playa, desarrollar una política de diferenciación del producto dirigida a todos los segmentos del mercado y lanzar los nuevos productos; y excelencia turística, dirigido a la conservación y mejora de los entornos natural y urbano.

En la segunda fase, la prevista para el periodo 1996-1999, los planes y objetivos aprobados fueron los siguientes: coordinación entre las administraciones públicas y con el sector privado; mejora de la calidad del producto y servicio turístico español; mejora de la capacidad tecnológica y de innovación de las empresas del sector turístico; impulso a la confluencia de actuaciones públicas y privadas para la mejora de la oferta turística de los destinos; cooperación con los países en desarrollo y apoyo a la internacionalización de las empresas turísticas españolas; mejora de la cualificación y especialización del capital humano de la industria turística; profundización en la diversificación y desestacionalización de la oferta turística; y apoyo al conocimiento riguroso del sector y difusión de los resultados.

4.1.3. Partido Popular

En el mes de mayo de 1996 la actividad turística quedó encuadrada en el Ministerio de Economía y Hacienda, cuyo titular era Rodrigo Rato. El nuevo gobierno de José María Aznar suprimió la Secretaría General de Turismo y creó la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes, y al frente de la misma nombró a José Manuel Fernández Norniella. Estuvo en el cargo hasta la primavera de 1998, cuando fue sustituido por Elena Pisonero. La estructura administrativa turística se organizó mediante la Dirección General de Turismo y la Dirección General del Instituto de Turismo de España, y se completó con el Instituto de Estudios Turísticos, la Conferencia Sectorial, la Comisión Interministerial y el Consejo Promotor de Turismo.

Los últimos cuatro años del siglo pasado, bastante buenos turísticamente hablando, no supusieron una ruptura en materia de política turística. Ni en el ámbito estatal ni en el autonómico. Los máximos responsables turísticos del Partido Popular profundizaron en la tendencia observada desde comienzos de la década de los años noventa. Buena prueba de ello es el desarrollo de la segunda fase del Plan Marco de Competitividad. Y, también, de los Planes de Excelencia Turística y de Dinamización Turística. Los primeros tendían a la recuperación y regeneración de los destinos maduros. Eran un intento de promover la excelencia de los destinos turísticos globalmente considerados, impulsando proyectos que tenían un importante efecto de demostración, imitación y prestigio. Con los segundos se pretendía la activación económica y la potenciación de destinos turísticos emergentes.

También fue relevante la elaboración y presentación en 1997 del Plan Estratégico de Actuaciones de la Administración del Estado. En él se definieron las siguientes acciones concretas a desarrollar: cooperación interadministrativa, promoción y comercialización, estadísticas europeas, Unión Europea, formación turística, competitividad, diversificación, sostenibilidad medioambiental, calidad turística, internacionalización de la empresa turística, actuaciones en destino, medidas de apoyo y Paradores de Turismo.

Por último, no sería justo olvidar la creación del Instituto de la Calidad de la Hostelería Española y del Instituto de la Calidad de las Agencias de Viajes, el inicio de los estudios universitarios de turismo, la celebración del III Congreso Nacional de Turismo, la regulación del aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico, la campaña publicitaria puesta en marcha en 1998 con el eslogan Bravo Spain y la aprobación del Plan Integral de la Calidad del Turismo Español 2000-2006, un programa de política turística a medio plazo en el que la calidad es el principio básico inspirador del mismo.

4.2. Administración Autonómica Andaluza

Tras la aprobación del Estatuto de Autonomía para Andalucía, en referéndum de 20 de octubre de 1981, se inició una nueva etapa en la historia de la política turística española, en general, y andaluza, en particular. Como se indica en el artículo 13.17 del mencionado estatuto, la Administración Autonómica Andaluza es la única competente en materia de promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial. Por lo tanto, para estudiar la política turística desarrollada por el Estado español a lo largo de la mayor parte de la década de los años ochenta y de la totalidad de la de los noventa, no basta con analizar la labor de la Administración Central. Es indispensable conocer también las diferentes medidas adoptadas por los

sucesivos gobiernos autonómicos andaluces.

Por lo que respecta a la organización administrativa turística hay que señalar que en la Andalucía autonómica del siglo pasado, donde siempre gobernó el Partido Socialista Obrero Español, las competencias turísticas estuvieron adscritas a diferentes consejerías. En el primer y en el segundo gobierno, presididos respectivamente por Rafael Escuredo (agosto 1982-febrero 1984) y José Rodríguez de la Borbolla (marzo 1984-junio 1986), hubo una Consejería de Turismo, Comercio y Transportes cuyo máximo responsable fue Juan Manuel Castillo. En el tercer equipo gubernativo (julio 1986-abril 1990), de nuevo presidido por José Rodríguez de la Borbolla, el consejero de Fomento y Turismo fue José A. Recio. Por último, en el cuarto, en el quinto y en el sexto gobierno, todos ellos con Manuel Chaves como presidente, el turismo fue responsabilidad de las consejerías de Economía y Hacienda (julio 1990-junio 1994), de Industria, Comercio y Turismo (agosto 1994-abril 1996) y de Turismo y Deportes (abril 1996-abril 2000), siendo los consejeros respectivos Jaime Montaner, Antonio Pascual, que fue sustituido en octubre de 1995 por Gaspar Zarrías, y José Núñez.

Durante la segunda mitad de la década de los años ochenta la política turística autonómica andaluza se centró fundamentalmente en la ordenación. En este sentido hay que destacar: decreto de junio de 1986 sobre ordenación y clasificación de establecimientos hoteleros; decreto de 1987 sobre ordenación y clasificación de los campamentos de turismo; decreto de enero de 1990 sobre requisitos mínimos de infraestructura de establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos; y, por último, decreto de enero de 1990 sobre organización y funcionamiento del Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas. No obstante, no sería justo olvidar la puesta en marcha en 1987 de un interesante y novedoso Programa de Desarrollo Integrado del Turismo Rural (PRODINTUR). Su resultado más tangible fue la progresiva apertura en años posteriores de las Villas Turísticas de Andalucía: Fuenteheridos, Huelva; Cazorra, Jaén; Bubión, Granada; Priego, Córdoba; Cazalla de la Sierra, Sevilla, Grazalema; Cádiz; Laujar, Almería; y Periana, Málaga.

Pero la mala coyuntura turística experimentada en Andalucía en los últimos años del decenio de los ochenta provocó un replanteamiento serio de la política turística autonómica desarrolla hasta entonces. A partir de ese momento, y tal y como ocurrió en el ámbito estatal, la calidad, en el más amplio sentido de la palabra, fue el objetivo turístico prioritario de la Administración Autonómica Andaluza. El primer paso en ese sentido fue el Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía (Plan DIA). En el mes de junio de 1991 el Presidente de la Junta de Andalucía y la Confederación de Empresarios firmaron un acuerdo en el que se contemplaba la elaboración de un Plan Integral del Turismo para Andalucía de forma consensuada entre las partes firmantes. Poco después, los sindicatos mayoritarios también se integraron en el proceso de negociación. Por fin, y tras un proceso de elaboración y desarrollo claramente integrador de las posturas de los agentes sociales y de las administraciones territoriales y sectoriales, el plan vio la luz en el verano del año 1992.

El Plan DIA, que partía de la constatación de la importancia estratégica desde el punto de vista económica y social de la actividad turística en Andalucía y de los fuertes cambios

estructurales que se habían venido dando en el sector en los años anteriores, tuvo como objetivo principal la mejora de la rentabilidad social, económica y medioambiental del sector turístico andaluz mediante la cualificación del producto y de las estrategias comerciales y el aumento del nivel de profesionalidad del sector. Para ello se estipularon diferentes programas de actuación: ordenación turística del territorio; regulación de la oferta no reglada; plan de I+D turístico; modernización y diversificación de la oferta; mejora de las infraestructuras de transportes y accesibilidad a las zonas turísticas; fomento de la cooperación empresarial; mejora de los servicios públicos de uso cotidiano; aumento de la profesionalización del sector; investigación de mercados turísticos; defensa del turista como consumidor; fomento de la comercialización asociada; desarrollo de centrales de reservas; fomento a las comercializadoras de pequeñas y medianas empresas; optimización de la información turística; señalización de recursos turísticos; promoción de la diversidad de productos y destinos de la Comunidad Autónoma Andaluza.

Junto al Plan DIA también fueron muy importantes de cara al desarrollo turístico de la región andaluza los Planes de Excelencia y los Planes de Dinamización Turística. Derivados de normativas de ámbito estatal y elaborados por empresas consultoras para su aplicación en espacios comarcales concretos, se convirtieron durante los años noventa en uno de los instrumentos más significativos para recuperar y regenerar destinos ya maduros y ordenar y poner en valor recursos en áreas turísticas emergentes. Por lo que respecta a los primeros hay que destacar los de Conil y Tarifa, en Cádiz; los de Fuengirola, Málaga y Axarquía, en Málaga; los de Almuñecar y Costa Tropical, en Granada; y el de Roquetas de Mar, en Almería. En cuanto a los de dinamización turística, los de Isla Cristina, en Huelva, y Sanlúcar de Barrameda, en Cádiz.

Otra actuación significativa, en este caso en materia de promoción turística, fue la macro campaña publicitaria "Andalucía sólo hay una". Presentada por vez primera en el año 1997, su objetivo era promocionar Andalucía en su conjunto como destino turístico integral. Un objetivo novedoso que suscitó ciertas dudas y algunas opiniones desfavorables en el sector. Sin embargo, la Consejería de Turismo y Deporte se mantuvo firme en su postura argumentando razones de eficacia promocional. Y buena prueba de ello es que en los siguientes años continuó fomentando y tratando de mantener la imagen de calidad de Andalucía en todos los mercados mediante la programación y ejecución de campañas promocionales, todas ellas con el eslogan general de "Andalucía sólo hay una", en las que se integraba la diversidad de destinos turísticos que ofrece la comunidad autónoma.

También es digno de destacar el Pacto Andaluz por el Turismo. Fue firmado el 23 de febrero de 1998 por el consejero de Turismo y Deportes, el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía y los secretarios generales de la Unión General de Trabajadores y de Comisiones Obreras. Era un pacto consensuado por todos los agentes sociales que recogía las líneas estratégicas y los planes de modernización del sector turístico andaluz, que posteriormente deberían desarrollarse con programas de promoción y de embellecimiento de municipios turísticos, y en el que se preveía la creación de 80.000 empleos en cinco años y un aumento de

la producción turística en más de 100.000 millones de pesetas al año. En definitiva, se perseguía, desde la perspectiva de la sostenibilidad, modernizar el sector y consolidar su base productiva.

El último jalón de la política turística autonómica andaluza del siglo XX es la aprobación en diciembre de 1999 de la Ley del Turismo. Su finalidad, en el marco del Estatuto de Autonomía, es la siguiente: el impulso del turismo como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo y riqueza; la ordenación del turismo y la promoción de Andalucía como destino turístico integral, atendiendo a la realidad cultural, medioambiental, económica y social; la delimitación de las competencias de las diferentes Administraciones Públicas de la Comunidad Autónoma en relación con el turismo; la protección de los recursos turísticos de acuerdo con el principio de sostenibilidad; la consecución de la competitividad del sector turístico mediante la incorporación de los criterios de calidad a la gestión de las empresas y servicios turísticos, potenciando el nivel de profesionalidad y cualificación del personal encargado de la prestación de los mismos; la eliminación de la clandestinidad y la competencia desleal en la actividad turística; la protección de los usuarios turísticos; la formación y la especialización de los profesionales del sector; y el fomento del turismo como instrumento de comunicación y conocimiento entre los pueblos, así como medio de desarrollo de los valores propios de la cultura andaluza.

5. Conclusiones

Desde comienzos del siglo XX y hasta el inicio de la década de los años ochenta la política turística de la Administración Central prácticamente no varió. Se caracterizó por tener como objetivo prioritario el mayor crecimiento turístico posible, por actuar fundamentalmente sobre la oferta, por la escasez de recursos humanos y económicos destinados al sector y por insistir demasiado, especialmente tras nuestra guerra civil, en los mismos motivos de atracción: el sol y la playa. Sin embargo, en los últimos quince años del siglo pasado se introdujeron significativos cambios en el modelo de política turística que se había venido aplicando hasta entonces. Tras la aprobación de la Constitución en 1978 y del Estatuto de Autonomía para Andalucía en 1981, se inició una nueva etapa. Es cierto que en un primer momento, hasta finales de la década de los ochenta, primó el continuismo en cuanto a los objetivos perseguidos y a los instrumentos generalmente utilizados por la Administración Central y por la Autonómica Andaluza, con competencias exclusivas en materia de promoción y ordenación. Pero también es indudable que a lo largo del último decenio de la centuria la política turística experimentó una notable innovación. Durante el mismo ambas administraciones colaboraron para avanzar hacia la sustitución del modelo tradicional de monocultivo por otro diversificado, potenciando la calidad, la competitividad, la profesionalidad y la sostenibilidad en nuestro sector turístico, aunque, claro está, sin perder la especialización competitiva.

2. La demanda turística

2. La demanda turística

Introducción

¿Cómo evolucionó la demanda turística en Andalucía a lo largo del siglo XX? Teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por las estadísticas oficiales disponibles, hemos tratado de responder a esta pregunta con la recopilación y análisis de dos indicadores básicos. En primer lugar se ha estudiado la demanda internacional hacia España. La información suministrada por el Anuario de Estadísticas de Turismo, publicado por los diferentes ministerios con competencias en materia turística desde 1963 hasta 1993, y por la encuesta Movimiento Turístico en Fronteras, elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos desde 1995, nos permite conocer el número de visitantes que pasaron anualmente por las fronteras españolas. Es un indicador, pues, fundamental para conocer la evolución del movimiento de personas procedentes del exterior hacia nuestro país, pero desgraciadamente insuficiente para poder dar cumplida respuesta a la pregunta anterior al no aportar información desagregada por provincias.

Por ello es imprescindible para nuestro objetivo utilizar otro indicador, seguramente más avanzado y más preciso de la demanda turística: el que mide las estancias personales en un determinado alojamiento. Gracias a diferentes publicaciones del Instituto Nacional de Estadística conocemos, para el periodo 1966-2000, el número de viajeros alojados en los establecimientos hoteleros y en los acampamentos turísticos, así como el de las pernoctaciones realizadas por los viajeros en los mismos. Es cierto que esta fuente de información ignora los viajeros que durante su estancia no se alojan en dichos establecimientos, pero es la única que permite disponer de amplias series históricas y de datos provinciales. Además, y a diferencia de la estadística sobre visitantes, contabiliza tanto la demanda internacional como la nacional.

1. Demanda Internacional

La denominada "belle époque", es decir, el periodo comprendido entre 1900 y el inicio de la Primera Guerra Mundial, es recordada por el optimismo, la esperanza, los grandes inventos, el progreso económico y una concepción

hedonista de la vida. El bienestar económico alcanzado por buena parte de la clase burguesa europea y norteamericana se reflejó en sus costumbres refinadas y frívolas. Y el turismo salió beneficiado de todo ello. Fueron unos años en los que creció el número de personas que abandonaban temporalmente sus lugares de residencia no solo por motivaciones profesionales, viajes de negocio o estudios, sino para asomarse al mundo por la simple razón de querer conocerlo. Y en este sentido, los países que gozaron de mayor preferencia fueron Italia, Suiza, Gran Bretaña y Francia. No hay que olvidar que los que podían y se animaban a practicar turismo buscaban, especialmente, estaciones termales, playas, macizos montañosos y ciudades con destacado patrimonio artístico.

Es evidente que España reunía todo esto. Sin embargo, durante la primera década del presente siglo nuestro país se mantuvo muy alejado del nivel turístico alcanzado por las tres naciones citadas. Las causas hay que buscarlas, además de en el clima de cierta inestabilidad política, militar y social existente en España en aquellos años, en el mal estado de nuestros transportes, en la escasa oferta hotelera y en lo poco que se conocían nuestros atractivos turísticos en el exterior. No obstante, estas graves carencias no imposibilitaron que algunos extranjeros visitaran nuestra nación, siendo sus destinos preferidos Madrid, Barcelona, San Sebastián, Santander, Málaga, los archipiélagos balear y canario, y buena parte del litoral mediterráneo peninsular.

Pero este creciente fenómeno turístico sufrió un duro revés como consecuencia de la Primera Guerra Mundial. Cuatro años de muerte y destrucción que empobrecieron seriamente y durante demasiado tiempo a los beligerantes europeos, tanto a los vencedores, que acumularon fuertes deudas y hubieron de liquidar una buena parte de sus actividades exteriores, como a los vencidos, cuyo esfuerzo de reconstrucción se vio dificultado por la obligación de realizar importantes pagos de reparaciones y por el endeudamiento exterior. Un marco, pues, nada favorable para emprender viajes de placer.

Afortunadamente la economía comenzó a mostrar claros síntomas de recuperación en 1924. A partir de ese momento, y durante el lustro siguiente, los países industriales vivieron una etapa de expansión que fue intensa en los Estados Unidos de América y desigual y menor vigorosa en Europa. Esta

prosperidad, junto al importante avance experimentado por los transportes, originó un considerable aumento en el número total de turistas, así como en el de países elegidos por éstos. Y parece ser que España fue uno de ellos. La estabilidad social en nuestro país y la mejoría experimentada por nuestra oferta hotelera y por nuestros sistemas de transporte fueron, junto con la bonanza económica internacional, muy positivas para el turismo. Es cierto que no se dispone de estadísticas oficiales para corroborar esta afirmación. Sólo sabemos que en 1929, y según el Patronato Nacional de Turismo, alrededor de 362.000 visitantes llegaron a nuestro país. Muchos de ellos, lógicamente, atraídos por la Exposición Internacional de Barcelona y la Exposición Iberoamericana de Sevilla. Pero esta escasez de datos cuantitativos puede ser suplida con fuentes de tipo cualitativo. Y según se desprende de algunas de ellas, la segunda mitad de la década de los años veinte podría calificarse como buena desde un punto de vista turístico. Fueron unos años en los que los turistas extranjeros, mayoritariamente franceses, norteamericanos, británicos y alemanes, dirigieron sus pasos preferentemente hacia Madrid, Málaga, Baleares, Granada, San Sebastián, Valencia, Canarias, Zaragoza y, por supuesto, las sedes de las exposiciones mencionadas anteriormente.

Sin embargo, lo bueno duró poco. Tras la expansión llegó el estancamiento. Por un lado, la crisis económica iniciada en 1929, la más grave y profunda de las sufridas por la economía capitalista, con graves repercusiones en Estados Unidos y en la mayoría de las naciones del viejo continente. Por otro, la respuesta violenta que articularon los Estados totalitarios, Italia y sobre todo Alemania, para hacer frente a la crisis. Es decir, graves problemas económicos internacionales y, a medida que avanzaba la década de los treinta, sensación generalizada de que el conflicto armado era algo inevitable en Europa. Una situación, pues, nada proclive para las actividades turísticas. Y, como es lógico, el movimiento turístico hacia nuestro país, que además sufrió continuas y gravísimas alteraciones del orden público durante la primera mitad del decenio, se resintió. En el periodo 1931-1934 el número de visitantes procedentes del extranjero se estancó en una cifra, alrededor de 276.000, bastante inferior a la que se había alcanzado en 1929.

Desgraciadamente, esta situación empeoró a partir de 1936. La sucesión de dos conflictos bélicos, la Guerra Civil española y la Segunda Guerra Mundial, paralizó la llegada de turistas hasta muy avanzada la década de los años cuarenta. También influyó, claro está, la pobreza extrema existente en la España de la posguerra, con racionamiento de alimentos y gasolina, y el aislamiento internacional a que se vio sometida nuestra nación entre 1946 y 1951. Un aislamiento político y económico que, por ejemplo, impidió que el Plan Marshall llegara a nuestro país. Como consecuencia de ello, y a diferencia de lo ocurrido en Alemania, Francia o Gran Bretaña, el lapso temporal necesario para recuperar el nivel de actividad económica previo al conflicto fue en España extraordinariamente largo.

En los años 1946, 1947 y 1948 llegaron a España 83.568, 136.779 y 175.892 visitantes procedentes del extranjero, respectivamente. Unas cifras positivas pero todavía bastante bajas si las comparamos, por ejemplo, con las del año 1934. En realidad, la recuperación definitiva de nuestro turismo se produjo a partir de 1949 -283.890 visitantes- y, sobre todo, de 1950 -749.544 visitantes-, es decir, cuando la mejoría económica experimentada, gracias fundamentalmente al Plan Marshall, por la mayor parte de las naciones occidentales posibilitó, junto con el avance de los transportes y la progresiva disminución de las restricciones sobre los cambios de divisas y los viajes que habían predominado en los años subsiguientes a la Segunda Guerra Mundial, que un número cada vez mayor de sus ciudadanos pudiera emprender viajes de placer.

El turismo comenzó entonces a dejar de ser algo minoritario, casi elitista, como había sido hasta entonces, especialmente el realizado fuera de las propias fronteras. A medida que avanzaron las décadas de los años cincuenta y sesenta fue creciente el número de hogares europeos y norteamericanos con capacidad económica y temporal para practicar actividades turísticas. El turismo dio entonces un salto de gigante. Las minorías, es decir, los turistas tradicionales, que no desaparecieron, dieron paso a las masas. Eso fue posible, entre otros factores, por la prosperidad económica que se disfrutó en Norteamérica y buena parte de Europa, el aumento de las rentas personales de sectores cada vez más amplios de la población, el avance experimentado a escala internacional por los medios de transporte, especialmente el aéreo, la generalización de las vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre. Todo ello contribuyó a que durante los años citados las llegadas de visitantes aumentaran internacionalmente de 25 a 168 millones, es decir, un 572 por ciento, siendo los lugares con climas cálidos del sur de Europa y de Norteamérica los más favorecidos por los nuevos turistas.

Y España salió beneficiada de todo ello. Nuestro país se convirtió en el hogar circunstancial de esparcimiento y vacación, de descanso y recuperación, de un número elevado y creciente de visitantes. La cercanía geográfica de España a las principales naciones emisoras de turistas, la bondad de su clima, su variedad geográfica, su rico patrimonio artístico y cultural y sus abundantes playas coadyuvaban, junto con la devaluación de la peseta en el año 1959, la política que mantuvo los precios turísticos españoles a unos niveles muy competitivos en relación con otros mercados y la decidida apuesta de los promotores internacionales de turismo, a que nuestra nación, o mejor dicho, su costa mediterránea y sus dos archipiélagos se convirtieran en breve espacio de tiempo en unos destacados centros receptores del turismo mundial. En apenas 23 años, los comprendidos entre 1950 y 1973, nuestros visitantes procedentes del extranjero se multiplicaron por 46. Fue una etapa en la que, año tras año, las tasas de variación fueron siempre positivas, especialmente desde 1960 a 1964 y desde 1968 a 1973.

Cuadro II.1. Visitantes Procedentes del Extranjero que han entrado en España

Años	Visitantes	Años	Visitantes
1931	276.300	1968	19.183.973
1932	278.605	1969	21.682.091
1933	261.465	1970	24.105.312
1934	275.611	1971	26.758.156
1946	83.568	1972	32.506.591
1947	136.779	1973	34.558.943
1948	175.892	1974	30.342.871
1949	283.890	1975	30.122.478
1950	749.544	1976	30.014.087
1951	1.263.197	1977	34.266.755
1952	1.485.248	1978	39.970.491
1953	1.710.273	1979	38.902.476
1954	1.952.266	1980	38.026.816
1955	2.522.402	1981	40.129.323
1956	2.728.002	1982	42.011.141
1957	3.187.015	1983	41.263.334
1958	3.593.867	1984	42.931.658
1959	4.194.686	1985	43.235.363
1960	6.113.255	1986	47.388.793
1961	7.455.262	1987	50.544.874
1962	8.668.722	1988	54.178.150
1963	10.931.626	1989	54.057.562
1964	14.102.888	1990	52.044.056
1965	14.251.428	1991	53.494.964
1966	17.251.746	1992	55.330.716
1967	17.858.555	1993	57.263.351

FUENTE: Ministerio de Comercio y Turismo (1993). Anuario de Estadísticas de Turismo

Tras esta fase de crecimiento continuo se entró en una de recesión durante los años 1974, 1975 y 1976. Entre las causas que provocaron la caída de la demanda internacional, especialmente grave en 1974, cuando el número de visitantes se redujo en 4'2 millones, adquiere especial relevancia la crisis iniciada en el último trimestre del año 1973 a raíz de la meteórica alza de los precios del petróleo y que condujo a las economías industrializadas a una recesión, con elevadas tasas de inflación y de paro, que no dio cuartel hasta casi dos años después. Pero, además, no debe olvidarse que en España dicha crisis estuvo acompañada por una serie de acontecimientos que probablemente contribuyeron a que fuera algo menos atractiva desde el punto de vista turístico, como por ejemplo el asesinato de Carrero Blanco, las ejecuciones de septiembre de 1975 y la subsiguiente campaña internacional,

la muerte de Franco, la comisión de graves atentados terroristas y la incertidumbre ante el proceso de transición hacia la democracia.

En 1977 y 1978 la demanda turística internacional hacia España se reactivó notablemente. Fue gracias a la recuperación económica experimentada por buena parte de los países occidentales tras la primera crisis del petróleo y a la sustancial devaluación de la peseta aprobada en 1977. Sin embargo, en los años 1979 y 1980 las tasas de crecimiento volvieron a ser negativas. El número de visitantes llegados a España se redujo un 2'6 % en 1979 y un 2'2 en 1980. Y de nuevo el petróleo fue el principal causante de esta recesión. La revolución iraní de 1979 y el inicio en septiembre de 1980 de la guerra entre Irak e Irán dispararon de nuevo el precio del combustible, afectando muy negativamente a la renta y a los

precios turísticos y de transporte.

Tras estos difíciles años, en 1981 se inició una nueva etapa. Durante la misma, que se prolongó hasta 1988, inclusive, el número de visitantes procedentes del extranjero creció notablemente. Si comparamos los datos de 1988 con los de 1980 se observa que la demanda internacional creció en España un 42'5 por ciento. Y lo hizo especialmente a partir de 1986. Ello fue posible por el favorable clima económico internacional y por el declinante precio real del petróleo. Y también fue muy positivo de cara al desarrollo turístico el ingreso de España en la Comunidad Europea, la estabilidad política y la paulatina consolidación de las instituciones democráticas españolas, y la vigorosa expansión económica que experimentó nuestra nación, impulsada, en parte, por la ampliación del gasto público, con un alto ritmo de ejecución de obras públicas, especialmente en redes viarias y de comunicaciones.

Pero este periodo expansivo de la demanda internacional sufrió un duro revés en 1989 y, sobre todo, 1990. El primer año hubo 120.000 visitantes menos que el anterior. Y en 1990 atravesaron nuestras fronteras dos millones de personas

menos que en 1988. Es más, en 1991 la cifra total de visitantes fue superior a la de 1990 pero todavía inferior a la de 1989. Fue una recesión ocasionada, fundamentalmente, por la guerra desencadenada en 1990 tras la invasión de Kuwait por Irak. Este conflicto bélico, que se prolongó hasta febrero de 1991, provocó un nuevo encarecimiento del precio del petróleo, generó un clima de inseguridad por todo Occidente y coincidió con el inicio de un notable debilitamiento de la coyuntura económica europea y con la caída de la mayoría de los regímenes dictatoriales de los países de la Europa oriental. Y por si esto fuera poco, no hay que olvidar que la creciente competencia que España venía experimentando por algunos destinos del Mediterráneo oriental y del norte de África, se vio favorecida, esos años, por una apreciación del tipo de cambio efectivo real de la peseta, incorporada desde 1989 al mecanismo de cambios del Sistema Monetario Europeo. Un pésimo panorama, pues, para el crecimiento turístico.

Cuadro II.2. España. Movimientos Turísticos en Fronteras. Entrada de Visitantes según tipología

Años	Visitantes	Turistas	Excursionistas
1995	54.408.900	34.919.575	19.489.325
1996	57.270.534	36.221.008	21.049.526
1997	62.414.977	39.552.720	22.862.257
1998	67.761.833	43.396.083	24.365.750
1999	72.060.291	46.775.869	25.284.422
2000	74.461.889	47.897.915	26.563.974

FUENTE: Instituto de Estudios Turísticos (1995-2000). Movimientos Turísticos en Fronteras

Pero, afortunadamente, a partir de 1992 comenzó una nueva etapa expansiva de nuestro turismo receptor. Los 55'3 millones que nos visitaron el año de la Olimpiada de Barcelona y de la Exposición de Sevilla, se convirtieron en 74'4 millones en el año 2000. De nuevo un espectacular ciclo expansivo: en apenas ocho años la demanda internacional creció en España nada menos que un 34'5 por ciento. Entre las causas que facilitaron esta expansión habría que destacar el exuberante ciclo expansivo experimentado desde 1991 por la economía norteamericana, el estancamiento del precio internacional del petróleo, la recuperación económica de nuestros más destacados emisores turísticos europeos tras las dificultades del periodo 1990-1993 y la pérdida de mercado que sufrieron durante los primeros años de la década de los noventa varios

de los principales competidores turísticos de España, como Turquía y Egipto, debido a atentados terroristas, o Yugoslavia, a causa de su guerra civil. También habría que responsabilizar del auge del turismo receptor a las devaluaciones de la peseta, aprobadas en 1992 y 1993, a la expansión económica vivida en España desde 1994, con una notable reducción de la inflación y una destacada modernización de las infraestructuras de transportes, así como de la sanidad, la energía y las comunicaciones, y a una creciente preocupación del sector turístico, tanto en el ámbito público como en el privado, por la calidad, la diversificación y la sostenibilidad del turismo español. En definitiva, la expansión fue factible, también, por la excelente relación calidad-precio del producto turístico español.

2. Demanda de alojamientos hoteleros

2.1. Evolución de la demanda

El análisis histórico de la evolución de la demanda de alojamientos hoteleros en Andalucía sólo es posible desde abril de 1965, cuando el Instituto Nacional de Estadística publicó su primera serie sobre el movimiento de viajeros. Por lo tanto, no contamos con información estadística para los años precedentes. No obstante, no sería nada descabellado suponer que alrededor de 1950 se inició una etapa de notable expansión de la demanda de alojamientos hoteleros andaluces merced, fundamentalmente, a la creciente y masiva llegada de visitantes procedentes del exterior atraídos por las playas de los litorales mediterráneo y atlántico y, en menor medida, por el patrimonio artístico de ciudades como Sevilla, Granada o Córdoba.

Lo que sí nos consta es que desde 1966 y hasta 1973 se vivió un periodo de intenso crecimiento. El número de viajeros se incrementó un 65'7 por ciento y el de pernoctaciones un 80'2 por ciento. En este espectacular aumento de la demanda desempeñaron un papel fundamental los ciudadanos extranjeros. Los clientes foráneos crecieron un 71'6 por ciento y sus pernoctaciones un 97'4 por ciento. La clientela nacional, también dinámica, tuvo un comportamiento algo más moderado. Los viajeros españoles y sus pernoctaciones aumentaron un 59'6 y un 58'1 por ciento, respectivamente.

Pero esta fase expansiva se frenó en 1974. Desde entonces, y hasta el final de la década, el sector hotelero atravesó por momentos muy duros. Las señales de alarma comenzaron en el bienio 1974-1975, con la primera crisis del petróleo. Es cierto que durante el mismo, y en relación al año 1973, el número de viajeros creció un 31'0 por ciento y el de pernoctaciones un 8'1 por ciento. Pero también es verdad que las estancias de clientes foráneos cayeron un 5'1 por ciento. Es evidente que el encarecimiento del oro negro, y su inmediata repercusión en el precio del transporte, afectó gravemente al mercado extranjero. En cambio, parece que no repercutió tan negativamente en el mercado nacional: los clientes españoles aumentaron un 54'5 por ciento y sus pernoctaciones un 29'4 por ciento. No hay que olvidar que el gobierno español propició una política compensatoria que trató de diferir el impacto petrolífero y ganar tiempo, empleando para ello las divisas acumuladas en los años previos y, posteriormente, amplias concesiones salariales y subvenciones al consumo de los productos energéticos encarecidos en el mercado internacional. De hecho, en plena crisis económica internacional, los salarios reales de la economía española aumentaron incluso por encima de los niveles previos al encarecimiento energético.

Cuadro II.3. Viajeros Alojados en Establecimientos Hoteleros

Años	Andalucía				Andalucía/ España	
	Españoles	Porcentaje	Extranjeros	Porcentaje	Total	Porcentaje
1966	925.202	48,8	969.163	51,2	1.894.365	16,8
1967	981.489	50,9	948.216	49,1	1.929.705	16,1
1968	1.067.271	49,6	1.082.752	50,4	2.150.023	16,8
1969	1.191.913	48,3	1.274.174	51,7	2.466.087	17,3
1970	1.191.500	45,1	1.451.137	54,9	2.642.637	17,1
1971	1.204.167	44,9	1.474.643	55,1	2.678.810	16,1
1972	1.304.907	44,9	1.603.506	55,1	2.908.413	13,1
1973	1.477.000	47,0	1.663.000	53,0	3.140.000	14,1
1974	1.889.000	52,5	1.710.000	47,5	3.599.000	14,9
1975	2.282.000	55,5	1.833.000	44,5	4.115.000	16,0
1976	2.464.473	62,6	1.473.985	37,4	3.938.458	16,3
1977	2.720.963	56,6	2.084.260	43,4	4.805.223	17,4
1978	2.428.036	51,1	2.322.034	48,9	4.750.070	17,8
1979	2.413.830	56,2	1.879.184	43,8	4.293.014	17,6
1980	2.461.624	60,6	1.597.767	39,4	4.059.391	17,6

CONTINÚA →

Cuadro II.3. Viajeros Alojados en Establecimientos Hoteleros

CONTINUACIÓN

Años	Andalucía				Andalucía/ España	
	Españoles	Porcentaje	Extranjeros	Porcentaje	Total	Porcentaje
1981	2.595.963	57,4	1.928.886	42,6	4.524.849	17,7
1982	2.535.034	55,6	2.025.823	44,4	4.560.857	17,6
1983	2.559.091	53,2	2.253.599	46,8	4.812.690	18,2
1984	2.483.184	50,1	2.469.634	49,9	4.952.818	17,6
1985	2.666.018	52,5	2.413.254	47,5	5.079.272	18,0
1986	2.849.236	53,9	2.435.062	46,1	5.284.298	17,6
1987	2.882.081	52,0	2.662.066	48,0	5.544.147	17,5
1988	3.022.699	54,9	2.481.428	45,1	5.504.127	17,2
1989	3.295.301	56,5	2.534.368	43,5	5.829.669	17,6
1990	3.462.539	61,1	2.201.055	38,9	5.663.594	17,0
1991	3.663.064	65,1	1.963.718	34,9	5.626.782	16,8
1992	3.759.640	63,8	2.131.021	36,2	5.890.661	18,5
1993	3.244.819	61,4	2.043.053	38,6	5.287.872	16,5
1994	3.688.331	58,7	2.597.591	41,3	6.285.922	17,7
1995	3.709.361	54,5	3.099.942	45,5	6.809.303	18,2
1996	3.947.525	54,5	3.296.955	45,5	7.244.480	18,7
1997	4.424.016	55,3	3.581.019	44,7	8.005.035	19,2
1998	4.974.613	55,1	4.053.181	44,9	9.027.794	19,7
1999	5.727.358	53,7	4.944.974	46,3	10.672.332	18,2
2000	5.943.520	53,2	5.224.602	46,8	11.168.122	18,9

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (1996-2000). Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro II.4. Pernoctaciones en Establecimientos Hoteleros

Años	Andalucía				Andalucía/ España	
	Españoles	Porcentaje	Extranjeros	Porcentaje	Total	Porcentaje
1966	2.695.527	43,7	3.475.663	56,3	6.171.190	12,5
1967	2.840.630	45,1	3.463.036	54,9	6.303.666	12,4
1968	3.014.942	41,2	4.309.889	58,8	7.324.831	13,2
1969	3.367.392	40,0	5.067.483	60,0	8.434.875	12,4
1970	3.453.000	37,2	5.831.833	62,8	9.284.833	11,6
1971	3.583.004	36,8	6.164.058	63,2	9.747.062	10,4
1972	3.772.641	36,7	6.503.926	63,3	10.276.567	9,8
1973	4.261.000	38,3	6.860.000	61,7	11.121.000	10,7
1974	5.083.000	44,1	6.450.000	55,9	11.533.000	11,5
1975	5.515.000	45,9	6.507.000	54,1	12.022.000	11,6
1976	5.900.259	51,0	5.670.441	49,0	11.570.700	11,7
1977	7.238.934	46,7	8.262.187	53,3	15.501.121	13,1
1978	6.335.113	39,0	9.906.836	61,0	16.241.949	13,4
1979	5.854.804	43,1	7.715.603	56,9	13.570.407	12,3
1980	6.000.250	49,1	6.211.061	50,9	12.211.311	12,6
1981	6.596.541	45,0	8.055.570	55,0	14.652.111	13,1
1982	6.347.367	41,6	8.901.634	58,4	15.249.001	13,1
1983	6.381.316	40,3	9.440.251	59,7	15.821.567	13,2
1984	6.083.730	35,8	10.913.407	64,2	16.997.137	13,2
1985	6.566.867	39,8	9.914.197	60,2	16.481.064	13,6
1986	6.409.813	37,4	10.717.223	62,6	17.127.036	13,2
1987	6.890.800	37,5	11.487.728	62,5	18.378.528	13,2
1988	7.657.880	40,9	11.061.445	59,1	18.719.325	13,6
1989	8.486.848	44,6	10.543.659	55,4	19.030.507	14,5
1990	8.998.277	52,6	8.101.976	47,4	17.100.253	14,3
1991	9.575.777	55,5	7.676.917	44,5	17.252.694	12,8
1992	10.217.955	54,9	8.396.472	45,1	18.614.427	14,1
1993	9.109.653	52,3	8.315.609	47,7	17.425.262	12,6
1994	10.274.118	48,9	10.715.904	51,1	20.990.022	13,6
1995	10.206.393	44,6	12.669.544	55,4	22.875.937	14,3
1996	10.797.021	45,2	13.081.964	54,8	23.878.985	15,1
1997	11.851.121	45,1	14.449.118	54,9	26.300.239	15,8
1998	13.177.617	45,0	16.080.180	55,0	29.257.797	16,4
1999	14.584.358	43,6	18.893.034	56,4	33.477.392	14,5
2000	15.125.962	43,8	19.403.989	56,2	34.529.951	15,2

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (1996-2000). Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro II.5. Andalucía. Movimiento Hotelero. Crecimiento Porcentual

Años	Viajeros			Pernoctaciones		
	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros	Total
1966-1973	59,6	71,6	65,7	58,1	97,4	80,2
1973-1975	54,5	10,2	31,0	29,4	-5,1	8,1
1975-1976	8,0	-19,6	-4,3	7,0	-12,8	-3,7
1976-1977	10,4	41,4	22,0	22,7	45,7	34,0
1977-1980	-9,5	-23,3	-15,5	-17,1	-24,8	-21,2
1980-1987	17,1	66,6	36,6	14,8	84,9	50,5
1987-1993	12,6	-23,2	-4,6	32,2	-27,6	-5,2
1993-1998	53,3	98,4	70,7	44,6	93,4	67,9

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (1996-2000). Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía
 Elaboración propia

En 1976, un año todavía marcado por los efectos de la crisis energética, pero también por la inestabilidad política que siguió a la muerte de Franco, se disparó la alarma. Los viajeros se redujeron un 4'3 por ciento y las pernoctaciones un 3'7 por ciento. Y de nuevo volvió a ser el mercado extranjero el responsable negativo: hubo un 19'6 por ciento menos de clientes y un 12'8 por ciento menos de estancias, registrándose tasas de crecimiento negativas en todas las provincias. En esta ocasión el mercado nacional, que volvió a crecer pero de manera más moderada que en los años 1974-1975, no pudo compensar la caída de la demanda exterior.

El mejor año de esta difícil etapa fue 1977. Gracias a la devaluación de la peseta y a una cierta recuperación económica de nuestros principales países emisores, la demanda de alojamiento hoteleros aumentó significativamente. El número de viajeros creció un 22'0 por ciento y el de pernoctaciones un 34'0 por ciento. Gracias a ello se consiguieron las cifras más altas registradas hasta entonces, tanto en cuanto a clientes como a estancias. Esto fue posible por el dinamismo de los mercados nacional y, sobre todo, internacional. La demanda nacional creció un 10'4 por ciento en cuanto a los viajeros alojados y un 22'7 por ciento por lo que respecta a las pernoctaciones. La demanda extranjera lo hizo en mayor medida: un 41'4 y un 45'7 por ciento, respectivamente.

Pero a partir de 1978 la situación volvió a complicarse. Los tres últimos años de la década fueron, sin duda alguna, los peores vividos hasta el momento por el sector hotelero andaluz. La segunda crisis del petróleo y la difícil situación por la que atravesó la economía española durante estos años, con bajo crecimiento

económico, disminución de la renta real y aumento del paro, coadyuvaban a provocar una grave reducción de la demanda. El número de viajeros se redujo durante el trienio 1978-1980 un 15'5 por ciento y el de pernoctaciones un 21'2 por ciento. Y en esta ocasión, y a diferencia de lo ocurrido durante el bienio 1974-1975, la recesión fue provocada tanto por el mercado extranjero como por el español. Por lo que respecta a los clientes de los alojamientos hoteleros, la caída fue del 9'5 por ciento en el caso de los españoles y del 23'3 por ciento en el de los extranjeros. En cuanto a las pernoctaciones las tasas negativas fueron del 17'1 y del 24'8 por ciento, respectivamente.

Y tras la tempestad, llegó de nuevo la euforia. A partir de 1981 se inició un nuevo ciclo de crecimiento que se prolongó, a pesar de algún contratiempo a mediados de la década, hasta 1987, aproximadamente. La buena situación económica internacional y el auge experimentado por la economía española propiciaron estos años de bonanza para el sector hotelero andaluz. Si comparamos los datos de 1980 con los de 1987 observamos que el número de viajeros creció un 36'6 por ciento y el de estancias un 50'5 por ciento. Y que fue una expansión propiciada fundamentalmente por la recuperación del mercado extranjero. Mientras que el mercado nacional creció un 17'1 por ciento en cuanto a viajeros alojados y un 14'8 por ciento en cuanto a pernoctaciones, el foráneo lo hizo en mayor medida: 66'6 y 84'9 por ciento, respectivamente.

Por otro lado, hay que destacar que durante estos años empezó a manifestarse un cierto cambio en la motivación de los clientes. El turista pasivo de los años sesenta y setenta, que demandaba como casi único elemento de atracción el sol y las

playas, comenzó a quedar atrás. Es cierto que al finalizar el siglo XX el clima y el mar seguían siendo los motivos fundamentales por los que los turistas visitaban Andalucía. Pero también es cierto que fue en la década de los años ochenta cuando comenzó a crecer el porcentaje de viajeros que demandaba la realización de otro tipo de actividades, distintas a las tradicionales hasta entonces. En este sentido Andalucía fue una región que intentó adaptarse a dicha tendencia y comenzó a desarrollar propuestas de turismo activo: deportivo, de incentivos, de circuitos, gastronómico, cultural, paisajístico, residencial, entre otros. No obstante no debe olvidarse tampoco que durante estos años de bonanza turística se hizo muy poco por renovar las instalaciones hoteleras más antiguas y por evitar las consecuencias negativas del desarrollo turístico sobre el medio ambiente y el urbanismo.

El único momento delicado de esta etapa llegó en 1985. Con respecto a 1984 el número de viajeros extranjeros se redujo un 2'3 por ciento y el de estancias un 9'2 por ciento. La principal causa de esta coyuntura adversa fue la grave huelga registrada en el sector minero británico. Un conflicto laboral que repercutió negativamente en el conjunto de la economía del Reino Unido, uno de nuestros principales clientes turísticos, y, por ende, en los viajes de placer de sus ciudadanos al exterior. Buena prueba de ello es la sensible reducción de la demanda británica de alojamientos hoteleros andaluces: 100.000 clientes y 860.000 estancias menos que en 1984.

Tres años después de esta crisis puntual del mercado británico comenzó una nueva dura etapa para nuestro sector hotelero. Se dilató aproximadamente hasta el año 1993, inclusive, y tuvo a la guerra del Golfo Pérsico, a una economía europea nada boyante y a una peseta sobrevalorada como principales responsables. Afectó, fundamentalmente, a la demanda extranjera. Entre 1987 y 1993 los clientes foráneos se redujeron un 23'2 por ciento y sus estancias un 27'6 por ciento. Por el contrario, la demanda doméstica mantuvo mejor el tipo. Los viajeros nacionales crecieron entre 1987 y 1992 un 30'4 por ciento y sus pernoctaciones un 48'3 por ciento. Sólo en 1993, tras los fastos de la Exposición de Sevilla y cuando la desaceleración de la economía española era ya muy intensa, se registraron tasas de variación negativas. Los viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros andaluces se redujeron un 13'7 por ciento y sus estancias un 10'8 por ciento.

El año 1994 fue el punto de partida del último ciclo expansivo del siglo XX. Durante el quinquenio 1994-1998, el único para el que contamos con información estadística homogénea, ya que en 1999 el Instituto Nacional de Estadística introdujo un cambio metodológico en sus series, la demanda de alojamientos hoteleros aumentó en Andalucía de manera sobresaliente gracias, sobre todo, a la excelente coyuntura económica internacional, a la propia expansión de nuestra economía y a las ventajas competitivas de los servicios turísticos andaluces frente a otros competidores. En este sentido merece la pena destacar el enorme esfuerzo realizado en Andalucía por aumentar su competitividad turística. Se trabajó por mejorar los productos, los alojamientos, la

promoción, el trato dispensado a los turistas, las infraestructuras, la formación de capital humano, el entorno medioambiental y los instrumentos para el análisis del sector, entre otros elementos relacionados directa o indirectamente con el fenómeno turístico.

Entre 1993 y 1998 el número de viajeros se incrementó un 70'7 por ciento y el de pernoctaciones un 67'9 por ciento, a una media anual de casi 750.000 y 2'4 millones, respectivamente. Si comparamos estos datos con los registrados en los dos ciclos expansivos precedentes se observa que la segunda mitad de la década de los noventa fue el periodo en el que la demanda de alojamientos hoteleros creció a mayor ritmo. Hay que tener en cuenta que entre 1966 y 1973 las medias anuales de crecimiento fueron de 178.000 y de 707.000, y que entre 1981 y 1987 ascendieron a 212.000 y 881.000, respectivamente. Por último, señalar que la expansión finisecular fue propiciada por el mercado doméstico, con un crecimiento del 53'3 por ciento de los clientes y del 44'6 por ciento de las estancias, y, sobre todo, por el extranjero, con unos porcentajes del 98'4 y del 93'4 por ciento, respectivamente.

En definitiva, al finalizar el siglo XX la demanda de alojamientos hoteleros andaluces se había multiplicado por cinco con respecto a la existente en el año 1966. Es indudable, pues, que a pesar de determinados momentos difíciles a los que tuvo que hacer frente, el sector hotelero andaluz experimentó a lo largo de la segunda mitad del siglo XX una considerable expansión, tanto en cuanto al número de clientes como al de sus estancias. Pero también es cierto, tal y como puede comprobarse en los cuadros II.3. y II.4., que lo ocurrido en Andalucía no fue en líneas generales muy diferente de lo acontecido en el conjunto de la nación. Buena prueba de ello es que la cuota de participación de la región andaluza en el total nacional apenas varió significativamente hasta bien entrada la década de los años noventa. Fue precisamente en la segunda mitad de dicho decenio cuando Andalucía alcanzó las cotas más altas de todo el periodo.

2.2. Distribución espacial de la demanda

En los cuadros II.6., II.7., II.8., II.9. y II.10. se ha recogido la evolución histórica del movimiento hotelero en cada una de las provincias andaluzas. Del análisis de los mismos se desprenden las siguientes conclusiones fundamentales:

a) Durante el periodo estudiado la demanda hotelera creció en todas y cada una de las provincias andaluzas. Si comparamos los datos de 1998 con los de 1966 se observa que el crecimiento fue generalizado. Eso sí, fue especialmente intenso en Almería, donde los viajeros y sus pernoctaciones se multiplicaron por 9'9 y 19'6, y en Huelva, donde lo hicieron por 8'3 y 7'7, respectivamente. Por el contrario, fue en Jaén donde la expansión de la demanda hotelera alcanzó niveles más moderados: sus clientes alojados se multiplicaron por 2'8 y sus estancias por 2'4. En el resto de las provincias el crecimiento fue bastante similar. Los viajeros se multiplicaron por 5'0 en Málaga y en Granada, por 4'7 en Sevilla, por 4'0 en Córdoba y por 3'7 en Cádiz. En cuanto a las pernoctaciones, en Málaga se multiplicaron por 4'9, en Cádiz por 3'9, en Granada por 3'7, en Sevilla por 3'4 y en Córdoba por 3'1.

Cuadro II.6. Viajeros Alojados en Establecimientos Hoteleros

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	61.821	277.377	182.111	299.147	45.479	126.144	537.711	364.575	1.894.365
1967	75.425	270.803	195.712	276.847	53.163	136.958	553.409	367.388	1.929.705
1968	94.880	302.349	223.693	294.240	55.797	144.507	673.030	361.527	2.150.023
1969	116.332	331.366	253.510	329.134	73.296	157.049	781.857	423.543	2.466.087
1970	140.030	328.216	251.437	362.845	81.829	152.673	874.137	451.470	2.642.637
1971	159.290	340.040	228.103	366.392	80.259	154.902	932.537	417.287	2.678.810
1972	183.315	344.880	260.516	407.155	93.147	152.172	1.034.689	432.539	2.908.413
1973	188.000	388.000	283.000	400.000	92.000	179.000	1.095.000	515.000	3.140.000
1974	209.000	452.000	319.000	451.000	119.000	190.000	1.265.000	594.000	3.599.000
1975	215.000	512.000	333.000	532.000	155.000	208.000	1.555.000	605.000	4.115.000
1976	256.066	503.876	316.226	473.127	149.150	214.222	1.412.327	613.464	3.938.458
1977	294.545	554.589	372.313	587.492	207.375	225.600	1.797.382	765.927	4.805.223
1978	259.768	492.350	397.867	670.708	111.799	253.800	1.751.910	811.868	4.750.070
1979	257.071	443.922	345.147	599.507	140.047	239.215	1.576.678	691.427	4.293.014
1980	332.688	440.739	322.183	567.005	119.295	252.511	1.396.771	628.199	4.059.391
1981	278.756	485.045	331.230	687.061	139.272	263.368	1.549.040	791.077	4.524.849
1982	268.849	460.511	329.641	630.510	127.043	271.658	1.675.071	797.574	4.560.857
1983	272.374	478.132	346.190	665.128	128.062	259.534	1.825.445	837.825	4.812.690
1984	282.215	433.824	372.634	750.815	143.610	254.324	1.821.712	893.684	4.952.818
1985	310.009	460.787	366.983	798.805	131.530	237.189	1.878.803	895.166	5.079.272
1986	321.140	534.077	367.095	805.083	170.699	267.519	1.928.531	890.154	5.284.298
1987	354.023	666.729	391.595	805.406	201.848	292.019	1.964.181	868.346	5.544.147
1988	361.551	714.391	399.705	840.054	230.470	268.887	1.839.772	849.297	5.504.127
1989	375.652	733.248	436.797	902.104	186.158	324.141	1.898.094	973.475	5.829.669
1990	390.940	715.786	424.071	842.402	175.102	327.116	1.797.708	990.469	5.663.594
1991	400.257	709.706	372.849	839.574	209.907	327.207	1.816.335	950.947	5.626.782
1992	410.920	693.884	453.713	886.545	296.180	264.669	1.711.024	1.173.726	5.890.661
1993	408.997	660.452	379.393	798.177	219.193	258.039	1.597.601	966.020	5.287.872
1994	475.903	743.715	457.183	999.222	249.220	283.216	1.799.572	1.277.891	6.285.922
1995	497.545	784.885	545.912	1.057.146	278.676	277.183	1.995.755	1.372.201	6.809.303
1996	507.481	873.127	594.031	1.214.518	281.904	300.924	2.072.942	1.399.553	7.244.480
1997	558.000	917.851	596.457	1.354.049	344.034	303.934	2.339.433	1.591.277	8.005.035
1998	615.251	1.023.046	729.532	1.505.666	378.320	349.619	2.702.202	1.724.158	9.027.794
1999	824.057	1.337.477	848.394	1.751.274	446.495	445.976	3.015.173	2.003.486	10.672.332
2000	803.629	1.424.191	866.409	1.743.485	465.692	496.551	3.298.649	2.069.516	11.168.122

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.7. Viajeros Alojados en Establecimientos Hoteleros. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	3,3	14,6	9,6	15,8	2,4	6,6	28,4	19,3	100
1967	3,9	14,0	10,2	14,4	2,7	7,1	28,7	19,0	100
1968	4,4	14,1	10,4	13,7	2,6	6,7	31,3	16,8	100
1969	4,7	13,4	10,3	13,3	3,0	6,4	31,7	17,2	100
1970	5,3	12,4	9,5	13,7	3,1	5,8	33,1	17,1	100
1971	5,9	12,7	8,5	13,7	3,0	5,8	34,8	15,6	100
1972	6,3	11,8	9,0	14,0	3,2	5,2	35,6	14,9	100
1973	6,0	12,4	9,0	12,7	2,9	5,7	34,9	16,4	100
1974	5,8	12,6	8,9	12,5	3,3	5,3	35,1	16,5	100
1975	5,2	12,4	8,1	12,9	3,8	5,1	37,8	14,7	100
1976	6,5	12,8	8,0	12,0	3,8	5,4	35,9	15,6	100
1977	6,1	11,6	7,8	12,2	4,3	4,7	37,4	15,9	100
1978	5,5	10,3	8,4	14,1	2,4	5,3	36,9	17,1	100
1979	6,0	10,3	8,0	14,0	3,3	5,6	36,7	16,1	100
1980	8,2	10,9	7,9	14,0	2,9	6,2	34,4	15,5	100
1981	6,2	10,7	7,3	15,2	3,1	5,8	34,2	17,5	100
1982	5,9	10,1	7,2	13,8	2,8	6,0	36,7	17,5	100
1983	5,7	9,9	7,2	13,8	2,7	5,4	37,9	17,4	100
1984	5,7	8,8	7,5	15,2	2,9	5,1	36,8	18,0	100
1985	6,1	9,1	7,2	15,7	2,6	4,7	37,0	17,6	100
1986	6,1	10,1	6,9	15,2	3,2	5,1	36,5	16,9	100
1987	6,4	12,0	7,1	14,5	3,6	5,3	35,4	15,7	100
1988	6,6	13,0	7,2	15,3	4,2	4,9	33,4	15,4	100
1989	6,4	12,6	7,5	15,5	3,2	5,5	32,6	16,7	100
1990	6,9	12,6	7,5	14,9	3,1	5,8	31,7	17,5	100
1991	7,1	12,6	6,7	14,9	3,7	5,8	32,3	16,9	100
1992	7,0	11,8	7,7	15,0	5,0	4,5	29,1	19,9	100
1993	7,7	12,5	7,2	15,1	4,1	4,9	30,2	18,3	100
1994	7,6	11,8	7,3	15,9	4,0	4,5	28,6	20,3	100
1995	7,3	11,5	8,0	15,5	4,1	4,1	29,3	20,2	100
1996	7,0	12,0	8,2	16,8	3,9	4,2	28,6	19,3	100
1997	7,0	11,4	7,5	16,9	4,3	3,8	29,2	19,9	100
1998	6,8	11,3	8,1	16,6	4,2	3,9	30,0	19,1	100
1999	7,7	12,5	7,9	16,4	4,2	4,2	28,3	18,8	100
2000	7,2	12,8	7,8	15,6	4,2	4,4	29,5	18,5	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro II.8. Pernoctaciones en Establecimientos Hoteleros

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	178.010	765.869	309.258	800.900	182.782	232.278	2.755.647	946.446	6.171.190
1967	211.716	771.809	311.706	757.410	209.318	234.273	2.842.862	964.572	6.303.666
1968	275.383	894.656	350.651	757.640	195.180	236.474	3.683.605	931.242	7.324.831
1969	329.218	984.943	395.321	871.151	254.625	262.110	4.297.234	1.040.273	8.434.875
1970	449.680	946.812	393.392	959.005	283.611	247.165	4.890.028	1.115.140	9.284.833
1971	511.394	937.226	358.719	1.004.074	267.176	262.132	5.333.002	1.073.339	9.747.062
1972	550.458	940.307	417.535	1.092.767	289.591	256.140	5.627.984	1.101.785	10.276.567
1973	572.000	1.145.000	465.000	1.091.000	321.000	310.000	6.001.000	1.216.000	11.121.000
1974	578.000	1.319.000	524.000	1.088.000	405.000	358.000	5.958.000	1.303.000	11.533.000
1975	549.000	1.299.000	505.000	1.077.000	508.000	332.000	6.569.000	1.183.000	12.022.000
1976	631.194	1.326.425	505.836	918.747	438.266	326.638	6.223.599	1.199.995	11.570.700
1977	1.085.409	1.518.360	588.955	1.175.345	824.721	351.910	8.465.827	1.490.594	15.501.121
1978	1.114.641	1.409.369	641.609	1.414.276	528.922	418.463	9.138.761	1.575.908	16.241.949
1979	1.009.833	1.186.059	546.169	1.230.770	485.858	391.567	7.401.810	1.318.341	13.570.407
1980	1.040.670	1.126.122	504.011	1.162.547	483.952	379.389	6.299.591	1.215.029	12.211.311
1981	1.202.037	1.316.576	519.628	1.316.204	627.365	396.564	7.853.000	1.420.737	14.652.111
1982	1.251.360	1.197.061	514.591	1.212.189	655.051	394.398	8.493.147	1.531.204	15.249.001
1983	1.315.355	1.246.951	533.950	1.288.763	645.819	392.452	8.900.092	1.498.185	15.821.567
1984	1.537.974	1.200.463	548.103	1.427.962	653.583	399.934	9.623.331	1.605.787	16.997.137
1985	1.528.797	1.238.512	573.383	1.443.140	689.189	375.146	9.012.603	1.620.294	16.481.064
1986	1.629.866	1.393.150	541.789	1.474.803	688.536	385.996	9.471.497	1.541.399	17.127.036
1987	1.899.986	1.662.811	558.669	1.477.638	707.947	411.121	10.107.508	1.552.848	18.378.528
1988	1.975.127	1.779.137	571.852	1.591.162	682.450	407.585	10.154.352	1.557.660	18.719.325
1989	1.966.295	1.748.059	626.901	1.677.274	669.169	494.144	10.048.825	1.799.840	19.030.507
1990	2.090.938	1.660.401	628.953	1.638.579	605.614	488.235	8.156.798	1.830.735	17.100.253
1991	1.986.658	1.618.416	573.768	1.642.886	612.631	508.289	8.575.143	1.734.903	17.252.694
1992	2.410.816	1.663.346	702.910	1.842.041	871.201	391.509	8.222.705	2.509.899	18.614.427
1993	2.460.544	1.625.504	587.165	1.703.612	896.908	373.840	7.948.696	1.828.993	17.425.262
1994	3.149.087	1.928.052	694.022	2.071.773	1.111.485	429.219	9.170.028	2.436.356	20.990.022
1995	3.325.689	2.187.040	768.738	2.132.265	1.245.034	434.063	10.134.653	2.648.455	22.875.937
1996	3.279.281	2.324.349	827.582	2.541.088	1.213.138	487.566	10.494.019	2.711.962	23.878.985
1997	3.343.235	2.679.724	825.629	2.738.556	1.345.372	474.177	11.890.931	3.002.615	26.300.239
1998	3.482.062	3.031.463	970.382	2.984.974	1.413.374	554.655	13.590.988	3.229.899	29.257.797
1999	4.024.959	4.125.956	1.136.931	3.498.719	1.621.785	697.325	14.590.615	3.781.102	33.477.392
2000	4.113.850	4.356.799	1.171.633	3.471.946	1.724.796	736.871	15.074.228	3.879.828	34.529.951

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.9. Pernotaciones en Establecimientos Hoteleros. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	2,9	12,4	5,0	13,0	3,0	3,8	44,6	15,3	100
1967	3,4	12,3	4,9	12,0	3,3	3,7	45,1	15,3	100
1968	3,8	12,2	4,8	10,3	2,7	3,2	50,3	12,7	100
1969	3,9	11,7	4,7	10,3	3,0	3,1	51,0	12,3	100
1970	4,8	10,2	4,2	10,3	3,1	2,7	52,7	12,0	100
1971	5,2	9,6	3,7	10,3	2,7	2,7	54,7	11,1	100
1972	5,4	9,1	4,1	10,6	2,8	2,5	54,8	10,7	100
1973	5,1	10,3	4,2	9,8	2,9	2,8	54,0	10,9	100
1974	5,0	11,4	4,6	9,4	3,5	3,1	51,7	11,3	100
1975	4,6	10,8	4,2	9,0	4,2	2,8	54,6	9,8	100
1976	5,4	11,5	4,4	7,9	3,8	2,8	53,8	10,4	100
1977	7,0	9,8	3,8	7,6	5,3	2,3	54,6	9,6	100
1978	6,9	8,7	3,9	8,7	3,2	2,6	56,3	9,7	100
1979	7,4	8,7	4,0	9,1	3,6	2,9	54,6	9,7	100
1980	8,5	9,2	4,1	9,5	4,0	3,1	51,6	10,0	100
1981	8,2	9,0	3,5	9,0	4,3	2,7	53,6	9,7	100
1982	8,2	7,8	3,4	8,0	4,3	2,6	55,7	10,0	100
1983	8,3	7,9	3,4	8,1	4,1	2,5	56,2	9,5	100
1984	9,0	7,1	3,2	8,4	3,9	2,4	56,6	9,4	100
1985	9,3	7,5	3,5	8,7	4,2	2,3	54,7	9,8	100
1986	9,5	8,1	3,2	8,6	4,0	2,3	55,3	9,0	100
1987	10,3	9,1	3,0	8,0	3,9	2,2	55,0	8,5	100
1988	10,6	9,5	3,1	8,5	3,6	2,2	54,2	8,3	100
1989	10,3	9,2	3,3	8,8	3,5	2,6	52,8	9,5	100
1990	12,2	9,7	3,7	9,6	3,5	2,9	47,7	10,7	100
1991	11,5	9,4	3,3	9,5	3,6	2,9	49,7	10,1	100
1992	12,9	8,9	3,8	9,9	4,7	2,1	44,3	13,4	100
1993	14,1	9,3	3,4	9,8	5,1	2,2	45,6	10,5	100
1994	15,0	9,2	3,3	9,9	5,3	2,0	43,7	11,6	100
1995	14,5	9,6	3,4	9,3	5,4	1,9	44,3	11,6	100
1996	13,7	9,7	3,5	10,6	5,1	2,0	44,0	11,4	100
1997	12,7	10,2	3,1	10,4	5,2	1,8	45,2	11,4	100
1998	11,9	10,4	3,3	10,2	4,8	1,9	46,5	11,0	100
1999	12,0	12,3	3,4	10,5	4,8	2,1	43,6	11,3	100
2000	11,9	12,6	3,4	10,1	5,0	2,1	43,7	11,2	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro II.10. Movimiento Hotelero. Crecimiento Porcentual

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Viajeros								
1966-1973	204,1	39,9	55,4	33,7	102,3	41,9	103,6	41,3
1973-1975	14,4	31,9	17,7	33,0	68,5	16,2	42,0	17,5
1975-1976	19,1	-1,6	-5,0	-11,1	-3,8	3,0	-9,2	1,4
1976-1977	15,0	10,1	17,7	24,2	39,0	5,3	27,3	24,8
1977-1980	12,9	-20,5	-13,5	-3,5	-42,5	11,9	-22,3	-18,0
1980-1987	6,4	51,3	21,5	42,0	69,2	15,6	40,6	38,2
1987-1993	15,5	-0,9	-3,1	-0,9	8,6	-11,6	-18,7	11,2
1993-1998	50,4	54,9	92,3	88,6	72,6	35,5	69,1	78,5
Pernoctaciones								
1966-1973	221,3	49,5	50,4	36,2	75,6	33,5	117,8	28,5
1973-1975	-4,0	13,4	8,6	-1,3	58,2	7,1	9,5	-2,7
1975-1976	15,0	2,1	0,1	-14,7	-13,7	-1,6	-5,2	1,4
1976-1977	72,0	14,5	16,4	27,9	88,2	7,7	36,0	24,2
1977-1980	-4,1	-25,8	-14,4	-1,1	-41,3	7,8	-25,6	-18,5
1980-1987	82,6	47,6	10,8	27,1	46,3	8,4	60,4	27,8
1987-1993	29,5	-2,2	5,1	15,3	26,7	-9,1	-21,3	17,8
1993-1998	41,5	86,5	65,3	75,2	57,6	48,4	71,0	76,6

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

b) El crecimiento del movimiento hotelero se caracterizó por una serie de fluctuaciones cíclicas:

- Entre, al menos, 1966 y 1973 la demanda hotelera registró en Andalucía un crecimiento generalizado. En todas las provincias creció el número de viajeros y el de pernoctaciones, especialmente las de los clientes foráneos. No obstante, las tasas provinciales de crecimiento no fueron homogéneas. Fueron particularmente altas en Almería, Málaga y Huelva merced a la creciente preferencia de los clientes alojados en los hoteles por la costa andaluza, y especialmente por la mediterránea.

- Durante el bienio 1974-1975, caracterizado por un aumento de la clientela y por un descenso de las estancias de los extranjeros, el número de viajeros creció en todas las provincias, haciéndolo, por encima de la media en, de nuevo, Huelva y Málaga. Las pernoctaciones, por contra, crecieron tímidamente, a excepción de en Huelva. Incluso se registraron tasas de crecimiento negativas en Almería, Granada y Sevilla

- La crisis de 1976, provocada básicamente por la pérdida del mercado extranjero, se dejó sentir en prácticamente toda la región. Salvo en Almería, donde la demanda siguió creciendo, y en Sevilla, donde se estancó, en el resto de las provincias o bien se redujo el número de clientes, o el de

pernoctaciones, o ambas cosas a la vez. Fue un momento especialmente crítico para Granada, Huelva y Málaga.

- Tras la generalizada recuperación experimentada en 1977, propiciada en gran medida por la devaluación de la peseta, llegó la primera fase verdaderamente crítica para el sector. A lo largo del cuatrienio 1977-1980 descendió de manera sensible la demanda doméstica y, sobre todo, la extranjera. El número de viajeros alojados en los establecimientos hoteleros andaluces se redujo en seis provincias y el de pernoctaciones en siete. Fue una situación especialmente grave en Huelva, Cádiz, Málaga, Sevilla y Córdoba. Por el contrario, en Granada y Almería los efectos negativos fueron muy limitados y en Jaén, inexistentes. Es probable que la enorme dependencia de la provincia jienense del turismo nacional, menos afectado negativamente durante este ciclo, facilitara que su demanda hotelera creciera tanto en términos de viajeros como de estancias.

- Durante los seis o siete primeros años de la década de los ochenta volvió a crecer de manera generalizada la demanda hotelera en Andalucía, y muy especialmente la de los clientes extranjeros. En términos de viajeros se registraron tasas de crecimiento superiores a la media regional en Huelva,

Cádiz, Granada, Málaga y Sevilla. En cuanto a las pernoctaciones, el crecimiento superó la media en Almería y Málaga y fue bastante alto en Cádiz y Huelva. Parece, pues, que durante este ciclo expansivo fue la Andalucía del interior la menos beneficiada de la creciente corriente turística, sobre todo en cuestión de estancias.

- La última coyuntura adversa del siglo, propiciada casi exclusivamente, a excepción de los malos resultados del año 1993, por una notable caída de la demanda foránea, afectó de manera muy especial a la provincia andaluza donde el peso del turismo extranjero era mayor. Málaga no fue el único destino andaluz que atravesó una situación difícil entre 1988 y 1993, pero sí fue el más perjudicado. Los clientes se redujeron un 18'7 por ciento y sus pernoctaciones un 21'3 por ciento. Por el contrario, las tasas de crecimiento de los viajeros fueron positivas en Almería, Huelva y Sevilla y las de las estancias en estas mismas tres provincias, Córdoba y Granada.

- La considerable reactivación que experimentó el movimiento hotelero a lo largo de la segunda mitad de la década de los noventa tuvo como principal protagonista al mercado extranjero. Pero no debe olvidarse el notable papel desempeñado en la misma por la clientela nacional. Gracias, pues, a una mayor demanda foránea y doméstica la demanda hotelera creció de manera sobresaliente en cada una de las provincias andaluzas. Lo hizo, no obstante, por encima de la media regional en Córdoba, Granada, Huelva y Sevilla, en cuestión de clientes, y en Cádiz, Málaga y, de nuevo, Granada y Sevilla, por lo que respecta a las estancias.

c) Este crecimiento cíclico provocó modificaciones, en líneas generales más de carácter coyuntural que estructural, en la distribución espacial de la demanda hotelera en Andalucía:

- Málaga fue en todo momento, y con mucha diferencia, el destino andaluz con mayor demanda hotelera. Sus cuotas de mercado mostraron una tendencia claramente creciente entre 1966 y 1983-1984. En el caso de los viajeros crecieron del 28'4 al 37'9 por ciento, y en el de las pernoctaciones del 44'6 al 56'6 por ciento, respectivamente. Por lo tanto, fue a comienzos de la década de los ochenta cuando el peso de Málaga dentro del sector hotelero andaluz alcanzó los valores más altos. Sin embargo, desde ese momento la tendencia fue la inversa. La grave crisis acaecida entre 1988 y 1993 afectó seriamente a la provincia, que vio como su cuota de mercado descendió paulatinamente. No obstante, al finalizar el siglo la provincia malagueña seguía absorbiendo una parte muy considerable del movimiento hotelero regional: casi el 30 por ciento de los clientes y el 44 por ciento de las estancias.

- El sector hotelero almeriense vivió una gran expansión durante el periodo estudiado. A mediados de la década de los años sesenta Almería era la octava provincia andaluza en cuanto a las pernoctaciones, con un 2'9 por ciento, y la séptima por lo que atañe al número de viajeros, con un 3'3 por ciento. Sin embargo, al finalizar el siglo, era el tercer destino en cuanto a las estancias, con el 12 por ciento, y el sexto en cuanto a los clientes, con alrededor del 7 por ciento. Almería alcanzó sus cuotas de mercado más altas en los primeros años de la década de los noventa: el 7'7 por ciento de los viajeros, en 1993, y el 15 por ciento de las estancias, en 1994.

- En Cádiz la evolución fue bastante diferente. En 1966 era la cuarta provincia con mayor demanda hotelera. Sus

cuotas de mercado ascendían al 14'6 por ciento, para los viajeros, y al 12'4 por ciento, para las pernoctaciones. Pero desde ese momento Cádiz comenzó a perder peso dentro de la región. Los peores momentos se vivieron a mediados de la década de los ochenta. En 1985 las cuotas anteriores eran ya del 9'1 y del 7'5 por ciento, respectivamente. Sin embargo, durante los últimos quince años de la centuria el mercado gaditano logró recuperarse. Y buena prueba de ello es que al finalizar el siglo XX su cuota de participación rondaba el 12 por ciento.

- Córdoba fue uno de los destinos andaluces con menor demanda hotelera, sobre todo por lo que se refiere a las estancias. Sus valores más altos en cuanto a cuota de participación los logró precisamente a comienzos del periodo. En 1968, con el 10'4 por ciento de los clientes, y en 1966, con el 5 por ciento de las pernoctaciones. Y los más bajos, en 1987, con el 7'1 y el 3 por ciento, respectivamente. Fue un destino que perdió importancia dentro de la región a lo largo de los años sesenta y setenta y que durante las dos últimas décadas del siglo logró mantener estables sus cuotas de mercado. Al finalizar la centuria éstas eran del 8 por ciento, para los viajeros, y del 3'4 por ciento, para las estancias.

- El sector hotelero granadino fue otro de los que perdieron cuota de mercado durante los años sesenta y setenta. Entre 1966 y 1977 las de estancias cayeron del 13'0 al 7'6 por ciento y las de viajeros del 15'8 al 12'2 por ciento, respectivamente. A partir de entonces se puede hablar de un cierto estancamiento a lo largo de los años ochenta y primeros noventa. Fue una etapa en la que el peso de Granada osciló entre el 8'0 y el 9'9 por ciento en cuanto a las pernoctaciones y entre el 14'0 y el 15'9 por ciento para los clientes. Pero la reactivación turística de final de siglo permitió que las cuotas de Granada superaran, por vez primera, el 16'0 por ciento para los viajeros alojados y recuperaran el 10 por ciento en cuanto a las estancias, algo que no se conseguía desde la segunda mitad de la década de los años sesenta.

- Huelva fue una provincia con unas cuotas de mercado bastante bajas. En el caso de los viajeros oscilaron entre el 2'4 y el 5'0 por ciento y en el de las pernoctaciones entre el 2'7 y el 5'4 por ciento. Su momento más positivo se vivió durante la década de los años noventa. Durante estos años su movimiento hotelero representó, aproximadamente, entre el 4 y algo más del 5 por ciento del registrado en Andalucía.

- A diferencia de Huelva, Jaén sufrió especialmente durante el último decenio del siglo. Fue entonces cuando sus cuotas de participación, bajas y con tendencia decreciente desde prácticamente la década de los sesenta, registraron sus valores más bajos. En el caso de los clientes, las cuotas de mercado, que durante la segunda mitad de la década de los sesenta rondaron entre el 6 y el 7 por ciento, cayeron a final de siglo a poco más del 4 por ciento. En cuanto a las estancias, se pasó en esas mismas fechas del 3'8 al 2'0 por ciento.

- Sevilla fue el segundo destino andaluz en cuanto a viajeros alojados. También ocupó el segundo lugar del ranking si hablamos de estancias, aunque sólo hasta finales de los ochenta, cuando fue desplazada de ese lugar por Almería. Fue una provincia que por lo que respecta a las pernoctaciones experimentó una notable pérdida de mercado desde 1966, cuando su cuota era del 15'3 por ciento, la más alta del periodo,

hasta, aproximadamente, 1988, cuando fue del 8'3 por ciento, la más baja de la segunda mitad del siglo XX. Pero desde entonces el mercado se recuperó ligeramente. Con todo, al finalizar la centuria su cuota seguía siendo inferior a la registrada durante los años sesenta, ya que rondaba el 11 por ciento. En el caso de los clientes, Sevilla alcanzó sus valores más altos al inicio y al final del periodo estudiado, cuando su cuota osciló entre el 19 y el 20 por ciento, y el más bajo en 1975, cuando fue del 14'7 por ciento.

los cuadros II.11., II.12., II.13., II.14., II.15., II.16. y II.17. En éstos se refleja que a lo largo del periodo estudiado el mercado doméstico experimentó un crecimiento ligeramente superior, fundamentalmente en cuanto al número de viajeros, y más estable, menos cíclico, que el registrado por el extranjero. También, que este crecimiento fue generalizado en toda la región, pero especialmente intenso en Almería, Huelva y Málaga, y que sólo en las provincias almeriense y malagueña el número de pernoctaciones creció más que el de clientes.

2.3. Demanda nacional

La evolución de la demanda nacional ha quedado recogida en

Cuadro II.11. Viajeros Españoles Alojados en Establecimientos Hoteleros

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	43.374	150.422	111.831	146.660	35.664	93.862	185.609	157.780	925.202
1967	53.853	151.949	119.105	150.079	41.280	104.645	195.987	164.591	981.489
1968	66.989	175.257	136.031	155.916	43.783	108.546	215.669	165.080	1.067.271
1969	80.795	189.119	147.959	168.419	54.390	117.039	232.653	201.539	1.191.913
1970	91.030	181.000	137.000	178.000	57.000	112.000	237.000	198.470	1.191.500
1971	105.182	179.762	134.065	184.023	54.662	115.444	247.439	183.590	1.204.167
1972	120.741	192.251	142.521	200.422	64.286	112.965	291.009	180.712	1.304.907
1973	125.000	237.000	157.000	215.000	66.000	139.000	309.000	229.000	1.477.000
1974	149.000	289.000	194.000	251.000	85.000	156.000	452.000	313.000	1.889.000
1975	163.000	343.000	214.000	306.000	121.000	170.000	620.000	345.000	2.282.000
1976	204.951	360.886	224.698	288.175	110.988	179.763	715.050	379.962	2.464.473
1977	218.567	378.387	246.558	336.389	151.844	193.150	755.142	440.926	2.720.963
1978	186.915	324.520	238.093	344.490	80.514	208.306	633.547	411.651	2.428.036
1979	191.596	318.599	225.130	334.164	89.021	198.462	679.149	377.709	2.413.830
1980	253.572	317.527	209.030	335.667	93.273	215.881	665.859	370.815	2.461.624
1981	211.433	355.113	213.309	379.026	108.726	222.723	633.725	471.908	2.595.963
1982	194.215	332.903	212.976	370.566	93.726	230.230	662.601	437.817	2.535.034
1983	187.553	336.621	205.626	380.783	93.626	219.679	666.161	469.042	2.559.091
1984	182.430	306.815	214.975	409.569	107.226	211.104	592.103	458.962	2.483.184
1985	207.221	317.491	215.989	421.069	97.624	198.964	722.659	485.001	2.666.018
1986	207.670	364.382	226.812	432.070	133.405	228.307	755.278	501.312	2.849.236
1987	207.203	435.498	224.959	445.312	146.522	247.934	721.489	453.164	2.882.081
1988	224.068	481.162	247.049	481.815	188.764	231.397	705.125	463.319	3.022.699
1989	252.158	501.612	269.481	519.668	156.584	278.193	772.757	544.848	3.295.301
1990	284.068	495.866	264.648	531.397	152.281	282.607	875.573	576.099	3.462.539

CONTINÚA →

Cuadro II.11. Viajeros Españoles Alojados en Establecimientos Hoteleros

CONTINUACIÓN

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1991	307.299	515.952	237.558	540.884	185.848	288.421	968.349	618.753	3.663.064
1992	296.534	485.576	285.427	581.538	252.510	226.882	866.031	765.142	3.759.640
1993	286.995	469.183	232.933	489.424	191.519	226.161	754.276	594.328	3.244.819
1994	305.847	523.053	266.391	578.157	211.731	245.536	789.931	767.685	3.688.331
1995	317.463	520.681	294.729	559.663	224.911	237.261	765.007	789.646	3.709.361
1996	332.256	572.553	313.330	659.566	236.318	262.500	800.853	770.149	3.947.525
1997	371.847	612.195	314.350	724.886	288.644	261.893	925.403	924.798	4.424.016
1998	431.111	685.387	388.755	816.852	326.093	299.302	1.043.046	984.067	4.974.613
1999	572.223	840.306	468.406	876.423	366.272	369.853	1.167.464	1.066.411	5.727.358
2000	533.114	893.275	472.824	892.607	390.254	413.935	1.297.759	1.049.752	5.943.520

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.12. Viajeros Españoles Alojados en Establecimientos Hoteleros. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	4,7	16,2	12,1	15,8	3,8	10,2	20,1	17,1	100
1967	5,5	15,5	12,1	15,3	4,2	10,7	20,0	16,7	100
1968	6,3	16,4	12,7	14,6	4,1	10,2	20,2	15,5	100
1969	6,8	15,9	12,4	14,1	4,6	9,8	19,5	16,9	100
1970	7,6	15,2	11,5	14,9	4,8	9,4	19,9	16,7	100
1971	8,7	15,0	11,1	15,4	4,5	9,6	20,5	15,2	100
1972	9,3	14,7	10,9	15,4	4,9	8,7	22,3	13,8	100
1973	8,5	16,0	10,7	14,5	4,5	9,4	20,9	15,5	100
1974	7,9	15,3	10,3	13,3	4,5	8,2	23,9	16,6	100
1975	7,1	15,0	9,4	13,4	5,3	7,4	27,2	15,2	100
1976	8,3	14,7	9,1	11,7	4,5	7,3	29,0	15,4	100
1977	8,1	13,9	9,0	12,3	5,6	7,1	27,8	16,2	100
1978	7,7	13,3	9,8	14,2	3,3	8,6	26,1	17,0	100
1979	8,0	13,2	9,3	13,8	3,7	8,2	28,1	15,7	100
1980	10,3	12,9	8,5	13,6	3,8	8,8	27,0	15,1	100
1981	8,1	13,7	8,2	14,6	4,2	8,6	24,4	18,2	100
1982	7,7	13,1	8,4	14,6	3,7	9,1	26,1	17,3	100
1983	7,3	13,2	8,0	14,9	3,7	8,6	26,0	18,3	100
1984	7,3	12,4	8,7	16,5	4,3	8,5	23,8	18,5	100
1985	7,8	11,9	8,1	15,8	3,6	7,5	27,1	18,2	100

CONTINÚA →

Cuadro II.12. Viajeros Españoles Alojados en Establecimientos Hoteleros. Porcentajes

CONTINUACIÓN

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1986	7,3	12,8	8,0	15,1	4,7	8,0	26,5	17,6	100
1987	7,2	15,1	7,8	15,5	5,1	8,6	25,0	15,7	100
1988	7,4	15,9	8,2	16,0	6,3	7,6	23,3	15,3	100
1989	7,6	15,2	8,2	15,8	4,8	8,4	23,5	16,5	100
1990	8,2	14,3	7,7	15,3	4,4	8,2	25,3	16,6	100
1991	8,4	14,1	6,5	14,7	5,1	7,9	26,4	16,9	100
1992	7,9	12,9	7,6	15,5	6,7	6,0	23,0	20,4	100
1993	8,8	14,5	7,2	15,1	5,9	7,0	23,2	18,3	100
1994	8,3	14,2	7,2	15,7	5,8	6,6	21,4	20,8	100
1995	8,5	14,0	8,0	15,1	6,1	6,4	20,6	21,3	100
1996	8,4	14,5	7,9	16,7	6,1	6,6	20,3	19,5	100
1997	8,4	13,8	7,1	16,4	6,6	5,9	20,9	20,9	100
1998	8,7	13,8	7,8	16,4	6,6	6,0	21,0	19,7	100
1999	10,0	14,6	8,2	15,3	6,4	6,5	20,4	18,6	100
2000	9,0	15,0	7,9	15,0	6,6	7,0	21,8	17,7	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.13. Pernoctaciones de Españoles en Establecimientos Hoteleros

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	133.314	461.629	205.672	432.713	149.660	196.682	664.917	450.940	2.695.527
1967	143.390	502.217	208.396	459.101	167.011	198.586	694.357	467.572	2.840.630
1968	184.076	555.506	223.389	446.299	169.222	196.751	771.026	468.673	3.014.942
1969	224.224	583.713	241.289	508.459	198.280	219.613	849.331	542.483	3.367.392
1970	274.000	559.000	224.000	547.000	230.000	203.000	870.000	546.000	3.453.000
1971	315.877	541.939	225.984	575.287	209.947	217.307	957.232	539.431	3.583.004
1972	334.463	561.881	247.033	644.614	224.991	214.468	1.042.652	502.539	3.772.641
1973	336.000	745.000	276.000	678.000	268.000	265.000	1.122.000	571.000	4.261.000
1974	390.000	857.000	343.000	699.000	300.000	307.000	1.482.000	705.000	5.083.000
1975	406.000	893.000	350.000	720.000	414.000	287.000	1.737.000	708.000	5.515.000
1976	514.509	929.046	383.401	632.206	348.905	288.171	2.024.979	779.042	5.900.259
1977	697.206	994.678	413.799	728.274	548.191	308.784	2.666.416	881.586	7.238.934
1978	713.477	870.723	445.443	849.466	308.699	368.732	1.943.858	834.715	6.335.113
1979	571.111	823.643	398.348	777.716	290.611	346.757	1.910.535	736.083	5.854.804
1980	675.964	843.161	365.849	775.470	303.771	340.364	1.968.287	727.384	6.000.250

CONTINÚA →

Cuadro II.13. Pernoctaciones de Españoles en Establecimientos Hoteleros

CONTINUACIÓN

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1981	756.473	948.650	372.687	832.033	434.737	352.120	2.056.359	843.482	6.596.541
1982	675.559	855.037	368.366	818.375	363.169	349.225	2.048.211	869.425	6.347.367
1983	628.240	849.337	360.207	837.645	378.323	348.351	2.101.505	877.708	6.381.316
1984	644.083	821.595	353.856	895.281	356.616	350.324	1.801.268	860.707	6.083.730
1985	680.570	813.942	378.914	844.426	363.463	333.180	2.242.980	909.392	6.566.867
1986	661.353	902.570	364.399	884.364	421.917	342.531	1.930.921	901.758	6.409.813
1987	691.641	1.016.172	362.497	896.837	456.768	359.705	2.272.210	834.970	6.890.800
1988	757.630	1.150.595	391.495	1.008.871	545.267	363.118	2.551.371	889.533	7.657.880
1989	874.083	1.131.024	430.763	1.068.480	454.164	438.346	3.047.781	1.042.207	8.486.848
1990	1.157.558	1.144.509	437.947	1.146.802	473.627	435.045	3.113.720	1.089.069	8.998.277
1991	1.240.098	1.161.087	408.412	1.149.973	499.432	461.318	3.539.076	1.116.381	9.575.777
1992	1.280.645	1.134.360	472.119	1.318.046	750.965	344.514	3.265.648	1.651.658	10.217.955
1993	1.311.179	1.142.906	392.543	1.185.512	724.174	334.170	2.889.847	1.129.322	9.109.653
1994	1.396.199	1.283.122	449.009	1.328.588	840.575	384.819	3.122.930	1.468.876	10.274.118
1995	1.423.619	1.274.379	465.097	1.247.311	862.432	385.690	3.008.251	1.539.614	10.206.393
1996	1.476.531	1.376.212	491.350	1.520.579	876.681	439.617	3.129.358	1.486.693	10.797.021
1997	1.509.043	1.536.873	487.472	1.621.711	964.497	422.072	3.580.348	1.729.105	11.851.121
1998	1.723.531	1.745.489	568.871	1.755.916	1.113.786	489.549	3.969.077	1.811.398	13.177.617
1999	1.927.837	2.165.788	671.640	1.891.823	1.166.612	586.132	4.229.656	1.944.870	14.584.358
2000	1.869.228	2.357.272	687.829	1.925.573	1.245.264	620.316	4.501.807	1.918.673	15.125.962

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.14. Pernoctaciones de Españoles en Establecimientos Hoteleros. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	4,9	17,1	7,6	16,1	5,6	7,3	24,7	16,7	100
1967	5,0	17,7	7,3	16,2	5,9	7,0	24,4	16,5	100
1968	6,1	18,4	7,4	14,8	5,6	6,5	25,6	15,6	100
1969	6,7	17,3	7,2	15,1	5,9	6,5	25,2	16,1	100
1970	7,9	16,2	6,5	15,8	6,7	5,9	25,2	15,8	100
1971	8,8	15,1	6,3	16,0	5,9	6,1	26,7	15,1	100
1972	8,9	14,9	6,5	17,1	6,0	5,7	27,6	13,3	100
1973	7,9	17,5	6,5	15,9	6,3	6,2	26,3	13,4	100
1974	7,7	16,9	6,7	13,8	5,9	6,0	29,1	13,9	100
1975	7,3	16,2	6,3	13,1	7,5	5,2	31,5	12,9	100
1976	8,7	15,8	6,5	10,7	5,9	4,9	34,3	13,2	100
1977	9,6	13,7	5,7	10,0	7,6	4,3	36,9	12,2	100
1978	11,3	13,7	7,0	13,4	4,9	5,8	30,7	13,2	100
1979	9,7	14,1	6,8	13,3	5,0	5,9	32,6	12,6	100
1980	11,3	14,0	6,1	12,9	5,1	5,7	32,8	12,1	100
1981	11,5	14,4	5,6	12,6	6,6	5,3	31,2	12,8	100
1982	10,6	13,5	5,8	12,9	5,7	5,5	32,3	13,7	100
1983	9,9	13,3	5,7	13,1	5,9	5,4	32,9	13,8	100
1984	10,6	13,5	5,8	14,7	5,9	5,7	29,6	14,2	100
1985	10,4	12,4	5,8	12,8	5,5	5,1	34,2	13,8	100
1986	10,3	14,1	5,7	13,8	6,6	5,3	30,1	14,1	100
1987	10,0	14,8	5,3	13,0	6,6	5,2	33,0	12,1	100
1988	9,9	15,0	5,1	13,2	7,1	4,8	33,3	11,6	100
1989	10,3	13,3	5,1	12,6	5,3	5,2	35,9	12,3	100
1990	12,9	12,7	4,9	12,7	5,3	4,8	34,6	12,1	100
1991	12,9	12,1	4,3	12,0	5,2	4,8	37,0	11,7	100
1992	12,5	11,0	4,6	12,8	7,3	3,4	32,3	16,1	100
1993	14,4	12,5	4,3	13,0	8,0	3,7	31,7	12,4	100
1994	13,6	12,5	4,4	12,9	8,2	3,7	30,4	14,3	100
1995	14,0	12,5	4,5	12,2	8,4	3,8	29,5	15,1	100
1996	13,7	12,7	4,5	14,1	8,1	4,1	29,0	13,8	100
1997	12,7	13,0	4,1	13,7	8,1	3,6	30,2	14,6	100
1998	13,1	13,3	4,3	13,3	8,5	3,7	30,1	13,7	100
1999	13,2	14,9	4,6	13,0	8,0	4,0	29,0	13,3	100
2000	12,4	15,6	4,5	12,7	8,2	4,1	29,8	12,7	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.15. Movimiento Hotelero de Españoles. Crecimiento Porcentual

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Viajeros								
1966-1973	188,2	57,5	40,4	46,6	85,1	48,1	66,5	45,1
1973-1975	30,4	44,7	36,3	42,3	83,3	22,3	100,6	50,6
1975-1976	25,7	5,2	5,0	-5,8	-8,3	5,7	15,3	10,1
1976-1977	6,6	4,8	9,7	16,7	36,8	7,4	5,6	16,0
1977-1980	16,0	-16,1	-15,2	-0,2	-38,6	11,8	-11,8	-15,9
1980-1987	-18,3	37,1	7,6	32,7	57,1	14,8	8,3	22,2
1987-1993	38,5	7,7	3,5	9,9	30,7	-8,8	4,5	31,1
1993-1998	50,2	46,1	66,9	66,9	70,3	32,3	38,3	65,6
Pernoctaciones								
1966-1973	152,0	61,4	34,2	56,7	79,1	34,7	68,7	26,6
1973-1975	20,8	19,9	26,8	6,2	54,5	8,3	54,8	24,0
1975-1976	26,7	4,0	9,5	-12,2	-15,7	0,4	16,6	10,0
1976-1977	35,5	7,1	7,9	15,2	57,1	7,1	31,7	13,2
1977-1980	-3,0	-15,2	-11,6	6,5	-44,6	10,2	-26,2	-17,5
1980-1987	2,3	20,5	-0,9	15,6	50,4	5,7	15,4	14,8
1987-1993	89,6	12,5	8,3	32,2	58,5	-7,1	27,2	35,2
1993-1998	31,4	52,7	44,9	48,1	53,8	46,5	37,3	60,4

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.16. Porcentaje de Viajeros Españoles sobre el Total de Viajeros Alojados en los Establecimientos Hoteleros de cada Provincia

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1966	70,2	54,2	61,4	49,0	78,4	74,4	34,5	43,3
1970	65,0	55,1	54,5	49,1	69,7	73,4	27,1	44,0
1973	66,5	61,1	55,5	53,7	71,7	77,7	28,2	44,5
1975	75,8	67,0	64,3	57,5	78,1	81,7	39,9	57,0
1980	76,2	72,0	64,9	59,2	78,2	85,5	47,7	59,0
1985	66,8	68,9	58,9	52,7	74,2	83,9	38,5	54,2
1989	67,1	68,4	61,7	57,6	84,1	85,8	40,7	56,0
1990	72,7	69,3	62,4	63,1	87,0	86,4	48,7	58,2
1993	70,2	71,0	61,4	61,3	87,4	87,6	47,2	61,5
1995	63,8	66,3	54,0	52,9	80,7	85,6	38,3	57,5
2000	66,3	62,7	54,6	51,2	83,8	83,4	39,3	50,7

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.17. Porcentaje de Pernoctaciones de Españoles sobre el Total de Pernoctaciones en los Establecimientos Hoteleros de cada Provincia

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1966	74,9	60,3	66,5	54,0	81,9	84,7	24,1	47,6
1970	60,9	59,0	56,9	57,0	81,1	82,1	17,8	49,0
1973	58,7	65,1	59,4	62,1	83,5	85,5	18,7	47,0
1975	73,9	68,7	69,3	66,9	81,5	86,4	26,4	59,8
1980	65,0	74,9	72,6	66,7	62,8	89,7	31,2	59,9
1985	44,5	65,7	66,1	58,5	52,7	88,8	24,9	56,1
1989	44,5	64,7	68,7	63,7	67,9	88,7	30,3	57,9
1990	55,4	68,9	69,6	70,0	78,2	89,1	38,2	59,5
1993	53,3	70,3	66,9	69,6	80,7	89,4	36,4	61,7
1995	42,8	58,3	60,5	58,5	69,3	88,9	29,7	58,1
2000	45,4	54,1	58,7	55,5	72,2	84,2	29,9	49,5

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

a) Entre 1966 y 1998 el número de viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros andaluces se multiplicó por 5'4 y el de sus estancias por 4'9. Las provincias con mayor dinamismo fueron Almería y Huelva. En la primera los clientes se multiplicaron por 9'9 y las pernoctaciones por 12'9, mientras que en la segunda lo hicieron por 9'1 y por 7'4, respectivamente. En Málaga, Sevilla y Granada el crecimiento fue bastante parejo. Los viajeros se multiplicaron por 5'6, 6'2 y 5'5, y las estancias por 5'9, 4'0 y 4'0, respectivamente. Por último, la expansión fue algo menor en Cádiz, Córdoba y Jaén. En estas tres provincias los clientes se multiplicaron por 4'5, 3'5 y 3'2, y sus pernoctaciones por 3'8, 2'8 y 2'5, respectivamente.

b) El crecimiento de la demanda hotelera nacional fue bastante más estable que el de la extranjera. Es cierto, como veremos ahora, que hubo momentos más o menos dinámicos, pero sólo hubo una etapa, los tres o cuatro últimos años de la década de los setenta, que pudiera ser calificada como crítica en el ámbito regional.

- Desde 1966 y hasta 1975 la demanda doméstica no dejó de crecer en Andalucía. Los viajeros se multiplicaron por 2'5 y las pernoctaciones por 2'0. Fue una expansión generalizada en toda la región, pero, sobre todo, en buena parte del litoral, siendo Almería, Huelva y Málaga los destinos más favorecidos. Sus clientes se multiplicaron por 3'7, 3'4 y 3'3, y sus estancias por 3'0, 2'8 y 2'6, respectivamente.

- En 1976 sólo hubo dos provincias, Granada y Huelva, en las que cayó la demanda nacional. En el resto, por tanto, continuó la expansión. Especialmente en Almería y Málaga,

donde las pernoctaciones crecieron un 26'7 y un 16'6 por ciento, respectivamente.

- Tras el excelente año 1977, muy dinámico de nuevo en Almería, Huelva y Málaga, llegó la coyuntura más adversa en cuanto al mercado doméstico. Durante el trienio 1978-1980, la demanda hotelera nacional cayó en Cádiz, Córdoba, Huelva, Málaga y Sevilla. En Almería continuó creciendo el número de viajeros pero descendió el de estancias. Y en Granada, al revés. Sólo en Jaén las tasas de crecimiento fueron positivas.

- A lo largo de la década de los años ochenta, y a excepción de algunos momentos delicados, especialmente al final de la misma, volvió la alegría al sector hotelero andaluz. Entre 1981 y 1991 la demanda doméstica mostró una tendencia, en líneas generales, claramente creciente. El mercado nacional se multiplicó por 1'4. En cuestión de viajeros los destinos que crecieron por encima de la media regional fueron Huelva, Almería, Cádiz y Málaga. Y por lo que se refiere a las estancias, sólo las provincias onubense y malagueña. Es evidente que el litoral andaluz fue el más beneficiado durante este período.

- El bienio 1992-1993, y sobre todo este último año, fue la última etapa complicada del siglo por lo que atañe a la demanda nacional. A lo largo del mismo, y con respecto al año 1991, el número de viajeros se redujo en Andalucía un 11'4 por ciento y el de pernoctaciones un 4'9 por ciento. Las dificultades se dejaron notar en todos los destinos, a excepción de en Huelva, y fueron especialmente graves en Jaén y Málaga, donde los clientes cayeron un 21'6 y un 22'1 por ciento y las

estancias un 27'6 y un 18'3 por ciento, respectivamente. En Almería, Granada y Sevilla se redujo el número de viajeros pero creció ligeramente el de pernoctaciones.

- La segunda mitad del decenio de los años noventa fue muy positiva por lo que respecta al mercado doméstico. En todas y cada una de las provincias la demanda nacional creció a un buen ritmo. Pero parece que en este caso fue el interior de Andalucía la zona más dinámica, especialmente las provincias de Sevilla, Granada y Córdoba. No obstante, también fue notable la expansión registrada en Huelva y Cádiz. Por el contrario, Málaga y Almería fueron los destinos donde las estancias crecieron menos.

c) La distribución espacial de la demanda hotelera nacional experimentó algunos cambios en Andalucía a lo largo de la segunda mitad del siglo XX:

- La provincia andaluza con mayor movimiento hotelero doméstico fue, tanto en términos absolutos como relativos, Málaga. Sus cuotas de mercado oscilaron entre el 19'5 y el 29'0 por ciento en cuanto a viajeros y entre el 24'4 y el 37'0 por ciento por lo que respecta a las pernoctaciones. Fue un destino que consiguió sus cuotas de participación más elevadas durante los años setenta y ochenta y que terminó la centuria con un peso dentro del sector similar, en el caso de los clientes, y algo superior, en el de las estancias, al logrado en la segunda mitad de la década de los años sesenta.

- Almería fue un destino con una importante ganancia relativa, especialmente en cuestión de pernoctaciones. En 1966 era la octava provincia en cuanto a las estancias, con un 4'9 por ciento, y la séptima en cuanto a los viajeros, con un 4'7 por ciento. Sin embargo, al finalizar el siglo XX sus cuotas de mercado rondaban el 13'0 y el 9'0 por ciento, respectivamente.

- En Cádiz la evolución fue bastante distinta. Tanto en términos de clientes como de pernoctaciones, Cádiz perdió cuota de mercado. En el primer caso la cuota de participación, que era del 16'2 por ciento en 1966, no dejó de caer hasta 1985, cuando fue del 11'9 por ciento. Después se recuperó y osciló entre el 14 y el 15 por ciento durante la segunda mitad de la década de los años noventa. En cuanto a las estancias, la pérdida de mercado fue todavía mayor. Desde el año 1968, cuando la cuota fue del 18'4, la tendencia fue decreciente hasta los primeros años del último decenio del siglo, momento en que rondó el 12 por ciento. A partir de 1995 se invirtió la tendencia y Cádiz terminó la centuria con una cuota cercana al 15 por ciento.

- Córdoba fue otra de las provincias que perdieron importancia relativa a lo largo del periodo estudiado. A mediados de la década de los sesenta las cuotas de mercado del destino cordobés eran de algo más del 12 por ciento en cuanto a los clientes y entre el 7'0 y el 7'5 por ciento para las pernoctaciones. Pero desde ese momento el movimiento hotelero creció en Córdoba a menor ritmo que en otras provincias andaluzas. Como consecuencia de ello finalizó el siglo con unas cuotas próximas al 8 y al 4 por ciento, respectivamente.

- En el periodo comprendido entre 1966 y 1976-77 Granada perdió posiciones dentro del movimiento hotelero andaluz. En el caso de los viajeros la cuota pasó del 15'8 al 11'7 y en el de las estancias del 16'1 al 10'0 por ciento,

respectivamente. Posteriormente, durante las dos últimas décadas del siglo, las variables se recuperaron, sobre todo en cuestión de clientes. Al finalizar la centuria Granada contaba con una cuotas de mercado de entre el 15 y el 16 por ciento de los clientes y del 13 por ciento de las estancias.

- Huelva fue una de las provincias que experimentó un mayor crecimiento de su movimiento hotelero. Sus cuotas de mercado, de las más bajas de la región, fueron especialmente altas durante la década de los años noventa, cuando superaron ligeramente el 6 y el 8 por ciento para los clientes y sus estancias, respectivamente. Es decir, alrededor de 2 puntos por encima de los valores registrados a mediados de la década de los años sesenta.

- Jaén fue uno de los destinos menos dinámicos de la región. Sus cuotas de mercado, que en 1966 ascendieron al 10'2 de los viajeros y al 7'3 por ciento de las estancias, prácticamente no dejaron de caer a lo largo de todo el periodo analizado. Cuando terminó el siglo dichas cuotas rondaban el 6 y el 4 por ciento, respectivamente.

- Sevilla fue un destino que ganó cuota de mercado en cuestión de clientes. Sus valores más altos los consiguió en la segunda mitad de la última década del siglo, cuando se movieron entre el 17 y el 21 por ciento. Por el contrario, no ocurrió lo mismo por lo que respecta a las pernoctaciones. Al finalizar la centuria su cuota oscilaba entre el 13 y el 14 por ciento, mientras que a mediados de la década de los años sesenta lo había hecho entre el 15 y el 16 por ciento.

d) Durante la segunda mitad del siglo XX el peso de la demanda nacional en el movimiento hotelero de cada provincia no fue, naturalmente, idéntico. Como se muestra en los cuadros II.16. y II.17., en Almería, Cádiz, Córdoba, Granada y, muy especialmente, Huelva y Jaén, el número de clientes españoles superó generalmente al de extranjeros. Sin embargo, en Sevilla esto solo ocurrió a partir de 1974. Y en Málaga, solamente en dos años. La provincia costasoleña fue la única de Andalucía donde siempre se alojaron más clientes foráneos que domésticos, a excepción de los años 1991 y 1992. En cuanto a las pernoctaciones, Málaga fue de nuevo el único destino andaluz donde el mercado extranjero superó siempre al español. En Sevilla sólo lo hizo durante los años 1966, 1967, 1970, 1972 y 2000, y en Almería en 13 de los últimos 18 años del siglo. Pero en el resto de las provincias las estancias domésticas fueron año tras año superiores a las foráneas.

2.4. Demanda internacional

Durante la segunda mitad del siglo XX el movimiento hotelero internacional creció en Andalucía de manera muy similar, especialmente en cuestión de estancias, a como lo hizo el nacional. No obstante, el primero estuvo sometido a más fluctuaciones cíclicas que este último. Por otro lado, y aquí hay que resaltar de nuevo las similitudes de comportamiento de ambos mercados, la expansión fue generalizada en todas las provincias y fundamentalmente importante en Almería, muy superior a las de los demás destinos, Huelva y Málaga. Por el contrario, en Jaén el crecimiento de la demanda internacional fue muy reducido.

Cuadro II.18. Viajeros Extranjeros Alojados en Establecimientos Hoteleros

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	18.447	126.955	70.280	152.487	9.815	32.282	352.102	206.795	969.163
1967	21.572	118.854	76.607	126.768	11.883	32.313	357.422	202.797	948.216
1968	27.891	127.092	87.662	138.324	12.014	35.961	457.361	196.447	1.082.752
1969	35.537	142.247	105.551	160.715	18.906	40.010	549.204	222.004	1.274.174
1970	49.000	147.216	114.437	184.845	24.829	40.673	637.137	253.000	1.451.137
1971	54.108	160.278	94.038	182.369	25.597	39.458	685.098	233.697	1.474.643
1972	62.574	152.629	117.995	206.733	28.861	39.207	743.680	251.827	1.603.506
1973	63.000	151.000	126.000	185.000	26.000	40.000	786.000	286.000	1.663.000
1974	60.000	163.000	125.000	200.000	34.000	34.000	813.000	281.000	1.710.000
1975	52.000	169.000	119.000	226.000	34.000	38.000	935.000	260.000	1.833.000
1976	51.115	142.990	91.528	184.952	38.162	34.459	697.277	233.502	1.473.985
1977	75.978	176.202	125.755	251.103	55.531	32.450	1.042.240	325.001	2.084.260
1978	72.853	167.830	159.774	326.218	31.285	45.494	1.118.363	400.217	2.322.034
1979	65.475	125.323	120.017	265.343	51.026	40.753	897.529	313.718	1.879.184
1980	79.116	123.212	113.153	231.338	26.022	36.630	730.912	257.384	1.597.767
1981	67.323	129.932	117.921	308.035	30.546	40.645	915.315	319.169	1.928.886
1982	74.634	127.608	116.665	259.944	33.317	41.428	1.012.470	359.757	2.025.823
1983	84.821	141.511	140.564	284.345	34.436	39.855	1.159.284	368.783	2.253.599
1984	99.785	127.009	157.659	341.246	36.384	43.220	1.229.609	434.722	2.469.634
1985	102.788	143.296	150.994	377.736	33.906	38.225	1.156.144	410.165	2.413.254
1986	113.470	169.695	140.283	373.013	37.294	39.212	1.173.253	388.842	2.435.062
1987	146.820	231.231	166.636	360.094	55.326	44.085	1.242.692	415.182	2.662.066
1988	137.483	233.229	152.656	358.239	41.706	37.490	1.134.647	385.978	2.481.428
1989	123.494	231.636	167.316	382.436	29.574	45.948	1.125.337	428.627	2.534.368
1990	106.872	219.920	159.423	311.005	22.821	44.509	922.135	414.370	2.201.055
1991	92.958	193.754	135.291	298.690	24.059	38.786	847.986	332.194	1.963.718
1992	114.386	208.308	168.286	305.007	43.670	37.787	844.993	408.584	2.131.021
1993	122.002	191.269	146.460	308.753	27.674	31.878	843.325	371.692	2.043.053
1994	170.056	220.662	190.792	421.065	37.489	37.680	1.009.641	510.206	2.597.591
1995	180.082	264.204	251.183	497.483	53.765	39.922	1.230.748	582.555	3.099.942
1996	175.225	300.574	280.701	554.952	45.586	38.424	1.272.089	629.404	3.296.955
1997	186.153	305.656	282.107	629.163	55.390	42.041	1.414.030	666.479	3.581.019
1998	184.140	337.659	340.777	688.814	52.227	50.317	1.659.156	740.091	4.053.181
1999	251.834	497.171	379.988	874.851	80.223	76.123	1.847.709	937.075	4.944.974
2000	270.515	530.916	393.585	850.878	75.438	82.616	2.000.890	1.019.764	5.224.602

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.19. Viajeros Extranjeros Alojados en Establecimientos Hoteleros. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	1,9	13,1	7,2	15,8	1,0	3,3	36,3	21,4	100
1967	2,3	12,5	8,1	13,4	1,2	3,4	37,7	21,4	100
1968	2,6	11,8	8,1	12,8	1,1	3,3	42,2	18,1	100
1969	2,8	11,2	8,3	12,6	1,5	3,1	43,1	17,4	100
1970	3,4	10,1	7,9	12,8	1,7	2,8	43,9	17,4	100
1971	3,7	10,8	6,4	12,3	1,8	2,7	46,4	15,9	100
1972	3,9	9,5	7,4	12,9	1,8	2,4	46,4	15,7	100
1973	3,8	9,2	7,6	11,1	1,6	2,4	47,1	17,2	100
1974	3,5	9,5	7,3	11,7	2,0	2,0	47,6	16,4	100
1975	2,9	9,2	6,5	12,3	1,9	2,1	51,0	14,1	100
1976	3,4	9,7	6,2	12,6	2,6	2,3	47,3	15,9	100
1977	3,7	8,5	6,0	12,0	2,6	1,6	50,0	15,6	100
1978	3,2	7,2	6,9	14,0	1,3	2,0	48,2	17,2	100
1979	3,5	6,6	6,4	14,2	2,7	2,2	47,8	16,6	100
1980	4,9	7,7	7,1	14,5	1,6	2,3	45,8	16,1	100
1981	3,5	6,7	6,1	16,0	1,6	2,1	47,4	16,6	100
1982	3,7	6,3	5,8	12,8	1,6	2,1	49,9	17,8	100
1983	3,8	6,2	6,2	12,6	1,5	1,8	51,5	16,4	100
1984	4,0	5,2	6,4	13,8	1,5	1,7	49,8	17,6	100
1985	4,3	5,9	6,2	15,7	1,4	1,6	47,9	17,0	100
1986	4,6	7,0	5,8	15,3	1,5	1,6	48,2	16,0	100
1987	5,5	8,7	6,3	13,5	2,1	1,6	46,7	15,6	100
1988	5,5	9,4	6,2	14,4	1,7	1,5	45,7	15,6	100
1989	4,9	9,2	6,6	15,1	1,1	1,8	44,4	16,9	100
1990	4,9	10,0	7,2	14,1	1,0	2,0	41,9	18,9	100
1991	4,7	9,9	6,9	15,2	1,2	2,0	43,2	16,9	100
1992	5,3	9,8	7,9	14,3	2,1	1,8	39,6	19,2	100
1993	5,9	9,4	7,1	15,1	1,4	1,6	41,3	18,2	100
1994	6,5	8,5	7,4	16,2	1,4	1,5	38,9	19,6	100
1995	5,8	8,5	8,1	16,0	1,8	1,3	39,7	18,8	100
1996	5,3	9,1	8,5	16,8	1,4	1,2	38,6	19,1	100
1997	5,2	8,5	7,9	17,6	1,5	1,2	39,5	18,6	100
1998	4,5	8,3	8,4	17,0	1,3	1,2	40,9	18,4	100
1999	5,1	10,1	7,7	17,7	1,6	1,5	37,4	18,9	100
2000	5,2	10,2	7,5	16,3	1,4	1,6	38,3	19,5	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.20. Pernoctaciones de Extranjeros en Establecimientos Hoteleros

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	44.696	304.240	103.586	368.187	33.122	35.596	2.090.730	495.506	3.475.663
1967	68.326	269.592	103.310	298.309	42.307	35.687	2.148.505	497.000	3.463.036
1968	91.307	339.150	127.262	311.341	25.958	39.723	2.912.579	462.569	4.309.889
1969	104.994	401.230	154.032	362.692	56.345	42.497	3.447.903	497.790	5.067.483
1970	175.680	387.812	169.392	412.005	53.611	44.165	4.020.028	569.140	5.831.833
1971	195.517	395.287	132.735	428.787	57.229	44.825	4.375.770	533.908	6.164.058
1972	215.995	378.426	170.502	448.153	64.600	41.672	4.585.332	599.246	6.503.926
1973	236.000	400.000	189.000	413.000	53.000	45.000	4.879.000	645.000	6.860.000
1974	188.000	462.000	181.000	389.000	105.000	51.000	4.476.000	598.000	6.450.000
1975	143.000	406.000	155.000	357.000	94.000	45.000	4.832.000	475.000	6.507.000
1976	116.685	397.379	122.435	286.541	89.361	38.467	4.198.620	420.953	5.670.441
1977	388.203	523.682	175.156	447.071	276.530	43.126	5.799.411	609.008	8.262.187
1978	401.164	538.646	196.166	564.810	220.223	49.731	7.194.903	741.193	9.906.836
1979	438.722	362.416	147.821	453.054	195.247	44.810	5.491.275	582.258	7.715.603
1980	364.706	282.961	138.162	387.077	180.181	39.025	4.331.304	487.645	6.211.061
1981	445.564	367.926	146.941	484.171	192.628	44.444	5.796.641	577.255	8.055.570
1982	575.801	342.024	146.225	393.814	291.882	45.173	6.444.936	661.779	8.901.634
1983	687.115	397.614	173.743	451.118	267.496	44.101	6.798.587	620.477	9.440.251
1984	893.891	378.868	194.247	532.681	296.967	49.610	7.822.063	745.080	10.913.407
1985	848.227	424.570	194.469	598.714	325.726	41.966	6.769.623	710.902	9.914.197
1986	968.513	490.580	177.390	590.439	266.619	43.465	7.540.576	639.641	10.717.223
1987	1.208.345	646.639	196.172	580.801	251.179	51.416	7.835.298	717.878	11.487.728
1988	1.217.497	628.542	180.357	582.291	137.183	44.467	7.602.981	668.127	11.061.445
1989	1.092.212	617.035	196.138	608.794	215.005	55.798	7.001.044	757.633	10.543.659
1990	933.380	515.892	191.006	491.777	131.987	53.190	5.043.078	741.666	8.101.976
1991	746.560	457.329	165.356	492.913	113.199	46.971	5.036.067	618.522	7.676.917
1992	1.130.171	528.986	230.791	523.995	120.236	46.995	4.957.057	858.241	8.396.472
1993	1.149.365	482.598	194.622	518.100	172.734	39.670	5.058.849	699.671	8.315.609
1994	1.752.888	644.930	245.013	743.185	270.910	44.400	6.047.098	967.480	10.715.904
1995	1.902.070	912.661	303.641	884.954	382.602	48.373	7.126.402	1.108.841	12.669.544
1996	1.802.750	948.137	336.232	1.020.509	336.457	47.949	7.364.661	1.225.269	13.081.964
1997	1.834.192	1.142.851	338.157	1.116.845	380.875	52.105	8.310.583	1.273.510	14.449.118
1998	1.758.531	1.285.974	401.511	1.229.058	299.588	65.106	9.621.911	1.418.501	16.080.180
1999	2.097.122	1.960.168	465.291	1.606.896	455.173	111.193	10.360.959	1.836.232	18.893.034
2000	2.244.622	1.999.527	483.804	1.546.373	479.532	116.555	10.572.421	1.961.155	19.403.989

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro II.21. Pernoctaciones de Extranjeros en Establecimientos Hoteleros. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	1,3	8,8	3,0	10,6	1,0	1,0	60,1	14,2	100
1967	2,0	7,8	3,0	8,6	1,2	1,0	62,1	14,3	100
1968	2,1	7,9	3,0	7,2	0,6	0,9	67,6	10,7	100
1969	2,1	7,9	3,0	7,2	1,1	0,8	68,1	9,8	100
1970	3,0	6,7	2,9	7,1	0,9	0,7	68,9	9,8	100
1971	3,2	6,4	2,1	7,0	0,9	0,7	71,0	8,7	100
1972	3,3	5,8	2,6	6,9	1,0	0,7	70,5	9,2	100
1973	3,4	5,8	2,8	6,0	0,8	0,7	71,1	9,4	100
1974	2,9	7,2	2,8	6,0	1,6	0,8	69,4	9,3	100
1975	2,2	6,2	2,4	5,5	1,4	0,7	74,3	7,3	100
1976	2,1	7,0	2,2	5,0	1,6	0,7	74,0	7,4	100
1977	4,7	6,3	2,1	5,4	3,4	0,5	70,2	7,4	100
1978	4,0	5,4	2,0	5,7	2,2	0,5	72,7	7,5	100
1979	5,7	4,7	1,9	5,9	2,5	0,6	71,2	7,5	100
1980	5,9	4,6	2,2	6,2	2,9	0,6	69,7	7,9	100
1981	5,5	4,6	1,8	6,0	2,4	0,6	71,9	7,2	100
1982	6,5	3,8	1,7	4,4	3,3	0,5	72,4	7,4	100
1983	7,3	4,2	1,8	4,8	2,8	0,5	72,0	6,6	100
1984	8,2	3,5	1,8	4,9	2,7	0,4	71,7	6,8	100
1985	8,5	4,3	2,0	6,0	3,3	0,4	68,3	7,2	100
1986	9,0	4,6	1,6	5,5	2,5	0,4	70,4	6,0	100
1987	10,5	5,6	1,7	5,1	2,2	0,4	68,2	6,3	100
1988	11,0	5,7	1,6	5,3	1,2	0,4	68,8	6,0	100
1989	10,4	5,8	1,9	5,8	2,0	0,5	66,4	7,2	100
1990	11,5	6,4	2,3	6,1	1,6	0,6	62,3	9,2	100
1991	9,7	6,0	2,1	6,4	1,5	0,6	65,6	8,1	100
1992	13,5	6,3	2,8	6,2	1,4	0,6	59,0	10,2	100
1993	13,8	5,8	2,4	6,2	2,1	0,5	60,8	8,4	100
1994	16,4	6,0	2,3	6,9	2,5	0,4	56,5	9,0	100
1995	15,0	7,2	2,4	7,0	3,0	0,4	56,2	8,8	100
1996	13,8	7,2	2,6	7,8	2,5	0,4	56,3	9,4	100
1997	12,7	7,9	2,4	7,7	2,6	0,4	57,5	8,8	100
1998	10,9	8,0	2,5	7,7	1,9	0,4	59,8	8,8	100
1999	11,1	10,4	2,5	8,5	2,4	0,6	54,8	9,7	100
2000	11,5	10,3	2,5	8,0	2,5	0,6	54,5	10,1	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro II.22. Movimiento Hotelero de Extranjeros. Crecimiento Porcentual

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Viajeros								
1966-1973	241,5	18,9	79,3	21,3	164,9	23,9	123,2	38,3
1973-1975	-17,5	11,9	-5,5	22,2	30,8	-5,0	18,9	-9,1
1975-1976	-1,7	-15,4	-23,1	-18,2	12,2	-9,3	-25,4	-10,2
1976-1977	48,6	23,2	37,4	35,8	45,5	-5,8	49,5	39,2
1977-1980	4,1	-30,1	-10,0	-7,9	-53,1	12,9	-29,9	-20,8
1980-1987	85,6	87,7	47,3	55,6	112,6	20,3	70,0	61,3
1987-1993	-16,9	-17,3	-12,1	-14,3	-50,0	-27,7	-32,1	-10,5
1993-1998	50,9	76,5	132,7	123,1	88,7	57,8	96,7	99,1
Pernoctaciones								
1966-1973	428,0	31,5	82,4	12,2	60,0	26,4	133,4	30,2
1973-1975	-39,4	1,5	-18,0	-13,5	77,3	0,0	-0,9	-26,3
1975-1976	-18,4	-2,1	-21,0	-19,7	-4,9	-14,5	-13,1	-11,4
1976-1977	232,7	31,8	43,1	56,0	209,4	12,1	38,1	44,7
1977-1980	-6,1	-46,0	-21,1	-13,4	-34,8	-9,5	-25,3	-19,9
1980-1987	231,3	128,5	42,0	50,0	39,4	31,7	80,9	47,2
1987-1993	-4,9	-25,4	-0,8	-10,8	-31,2	-22,8	-35,4	-2,5
1993-1998	53,0	166,5	106,3	137,2	73,4	64,1	90,2	102,7

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro II.23. Andalucía. Movimiento Hotelero. Principales Mercados Extranjeros. Porcentajes

Años	Alemania	Benelux	Bélgica	Holanda	Francia	Italia	Reino Unido	Portugal	U.S.A. y Canadá	U.S.A.	Japón
Viajeros											
1975	13,2	8,4			12,7	..	16,1	..	23,1		..
1980	13,2	8,4			17,4	..	13,7	..	15,8		..
1985	12,5	6,1			12,1	..	18,7	..	21,0		..
1990	12,3		2,7	2,2	14,4	9,5	18,8	2,7		12,6	6,1
1995	16,8		4,5	3,7	12,6	9,8	17,7	2,7		9,1	5,8
2000	18,6		3,6	3,9	10,2	6,5	17,0	3,1		9,5	6,2
Pernoctaciones											
1975	17,6	12,3			8,2	..	23,1	..	19,9		..
1980	18,4	14,3			16,4	..	20,5	..	9,7		..
1985	18,1	9,7			8,6	..	32,1	..	12,1		..
1990	15,8		4,2	3,0	11,2	6,4	34,0	1,3		7,4	2,2
1995	20,4		7,9	5,0	9,6	6,5	30,1	1,5		4,4	1,9
2000	24,8		6,2	3,8	7,5	4,6	25,6	2,1		5,7	2,0

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1975). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1980-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1995-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

.. Datos no disponibles

a) Como puede observarse en los cuadros II.18., II.19., II.20. y II.21., entre 1966 y 1998 el número de viajeros extranjeros alojados en los establecimientos hoteleros andaluces se multiplicó por 4'2. Las provincias más dinámicas fueron Almería, Huelva, Córdoba, Málaga y Granada, donde los clientes se multiplicaron por 10'0, 5'3, 4'8, 4'7 y 4'5, respectivamente. Por el contrario, los destinos que crecieron a menor ritmo fueron Sevilla, Cádiz y Jaén, ya que sus viajeros se multiplicaron por 3'6, 2'6 y 1'5, respectivamente. Por lo que respecta a las estancias, las provincias que crecieron por encima de la media fueron Almería, Huelva y Málaga, donde se multiplicaron por 39'3, 9'0 y 4'6, respectivamente. En Cádiz, Córdoba, Granada, Sevilla y Jaén las pernoctaciones se multiplicaron por 4'2, 3'9, 3'3, 2'9 y 1'8, respectivamente.

b) El crecimiento de la demanda internacional fue más inestable que el de la doméstica. A lo largo del periodo estudiado se registraron las siguientes fluctuaciones cíclicas:

- Entre 1966 y 1973 la demanda internacional creció en todas las provincias andaluzas. No obstante, los destinos más favorecidos por la clientela extranjera fueron Málaga, Huelva y, sobre todo, Almería. En el resto de la región el crecimiento fue considerable pero muy inferior al registrado en las tres provincias citadas.

- Durante el bienio 1974-1975 saltó la señal de alarma en el sector. Solo Huelva y Cádiz continuaron con tasas de crecimiento positivas. El número de viajeros se redujo en Almería, Córdoba, Jaén y Sevilla, y el de pernoctaciones en estas mismas provincias además de en Granada y Málaga.

- En 1976 la crisis fue generalizada en toda la región. Hubo pérdida de clientes en siete provincias. Y de pernoctaciones, en las ocho. No obstante, la crisis se dejó sentir con mayor intensidad en Córdoba, Granada, Málaga y, en cuestión de estancias, en Almería.

- La notable recuperación de la demanda internacional en 1977, gracias fundamentalmente a la devaluación de la peseta, dio paso a un periodo bastante crítico. Entre este último año y 1980 el movimiento hotelero extranjero se redujo en Andalucía entre un 23 y un 25 por ciento. Fueron unos años muy complicados para todos los destinos andaluces. Todos ellos vieron reducidas las estancias y sólo Almería y Jaén no perdieron clientes. Fue, pues, una crisis generalizada y especialmente grave en Cádiz, Huelva y Málaga.

- De la expansión experimentada entre 1981 y 1987 se beneficiaron todos los destinos andaluces. Tras la crisis, las tasas de crecimiento positivas volvieron a cada una de las provincias. No obstante, parece que la demanda internacional tuvo una especial predilección por el litoral andaluz. Buena prueba de ello es que los destinos que experimentaron un mayor crecimiento fueron Almería, Cádiz, Málaga y Huelva.

- Si la bonanza de la primera mitad de los años ochenta fue generalizada en toda Andalucía, también lo fue la crisis que se vivió a lo largo del periodo 1988-1993. Durante el mismo el movimiento hotelero internacional cayó en todos y cada uno de los destinos andaluces. No obstante, en este caso fueron algunas provincias del interior, como Sevilla, Córdoba y Granada, las menos afectadas negativamente.

- La demanda internacional volvió a crecer de nuevo, y de manera sobresaliente, a lo largo de la segunda mitad de la década de los años noventa. Fue ésta una etapa de

considerable expansión en la que en todos los destinos creció el número de clientes foráneos y el de sus estancias. Las provincias donde el movimiento hotelero internacional superó la media regional fueron Córdoba, Granada, Sevilla y, sólo en cuanto a las pernoctaciones, Cádiz. Parece, pues, que durante los años noventa se produjo en Andalucía una tímida reorientación de la demanda extranjera hacia algunos destinos, especialmente del interior de la región, que habían perdido cuota de mercado durante los años setenta y ochenta.

c) La distribución espacial de la demanda internacional fue en Andalucía bastante desigual. Además, experimentó algunas modificaciones a lo largo del periodo estudiado:

- Málaga fue el destino andaluz con mayores cuotas de mercado extranjero. A mediados de los años sesenta eran ya del 36'3 para los viajeros y del 60'1 por ciento para las estancias. Un peso verdaderamente alto que, además, no dejó de crecer hasta mediados de los años setenta, alcanzando en 1975 el 51'0 y el 74'3 por ciento, respectivamente. Se inició entonces una etapa de cierto estancamiento que se prolongó hasta aproximadamente 1983 y en la que la cuota de clientes osciló entre el 51'5 y el 45'8 por ciento y la pernoctaciones entre el 74'0 y el 69'7 por ciento. Pero a partir de 1984, y especialmente durante el decenio posterior, Málaga perdió peso dentro de la región. A pesar de ello, en 1998 sus cuotas de mercado seguían siendo muy altas y similares a las que ostentaba en 1966: 40'9 de los viajeros y 59'8 por ciento de las estancias.

- Como ya se señaló anteriormente, Almería fue el destino andaluz con mayor crecimiento del movimiento hotelero extranjero a lo largo del periodo. Por lo tanto, el sector hotelero almeriense mejoró sensiblemente sus cuotas de mercado. Entre 1966 y 1994, la correspondiente a los clientes creció del 1'9 al 6'5 por ciento y la de las pernoctaciones del 1'3 al 16'4 por ciento. Sin embargo, durante el último lustro del siglo ambas cuotas se redujeron ligeramente.

- Cádiz fue un destino que perdió cuota de mercado durante los años sesenta, setenta y primeros ochenta. Entre 1966 y 1984 la cuota de los viajeros cayó del 13'1 al 5'2 por ciento y la de las estancias del 8'8 al 3'5 por ciento. Pero tras tocar fondo, Cádiz volvió a recuperarse. Aunque, eso sí, tímidamente. En 1998 su peso rondaba el 8 por ciento, un valor similar al registrado en los años sesenta en cuestión de pernoctaciones pero todavía casi cinco puntos porcentuales inferior por lo que respecta a los viajeros.

- La provincia cordobesa apenas experimentó cambios significativos en sus reducidas cuotas de mercado. La de viajeros osciló entre el 5'8 y el 8'5 y la de estancias entre el 1'6 y el 3'0 por ciento. Los momentos más delicados los vivió este destino a lo largo de la década de los años ochenta. Entonces su peso apenas superó el 6 por ciento en el caso de los clientes y no llegó al 2'0 por ciento en el de las pernoctaciones.

- Al igual que Cádiz, Granada perdió importancia a lo largo de los años sesenta, setenta y primeros ochenta. En 1966 sus cuotas de mercado eran del 15'8 por ciento de los viajeros y del 10'6 por ciento de las estancias. Sin embargo, en 1983 sólo ascendían al 12'6 y al 4'8 por ciento, respectivamente. Pero, tal y como también ocurrió en Cádiz, desde ese momento Granada consiguió recuperar sus cuotas de mercado. Al finalizar el siglo rondaban el 17'0 por ciento en el caso de los clientes, el valor más alto de todo el periodo, y el 8'0 por ciento en la de las pernoctaciones.

- Huelva fue un destino con unas cuotas de mercado muy reducidas y bastante estables a lo largo del tiempo. Por lo que respecta a los viajeros oscilaron entre el 1'0 y el 2'7 por ciento. Y en cuanto a las pernoctaciones, entre el 0'6 y el 3'4 por ciento.

- Jaén fue el destino menos favorecido por el crecimiento del movimiento hotelero internacional, perdiendo cuota de mercado a lo largo del periodo estudiado. Entre 1966 y 1998 la de clientes pasó del 3'3 al 1'2 por ciento y la de estancias del 1'0 al 0'4 por ciento.

- Sevilla fue el segundo destino andaluz con mayor movimiento hotelero internacional. En cuestión de viajeros su cuota de mercado osciló entre 21'4 y el 14,1 por ciento, alcanzando sus valores más altos a mediados de los años sesenta y durante la década de los noventa. En cuanto a las estancias, el intervalo fue bastante superior. Entre 1966 y 1988 la cuota sevillana no dejó de caer, pasando del 14'2 al 6'0 por ciento, respectivamente. Posteriormente, durante el último decenio del siglo, aquella se recuperó y terminó la centuria oscilando entre el 9'0 y el 10'0 por ciento.

d) La demanda hotelera internacional se caracterizó en Andalucía, como en el resto de España, por una excesiva concentración en cuanto a sus países de origen. Las tres grandes naciones emisoras de los clientes de los establecimientos

hoteleros andaluces fueron, como se muestra en el Cuadro II.23., Reino Unido, Alemania y Francia. Sus cuotas conjuntas de mercado estuvieron generalmente cerca del 50 por ciento de los viajeros y entre el 50 y el 60 por ciento de las pernoctaciones. Por lo tanto, durante el último cuarto del siglo pasado el movimiento hotelero internacional en Andalucía fue muy dependiente de un reducido número de países europeos.

2.5. Estancia media

En el Cuadro II.24 se recoge, tanto para España como para Andalucía, la evolución durante la segunda mitad del siglo XX de la estancia media de los clientes españoles y extranjeros en los establecimientos hoteleros. Se observa, por un lado, que en ambos ámbitos territoriales los viajeros foráneos pernoctaron generalmente más días que los españoles. También, que la estancia media fue en Andalucía ligeramente inferior a la media nacional. Y, por último, que esto obedeció a que los clientes extranjeros alojados en los establecimientos hoteleros andaluces pernoctaron algo menos de lo que lo hicieron a nivel nacional. La estancia media de los extranjeros en Andalucía osciló entre 3 y 4 días, mientras que en el conjunto del país lo hizo entre 5 y casi 7 días.

Cuadro II.24. Estancia Media en Establecimientos Hoteleros. Número de Días

Años	España			Andalucía		
	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros	Total
1966	3,4	5,2	4,3	2,9	3,6	3,3
1970	3,6	6,5	5,2	2,9	4,0	3,5
1975	2,7	5,5	4,0	2,4	3,5	2,9
1980	2,7	6,3	4,2	2,4	3,9	3,0
1985	2,7	6,3	4,3	2,5	4,1	3,2
1990	2,6	5,3	3,6	2,6	3,7	3,0
1995	2,7	6,2	4,3	2,7	4,1	3,4
2000	2,6	5,3	3,8	2,5	3,7	3,1

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (1996-2000). Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro II.25. Estancia Media en Establecimientos Hoteleros. Número de Días

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Total viajeros								
1966	2,9	2,8	1,7	2,7	4,0	1,8	5,1	2,6
1970	3,2	2,9	1,6	2,6	3,5	1,6	5,6	2,5
1975	2,6	2,5	1,5	2,0	3,3	1,6	4,2	1,9
1980	3,1	2,5	1,6	2,0	4,1	1,5	4,5	1,9
1985	4,9	2,7	1,6	1,8	5,2	1,6	4,8	1,8
1990	5,3	2,3	1,5	1,9	3,5	1,5	4,5	1,8
1995	6,7	2,8	1,4	2,0	4,5	1,6	5,1	1,9
2000	5,1	3,1	1,3	2,0	3,7	1,5	4,6	1,9
Viajeros españoles								
1966	3,1	3,1	1,8	2,9	4,2	2,1	3,6	2,9
1970	3,0	3,1	1,6	3,1	4,0	1,8	3,7	2,7
1975	2,5	2,6	1,6	2,3	3,4	1,7	2,8	2,1
1980	2,7	2,7	1,7	2,3	3,3	1,6	2,9	2,0
1985	3,3	2,6	1,7	2,0	3,7	1,7	3,1	1,9
1990	4,1	2,3	1,6	2,2	3,1	1,5	3,6	1,9
1995	4,5	2,4	1,6	2,2	3,8	1,6	3,9	1,9
2000	3,5	2,6	1,5	2,2	3,2	1,5	3,5	1,8
Viajeros extranjeros								
1966	2,4	2,4	1,5	2,4	3,4	1,1	5,9	2,4
1970	3,6	2,6	1,5	2,2	2,2	1,1	6,3	2,2
1975	2,7	2,4	1,3	1,6	2,8	1,2	5,2	1,8
1980	4,6	2,3	1,2	1,7	6,9	1,1	5,9	1,9
1985	8,2	3	1,3	1,6	9,6	1,1	5,9	1,7
1990	8,7	2,3	1,2	1,6	5,8	1,2	5,5	1,8
1995	10,6	3,4	1,2	1,8	7,1	1,2	5,8	1,9
2000	8,3	3,8	1,2	1,8	6,4	1,4	5,3	1,9

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1990). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto de Estadística de Andalucía (1991-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Por otro lado, en el Cuadro II.25. se demuestra que los destinos andaluces con una mayor estancia media fueron Málaga, Almería y Huelva, mientras que Jaén, Córdoba y Sevilla fueron las provincias donde los clientes pernctaron menos tiempo. Parece, pues, que el viajero que acudió a las zonas litorales permaneció más tiempo en los establecimientos hoteleros que el que eligió el interior de la región. Se observa asimismo en el cuadro que Málaga, Almería y Huelva fueron los únicos destinos donde la estancia media de los viajeros extranjeros superó generalmente a la de los españoles. En el resto ocurrió lo contrario o bien ambas estancias fueron muy similares.

3. Demanda de acampamentos

3.1. Evolución de la demanda

Los establecimientos hoteleros no fueron los únicos demandados por los viajeros españoles y extranjeros durante

la segunda mitad del siglo XX. La demanda de campamentos también vivió una época dorada en Andalucía a lo largo de dicho periodo. Entre los años 1966 y 2000 sus clientes se multiplicaron por 9'3 y las estancias por 8'4. Fue una expansión algo superior a la experimentada por el sector hotelero, que se fraguó, fundamentalmente, durante las dos últimas décadas de la centuria y en la que los mercados doméstico e internacional tuvieron un comportamiento bastante dispar en cuanto a la intensidad del crecimiento, al menos hasta los primeros años de la década de los noventa. Buena prueba de ello es que las cuotas del mercado español, que en 1966 eran del 7'1 por ciento de los viajeros y del 9'1 por ciento de las estancias, alcanzaban en 1993 el 71'1 y el 73'7 por ciento, respectivamente.

Cuadro II.26. Viajeros Alojados en Acampamentos

Años	Andalucía				Total	Andalucía/ España
	Españoles	Porcentaje	Extranjeros	Porcentaje		
1966	6.619	7,1	86.213	92,9	92.832	14,4
1967	6.830	7,6	83.063	92,4	89.893	14,9
1968	10.157	11,3	79.567	88,7	89.724	14,8
1969	9.801	10,8	81.143	89,2	90.944	14,1
1970	12.065	9,9	109.611	90,1	121.676	16,7
1971	10.679	10,3	93.178	89,7	103.857	16,2
1972	12.745	11,3	100.484	88,7	113.229	15,2
1973	15.816	13,2	103.975	86,8	119.791	13,8
1974	19.000	17,1	92.000	82,9	111.000	14,3
1975	24.243	21,0	91.392	79,0	115.635	14,4
1976	26.006	28,6	65.078	71,4	91.084	16,7
1977	38.999	29,3	94.248	70,7	133.247	13,9
1978	64.005	34,9	119.143	65,1	183.148	16,9
1979	59.655	40,8	86.657	59,2	146.312	15,5
1980	71.565	44,1	90.835	55,9	162.400	15,8
1981	74.603	41,8	103.962	58,2	178.565	16,3
1982	97.813	46,0	115.040	54,0	212.853	17,4
1983	119.184	50,3	117.486	49,7	236.670	16,8
1984	143.192	54,8	118.133	45,2	261.325	19,5
1985	148.839	57,5	110.122	42,5	258.961	17,9
1986	188.779	56,1	147.534	43,9	336.313	21,3
1987	236.861	64,3	131.419	35,7	368.280	20,5
1988	171.939	57,4	127.387	42,6	299.326	18,9
1989	182.335	59,9	121.985	40,1	304.320	15,5
1990	248.194	67,8	117.818	32,2	366.012	17,5
1991	311.212	68,4	143.499	31,6	454.711	18,0
1992	448.126	71,0	183.292	29,0	631.418	24,9
1993	464.813	71,1	189.230	28,9	654.043	16,7
1994	450.428	70,4	189.586	29,6	640.014	16,7
1995	470.454	69,4	207.282	30,6	677.736	16,4
1996	480.041	70,2	204.071	29,8	684.112	16,1
1997	460.551	69,6	201.043	30,4	661.594	16,9
1998	482.753	69,6	211.240	30,4	693.993	15,9
1999	532.348	68,5	245.181	31,5	777.529	14,9
2000	589.367	68,4	271.665	31,6	861.032	15,4

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1993-1998). Movimiento de viajeros en acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1999-2000). Encuesta de ocupación en acampamentos turísticos
 Elaboración propia

Cuadro II.27. Pernoctaciones en Acampamentos

Años	Andalucía				Total	Andalucía/ España
	Españoles	Porcentaje	Extranjeros	Porcentaje		
1966	34.081	9,1	342.123	90,9	376.204	9,2
1967	27.030	7,8	318.206	92,2	345.236	9,2
1968	50.359	14,5	296.607	85,5	346.966	8,8
1969	56.260	15,0	319.259	85,0	375.519	8,3
1970	70.903	14,8	408.485	85,2	479.388	9,6
1971	53.467	13,0	358.616	87,0	412.083	9,3
1972	57.043	12,8	389.880	87,2	446.923	8,4
1973	77.573	15,8	413.375	84,2	490.948	7,5
1974	98.000	20,4	383.000	79,6	481.000	8,4
1975	124.699	23,4	407.989	76,6	532.688	8,4
1976	142.163	33,3	284.647	66,7	426.810	9,8
1977	208.709	33,8	409.206	66,2	617.915	8,8
1978	354.950	39,7	538.440	60,3	893.390	10,6
1979	313.071	45,4	375.727	54,6	688.798	9,7
1980	407.894	51,0	391.506	49,0	799.400	10,9
1981	374.605	47,7	411.031	52,3	785.636	10,0
1982	492.277	50,6	481.028	49,4	973.305	10,7
1983	566.447	53,7	488.492	46,3	1.054.939	11,9
1984	604.868	56,8	459.674	43,2	1.064.542	12,4
1985	641.263	57,8	467.959	42,2	1.109.222	12,2
1986	789.446	57,3	587.286	42,7	1.376.732	14,4
1987	842.335	60,7	546.338	39,3	1.388.673	12,6
1988	752.073	59,7	507.131	40,3	1.259.204	12,1
1989	817.691	60,0	544.186	40,0	1.361.877	10,6
1990	1.059.712	70,4	444.428	29,6	1.504.140	11,1
1991	1.257.897	69,6	548.703	30,4	1.806.600	11,4
1992	1.764.449	73,3	642.114	26,7	2.406.563	15,5
1993	1.645.627	73,7	588.058	26,3	2.233.685	11,8
1994	1.639.860	73,6	589.056	26,4	2.228.916	11,0
1995	1.513.233	68,7	688.082	31,3	2.201.315	10,6
1996	1.510.245	69,0	677.024	31,0	2.187.269	10,8
1997	1.534.695	67,5	739.323	32,5	2.274.018	11,2
1998	1.610.349	66,0	830.682	34,0	2.441.031	11,0
1999	1.669.722	60,9	1.073.796	39,1	2.743.518	10,6
2000	1.859.713	58,8	1.303.405	41,2	3.163.118	11,3

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos

Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos

Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos

Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos

Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos

Instituto Nacional de Estadística (1993-1998). Movimiento de viajeros en acampamentos

Instituto Nacional de Estadística (1999-2000). Encuesta de ocupación en acampamentos turísticos

Elaboración propia

A mediados de los años sesenta los acampamentos era unos establecimientos demandados casi exclusivamente por ciudadanos extranjeros. En 1966 el mercado extranjero representaba el 92'9 por ciento de los viajeros alojados y el 90'9 por ciento de las pernoctaciones. Pero desde ese momento la situación comenzó a cambiar significativamente. A lo largo del resto del decenio la demanda de acampamentos mostró en Andalucía, como en el conjunto de España, un cierto estancamiento. Entre 1966 y 1969 los clientes se redujeron un 2 por ciento y las estancias un 0'2 por ciento. Sin embargo, la evolución de la demanda nacional y foránea fue muy diferente. Los viajeros domésticos crecieron un 48'1 por ciento y sus pernoctaciones un 65'1 por ciento, mientras que el mercado extranjero cayó un 5'9 y un 6'7 por ciento, respectivamente.

A este periodo de estancamiento le siguió otro de crecimiento. Durante los años setenta la demanda de acampamentos creció significativamente en Andalucía. Y lo hizo a un ritmo no muy diferente del registrado en el ámbito estatal. Buena prueba de ello es, por un lado, que en 1980 el número de viajeros alojados en los acampamentos andaluces y el de sus pernoctaciones superaron a los registrados en 1970 en un 33'5 y en un 66'7 por ciento, respectivamente, y, por otro, que las cuotas de participación de Andalucía en el total nacional, que al inicio del decenio superaban ligeramente el 16 por ciento en el caso de los clientes y el 9 por ciento en el de las estancias, eran al final del mismo del 15'8 y de casi el 11 por ciento, respectivamente.

Fue ésta una etapa en la que sólo hubo cuatro años con tasas de variación negativas: 1971, 1974, 1976 y 1979, y en la que de nuevo las evoluciones de los mercados nacional y extranjero fueron poco coincidentes. Los clientes españoles se incrementaron un 493'2 por ciento y sus estancias un 475'3 por ciento. En cambio, la demanda externa alternó momentos de auge, como el cosechado en los años 1977 y 1978 merced, fundamentalmente, a la devaluación de la peseta, con otros de crisis. Los dos momentos más difíciles por lo que respecta a la demanda extranjera fueron el trienio 1974-1976 y el año 1979. Durante el primero, muy condicionado por la denominada primera crisis del petróleo, los viajeros extranjeros disminuyeron un 37'4 por ciento y sus pernoctaciones un 31'1 por ciento en relación a las cifras de 1973. En 1979, punto de partida de una nueva crisis económica internacional provocada por el encarecimiento del oro negro, la reducción fue del 27'2 y del 30'2 por ciento, respectivamente, en relación a 1978.

Afortunadamente, tras este mal año se inició una nueva etapa expansiva. A lo largo de los años ochenta el crecimiento de la demanda de acampamentos fue prácticamente continuo en Andalucía. Sólo el año 1988 puede ser catalogado como negativo. Durante el mismo, y comparación con el año precedente, el número de clientes se redujo un 18'7 por ciento y el de pernoctaciones un 9'3 por ciento. Además, fue un año en el que se resintieron los dos mercados. Pero dejando al margen esta coyuntura adversa, lo cierto es que los años ochenta fueron en conjunto bastante positivos para el sector. Sin compararnos las cifras de 1990 con las de 1980 se observa que en Andalucía los viajeros que optaron por utilizar los acampamentos crecieron un 125'4 por ciento y sus estancias un 88'2 por ciento y que este crecimiento permitió a la región ganar cuota de mercado a nivel nacional, al menos hasta 1988. En este sentido hay que señalar que los valores más altos se

registraron en el periodo 1986-1987, cuando oscilaron entre el 20'5 y el 21'3 por ciento en el caso de los clientes y entre el 12'6 y el 14'4 por ciento en el de las pernoctaciones. Por el contrario, la cuota de mercado más baja se consiguió en 1989, al ser del 15'5 y del 10'6 por ciento, respectivamente. Es decir, Andalucía finalizó la década con un peso muy similar al del inicio de la misma.

Por mercados, de nuevo fue mucho más dinámico el doméstico. Entre 1980 y 1990 los clientes españoles crecieron un 246'8 por ciento y sus estancias un 159'8 por ciento. Por el contrario, el crecimiento del mercado foráneo apenas fue del 29'7 y del 13'5 por ciento, respectivamente. Esto obedeció, fundamentalmente, a que desde 1986 este mercado vivió una etapa claramente depresiva, con tasas de variación anual negativas a partir del año 1987. Por otro lado, el diferente ritmo de expansión de los mercados nacional y extranjero provocó que, entre 1980 y 1990, las cuotas de mercado del primero crecieran del 44'1 al 67'8 por ciento en el caso de los viajeros y del 51'0 al 70'4 por ciento en el de las pernoctaciones.

En cuanto a la última década del siglo, también puede ser catalogada como positiva para el sector de acampamentos. Durante la misma el número de viajeros creció en Andalucía un 135'2 por ciento y el de estancias un 110'3 por ciento. En cuanto a los primeros, la expansión fue prácticamente continua a excepción de los años 1994 y 1997. En el caso de las pernoctaciones, los años más dinámicos fueron los tres primeros y los tres últimos del decenio. Por el contrario, a lo largo del cuatrienio 1993-1997 aquellas se mantuvieron estancadas en unas cifras inferiores a las registradas en el año de la Expo de Sevilla aunque, eso sí, superiores a las de los primeros años noventa.

Esta expansión de final de siglo fue en Andalucía muy similar a la vivida en el conjunto de España en materia de pernoctaciones pero algo inferior en cuanto a los viajeros, de ahí que, en el primer caso, la cuota de mercado andaluza se mantuviera estancada alrededor del 11 por ciento y, en el segundo, cayera del 18'0 al 15'4 por ciento. Por otro lado, hay que señalar que durante esta etapa el comportamiento de los mercados nacional e internacional no fue tan dispar como en anteriores ocasiones. La comparación de los datos de 1990 y 2000 refleja que los viajeros nacionales crecieron un 137'5 por ciento y los extranjeros un 130'6 por ciento. Una expansión, pues, muy similar que no alteró las cuotas de mercado. Pero no ocurrió lo mismo con las estancias, sobre todo durante la segunda mitad del decenio. Mientras que las de los clientes españoles crecieron un 75'5 por ciento, las de los foráneos lo hicieron en un 193'3 por ciento. Gracias a ello, gracias en definitiva una mayor estancia media, el mercado internacional recuperó cuota de mercado. Si a comienzos de los noventa se aproximaba al 30 por ciento, a finales de los mismos superaba ya el 41 por ciento.

Por último, hay que señalar que gracias a la expansión registrada a lo largo de la segunda mitad del siglo XX el sector de acampamentos pudo disminuir, eso sí, ligeramente, las notables diferencias existentes con respecto a los establecimientos hoteleros en términos de demanda. Es cierto que hasta finales de la década de los años setenta el sector hotelero creció en mayor medida que los acampamentos, tanto en cuanto a viajeros alojados como a pernoctaciones. Sin embargo, a partir de 1980 se cambiaron las tornas. El sector de

acampamentos fue más dinámico, especialmente hasta mediados de la década de los noventa. Esto permitió que al finalizar la centuria las disparidades entre ambos sectores, todavía muy grandes, fueran algo menores que veinte años antes. Por ejemplo, del total de pernoctaciones realizadas en establecimientos hoteleros y acampamentos en 1975, el 42 por ciento correspondió a este último tipo de alojamiento. Sin embargo, en los años 1990 y 2000 dicho porcentaje ascendió al 81 y al 84, respectivamente.

3.2. Distribución espacial de la demanda

En los cuadros II.28., II.29., II.30. y II.31. se recoge la evolución de la distribución espacial de la demanda de acampamentos en Andalucía entre 1966 y 1992, el único periodo para los que

se disponen de datos provinciales. En los mismos se observa que en términos absolutos dicha demanda creció en todas los destinos andaluces a lo largo de la etapa estudiada. Y, también, que a consecuencia de los diferentes ritmos de expansión se produjeron algunas modificaciones en las cuotas provinciales de mercado. Desde mediados de la década de los años sesenta a mediados de la de los setenta las provincias más dinámicas en cuanto a la demanda de acampamentos fueron Málaga, Granada, Almería y Córdoba. Sin embargo, a partir de 1977 los destinos con mayor crecimiento relativo fueron Huelva, Cádiz y, desde 1988, Jaén. Parece, pues, que la Andalucía atlántica desplazó a la mediterránea en la preferencia de los clientes de acampamentos.

Cuadro II.28. Viajeros Alojados en Acampamentos

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1966	9.330	18.832	12.616	18.121	180	2.434	15.313	16.006
1967	8.816	16.107	12.495	15.924	104	2.438	22.608	11.401
1968	8.756	10.065	12.180	21.539	107	2.214	23.979	10.884
1969	10.875	11.041	12.465	18.814	133	2.906	25.484	9.226
1970	17.350	12.688	13.945	19.430	812	2.649	32.473	22.329
1971	13.950	10.295	12.239	22.943	48	2.481	26.035	15.866
1972	17.572	12.997	17.533	27.829	-	2.826	23.484	10.988
1973	17.081	13.311	18.073	34.953	-	2.729	22.528	11.116
1974	16.000	11.000	18.000	28.000	3.000	-	27.000	8.000
1975	15.578	10.756	22.969	30.567	1.291	-	28.223	6.251
1976	13.034	8.639	17.812	24.946	-	-	22.479	4.174
1977	14.815	11.804	28.797	31.570	10.145	807	26.996	8.313
1978	19.923	26.568	31.803	35.305	13.258	1.173	43.091	12.027
1979	13.543	28.296	23.515	28.995	5.483	1.683	30.426	14.371
1980	11.680	35.070	13.274	28.611	20.715	1.254	31.618	20.178
1981	9.120	34.467	26.711	27.710	21.115	808	33.059	25.575
1982	19.578	34.355	27.202	30.822	28.376	729	42.911	28.880
1983	27.024	43.312	26.791	36.003	31.781	540	43.961	27.258
1984	32.124	42.413	29.573	34.804	63.382	570	35.798	22.661
1985	35.472	45.819	31.597	34.643	69.152	937	32.188	9.153
1986	36.459	62.499	32.582	35.774	89.477	849	59.234	19.439
1987	39.367	66.457	31.427	37.002	135.602	919	52.477	5.029
1988	34.417	54.586	25.154	37.899	57.950	20.874	51.468	16.978
1989	33.592	65.928	31.776	42.552	57.096	16.482	40.840	16.054
1990	35.590	115.782	28.898	39.618	53.266	26.997	39.306	26.555
1991	45.288	103.487	34.111	44.644	108.689	31.097	55.200	32.195
1992	63.920	129.134	42.368	56.747	139.510	33.868	97.670	68.201

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos

Cuadro II.29. Viajeros Alojados en Acampamentos. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	10,1	20,3	13,6	19,5	0,2	2,6	16,5	17,2	100
1967	9,8	17,9	13,9	17,7	0,1	2,7	25,2	12,7	100
1968	9,8	11,2	13,6	24,0	0,1	2,5	26,7	12,1	100
1969	12,0	12,1	13,7	20,7	0,2	3,2	28,0	10,1	100
1970	14,2	10,4	11,5	16,0	0,7	2,2	26,7	18,3	100
1971	13,4	9,9	11,8	22,1	0,1	2,4	25,0	15,3	100
1972	15,5	11,5	15,5	24,6	-	2,5	20,7	9,7	100
1973	14,2	11,1	15,1	29,2	-	2,3	18,8	9,3	100
1974	14,5	9,9	16,2	25,2	2,7	-	24,3	7,2	100
1975	13,5	9,3	19,9	26,4	1,1	-	24,4	5,4	100
1976	14,3	9,5	19,5	27,4	-	-	24,7	4,6	100
1977	11,1	8,9	21,6	23,7	7,6	0,6	20,3	6,2	100
1978	10,9	14,5	17,4	19,3	7,2	0,6	23,5	6,6	100
1979	9,3	19,3	16,1	19,8	3,7	1,2	20,8	9,8	100
1980	7,2	21,6	8,2	17,6	12,7	0,8	19,5	12,4	100
1981	5,1	19,3	15,0	15,5	11,8	0,5	18,5	14,3	100
1982	9,2	16,1	12,8	14,5	13,3	0,3	20,2	13,6	100
1983	11,4	18,3	11,3	15,2	13,4	0,3	18,6	11,5	100
1984	12,3	16,2	11,3	13,3	24,3	0,2	13,7	8,7	100
1985	13,7	17,7	12,2	13,4	26,7	0,4	12,4	3,5	100
1986	10,8	18,6	9,7	10,6	26,6	0,3	17,6	5,8	100
1987	10,7	18,1	8,5	10,0	36,8	0,3	14,2	1,4	100
1988	11,5	18,2	8,4	12,7	19,3	7,0	17,2	5,7	100
1989	11,0	21,7	10,4	14,0	18,8	5,4	13,4	5,3	100
1990	9,7	31,6	7,9	10,8	14,6	7,4	10,7	7,3	100
1991	10,0	22,8	7,5	9,8	23,9	6,8	12,1	7,1	100
1992	10,1	20,4	6,7	9,0	22,1	5,4	15,5	10,8	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos

Cuadro II.30. Pernoctaciones en Acampamentos

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1966	48.189	52.622	17.926	68.508	772	3.169	151.529	33.489
1967	30.493	46.281	18.775	56.545	105	2.662	162.795	27.580
1968	26.498	29.251	17.281	74.729	107	2.746	173.732	22.622
1969	40.379	29.052	18.302	77.900	133	5.455	185.673	18.625
1970	54.407	47.670	20.266	88.646	8.181	2.938	220.912	36.368
1971	55.679	38.831	19.633	93.737	148	2.654	174.658	26.743
1972	83.585	48.903	25.901	97.742	-	3.061	163.129	24.602
1973	86.617	65.156	28.477	125.973	-	3.465	158.809	22.451
1974	72.000	51.000	30.000	99.000	15.000	-	198.000	16.000
1975	76.603	57.156	36.966	112.033	3.564	-	223.078	23.288
1976	71.328	45.163	32.405	96.312	-	-	169.150	12.452
1977	98.246	63.506	49.582	115.992	72.714	1.231	192.687	23.957
1978	109.157	131.001	52.111	153.737	100.561	1.515	299.268	46.040
1979	77.984	142.643	40.649	145.487	32.188	2.207	205.495	42.145
1980	68.500	155.745	22.960	138.912	125.836	1.392	223.521	62.534
1981	54.134	150.179	39.675	131.583	118.402	897	237.392	53.374
1982	121.385	144.752	44.053	147.054	130.069	777	322.549	62.666
1983	136.375	176.047	42.649	187.084	147.878	666	316.014	48.226
1984	154.613	194.585	53.390	149.577	242.993	1.101	228.660	39.623
1985	190.588	196.257	56.863	157.919	261.106	2.068	227.460	16.961
1986	169.647	281.708	66.077	160.460	315.157	2.265	336.727	44.691
1987	180.620	282.935	57.624	149.031	369.611	3.805	336.464	8.583
1988	155.811	229.813	48.700	140.316	276.764	81.671	295.986	30.143
1989	236.379	262.381	81.279	152.943	244.165	84.353	274.623	25.754
1990	172.423	466.263	56.683	137.607	266.816	122.596	226.143	55.609
1991	246.802	406.088	64.918	141.354	413.030	136.759	332.601	65.048
1992	282.080	481.239	65.285	165.444	528.124	162.020	537.354	185.017

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos

Cuadro II.31. Pernoctaciones en Acampamentos. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	12,8	14,0	4,8	18,2	0,2	0,8	40,3	8,9	100
1967	8,8	13,4	5,4	16,4	0,1	0,8	47,1	8,0	100
1968	7,6	8,4	5,0	21,5	0,1	0,8	50,1	6,5	100
1969	10,8	7,8	4,9	20,7	0,1	1,4	49,4	4,9	100
1970	11,3	10,0	4,2	18,5	1,7	0,6	46,1	7,6	100
1971	13,5	9,4	4,8	22,7	0,1	0,6	42,4	6,5	100
1972	18,7	10,9	5,8	21,9	-	0,7	36,5	5,5	100
1973	17,6	13,3	5,8	25,7	-	0,7	32,3	4,6	100
1974	15,0	10,6	6,2	20,6	3,1	-	41,2	3,3	100
1975	14,4	10,7	6,9	21,0	0,7	-	41,9	4,4	100
1976	16,7	10,6	7,6	22,6	-	-	39,6	2,9	100
1977	15,9	10,3	8,0	18,8	11,7	0,2	31,2	3,9	100
1978	12,2	14,7	5,8	17,2	11,2	0,2	33,5	5,2	100
1979	11,3	20,7	5,9	21,1	4,7	0,3	29,9	6,1	100
1980	8,5	19,5	2,9	17,4	15,7	0,2	28,0	7,8	100
1981	6,9	19,1	5,1	16,7	15,1	0,1	30,2	6,8	100
1982	12,5	14,9	4,5	15,1	13,4	0,1	33,1	6,4	100
1983	12,9	16,7	4,0	17,7	14,0	0,1	30,0	4,6	100
1984	14,5	18,3	5,0	14,1	22,8	0,1	21,5	3,7	100
1985	17,2	17,7	5,1	14,3	23,5	0,2	20,5	1,5	100
1986	12,3	20,5	4,8	11,7	22,9	0,2	24,4	3,2	100
1987	13,0	20,4	4,2	10,7	26,6	0,3	24,2	0,6	100
1988	12,4	18,2	3,9	11,1	22,0	6,5	23,5	2,4	100
1989	17,3	19,3	6,0	11,2	17,9	6,2	20,2	1,9	100
1990	11,5	31,0	3,8	9,1	17,7	8,2	15,0	3,7	100
1991	13,6	22,5	3,6	7,8	22,9	7,6	18,4	3,6	100
1992	11,7	20,0	2,7	6,9	22,0	6,7	22,3	7,7	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
Elaboración propia

- Almería fue un destino especialmente dinámico durante el periodo 1966-1976. A lo largo del mismo sus cuotas de mercado crecieron del 10'1 al 14'3 por ciento en cuanto a los viajeros y del 12'8 al 16'7 por ciento en cuanto a las pernoctaciones, alcanzando sus valores más altos en 1972, con un 15'5 y un 18'7 por ciento, respectivamente. Sin embargo, desde 1977 Almería fue perdiendo poco a poco posiciones relativas. A comienzos de la década de los años noventa sus cuotas de participación eran del 10 por ciento para los clientes y de algo más del 11 por ciento para las estancias.

- La evolución en Cádiz fue bastante distinta a la de Almería. En 1966 sus cuotas de mercado eran del 20'3 por ciento de los viajeros y del 14'0 por ciento de las estancias. Sin embargo, once años después eran del 8'9 y del 10'3 por ciento, respectivamente. Pero tras tocar fondo la provincia se convirtió en una de las más dinámicas. Buena prueba de ello es que en 1991 sus cuotas de participación superaban ya el 22 por ciento.

- A diferencia de Cádiz, Córdoba vivió sus momentos de mayor crecimiento relativo durante el periodo 1966-1977. En la primera de estas fechas, las cuotas de mercado de Córdoba eran del 13'6 por ciento de los clientes y de sólo el 4'8 por ciento de las pernoctaciones. En la segunda, ascendían al 21'6 y al 8'0 por ciento, respectivamente. Pero desde entonces Córdoba no dejó de perder peso relativo en el conjunto de la región. El crecimiento en términos absolutos no impidió que en 1992 las cuotas anteriores fueran del 6'7 y del 2'7 por ciento, respectivamente.

- En Granada la evolución fue bastante similar a la de Córdoba. Gran expansión a lo largo del decenio 1966-1976, que permitió que sus cuotas de mercado pasaran del 19'5 al 27'4 por ciento en cuanto a los viajeros y del 18'2 al 22'6 por ciento en cuanto a las estancias. Y, a continuación, notable descenso relativo que provocó una importante pérdida de mercado del sector de acampamentos de la provincia

granadina. En 1992 las cuotas anteriores apenas eran del 9'0 y del 6'9 por ciento, respectivamente.

- Durante el periodo 1966-1976 la demanda de acampamentos fue prácticamente inexistente en la provincia de Huelva. Sin embargo, a partir de 1977 dicha provincia se convirtió en uno de los destinos más dinámicos de la región, sobre todo hasta 1987. En esta etapa sus cuotas de mercado crecieron del 7'6 al 36'8 por ciento y del 11'7 al 26'6 por ciento en cuanto a clientes y pernoctaciones, respectivamente. Pero desde ese momento, y hasta 1990, la participación de Huelva en el total andaluz se redujo ligeramente. No obstante, en 1992 rondaba el 22 por ciento.

- Jaén no adquirió importancia dentro del sector de acampamentos hasta 1988. Durante el periodo 1966-1973 sus cuotas de mercado oscilaron entre el 2'2 y el 3'2 por ciento en cuanto a las viajeros y entre el 0'6 y el 1'4 en cuanto a las estancias. Posteriormente, entre 1977 y 1987 la participación de Jaén en el total andaluz fue todavía menor. Sin embargo, a partir de 1988 este destino consiguió mejorar sus posiciones relativas. En 1992 las cuotas anteriores eran ya del 5'4 y del 6'7 por ciento, respectivamente.

- A lo largo del periodo 1966-1976 Málaga fue el primer destino andaluz en cuanto a estancias en acampamentos. Su cuota de participación siempre superó, a excepción de en 1972 y 1973, el 40 por ciento. Incluso ascendió al 50'1 por ciento en 1968. También ocupó Málaga el primer lugar, aunque solo hasta 1971, cuando fue relevada por Granada, por lo que respecta a viajeros alojados. En este caso, su peso en el total andaluz fue creciente desde 1966 hasta 1969, años en los que creció del 16'5 al 28'0 por ciento, descendiente hasta 1973, cuando fue del 18'8 por ciento, y de nuevo creciente hasta 1976, momento en que ascendió al 24'7 por ciento. Sin embargo, desde ese momento y hasta el año 1990 Málaga no dejó de perder cuota de mercado. En el año 1992 sus cuotas de participación, que superaban ya a las del año 1990, eran del 15'5 y del 22'3 por ciento en cuanto a clientes y pernoctaciones, respectivamente. No obstante, esta pérdida

de mercado no impidió que al inicio del último decenio del siglo Málaga fuera, junto con Cádiz y Huelva, uno de los tres principales destinos andaluces en cuanto a demanda de acampamentos.

- Sevilla fue un destino que experimentó una significativa pérdida de mercado durante el periodo estudiado. Es cierto que hubo algunas coyunturas en las que el sector sevillano tuvo un comportamiento algo más dinámico, como las etapas 1977-1981 y 1988-1991. Y que gracias a esta última consiguió mejorar ligeramente su posición. No obstante, Sevilla no logró recuperar el peso que había ostentado a mediados de los años sesenta. Hay que tener en cuenta que en 1966 sus cuotas de mercado habían sido del 17'2 y del 8'9 por ciento en cuanto a clientes y estancias, respectivamente. Y que en 1991 y 1992, un año este último muy especial para la provincia sevillana como consecuencia de la Expo, sus cuotas fueron, respectivamente, del 7'1 y del 10'8 por ciento por lo que respecta a los viajeros y del 3'6 y del 7'7 por ciento en cuanto a las pernoctaciones.

3.3. Demanda nacional

a) Como se ya apuntó anteriormente, el gran protagonista de la expansión experimentada por la demanda de acampamentos en Andalucía durante la segunda mitad del siglo XX fue el mercado nacional. Si comparamos las cifras de 1966 con las del año 2000 se observa que a lo largo de dicho periodo el número de viajeros alojados en los acampamentos se multiplicó por 89 y el de sus pernoctaciones por 55. Además, este sobresaliente crecimiento, especialmente intenso en la década de los años setenta, apenas estuvo sometido a fluctuaciones cíclicas. Por lo que respecta a los clientes, sólo hubo seis años en los que las tasas anuales de variación fueron negativas: 1969, 1971, 1979, 1988, 1994 y 1998. En cuanto a las estancias, los años con cifras inferiores a las del anterior fueron nueve: 1967, 1971, 1979, 1981, 1988, 1993, 1994, 1995 y 1996.

Cuadro II.32. Viajeros Españoles Alojados en Acampamentos

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1966	965	1.253	1.008	704	76	147	1.673	793
1967	1.128	962	1.151	715	9	236	2.086	543
1968	1.111	571	673	2.829	17	138	4.014	804
1969	1.126	613	791	2.480	27	555	3.620	589
1970	1.327	680	830	2.613	582	172	4.384	1.477
1971	1.607	663	1.094	3.008	35	199	2.789	1.284
1972	2.101	1.316	1.546	3.655	-	222	2.911	994
1973	2.199	1.786	1.897	3.784	-	205	4.881	1.064
1974	3.000	1.000	2.000	4.000	2.000	-	6.000	1.000
1975	3.590	1.881	2.953	5.807	1.092	-	8.115	805
1976	4.633	2.157	3.388	6.101	-	-	8.937	790
1977	4.546	3.338	5.450	6.433	8.676	173	9.006	1.377
1978	6.233	12.947	6.520	9.804	11.717	222	14.613	1.949
1979	5.071	17.558	5.480	10.320	3.838	523	13.930	2.935
1980	5.481	19.593	3.128	9.443	16.967	425	13.376	3.152
1981	3.966	20.305	5.808	8.819	16.956	261	14.423	4.065
1982	10.953	20.971	6.649	10.461	21.947	297	20.594	5.941
1983	12.942	27.030	6.965	13.929	26.739	200	25.294	6.085
1984	16.832	25.605	7.283	12.377	57.786	227	16.632	6.450
1985	18.252	25.929	8.160	15.200	62.312	391	15.489	3.106
1986	20.380	36.853	7.186	14.145	81.675	372	24.184	3.984
1987	22.822	40.564	6.737	15.193	127.986	458	22.054	1.047
1988	19.310	29.441	5.399	16.966	51.899	20.269	23.503	5.152
1989	20.032	40.199	7.539	21.735	51.747	15.912	21.495	3.676
1990	25.598	87.159	7.122	21.057	49.924	26.165	24.653	6.516
1991	32.885	70.479	8.311	23.121	103.264	29.917	34.938	8.297
1992	48.685	91.428	12.412	31.535	130.146	32.035	66.796	35.089

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos

Cuadro II.33. Viajeros Españoles Alojados en Acampamentos. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	14,6	18,9	15,2	10,6	1,2	2,2	25,3	12,0	100
1967	16,5	14,1	16,9	10,5	0,1	3,4	30,5	8,0	100
1968	10,9	5,6	6,6	27,9	0,2	1,4	39,5	7,9	100
1969	11,5	6,2	8,1	25,3	0,3	5,7	36,9	6,0	100
1970	11,0	5,6	6,9	21,7	4,8	1,4	36,3	12,3	100
1971	15,0	6,2	10,3	28,2	0,3	1,9	26,1	12,0	100
1972	16,5	10,3	12,1	28,7	-	1,7	22,9	7,8	100
1973	13,9	11,3	12,0	23,9	-	1,3	30,9	6,7	100
1974	15,8	5,2	10,5	21,1	10,5	-	31,6	5,3	100
1975	14,8	7,7	12,2	24,0	4,5	-	33,5	3,3	100
1976	17,8	8,3	13,0	23,5	-	-	34,4	3,0	100
1977	11,7	8,6	14,0	16,5	22,2	0,4	23,1	3,5	100
1978	9,7	20,2	10,2	15,3	18,3	0,4	22,8	3,1	100
1979	8,5	29,4	9,2	17,3	6,4	0,9	23,4	4,9	100
1980	7,6	27,4	4,4	13,2	23,7	0,6	18,7	4,4	100
1981	5,3	27,2	7,8	11,8	22,7	0,4	19,3	5,5	100
1982	11,2	21,4	6,8	10,7	22,4	0,3	21,1	6,1	100
1983	10,9	22,7	5,8	11,7	22,4	0,2	21,2	5,1	100
1984	11,7	17,9	5,1	8,6	40,4	0,2	11,6	4,5	100
1985	12,3	17,4	5,5	10,2	41,8	0,3	10,4	2,1	100
1986	10,8	19,5	3,8	7,5	43,3	0,2	12,8	2,1	100
1987	9,6	17,1	2,9	6,4	54,0	0,2	9,3	0,5	100
1988	11,2	17,1	3,1	9,9	30,2	11,8	13,7	3,0	100
1989	11,0	22,1	4,1	11,9	28,4	8,7	11,8	2,0	100
1990	10,3	35,1	2,9	8,5	20,1	10,6	9,9	2,6	100
1991	10,6	22,6	2,7	7,4	33,2	9,6	11,2	2,7	100
1992	10,9	20,4	2,8	7,0	29,0	7,2	14,9	7,8	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Elaboración propia

Cuadro II.34. Pernoctaciones de Españoles en Acampamentos

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1966	10.473	2.889	1.018	2.233	525	179	14.281	2.483
1967	7.192	1.993	1.608	2.066	10	245	12.408	1.508
1968	6.142	1.225	1.095	16.379	17	161	23.326	2.014
1969	7.809	1.795	1.329	18.887	27	2.878	22.039	1.496
1970	7.669	1.862	1.420	19.212	6.614	252	29.862	4.012
1971	6.569	2.710	1.808	18.932	111	225	20.635	2.477
1972	11.054	4.330	2.285	14.711	-	258	21.866	2.539
1973	11.617	8.058	3.215	19.914	-	304	32.097	2.368
1974	15.000	5.000	4.000	17.000	11.000	-	45.000	1.000
1975	21.873	8.743	4.923	22.333	2.747	-	60.942	3.138
1976	29.843	12.268	6.553	26.267	-	-	64.566	2.666
1977	32.659	15.615	9.686	27.651	61.968	521	56.167	4.442
1978	31.291	68.839	11.267	45.910	53.805	309	97.328	6.201
1979	31.911	96.160	10.985	62.731	28.408	866	72.423	9.587
1980	35.995	95.639	5.172	57.325	108.353	524	92.821	12.065
1981	23.258	91.324	8.702	45.838	102.891	316	91.817	10.459
1982	79.744	89.812	10.769	59.280	110.539	313	129.664	12.156
1983	69.809	111.293	10.626	79.245	130.089	288	154.478	10.619
1984	90.191	120.717	12.199	61.424	228.491	479	80.284	11.083
1985	108.721	112.323	12.608	73.545	239.825	1.103	87.642	5.496
1986	102.069	171.106	15.291	70.147	292.203	834	128.911	8.885
1987	102.931	177.052	11.522	75.262	344.033	1.888	127.959	1.688
1988	92.818	121.906	11.478	66.191	250.635	79.928	118.302	10.815
1989	146.631	138.166	15.044	81.393	221.741	82.246	125.176	7.294
1990	129.686	325.279	14.056	78.712	255.559	120.429	121.516	14.475
1991	173.579	249.869	15.942	77.497	394.810	130.292	195.155	20.753
1992	217.888	319.569	20.468	95.239	494.793	154.645	359.406	102.441

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos

Cuadro II.35. Pernoctaciones de Españoles en Acampamentos. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	30,7	8,5	3,0	6,6	1,5	0,5	41,9	7,3	100
1967	26,6	7,4	5,9	7,6	0,1	0,9	45,9	5,6	100
1968	12,2	2,4	2,2	32,5	0,1	0,3	46,3	4,0	100
1969	13,9	3,2	2,4	33,5	0,1	5,1	39,2	2,6	100
1970	10,8	2,6	2,0	27,1	9,3	0,4	42,1	5,7	100
1971	12,3	5,1	3,4	35,4	0,2	0,4	38,6	4,6	100
1972	19,4	7,6	4,0	25,8	-	0,4	38,3	4,5	100
1973	15,0	10,4	4,1	25,7	-	0,4	41,4	3,0	100
1974	15,3	5,1	4,1	17,4	11,2	-	45,9	1,0	100
1975	17,5	7,0	4,0	17,9	2,2	-	48,9	2,5	100
1976	21,0	8,6	4,6	18,5	-	-	45,4	1,9	100
1977	15,6	7,5	4,6	13,3	29,7	0,3	26,9	2,1	100
1978	8,8	19,4	3,2	12,9	26,4	0,1	27,4	1,8	100
1979	10,2	30,7	3,5	20,0	9,1	0,3	23,1	3,1	100
1980	8,8	23,4	1,3	14,1	26,6	0,1	22,7	3,0	100
1981	6,2	24,4	2,3	12,2	27,5	0,1	24,5	2,8	100
1982	16,2	18,2	2,2	12,0	22,5	0,1	26,3	2,5	100
1983	12,3	19,6	1,9	14,0	22,9	0,1	27,3	1,9	100
1984	14,9	19,9	2,0	10,2	37,8	0,1	13,3	1,8	100
1985	16,9	17,5	2,0	11,5	37,4	0,2	13,7	0,8	100
1986	12,9	21,7	1,9	8,9	37,0	0,1	16,4	1,1	100
1987	12,2	21,0	1,4	8,9	40,9	0,2	15,2	0,2	100
1988	12,4	16,2	1,5	8,8	33,3	10,6	15,7	1,5	100
1989	17,9	16,9	1,9	9,9	27,1	10,1	15,3	0,9	100
1990	12,2	30,7	1,3	7,4	24,1	11,4	11,5	1,4	100
1991	13,8	19,9	1,3	6,2	31,4	10,3	15,5	1,6	100
1992	12,3	18,1	1,2	5,4	28,0	8,8	20,4	5,8	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
Elaboración propia

Cuadro II.36. Porcentaje de Viajeros y de Pernoctaciones de Españoles sobre el Total de Viajeros y de Pernoctaciones de cada Provincia

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Viajeros								
1966	10,3	6,7	8,0	3,9	42,2	6,0	10,9	5,0
1970	7,6	5,4	6,0	13,4	71,7	6,5	13,5	6,6
1975	23,0	17,5	12,9	19,0	84,6	7,5	28,8	12,9
1980	46,9	55,9	23,6	33,0	81,9	33,9	42,3	15,6
1985	51,5	56,6	25,8	43,9	90,1	41,7	48,1	33,9
1990	71,9	75,3	24,6	53,1	93,7	96,9	62,7	24,5
1992	76,2	70,8	29,3	55,6	93,3	94,6	68,4	51,4
Pernoctaciones								
1966	21,7	5,5	5,7	3,3	68,0	5,6	9,4	7,4
1970	14,1	3,9	7,0	21,7	80,8	8,6	13,5	11,0
1975	28,6	15,3	13,3	19,9	77,1	8,8	27,3	13,5
1980	52,5	61,4	22,5	41,3	86,1	37,6	41,5	19,3
1985	57,0	57,2	22,2	46,6	91,8	53,3	38,5	32,4
1990	75,2	69,8	24,8	57,2	95,8	98,2	53,7	26,0
1992	77,2	66,4	31,4	57,6	93,7	95,4	66,9	55,4

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Elaboración propia

b) La expansión de la demanda nacional fue generalizada en todas las provincias. Al menos, hasta 1992, el último año para el que contamos con información a nivel provincial. No obstante, como la intensidad de dicha expansión no fue la misma en todos los destinos andaluces, se produjeron alteraciones en la distribución espacial de la demanda de acampamentos:

- En Almería el periodo de mayor dinamismo fue la primera mitad de la década de los años setenta. Durante el mismo sus cuotas de mercado, que en 1970 rondaban el 11 por ciento, ascendieron en 1976 al 17'8 y al 21'0 por ciento en cuanto a viajeros y estancias, respectivamente. Por el contrario, las etapas más complicadas fueron la segunda mitad de los años sesenta y la comprendida entre 1977 y 1981. Fue precisamente en este año cuando el peso de Almería en el conjunto regional fue menor, apenas un 5'3 y un 6'2 por ciento, respectivamente. A partir de entonces el crecimiento en Almería fue intenso durante los primeros años ochenta, lo que permitió que en 1985 sus cuotas fueran del 12'3 y del 16'9 por ciento, respectivamente, y algo menor desde la segunda mitad de este decenio. En 1992 la participación de la provincia almeriense en el total regional ascendía al 10'9 por ciento de los viajeros y al 12'3 por ciento de las estancias.

- Tras dos años con tasas de variación anual negativas, 1967 y 1968, Cádiz comenzó, eso sí, tímidamente, a recuperar cuota de mercado. En este último año dichas cuotas eran del

5'6 por ciento de los clientes y del 2'4 por ciento de las pernoctaciones. En 1977 eran ya del 8'6 y del 7'5 por ciento, respectivamente. Pero la gran expansión se produjo en Cádiz a partir de 1978. Un año después su peso ascendía al 29'4 y al 30'7 por ciento, respectivamente. Sin embargo, desde ese momento la tendencia fue decreciente, al menos hasta 1988. Cuatro años después las cuotas de mercado de Cádiz eran del 20'4 y del 18'1 por ciento en cuanto a viajeros y estancias, respectivamente. Es decir, al inicio de la década de los años noventa la provincia gaditana era, tras Huelva, el segundo destino andaluz con mayor demanda nacional de acampamentos.

- Durante la segunda mitad de la década de los años sesenta la demanda de acampamentos creció en Córdoba por debajo de la media. Todo lo contrario de lo ocurrido entre 1970 y 1977. En este periodo sus cuotas de participación crecieron del 6'9 al 14'0 por ciento en cuanto a clientes y del 2'0 al 4'6 por ciento en cuanto a pernoctaciones. Pero desde 1978 la expansión volvió a ser en Córdoba muy limitada. Esto provocó que en 1992 tuviera las cuotas de mercado más bajas de todo el periodo: 2'8 por ciento de viajeros y 1'2 por ciento de estancias. En ese momento Córdoba era el destino andaluz con menor demanda nacional.

- En Granada, la demanda nacional de acampamentos experimentó su etapa de mayor dinamismo desde 1966 hasta el bienio 1971-1972. Durante este periodo sus cuotas de

participación crecieron del 10'6 al 28'7 por ciento para los clientes y del 6'6 al 35'4 para las pernoctaciones. Pero tras esta corta pero espectacular expansión, el crecimiento de la demanda fue Granada inferior a la media regional. La tendencia de sus cuotas de participación fue, desde entonces, claramente descendente. En el año 1992 apenas eran del 7'0 y del 5'4 por ciento, respectivamente.

- Tras una década en la que la demanda nacional de acampamentos fue en Huelva casi testimonial, se vivió a partir de 1977 otra de gran dinamismo. Hasta 1987 las cuotas de mercado de Huelva crecieron, sobre todo desde 1984, del 22'2 al 54'0 por ciento en cuanto a viajeros y del 29'7 al 40'9 por ciento por lo que respecta a las estancias. Huelva era, pues, en aquellos momentos el destino andaluz con una mayor demanda nacional. Y lo siguió siendo hasta el año 1992, aunque ya con unas cuotas de participación bastante menores debido a un cierto frenazo relativo de su proceso de expansión: 29'0 y 28'0 por ciento, respectivamente.

- Entre 1966 y 1987 la demanda española de acampamentos fue prácticamente irrelevante en Jaén. No obstante, la situación cambió significativamente desde 1988. Con respecto al año precedente las cuotas de mercado jienense pasaron del 0'2 al 11'8 por ciento de los clientes y del 0'2 al 10'6 por ciento de las pernoctaciones. Pero a partir de entonces el crecimiento de la demanda nacional fue en Jaén algo menor a la media regional, especialmente en cuanto a los viajeros alojados. Como consecuencia de ello sus cuotas eran en 1992 del 7'2 y del 8'8 por ciento, respectivamente.

- Entre 1966 y 1976 Málaga fue el destino andaluz con una mayor demanda nacional. Sus cuotas de mercado oscilaron entre el 25'0 y el 39'5 por ciento de los clientes y entre el 38'3 y el 48'9 por ciento de las pernoctaciones. Pero esta primacía comenzó a decaer a partir de 1977. El crecimiento de la demanda fue en Málaga desde ese momento inferior a la media andaluza. Sus cuotas de mercado, por tanto, mostraron hasta 1990 una tendencia claramente decreciente. En este último año aquellas apenas eran del 9'9 y del 11'5 por ciento, respectivamente. Sin embargo, durante 1991 y 1992 el sector experimentó una notable recuperación. Gracias a ella el peso de Málaga ascendió al 14'9 de los viajeros y al 20'4 por ciento de las estancias.

- En 1966 la cuotas de mercado de Sevilla eran del 12'0 y del 7'3 por ciento en cuanto a clientes y pernoctaciones,

respectivamente. Unos valores que, precisamente, fueron los más altos de todo el periodo ya que a lo largo del mismo Sevilla fue perdiendo poco a poco, y a pesar de algunas coyunturas con un cierto dinamismo, peso en el conjunto regional. Sus cuotas de participación en 1991 eran del 2'7 y del 1'6 por ciento, respectivamente. Sólo en el emblemático año 1992 la tendencia se invirtió significativamente: 7'8 de los viajeros y 5'8 por ciento de las estancias.

c) Para finalizar, hay que señalar que, tal y como queda recogido en el Cuadro II.36., el creciente mercado nacional incrementó sus cuotas de participación en todas las provincia andaluzas entre 1966 y 1992. Asimismo, que sólo en Córdoba y Sevilla la demanda nacional fue siempre inferior a la extranjera y que en Huelva ocurrió todo lo contrario. Y por último, que en Almería y Cádiz la demanda doméstica superó a la foránea a comienzos de la década de los ochenta, en Jaén a mediados y en Granada y Málaga en los dos últimos años de la misma.

3.4. Demanda internacional

a) Entre los años 1966 y 2000 el número de viajeros extranjeros alojados en los acampamentos andaluces se multiplicó por 3'1 y el de sus pernoctaciones por 3'8. Fue una expansión, pues, mucho más moderada que la experimentada por la demanda doméstica y, tal y como se comentó en su momento, más cíclica. Durante la segunda mitad de la década de los años sesenta la demanda internacional se redujo ligeramente y a lo largo de la de los setenta hubo momentos especialmente delicados, con tasas de variación anual negativas, como las registradas en los años 1971, 1974, 1975 y, sobre todo, 1976 y 1979. Sin embargo, la primera mitad de la década de los años ochenta fue claramente expansiva. Entre 1980 y 1986 la demanda internacional se recuperó ostensiblemente, multiplicándose viajeros y estancias por 1'6 y 1'5, respectivamente. Pero en 1987 comenzó un nuevo periodo negativo que se prolongó hasta 1990, inclusive, y en el que, de nuevo, disminuyó en términos absolutos el número de clientes y el de pernoctaciones. Fue una coyuntura bastante adversa aunque, afortunadamente, de corta duración. A partir de 1991, y a lo largo de la práctica totalidad de la última década del siglo XX, la demanda internacional de acampamentos creció en Andalucía de manera considerable, sobre todo en cuestión de pernoctaciones.

Cuadro II.37. Viajeros Extranjeros Alojados en Acampamentos

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1966	8.365	17.579	11.608	17.417	104	2.287	13.640	15.213
1967	7.688	15.145	11.344	15.209	95	2.202	20.522	10.858
1968	7.645	9.494	11.507	18.710	90	2.076	19.965	10.080
1969	9.749	10.428	11.674	16.334	106	2.351	21.864	8.637
1970	16.023	12.008	13.115	16.817	230	2.477	28.089	20.852
1971	12.343	9.632	11.145	19.935	13	2.282	23.246	14.582
1972	15.471	11.681	15.987	24.174	-	2.604	20.573	9.994
1973	14.882	11.525	16.176	31.169	-	2.524	17.647	10.052
1974	13.000	10.000	16.000	24.000	1.000	-	21.000	7.000
1975	11.988	8.875	20.016	24.760	199	-	20.108	5.446
1976	8.401	6.482	14.424	18.845	-	-	13.542	3.384
1977	10.269	8.466	23.347	25.137	1.469	634	17.990	6.936
1978	13.690	13.621	25.283	25.501	1.541	951	28.478	10.078
1979	8.472	10.738	18.035	18.675	1.645	1.160	16.496	11.436
1980	6.199	15.477	10.146	19.168	3.748	829	18.242	17.026
1981	5.154	14.162	20.903	18.891	4.159	547	18.636	21.510
1982	8.625	13.384	20.553	20.361	6.429	432	22.317	22.939
1983	14.082	16.282	19.826	22.074	5.042	340	18.667	21.173
1984	15.292	16.808	22.290	22.427	5.596	343	19.166	16.211
1985	17.220	19.890	23.437	19.443	6.840	546	16.699	6.047
1986	16.079	25.646	25.396	21.629	7.802	477	35.050	15.455
1987	16.545	25.893	24.690	21.809	7.616	461	30.423	3.982
1988	15.107	25.145	19.755	20.933	6.051	605	27.965	11.826
1989	13.560	25.729	24.237	20.817	5.349	570	19.345	12.378
1990	9.992	28.623	21.776	18.561	3.342	832	14.653	20.039
1991	12.403	33.008	25.800	21.523	5.425	1.180	20.262	23.898
1992	15.235	37.706	29.956	25.212	9.364	1.833	30.874	33.112

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Elaboración propia

Cuadro II.38. Viajeros Extranjeros Alojados en Acampamentos. Porcentaje

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	9,7	20,4	13,5	20,2	0,1	2,6	15,8	17,7	100
1967	9,3	18,2	13,7	18,3	0,1	2,6	24,7	13,1	100
1968	9,6	11,9	14,5	23,5	0,1	2,6	25,1	12,7	100
1969	12,0	12,9	14,4	20,1	0,1	2,9	26,9	10,7	100
1970	14,6	11,0	12,0	15,4	0,2	2,2	25,6	19,0	100
1971	13,2	10,3	12,0	21,4	0,1	2,4	24,9	15,7	100
1972	15,4	11,6	15,9	24,1	-	2,6	20,5	9,9	100
1973	14,3	11,1	15,6	30,0	-	2,4	17,0	9,6	100
1974	14,1	10,9	17,4	26,1	1,1	-	22,8	7,6	100
1975	13,1	9,7	21,9	27,1	0,2	-	22,0	6,0	100
1976	12,9	10,0	22,2	28,9	-	-	20,8	5,2	100
1977	10,9	9,0	24,8	26,7	1,5	0,7	19,1	7,3	100
1978	11,5	11,4	21,2	21,4	1,3	0,8	23,9	8,5	100
1979	9,8	12,4	20,8	21,5	1,9	1,3	19,1	13,2	100
1980	6,8	17,0	11,2	21,1	4,1	0,9	20,1	18,8	100
1981	5,0	13,6	20,1	18,2	4,0	0,5	17,9	20,7	100
1982	7,5	11,6	17,9	17,7	5,6	0,4	19,4	19,9	100
1983	12,0	13,8	16,9	18,8	4,3	0,3	15,9	18,0	100
1984	12,9	14,2	18,9	19,0	4,8	0,3	16,2	13,7	100
1985	15,6	18,1	21,3	17,6	6,2	0,5	15,2	5,5	100
1986	10,9	17,4	17,2	14,7	5,3	0,3	23,7	10,5	100
1987	12,6	19,7	18,8	16,6	5,8	0,4	23,1	3,0	100
1988	11,9	19,7	15,5	16,4	4,8	0,5	21,9	9,3	100
1989	11,1	21,1	19,9	17,1	4,4	0,5	15,8	10,1	100
1990	8,5	24,3	18,5	15,8	2,8	0,7	12,4	17,0	100
1991	8,6	23,0	18,0	15,0	3,8	0,8	14,1	16,7	100
1992	8,3	20,6	16,3	13,8	5,1	1,0	16,8	18,1	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
Elaboración propia

Cuadro II.39. Pernoctaciones de Extranjeros en Acampamentos

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1966	37.716	49.733	16.908	66.275	247	2.990	137.248	31.006
1967	23.301	44.288	17.167	54.479	95	2.417	150.387	26.072
1968	20.356	28.026	16.186	58.350	90	2.585	150.406	20.608
1969	32.570	27.257	16.973	59.013	106	2.577	163.634	17.129
1970	46.738	45.808	18.846	69.434	1.567	2.686	191.050	32.356
1971	49.110	36.121	17.825	74.805	37	2.429	154.023	24.266
1972	72.531	44.573	23.616	83.031	-	2.803	141.263	22.063
1973	75.000	57.098	25.262	106.059	-	3.161	126.712	20.083
1974	57.000	46.000	26.000	82.000	4.000	-	153.000	15.000
1975	54.730	48.413	32.043	89.700	817	-	162.136	20.150
1976	41.485	32.895	25.852	70.045	-	-	104.584	9.786
1977	65.587	47.891	39.896	88.341	10.746	710	136.520	19.515
1978	77.866	62.162	40.844	107.827	6.756	1.206	201.940	39.839
1979	46.073	46.483	29.664	82.756	3.780	1.341	133.072	32.558
1980	32.505	60.106	17.788	81.587	17.483	868	130.700	50.469
1981	30.876	58.855	30.973	85.745	15.511	581	145.575	42.915
1982	41.641	54.940	33.284	87.774	19.530	464	192.885	50.510
1983	66.566	64.754	32.023	107.839	17.789	378	161.536	37.607
1984	64.422	73.868	41.191	88.153	14.502	622	148.376	28.540
1985	81.867	83.934	44.255	84.374	21.281	965	139.818	11.465
1986	67.578	110.602	50.786	90.313	22.954	1.431	207.816	35.806
1987	77.689	105.883	46.102	73.769	25.578	1.917	208.505	6.895
1988	62.993	107.907	37.222	74.125	26.129	1.743	177.684	19.328
1989	89.748	124.215	66.235	71.550	22.424	2.107	149.447	18.460
1990	42.737	140.984	42.627	58.895	11.257	2.167	104.627	41.134
1991	73.223	156.219	48.976	63.857	18.220	6.467	137.446	44.295
1992	64.192	161.670	44.817	70.205	33.331	7.375	177.948	82.576

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Elaboración propia

Cuadro II.40. Pernoctaciones de Extranjeros en Acampamentos. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1966	11,0	14,5	4,9	19,4	0,1	0,9	40,1	9,1	100
1967	7,3	13,9	5,4	17,1	0,1	0,7	47,3	8,2	100
1968	6,9	9,4	5,4	19,7	0,1	0,9	50,7	6,9	100
1969	10,2	8,5	5,3	18,5	0,1	0,8	51,2	5,4	100
1970	11,4	11,2	4,6	17,0	0,4	0,7	46,8	7,9	100
1971	13,7	10,1	5,0	20,9	0,0	0,7	42,9	6,7	100
1972	18,6	11,4	6,1	21,3	-	0,7	36,2	5,7	100
1973	18,1	13,8	6,1	25,7	-	0,8	30,7	4,8	100
1974	14,9	12,0	6,8	21,4	1,0	-	40,0	3,9	100
1975	13,4	11,9	7,9	22,0	0,2	-	39,7	4,9	100
1976	14,6	11,5	9,1	24,6	-	-	36,8	3,4	100
1977	16,0	11,7	9,7	21,6	2,6	0,2	33,4	4,8	100
1978	14,5	11,6	7,6	20,0	1,2	0,2	37,5	7,4	100
1979	12,3	12,4	7,9	22,0	1,0	0,3	35,4	8,7	100
1980	8,3	15,3	4,6	20,8	4,5	0,2	33,4	12,9	100
1981	7,5	14,3	7,5	20,9	3,8	0,2	35,4	10,4	100
1982	8,7	11,4	6,9	18,2	4,1	0,1	40,1	10,5	100
1983	13,6	13,2	6,6	22,1	3,6	0,1	33,1	7,7	100
1984	14,0	16,1	8,9	19,2	3,2	0,1	32,3	6,2	100
1985	17,5	17,9	9,5	18,0	4,6	0,2	29,9	2,4	100
1986	11,5	18,8	8,7	15,4	3,9	0,2	35,4	6,1	100
1987	14,2	19,4	8,4	13,5	4,7	0,3	38,2	1,3	100
1988	12,4	21,3	7,3	14,6	5,2	0,3	35,1	3,8	100
1989	16,5	22,8	12,2	13,1	4,1	0,4	27,5	3,4	100
1990	9,6	31,7	9,6	13,3	2,5	0,5	23,5	9,3	100
1991	13,3	28,5	8,9	11,6	3,3	1,2	25,1	8,1	100
1992	10,0	25,2	7,0	10,9	5,2	1,1	27,7	12,9	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
Elaboración propia

b) Todas estas fluctuaciones cíclicas de la demanda internacional de acampamentos afectaron lógicamente a su distribución espacial en la región andaluza:

- Almería mejoró sus cuotas de mercado desde finales de los años sesenta hasta 1972. Sin embargo, desde ese momento y hasta 1981 la tendencia fue la contraria. Las cuotas cayeron del 15'4 al 5'0 por ciento en cuanto a los viajeros y del 18'6 al 7'5 por ciento en cuanto a las estancias. Pero tras esta coyuntura negativa se inició otra de signo contrario. Se prolongó hasta 1985, año en el que el peso del destino almeriense fue del 15'6 y del 17'5 por ciento, respectivamente. Desde entonces, Almería volvió a perder posiciones en el total andaluz. En 1992 sus cuotas de mercado eran del 8'3 por ciento de los clientes y del 10'0 por ciento de las pernoctaciones.

- Cádiz perdió cuota de mercado durante la segunda mitad de los años sesenta y consiguió mantenerla más o menos estable a lo largo del periodo 1970-1978. Su etapa más dinámica se inició este último año y se prolongó hasta 1990. Durante la misma las cuotas de participación de la provincia gaditana crecieron del 9'00 al 24'3 por ciento para los viajeros y del 11'6 al 31'7 por ciento para las estancias.

- Córdoba fue un destino con una destacada cuota de mercado en el caso de los clientes pero con una muy reducida participación en cuanto a las pernoctaciones. La tendencia de sus cuotas fue creciente hasta 1977. Entre 1966 y este último año pasaron del 13'5 al 24'8 por ciento en el caso de los viajeros y del 4'9 al 9'7 por ciento en el de las estancias. Pero a partir de entonces hubo una etapa con reducción de cuotas, 1978-1983, otra de ligera recuperación, 1984-1985, y una más, la que finalizó en 1992, de cierto estancamiento en valores inferiores a los registrados en 1977 o 1985. En definitiva, en 1992 las cuotas de mercado de Córdoba eran del 16'3 y del 7'0 por ciento, respectivamente.

- El periodo más dinámico en Granada fue el comprendido entre 1966 y 1973. Durante el mismo la provincia granadina fue el segundo destino andaluz con mayor demanda internacional y sus cuotas crecieron del 20'2 al 30'0 en cuanto a los clientes y del 19'4 al 25'7 por ciento en cuanto a las pernoctaciones. Sin embargo, no ocurrió lo mismo a partir de 1974. El peso de Granada en el total andaluz fue desde entonces decreciente. Al final del periodo estudiado, en 1992, sus cuotas apenas eran del 13'8 y del 10'9 por ciento, respectivamente.

- Por lo que respecta a la provincia de Huelva se pueden distinguir tres etapas. Durante la primera, 1977-1985, Huelva consiguió mejorar sus cuota de mercado, que pasaron del 1'5 al 6'2 por ciento en el caso de los viajeros y del 2'6 al 4'6 por ciento en el de las estancias; en la segunda, 1986-1990, la tendencia fue decreciente y su participación cayó hasta el 2'8 y el 2'5 por ciento, respectivamente; y en la tercera, 1991-1992, Huelva volvió a mejorar sus cuotas hasta el 5'1 y el 5'2 por ciento, respectivamente.

- La demanda internacional de acampamentos fue prácticamente inexistente en la provincia de Jaén. Durante el periodo 1966-1973 las cuotas permanecieron estancadas: oscilaron entre el 2'2 y el 2'9 por ciento de los viajeros y entre el 0'7 y 0'9 por ciento de las pernoctaciones. Posteriormente, entre 1977 y 1984, las cuotas fueron todavía más bajas y con tendencia decreciente. Pero a partir de 1985 se produjo una tímida recuperación que permitió que en 1992 la participación de Jaén fuera del 1'0 por ciento de los clientes y del 1'1 por ciento de las estancias.

- Durante los años sesenta, setenta y ochenta Málaga fue el destino con mayor número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos. Y en cuanto al número de viajeros, siempre se movió entre los cuatro primeros lugares del ranking. Fue un destino que consiguió incrementar sus cuotas de mercado durante la segunda mitad de los años sesenta, pasando entre 1966 y 1969 del 15'8 al 26'9 por ciento en el caso de los viajeros y del 40'1 al 51'2 por ciento en el de las pernoctaciones. Sin embargo, desde 1970 Málaga fue perdiendo poco a poco su posición privilegiada. El año 1990 marca el final de esta etapa, con unas cuotas del 12'4 y del 23'5 por ciento, respectivamente. Las más bajas de todo el periodo estudiado. Pero a partir de entonces parece que la tendencia cambió de signo. En 1992 la participación de Málaga en el total andaluz ascendía al 16'8 por ciento de los clientes y al 27'7 por ciento de las estancias.

- En 1966 y 1976 las cuotas de mercado de Sevilla cayeron en picado. Pasaron del 17'7 al 5'2 por ciento en cuanto a viajeros y del 9'1 al 3'4 en cuanto a estancias. Posteriormente, y hasta el bienio 1980-1981, la tendencia fue creciente. Pero a partir de este momento Sevilla volvió a perder peso en el total regional. Desde entonces y hasta 1987 sus cuotas descendieron del 20'7 al 3'0 por ciento y del 12'9 al 1'3 por ciento, respectivamente. Y tras tocar fondo, Sevilla empezó de nuevo a ganar cuota de mercado. En 1991 sus cuotas fueron ya del 16'7 por ciento de los clientes y del 8'1 por ciento de las pernoctaciones. Y en 1992, el año de la Expo, ascendieron al 18'1 y al 12'9 por ciento, respectivamente.

c) La demanda internacional de acampamentos se caracterizó en Andalucía, tal y como ocurrió con la demanda hotelera, por una gran concentración en cuanto a los países de origen de los clientes. Como se puede observar en el Cuadro II.41., Alemania y Francia fueron las naciones que, entre 1976 y 1992, más clientes aportaron a los acampamentos andaluces. También fue muy importante la presencia de viajeros procedentes del Reino Unido, Bélgica y Holanda. La cuota conjunta de mercado de estas cinco naciones fue creciente con el paso del tiempo y osciló entre el 64'0 y el 76'0 por ciento en cuanto a los viajeros y entre el 66'0 y el 76'0 por ciento en cuanto a las pernoctaciones.

Cuadro II.41. Andalucía. Viajeros y Pernoctaciones en Acampamentos. Principales Mercados Extranjeros. Porcentajes

Años	Alemania	Benelux	Francia	Reino Unido	Países Escandinavos	Resto Europa	U.S.A y Canadá	Resto América	Otros	Total
Viajeros										
1976	25,0	6,5	24,5	11,1	1,2	17,4	5,9	1,5	6,9	100
1977	25,5	8,1	26,4	8,2	1,1	20,5	4,3	1,3	4,6	100
1978	25,1	8,3	24,4	8,0	1,3	23,7	3,2	1,2	4,8	100
1979	24,9	10,4	19,6	10,2	2,0	23,2	3,9	1,7	4,1	100
1980	25,1	10,3	20,4	10,1	1,8	23,6	3,0	1,8	3,9	100
1981	22,6	10,6	21,8	9,7	1,4	25,4	2,6	1,8	4,1	100
1982	24,5	8,8	21,2	9,1	1,5	28,2	1,8	1,6	3,3	100
1983	29,7	8,7	20,3	8,1	1,2	26,5	1,9	0,9	2,7	100
1984	28,0	7,9	20,6	7,9	1,4	28,5	2,0	0,9	2,8	100
1985	28,3	8,2	22,5	7,4	1,2	27,2	2,0	0,8	2,4	100
1986	28,3	7,9	22,5	8,4	1,9	26,5	1,5	0,9	2,1	100
1987	31,1	8,6	22,9	8,9	2,0	22,6	1,3	0,6	2,0	100
1988	29,8	8,9	23,6	8,6	2,2	23,1	1,1	0,6	2,1	100
1989	27,6	9,9	25,7	8,4	2,0	22,8	1,2	0,5	1,9	100
1990	25,9	10,0	25,7	8,3	1,8	24,0	1,3	0,7	2,3	100
1991	27,3	10,1	24,1	9,3	1,9	23,8	1,3	0,7	1,5	100
1992	20,7	10,8	36,5	7,8	2,0	18,9	1,3	0,8	1,2	100
Pernoctaciones										
1976	27,5	7,6	22,9	14,5	1,9	12,9	6,2	1,3	5,2	100
1977	26,1	12,5	23,4	10,9	2,0	16,7	4,0	1,1	3,3	100
1978	27,1	11,0	22,3	11,0	2,0	18,5	3,4	1,1	3,6	100
1979	27,7	12,8	17,7	12,1	2,4	18,4	4,2	1,6	3,1	100
1980	27,6	12,9	17,6	12,4	2,3	19,8	2,8	1,8	2,8	100
1981	26,3	12,5	18,1	14,6	1,9	19,8	2,3	1,5	3,0	100
1982	28,9	9,5	17,1	12,7	2,1	23,4	1,7	1,3	3,3	100
1983	33,1	11,4	16,9	11,3	1,7	21,3	1,4	0,8	2,1	100
1984	28,6	9,6	17,8	12,2	1,8	24,1	2,1	1,0	2,8	100
1985	29,8	10,1	19,4	9,0	1,2	25,3	1,9	1,1	2,2	100
1986	27,6	8,5	20,3	9,9	2,4	26,3	1,6	1,0	2,4	100
1987	32,5	8,6	19,7	10,5	2,8	21,8	1,5	0,5	2,1	100
1988	34,5	8,8	19,9	10,1	3,0	20,6	1,2	0,4	1,5	100
1989	32,8	9,7	20,6	13,4	2,4	18,8	0,8	0,3	1,2	100
1990	29,1	10,4	23,0	9,9	2,6	22,1	0,8	0,5	1,6	100
1991	29,8	10,4	22,0	10,7	3,0	21,8	0,9	0,5	0,9	100
1992	25,6	10,4	29,1	10,6	2,7	19,4	0,9	0,5	0,8	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1976-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Elaboración propia

3.5. Estancia media

En el Cuadro II.42. se muestra cómo evolucionó en los ámbitos nacional y andaluz la estancia media de los viajeros nacionales y extranjeros alojados en acampamentos a lo largo del periodo 1966-2000. Se pone de manifiesto, por un lado, que tanto en el conjunto de España como, sobre todo, en el caso concreto de Andalucía la estancia media de los viajeros nacionales fue, durante la mayor parte del tiempo, ligeramente superior a la de

los extranjeros. Y que sólo en la segunda mitad de la última década del siglo XX se invirtió dicha situación. También se observa en el cuadro en cuestión que en la región andaluza la estancia media fue siempre inferior a la media nacional y que ambas variables fueron crecientes a lo largo de los años sesenta y setenta y decrecientes durante los últimos veinte años de la centuria.

Cuadro II.42. Estancia Media en Acampamentos. Número de Días

Años	España			Andalucía		
	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros	Total
1966	5,7	6,4	6,3	5,1	4,0	4,1
1970	7,1	6,8	6,9	5,9	3,7	3,9
1975	8,0	7,8	7,9	5,1	4,5	4,6
1980	7,8	6,6	7,1	5,7	4,3	4,9
1985	6,2	6,3	6,3	4,3	4,2	4,3
1990	6,7	5,9	6,5	4,3	3,8	4,1
1995	4,8	5,6	5,1	3,2	3,3	3,2
2000	4,2	6,6	5,0	3,2	4,8	3,7

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
Instituto Nacional de Estadística (1993-1998). Movimiento de viajeros en acampamentos
Instituto Nacional de Estadística (1999-2000). Encuesta de ocupación en acampamentos turísticos
Elaboración propia

Cuadro II.43. Estancia Media en Acampamentos. Número de Días

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Total viajeros								
1966	5,2	2,8	1,4	3,8	4,3	1,3	9,9	2,1
1970	3,1	3,7	1,5	4,6	10,1	1,1	6,8	1,6
1975	4,9	5,3	1,6	3,7	2,8		7,9	3,7
1980	5,9	4,4	1,7	4,8	6,1	1,1	7,1	3,1
1985	5,4	4,3	1,8	4,5	3,8	2,2	7,1	1,8
1990	4,8	4,0	1,9	3,5	5,0	4,5	5,7	2,1
1992	4,4	3,7	1,5	2,9	3,8	4,8	5,5	2,7
Viajeros españoles								
1966	10,8	2,3	1,0	3,2	6,9	1,2	8,5	3,1
1970	5,8	2,7	1,7	7,3	11,4	1,5	6,8	2,7
1975	6,1	4,6	1,7	3,8	2,5	..	7,5	3,9
1980	6,6	4,9	1,6	6,1	6,4	1,2	6,9	3,8
1985	5,9	4,3	1,5	4,8	3,8	2,8	5,6	1,8
1990	5,1	3,7	2,0	3,7	5,1	4,6	4,9	2,2
1992	4,5	3,5	1,6	3,0	3,8	4,8	5,4	2,9
Viajeros extranjeros								
1966	4,5	2,8	1,5	3,8	2,4	1,3	10,1	2,0
1970	2,9	3,8	1,4	4,1	6,8	1,1	6,8	1,5
1975	4,6	5,4	1,6	3,6	4,1	..	8,1	3,7
1980	5,2	3,9	1,7	4,2	4,7	1,0	7,2	3,0
1985	4,7	4,2	1,9	4,3	3,1	1,8	8,4	1,9
1990	4,3	4,9	1,9	3,2	3,4	2,6	7,1	2,0
1992	4,2	4,3	1,5	2,8	3,5	4,0	5,8	2,5

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970). Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1971-1972). Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1973). Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1974-1977). Viajeros en hoteles y acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1978-1992). Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos
 Instituto Nacional de Estadística (1993-1998). Movimiento de viajeros en acampamentos
 Instituto Nacional de Estadística (1999-2000). Encuesta de ocupación en acampamentos turísticos
 Elaboración propia
 .. Datos no disponibles

Por otro lado, en el Cuadro II.43. se demuestra que las estancias medias fueron generalmente más altas en las provincias del litoral andaluz, y especialmente en Málaga. Parece, pues, que tal y como ocurrió con los establecimientos hoteleros, el cliente de los acampamentos ubicados en las zonas litorales pernoctó generalmente más tiempo que el que eligió los del interior de la región. Sólo Jaén logró, aunque, eso sí, a comienzos de los años noventa, que la estancia media de sus clientes de acampamentos fuera similar, y en algunos

casos superior, a las del resto de destinos marítimos andaluces. Asimismo, se muestra en el cuadro que Córdoba y, sobre todo, Jaén fueron las únicas provincias andaluzas donde la estancia media no fue decreciente a lo largo de la década de los años ochenta. En la provincia cordobesa dicha variable creció muy ligeramente y en la jienense lo hizo de manera bastante considerable, pasando de 1'1 a 4'5 días.

3. La oferta turística

3. La oferta turística

Introducción

Fijar los límites de la oferta turística exige considerar todas aquellas actividades que son llevadas a cabo con objeto de satisfacer las necesidades de los turistas. Según esta delimitación, realizada en función de la demanda, se examinará la oferta turística desde varias vertientes. En primer lugar se analizará la evolución de la denominada oferta turística básica, es decir, la que está constituida por aquellos productos cuyo elemento fundamental es prestar servicio de alojamiento en sus diferentes modalidades y que se divide en hotelera (Hoteles y Hostales/Pensiones) y extrahotelera (Acampamentos y Apartamentos). A continuación, se hará referencia a los establecimientos de restauración (Restaurantes y Cafeterías). Y, por último, se estudiará el subsector de las agencias de viajes.

Desde el punto de vista temporal el estudio se circunscribirá casi exclusivamente a la segunda mitad del siglo XX. Esto obedece a que apenas existe información estadística para la primera mitad del mismo. Es cierto que durante el primer tercio, y especialmente entre 1929 y 1936, se publicaron en España algunas guías de hoteles. Gracias a ellas se dispone de una información muy interesante pero, desgraciadamente, poco homogénea y con la que es imposible construir series provinciales. Esto sólo es posible para la segunda mitad de la centuria. Las primeras estadísticas de oferta en las que se proporciona información por provincias comenzaron a elaborarse y publicarse en España en los primeros años de la década de los cincuenta.

Para el periodo comprendido entre los años 1951 y 1962 se ha utilizado la información suministrada por el Servicio de Estadísticas del Sindicato Nacional de Hostelería y Actividades Turísticas, encuadrado en el Servicio Sindical de Estadística, y publicada habitualmente en la Revista Sindical de Estadística, y la recogida en el Anuario Estadístico de España, editado por el Instituto Nacional de Estadística. En cuanto a la etapa que se inicia en el año 1963 y finaliza en el bienio 1991-1992, la fuente empleada ha sido el Anuario de Estadísticas de Turismo, publicado por los diferentes ministerios con competencias en materia turística hasta el año 1993. Y, por último, la información referente a la práctica totalidad de los años noventa ha sido recopilada del Anuario Estadístico de Andalucía, publicado por el Instituto de Estadística de Andalucía desde el año 1985.

1. Oferta hotelera

El periodo comprendido entre el inicio del siglo XX y el advenimiento de la República en 1931 puede ser catalogado como satisfactorio para la oferta hotelera andaluza habida cuenta del más que probable crecimiento experimentado por la misma. Hablo en términos de probabilidad porque no existen para estos años fuentes estadísticas fiables sobre el número de establecimientos hoteleros existentes. La comparación cuantitativa entre la hotelería andaluza de comienzos de siglo y la del año 1930 es imposible. No obstante, a través de la información proporcionada por fuentes de carácter cualitativo puede deducirse que el número de hoteles creció durante la etapa considerada.

Lo más característico de la hotelería andaluza del primer tercio del siglo XX fue el claro predominio de establecimientos de pequeña capacidad y explotados económicamente en régimen familiar. Sin embargo, también se abrieron al público grandes y lujosos hoteles, como el Príncipe de Asturias (más tarde, Miramar) de Málaga, el Alfonso XIII de Sevilla o el Alhambra Palace de Granada. Asimismo, hay que destacar la inauguración de tres establecimientos de la red estatal de Paradores y Albergues de Carretera: el Hotel Atlántico de Cádiz, el Parador Nacional del Condestable Dávalos de Úbeda y el Albergue de Carretera de Bailén, en los años 1929, 1930 y 1932, respectivamente.

Pero la oferta hotelera andaluza no solo aumentó en cantidad. También se trabajó por mejorar su calidad. A lo largo del primer tercio del siglo XX fue creciente el número de empresarios que se preocuparon de ofrecer mayores y mejores servicios a sus clientes, como teléfono, luz eléctrica, sala de baños, gabinetes de lectura, garajes, intérpretes y calefacción, entre otros.

Desgraciadamente, la crisis económica internacional de los años treinta, nuestra guerra civil, la Segunda Guerra Mundial y el posterior aislamiento político y comercial a que se vio sometida España durante la segunda mitad de la década de los años cuarenta, repercutieron muy negativamente en la hotelería andaluza. El periodo comprendido entre 1931 y 1950 no debió ser, pues, muy favorable para la apertura de nuevos establecimientos hoteleros. No obstante, hay que resaltar una probable, aunque lenta, reactivación del sector a medida que fueron avanzando los años cuarenta. A ella contribuyeron el sector privado y, también, el público. En este sentido habría

que destacar la apertura al público del Albergue de Carretera de Antequera, en 1940, del Parador Nacional Virgen de la Cabeza de Andujar, en 1944, del Parador Nacional de San Francisco de Granada, en 1945, y de la Hostería de Gibralfaro de Málaga, en 1948.

En definitiva, en 1953 existían en Andalucía 121 hoteles. De ellos, 4 eran catalogados como de Lujo, 10 de Primera A, 24 de Primera B, 31 de Segunda y 52 de Tercera. Esta oferta hotelera andaluza equivalía al 10 por ciento de la española y se encontraba muy concentrada geográficamente. En las cuatro provincias mejor dotadas -Málaga, Cádiz, Granada y Sevilla-, que contaban con 28, 23, 20 y 19 hoteles, respectivamente, se concentraba nada menos que el 74,4 por ciento de la hotelería andaluza. Por lo tanto, los establecimientos hoteleros andaluces se ubicaban preferentemente en dos provincias marítimas y en otras dos con un destacado patrimonio artístico. En el resto, la hotelería era todavía bastante reducida: 14 hoteles en Jaén, 10 en Córdoba, 6 en Huelva y sólo 1 en Almería.

¿Cómo evolucionó la oferta hotelera andaluza desde ese momento y hasta el final del siglo XX? Vamos a tratar de responder a esta pregunta estudiando por separado los dos tipos de alojamiento que componen la citada oferta hotelera, es decir, hoteles y hostales-pensiones, ya que las estadísticas publicadas durante la segunda mitad del siglo XX ofrecen información desagregada sobre ambos establecimientos.

1.1. Hoteles

a) En la evolución histórica de la oferta de hoteles en Andalucía a lo largo de la segunda mitad del siglo XX se pueden distinguir tres etapas. La primera de ellas se extendió a lo largo de las décadas de los años cincuenta, sesenta y la primera mitad de la de los setenta. Durante la misma, y ante el crecimiento experimentado por la demanda, se produjo una considerable ampliación de la oferta de alojamiento, muy especialmente en las provincias del litoral mediterráneo andaluz. Fueron unos años en los que ante la creciente, y para algunos inagotable, llegada de turistas, aumentó el número de inversores, mayoritariamente españoles y hasta entonces vinculados a la agricultura o al comercio, que decidieron abandonar, en algunos casos, o diversificar, en otros, sus negocios tradicionales y que apostaron por la construcción de establecimientos hoteleros y extrahoteleros. Además, a lo largo de dicha etapa los pequeños hoteles típicos de los años cincuenta, generalmente negocios familiares que sólo ofrecían alojamiento y servicio de restauración, fueron dando paso, sobre todo en la Costa del Sol, a las primeras cadenas hoteleras, a empresas extranjeras con nuevas técnicas organizativas, que comenzaron a ampliar su tradicional oferta incluyendo, además, servicios de animación. Lógicamente, toda esta expansión ocasionó también algunas consecuencias negativas. En este sentido habría que señalar la escasa preocupación del sector por la formación y cualificación de sus trabajadores y el creciente impacto medioambiental en el litoral andaluz.

Cuadro III.1. Hoteles por Categorías

Años	Andalucía					Total	Andalucía/España Porcentaje
	Lujo	Primera A	Primera B	Segunda	Tercera		
1955	7	14	32	42	61	156	11,7
1960	11	23	51	61	76	222	12,1
1965	18	42	99	81	71	311	10,8
1969	21	64	146	101	82	414	11,5

Años	Andalucía					Total	Andalucía/España Porcentaje
	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella		
1970	16	33	89	103	114	355	11,8
1975	16	51	141	112	98	418	11,9
1980	13	52	146	112	87	410	11,8
1985	12	52	154	114	89	421	11,9
1990	14	61	186	168	114	543	12,8
1995	13	133	266	266	176	854	16,1
2000	17	182	331	324	200	1.054	16,9

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.2. Andalucía. Hoteles por Categorías. Porcentajes

Años	Lujo	Primera A	Primera B	Segunda	Tercera	Total
1955	4,5	9,0	20,5	26,9	39,1	100
1960	4,9	10,4	23,0	27,5	34,2	100
1965	5,8	13,5	31,8	26,1	22,8	100
1969	5,1	15,4	35,3	24,4	19,8	100

	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total
1970	4,5	9,3	25,1	29,0	32,1	100
1975	3,8	12,2	33,7	26,8	23,5	100
1980	3,2	12,7	35,6	27,3	21,2	100
1985	2,9	12,3	36,6	27,1	21,1	100
1990	2,6	11,2	34,3	30,9	21,0	100
1995	1,5	15,5	31,2	31,2	20,6	100
2000	1,6	17,3	31,4	30,7	19,0	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España

Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo

Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Elaboración Propia

Cuadro III.3. Plazas en Hoteles por Categorías

Años	Andalucía					Andalucía/España	
	Lujo	Primera A	Primera B	Segunda	Tercera	Total	Porcentaje
1955	1.593	1.647	2.043	2.378	3.005	10.666	11,1
1960	2.295	2.787	3.495	3.687	3.519	15.783	12,1
1965	5.271	6.001	7.079	5.506	3.144	27.001	11,7
1969	5.826	8.969	14.128	7.259	3.836	40.018	11,7

Años	Andalucía					Andalucía/España	
	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total	Porcentaje
1970	4.391	5.992	12.565	10.133	6.745	39.826	11,0
1975	4.910	13.409	31.109	11.873	6.282	67.583	11,8
1980	4.016	17.339	32.910	12.571	5.019	71.855	12,0
1985	3.800	17.655	38.884	11.588	4.951	76.878	12,3
1990	4.865	19.218	49.088	17.964	5.501	96.636	13,1
1995	4.297	41.042	60.272	16.748	7.401	129.760	14,8
2000	5.520	58.243	62.112	17.954	7.579	151.408	14,3

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.4. Andalucía. Plazas en Hoteles por Categorías. Porcentajes

Años	Lujo	Primera A	Primera B	Segunda	Tercera	Total
1955	14,9	15,4	19,2	22,3	28,2	100
1960	14,5	17,7	22,1	23,4	22,3	100
1965	19,5	22,2	26,2	20,4	11,7	100
1969	14,6	22,4	35,3	18,1	9,6	100

	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total
1970	11,0	15,1	31,5	25,5	16,9	100
1975	7,3	19,8	46,0	17,6	9,3	100
1980	5,6	24,1	45,8	17,5	7,0	100
1985	4,9	23,0	50,5	15,1	6,5	100
1990	5,0	19,9	50,8	18,6	5,7	100
1995	3,3	31,6	46,5	12,9	5,7	100
2000	3,6	38,5	41,0	11,9	5,0	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España

Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo

Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Elaboración Propia

Cuadro III.5. Andalucía. Plazas por Hotel

Años	Lujo	Primera A	Primera B	Segunda	Tercera	Total
1955	228	118	64	57	49	68
1960	209	121	69	60	46	71
1965	293	143	72	68	44	87
1969	277	140	97	72	47	97
	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total
1970	274	182	141	98	59	112
1975	307	263	221	106	64	162
1980	309	333	225	112	58	175
1985	317	340	252	102	56	183
1990	348	315	264	107	48	178
1995	331	309	227	63	42	152
2000	325	320	188	55	38	144

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.6. Hoteles por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1955	1	22	14	33	6	17	36	27	156
1960	4	31	17	41	8	18	72	31	222
1965	9	46	16	56	13	26	115	30	311
1970	21	39	19	62	15	31	142	26	355
1975	29	46	25	61	24	29	168	36	418
1980	30	50	23	63	24	31	153	36	410
1985	29	53	28	67	25	31	155	33	421
1990	39	83	31	99	35	42	168	46	543
1995	64	142	60	151	55	72	204	106	854
2000	87	172	61	175	62	93	281	123	1.054

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.7. Hoteles por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1955	0,6	14,1	9,0	21,2	3,8	10,9	23,1	17,3	100
1960	1,8	13,9	7,7	18,5	3,6	8,1	32,4	14,0	100
1965	2,9	14,8	5,1	18,0	4,2	8,4	37,0	9,6	100
1970	5,9	11,0	5,4	17,5	4,2	8,7	40,0	7,3	100
1975	6,9	11,0	6,0	14,6	5,8	6,9	40,2	8,6	100
1980	7,3	12,2	5,6	15,4	5,8	7,6	37,3	8,8	100
1985	6,9	12,6	6,7	15,9	5,9	7,4	36,8	7,8	100
1990	7,2	15,3	5,7	18,2	6,5	7,7	30,9	8,5	100
1995	7,5	16,6	7,0	17,7	6,5	8,4	23,9	12,4	100
2000	8,2	16,3	5,8	16,6	5,9	8,8	26,7	11,7	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.8. Plazas en Hoteles por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1955	98	1.946	813	1.817	282	794	1.996	2.920	10.666
1960	270	2.214	1.249	3.287	327	883	4.350	3.203	15.783
1965	432	3.752	1.219	4.518	594	1.298	11.834	3.354	27.001
1970	1.825	4.064	1.544	5.478	1.287	1.641	20.609	3.378	39.826
1975	6.276	5.554	1.852	6.134	4.528	1.629	35.494	6.116	67.583
1980	7.129	5.545	1.710	6.582	3.733	2.023	37.965	7.168	71.855
1985	7.102	6.854	2.126	7.353	3.787	2.116	41.348	6.192	76.878
1990	10.111	8.994	2.656	9.555	5.459	2.880	49.607	7.374	96.636
1995	14.332	14.699	5.200	14.665	8.351	4.395	51.595	16.523	129.760
2000	16.699	18.871	5.560	16.542	10.932	5.104	60.286	17.414	151.408

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.9. Plazas en Hoteles por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1955	0,9	18,2	7,6	17,0	2,7	7,5	18,7	27,4	100
1960	1,7	14,0	7,9	20,8	2,1	5,6	27,6	20,3	100
1965	1,6	13,9	4,5	16,7	2,2	4,8	43,9	12,4	100
1970	4,6	10,2	3,9	13,8	3,2	4,1	51,7	8,5	100
1975	9,3	8,2	2,8	9,1	6,7	2,4	52,5	9,0	100
1980	9,9	7,7	2,4	9,2	5,2	2,8	52,8	10,0	100
1985	9,2	8,9	2,8	9,6	4,9	2,8	53,8	8,0	100
1990	10,5	9,3	2,8	9,9	5,6	3,0	51,3	7,6	100
1995	11,1	11,3	4,0	11,3	6,4	3,4	39,8	12,7	100
2000	11,0	12,5	3,7	10,9	7,2	3,4	39,8	11,5	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.10. Plazas por Hotel en cada Provincia

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1955	98	88	58	55	47	22	55	108	68
1960	68	71	74	80	41	49	60	103	71
1965	48	82	76	81	46	50	103	112	87
1970	87	104	81	88	86	53	145	130	112
1975	216	121	74	101	189	56	211	170	162
1980	238	111	74	105	156	65	248	199	175
1985	245	129	76	110	152	68	267	188	183
1990	259	108	86	96	156	69	295	160	178
1995	224	104	87	97	152	61	253	156	152
2000	192	110	91	95	176	55	215	142	144

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Entre 1955 y 1977 el número de hoteles creció en Andalucía de 156 a 429 y el de plazas de 10.666 a 73.242. Es decir, en poco más de veinte años los establecimientos se multiplicaron por 2'7 y su capacidad por 6'9. La expansión fue, pues, sobresaliente y similar a la registrada en el conjunto de la nación. La cuota de participación de la hotelería andaluza en el total nacional apenas varió durante todo el periodo, oscilando entre el 11 y el 12 por ciento.

El crecimiento de la hotelería no fue uniforme según las diferentes categorías de los establecimientos. Hasta finales de los años sesenta la expansión fue, en términos absolutos, generalizada. No obstante, fue especialmente dinámica en las categorías Primera A y Primera B. Posteriormente, la entrada en vigor a partir del día 1 de enero de 1970 de una nueva clasificación de los hoteles y establecimientos asimilados provocó un reajuste inmediato en las categorías: disminuyeron los establecimientos hasta entonces considerados de Lujo, de Primera A y de Primera B, apenas variaron los de Segunda y aumentaron los de Tercera; en cuanto a las plazas, solo crecieron las de estas dos últimas categorías de hoteles. A partir de entonces, y durante la primera mitad de la década de los setenta, disminuyó el número de establecimientos de 1 Estrella, permaneció estancado el de 5 y aumentaron los de 2 y, sobre todo, 3 y 4 Estrellas. Como consecuencia de toda esta evolución la estructura hotelera andaluza era a mediados de los setenta sensiblemente diferente de como había sido veinte años antes. Tanto en términos de establecimientos como de plazas, las categorías extremas, es decir, Lujo/5 Estrellas, Segunda/2 Estrellas y Tercera/1 Estrella, fueron, sobre todo

esta última, las menos favorecidas durante la expansión. Sirva de ejemplo la evolución de la capacidad relativa de cada categoría. Si en el año 1955 sus cuotas de participación eran del 14'9, del 22'3 y del 28'2 por ciento, respectivamente, en 1975 apenas eran del 7'3, del 17'6 y del 9'3 por ciento, respectivamente. En definitiva, durante el periodo analizado ganaron peso relativo las categorías Primera A/4 estrellas y, muy especialmente, Primera B/3 estrellas. La cuota de la primera creció del 15'4 al 19'8 por ciento y la de la segunda del 19'2 al 46'0 por ciento, respectivamente.

La expansión fue generalizada en todas las provincias andaluzas. Todas ellas contaban en 1975 con más hoteles y más plazas hoteleras que veinte años antes. No obstante, el crecimiento fue especialmente alto en Almería, Huelva, que partían, eso sí, de unos niveles bajísimos, y Málaga, que, por el contrario, ya era a mediados de los años cincuenta el destino con mayor número de hoteles. Sus respectivas cuotas de participación crecieron del 0'6 al 6'9, del 3'8 al 5'8 y del 23'1 al 40'2 por ciento en cuanto a los establecimientos, y del 0'9 al 9'3, del 2'7 al 6'7 y del 18'7 al 52'5 por ciento en cuanto a la capacidad. Como es lógico, el crecimiento hotelero registrado en el resto de las provincias, de bastante menor cuantía que el de los tres destinos citados, provocó una considerable reducción de sus cuotas de mercado. El porcentaje conjunto de Cádiz, Córdoba, Granada, Jaén y Sevilla descendió del 72'5 al 37'1 por ciento en el caso de los hoteles y del 77'7 al 31'5 por ciento en el de las plazas. En definitiva, durante esta etapa Málaga reforzó considerablemente su posición de privilegio en una hotelería

andaluza bastante más concentrada que a mediados de los años cincuenta.

· Dado que el crecimiento del sector hotelero andaluz fue más intenso en términos de plazas que de establecimientos, también creció el tamaño medio de éstos. Entre 1955 y 1975 el número medio de plazas por hotel pasó en Andalucía de 68 a 162. Fue un fenómeno generalizado en las diferentes categorías de hoteles y especialmente intenso en las categorías Primera A/4 Estrellas y Primera B/3 Estrellas. En estos casos el tamaño medio de los hoteles creció de 118 a 263 y de 64 a 221 plazas, respectivamente. En definitiva, en 1975 los hoteles de 5 Estrellas seguían siendo los de mayor capacidad, con una media de 307 plazas por hotel, y los 1 Estrella los más pequeños, con apenas 64 plazas de media. Asimismo, y en cuanto a las provincias, Almería, Málaga y Huelva eran las que contaban con hoteles con un tamaño medio mayor, con 216, 211 y 189 plazas, respectivamente, mientras que Córdoba y Jaén eran los destinos con establecimientos más pequeños, con una media de apenas 74 y 56 plazas, respectivamente.

b) La etapa comprendida entre los años 1978 y, aproximadamente, 1984 fue sin duda alguna la más difícil para el sector hotelero andaluz. La fuerte inflación registrada durante el periodo, a consecuencia fundamentalmente del alza de los costes energéticos y de la mano de obra, junto con la disminución del ritmo de las inversiones públicas y la quiebra de la idea de una demanda turística ilimitada, afectaron sensiblemente a la hotelería de la región andaluza. Fueron unos años marcados por el cierre de algunos establecimientos y por la aplicación de una serie de ajustes empresariales en el sector: se recortaron algunos costes adicionales, aparecieron las primeras regulaciones de empleo y se incorporaron las nuevas tecnologías, entre otros.

· El número de hoteles se redujo un 37 por ciento. El de plazas, disminuyó un 19 por ciento entre 1977 y 1981 y, posteriormente, se recuperó un 41 por ciento a lo largo del trienio 1982-1984. Una situación, pues, complicada aunque no muy diferente de la vivida en la mayor parte del territorio nacional. De hecho, las cuotas de participación de Andalucía en el conjunto de la nación apenas variaron a pesar de la crisis, rondando en todo momento el 12 por ciento.

· Fue una coyuntura adversa que afectó a la práctica totalidad de las diferentes categorías de hoteles. Si comparamos los datos de 1977 y 1984 se comprueba que la única que creció en términos absolutos fue la de 3 Estrellas: el número de hoteles aumentó un 27 por ciento y la capacidad un 108 por ciento. En el resto de las categorías la evolución fue, sin embargo, muy distinta. Si se considera el número de establecimientos, los de 5 Estrellas cayeron un 71 por ciento, los de 4 un 107, los de 2 un 59 y los de 1 Estrella un 64 por ciento. En cuanto a las plazas, la categoría más afectada fue 1 Estrella, con una reducción del 194 por ciento. También fue considerable la disminución en los hoteles de 5 y de 2 Estrellas, un 112 y un 84 por ciento, respectivamente. Por el contrario, la capacidad de los establecimientos de 4 Estrellas creció un 45 por ciento. Estos diferentes comportamientos afectaron, lógicamente, a la estructura por categorías de la hotelería andaluza. En cuestión de establecimientos, los de 5 y 1 Estrella perdieron cuota de participación, los de 4 y 2 Estrellas la mantuvieron y los de 3 Estrellas la mejoraron ligeramente. En

materia de capacidad, disminuyó la participación relativa de los hoteles de 5, 2 y 1 Estrella en beneficio, claro está, de los de 4 y 3 Estrellas. En definitiva, durante estos años, y tal como venía ocurriendo desde mediados del siglo, los hoteles de 4 y de 3 Estrellas continuaron siendo los más dinámicos de la hotelería andaluza.

· Las provincias de Sevilla, Málaga, Huelva y Almería fueron las más afectadas durante estos años, sobre todo por lo que respecta al número de hoteles. En las dos primeras éste se redujo un 83 y un 77 por ciento, respectivamente, mientras que en las otras dos se produjo un claro estancamiento del mismo. En cuanto a la capacidad hotelera, en Huelva disminuyó un 164 por ciento, en Sevilla se mantuvo estancada y en Almería y Málaga se registraron unos tímidos crecimientos de la misma. A raíz de toda esta evolución la estructura provincial por plazas apenas varió. Pero no ocurrió lo mismo con la correspondiente a los hoteles. Lo más significativo fue una cierta pérdida de mercado de Málaga y Sevilla en beneficio de Cádiz, Granada y Jaén.

· Por lo que respecta al tamaño medio de los hoteles andaluces hay que señalar que éste continuó creciendo durante esta etapa. En 1985 era ya de 183 plazas. Un tamaño ligeramente superior a la media nacional, que era de 176 plazas. Por categorías, incrementaron la capacidad media las de 5, 3 y, sobre todo, 4 Estrellas. En cada uno de estos tipos de establecimientos el número medio de plazas era ya en 1985 de 317, 252 y 340, respectivamente. Por el contrario, en los hoteles de 2 y 1 Estrella el tamaño medio se redujo, pasando a ser de 102 y 56 plazas, respectivamente. Existía, pues, una clara diferencia entre el tamaño medio de los hoteles encuadrados en las tres primeras categorías y el resto, mostrando los primeros un claro perfil turístico al ser susceptibles de acoger grupos de clientes. En definitiva, la elevada dimensión de la hotelería andaluza, y sobre todo, de la ubicada en las provincias de Málaga, Almería, Sevilla y Huelva, con 267, 245, 188 y 152 plazas por hotel, respectivamente, confirma una cierta especialización turística en un turismo de masas canalizado por grandes grupos de comercialización, que exigían un tamaño mínimo de los hoteles para proporcionar la rentabilidad esperada en un ámbito donde la cantidad y características de los paquetes turísticos vendidos eran los referentes básicos del negocio.

c) Durante los últimos quince años del siglo, y especialmente a lo largo de la primera mitad de la década de los noventa, la hotelería andaluza volvió a vivir un ciclo expansivo. El notable incremento que experimentó el movimiento hotelero en Andalucía durante aquellos años animó a los empresarios a ampliar la oferta hotelera. Y, afortunadamente, no sólo en número. Un hecho digno de destacar es que gracias al cambio cultural que se produjo en la última década del siglo pasado mejoró la gestión empresarial de muchos hoteles andaluces. El perfil cultural del sector se caracterizaba al finalizar el siglo por una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a los cambios, por conceder más importancia a la formación del capital humano, por la aplicación cada vez más frecuente de nuevas tecnologías, sobre todo de la información, por mantener mejores relaciones con la Administración Pública y con los sindicatos, por compartir una filosofía de calidad y por prestar cada vez más atención al desarrollo turístico sostenible y al crecimiento y la

internacionalización de la empresa turística. No obstante, al sector le quedaban aún retos por asumir. Entre ellos, reducir la dependencia de grupos extranjeros, principalmente touroperadores, desarrollar un turismo que respetara el medio ambiente y las raíces culturales del lugar, fomentar las actividades de investigación y de desarrollo y de formación, y procurar la subsistencia de las pequeñas y medianas empresas con los grandes grupos empresariales mediante un mayor asociacionismo o a través de acuerdos o alianzas estratégicas.

· Si analizamos el periodo en su conjunto se observa que el número de hoteles creció en Andalucía un 150 por ciento y el de plazas un 97 por ciento. Fue una expansión muy superior a la registrada en el conjunto de la nación, donde los establecimientos aumentaron un 76 por ciento y la capacidad un 70'5 por ciento. Gracias a ello la hotelería andaluza mejoró sensiblemente su participación sobre el total nacional, alcanzando precisamente en los últimos años del siglo la cuota de mercado más alta de todo el periodo estudiado. En cuanto a los hoteles, dicha cuota aumentó del 12'0 a casi el 17'0 por ciento. Por lo que respecta a las plazas, lo hizo del 12'3 al 14'3 por ciento.

· Por categorías, el crecimiento fue generalizado en términos absolutos, tanto en cuanto a hoteles como a capacidad. En el primer caso, los porcentajes de crecimiento del número de hoteles de 5, 4, 3, 2 y 1 Estrella fueron 41'6, 250'0, 114'9, 184'2 y 124'7, respectivamente. En cuanto a las plazas, los hoteles de 4 Estrellas fueron, con diferencia, los más dinámicos, con un crecimiento del 229'9 por ciento, mientras que en el caso de los de 5, 3, 2 y 1 Estrella la expansión fue bastante similar: 45'3, 59'7, 54'9 y 53'1 por ciento, respectivamente. En definitiva, durante esta última etapa analizada el empresariado hotelero andaluz apostó preferentemente por la categoría 4 Estrellas, que fue la única que, tanto en términos de establecimientos como de capacidad, ganó peso relativo dentro del sector. También mejoró su cuota de mercado, aunque ligeramente y sólo en cuanto a número de hoteles, la categoría 2 Estrellas. Ello se debió a la apertura de pequeños hoteles adscritos a dicha categoría, gestionados por familias o grupos hoteleros locales, con una dimensión intencionalmente reducida y vinculados, sobre todo, al turismo rural.

· Durante esta última etapa la expansión de la hotelería fue generalizada y bastante homogénea, a excepción de en Málaga, en todas las provincias andaluzas. Fue en la provincia costasoleña, con zonas ya muy saturadas, donde el crecimiento hotelero fue menor: el número de hoteles se multiplicó por 1'8 y el de plazas por 1'4. En el resto, sin embargo, la expansión fue mayor y, además, muy similar. Por lo que respecta al número de hoteles, en Sevilla se multiplicó por 3'7, en Cádiz, Almería y Jaén se triplicó y en Granada, Huelva y Córdoba se multiplicó por 2'6, 2'5 y 2'2, respectivamente. En cuanto al de plazas, las provincias con mayor crecimiento fueron Huelva y Sevilla, donde se multiplicó por 2'9 y 2'8, respectivamente, y la de menor expansión, Granada, donde la capacidad se multiplicó por 2'2. En definitiva, a lo largo de los últimos quince años del siglo pasado Málaga continuó perdiendo peso en el conjunto de la hotelería andaluza en beneficio del resto de las provincias. En el año 2000 sus cuotas de mercado eran ya del 26'7 por ciento de los hoteles y del 39'8 por ciento de las plazas. Por el contrario, todos los demás

destinos incrementaron las suyas, sobre todo Sevilla y Cádiz. Por lo tanto, al finalizar el siglo XX la hotelería andaluza estaba bastante menos concentrada de lo que había llegado a estarlo veinte años antes.

· Por otro lado, como en esta última etapa analizada las plazas crecieron en Andalucía por debajo de lo que lo hicieron los hoteles, su tamaño medio se redujo y, por tanto, se invirtió la tendencia que se había venido observado desde mediados de siglo. El número medio de plazas por establecimiento descendió en Andalucía de 183 a 144, mientras que a nivel nacional sólo lo hizo de 176 a 171. Además, la reducción del tamaño medio de los hoteles andaluces fue prácticamente generalizada en todas las provincias, salvo en Córdoba y Huelva, y en todas las categorías, siendo, eso sí, especialmente intensa en las de 3, 2 y 1 Estrella. Es evidente, pues, que en los últimos años del siglo pasado buena parte del sector hotelero andaluz optó por ofrecer a sus clientes establecimientos con una capacidad media inferior a la de años precedentes.

d) A modo de conclusión, señalar que en el año 2000 Andalucía contaba con 898 hoteles y 140.742 plazas más que en el año 1955 y que la estructura por categorías de su oferta hotelera era bastante diferente de la existente a mediados del siglo. Como puede observarse en los cuadros III.2. y III.4., las categorías Lujo/5 Estrellas y Tercera/1 Estrella fueron las que menos crecieron a lo largo de la segunda mitad de la centuria pasada, mientras que Segunda/2 Estrellas logró mantener, e incluso incrementar durante el decenio de los años noventa, su elevada cuota de mercado en cuanto a hoteles pero perdió posiciones en cuanto a capacidad. Por lo tanto, las grandes protagonistas de la expansión fueron, sin duda alguna, las categorías Primera A/4 Estrellas y Primera B/ 3 Estrellas. Al finalizar el siglo XX sus cuotas de participación eran del 17'3 y del 31'4 por ciento de los establecimientos y del 38'5 y del 41'0 por ciento de las plazas, respectivamente.

Por lo que respecta al tamaño medio de los hoteles andaluces, resaltar que en el año 2000 el número medio de plazas por establecimientos era bastante superior al registrado en 1955, aunque no tanto como el alcanzado en 1985, y algo inferior a la media nacional. Las provincias con un mayor tamaño medio eran Málaga, Almería, Huelva y Sevilla, con 215, 192, 176 y 142 plazas, respectivamente. En el resto, el número medio de plazas por hoteles era bastante más reducido: 110 plazas en Cádiz, 95 en Granada, 91 en Córdoba y 55 en Jaén.

Y en cuanto a la distribución provincial de la hotelería andaluza, indicar que al finalizar el siglo XX estaba algo más diversificada que en los años setenta y ochenta, que Málaga continuaba siendo en aquellos momentos el destino con mayor oferta, pero con una cuota de mercado bastante menor de la que había tenido en el periodo 1975-1985, y que Almería, Huelva y Cádiz, aunque en este último caso sólo en cuestión de establecimientos, eran, junto con la provincia malagueña, los únicos destinos con una posición relativa dentro del sector superior a la que habían ostentado a mediados del siglo.

1.2. Hostales-Pensiones

a) Durante los años cincuenta, sesenta y primera mitad de los setenta, no sólo se inauguraron hoteles en Andalucía. El otro tipo de establecimiento que conforma la oferta hotelera, el hostel-pensión, también experimentó un notable crecimiento.

Para analizarlo se van a considerar dos subetapas. La primera se extiende desde 1963 a 1969, inclusive. La segunda, abarca el periodo 1970-1975. El motivo de no estudiar conjuntamente la etapa 1963-1975 radica en los nuevos criterios de clasificación de los establecimientos hoteleros que entraron en vigor el día 1 de enero de 1970. Con esta nueva clasificación se contabilizaron conjuntamente como hostales-pensiones las ya

existentes, las inauguradas ese año y, también, algunos establecimientos que hasta entonces no habían sido considerados como tales. Por lo tanto, los datos correspondientes a 1970 no deben ser comparados con los de años precedentes al no ser la información homogénea.

Cuadro III.11. Hostales-Pensiones por Categorías

Años	Andalucía				Andalucía/España Porcentaje
	Lujo	Primera	Segunda	Total	
1963	36	54	182	272	10,5
1965	35	64	199	298	8,8
1969	35	76	251	362	9,3

Años	Andalucía				Andalucía/España Porcentaje
	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total	
1970	18	170	436	624	11,9
1975	27	215	516	758	12,6
1980	26	223	541	790	12,9
1985	24	236	579	839	13,7
1990	1.130	21,7
1995	-	367	935	1.302	27,6
2000	-	438	936	1.374	..

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

.. Datos no disponibles

Cuadro III.12. Andalucía. Hostales-Pensiones por Categorías. Porcentajes

Años	Lujo	Primera	Segunda	Total
1963	13,2	19,9	66,9	100
1965	11,7	21,5	66,8	100
1969	9,7	21,0	69,3	100
	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total
1970	2,9	27,2	69,9	100
1975	3,5	28,4	68,1	100
1980	3,3	28,2	68,5	100
1985	2,9	28,1	69,0	100
1990	100
1995	-	28,2	71,8	100
2000	-	31,9	68,1	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

.. Datos no disponibles

Cuadro III.13. Plazas en Hostales-Pensiones por Categorías

Años	Andalucía				Andalucía/España Porcentaje
	Lujo	Primera	Segunda	Total	
1963	1.193	1.417	4.770	7.380	9,9
1965	1.195	1.758	5.176	8.129	8,3
1969	1.376	2.390	6.585	10.351	8,3

Años	Andalucía				Andalucía/España Porcentaje
	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total	
1970	1.055	7.253	10.646	18.954	10,3
1975	1.505	10.007	13.149	24.661	11,5
1980	1.403	10.027	14.048	25.478	11,7
1985	1.326	9.243	16.796	27.365	12,4
1990	30.255	15,6
1995	-	12.037	18.589	30.626	17,6
2000	-	12.764	18.582	31.346	..

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

.. Datos no disponibles

Cuadro III.14. Andalucía. Plazas en Hostales-Pensiones por Categorías. Porcentajes

Años	Lujo	Primera	Segunda	Total
1963	16,2	19,2	64,6	100
1965	14,7	21,6	63,7	100
1969	13,3	23,1	63,6	100

	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total
1970	5,5	38,3	56,2	100
1975	6,1	40,6	53,3	100
1980	5,5	39,3	55,2	100
1985	4,8	33,8	61,4	100
1990	100
1995	-	39,3	60,7	100
2000	-	40,7	59,3	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración Propia

.. Datos no disponibles

Cuadro III.15. Andalucía. Plazas por Hostal-Pensión

Años	Lujo	Primera	Segunda	Total
1963	33	26	26	27
1965	34	27	26	27
1969	39	31	26	28

	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Total
1970	59	43	24	30
1975	56	47	25	32
1980	54	45	26	32
1985	55	39	29	33
1990	27
1995	-	33	20	24
2000	-	29	20	23

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

.. Datos no disponibles

Cuadro III.16. Hostales-Pensiones por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1963	10	51	16	62	10	9	72	42	272
1965	11	53	14	69	12	7	86	46	298
1969	21	66	16	75	19	5	116	44	362
1970	40	96	29	112	43	20	193	91	624
1975	47	104	43	147	48	42	210	117	758
1980	68	92	43	164	54	63	193	113	790
1985	74	107	51	173	48	67	200	119	839
1990	103	184	87	228	78	73	226	151	1.130
1995	125	217	102	266	93	81	234	184	1.302
2000	142	240	102	254	80	93	274	189	1.374

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.17. Hostales-Pensiones por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1963	3,7	18,7	5,9	22,8	3,7	3,3	26,5	15,4	100
1965	3,7	17,8	4,7	23,2	4,0	2,3	28,9	15,4	100
1969	5,8	18,2	4,4	20,7	5,2	1,4	32,0	12,2	100
1970	6,4	15,4	4,7	17,9	6,9	3,2	30,9	14,6	100
1975	6,2	13,7	5,7	19,4	6,3	5,6	27,7	15,4	100
1980	8,6	11,7	5,4	20,8	6,8	8,0	24,4	14,3	100
1985	8,8	12,8	6,1	20,6	5,7	8,0	23,8	14,2	100
1990	9,1	16,3	7,7	20,2	6,9	6,4	20,0	13,4	100
1995	9,6	16,7	7,8	20,4	7,2	6,2	18,0	14,1	100
2000	10,3	17,5	7,4	18,5	5,8	6,8	19,9	13,8	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.18. Plazas en Hostales-Pensiones por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1963	492	1.395	342	1.854	309	241	1.653	1.094	7.380
1965	429	1.466	292	2.089	359	173	2.118	1.203	8.129
1969	773	1.720	415	2.138	528	129	3.421	1.227	10.351
1970	1.407	2.890	879	3.310	1.057	608	6.747	2.056	18.954
1975	1.621	4.198	1.362	4.304	1.241	1.073	8.030	2.832	24.661
1980	2.117	3.727	1.486	5.013	1.342	1.635	7.470	2.688	25.478
1985	2.330	4.136	1.705	5.239	1.333	1.759	7.682	3.181	27.365
1990	2.925	4.710	2.147	6.131	1.838	1.663	7.358	3.483	30.255
1995	3.072	5.253	2.201	6.021	2.351	1.621	5.928	4.179	30.626
2000	3.513	5.796	2.069	5.520	1.781	1.837	6.545	4.285	31.346

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.19. Plazas en Hostales-Pensiones por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1963	6,7	18,9	4,6	25,1	4,2	3,3	22,4	14,8	100
1965	5,3	18,0	3,6	25,7	4,4	2,1	26,1	14,8	100
1969	7,5	16,6	4,0	20,6	5,1	1,2	33,1	11,9	100
1970	7,4	15,2	4,6	17,5	5,6	3,2	35,6	10,9	100
1975	6,6	17,0	5,5	17,5	5,0	4,3	32,6	11,5	100
1980	8,3	14,6	5,8	19,7	5,3	6,4	29,3	10,6	100
1985	8,5	15,1	6,2	19,2	4,9	6,4	28,1	11,6	100
1990	9,7	15,5	7,1	20,3	6,1	5,5	24,3	11,5	100
1995	10,0	17,2	7,2	19,6	7,7	5,3	19,4	13,6	100
2000	11,2	18,5	6,6	17,6	5,7	5,8	20,9	13,7	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.20. Plazas por Hostal-Pensión en cada Provincia

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1963	49	27	21	30	31	27	23	26	27
1965	39	28	21	30	30	25	25	26	27
1969	37	26	26	28	28	26	29	28	28
1970	35	30	30	30	25	30	35	23	30
1975	34	40	32	29	26	26	38	24	32
1980	31	41	35	31	25	26	39	24	32
1985	31	39	33	30	28	26	38	27	33
1990	28	26	25	27	24	23	33	23	27
1995	25	24	22	23	25	20	25	23	24
2000	25	24	20	22	22	20	24	23	23

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

· Entre los años 1963 y 1969 el número de pensiones aumentó un 33'1 por ciento y el de plazas un 40'2 por ciento. Es decir, cada uno de estos años se abrieron al público una media de 15 establecimientos nuevos en la región. El ritmo fue, pues, considerable pero ligeramente inferior al registrado en el conjunto de la nación. Las cuotas de participación de Andalucía sobre el total nacional, 10'5 por ciento de los establecimientos y 9'9 por ciento de las plazas en 1963, descendieron al 9'3 y 8'3 por ciento, respectivamente.

· Durante la primera mitad de los años setenta continuó la expansión de las pensiones en Andalucía. Desde 1970 hasta 1975, el quinquenio más dinámico de los últimos cuarenta años del siglo XX, el crecimiento medio anual fue de 27 establecimientos y 1.141 plazas. Esto permitió que en 1975 la región andaluza contara con un 21'5 por ciento más de hostales-pensiones y con un 30'1 por ciento más de capacidad que en el año 1970. Y, también que sus cuotas de participación en el conjunto del país crecieran del 11'9 al 12'6 por ciento de los establecimientos y del 10'3 al 11'5 por ciento de las plazas.

· Por lo que respecta a las diferentes categorías de los hostales-pensiones andaluces, hay que señalar a lo largo de la segunda mitad de los años sesenta las más dinámicas fueron Primera y Segunda, que crecieron un 40'7 y un 37'9 por ciento en cuanto a establecimientos y un 68'8 y un 38'1 por ciento en cuanto a plazas, respectivamente. Lujo, por el contrario, permaneció prácticamente estancada. Algo muy diferente de lo que aconteció en los primeros años setenta. Entre 1970 y 1975 las pensiones de 3 Estrellas crecieron un 50'0 por ciento y sus plazas un 42'6 por ciento, mientras que las de 2 Estrellas lo hicieron un 26'5 y un 38'0 por ciento, y las de 1 Estrella un 18'3 y un 23'5 por ciento, respectivamente.

· Toda esta evolución produjo algunas modificaciones en la estructura por categorías de los hostales-pensiones de Andalucía. La categoría Lujo fue la única perjudicada a lo largo del periodo 1963-1969. Sus cuotas cayeron del 13'2 al 9'7 por ciento en el caso de los establecimientos y del 16'2 al 13'3 en el de las plazas. Lógicamente, las otras dos categorías mejoraron levemente sus posiciones relativas. Los hostales-pensiones de Primera incrementaron su participación del 19'9 al 21'0 por ciento y del 19'2 al 23'1 por ciento, respectivamente. Los de Segunda categoría, los más numerosos durante toda la segunda mitad del siglo XX, mejoraron su participación en cuanto a su número, del 66'9 al 69'3 por ciento, pero la redujeron ligeramente en cuanto a la capacidad, del 64'6 al 63'6 por ciento.

· Durante la primera mitad de la década de los años setenta la estructura por categorías apenas varió, siendo la modalidad menos dinámica 1 Estrella. Las cuotas de mercado de esta categoría, la más importante en cuanto a número de establecimientos y de plazas, fueron las únicas que se redujeron entre 1970 y 1975: del 69'9 al 68'1 por ciento y del 56'2 al 53'3 por ciento, respectivamente. Las otras dos categorías, 3 y 2 Estrellas, incrementaron sus respectivas participaciones. En el caso de los establecimientos, del 2'9 al 3'5 y del 27'2 al 28'4 por ciento, y en cuanto a la capacidad, del 5'5 al 6'1 y del 38'3 al 40'6 por ciento, respectivamente.

· El sector de hostales-pensiones creció en todas y cada una de las provincias andaluzas durante los años sesenta y primeros setenta. No obstante, este crecimiento generalizado no fue homogéneo. A lo largo de la segunda mitad de los años

sesenta la expansión fue especialmente notable en Almería, Huelva y Málaga, modesta en Sevilla, Cádiz, Granada y Córdoba e inexistente en Jaén. Esta fue la única provincia donde la oferta se redujo. Sin embargo, la evolución fue bastante diferente en el primer quinquenio de la década de los años setenta. En esta ocasión las provincias con un mayor crecimiento fueron Jaén, Córdoba, Granada y Sevilla. Se invirtieron, pues, las tornas. En Almería, Huelva, Málaga y Cádiz la expansión fue muy tímida, aunque en este último caso la capacidad sí creció notablemente.

· Consecuentemente, se modificó la distribución espacial de la oferta de hostales-pensiones en Andalucía. Como puede observarse en los cuadros III.17. y III.19., durante los años sesenta sólo mejoraron sus posiciones relativas Málaga, el destino con la mayor oferta de la región, y dos provincias con unas cuotas reducidas pero crecientes: Almería y Huelva. Sin embargo, a lo largo de la primera mitad de los años setenta únicamente incrementaron su participación tres destinos con notable peso en la región, como Granada, Sevilla y Cádiz, aunque en esta última provincia la mejora relativa sólo afectó a la capacidad, y los dos con menores cuotas: Córdoba y Jaén. En definitiva, si se compara la situación de 1975 con la de 1963 se observa que, por lo que respecta al número de establecimientos, sólo habían incrementado su cuota de mercado Málaga, Almería, Huelva y Jaén. En cuanto a las plazas, los destinos ganadores habían sido Huelva, Jaén, Córdoba y, sobre todo, Málaga.

· El tamaño medio de los hostales-pensiones andaluzas mantuvo una tendencia ligeramente creciente. En los años sesenta creció de 27 a 28 plazas y en los setenta, de 30 a 32 plazas de media por pensión. Pero esta tendencia no fue generalizada en todas las provincias. Como se comprueba en el Cuadro III.20., el tamaño medio de los hostales-pensiones sólo aumentó en Cádiz, Córdoba y Málaga, donde pasó de 27 a 40, de 21 a 32 y de 23 a 38 plazas, respectivamente. En el resto de las provincias, o bien se estancó, como en Granada y Jaén, o bien se redujo, como en Almería, Huelva y Sevilla.

b) Esta expansión del sector de hostales-pensiones andaluces se frenó durante el periodo comprendido entre 1975 y 1985, aproximadamente. Fueron unos años en los que continuó el crecimiento pero, eso sí, a un ritmo bastante inferior al que se había registrado durante los años sesenta y primera mitad de los setenta, e incluso al que posteriormente se alcanzaría en los últimos quince años del siglo. Por lo tanto, en el caso de los hostales-pensiones esta coyuntura no fue tan adversa como en el de los hoteles. No debe hablarse, pues, de crisis, sino más bien de una ralentización en el proceso de apertura de nuevos establecimientos.

· Entre 1975 y 1985 el número de hostales-pensiones creció en Andalucía un 10'7 por ciento y el de plazas un 10'9 por ciento. Gracias a esta expansión la región andaluza incrementó sus cuotas de participación en el total nacional: en 1985 eran ya del 13'7 por ciento de los establecimientos y del 12'4 por ciento de las plazas. Por otro lado, el quinquenio menos dinámico del decenio fue el primero. En la segunda mitad de la década de los setenta la media anual de nuevas pensiones fue de 6'4 y la de nuevas plazas de 163'4. Pero en la etapa 1980-1985 dichos valores ascendieron a 9'8 establecimientos y 377'4 plazas, respectivamente.

· Por categorías, los hostales-pensiones de 1 Estrella fueron los que mejor comportamiento tuvieron. Sus establecimientos crecieron un 12'2 por ciento y su capacidad un 27'7 por ciento. Por el contrario, los de 2 Estrellas aumentaron su número en un 9'8 por ciento, pero vieron reducidas sus plazas en un 7'6 por ciento. Pero la categoría más afectada fue, sin duda, 3 Estrellas. El número de hostales-pensiones se redujo un 11'1 por ciento y el de plazas un 11'9 por ciento. Por lo tanto, sólo la categoría de 1 Estrella reforzó su posición relativa en el conjunto del sector, especialmente en cuanto a la capacidad, que creció del 53'3 al 61'4 por ciento.

· En el ámbito provincial la evolución fue bastante dispar. En Jaén, Almería y, en menor medida, Córdoba y Granada el crecimiento fue considerable. Por ejemplo, las tasas de crecimiento del número de establecimientos fueron, respectivamente, del 59'5, 57'4, 18'6 y 17'7 por ciento, y las del número de plazas, del 63'9, 43'7, 25'2 y 21'7 por ciento. Sin embargo, en el resto de las provincias andaluzas la situación fue muy distinta. En Huelva y Sevilla el número de hostales-pensiones apenas varió y el de plazas creció un 7'4 y un 12'3 por ciento, respectivamente. En Cádiz, se redujo la capacidad un 1'5 por ciento y en Málaga, el destino donde la coyuntura se dejó sentir más negativamente, disminuyeron el número de establecimientos y el de plazas: el primero, un 4'8 por ciento, y el segundo, un 4'3 por ciento. Málaga fue, pues, la única provincia andaluza que en 1985 ofertaba menos hostales-pensiones que en 1975.

· Por lo tanto, durante esta etapa vieron reducida sus participaciones relativas en el sector andaluz de hostales-pensiones las provincias de Cádiz, Huelva, Sevilla, aunque sólo en cuanto al número de establecimientos, y, sobre todo, Málaga, que a pesar de ello seguía manteniendo en 1985 su posición de liderazgo, con unas cuotas de mercado del 23'8 por ciento de los hostales-pensiones y del 28'1 por ciento de las plazas. Por el contrario, el mayor dinamismo del resto de las provincias les permitió mejorar sus cuotas de participación. En términos de capacidad, las de Almería, Córdoba, Granada y Jaén eran en 1985 del 8'5, 6'2, 19'2 y 6'4 por ciento, respectivamente. Salvo en Granada, estos porcentajes eran los más altos alcanzados hasta entonces por dichas provincias.

· Por último, como el crecimiento de la capacidad fue similar al del número de establecimientos, el tamaño medio de los hostales-pensiones andaluces no varió significativamente durante esta etapa. Era de 32 plazas en 1975 y de 33 en 1985. Por provincias, el tamaño medio oscilaba este último año entre las 39 y las 38 plazas, de Cádiz y de Málaga, y las 26 y las 27 plazas, de Jaén y de Sevilla, respectivamente.

c) Tal y como ocurrió con los hoteles, los hostales-pensiones también experimentaron una considerable expansión en Andalucía a lo largo de los últimos quince años del siglo XX, y especialmente durante la segunda mitad de la década de los años ochenta. Por otro lado, y a diferencia de lo que había venido ocurriendo hasta entonces, entre los años 1985 y 2000 el crecimiento del número de establecimientos fue muy superior al del número de plazas. Por lo tanto, el tamaño medio de los hostales-pensiones descendió en la región durante esta última etapa.

· En los últimos tres quinquenios del siglo XX el número de hostales-pensiones creció en Andalucía un 63'7 por ciento y el de plazas un 14'5 por ciento. Fue una expansión bastante superior

a la media nacional, lo que permitió que Andalucía incrementara notablemente su cuota de participación en el conjunto del país, y que se fraguó, fundamentalmente, en el periodo 1985-1990, cuando los porcentajes de crecimiento fueron del 34'7 en cuanto a los establecimientos y del 10'6 por ciento en cuanto a la capacidad. Sin embargo, a partir de 1990 el ritmo fue bastante más modesto. En el quinquenio 1990-1995 las tasas de crecimiento del número de hostales-pensiones y del de plazas fueron del 15'2 y del 1'2 por ciento, y en el periodo 1995-2000, del 5'5 y del 2'3 por ciento, respectivamente. O dicho de otro modo. En cada uno de los tres quinquenios consecutivos del periodo el número de hostales-pensiones creció en Andalucía a una media anual de 58, 34 y 14 establecimientos, respectivamente. En cuanto a la capacidad, las respectivas medias anuales fueron 578, 74 y 144 plazas.

· Por lo que respecta a las categorías de los establecimientos, hay que señalar la desaparición de las estadísticas de la de 3 Estrellas y el incremento experimentado por las otras dos, especialmente por la de 2 Estrellas. Los establecimientos de 2 y de 1 Estrella crecieron un 85'6 y un 61'6 por ciento, y su capacidad un 38'1 y un 10'6 por ciento, respectivamente. Como consecuencia de esto la estructura por categorías experimentó un ligero cambio. 1 Estrella mantuvo prácticamente inalterada su posición de liderazgo: en el año 2000, 68'1 por ciento de establecimientos y 59'3 por ciento de plazas. Mientras tanto, 2 Estrellas incrementó algunos puntos sus respectivas cuotas, 31'9 y 40'7 por ciento en el año 2000, merced, en parte, a la eliminación de la categoría 3 Estrellas.

· El número de hostales-pensiones aumentó en todas las provincias andaluzas entre los años 1985 y 2000. Cádiz, Córdoba y Almería fueron los destinos con mayor crecimiento: 124'3, 100'0 y 91'9 por ciento, respectivamente; Jaén y Málaga fueron, por el contrario, las provincias con menor expansión: 38'8 y 37'0 por ciento, respectivamente. En cuanto a la capacidad, los destinos más dinámicos fueron Almería, Cádiz, Sevilla, Huelva y Córdoba, con unos incrementos porcentuales del 50'8, 40'1, 34'7, 33'6 y 21'3, respectivamente. Algo muy diferente de lo ocurrido en Granada y Jaén, donde las plazas apenas crecieron un 5'4 y un 4'4 por ciento, y, sobre todo, en Málaga, el único destino andaluz donde la capacidad fue en el año 2000 inferior a la de 1985: casi un 15'0 por ciento. Consecuentemente, estas tres provincias andaluzas, y muy especialmente la malagueña, fueron las únicas que perdieron cuota de mercado a lo largo de esta última etapa. Málaga fue, sin duda, la provincia más afectada: sus cuotas cayeron del 23'8 al 19'9 por ciento en cuanto a los establecimientos y del 28'1 al 20'9 en cuanto a las plazas. Con todo, aún continuaba siendo en el año 2000 el destino andaluz con mayor oferta de hostales-pensiones.

· En cuanto al tamaño medio de los hostales-pensiones hay que resaltar, por un lado, su destacada disminución durante estos años. Si en 1985 ascendía a 33 plazas de media por establecimientos, en 2000 apenas alcanzaba las 23. En definitiva, más establecimientos pero más pequeños. Y, por otro lado, que al finalizar el siglo XX apenas había diferencias provinciales en cuanto a la capacidad media de los hostales-pensiones. El intervalo era entonces mucho menor que el existente a mediados de siglo. En el año 2000 el tamaño medio oscilaba entre las 24 plazas de Cádiz y Málaga y las 20 plazas de Jaén y Córdoba.

d) Para finalizar, y a modo de resumen, indicar que en el año 2000 Andalucía ofertaba un 405'1 por ciento más de hostales-pensiones y un 324'7 por ciento más de plazas que a principios de los años sesenta, aunque, eso sí, el tamaño medio de estos establecimientos era en aquel momento el más pequeño de los registrados a lo largo de los últimos cuarenta años de la centuria pasada. Por otro lado, indicar que al finalizar el siglo XX la oferta de hostales-pensiones estaba en Andalucía bastante menos concentrada de lo que lo había llegado a estar a mediados de los años setenta; que Málaga era la provincia con una mayor oferta, aunque con una cuota de mercado bastante inferior a la que había tenido en 1970; y que sólo Almería, Córdoba, Huelva y Jaén presentaban unas cuotas de participación dentro del sector superiores a la que habían ostentado al inicio de los años sesenta.

2. Oferta extrahotelera

2.1. Acampamentos

En el año 1964, el primero para el que contamos con información estadística sobre acampamentos, en Andalucía existían 31 de dichos establecimientos. En el año 2000, eran ya 174. Es evidente, pues, que los acampamentos, al igual que los hoteles y los hostales-pensiones, también vivieron una etapa claramente expansiva en Andalucía a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Los momentos más dinámicos para el sector fueron la segunda mitad de los años sesenta y el periodo comprendido entre 1982 y 1992. Por el contrario, la etapa más difícil fue la que se extendió entre 1972 y 1981, aproximadamente. Fueron estos últimos unos años en los que el sector de acampamentos experimentó un indudable estancamiento.

a) Los establecimientos hoteleros no fueron los únicos que se vieron favorecidos por el incremento de la demanda de alojamientos registrado en Andalucía durante los años sesenta. Los acampamentos, también. Al menos hasta el año 1971. Como se verá a continuación, el sector creció a un buen ritmo, similar a la media nacional, y especialmente intenso en las provincias de Huelva, Almería, Córdoba y Sevilla.

Entre 1964 y 1971 el número de acampamentos creció en Andalucía un 71'0 por ciento y el de plazas un 86'7 por ciento. Es decir, cada año se ofertaron al público una media de 3 nuevos establecimientos y 1.243 nuevas plazas. Por otro lado, como este ritmo de crecimiento de los acampamentos andaluces fue bastante similar al registrado en el conjunto del

país, apenas varió su cuota de participación en el total nacional: poco más del 10'0 y del 9'0 por ciento en cuanto a establecimientos y capacidad, respectivamente.

Por categorías, a mediados de los años sesenta destacaba Primera. El 70'6 por ciento de los acampamentos y el 81'3 por ciento de las plazas se encuadraban en dicha categoría. Pero desde entonces, y sobre todo tras la nueva clasificación aplicada en 1970, la estructura cambió significativamente. La categoría más dinámica fue Segunda. Sus acampamentos se incrementaron un 160'0 por ciento y sus plazas un 277'1 por ciento. Gracias a ello sus cuotas eran ya en 1970 del 44'9 y del 35'1 por ciento, respectivamente. Por el contrario, los establecimientos de Primera se redujeron un 9'5 por ciento y su capacidad apenas creció un 2'6 por ciento. Consecuentemente, sus porcentajes relativos habían descendido en 1970 al 38'7 y al 47'1 por ciento de los establecimientos y de las plazas, respectivamente. Por último, indicar que en la categoría Tercera, inexistente en 1964, se incluían seis años después el 8'2 por ciento de los acampamentos y el 4'0 por ciento de la capacidad.

Por provincias, el crecimiento fue prácticamente generalizado. No obstante, fue especialmente intenso en Huelva, Almería, Sevilla y Córdoba. En dichas provincias los incrementos porcentuales en cuanto al número de acampamentos fueron del 300'0, 350'0, 100'0 y 100'0, respectivamente, y en cuanto al de plazas, del 1.910'0, 289'6, 226'4 y 330'0, respectivamente. En el resto de los destinos andaluces, la expansión fue bastante más modesta. En Málaga, Granada, Cádiz y Jaén las respectivas tasas de crecimiento fueron del 83'3, 23'1, 25'0 y 0'0 en cuanto a los establecimientos y del 33'3, 38'5, 14'7 y 49'5 por ciento en cuanto a la capacidad. A raíz de todo esto, Granada y Jaén perdieron cuota de mercado en el total regional por lo que respecta al número de acampamentos, mientras que Málaga y Sevilla lograron mantenerla a duras penas. En cuanto al número de plazas, fueron Cádiz, Málaga y, de nuevo, Granada las que vieron reducidas sus posiciones relativas.

El tamaño medio de los acampamentos andaluces creció ligeramente durante estos años, pasando de 346 plazas en 1965 a 360 plazas en 1970. Pero este hecho no fue generalizado en todas las provincias. En Almería, Cádiz y Málaga el tamaño medio de los acampamentos no sólo no aumentó, sino que se redujo. Con todo, en 1970 el tamaño medio oscilaba entre las 805 plazas de los establecimientos de Huelva y las 229 plazas de los de Jaén.

Cuadro III.21. Acampamentos por Categorías

Años	Andalucía				Andalucía/España	
	Primera	Segunda	Tercera	Sin Clasificar	Total	Porcentaje
1965	24	10	-	-	34	10,2
1970	19	22	4	4	49	10,4
1975	21	25	5	2	53	10,0
1981	16	30	4	1	51	8,3
1985	21	42	6	-	69	9,0
1990	23	68	9	-	100	10,8

Años	Andalucía					Andalucía/España	
	Primera	Segunda	Tercera	Área Acampada	Cortijo	Total	Porcentaje
1995	25	99	24	-	-	148	13,1
2000	25	100	24	8	17	174	14,5

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.22. Andalucía. Acampamentos por Categorías. Porcentajes

Años	Primera	Segunda	Tercera	Sin Clasificar			Total
1965	70,6	29,4	-	-			100
1970	38,7	44,9	8,2	8,2			100
1975	39,6	47,2	9,4	3,8			100
1981	31,4	58,8	7,8	2,0			100
1985	30,4	60,9	8,7	-			100
1990	23,0	68,0	9,0	-			100

	Primera	Segunda	Tercera	Área Acampada	Cortijo	Total
1995	16,9	66,9	16,2	-	-	100
2000	14,3	57,5	13,8	4,6	9,8	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España

Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo

Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Elaboración Propia

Cuadro III.23. Plazas en Acampamentos por Categoría

Años	Andalucía				Total	Andalucía/España Porcentaje
	Primera	Segunda	Tercera	Sin Clasificar		
1965	9.571	2.196	-	-	11.767	9,7
1970	8.313	6.192	710	2.430	17.645	9,2
1975	8.638	8.452	798	97	17.985	8,0
1981	6.031	12.979	638	49	19.697	7,0
1985	17.647	22.695	686	-	41.028	10,6
1990	20.493	39.051	2.635	-	62.179	10,9

Años	Andalucía						Total	Andalucía/España Porcentaje
	Primera	Segunda	Tercera	Bungalow	Área Acampada	Cortijo		
1995	20.600	61.343	5.932	-	-	-	87.875	14,1
2000	18.952	61.300	6.440	2.973	1.902	922	92.489	12,5

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.24. Andalucía. Plazas en Acampamentos por Categorías. Porcentajes

Años	Primera	Segunda	Tercera	Sin Clasificar			Total
1965	81,3	18,7	-	-			100
1970	47,1	35,1	4,0	13,8			100
1975	48,0	47,0	4,4	0,6			100
1981	30,6	65,9	3,2	0,3			100
1985	43,0	55,3	1,7	-			100
1990	33,0	62,8	4,2	-			100

	Primera	Segunda	Tercera	Área Acampada	Cortijo	Total
1995	23,4	69,8	6,8	-	-	100
2000	20,5	66,3	7,0	3,2	2,0	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España

Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo

Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Elaboración Propia

Cuadro III.25. Andalucía. Plazas por Acampamento

Años	Primera	Segunda	Tercera	Sin Clasificar			Total
1965	399	219	-	-			346
1970	438	281	177	607			360
1975	411	338	160	48			339
1981	377	433	160	49			386
1985	840	540	114	-			595
1990	891	574	293	-			622

	Primera	Segunda	Tercera	Área Acampada	Cortijo	Total
1995	824	620	247	-	-	594
2000	758	613	268	238	54	532

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.26. Acampamentos por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1965	3	4	1	13	-	3	7	3	34
1970	7	6	2	15	2	3	10	4	49
1975	10	9	2	14	4	3	7	4	53
1981	8	10	2	13	5	2	8	3	51
1985	10	16	3	13	7	2	15	3	69
1990	11	26	3	22	10	7	18	3	100
1995	14	35	7	26	14	13	31	8	148
2000	23	38	8	27	19	14	34	11	174

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.27. Acampamentos por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1965	8,8	11,8	3,0	38,2	-	8,8	20,6	8,8	100
1970	14,3	12,2	4,1	30,6	4,1	6,1	20,4	8,2	100
1975	18,9	17,0	3,8	26,4	7,5	5,7	13,2	7,5	100
1981	15,7	19,6	3,9	25,5	9,8	3,9	15,7	5,9	100
1985	14,5	23,2	4,3	18,9	10,2	2,9	21,7	4,3	100
1990	11,0	26,0	3,0	22,0	10,0	7,0	18,0	3,0	100
1995	9,5	23,6	4,7	17,6	9,5	8,8	20,9	5,4	100
2000	13,2	21,8	4,6	15,5	10,9	8,1	19,6	6,3	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.28. Plazas en Acampamentos por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1965	1.600	1.408	300	2.861	-	460	4.270	868	11.767
1970	2.668	1.675	860	3.701	1.610	688	5.007	1.436	17.645
1975	3.156	2.613	860	3.306	2.510	688	3.416	1.436	17.985
1981	2.733	2.488	860	3.146	4.510	600	4.486	874	19.697
1985	4.232	5.698	960	3.178	13.510	600	11.976	874	41.028
1990	7.397	13.003	700	6.555	19.350	2.650	11.650	874	62.179
1995	10.783	16.829	1.167	7.695	22.361	5.259	15.772	8.009	87.875
2000	13.011	19.568	2.995	7.644	21.723	5.501	17.719	4.328	92.489

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.29. Plazas en Acampamentos por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1965	13,6	12,0	2,5	24,3	-	3,9	36,3	7,4	100
1970	15,1	9,5	4,9	21,0	9,1	3,9	28,4	8,1	100
1975	17,5	14,5	4,8	18,4	14,0	3,8	19,0	8,0	100
1981	13,9	12,6	4,4	16,0	22,9	3,0	22,8	4,4	100
1985	10,3	13,9	2,3	7,8	32,9	1,5	29,2	2,1	100
1990	11,9	20,9	1,1	10,6	31,1	4,3	18,7	1,4	100
1995	12,3	19,2	1,3	8,8	25,4	6,0	17,9	9,1	100
2000	14,1	21,1	3,2	8,3	23,5	5,9	19,2	4,7	100

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

Cuadro III.30. Plazas por Acampamento en cada Provincia

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1965	533	352	300	220	-	153	610	289	346
1970	381	279	430	247	805	229	501	359	360
1975	316	290	430	236	628	229	488	359	339
1981	342	249	430	242	902	300	561	291	386
1985	423	356	320	244	1.930	300	798	291	595
1990	672	500	233	298	1.935	379	647	291	622
1995	770	481	167	296	1.597	405	509	1.001	594
2000	566	515	374	283	1.143	393	521	393	532

FUENTES: Instituto Nacional de Estadística (1954-2000). Anuario Estadístico de España
 Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración Propia

b) El periodo comprendido entre 1972 y 1981 fue el más complicado para el sector de los acampamentos andaluces. Las dificultades, ocasionadas fundamentalmente por la caída de la demanda extranjera en los años 1974, 1975, 1976 y 1979, provocaron el cierre de algunos establecimientos en seis de las ocho provincias andaluzas y la reducción de la cuota de mercado del sector andaluz en el total nacional. Sólo las provincias de Huelva y Cádiz, es decir, la Andalucía atlántica, lograron mantenerse al margen de esta coyuntura adversa.

· Si comparamos los datos de 1981 con los de 1971 se observa que el número total de acampamentos andaluces pasó de 53 a 51. Por lo que respecta a la capacidad, sólo en el año 1981 se consiguió superar, aunque eso sí, apenas en un 5'1 por ciento, a la registrada diez años antes. La situación no fue, pues, halagüeña en Andalucía. Otra buena prueba de ello es que las cuotas de participación del sector andaluz en el conjunto del país cayeron del 10'4 al 8'3 por ciento de los establecimientos y del 9'2 al 7'0 por ciento de las plazas.

· También en esta ocasión los empresarios apostaron preferentemente por los establecimientos de Segunda categoría. Su número creció un 15'4 por ciento y sus plazas un 77'8 por ciento. En cambio, no ocurrió lo mismo con los acampamentos de Tercera y, sobre todo, Primera categoría. En el primer caso, su número no varió pero su capacidad descendió un 10'1 por ciento, mientras que en el segundo, los establecimientos y las plazas se redujeron un 15'8 y un 27'4 por ciento, respectivamente. Por lo tanto, sólo la Segunda categoría ganó posiciones en la estructura andaluza: en 1981 sus cuotas eran ya del 58'8 por ciento de los acampamentos y del 65'9 por ciento de la capacidad.

· Cádiz y Huelva fueron las únicas provincias andaluzas donde el sector de acampamentos continuó creciendo. En la provincia gaditana los establecimientos crecieron un 100'0 por cien y las plazas un 54'0 por ciento; en la onubense, un 66'6 y un 136'1 por ciento, respectivamente. Por el contrario, la evolución fue completamente distinta en los demás destinos. Mientras que en Córdoba el número de acampamentos y el de plazas se mantuvieron inalterados, en el resto de las provincias disminuyeron en términos absolutos. En Almería, Granada, Jaén, Málaga y Sevilla las tasas negativas fueron, respectivamente, del 11'1, 18'7, 33'3, 27'3 y 25'0 por ciento en cuanto a los establecimientos, y del 12'3, 18'3, 12'8, 14'8 y 39'1 por ciento por lo que respecta a las plazas. Consecuentemente, sólo hubo dos provincias que incrementaron sus respectivas cuotas de mercado en el sector andaluz: Cádiz y Huelva. Esta última se convirtió a partir de 1981, y durante el resto de la centuria, en la provincia andaluza con más plazas de acampamentos.

· El tamaño medio de los acampamentos andaluces se redujo durante la primera mitad de los años setenta, pasando de 360 a 339 plazas. Sin embargo, creció a lo largo de la segunda. De manera que en 1981 era ya de 386 plazas por establecimiento. Por otro lado, sólo hubo tres provincias donde en 1981 el tamaño medio era superior al registrado en 1971: Huelva, Málaga y Jaén. En el resto, o bien era igual, como en Córdoba, o bien era menor.

c) Durante las dos últimas décadas del siglo XX el sector de acampamentos volvió a crecer considerablemente en Andalucía. Sobre todo durante el periodo 1982-1992. El notable incremento de la demanda, tanto nacional como internacional, contribuyó a que estos establecimientos vivieran su época dorada. El ritmo de crecimiento fue superior a la

media nacional y el más alto, con diferencia, de los registrados hasta entonces en Andalucía.

· Entre 1982 y 1992 el número de acampamentos andaluces creció un 142'3 por ciento y el de sus plazas un 327'7 por ciento. Es decir, cada año se ofertaron una media de 7 nuevos establecimientos y 6.194 nuevas plazas. Posteriormente, desde 1992 hasta el año 2000, la expansión fue ya mucho más modesta: los acampamentos crecieron un 38'1 por ciento y la capacidad un 5'3 por ciento, a unas medias anuales de 6 establecimientos y 582 plazas, respectivamente. En definitiva, si se comparan los años 1982 y 2000 se observa que la oferta de acampamentos creció durante todo el periodo un 241'2 por ciento en cuanto a los acampamentos y un 369'5 por ciento en cuanto a las plazas. Una expansión, sin duda, considerable y bastante superior a la media nacional. Las cuotas de participación del sector andaluz en el conjunto del país crecieron del 8'3 al 14'5 por ciento de los establecimientos y del 7'0 al 12'5 por ciento de las plazas. Gracias a ello, Andalucía finalizó el siglo XX con la posición relativa más alta de todo el periodo estudiado.

· Por categorías, la expansión fue generalizada. Aunque no homogénea. Los establecimientos más dinámicos fueron, en esta ocasión, los de Tercera categoría: su número creció un 500'0 por ciento y sus plazas un 909'4 por ciento. Unos incrementos muy superiores a los registrados en las otras dos categorías importantes. En los de Primera, los respectivos aumentos fueron del 56'2 y del 214'2 por ciento, y en los de Segunda, del 233'3 y del 372'3 por ciento. Consecuentemente, los establecimientos de Primera categoría continuaron perdiendo peso dentro del sector andaluz, los de Segunda, los más numerosos, lograron mantenerlo y los de Tercera lo incrementaron.

· El sector de acampamentos creció en todas y cada una de las provincias andaluzas. La provincia con mayores incrementos porcentuales fue Jaén: el número de establecimientos creció un 600'0 por ciento y el de plazas un 816'8 por ciento. En el polo opuesto estuvo Granada: sus respectivas tasas de crecimiento fueron del 107'7 y del 143'0 por ciento. En el resto de las provincias los incrementos porcentuales fueron los siguientes: en cuanto al número de establecimientos, Málaga, 325'0, Córdoba, 300'0, Huelva, 280'0, Cádiz, 280'0, Sevilla, 266'7 y Almería, 187'5; en cuanto a las plazas, Cádiz, 686'5, Sevilla, 395'2, Huelva, 381'6, Almería, 376'1, Málaga, 295'0 y Córdoba, 248'2.

· Lógicamente, Jaén incrementó su participación relativa dentro del sector andaluz de acampamentos. Granada, sin embargo, perdió posiciones. En el primer caso las cuotas crecieron del 3'9 al 8'1 por ciento de los establecimientos y del 3'0 al 6'0 por ciento de las plazas; en el segundo, cayeron del 25'5 al 15'5 y del 16'0 al 8'3 por ciento, respectivamente. También merece la pena destacar el incremento de la cuota de mercado de Cádiz en cuanto a la capacidad de los acampamentos: su participación creció del 12'6 al 21'1 por ciento.

· El tamaño medio de los acampamentos andaluces creció significativamente hasta el inicio de los años noventa. En 1990 era de 622 plazas de media por establecimientos, mientras que en 1981 había sido de 386. Sin embargo, en la última década del siglo se tendió hacia acampamentos más pequeños. De ahí que en el año 2000 el número medio de plazas por establecimiento fuera de 532. Un tamaño similar al existente en Almería, 566, Málaga, 521 y Cádiz, 515, muy inferior al de Huelva, 1.143, y bastante superior a los de Sevilla,

393, Jaén, 393, Córdoba, 374 y Granada, 283. En definitiva, al finalizar el siglo XX los acampamentos más grandes se ubicaban en el litoral andaluz.

d) En el año 2000 Andalucía contaba con 174 acampamentos y 92.489 plazas; es decir, ofertaba 140 establecimientos y 80.722 plazas más que las registradas en 1965. Además, al finalizar el siglo pasado, y a diferencia de lo ocurrido a mediados del mismo, la categoría predominante de los acampamentos andaluces era Segunda, con el 57'5 por ciento de los establecimientos y el 66'6 por ciento de la capacidad. Asimismo, y por lo que respecta a la distribución espacial de la oferta, hay que destacar como principales oferentes a las provincias de Cádiz, Málaga, Almería, Granada y Huelva, es decir, al litoral andaluz. Las cuotas provinciales de los tres primeros destinos rondaban el 21, el 19 y el 14 por ciento, respectivamente. Granada destacaba más en términos de establecimientos, con una cuota del 15'5 por ciento, que de capacidad, apenas un 8'3 por ciento. Y Huelva, por todo lo contrario: en dicha provincia se ubicaba el 10'9 por ciento de los acampamentos y nada menos que el 23'5 por ciento de las plazas.

2.2. Apartamentos

El último tipo de alojamiento que se va a estudiar son los apartamentos turísticos registrados, es decir, los que se corresponden con la oferta reglada y, en principio, controlada administrativamente. Es cierto que ésta no es más que una pequeña parte del número total de apartamentos existentes en Andalucía. Pero es la única para la que se dispone de información estadística oficial. Aunque, desgraciadamente, sólo para los últimos veinte años del siglo pasado. Periodo en el que, por cierto, la oferta reglada andaluza evolucionó de dos maneras bien distintas: ligero retroceso hasta los primeros años noventa y notable dinamismo desde entonces.

a) De los datos estadísticos disponibles se desprende que a lo largo de la década de los años ochenta disminuyó ligeramente la oferta de apartamentos reglados en Andalucía. Entre 1981 y 1990 el número de unidades de alojamientos y el de plazas se redujeron un 6'2 y un 3'3 por ciento, respectivamente. Todo lo contrario de lo que ocurrió en el conjunto de la nación. De ahí, que la cuota de participación del sector andaluz sobre el total nacional cayera del 14'6 al 10'0 por ciento.

En realidad, esta evolución regional de la oferta reglada de apartamentos fue consecuencia, sobre todo, de lo ocurrido en Almería y Málaga. Fueron los únicos destinos que experimentaron reducción del número de establecimientos y del de plazas. En la provincia almeriense, las respectivas tasas negativas fueron del 13'8 y del 16'2 por ciento; y en la malagueña, del 10'3 y del 8'9 por ciento. En cambio, en los demás destinos la oferta reglada, o bien creció, como en Cádiz, Granada y Huelva, aunque en este último caso sólo en términos de capacidad, o bien permaneció estancada, como en Jaén, Sevilla y, muy probablemente, Córdoba.

Consecuentemente, se modificó ligeramente la distribución espacial de la oferta. Málaga fue, con mucha diferencia, el principal destino andaluz durante los últimos veinte años del siglo pasado. Pero a lo largo de la década de los ochenta perdió posiciones relativas. Sus cuotas cayeron del 83'7 al 80'1 por ciento en cuanto a unidades de alojamientos y del 83'6 al 78'8 por ciento en cuanto a plazas. Por otro lado, también vio reducida su participación Almería: del 7'1 al 6'6 y del 7'9 al 6'9 por ciento, respectivamente. Sin embargo, Cádiz, Granada y Huelva incrementaron las suyas y Jaén, Sevilla y Córdoba continuaron con unas cuotas de participación puramente testimoniales.

Por último, durante esta etapa se modificó también la estructura por categorías de los apartamentos andaluces. En 1981 la categoría predominante era 3 Llaves, con el 51'6 por ciento de las plazas. Le seguían, 2 Llaves, con el 30'1 por ciento, 1 Llave, con el 14'6 por ciento y 4 Llaves, con el 3'7 por ciento de la capacidad. Diez años después, el orden de las categorías continuaba siendo el mismo pero la cuota de participación de cada una de ellas había variado. Los apartamentos más negativamente afectados fueron los encuadrados en las categorías 4 y 3 Llaves. En ambos casos se redujo en términos absolutos el número de unidades de alojamiento y el de plazas. Todo lo contrario de lo ocurrido con los incluidos en las categorías 2 y 1 Llave. Por lo tanto, estos dos últimos tipos incrementaron sus cuotas de participación en el total regional: en 1990 eran del 33'8 y del 17'4 por ciento de las plazas, respectivamente. Por el contrario, la contribución relativa de los apartamentos de 4 y de 3 llaves se redujo al 1'3 y al 47'5 por ciento de la capacidad, respectivamente.

Cuadro III.31. Andalucía. Unidades de Alojamiento en Apartamentos Turísticos por Categorías

Años	4 Llaves	3 Llaves	2 Llaves	1 Llave	Total
1981	378	6.240	3.668	1.752	12.038
1985	317	5.922	3.864	1.788	11.891
1990	121	4.966	4.301	1.900	11.288
1995	92	5.406	5.233	2.503	13.234

FUENTES: Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1981-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-1995). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro III.32. Andalucía. Establecimientos de Apartamentos Turísticos por Categorías

Años	4 Llaves	3 Llaves	2 Llaves	1 Llave	Total
1992	3	68	86	111	268
1994	3	62	99	130	294
1996	3	56	102	147	308
1998	3	63	109	159	334
2000	7	74	125	202	408

FUENTE: Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro III.33. Andalucía. Plazas en Apartamentos Turísticos por Categorías

Años	4 Llaves	3 Llaves	2 Llaves	1 Llave	Total
1981	1.458	20.483	11.950	5.804	39.695
1985	1.330	16.305	12.349	5.926	35.910
1990	494	18.232	12.984	6.676	38.386
1996	403	14.236	13.208	12.426	40.273
2000	1.631	18.034	13.177	13.571	46.413

FUENTE: Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1981-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.34. Andalucía. Unidades de Alojamiento en Apartamentos Turísticos por Categorías. Porcentajes

Años	4 Llaves	3 Llaves	2 Llaves	1 Llave	Total
1981	3,1	51,8	30,5	14,6	100
1985	2,7	49,8	32,5	15,0	100
1990	1,1	44,0	38,1	16,8	100
1995	0,7	40,8	39,6	18,9	100

FUENTE: Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1981-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-1995). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.35. Andalucía. Establecimientos de Apartamentos Turísticos por Categorías. Porcentajes

Años	4 Llaves	3 Llaves	2 Llaves	1 Llave	Total
1992	1,1	25,4	32,1	41,4	100
1994	1,0	21,1	33,7	44,2	100
1996	1,0	18,2	33,1	47,7	100
1998	0,9	18,9	32,6	47,6	100
2000	1,7	18,1	30,7	49,5	100

FUENTE: Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.36. Andalucía. Plazas en Apartamentos Turísticos por Categorías. Porcentajes

Años	4 Llaves	3 Llaves	2 Llaves	1 Llave	Total
1981	3,7	51,6	30,1	14,6	100
1985	3,7	45,4	34,4	16,5	100
1990	1,3	47,5	33,8	17,4	100
1996	1,0	35,3	32,8	30,9	100
2000	3,5	38,9	28,4	29,2	100

FUENTE: Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1981-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.37. Unidades de Alojamiento en Apartamentos Turísticos por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1981	862	9	9	387	673	8	10.076	14	12.038
1985	756	9	8	334	757	8	10.005	14	11.891
1990	743	309		567	608	8	9.039	14	11.288
1995	997	313	25	769	303	30	9.751	1.046	13.234

FUENTES: Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1981-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-1995). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.38. Establecimientos de Apartamentos Turísticos por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1992	27	10	-	26	7	1	185	12	268
1994	27	16	2	40	7	2	190	10	294
1996	35	18	4	43	6	2	194	6	308
1998	36	23	4	41	13	3	207	7	334
2000	37	44	3	55	15	18	227	9	408

FUENTES: Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro III.39. Plazas en Apartamentos Turísticos por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1981	3.149	39	13	1.458	1.752	40	33.193	51	39.695
1985	2.692	36	12	1.311	1.847	40	29.921	51	35.910
1990	2.639	1.324	-	1.820	2.271	40	30.241	51	38.386
1996	8.910	2.015	121	2.412	1.265	65	24.598	887	40.273
2000	9.573	3.901	84	2.492	1.163	620	27.646	934	46.413

FUENTES: Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1981-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.40. Unidades de Alojamiento en Apartamentos Turísticos por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1981	7,1	0,1	0,1	3,2	5,6	0,1	83,7	0,1	100
1985	6,3	0,1	0,1	2,8	6,4	0,1	84,1	0,1	100
1990	6,6	2,7	-	5,0	5,4	0,1	80,1	0,1	100
1995	7,5	2,4	0,2	5,8	2,3	0,2	73,7	7,9	100

FUENTES: Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1981-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-1995). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.41. Establecimientos de Apartamentos Turísticos por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1992	10,1	3,7	-	9,7	2,6	0,4	69,0	4,5	100
1994	9,2	5,4	0,7	13,6	2,4	0,7	64,6	3,4	100
1996	11,4	5,9	1,3	14,0	1,9	0,6	63,0	1,9	100
1998	10,8	6,9	1,2	12,2	3,9	0,9	62,0	2,1	100
2000	9,1	10,8	0,7	13,5	3,7	4,4	55,6	2,2	100

FUENTES: Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.42. Plazas en Apartamentos Turísticos por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1981	7,9	0,1	0,1	3,7	4,4	0,1	83,6	0,1	100
1985	7,5	0,1	0,1	3,6	5,2	0,1	83,3	0,1	100
1990	6,9	3,5	-	4,7	5,9	0,1	78,8	0,1	100
1996	22,1	5,0	0,3	6,0	3,1	0,2	61,1	2,2	100
2000	20,6	8,4	0,2	5,4	2,5	1,3	59,6	2,0	100

FUENTES: Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1981-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

b) Durante la última década del siglo XX, y especialmente en la segunda mitad de la misma, los empresarios sí confiaron en el sector andaluz de los apartamentos reglados. La apatía característica de los años ochenta quedó afortunadamente atrás. Entre los años 1992 y 2000 el número de establecimientos creció en Andalucía un 52'2 por ciento. Asimismo, la capacidad aumentó a lo largo de los años noventa un 20'9 por ciento. Gracias a ello la cuota de participación andaluza sobre el total nacional, que rondaba el 10'0 por ciento de las plazas en 1996, logró ascender al 11'4 por ciento al finalizar el siglo.

Por categorías, parece que en esta ocasión el capital apostó preferentemente por los apartamentos de 1 Llave. Es cierto que si se analiza la evolución del número de establecimientos se observa que entre 1992 y 2000 el crecimiento fue generalizado en todas las categorías, aunque en 4 y 3 Llaves fue bastante tardío y sólo se materializó en los dos últimos años del siglo. Pero también es verdad que los apartamentos de 1 Llave fueron los únicos que incrementaron su cuota de mercado en el total andaluz: creció del 41'4 al 49'5 por ciento. Sin embargo, los establecimientos de 3 y de 2

Llaves vieron reducida sus participaciones relativas, del 25'4 al 18'1 y del 32'1 al 30'7 por ciento, respectivamente, mientras que los de 4 Llaves la mantuvieron estancada alrededor del 1'0 por ciento.

Por lo que respecta a la capacidad de los apartamentos reglados, el comportamiento fue, lógicamente, bastante similar. En valores absolutos, expansión en tres de las cuatro categorías. Sólo hubo un ligero retroceso en 3 Llaves. En valores relativos, crecimiento especialmente intenso de los establecimientos de 1 Llave. Por ello, su cuota de participación aumentó hasta el 29'2 por ciento mientras que las correspondientes a 3 y 2 Llaves cayeron, respectivamente, al 38'9 y 28'4 por ciento, los valores más bajos de los registrados hasta entonces por estas dos categorías. Por último, la capacidad de los apartamentos de 4 Llaves, que se mantuvo estancada en el 1'0 por ciento hasta mediados de la década, terminó el siglo con una cuota del 3'5 por ciento.

En el ámbito provincial, la expansión finisecular fue prácticamente generalizada. Sólo hubo una provincia donde no creció el número de establecimientos: Sevilla. Y dos en las que no aumentó la capacidad: Huelva y Málaga. No obstante,

el sector de apartamentos reglados no creció de manera homogénea en la región. En cuanto a los establecimientos, las provincias más dinámicas fueron Jaén y Cádiz, con unos incrementos porcentuales del 1.700 y del 340, respectivamente. Y por lo que respecta al número de plazas, Sevilla y, de nuevo, Jaén, con unas tasas de crecimiento de 1.731 y 1.450 por ciento, respectivamente.

En definitiva, al finalizar el siglo XX Málaga continuaba siendo, con mucha diferencia, el destino con mayor oferta de apartamentos reglados, pero sus cuotas de participación en el total andaluz, 55'6 por ciento de los establecimientos y 59'6 por ciento de las plazas, eran bastante inferiores ya a las registradas al inicio de la década de los años noventa. Claro que Málaga no fue la única provincia que perdió posiciones relativas durante estos años. También ocurrió, aunque eso sí, no tan significativamente, en Sevilla y Almería, en cuanto a los establecimientos, y en Huelva, en cuanto a la capacidad. Y en el otro lado de la balanza, es decir entre los destinos que mejoraron sus cuotas de participación habría que destacar Cádiz, Granada y Jaén, por lo que respecta al número de apartamentos, y Almería y, de nuevo, Cádiz, en cuanto al de plazas.

3. Oferta complementaria: restaurantes y cafeterías

Un elemento fundamental de la denominada oferta turística complementaria es la restauración. Pues bien, con la intención de analizar el desarrollo histórico de dicha actividad en Andalucía se han elaborado una serie de cuadros, del III.43. al III.58., en los que se estudia por separado la evolución de los restaurantes y de las cafeterías entre los años 1970 y 2000. De la información estadística aportada en dichos cuadros se deducen tres ideas básicas. La primera, que el sector creció en Andalucía a un buen ritmo a lo largo de los últimos treinta años del siglo XX. La segunda, que con el paso del tiempo los empresarios apostaron cada vez más por los establecimientos de menor categoría. Y, por último, la tercera, que durante el periodo estudiado la distribución espacial de la oferta sólo experimentó ligeros cambios y que Málaga fue siempre, y con notable diferencia, la provincia con una mayor dotación de restaurantes y cafeterías.

Cuadro III.43. Andalucía. Restaurantes por Categorías

Años	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Total
1970	3	40	185	576	452	1.256
1975	6	64	260	921	756	2.007
1980	6	34	289	1.231	1.134	2.694
1985	4	31	260	1.376	1.470	3.141
	5 Tenedores	4 Tenedores	3 Tenedores	2 Tenedores	1 Tenedor	Total
1990	3	19	194	2.157	2.885	5.258
1995	5	66	279	2.383	3.472	6.205
2000	5	37	270	2.428	3.974	6.714

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro III.44. Andalucía. Restaurantes por Categorías. Porcentajes

Años	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Total
1970	0,2	3,2	14,7	45,9	36,0	100
1975	0,3	3,2	12,9	45,9	37,7	100
1980	0,2	1,3	10,7	45,7	42,1	100
1985	0,1	1,0	8,3	43,8	46,8	100

	5 Tenedores	4 Tenedores	3 Tenedores	2 Tenedores	1 Tenedor	Total
1990	0,1	0,3	3,7	41,0	54,9	100
1995	0,1	1,1	4,5	38,4	55,9	100
2000	0,1	0,5	4,0	36,2	59,2	100

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro III.45. Andalucía. Plazas en Restaurantes por Categorías

Años	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Total
1970	326	4.265	13.495	25.368	15.754	59.208
1975	1.130	9.101	20.434	49.468	30.640	110.773
1980	1.090	4.703	24.803	72.043	51.772	154.411
1985	711	5.911	27.876	81.982	68.738	185.218

	5 Tenedores	4 Tenedores	3 Tenedores	2 Tenedores	1 Tenedor	Total
1990	723	3.472	17.890	152.516	159.976	334.577
1995	605	6.008	25.932	181.343	201.444	415.332
2000	719	4.397	22.721	192.168	246.055	466.060

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro III.46. Andalucía. Plazas en Restaurantes por Categorías. Porcentajes

Años	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Total
1970	0,5	7,2	22,8	42,9	26,6	100
1975	1,0	8,2	18,4	44,7	27,7	100
1980	0,7	3,0	16,1	46,7	33,5	100
1985	0,4	3,2	15,0	44,3	37,1	100

	5 Tenedores	4 Tenedores	3 Tenedores	2 Tenedores	1 Tenedor	Total
1990	0,2	1,0	5,4	45,6	47,8	100
1995	0,2	1,4	6,2	43,7	48,5	100
2000	0,2	0,9	4,9	41,2	52,8	100

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.47. Restaurantes por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1970	83	139	104	136	129	90	381	194	1.256
1975	127	250	134	250	183	110	673	280	2.007
1980	176	307	157	336	217	150	1.037	314	2.694
1985	235	305	207	381	250	195	1.183	385	3.141
1990	399	503	305	764	458	291	2.072	466	5.258
1995	489	627	379	952	528	350	2.287	593	6.205
2000	425	842	423	996	641	422	2.354	611	6.714

FUENTES: IMinisterio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.48. Restaurantes por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1970	6,6	11,1	8,3	10,8	10,3	7,2	30,3	15,4	100
1975	6,3	12,5	6,7	12,5	9,1	5,5	33,5	13,9	100
1980	6,5	11,4	5,8	12,5	8,1	5,6	38,5	11,6	100
1985	7,5	9,7	6,6	12,1	7,9	6,2	37,7	12,3	100
1990	7,6	9,6	5,8	14,5	8,7	5,5	39,4	8,9	100
1995	7,9	10,1	6,1	15,3	8,5	5,7	36,9	9,5	100
2000	6,3	12,6	6,3	14,8	9,5	6,3	35,1	9,1	100

FUENTES: IMinisterio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.49. Plazas en Restaurantes por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1970	4.275	8.955	3.783	3.962	6.490	2.625	20.054	9.064	59.208
1975	9.173	16.649	6.106	11.865	9.370	3.679	41.108	12.823	110.773
1980	8.736	20.327	7.781	17.002	11.862	7.482	65.295	15.926	154.411
1985	11.608	24.056	10.498	19.982	13.503	9.570	75.568	20.433	185.218
1990	24.605	35.622	18.008	44.942	29.696	21.822	130.420	29.462	334.577
1995	31.901	48.361	22.010	60.027	34.583	27.972	146.748	43.730	415.332
2000	35.174	56.967	26.007	60.073	47.465	34.455	159.018	46.901	466.060

FUENTES: IMinisterio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.50. Plazas en Restaurantes por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1970	7,2	15,1	6,4	6,7	11,0	4,4	33,9	15,3	100
1975	8,3	15,0	5,5	10,7	8,5	3,3	37,1	11,6	100
1980	5,6	13,2	5,1	11,0	7,7	4,8	42,3	10,3	100
1985	6,3	13,0	5,7	10,8	7,3	5,1	40,8	11,0	100
1990	7,4	10,6	5,4	13,4	8,9	6,5	39,0	8,8	100
1995	7,7	11,7	5,3	14,5	8,3	6,7	35,3	10,5	100
2000	7,5	12,2	5,6	12,9	10,2	7,4	34,1	10,1	100

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro III.51. Andalucía. Cafeterías por Categorías

Años	Especial	Primera	Segunda	Total
1970	9	37	179	225
1975	18	59	263	340
1980	24	57	380	461
1985	25	69	467	561
	3 Tazas	2 Tazas	1 Taza	Total
1990	19	64	752	835
1996	19	96	855	970
2000	18	104	1.008	1.130

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro III.52. Andalucía. Cafeterías por Categorías. Porcentajes

Años	Especial	Primera	Segunda	Total
1970	4,0	16,4	79,6	100
1975	5,3	17,4	77,3	100
1980	5,2	12,4	82,4	100
1985	4,4	12,3	83,3	100

	3 Tazas	2 Tazas	1 Taza	Total
1990	2,3	7,7	90,0	100
1996	2,0	9,9	88,1	100
2000	1,6	9,2	89,2	100

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.53. Andalucía. Plazas en Cafeterías por Categorías

Años	Especial	Primera	Segunda	Total
1970	946	2.966	10.397	14.309
1975	1.753	4.227	15.420	21.400
1980	3.588	5.243	22.201	31.032
1985	3.408	5.207	26.923	35.538

	3 Tazas	2 Tazas	1 Taza	Total
1990	2.363	4.946	34.855	42.164
1996	2.306	6.810	40.909	50.025
2000	2.217	7.602	51.054	60.873

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.54. Andalucía. Plazas en Cafeterías por Categorías. Porcentajes

Años	Especial	Primera	Segunda	Total
1970	6,6	20,7	72,7	100
1975	8,2	19,8	72,0	100
1980	11,6	16,9	71,5	100
1985	9,6	14,7	75,7	100

	3 Tazas	2 Tazas	1 Taza	Total
1990	5,6	11,7	82,7	100
1996	4,6	13,6	81,8	100
2000	3,6	12,5	83,9	100

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro III.55. Cafeterías por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1970	19	32	9	13	7	7	108	30	225
1975	19	48	20	17	10	8	169	49	340
1980	39	56	25	33	20	7	214	67	461
1985	50	59	40	46	34	8	243	81	561
1990	70	66	44	80	52	14	442	67	835
1995	83	77	48	106	56	15	477	93	955
2000	56	158	62	143	61	34	513	103	1.130

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

Cuadro III.56. Cafeterías por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1970	8,5	14,2	4,0	5,8	3,1	3,1	48,0	13,3	100
1975	5,6	14,1	5,9	5,0	2,9	2,4	49,7	14,4	100
1980	8,5	12,1	5,4	7,2	4,3	1,5	46,4	14,6	100
1985	8,9	10,5	7,1	8,2	6,1	1,4	43,3	14,5	100
1990	8,4	7,9	5,3	9,6	6,2	1,7	52,9	8,0	100
1995	8,7	8,1	5,0	11,1	5,9	1,6	49,9	9,7	100
2000	5,0	14,0	5,5	12,6	5,4	3,0	45,4	9,1	100

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.57. Plazas en Cafeterías por Provincias

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
1970	1.154	1.985	622	630	340	532	6.661	2.385	14.309
1975	990	2.977	1.471	1.079	502	920	9.778	3.683	21.400
1980	2.117	3.578	1.673	3.031	1.349	976	13.258	5.050	31.032
1985	2.221	3.816	2.454	3.921	2.280	1.115	13.928	5.803	35.538
1990	4.102	3.147	2.146	4.901	2.425	619	20.448	4.376	42.164
1995	5.052	4.185	1.953	6.153	2.929	1.139	19.801	6.676	47.888
2000	3.814	9.078	2.964	8.536	3.333	2.069	23.800	7.279	60.873

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
Elaboración propia

Cuadro III.58. Plazas en Cafeterías por Provincias. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1970	8,1	13,9	4,3	4,4	2,4	3,7	46,5	16,7	100
1975	4,6	13,9	6,9	5,1	2,3	4,3	45,7	17,2	100
1980	6,8	11,5	5,4	9,8	4,4	3,1	42,7	16,3	100
1985	6,3	10,8	6,9	11,0	6,4	3,1	39,2	16,3	100
1990	9,7	7,5	5,1	11,6	5,7	1,5	48,5	10,4	100
1995	10,6	8,7	4,1	12,9	6,1	2,4	41,3	13,9	100
2000	6,3	14,9	4,9	14,0	5,5	3,4	39,1	11,9	100

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

En las tres últimas décadas del siglo XX la restauración creció en Andalucía de manera considerable. El número de restaurantes aumentó un 434'5 por ciento y el de cafeterías un 402'2 por ciento. En cuanto a la capacidad, los respectivos incrementos fueron del 687'1 y del 325'4 por ciento. Además, la expansión fue prácticamente continua. No obstante, los momentos de mayor dinamismo se registraron durante la década de los años setenta y a lo largo de la segunda mitad de la de los ochenta.

Como la capacidad creció por encima del número de restaurantes, su tamaño medio aumentó con el paso del tiempo: creció de 47 a 69 plazas. Todo lo contrario de lo ocurrido con las cafeterías. En este caso el número medio de plazas por establecimientos cayó de 64 a 54.

En cuanto a la estructura por categorías, es evidente que los empresarios se inclinaron por establecimientos encuadrados en las categorías menos exigentes. En el caso de los restaurantes, las dos categorías con mayor peso relativo fueron Tercera y Cuarta y, además, fue esta última la que experimentó un mayor crecimiento a lo largo del período analizado. Fue la única categoría que incrementó sensiblemente sus cuotas de participación en el total andaluz: crecieron del 36'0 al 59'2 por ciento de los restaurantes y del 26'6 al 52'8 por ciento de las plazas. Por el contrario, las correspondientes a los restaurantes de Lujo/5 Tenedores y, sobre todo, de Primera/4 Tenedores y de Segunda/3 Tenedores se redujeron con el paso del tiempo. Algo similar a lo acontecido con las cafeterías. Las categorías Especial/3 Tazas y Primera/2 Tazas crecieron en términos absolutos pero perdieron posiciones relativas. Mientras tanto, los establecimientos calificados de Segunda/1 Taza reforzaron durante esta etapa su destacado liderazgo: sus cuotas aumentaron del 79'6 al 89'2 por ciento de las cafeterías y del 72'7 al 83'9 por ciento de las plazas.

En el ámbito provincial la expansión del sector fue

generalizada, tanto en términos de establecimientos como de capacidad. La provincia con mayor crecimiento porcentual de la oferta de restaurantes fue Granada. Le siguieron Málaga y Cádiz, en cuanto al número de establecimiento, y Jaén y Almería en cuanto al de plazas. Por lo que respecta a las cafeterías, Granada, de nuevo, y Huelva fueron los destinos más dinámicos. Por último, destacar la enorme importancia de Málaga en el sector andaluz de la restauración. Sus elevadas cuotas de participación en el total regional así lo atestiguan. Sólo en la última década del siglo su posición relativa declinó claramente ante el mayor empuje de otros destinos, especialmente Cádiz, Jaén, Granada y, sólo en materia de restaurantes, Huelva. No obstante, esto no impidió que en el año 2000 la provincia malagueña todavía ofertara el 35 por ciento de los restaurantes y el 45 por ciento de las cafeterías existentes en Andalucía.

4. Agencias de viajes

En la Andalucía de la segunda mitad del siglo XX, y como no podía ser de otro modo teniendo en cuenta el considerable crecimiento experimentado por la demanda y la oferta turística, también vivió una notable expansión el subsector de las agencias de viajes, es decir, el formado por las empresas mercantiles que se dedican en exclusividad a las actividades de asesoramiento, mediación y organización de servicios turísticos, utilizando para ello medios propios o bien actuando como agente intermediario entre los prestadores de servicios y los clientes.

La información estadística más relevante de la evolución de las agencias de viajes en Andalucía a lo largo del último cuarto de la centuria pasada ha quedado recogida en la serie de cuadros comprendida entre el III.59. y el III.65., ambos inclusive. En tal serie se pone de manifiesto, por un lado, que

este subsector creció significativamente y de manera prácticamente continua durante el periodo estudiado. Por otro, que Sevilla, Cádiz y, sobre todo, Málaga fueron año tras año los destinos andaluces con mayor dotación de agencias de viajes.

Y, por último, que el subsector creció de manera generalizada en toda la región, siendo Córdoba, Jaén y Sevilla las provincias donde se registraron los incrementos porcentuales más altos.

Cuadro III.59. Agencias de Viajes. Casas Centrales

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1976	4	13	-	6	-	1	11	3	38
1977	5	13	-	5	-	1	12	4	40
1978	5	10	1	4	1	1	14	6	42
1979	5	10	1	5	1	-	17	5	44
1980	6	10	1	6	1	-	18	5	47
1981	8	12	1	6	1	1	23	6	58
1982	9	13	2	7	1	-	26	10	68
1983	10	14	2	8	3	-	38	15	90
1984	10	18	3	11	1	-	41	22	106
1985
1986
1987	15	24	7	14	3	1	87	30	181
1988	15	31	7	16	4	2	98	35	208
1989	16	34	7	18	6	2	103	38	224
1990	17	40	8	19	6	2	110	41	243
1991	17	43	7	21	5	5	113	41	252

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

.. Datos no disponibles

Cuadro III.60. Agencias de Viajes. Sucursales

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1976	6	34	6	6	7	4	67	23	153
1977	5	33	6	6	7	5	67	22	151
1978	6	29	6	6	7	4	71	21	150
1979	8	28	7	8	7	4	78	26	166
1980	8	29	8	9	7	4	79	28	172
1981	9	32	9	10	7	4	80	30	181
1982	10	38	8	10	7	6	86	30	195
1983	13	44	9	11	4	6	90	37	214
1984	12	50	9	11	7	6	103	40	238
1985
1986
1987	16	40	11	13	9	8	114	42	253
1988	16	50	14	14	9	9	126	54	292
1989	16	56	15	16	9	9	146	63	330
1990	20	50	16	20	11	10	153	75	355
1991	20	58	11	22	12	13	144	81	361

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo

.. Datos no disponibles

Cuadro III.61. Agencias de Viajes. Total Casas Centrales y Sucursales

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1976	10	47	6	12	7	5	78	26	191
1977	10	46	6	11	7	6	79	26	191
1978	11	39	7	10	8	5	85	27	192
1979	13	38	8	13	8	4	95	31	210
1980	14	39	9	15	8	4	97	33	219
1981	17	44	10	16	8	5	103	36	239
1982	19	51	10	17	8	6	112	40	263
1983	23	58	11	19	7	6	128	52	304
1984	22	68	12	22	8	6	144	62	344
1985
1986
1987	31	64	18	27	12	9	201	72	434
1988	31	81	21	30	13	11	224	89	500
1989	32	90	22	34	15	11	249	101	554
1990	37	90	24	39	17	12	263	116	598
1991	37	101	18	43	17	18	257	122	613

FUENTES: Ministerio de Información y Turismo (1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo

.. Datos no disponibles

Cuadro III.62. Agencias de Viajes con Título concedido en Andalucía

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1992	19	48	10	22	5	5	123	47	279
1993	21	50	13	25	5	6	126	50	296
1994	21	56	14	29	6	7	140	63	336
1995	24	56	17	33	7	9	152	70	368
1996	22	55	19	36	5	8	158	66	369
1997	25	57	19	38	6	11	160	68	384
1998	27	58	24	36	7	12	162	75	401
1999	31	63	26	40	7	13	177	81	438
2000	35	63	25	40	7	15	185	79	449

FUENTE: Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro III.63. Agencias de Viajes. Establecimientos con Título concedido dentro y fuera de Andalucía

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1992	41	110	28	51	18	21	261	125	655
1993	39	117	32	62	17	21	252	145	685
1994	41	123	35	59	13	27	232	148	678
1995	46	135	42	59	19	34	259	160	754
1996	53	144	53	65	23	43	287	169	837
1997	55	150	51	65	23	48	294	172	858
1998	62	160	52	70	22	43	314	183	906
1999	70	189	63	82	27	50	350	213	1.044
2000	72	178	69	84	28	50	369	220	1.070

FUENTE: Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía

Cuadro III.64. Agencias de Viajes. Total Casas Centrales y Sucursales. Porcentajes

Años	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1976	5,2	24,6	3,2	6,3	3,7	2,6	40,8	13,6	100
1977	5,2	24,1	3,2	5,7	3,7	3,1	41,4	13,6	100
1978	5,7	20,3	3,6	5,2	4,2	2,6	44,3	14,1	100
1979	6,2	18,1	3,8	6,2	3,8	1,9	45,2	14,8	100
1980	6,4	17,8	4,1	6,8	3,7	1,8	44,3	15,1	100
1981	7,1	18,4	4,2	6,7	3,3	2,1	43,1	15,1	100
1982	7,2	19,4	3,8	6,5	3,0	2,3	42,6	15,2	100
1983	7,6	19,1	3,6	6,2	2,3	2,0	42,1	17,1	100
1984	6,4	19,8	3,5	6,4	2,3	1,7	41,9	18,0	100
1987	7,1	14,7	4,2	6,2	2,8	2,1	46,3	16,6	100
1988	6,2	16,2	4,2	6,0	2,6	2,2	44,8	17,8	100
1989	5,8	16,2	4,0	6,1	2,7	2,0	45,0	18,2	100
1990	6,2	15,1	4,0	6,5	2,8	2,0	44,0	19,4	100
1991	6,1	16,5	2,9	7,0	2,8	2,9	41,9	19,9	100

FUENTE: Ministerio de Información y Turismo (1976). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Comercio y Turismo (1977-1978). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones (1979-1989). Anuario de Estadísticas de Turismo
 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990-1991). Anuario de Estadísticas de Turismo

.. Datos no disponibles

Cuadro III.65. Agencias de Viajes. Establecimientos con Título concedido dentro y fuera de Andalucía

Años	Porcentajes								
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
1992	6,3	16,8	4,3	7,8	2,7	3,2	39,8	19,1	100
1993	5,7	17,1	4,7	9,0	2,5	3,1	36,8	21,1	100
1994	6,1	18,1	5,2	8,7	1,9	4,0	34,2	21,8	100
1995	6,1	17,9	5,6	7,8	2,5	4,5	34,4	21,2	100
1996	6,3	17,2	6,3	7,8	2,8	5,1	34,3	20,2	100
1997	6,4	17,5	5,9	7,6	2,7	5,6	34,3	20,0	100
1998	6,8	17,7	5,7	7,7	2,4	4,8	34,7	20,2	100
1999	6,7	18,1	6,0	7,9	2,6	4,8	33,5	20,4	100
2000	6,7	16,6	6,4	7,9	2,6	4,7	34,5	20,6	100

FUENTE: Instituto de Estadística de Andalucía (1992-2000). Anuario Estadístico de Andalucía
 Elaboración propia

En el año 1976 Andalucía contaba con 191 agencias de viajes, entre casas centrales y sucursales. En el año 2000, con 1.070. Es decir, en el último cuarto del siglo XX el sector creció en la región andaluza un 460 por ciento. Además, lo hizo de una manera prácticamente continua. Sólo hubo un año, 1994, en el que el número de agencias fue inferior al del año precedente. Y es que los primeros años noventa, junto con la segunda mitad de los setenta, fueron los periodos de menor dinamismo. Por el contrario, el sector vivió sus momentos de mayor expansión en la década de los años ochenta y durante buena parte de la segunda mitad de la de los noventa.

Por lo que respecta al ámbito provincial, ya se ha señalado que la expansión del sector fue generalizada. A lo largo del periodo estudiado el número de agencias de viajes creció en todas y cada una de las provincias andaluzas. No obstante, el crecimiento superó la media regional en Córdoba, Jaén, Sevilla, Almería y Granada, con unas tasas del 1.050, 900, 746, 620 y 600 por ciento, respectivamente. Es decir, cinco de las seis provincias que en el año 1976 contaban con menor dotación

de agencias de viajes. Consecuentemente, al finalizar el siglo el sector estaba algo más diversificado geográficamente que en la década de los años setenta.

En uno de los platillos de la balanza, en el formado por las provincias que con el paso del tiempo perdieron peso relativo dentro del sector andaluz, estarían Cádiz, Huelva y, sobre todo, Málaga. Es cierto que en el año 2000 ésta continuaba siendo la provincia andaluza con mayor número de agencias de viajes. Pero su cuota de participación en el total andaluz, que había oscilado entre el 40 y el 46 por ciento a lo largo de los años setenta y ochenta, ya sólo era del 34'5 por ciento. Y del otro platillo, el constituido por las cinco provincias que mejoraron sus posiciones relativas, habría que destacar el caso de Sevilla. Entre 1976 y 1994 su cuota de participación creció del 13'6 al 21'8 por ciento. Desde entonces, y hasta el final de siglo, ésta se mantuvo alrededor del 20 por ciento. Gracias a este ritmo de crecimiento Sevilla logró a finales de los años ochenta superar a Cádiz y convertirse desde ese momento en la segunda provincia andaluza, tras Málaga, con más agencias de viajes.

Fuentes y bibliografía

- AGUILÓ, E. y TORRES, E. (1990), "Realidad y perspectivas del sector turístico", **Papeles de Economía Española**, 42, pp. 292-305.
- ALCAIDE, A. (1975), "El desarrollo turístico español, 1964-1974", **Información Comercial Española**, 500, pp. 190-197.
- ARCARONS, R. (1999), **Manual de Derecho Administrativo Turístico**, Madrid, Síntesis.
- ARCOS Y CUADRA, C. (1909), **De las grandes ventajas económicas que produciría el desarrollo del turismo en España**, Barcelona, Banca Mas Sardá, 1974.
- ARCOS Y CUADRA, C. (1918), **La industria del turismo en España**, Barcelona, Banca Mas Sardá, 1974.
- ARRILLAGA, J.I. (1955), **Sistema de política turística**, Madrid, Aguilar.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO (1995-2001), **La actividad turística española**, Madrid.
- BAYÓN, F. (Director) (1999), **50 años del turismo español. Un análisis histórico y estructural**, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- BOTE, V. (1998), "El desarrollo del turismo en España: cambio de rumbo y oportunidades científicas", **Revista Valenciana de Estudios Autonómicos**, pp. 29-43.
- BRÚ, J. (1964), **El crédito hotelero en España**, Madrid, Instituto de Estudios Turísticos.
- CALS, J. (1974), **Turismo y política turística en España: una aproximación**, Barcelona, Ariel.
- CALS, J. (1987), "Turismo y política turística en España (1974-1986)", en Velarde, J., García Delgado, J.L. y Pedreño, A. (Compiladores), **El sector terciario de la economía española**, Madrid, Colegio de Economistas.
- CALS, J. (2000), "La recepción turística y la política de turismo de la democracia en España (1977-1988): entre la descentralización y los cambios en los mercados", **Papers de Turisme**, 27, pp. 75-99.
- CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN (1974), **El Turismo en la región de Andalucía y Badajoz**, Málaga.
- CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE MÁLAGA (1980), **Turismo y desarrollo económico: España y la Costa del Sol malagueña**, Málaga.
- CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE MÁLAGA (1993), **Memorias y Ponencias del I Congreso Andaluz de Turismo**, Málaga.
- COMISIÓN INTERMINISTERIAL DE TURISMO (1963), **Ordenación, promoción y desarrollo turístico de Sierra Nevada**, Madrid, Dirección General de Promoción del Turismo.
- COMISIÓN INTERMINISTERIAL DE TURISMO (1963), **Proyecto de promoción turística de la Costa de Huelva**, Madrid, Dirección General de Promoción del Turismo.
- CONSEJO ECONÓMICO-SOCIAL DE LA PENIBÉTICA (1972), **Infraestructura turística**, Granada.
- CORREYERO, B. (2002), **La propaganda del Estado a través del turismo: España (1936-1951)**, Madrid, Tesis Doctoral.
- CUADRADO, J.R. y AURIOLES, J. (1985-1986), "Las actividades turísticas dentro de la estructura económica de Andalucía", **Revista de Estudios Regionales**, Extraordinario Vol. VI, pp. 41-64.
- CUADRADO, J.R. y TORRES, E. (1978), "El sector turístico y su entorno socioeconómico. Una aproximación al caso de la Costa del Sol", **Información Comercial Española**, 533, pp. 82-105.

- DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO. JUNTA DE ANDALUCÍA (1989), **Libro Blanco del Turismo de la Costa del Sol**, Sevilla.
- DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO. JUNTA DE ANDALUCÍA (Coordinación) (1993), **Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía**, Sevilla.
- ESCORIHUELA, E. (1952), "En lo que va de año se han inaugurado 42 nuevos hoteles", **Revista Sindical de Estadística**, 27, pp. 45-49.
- ESCORIHUELA, E. (1953), "La capacidad hotelera de España supera actualmente las 60.000 habitaciones", **Revista Sindical de Estadística**, 32, pp. 55-61.
- ESCORIHUELA, E. (1958), "Los precios en hotelería", **Piel de España**, 19, pp. 37-39.
- ESTEVE, R. (1982), **Ocio, turismo y hoteles en la Costa del Sol**, Málaga, Diputación Provincial.
- ESTEVE, R. (1983), **Turismo, ¿democratización o imperialismo?**, Málaga, Universidad de Málaga.
- ESTEVE, R. y FUENTES, R. (2000), **Economía, historia e instituciones del turismo en España**, Madrid, Pirámide.
- FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, J. (1974), **Curso de Derecho Administrativo Turístico**, Madrid, Editora Nacional.
- FERNÁNDEZ FUSTER, L. (1959), **Albergues y Paradores**, Madrid.
- FERNÁNDEZ FUSTER, L. (1991), **Historia general del turismo de masas**, Madrid, Alianza.
- FIGUEROLA, M. (1980), "Política de turismo", en Gámir, L. (Coordinador), **Política económica de España**, Madrid, Alianza.
- FIGUEROLA, M. (2000), **Introducción al estudio económico del turismo**, Madrid, Civitas.
- FUSTER, J. (1973), "El turismo", en Velarde, J. (Director), **La España de los años 70**, Madrid, Moneda y Crédito, Vol. II, pp. 805-832.
- GALLEGO Y BURIN, A. (1928), **El Turismo en Granada**, Granada, Junta de Andalucía, Edición facsímil, 1995.
- GONZÁLEZ, J.C. (2003), **Turismo en España (1905-1931)**, Madrid, Tesis Doctoral.
- HERRERO ANGUITA, J. (1926), **Estudio del turismo y proyecto para su desarrollo en España mediante la creación de un Consejo Nacional y constitución de la Compañía Hispano-Americana de Turismo**, Barcelona, Requesens.
- ILUSTRE COLEGIO DE ECONOMISTAS DE MÁLAGA (1996), **El sector turístico en la provincia de Málaga**, Málaga.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1985-2000), **Anuario Estadístico de Andalucía**, Sevilla.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (1995-2000), **Movimientos Turísticos en Fronteras**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1954-2000), **Anuario Estadístico de España**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1966-1970), **Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1971-1972), **Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1973), **Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1974-1977), **Viajeros en hoteles y acampamentos**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1978-1992), **Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1993-1998), **Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1993-1998), **Movimiento de viajeros en acampamentos**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1999-2000), **Encuesta de ocupación hotelera**, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1999-2000), **Encuesta de ocupación en acampamentos turísticos**, Madrid.
- JURDAO, F. (1990), **España en venta**, Madrid, Endimión.
- LAVAUR, L. (1974), **El turismo en su historia**, Barcelona, Editur.
- LAVAUR, L. (1980), "Turismo de entreguerras, 1919-1939", **Estudios Turísticos**, 67, pp. 11-112, y 68, pp. 13-129.
- MARCHENA, M. (1984), "Espacio, ocio y turismo en Andalucía", **Revista de Estudios Andaluces**, 2, pp. 129-148.
- MARCHENA, M. (1984), "Una aportación al conocimiento del hecho turístico en Andalucía", **Estudios Turísticos**, 82, pp. 15-24.

- MARCHENA, M. (1985-1986), "Un análisis de los recursos turísticos andaluces", **Revista de Estudios Regionales**, Extraordinario, Vol. VI, pp. 169-208.
- MARCHENA, M. (1987), **Territorio y turismo en Andalucía**, Sevilla, Junta de Andalucía.
- MARCHENA, M. (1989), "El turismo en España: razones de Estado, política regional y ordenación del territorio", **Boletín Económico de ICE**, 2.197, pp. 3.399-3.405.
- MARCHENA M. (1998), **Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea**, Sevilla, Turismo de Sevilla, Diputación Provincial de Sevilla.
- MARCHENA, M., FOURNEAU, F. y GRANADOS, V. (Coordinadores) (1993), **¿Crisis del turismo? Las perspectivas en el nuevo escenario internacional**, Sevilla, Instituto de Desarrollo Regional y Universidad de Málaga.
- MARTÍN, M., PAREJO, A. y ZAMBRANA, J.F. (Directores) (2002), **Estadísticas del siglo XX en Andalucía**, Sevilla, Instituto de Estadística de Andalucía.
- MARTÍN ROJO, I. (1995), **La cultura empresarial de los hoteles de la Costa del Sol**, Málaga, Junta de Andalucía.
- MARTÍN ROJO, I. (2002), **El cambio en la cultura empresarial del sector turístico de la Costa del Sol (1992-2001)**, Málaga, Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación.
- MELLADO, V.M. y GRANADOS, V. (Coordinadores) (1997), **Historia de la Costa del Sol**, Málaga, Diario Sur.
- MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO (1977-1978 y 1992-1993), **Anuario de Estadísticas de Turismo**, Madrid.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (1990-1991), **Anuario de Estadísticas de Turismo**, Madrid.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1953), **Plan Nacional de Turismo**, Madrid.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1963-1976), **Anuario de Estadísticas de Turismo**, Madrid.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1964), **I Plan de Desarrollo Económico y Social: años 1964 a 1967. Turismo y Servicios de Información**, Madrid, Comisaría del Plan de Desarrollo Económico y Social.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1967), **II Plan de Desarrollo Económico y Social: Turismo**, Madrid, Comisaría del Plan de Desarrollo Económico y Social.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1967), **Plan de Promoción Turística de la Costa del Sol**, Madrid, Dirección General de Promoción del Turismo.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1971), **10 Años de Turismo Español**, Madrid.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1972), **III Plan de Desarrollo Económico y Social: 1972-1975. Turismo e Información y Actividades Culturales**, Madrid, Comisaría del Plan de Desarrollo Económico y Social.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1975), **Primer Plan Nacional de Modernización Hotelera**, Madrid, Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1976), **II Asamblea Nacional de Turismo. Ponencias y conclusiones**, Madrid.
- MINISTERIO DE TRANSPORTE, TURISMO Y COMUNICACIONES (1979-1989), **Anuario de Estadísticas de Turismo**, Madrid.
- MUÑIZ, D. (2001), **La política de turismo social**, Sevilla, Consejería de Turismo y Deporte.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (1992), "Turismo y desarrollo", **Estudios Turísticos**, 115, pp. 23-44.
- OJEDA, J.F. (1992), "Sociedades y territorios de la España turística tradicional. Una reflexión desde Andalucía hacia el futuro", **Revista de Estudios Regionales**, 32, pp. 225-247.
- PALOMINO, A. (1968), "La Costa del Sol, un puro milagro español", **Información Comercial Española**, 421, pp. 83-88.
- PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO (1930), **Memoria de los trabajos realizados por el Patronato Nacional del Turismo desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929**, Madrid, Talleres Voluntad.
- PEDREÑO, A. (Director), **Introducción a la economía del turismo en España**, Madrid, Civitas.
- PELLEJERO, C. (1994), "La promoción del turismo en España durante la primera mitad del siglo XX: el papel del Estado", **Información Comercial Española**, 730, pp. 127-146.
- PELLEJERO, C. (Director) (1999), **Historia de la economía del turismo en España**, Madrid, Civitas.
- PELLEJERO, C. (2000), **La Intervención del Estado en el sector turístico: de la Comisión Nacional a la Empresa Nacional de Turismo**, Sevilla, Junta de Andalucía.
- PELLEJERO, C. (2000), **El Instituto Nacional de Industria en el sector turístico: ATESA (1949-1981) y ENTURSA (1963-1986)**, Málaga, Universidad de Málaga.
- PELLEJERO, C. (2001), "El turismo, factor decisivo en el desarrollo económico de Málaga", **Péndulo**, XIII, pp. 51-59.

- PELLEJERO, C. (2002), "La actuación del Estado en materia turística durante la dictadura de Primo de Rivera", **Revista de Historia Económica**, 1, pp. 149-158.
- PELLEJERO, C. (2002), "La política turística en la España del siglo XX: una visión general", **Historia Contemporánea**, 25, pp. 233-265.
- PELLEJERO, C. (2004), "Iniciativas y participación del sector público español en la potenciación y desarrollo del turismo", **Papeles de Economía Española**, 102, pp. 49-66.
- PELLEJERO, C. (2005), "Turismo y economía en la Málaga del siglo XX", **Revista de Historia Industrial**, 28.
- SAVAL, V. (1978), "España y su turismo de masas", **Información Comercial Española**, 533, pp. 35-43.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1987), **Estudio sobre el turismo cinegético en Andalucía**, Madrid, Dirección General de Política Turística.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1990), **Libro Blanco del Turismo Español**, Madrid, Ministerio de Comercio y Turismo.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1992), **Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, 1992-1996**, Madrid, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1994), **Informe sobre el sector turístico español: situación, evaluación y perspectivas**, Madrid, Ministerio de Comercio y Turismo.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1995), **Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, 1996-1999**, Madrid, Ministerio de Comercio y Turismo.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (2000), **Plan Integral de calidad del Turismo**, Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda.
- SECRETARÍA GENERAL PARA LA ORDENACIÓN ECONÓMICO-SOCIAL (1955), **Estudio para la ordenación turística de la Costa del Sol**, Madrid, Presidencia del Gobierno.
- SERVICIO SINDICAL DE ESTADÍSTICA (1975), "Andalucía, la región de la esperanza", **Revista Sindical de Estadística**, 117, pp. 1-136.
- SINDICATO NACIONAL DE HOSTELERÍA Y SIMILARES (1947), **La Hostelería en España**, Madrid.
- SISTEMA DE ANÁLISIS Y ESTADÍSTICA DEL TURISMO DE ANDALUCÍA (1996-2000), **Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía**, Sevilla, Junta de Andalucía.
- SISTEMA DE ANÁLISIS Y ESTADÍSTICA DEL TURISMO DE ANDALUCÍA (1996-2000), **Balance del año turístico en Andalucía**, Sevilla, Junta de Andalucía.
- SUBSECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN (1976), **IV Plan Nacional de Desarrollo: Turismo**, Madrid, Presidencia de Gobierno.
- TORRES, E. (1976), **La política económica del turismo en España**, Málaga, Tesis Doctoral.
- TORRES, E. (1979), "El sector turístico en Andalucía: Industrialización y efectos impulsores", **Revista de Estudios Regionales**, Extraordinario, Vol. I, pp. 377-442.
- TORRES, E. (1985), "La construcción de una política turística para Andalucía", **Información Comercial Española**, 619, pp. 109-119.
- TORRES, E. (1985-1986), "Planificación del territorio y turismo en Andalucía", **Revista de Estudios Regionales**, Extraordinario, Vol. VI, pp. 97-108.
- TORRES, E. y CUADRADO, J.R. (1978), "Estructura y problemática del sector turístico de la Costa del Sol", **Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales**, 3, pp. 221-272.
- UNCETA, M. (Coordinador) (1986), **75 años de turismo en España. Marsans, 1919-1985**, Barcelona, Viajes Marsans
- URIEL, E. y MONFORT, V. (Directores) (2001), **El sector turístico en España**, Alicante, Caja de Ahorros del Mediterráneo.
- VEGA INCLÁN, B. (1927), **Turismo en España**, Madrid.
- VELASCO, M. (2004), **La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1952-2004)**, Valencia, Tirant Lo Blanch.
- VERA, F. (1994), "El modelo turístico del Mediterráneo español: agotamiento y estrategias de reestructuración", **Papers de Turisme**, 14-15, pp. 131-147.
- VILA FRADERA, J. (1997), **La gran aventura del turismo en España**, Barcelona, Editur.
- VILLEGAS, F. (1975), "El turismo en Andalucía. Áreas y consecuencias", **Información Comercial Española**, 507, pp. 113-122.
- VILLEGAS, F. (1998), "El turismo", en Titos, M. (Director), **Historia económica de Granada**, Granada, Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Granada.
- VOGELER, C. y HERNÁNDEZ, E. (1995), **Estructura y organización del mercado turístico**, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.