

EL TURISMO DE CIUDAD COMO SEGMENTO ESTRATÉGICO EN ANDALUCÍA: ASPECTOS DIFERENCIALES Y FACTOR DE RIESGO (1)

Inmaculada Gallego Galán* y Ana Moniche Bermejo**

Resumen: El turismo de ciudad en Andalucía presenta unas características diferenciadoras que lo hacen muy interesante a nivel estratégico, tanto por su rentabilidad con un gasto medio diario en destino más elevado que la media como por su carácter desestacionalizador o su mayor calidad y diversidad de productos que ofrece. De hecho es un segmento que funciona mejor en cualquier coyuntura, decreciendo menos en épocas de crisis o aumentando más en situación de bonanza.

Sin embargo, este crecimiento del turismo no está exento de riesgos, muchos de ellos ligados al concepto *overtourism* (sobreturismo) muy presente ya en destinos urbanos internacionales, lo que sin duda plantea la necesidad de medir y gestionar adecuadamente los retos que conlleva el desarrollo del turismo de ciudad.

Este artículo pretende analizar la situación en la que actualmente se encuentran este segmento en Andalucía ofreciendo, por un lado, un análisis detallado de su demanda turística que permite identificar y cuantificar cuáles son sus aspectos diferenciales y por otro lado, desarrollar un primer análisis de algunas variables de riesgo identificadas como posibles señales de alerta para situaciones de sobreturismo en Andalucía.

Palabras clave: Turismo, destinos urbanos, sobreturismo, viviendas turísticas, intensidad y densidad turística, Andalucía.

Abstract: Urban tourism in Andalusia shows some distinctive features that configures it as a strategic product in terms of policy actions. Urban tourists present a daily expenditure higher than the average tourist, its flows are more evenly distributed throughout the year, it shows a higher quality and diverse product. In terms of evolution this type of tourism has shown a steadier pace than the average, being a smart option for periods of crisis, where other products has proven to be more risky alternatives.

However, it is positive to be aware of the risk factors as *overtourism* is often associated with cities and urban tourism, and this situation is already identified in international urban destinations. This reality raises the need to measure and adequately manage the challenges involved in the development of urban tourism.

This paper attempts to analyze the current development of this segment in Andalusia by providing, on the one hand, a detailed analysis from the demand perspective allowing identifying and quantifying its differential features and, on the other hand, provide a first analysis of some risk factors identified as possible early warning variables for overtourism situations in Andalusia.

Key words: Tourism, urban destination, overtourism, vacation rental homes, tourism density and intensity, Andalusia.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo de ciudad ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años facilitado por el desarrollo económico, menores costes de transporte y una clase

media en aumento en las economías emergentes (UNWTO, 2018).

La planificación turística de Andalucía es consciente de la relevancia de este fenómeno y con el fin de potenciarlo, fomenta el

* Doctora por la Universidad de Málaga, Jefa del Área de Estadística e Investigación de Mercados de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía y profesora asociada del Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga.

** Técnico del Área de Estadística e Investigación de Mercados de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

desarrollo de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades dirigidos a municipios de más de 100.000 habitantes, cuyo principal objetivo es la diversificación de la oferta de las ciudades andaluzas ampliando su espacio turístico y creando y desarrollando nuevos y atractivos productos (Junta de Andalucía, 2016). Tanto en estos planes específicos como en la planificación turística general, conceptos claves como sostenibilidad, rentabilidad, desestacionalización, diversificación o calidad, entre otros, son recurrentes a la hora de plantear los objetivos estratégicos del destino.

Así, parece relevante conocer cuáles son los aspectos diferenciales que caracterizan al turismo de ciudad en Andalucía y en qué medida este segmento pueden contribuir a conseguir los objetivos que se plantea la política turística andaluza. Para ello, en la primera parte de este artículo, se realiza un análisis detallado del perfil y comportamiento del turista de ciudad en Andalucía, identificando cuáles son las particularidades que caracterizan a este segmento frente al comportamiento general de los turistas en Andalucía.

Sin embargo, también los destinos deben ser conscientes de que este crecimiento del turismo en las ciudades ha generado importantes retos, muchos de ellos ligados al concepto *overtourism* (sobreturismo) muy presente en los destinos urbanos (Cesarani & Nechita, 2017).

La Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2018) ofrece diferentes definiciones de este término. En concreto, la palabra “sobreturismo” se atribuye origi-

nariamente a Skift (Ali, 2016), y desde la UNWTO se define como “*el impacto del turismo en un destino, o partes de los mismos, que influye, excesivamente y de una manera negativa, en las percepciones, calidad de vida de los ciudadanos y / o calidad de los visitantes*”. Por lo tanto, esta definición implica una ausencia de buena gestión y un desarrollo incontrolado del turismo.

Según los autores Peeters et al. (2018) se define el sobreturismo como la “*situación en la que el impacto del turismo, en ciertos momentos y en ciertos lugares, excede los umbrales de capacidad física, ecológica, social, económica, psicológica y / o política*”. Este documento, comisionado por el Parlamento Europeo, muestra también una preocupación política por estas situaciones en algunos destinos europeos e internacionales, identificando el rápido y desequilibrado crecimiento de la demanda en los destinos urbanos, llegando incluso a inducir cambios y a generar tensiones sociales en algunos espacios urbanos.

Este reciente fenómeno hace que apenas existan estudios que analicen estos impactos, siendo la literatura académica sobre esta materia incipiente y condicionada por la falta de datos fiables que permitan analizar esta oferta en España (Ortuño y Jiménez, 2019). Sin embargo, sí se observa una conciencia clara por parte de los organismos internacionales de la necesidad de gestionar adecuadamente y abordar los retos que plantea este nuevo fenómeno (UNWTO, 2018; Peeters et al., 2018).

En base a esta creciente conciencia del sobreturismo como principal factor de ries-

go para el turismo de ciudad, en la segunda parte de este artículo se desarrolla un primer análisis de algunas variables de riesgo identificadas como posibles señales de alerta para situaciones de sobreturismo en Andalucía.

En definitiva, este artículo pretende ofrecer una doble visión, la relevancia del turismo de ciudad como segmento estratégico en la consecución de los objetivos que se plantea Andalucía como destino turístico pero sin olvidar los riesgos y la necesidad de abordar el fenómeno de sobreturismo.

Tanto la concentración como la diversificación del turismo tienen ventajas potenciales para la rentabilidad de las empresas, la competitividad de los destinos y el desarrollo sostenible. Es importante destacar que ambas estrategias también tienen desventajas potenciales para la viabilidad comercial y para la sostenibilidad, y esas desventajas pueden ser muy importantes. Es necesario que los encargados de la formulación de políticas, los planificadores, las empresas y los ciudadanos conozcan esas ventajas y desventajas potenciales y las consideren cuidadosamente en el contexto y las circunstancias específicas de cada destino (Benur & Bramwell, 2015).

II. ASPECTOS DIFERENCIALES DEL TURISMO DE CIUDAD EN ANDALUCÍA

Para realizar el análisis del turismo de ciudad en Andalucía, desde el Área de Estadística e Investigación de Mercado (SAETA) de la Empresa Pública para la Gestión

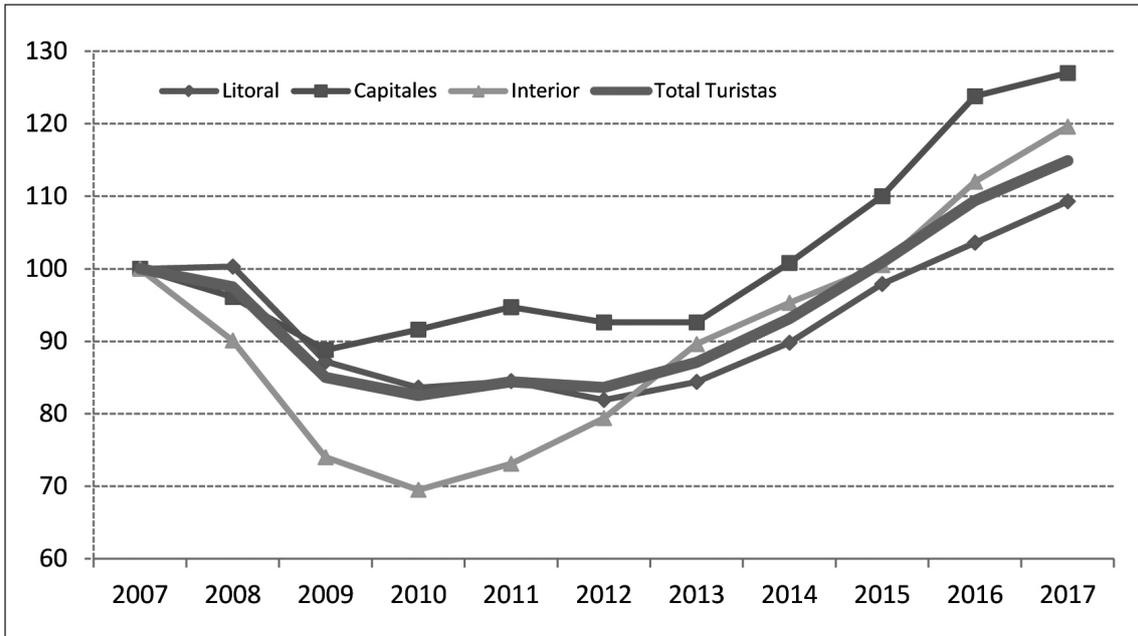
del Turismo y del Deporte de Andalucía se ha llevado a cabo una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) que realiza el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía trimestralmente. Esta encuesta proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista de ciudad, su calificación del destino, etc. Concretamente se ha trabajado con 3.019 entrevistas a turistas (2) que visitaron las principales capitales de provincia (3) andaluzas en 2017.

Además, esto permite la realización de un análisis comparativo con los resultados que ofrece la ECTA para el total del turismo en Andalucía (SAETA, 2018), identificándose así los aspectos diferenciales que presenta el turismo de ciudad.

Se estima que Andalucía recibió en 2017 un total de 8,7 millones de turistas de ciudad, lo que supone una cuota de mercado del 29,3% respecto al total de turistas y un crecimiento del +5% respecto al año anterior. Cabe destacar que el turismo de ciudad, en cualquier coyuntura, favorable o desfavorable, funciona mejor que otras tipologías turísticas. Tal y como se puede observar en el gráfico 1 en periodos de crisis descendente, pero menos de lo que lo hace el turismo de litoral o interior, y en periodos de crecimiento alcanza mayores tasas que el resto.

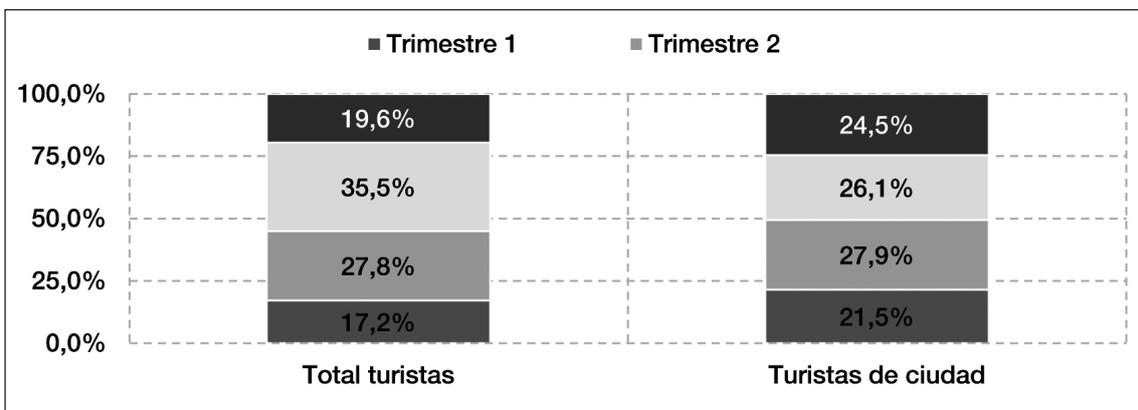
El turismo de ciudad se caracteriza por su **baja estacionalidad**, menor que la de otras tipologías turísticas desarrolladas en Andalucía, lo que significa que el reparto de turis-

Gráfico 1
Evolución de los principales segmentos turísticos y total. Años 2007 - 2017



FUENTE: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Gráfico 2
Distribución porcentual de los turistas por trimestres.
Total turismo y turismo de ciudad. Año 2017



FUENTE: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

tas de ciudad a lo largo del año 2017 es más equilibrado en comparación con la distribución anual del total de turismo recibido en la región, tal y como puede apreciarse en el gráfico 2. El turismo de ciudad presenta una menor concentración en el tercer trimestre, pues en este periodo se acumularon sólo el 26,1% de sus visitas, siendo esta proporción inferior en 9,4 puntos porcentuales a la que registró el total del turismo recibido en ese mismo trimestre (35,5%).

A través de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2018) se puede analizar con detalle la distribución de los turistas por procedencia, destacando el mayor peso que presentan las nacionalidades extranjeras (56%) frente al mercado español (44,0%).

Para **organizar el viaje** de 2017, la mayoría de los turistas de ciudad optaron por hacerlo a título particular (86,0%), mientras que el 14,0% restante optó por utilizar algún tipo de intermediario. La proporción de la

organización particular en esta tipología de turismo es superior en +6,5 puntos porcentuales a la que presenta el turismo del destino andaluz en su conjunto (79,5%).

En este sentido, el **uso de Internet** se consolida como una herramienta básica para la planificación del viaje a las ciudades andaluzas: el 73,8% de los turistas de esta tipología utilizaron esta herramienta para consultar, reservar o comprar algún producto o servicio turístico de su viaje, destacando que, de aquellos que sí utilizaron Internet en el año 2017, el 70,2% terminó efectuando una compra, frente al 62,5% del total de turistas que compraron online.

A la hora de **informarse sobre el destino**, los turistas de ciudad han utilizado en 2017 como principales fuentes la propia experiencia y la recomendación de amigos y familiares (64,1% y 22,9%, respectivamente), similar a los canales utilizados por el total de turistas. Para el resto de las fuentes de información utilizadas, tal y como era de

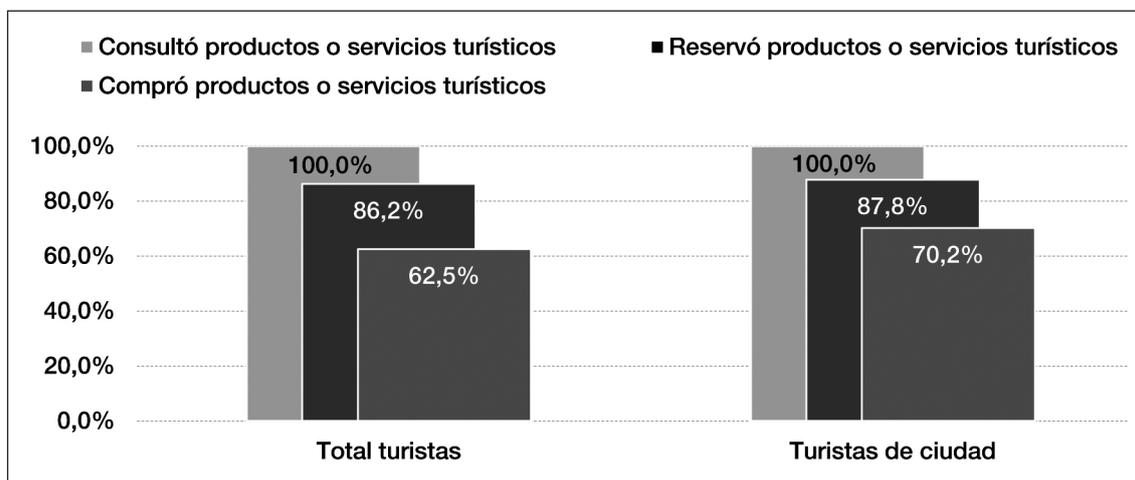
Cuadro 1
Distribución porcentual de los viajeros hoteleros según procedencia.
Turismo de ciudad. Año 2017

PROCEDENCIA	TURISMO DE CIUDAD
España	44,0%
Alemania	4,0%
Bélgica	1,5%
Francia	6,0%
Italia	5,0%
Países Bajos	2,3%

PROCEDENCIA	TURISMO DE CIUDAD
Portugal	1,4%
Reino Unido	5,4%
Japón	1,6%
Estados Unidos	5,4%
Resto	23,6%
TOTAL	100,0%

FUENTE: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH (INE).

Gráfico 3
Para qué utilizó Internet. Total turismo y turismo de ciudad. Año 2017



FUENTE: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

esperar por las conclusiones anteriores, tienen una mayor predisposición hacia Internet y una menor influencia de las Agencias de Viajes que el total de turistas.

La mitad de los turistas de ciudad utilizan el avión como **medio de transporte** para acceder a Andalucía, reduciéndose su uso hasta el 33% en el total de turistas. Es especialmente significativo el uso del avión para esta tipología turística, no sólo por la mayor presencia de extranjeros, sino también porque su vinculación con el concepto de “escapadas en fin de semana o puentes” mostrando una preferencia por accesos rápidos y directos al destino.

Kaul (1985) reconoció el papel del transporte como un componente esencial del éxito en el desarrollo del turismo y Crouch y Ritchie (1999) señalaron la ventaja com-

petitiva de que un suministro adecuado de infraestructura, en particular infraestructura de transporte, proporciona desarrollo turístico. Un ejemplo claro se observa con el desarrollo del modelo de bajo coste en el transporte aéreo, capaz de generar nueva demanda de tráfico de pasajeros, al convertir el transporte aéreo en un servicio más accesible por cualquier segmento de la población, así como incrementando la frecuencia de viaje de los pasajeros actuales (Castillo y Marchena, 2010). Además, han abierto nuevos mercados turísticos (Bieger y Wittmer, 2006; Forsyth, 2003) en lo que previamente eran destinos menos conocidos (Echevarne, 2008).

Las aerolíneas de bajo coste han provocado importantes cambios en las estrategias y en el comportamiento de los diferentes agentes económicos, tanto por el lado de la

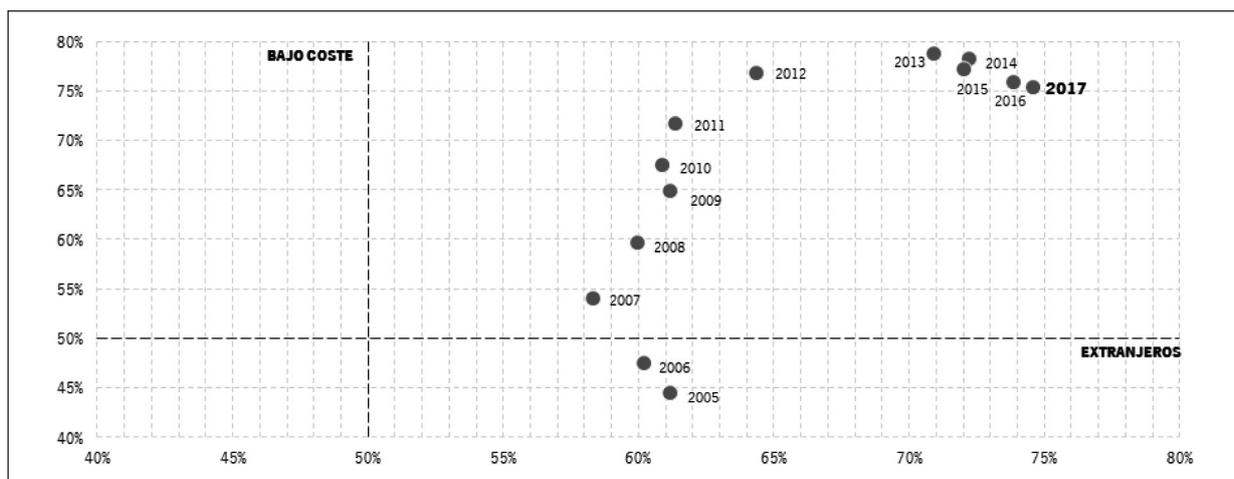
oferta como por el de la demanda e incluso han llegado, en algunos casos, a ser determinantes en el desarrollo económico y turístico de un destino (Gallego, 2015), sobre todo de aquellas ciudades más periféricas donde se sitúan los aeropuertos secundarios (Graham y Shaw, 2008).

Se considera por lo tanto que el transporte aéreo desempeña un papel crucial en el desarrollo del turismo urbano y el rápido desarrollo de las compañías aéreas de bajo coste ha aumentado los mercados potenciales de muchos destinos. Este rápido desarrollo se debe en parte a las plataformas peer-to-peer que posibilitan mecanismos capaces de concentrar un gran número de visitantes en un número relativamente pequeño de destinos. Estos argumentos hacen que algunos autores (Peeters et al., 2018) identifiquen este aspecto como un posible factor de riesgo para que se propicien situaciones de sobreturismo.

En el caso de Andalucía, el gráfico 4 muestra el paulatino crecimiento del bajo coste en los aeropuertos andaluces en los últimos años, así como el crecimiento progresivo de la presencia del mercado extranjero desde el año 2008 (SAETA, 2018). Esto puede afectar tanto al flujo turístico como al perfil del turista que se recibe, cuyo gasto y comportamiento en destino puede verse influenciado (Ivars y Menor, 2008; Pulido (coord.), 2007).

La **estancia** del turista de ciudad en Andalucía se estima en 4,3 días de media, una permanencia inferior a la registrada para la media del total de turistas que visita la re-

Gráfico 4
Pasajeros llegados a aeropuertos andaluces. Peso de líneas bajo coste / tradicionales y pasajeros extranjeros / nacionales. Años 2005 - 2017



FUENTE: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA.

gión (8,4 días). Otra característica distintiva de esta tipología turística es realizar un desembolso por persona y día en el destino andaluz muy elevado. Para el año 2017, se ha estimado un **gasto medio diario** del turista de ciudad de 73,88 euros, mientras que el nivel de gasto del turista general que visita Andalucía se ha situado en 66,14 euros para ese año, lo que supone casi 8 euros menos que el desembolso de un turista de ciudad.

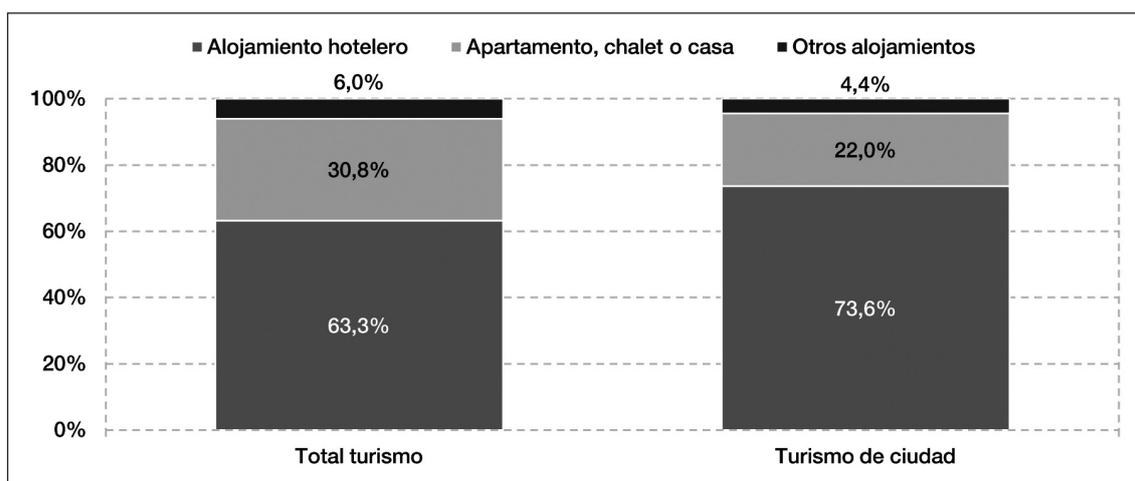
El 73,6% de los turistas de ciudad utilizan los establecimientos hoteleros como **tipo de alojamiento** para pernoctar en Andalucía, un porcentaje de uso muy superior al que hace el turista general de esta clase de alojamiento (63,3%). El resto se reparte entre apartamentos, casas o chalets (22%) y otras categorías de alojamiento minoritarias como campings, albergues, casas rurales o similares (que acumulan el 4,4%).

Analizando la estructura de la oferta de alojamiento de las principales capitales de provincias andaluzas con respecto al total de Andalucía se observa una mayor especialización tanto en establecimientos hoteleros como en viviendas de uso turístico, siendo especialmente relevante el auge en los últimos años de esta última tipología a través del desarrollo de las plataformas web de alquiler de viviendas (Airbnb, Homeway, etc.).

No existe un único motivo que justifique el incremento tan rápido de la economía colaborativa, en general, y en el sector del alojamiento, en particular. Además del propio desarrollo del Internet y de la aceptación cada vez mayor de la compra online por parte de la demanda turística, caben destacar otros motivos como las oportunidades económicas. Tal y como apuntan los autores Moreno-Izquierdo, Ramón-Rodríguez y

Gráfico 5

Tipo de alojamiento utilizado. Total turismo y turismo de ciudad. Año 2017



FUENTE: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Such Devesa, (2016) “en España su desarrollo vino relacionado con los efectos de la crisis y la existencia de un notable excedente de viviendas (casas, segundas residencias, habitaciones vacías en zonas urbanas y complejos vacacionales), que facilita que propietarios e inquilinos obtengan ingresos extras en un contexto de deflación de salarios”.

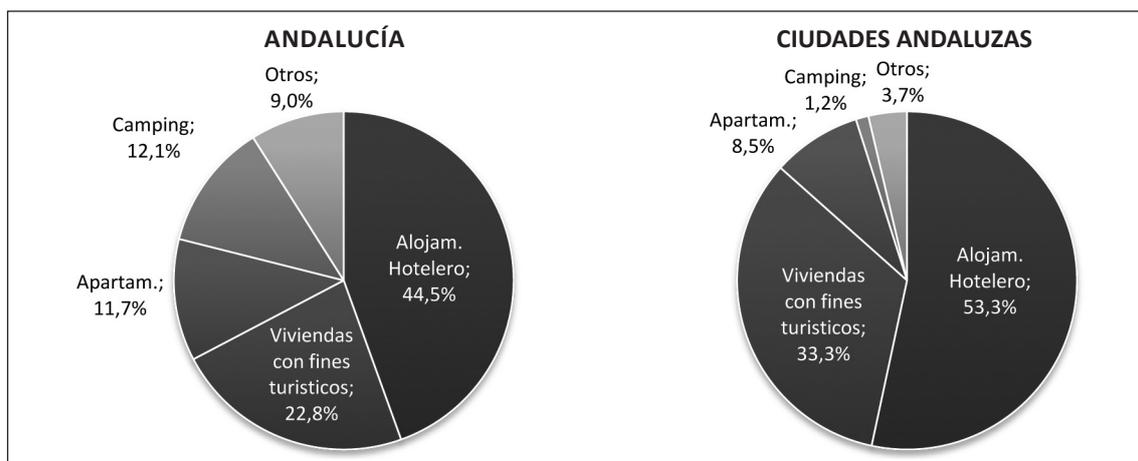
Forno y Garibaldi (2015) también apuntan como motivo el ajuste que esta tipología turística ofrece a la tendencia del consumidor turístico de sumergirse en la cultura local, probar nuevas experiencias y la mayor confianza en las recomendaciones entre pares (Möhlmann, 2015).

Independientemente de los motivos de su desarrollo expuestos, lo que sí parece claro es que las viviendas de uso turístico segui-

rán afianzándose y que ya forman parte de la oferta alojativa de cualquier destino turístico. En el caso de Andalucía, tal y como se observa en el gráfico 6, esta tipología ya supone el 22,8% del total de plazas ofertadas (SAETA, 2018), acentuándose su participación hasta el 33,3% en el caso de las principales ciudades andaluzas.

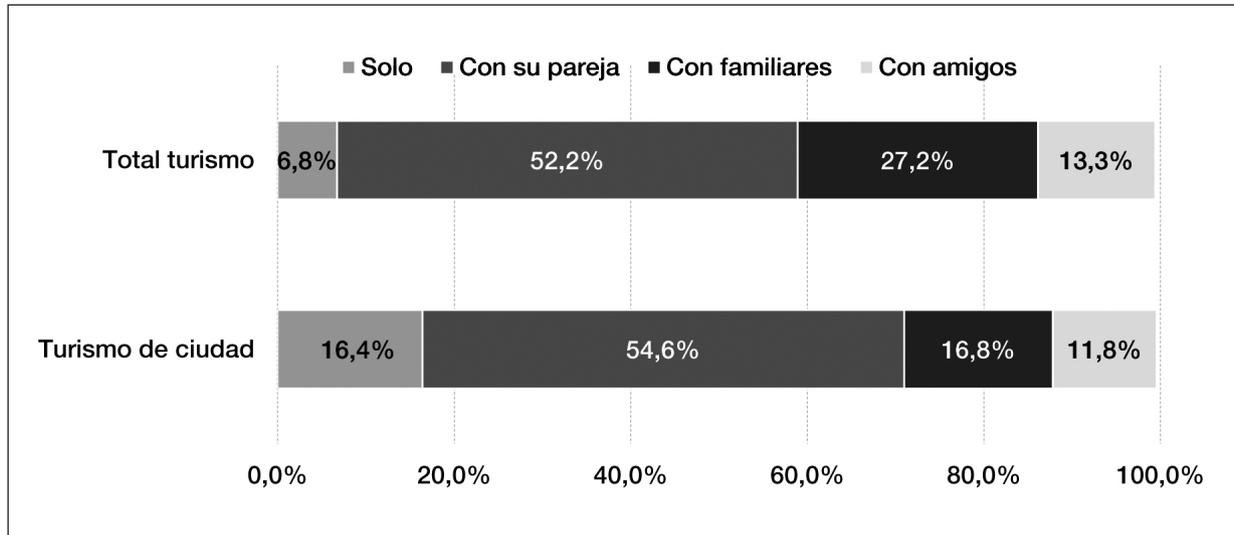
La mayoría de los turistas de ciudad que visitaron Andalucía en 2017 vinieron acompañados de su pareja (54,6%), destacando como característica distintiva de esta tipología turística los grupos de viaje más reducidos (acompañados de la pareja o sin acompañamiento, dos categorías que concentraron el 71% de los turistas de ciudad del año 2017, 12 puntos porcentuales más que para el total de turistas), siendo el **tamaño medio del grupo turístico** de 2,3 personas en 2017.

Gráfico 6
Estructura de plazas de alojamiento según tipologías.
Andalucía y ciudades andaluzas. Año 2017



FUENTE: Registro Estadístico de Turismo. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

Gráfico 7
Composición del grupo de viaje.
Total turismo y turismo de ciudad. Año 2017



FUENTE: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Cuadro 2
Estructura por género, edad y situación laboral de los turistas.
Total turismo y turismo de ciudad. Año 2017

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		Total turismo	Turismo de ciudad
Sexo	Hombre	48,1%	45,2%
	Mujer	51,9 %	54,8%
Edad	Menores de 18 años	7,5%	5,6%
	De 18 a 29 años	16,1%	22,5%
	De 30 a 44 años	30,1%	31,1%
	De 45 a 65 años	30,5%	31,4%
	Más de 65 años	15,8%	9,5%
Situación laboral	Ocupado	64,0%	70,0%
	Estudiante	12,8%	13,7%
	Retirado/jubilado	17,8%	12,2%
	Otras	5,4%	4,2%

FUENTE: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

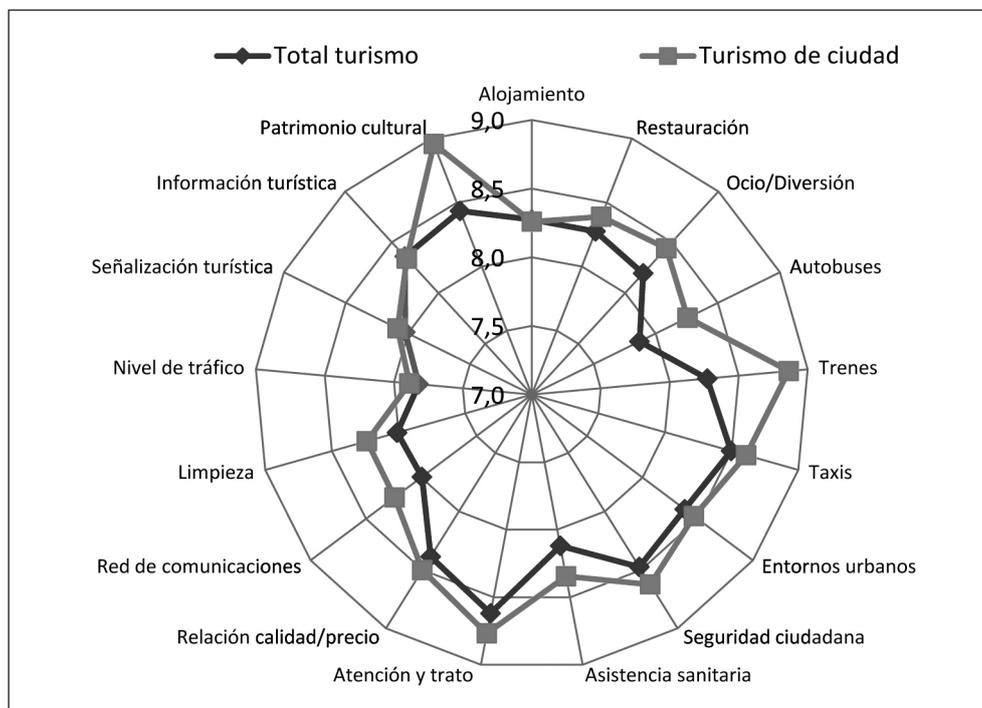
Las diferencias en cuanto al **perfil socio-demográfico** del turista de ciudad respecto al turista general que visita Andalucía son: una mayor proporción de mujeres (+3 puntos porcentuales), una mayor presencia de turistas cuya situación laboral es la de poseer un trabajo remunerado (+6 puntos porcentuales) y mayor presencia de turistas jóvenes (+6,3 puntos porcentuales).

Existe una clara vinculación del turismo de ciudad con las **actividades** culturales del destino, ya que el 67,3% declaran la visita a monumentos como uno de los principales factores para elegir el destino andaluz, casi

el doble de lo que supone estas actividades para el total de turistas (36,5%).

Esta vinculación con el turismo cultural influye en que el grado de fidelidad del turista de ciudad sea bajo, ya que es difícil que un turista repita el mismo destino habiendo ya visitado sus principales recursos culturales y patrimoniales. Concretamente, el **grado de fidelidad** de los turistas de ciudad se ha estimado para el año 2017 en el 36,8%, lo que indica que algo más de un tercio de los turistas de esta tipología habían visitado Andalucía también el año anterior (aunque no necesariamente por el mismo motivo),

Gráfico 8
Valoración del destino. Total turismo y turismo de ciudad. Año 2017



FUENTE: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

muy por debajo del que presenta la media del total de turistas de Andalucía que se sitúa en el 55,1% para 2017.

La **valoración** media otorgada por los turistas de ciudad en 2017 alcanzó los 8,5 puntos en una escala de 1 a 10, superando en +0,2 puntos la valoración global otorgada por el total de turistas al destino andaluz y donde, además, todos los conceptos son mejor valorados que la media andaluza, destacando en este sentido la mejor puntuación que le otorgan al patrimonio cultural y a los transportes públicos (autobuses y trenes), tal y como se muestra en el gráfico 8.

Tras el análisis realizado se identifica que el potencial del turismo de ciudad radica en que sus flujos turísticos se reparten de manera homogénea a lo largo del año, favoreciendo la desestacionalización, aunque con estancias más reducidas, ajustándose así a la tendencia creciente del fraccionamiento de las vacaciones que favorece las salidas en fines de semana y periodos festivos así como a la importancia creciente que los turistas ofrecen a la disponibilidad de conexiones aéreas directas y a precios asequibles, debido al relevante crecimiento de las compañías de bajo coste en el movimiento aeroportuario de las grandes ciudades.

Asimismo, se caracteriza por ser destinos que pueden satisfacer múltiples motivaciones, aunque toma especial relevancia las actividades relacionadas con la cultura y sus turistas realizan un gasto en destino superior a la media, además de otorgar una mejor valoración de las ciudades frente a la media andaluza.

Todas estas características propias del turismo de ciudad lo convierten sin duda en

un segmento turístico con un marcado carácter estratégico para Andalucía.

III. EL SOBRETURISMO COMO PRINCIPAL FACTOR DE RIESGO DEL TURISMO DE CIUDAD EN ANDALUCÍA.

En cualquier tipología de destino turístico los visitantes inicialmente son recibidos de forma positiva por los residentes debido a los beneficios económicos que generan en las poblaciones visitadas, lo que ha contribuido a considerar al turismo como un estimulador del desarrollo económico. No obstante, este no debería ser solo el efecto considerado ya que existe un impacto ambiental así como un impacto sociocultural del turismo, este último hace referencia a los cambios en la sociedad y en el modo de vida de los residentes (Picornell, 2015).

En este contexto, a medida que el número de visitantes se incrementa, los residentes locales pueden percibir que su calidad de vida se ve amenazada y evolucionan hacia una actitud menos hospitalaria frente al turista (Croes et al., 2017). Este es el sentido que la OMT integra en su definición de capacidad de carga turística de un destino: *“el número máximo de personas que pueden visitar un destino turístico al mismo tiempo, sin causar destrucción del entorno físico, económico y sociocultural, medioambiental y una disminución inaceptable en la calidad de satisfacción de los visitantes”* (UNWTO, 2004).

Según Picornell (2015) aunque el concepto de capacidad de carga resulte claro y se identifique con el umbral o límite de tolerancia más allá del cual se saturan las

instalaciones (capacidad de carga física), se degrada el medio ambiente (capacidad de carga ambiental) o disminuye el bienestar del visitante (capacidad de carga perceptual o psicológica), su dificultad de medida hace que existen escasas experiencias sobre todo en lo relativo a la medición de los impactos sociales y culturales.

Desde un punto de vista más cuantitativo, d'Eramo (2017) identifica la existencia de un umbral a partir del cual una ciudad deja de vivir parcialmente del turismo a convertirse en una ciudad turística. Así, inicialmente los turistas se benefician de los servicios que existen en las ciudades para los residentes, pero una vez que se supera el umbral, se revierte esta situación haciendo que los residentes se puedan ver forzados a usar servicios que están optimizados para los turistas.

Los destinos turísticos urbanos se identifican en muchas ocasiones con centros históricos que están protegidos como bienes de interés cultural. También suelen incluir otros monumentos y diversas formas de patrimonio cultural que se han identificado siempre como atractivos turísticos y, además muy ligados al turismo de ciudad, tal y como se ha visto en el apartado anterior de este artículo, destacan especialmente el desarrollo de actividades culturales en las ciudades andaluzas analizadas.

Muchos de estos atractivos turísticos cuentan con una figura de protección, ya sea a nivel municipal, regional, nacional o incluso internacional (UNESCO). Aún así, muchas veces ha sido difícil evitar situaciones de aglomeración, de hecho en determinados bienes patrimoniales muy vulnerables se han tenido que establecer número máxi-

mo de visitantes al día para velar por su correcta protección y mantenimiento. En los destinos que analizamos en este artículo se sitúan importantes bienes culturales Patrimonio Mundial declarados por la UNESCO con un atractivo turístico muy destacado: la Alhambra, Generalife y Albaicín en Granada, los Reales Alcázares, Catedral y Archivo de Indias en Sevilla, el Centro Histórico y la Ciudad Califal de Medina Azahara en Córdoba (UNESCO, 2019).

Estos y otros aspectos se integran en el documento *Overtourism: impact and possible policy responses* (Peeters et al., 2018) conteniendo aportaciones de aplicabilidad para este artículo. En este estudio se analizan 290 regiones europeas (NUTS2), incluyendo 53 dónde ya se detectan casos de sobreturismo, y se identifican indicadores relevantes o posibles causantes para que ocurra esta situación.

El propósito es identificar señales de alerta temprana para identificar situaciones de sobreturismo en la Unión Europea, con especial atención a las capitales y a los destinos europeos más populares, identificando que existe una relación significativa entre ocho indicadores y la posibilidad de que algún destino dentro de las regiones analizadas desarrolle un caso de sobreturismo. Éstos son:

- Densidad turística e intensidad turística.
- Proporción de plazas en la plataforma Airbnb sobre el total de plazas en Airbnb y Booking.com
- Relevancia del turismo en el PIB.
- Intensidad del tráfico aéreo (llegadas por residentes)

- Cercanía a un aeropuerto, puerto de crucero o a un elemento Patrimonio Mundial de la UNESCO.

A pesar de que este documento indica que no son los destinos urbanos los más vulnerables a esta posible saturación, sino los costeros, islas o patrimonio rural, sí que identifica a Andalucía como una región vulnerable para la aparición de destinos con sobreturismo, situándola como número 2 en el ranking de las 15 regiones europeas más vulnerables en este sentido (Peeters et al., 2018).

Tomando como referencia dicho documento, se realiza un análisis exploratorio para identificar situaciones de sobreturismo en los principales destinos urbanos andaluces. Para ello se ha optado por tres áreas de análisis:

1. **Densidad turística**, cuyo análisis se desarrolla:
 - Por el lado de la **demanda** aplicando el indicador: Ratio de Densidad Turística (RDT)= número de visitantes por kilómetro cuadrado y día.
 - Por el lado de la **oferta**, aplicando el indicador: plazas por kilómetro cuadrado.
2. **Intensidad turística**, cuyo análisis se desarrolla:
 - Por el lado de la **demanda** aplicando el indicador: Ratio de Penetración Turística (RPT)= número de visitantes por cada 100 residentes al día.

- Por el lado de la **oferta**, aplicando el indicador: plazas por cada 100 residentes.

3. **Grado de penetración de las viviendas turísticas vacacionales**, cuyo análisis se desarrolla a través del indicador: % plazas de viviendas turísticas vacacionales sobre el total de plazas de alojamiento disponibles en el destino.

A continuación se realiza su aplicación práctica para el caso de Andalucía, pero se debe tener en cuenta que no se dispone de las variables de demanda necesarias para el cálculo individualizado de cada destino urbano andaluz, por lo que para el análisis concreto de los ratios RDT y RPT ha sido necesario realizarlo de manera agrupada.

A la hora de realizar comparaciones, los autores Peeters et al. (2018) ofrecen resultados de los indicadores de demanda, y esto hace posible realizar una comparativa del agregado *destinos urbanos andaluces* con los destinos urbanos de referencia en el ámbito internacional.

No obstante, las comparaciones internacionales realizadas en este artículo hay que realizarlas con cautela y no se pueden tomar como decisivas en la catalogación como destinos en situación de sobreturismo. Las razones para ello son las diferencias metodológicas en los cálculos de los indicadores para los diferentes destinos, ya que algunos de ellos han incluido datos de excursionistas, pasajeros de cruceros, área del casco histórico en lugar del término municipal, etc.

Igualmente es necesario puntualizar que el cálculo de los indicadores de demanda propuestos en Peeters et al. (2018), se realiza sin tener en cuenta el número de días que los turistas permanecen en el destino, lo que excluye del indicador una variable muy decisiva en cuanto a la medición de la presión sobre la población y sobre el territorio.

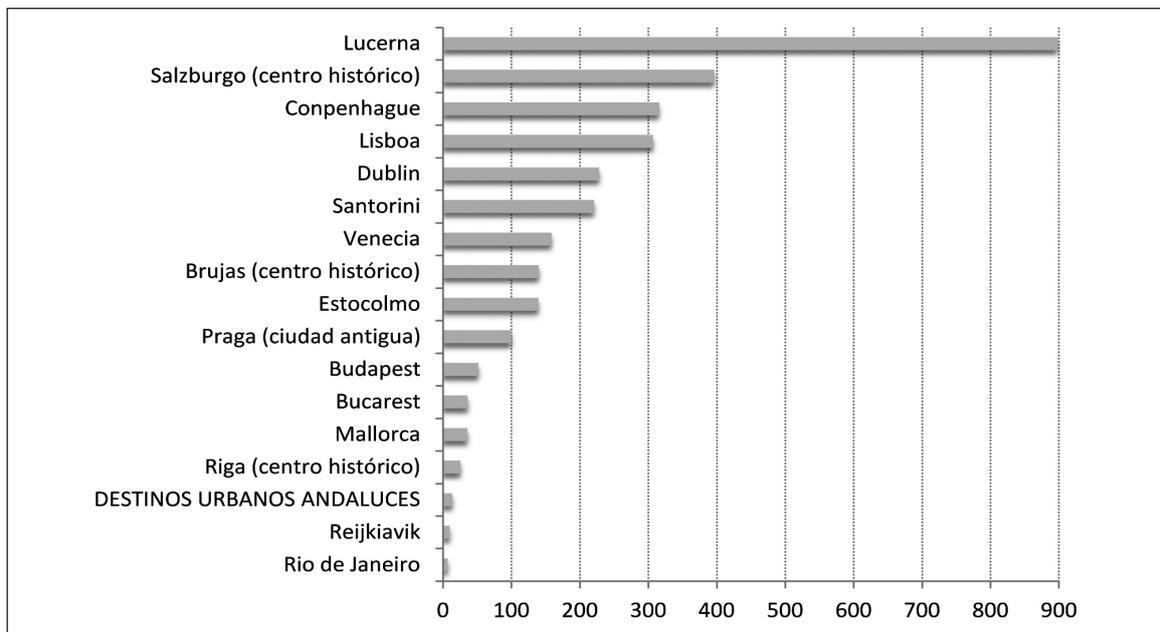
Para los indicadores de oferta, al no disponer de resultados en el estudio de los autores Peeters et al. (2018), se ha tenido que optar por una comparativa con el resto del territorio andaluz. Para ello se han analizado todos los municipios andaluces con alguna plaza de alojamiento turístico (677

municipios) calculando el número de plazas por km² y el número de plazas por residente, con el fin de verificar si ofrecen un valor diferenciado los municipios de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla frente al resto de municipios y si esta diferencia es estadísticamente significativa.

III.1. Densidad turística en los principales destinos urbanos andaluces

El valor de RDT calculado para Andalucía (13,39 visitantes (4) por kilómetro cuadrado y día), se encuentra bastante alejado

Gráfico 9
RDT de los principales destinos internacionales y destinos urbanos andaluces. Año 2017



FUENTE: Peeters et al. (2018) y elaboración propia.

del 898,2 de Lucerna, sin embargo, se debe tener en cuenta que, en este caso (junto con el de Copenhague), se calculó incluyendo el número de excursionistas.

Tal y como se observa en el gráfico 9, la posición relativa de los destinos andaluces se ve ampliamente superada por otros destinos identificados en este estudio.

Si se analiza la densidad turística desde la perspectiva de la oferta (número de plazas por Km²), de todos los municipios andaluces con alguna plaza de alojamiento turística, sí que se aprecia una diferencia significativa. Existen 52,1 plazas por Km² en los principales destinos urbanos, frente a 6,7 plazas por Km² en el resto de destinos.

Si se aplica el test kolmogorov-Smirnof (5) en Stata (6) para dos muestras diferenciadas definidas por el hecho de ser grandes destinos urbanos (Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla) frente al resto de municipios sobre la variable densidad turística, aparece significatividad estadística de que las dos muestras generadas en base a los grandes destinos urbanos frente al resto, proceden de distinta población. Es decir que los grandes destinos urbanos presentan una distribución de la densidad significativamente diferente (mayor) al resto de los municipios.

III.2. Intensidad turística en los principales destinos urbanos andaluces

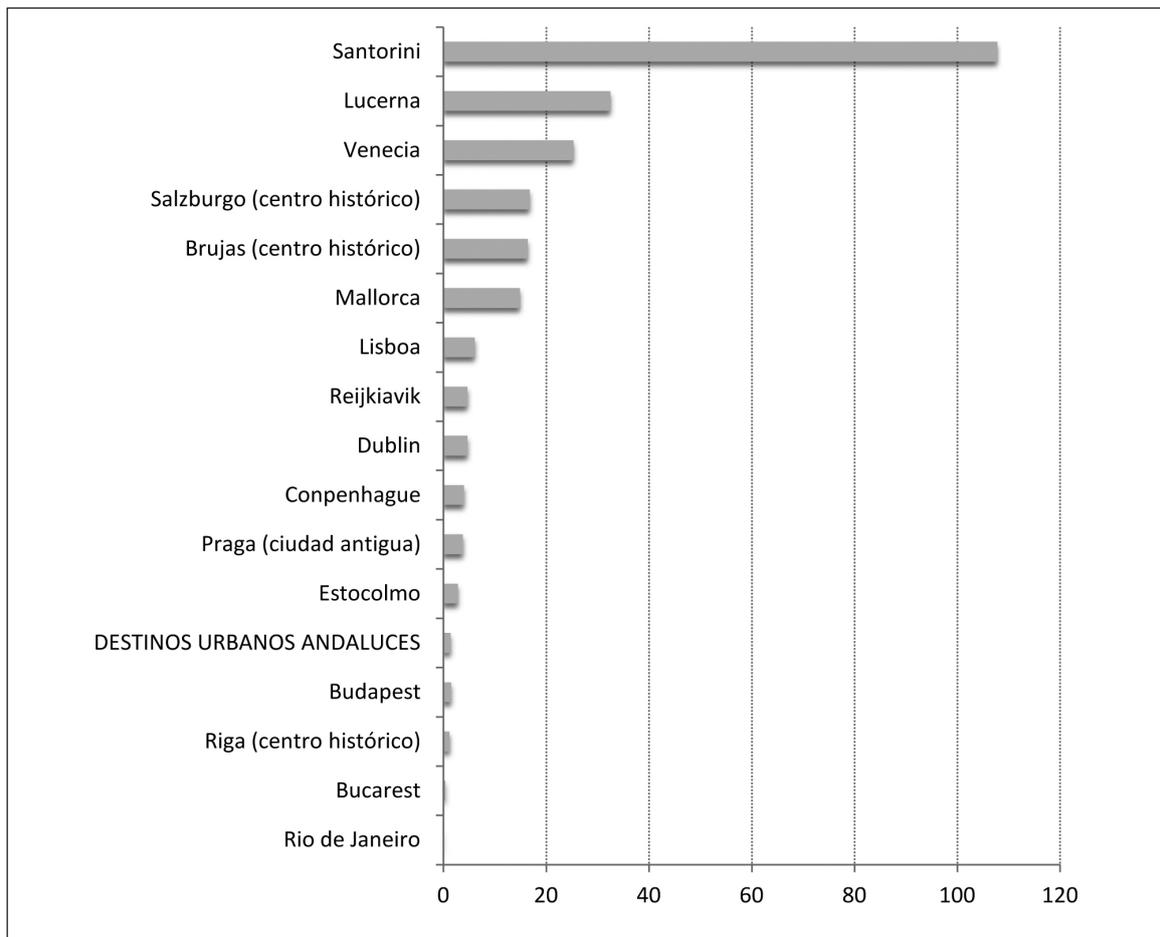
En cuanto al RPT, parece observarse también una gran diferencia relativa en-

tre la presión de los flujos turísticos sobre la población local en cuanto a los destinos andaluces (1,39 visitantes por cada 100 residentes al día), en relación al resto de destinos internacionales incluidos en Peeter et al., 2018. Asimismo, hay que tener en cuenta que el cálculo del RPT para Lucerna y Copenhague incluye el dato de excursionismo y que la población utilizada en algunas ciudades analizadas corresponde a aquella residente en los centros históricos.

En relación con la intensidad turística entendida como número de plazas por 100 residentes, en el conjunto de los principales destinos urbanos andaluces se aprecia un valor de 5,4 plazas por cada 100 habitantes, mientras que para el resto de municipios andaluces con alojamientos turísticos este valor alcanza 8,6 plazas por cada 100 habitantes. Parece, por lo tanto, que en cuanto a esta variable la vulnerabilidad frente al sobreturismo es menor en el caso de las principales ciudades turísticas andaluzas que en el resto de los destinos, ya que la presión sobre una población mayor es menos elevada que en otras poblaciones menos pobladas.

Sobre esta variable (intensidad turística) también se ha realizado el mismo test estadístico anteriormente aplicado (Kolmogorov-Smirnov), analizando dos muestras definidas por el hecho de ser grandes destinos urbanos (Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla) frente al resto de municipios y confirma que no existe evidencia estadística de que exista una diferente distribución de la intensidad turística en estos municipios.

Gráfico 10
RPT de los principales destinos internacionales
y destinos urbanos andaluces. Año 2017



FUENTE: Peeters et al. (2018) y elaboración propia.

III.3. Grado de penetración de las viviendas turísticas vacacionales en los principales destinos urbanos andaluces

Como ya se ha comentado, en el análisis del turismo de ciudad es imprescindible abordar el papel que en la actualidad están

jugando las plataformas online en la comercialización de las llamadas viviendas con fines turísticos.

La mayoría de trabajos académicos identifican un efecto negativo de la entrada de estos operadores sobre los ingresos de la oferta reglada tradicional (hoteles) y un in-

cremento en los precios de alquileres y de venta de las viviendas de los destinos (Ortuño y Jiménez, 2019).

En Andalucía en 2016 entró en vigor el Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y modificación del Decreto 194/2010, de establecimientos de apartamentos turísticos (Junta de Andalucía, 2016). Este Decreto, está permitiendo censar las viviendas con fines turísticos, vinculadas muchas de ellas a plataformas online, y también está facilitando la disponibilidad de datos para el análisis de esta tipología de alojamiento turístico, permitiendo cuantificar su importancia respecto al resto de alojamientos de Andalucía.

En este contexto se definen las viviendas con fines turísticos, aquellas que se encuentran ubicadas en suelo residencial, ofreciendo mediante precio, el servicio de alojamiento con fines turísticos y de forma habitual.

Según datos proporcionados por SAETA (2018) del total de 643.015 plazas ofertadas en Andalucía en 2017 el 22,8% de ellas correspondían a viviendas con fines turísticos. La presencia de esta tipología de alojamiento asciende hasta el 33,3% para los destinos urbanos analizados (gráfico 6), por lo que se identifica una mayor **penetración de las viviendas con fines turísticos en los destinos urbanos**, es decir, este factor de riesgo para que genere una situación de sobreturismo ocurre en mayor medida en los destinos urbanos que en el resto.

Resulta interesante enmarcar estos resultados en el análisis del caso español que ofre-

ce el estudio de Ortuño y Jiménez (2019), donde se señala una evolución creciente en la oferta de viviendas en las plataformas online, que resulta mucho más evidente en los grandes destinos urbanos como Madrid, Barcelona, Málaga y Alicante, llegando incluso a superar el número de camas hoteleras estimadas en este estudio en el caso de Málaga.

En Ortuño y Jiménez (2019), se han utilizado estimaciones basadas en la oferta existente en plataformas que ofertan plazas hoteleras de oferta reglada tradicional frente a plataformas que ofrecen viviendas vacacionales, mientras que en este artículo se utilizan los datos de oferta registrados oficialmente. Esta discrepancia entre fuentes de datos utilizadas hace que, para los grandes destinos urbanos andaluces, todavía no sea cierto que esta nueva tipología de alojamiento haya sobrepasado a la oferta tradicional en cuanto a plazas.

A continuación se realiza un análisis de la presencia de esta tipología de alojamiento en los municipios andaluces (7), así como su papel en la mayor o menor densidad e intensidad turística. Para ello se ha utilizado el cálculo de los indicadores de intensidad turística, densidad turística y penetración de viviendas turísticas vacacionales con variables de oferta.

Se ha realizado un test estadístico (Kolmogorov-Smirnov) analizando si la penetración de viviendas turísticas con fines vacacionales es un factor que determina una mayor intensidad y densidad turística de forma conjunta. Se han identificado aquellos municipios que se encuentran en

el quinto quintil tanto para el caso de intensidad como densidad turística, y se ha utilizado esta variable para identificar dos muestras diferenciadas. Aplicando el test kolmogorov-Smirnov para dos muestras diferenciadas, podemos rechazar la hipótesis nula de que las dos muestras generadas (de tamaño 601 y 76) proceden de la misma población. Esta comprobación, a pesar de no implicar ninguna causalidad, sí que indica que la **existencia de una mayor intensidad y densidad turística en los municipios coincide de forma significativa con una mayor presencia relativa de este tipo de alojamiento.**

Resulta interesante destacar el hecho de que entre los 76 municipios con mayor intensidad y densidad turística según oferta no se encuentra ninguno de los principales destinos urbanos estudiados en este artículo (Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla).

Los resultados de este análisis, por lo tanto, sustentan la identificación de la aparición de este tipo de alojamiento como factores de presión turística sobre el territorio y sobre la población, y a su vez corroboran la afirmación de Peeters, et al. (2018) de que no son los destinos urbanos los más vulnerables a posibles situaciones de sobreturismo.

IV. CONCLUSIONES

El turismo de ciudad en Andalucía es un segmento con marcado carácter estratégico para Andalucía:

- Muestra un interesante potencial en la lucha contra la estacionalidad: sus flujos se

distribuyen de manera más uniforme a lo largo del año.

- Presenta una evolución más estable en periodos de crisis.
- Genera una mayor rentabilidad, con un gasto diario en destino más alto que el del turista medio.
- Es un producto que puede responder a múltiples motivaciones, pero con una clara orientación a la cultura, aspecto con un elevado potencial para las ciudades andaluzas.
- Genera una satisfacción en los turistas superior a la media.

El transporte aéreo y su menor coste presenta un gran protagonismo en el desarrollo del turismo de ciudad, usado por la mitad de estos turistas, muy por encima de la media. En los últimos años se identifica una creciente importancia de compañías de bajo coste en los aeropuertos andaluces con una mayor relevancia de las conexiones con mercados extranjeros.

Andalucía se identifica como una región vulnerable para la aparición de destinos con sobreturismo (Peeters et al., 2018). Tomando como referencia dicho documento y profundizando más en el estudio de los destinos andaluces. Se concluye que no se puede afirmar que existan situaciones de sobreturismo en los destinos urbanos andaluces en base a los siguientes resultados:

- En los destinos urbanos andaluces existe una menor presión sobre la población y

sobre el territorio que en aquellos destinos urbanos en los que ya se ha dado alguna situación de sobreturismo.

- La intensidad y la densidad turística son los principales factores de riesgo para que se generen situaciones de sobreturismo y, si bien es cierto que los grandes destinos urbanos presentan un mayor presión del turismo sobre el territorio (con una mayor concentración de plazas turísticas por km² que el resto de destinos), no existe evidencia estadística de que exista una mayor presión turística sobre la población.
- Entre los municipios con mayor intensidad y densidad turística de forma conjunta en Andalucía (según oferta) no se encuentra ninguno de los principales destinos urbanos andaluces (Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla).

A pesar de descartar la existencia de situaciones de sobreturismo en los grandes destinos urbanos andaluces, el presente artículo también identifica algunos retos que deberían gestionarse y evitar estas situaciones en las principales ciudades andaluzas:

- La penetración de viviendas turísticas vacacionales se identifica como un factor de riesgo para el sobreturismo (Peeters et al., 2018), y se comprueba que la presencia de esta tipología de alojamiento en términos relativos es mayor en los destinos urbanos andaluces que en el resto de los municipios de Andalucía.
- Se ha comprobado que una mayor intensidad y densidad turística conjuntamente en los municipios coincide, de forma

significativa, con una mayor presencia relativa de las viviendas turísticas.

Se identifica la necesidad de datos e información cuantitativa y cualitativa para poder realizar un análisis más completo de este segmento turístico que incluya la percepción de los agentes turísticos y los residentes para conocer el papel del turismo en la calidad de vida de las ciudades andaluzas.

Es necesario refinar los indicadores utilizados para la medición de intensidad y densidad turística, incorporando conceptos como población turística equivalente (teniendo en cuenta el número de días que permanece el turista en el destino y el excursionismo), zonas de influencia en cuanto a la actividad turística, estacionalidad y situaciones puntuales de sobreturismo.

BIBLIOGRAFÍA

- ALI, R. (2016), 'Exploring the Coming Perils of overtourism', Skift, 23-08-2016 (online), disponible en: www.skift.com.
- BENUR, A. M., & BRAMWELL, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224.
- BIEGER, T. Y WITTMER, A. (2006). Air transport and tourism—Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. *Journal of Air Transport Management* 12, 40-46.
- CASTILLO, J.I. Y MARCHENA, M. (2010). Analysis of determinants of airline choice: profiling the LCC passenger. *Applied Economics Letters*, vol. 18 (1), 49-53.
- CESARANI, M., & NECHITA, F. (2017). Tourism and the Sharing Economy. An Evidence from Airbnb Usage in Italy and Romania. *Symphonya. Emerging Issues in Management*(3), 32-47.

- CROES, R., RIVERA, M. A., SEMRAD, K., & KHALIZADEH, J. (2017). Happiness and tourism: Evidence from Aruba. Institute for Tourism Studies. Orlando.
- CROUCH, G. I., & RITCHIE, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 135–152.
- D'ERAMO, M. (2017). *Il selfie del mondo: indagine sull'età del turismo*. Milano: Feltrinelli Editore.
- ECHAVARNE, R. (2008). The Impact of Attracting Low Cost Carriers to Airports. Graham, A., Papatheodouru, A. and Forsyth, P. (Eds.), *Aviation and Tourism* (pp. 177-191). Hampshire: Ashgate Publishing.
- FORNO, F. Y GARIBALDI, R. (2015). Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16:2, 202-220.
- FORSYTH, P. (2003). Low-cost carriers in Australia: experiences and impacts. *Journal of Air Transport Management* 9, 277-284.
- GALLEGO GALÁN, I. (2015). Vulnerabilidad de los destinos turísticos Propuesta de un Sistema de indicadores para su gestión (Tesis doctoral). Recuperado de https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10344/TD_Gallego_Galan.pdf?sequence=1
- GRAHAM, B. Y SHAW, J. (2008). Low-cost airlines in Europe: Reconciling liberalization and sustainability. *Geoforum*, 39, 1439-1451.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2017). Encuesta de ocupación hotelera. Consultada el 26 de febrero de 2019, en <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&file=pcaxis&path=/t11/e162eoh/a2017>
- IVARS, J.A. Y MENOR, M. (2008). El impacto de las compañías de bajo coste en la actividad turística del área de influencia del aeropuerto de Alicante. *Estudios turísticos*, 175-176, 89-104.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (2016). Decreto 146/2016, de 30 de agosto, por el que se regulan los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los convenios de colaboración mediante los que se articulan. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía. Sevilla, 8 de septiembre 2016, núm. 173 pp. 24 – 34.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (2016). Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía. Sevilla, 11 de febrero 2016, núm. 28 pp. 66 – 74.
- Kaul, R. N. (1985). *Dynamics of tourism: A trilogy*. New Delhi: Sterling Publishers.
- MÖHLMANN, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
- MORENO-IZQUIERDO, L., RAMÓN-RODRÍGUEZ, A. B., & SUCH DEvesa, M. J. (2016). Turismo colaborativo: ¿Está AirBnB transformando el sector del alojamiento? *Economistas*. 2016, 150: 107-119, recuperado de <http://hdl.handle.net/10045/73628>
- ORTUÑO, A. Y J. L. JIMÉNEZ (2019). Las viviendas turísticas ofertadas por plataformas on-line: estado de la cuestión. FEDEA, Documentos Trabajo N°. 2019-04, Madrid.
- PICORNELL, C. (2015). Los impactos del turismo. *Papers de turisme*, (11), 65-91.
- PULIDO, J.I. (COORD.) ET AL. (2007). La influencia de las compañías aéreas de bajo coste en el mercado turístico español. *Revista de Análisis Turístico*, 3, 103-119.
- PEETERS, P., GÖSSLING, S., KLIJS, J., MILANO, C., NOVELLI, M., DIJKMANS, C., EIJGELAAR, E., HARTMAN, S., HESLINGA, J., ISAAC, R., MITAS, O., MORETTI, S., NAWIJN, J., PAPP, B. AND POSTMA, A., 2018, Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels

SAETA. ÁREA DE ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA (2018). Demanda Turística en Andalucía. Año 2017. Consultada el 11 de febrero de 2019, en http://www.andalucia.org/media/tinyimages/file/destino_to_2017.pdf

SAETA. ÁREA DE ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA (2018). Coyuntura del movimiento aeroportuario de Andalucía. Año 2018. Consultada el 12 de febrero de 2019, en http://www.andalucia.org/media/tinyimages/file/mov_aeroportuario_2018.pdf

SAETA. ÁREA DE ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA (2018). Oferta de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2017. Consultada el 12 de febrero de 2019, en http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/oferta_2017_v2.pdf

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, UNESCO, 2019. World Heritage List. Consultada el 4 de marzo de 2019, en <https://whc.unesco.org/en/list/>

WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO (2004), Tourism Congestion Management at Natural and Cultural Sites, UNWTO, Madrid.

WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO (2018) 'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions.

NOTAS

(1) Las opiniones expresadas en este artículo son solo responsabilidad de los autores y no necesariamente representa la posición oficial de la administración regional andaluza.

(2) Supone un nivel de error del +/- 1,8% con un nivel de confianza del 95,5% donde $p=q=0,5$.

(3) Las capitales de provincia que se recogen en la ECTA (IECA) como punto de encuestación son: Córdoba, Granada, Jaén, Málaga y Sevilla.

(4) Se define como visitante: número de turistas y pasajeros de cruceros.

(5) La prueba de Kolmogórov-Smirnov (también prueba K-S) es una prueba no paramétrica que determina la bondad de ajuste de dos distribuciones de probabilidad entre sí.

(6) Stata es un software aplicado de forma habitual en el análisis estadístico y econométrico en ciencias sociales.

(7) Se han incluido todos los municipios andaluces con alguna plaza de alojamiento turístico (677 municipios).