

RELACIÓN ENTRE ESTACIONALIDAD Y EMPLEO TURÍSTICO DE CANARIAS EN COMPARACIÓN CON LOS PRINCIPALES DESTINOS TURISTICOS DEL MEDITERRÁNEO

TATIANA DAVID NEGRE

Tatiana.david101@alu.ulpgc.es; Becaria del Programa Innova 2020 de la Fundación Universitaria de Las Palmas. Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria. España

SERGIO MORENO GIL

Sergio.moreno@ulpgc.es; Instituto de Turismo y desarrollo Económico Sostenible (Tides), Universidad de Las Palmas de Gran canaria, Las Palmas de Gran canaria, España

Resumen

El objetivo principal del informe es analizar la estacionalidad y el empleo en turismo de Gran Canaria y sus principales competidores del Mediterráneo de forma conjunta. Usando datos de estacionalidad, Índice de Gini, empleo, ADR y RevPAR se concluye que la estacionalidad en Canarias es menor que en los destinos del Mediterráneo y que en un principio parece estar relacionada con el empleo, el ADR y el RevPAR.

Abstract (160 PALABRAS)

The main objective of this report is to analyze the seasonality and tourism employment in Gran Canaria and compare them to its main competitors from the Mediterranean. Using seasonality data, Gini's index, employment, ADR and RevPAR it can be observed that seasonality in Canary Islands is lower than in Mediterranean destinations, and the reason seems to be related to employment, ADR and RevPAR.

Palabras clave: Estacionalidad, Empleo, ADR y RevPar, Turismo, Índice de Gini

Keywords: Seasonality, Employment, ADR and RevPAR, Tourism, Gini Index

*Este estudio surge a raíz de la petición del informe solicitado por el grupo Servatur S.A. en relación al programa Innova Canarias 2020, mediante un acuerdo de mecenazgo con la Fundación Universitaria de Las Palmas.

1. INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI el turismo se ha posicionado en muchos países como el principal motor de la economía (Rivera y Upchurch, 2008), siendo en la actualidad uno de los sectores con mayor crecimiento económico a nivel mundial (Brunelli, Macedo-Soares, Zouain y Borges, 2010). Las llegadas de turistas internacionales han pasado de 25 millones en 1950 a 1.138 millones en 2014, además, en 2013 generó un 9% del PIB mundial (OMT, 2014). Por otro lado, en 2014 llegaron a España 64.995.275 turistas internacionales, un 7,1% más respecto a 2013, esto se traduce en 4,3 millones más que el año anterior (IET). Estos datos se reflejan también en el gasto total realizado por los turistas ascendiendo a 63.094 millones de euros, experimentando un crecimiento de 6,5%. La importancia del turismo para España también radica en la cantidad de trabajadores afiliados a actividades características del turismo, siendo estos 2.001.448, un 3,4% más que en 2013 (IET). De los turistas llegados a España, en 2014, 11.475.211 visitaron a Canarias, con una variación interanual del 8% respecto a 2013 (IET). Por otro lado, a pesar de la coyuntura económica internacional que afecta a España desde 2008 causando un aumento del paro que pasó de 2.595,9 miles de parados en 2008 a 5.610,4 miles de parados en 2014 (INE), el sector turístico continúa generando empleo, pasando de 2.158.432 ocupados en 2009 a 2.203.044 en 2014 (Tourespaña, 2014).

Un rasgo característico del turismo es la estacionalidad (Nieto, Amate y Román, 2000). Este es un problema que debe ser tratado e investigado ya que afecta a todos los destinos, su naturaleza es diversa (Ramón y Abellán, 1995; Baidal y Perez, 1998) y sus consecuencias bastante negativas. España tiene su mayor afluencia de turistas entre Julio y Septiembre (IET) y por el contrario, Canarias, tiene su mayor afluencia durante los meses de invierno, siendo esta característica mucho más marcada en Gran Canaria, que tiene su menor afluencia entre Mayo y Septiembre (ISTAC). Todo ello indica que la disminución de la estacionalidad es uno de los principales retos de cualquier destino.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Competitividad

Hasta hace pocos años no se empezó a investigar sobre la competitividad de los servicios (Tsai, Song y Wong 2009; Cárdenas García, 2012). Asimismo, existen muchas definiciones sobre competitividad pero se puede decir que un destino es considerado competitivo si es capaz de atraer visitantes de forma creciente y satisfacer a turistas potenciales (Ritchie y Crouch, 2003; Tsai, Song y Wong, 2009). Existe por tanto una gran necesidad de identificar ventajas competitivas y analizar en qué posición se encuentra el destino (Gomezelj y Mihalič, 2008). Para ello se debe tener en cuenta que Canarias es un destino maduro que se encuentra en un país desarrollado y en un mercado cada vez más saturado (Rodríguez y Turegano, 2008). Por otro lado, es importante identificar la posición competitiva del destino frente a sus competidores.

2.2. Estacionalidad

La estacionalidad turística es un problema que lleva muchos años estudiándose al ser un tema bastante complejo y de gran interés ya que afecta a todos los destinos. Existen diferentes definiciones sobre la estacionalidad, entre ellas, cabe destacar la que plantea Moore (1989) “desplazamientos producidos en un período de tiempo durante una época del año concreta que ocurren de forma similar cada año” (en Cisneros y Fernández, 2010), o la que propone Butler (1994), utilizada en muchos de los estudios sobre estacionalidad, “desequilibrio temporal en el fenómeno turístico que puede expresarse en términos de elementos diversos como el número de visitantes, el gasto de los visitantes, el tráfico en las carreteras u otras formas de transporte, el empleo e ingresos en sitios de interés”. Otras definiciones más recientes la describen como “tendencia de la demanda turística a concentrarse en determinadas épocas del año (estacionalidad en el tiempo) o en determinadas zonas geográficas (estacionalidad en el espacio). Variación de magnitud macroeconómica –flujo de turistas o divisas– con relación a un período de tiempo establecido” (Rivas y Magadán, 2012) o como “fluctuaciones en la llegada de turistas, que experimenta un determinado destino turístico a lo largo del año” (Coll y Seguí, 2014). Por otro lado, Butler y Mao (1997) comentaron que existen tres modalidades de

estacionalidad, en uno, en dos y en tres picos, lo que identifica que no se puede hablar solo de un tipo de estacionalidad.

En 1975 Baron ya intentó definir sus causas principales, por un lado causas naturales (tiempo atmosférico) y por otro institucionales (valores culturales). Años más tarde Baum y Hagen (1999) añaden a estas dos las limitaciones de oferta (disponibilidad de mano de obra, de alojamiento e infraestructura de transporte). Dentro de estos aspectos, se distinguen diferentes determinantes: vacaciones laborales, vacaciones escolares, condiciones climáticas, tradiciones, motivos religiosos, factores comerciales, fiestas y costumbres y congestión geográfica de los visitantes (Ramón y Abellán, 1995; Nieto, Amate y Román, 2000). Las causas de la estacionalidad pueden ser diferentes, sin embargo, lo que sí se puede asegurar es el hecho de que el fenómeno de la estacionalidad constituye un rasgo característico del sector turístico (Nieto, Amate y Román, 2000). Todos los autores coinciden en que la principal consecuencia de la estacionalidad es el desajuste entre la oferta y la demanda. Además la gran mayoría de autores nombran como problemas derivados, el deterioro del medio ambiente, inestabilidad laboral, desequilibrio de las infraestructuras municipales y de transporte según temporada, fluctuaciones de precios, límites de rentabilidad y efectos socioculturales (Ramón y Abellán, 1995; Baidal y Pérez, 1998; Nieto, Amate y Román, 2000; Butler, 2001; Cisneros y Fernández, 2010).

2.3. Índice de Gini

A la hora de estudiar la estacionalidad, existen numerosos modelos para cuantificar la desigualdad o concentración en la distribución de una variable cuantitativa y el índice de Gini es el más utilizado (Aguiló y Sastre, 1983; Ramón y Abellán, 1995; Lundtorp, 2001; Nadal, 2004; Fernández y Mayorga, 2008; Halpern, 2012; Benito, 2013) ya que es considerado un modelo bastante sólido (López y López, 2006; Coll y Seguí, 2014). Dicho índice sirve para medir variaciones estacionales a lo largo de un año natural o la evolución temporal en diferentes años ya sea de oferta o de demanda. Es más, Aguiló (1994) y Ramón y Abellán (1995), han utilizado este índice para el análisis de la estacionalidad de determinadas variables turísticas en diferentes ámbitos geográficos. Dicho índice mide la igualdad o desigualdad de la distribución de una variable a través del tiempo, en este caso, el número de turistas llegados al destino durante un año natural (Ramón y Abellán, 1995). El cumplimiento de la condición de Pigeon-Dalton otorga la validez a este coeficiente, es decir, la estacionalidad disminuye cuando se transfieren turistas de un mes con mayor ocupación a un mes con menor ocupación ya que disminuye los coeficientes (Ramón y Abellán, 1995; Nieto, Amate y Nieto, 2000). Su valor índice oscila entre 0 y 1, valores más próximos a cero indican que la estacionalidad es menor. Por el contrario, cuanto más se aproxime el índice a 1, la estacionalidad será mayor (Baidal y Pérez, 1998; Nieto, Amate y Nieto, 2000; Cisneros y Fernández, 2010; Fernández y Martín, 2014).

Como ya comentaba Ramón y Abellán (1995) en su estudio, la estacionalidad en los destinos turísticos del Mediterráneo y la estacionalidad en Canarias presentan diferentes peculiaridades pero ésta siempre se caracteriza por una época de menor afluencia de turistas.

2.4. Empleo

Actualmente el turismo es una de las industrias con mayor importancia económica (Torres, Ramírez y Rodríguez, 2015). Es un sector generador de empleo relevante, muchos países lo han considerado como sector prioritario (Arcos y García, 2006; Brida, Lanzilotta, Risso, 2008). Es más, son varios los autores que coinciden en que el desarrollo turístico crea puestos de trabajo y que además, crea más puestos de trabajo que otros sectores (Santana Talavera 1997; Turégano, 2005; Arcos y García, 2006; Onder y Durgum, 2008) tanto en países industrializados como en países en vía de desarrollo (Onder y Durgum, 2008).

Por otro lado, calcular el total de empleos turísticos generados es bastante complejo, ya que estos empleos se crean tanto desde ramas características del turismo como desde otros sectores (Vellas y Becherel, 1995; Onder y Durgum, 2008). Según la Cuenta Satélite de Turismo de España elaborada por el INE, “las ramas características del turismo son aquellas actividades productivas que, en ausencia de turismo no existirían o verían reducido sensiblemente su nivel de ventas” y el empleo indirecto sería aquel que cubren otros sectores que no sirven para los consumidores turísticos directamente pero que obtienen ingresos por gastos (Onder y Durgum, 2008).

Cabe destacar que la estacionalidad tiene un gran efecto sobre el empleo en el sector turístico. Durante la temporada alta se requieren recursos extraordinarios de personal y durante la temporada baja, se crea un exceso de empleados y como consecuencia aumenta el paro (Bosch, 2015).

3. METODOLOGÍA

El enfoque del estudio está dirigido hacia el análisis de datos secundarios sobre la estacionalidad, el Índice de Gini, el empleo, ADR y RevPAR con el objetivo de determinar si existe una relación entre ellos.

Mediante el análisis de datos secundarios de la competitividad se pretende identificar los principales destinos competidores del Mediterráneo para Canarias y Gran Canaria y así posteriormente realizar una investigación sobre la estacionalidad. En primer lugar se estudia la llegada de turistas tanto a Canarias como a los diferentes destinos competidores determinados anteriormente y en segundo lugar, la llegada de turistas desde los principales mercados a Canarias y a las diferentes Comunidades Autónomas.

Además, se utiliza el índice de Gini para medir la estacionalidad y realizar comparaciones, es decir, para observar la distribución de la estacionalidad. A partir de la fórmula empleada de forma habitual se deduce la fórmula adaptada al contexto para calcular dicho índice (Benito, 2013).

$$G = \sum_{i=1}^{11} (P_i Q_{i+1} - P_{i+1} Q_i)$$

Donde:

P_i proporción del total de meses que representan los i con menor número de llegadas

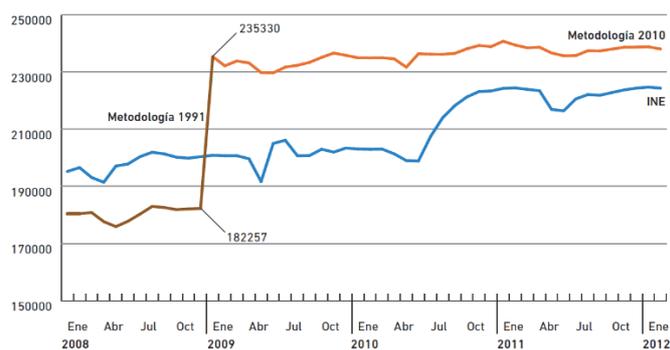
Q_i participación en el total anual de llegadas de dicho destino y año de los mismos

Por otro lado, se analizan datos del empleo en turismo tanto de España, como de Canarias y de Gran Canaria para observar si existen diferencias significativas en el empleo por meses, comparando estos datos con destinos competidores del Mediterráneo.

Adicionalmente se utilizan el ADR y RevPAR para comparar entre las diferentes islas por actividades y meses, con la referencia de otras Comunidades Autónomas. El ADR y el RevPAR son los principales indicadores que permiten conocer el estado financiero de los hoteles. Según el INE, “el ADR o Tarifa Media Diaria son los ingresos medios diarios obtenidos por habitación ocupada y el RevPAR, son los ingresos medios por habitación disponible. Es decir, el RevPAR muestra los ingresos reales ya que incluye las habitaciones disponibles que no están ocupadas, sin embargo, el ADR solo tienen en cuenta las habitaciones vendidas.” Por ello, se van a observar las diferencias entre ambos indicadores. El ADR es el valor facturado por el establecimiento mientras que el RevPAR es la cantidad realmente ingresada (Pérez y Gimeno, 2013).

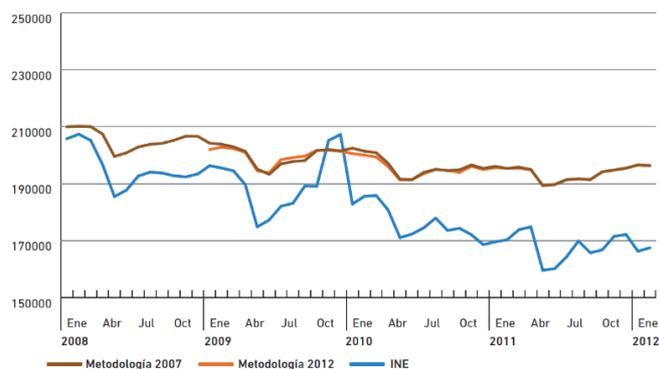
Como la metodología a seguir por el ISTAC y por el INE (Gráfico 1 y 2) para obtener el ADR y el RevPAR son diferentes en cuanto a la estimación del número de plazas. Para este estudio se utilizan los datos del ISTAC para comparar las diferentes Islas Canarias y los datos del INE para comparar las Comunidades Autónomas. Es más, los establecimientos hoteleros y extrahoteleros se analizan por separado para las Islas Canarias ya que también utilizan metodologías diferentes.

Gráfico 1. Diferencias en la estimación del número de plazas para establecimientos hoteleros



Fuente: ISTAC

Gráfico 2. Diferencias en la estimación del número de plazas para establecimientos extrahoteleros



Fuente: ISTAC

4. RESULTADOS

4.1. Estacionalidad

Según diferentes “Informes de mercado sobre los principales países receptores” elaborados por el Patronato de turismo de Gran Canaria, los principales competidores del Mediterráneo para Gran Canaria son España, Francia, Malta, Italia, Chipre, Grecia, Croacia, Turquía, Túnez, Marruecos, Egipto y Portugal. Al observar el Índice de Competitividad Turística elaborado por el WEF (2011, 2013 y 2015), en 2013, España (4º) mejoró su posición en cuanto a competitividad turística en 4 puestos respecto al informe de 2011, logrando situarse por delante de Francia (7º). A España y a Francia les siguen Portugal (20º), Malta (24º), Italia (26º), Chipre (29º), Grecia (32º), Croacia (35º), Turquía (46º), Marruecos (71º) y Egipto (85º). Sin embargo, en 2015 y tras los cambios metodológicos empleados por el TPCI, España encabeza el ranking por primera vez, seguida de Francia (2º), Italia (8º), Portugal (15º), Grecia (31º), Croacia (33º), Chipre (36º), Malta (40º), Turquía (44º), Marruecos (62º), Túnez (79º) y Egipto (83º).

Por otro lado, según el último informe de competitividad turística realizado por Monitur (2010) Canarias se posiciona como la 5ª Comunidad Autónoma más competitiva turística por detrás de la Comunidad de Madrid, País Vasco, Cataluña y Andalucía, pero por delante de Baleares, la Comunidad Valenciana y Murcia, que son algunos de sus principales competidores durante la época estival.

Una vez identificados los principales competidores para Canarias y para Gran Canaria se analiza el número de turistas llegados mensualmente a cada uno de los destinos nombrados.

Al observar el número de turistas llegados a cada uno de los destinos, se identifica claramente como la mayoría de destinos del Mediterráneo poseen una tipología de estacionalidad muy similar entre ellos, y al mismo tiempo muy diferente a la de Canarias. Es decir, los destinos del Mediterráneo tienen su mayor afluencia de turistas durante la “temporada de verano”, sin embargo, Canarias y más en

concreto Gran Canaria, tienen su época de menor afluencia de turistas durante el verano. Si se escoge el 2014 como año de referencia y se divide el año en dos períodos (Abril-Septiembre y Octubre-Marzo), se puede observar como Croacia recibió el 90,67% entre Abril y Septiembre y tan solo el 9,33% durante Octubre-Marzo, de forma más concreta, recibió el 67% de los turistas durante Junio, Julio y Agosto; Chipre el 77,34% durante la temporada alta (Abril-Septiembre) y el 22,66% durante la temporada baja; Turquía el 69,87% de los turistas durante Abril – Septiembre y el 30,13% durante el resto del año; Malta recibió el 65,98% en verano y el 34,02% en invierno y por último, Egipto tiene una afluencia diferente, siendo más equilibrada durante todo el año, 50,60% durante Abril-Septiembre y un 49,40% durante los seis meses restantes (Tabla. 1).

Para el caso de las Comunidades Autónomas Españolas, y siguiendo un patrón muy similar a los destinos anteriores (Tabla 1), en Baleares, la gran mayoría de turistas, un 85,90%, llegan durante la temporada de verano (Abril-Septiembre), siendo muy pequeña la cantidad de turistas que llegan durante los meses de invierno (14,10%). Es más, Baleares recibe un 52,82% de los turistas durante Junio, Julio y Agosto; la Comunidad Valenciana recibe un 66,74% durante Abril-Septiembre y un 33,26% durante el resto del año; Andalucía un 67,87% durante la temporada de verano y un 32,13% durante la de invierno y por último, Cataluña recibe el 65,11% entre Abril y Septiembre y el 34,89% durante el resto de meses. Para el caso de Canarias el 54,31% de los turistas llegan a las islas entre Octubre y Marzo y el 45,68% entre Abril y Septiembre. De forma más concreta, en Gran Canaria el 60,05% de los turistas llegan entre Octubre y Marzo y el 39,95% entre Abril y Septiembre. Es necesario destacar que Baleares recibe en pocos meses casi la misma cantidad de turistas que recibe Canarias en muchos más.

Tabla 1. Porcentaje de llegadas de turistas a los diferentes destinos competidores por temporadas

País/comunidad autónoma 2014	% verano (número total de turistas llegados) Abril-Septiembre	Resto del año% (número total de turistas llegados) Octubre - Marzo
Croacia	90,67	9,33
Chipre	77,34	22,66
Turquía	69,87	30,13
Malta	65,98	34,02
Egipto	50,60	49,40
Canarias	45,68	54,31
Gran Canaria	39,95	60,05
Baleares	85,90	14,10
Comunidad Valenciana	66,74	33,26
Andalucía	67,87	32,13
Cataluña	65,11	34,89

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Croatian Bureau of Statistics, 2015; TurkStat, 2015; Republic of Cyprus Statistical Service, 2015; Capmas para Egipto, 2015; National Statistics Office of Malta, 2015; Instituto Canario de Estadística e Instituto de Estudios Turísticos, 2015; Ibestat, 2015; Frontur, 2015)

Por otro lado, se debe tener en cuenta que la disminución del número de llegadas de turistas durante los meses de verano en Canarias o durante los meses de invierno en Baleares no es idéntica para todos los mercados, por ello se va a analizar de forma específica para cada uno de ellos.

En primer lugar, según datos del ISTAC (2014) y del IET (2014), los principales mercados tanto para Canarias como para Gran Canaria son Alemania, Reino Unido y España y de forma secundaria, Suecia, Noruega y Holanda. Al observar el comportamiento estacional de los diferentes mercados por separado se pone de manifiesto lo dicho anteriormente: no todos los mercados tienen el mismo comportamiento estacional. Al igual que en el apartado anterior se escoge el 2014 como año de referencia. El mercado español y el británico son bastantes similares, estos presentan su mayor afluencia de turistas, un 59,84% y un 57,48% del total de la llegada de turistas de ambos mercados respectivamente a Gran Canaria, durante los meses de verano, concretamente entre Abril y Septiembre. Por el contrario, la mayor afluencia para los alemanes, el 59,48% se presenta durante

Octubre-Marzo, y lo mismo ocurre pero de forma más pronunciada con los noruegos (76,17%) y suecos (82,33%).

Al observar la evolución desde 2010 a 2014 mediante los datos obtenidos del ISTAC y del IET, se detecta que la estacionalidad del mercado británico es cada vez más marcada y más parecida a la del turista español, ya que su afluencia durante los meses de verano es mayor año tras año, y menor durante los meses de invierno. El mercado alemán, por el contrario presenta mayor afluencia de turistas durante los meses de invierno. En este caso, la diferencia entre los meses de verano y los de invierno es cada vez es más pronunciada, es decir, cada vez son más los alemanes que deciden visitar Gran Canaria entre Octubre y Marzo. Los mercados noruego y sueco, presentan una estacionalidad muy marcada ya que se pueden diferenciar claramente dos temporadas. Estos dos mercados tienen su mayor afluencia entre Octubre y Marzo y su temporada más débil entre Abril y Septiembre, como los alemanes. Los turistas holandeses, en un principio parece que no siguen ninguna tendencia regular pero con el paso de los años se observa que cada vez llegan menos turistas en Abril, Mayo y Junio.

Para el caso de los destinos del Mediterráneo, se escoge Baleares como representante de todos ellos por disponibilidad de datos. Sus principales mercados son Alemania, Reino Unido y España, seguidos de Italia, Francia, Suiza y Suecia (IBESTAT, 2015). Coincidiendo con algunos de los principales mercados para Canarias y para Gran Canaria: Alemania, Reino Unido, España, Suecia, Noruega y Holanda. Por lo tanto, se debe estudiar la estacionalidad de los diferentes mercados en Baleares y así identificar como puede estar afectando a Canarias y a Gran Canaria. Si se escoge 2014 como año de referencia, se observa que la mayor parte de todos los mercados visitan Baleares entre Abril y Septiembre, el 90,33% del total del mercado sueco llegado a las islas, el 79,04% del total del mercado alemán, el 89,91% de los ingleses, el 74,70% de los españoles y el 94,66% de los noruegos. Coincidiendo con la peor temporada en Canarias para los mercados alemán, noruego y sueco.

Tabla 2. Porcentaje de llegada de turistas a Gran Canaria y Baleares por mercados en 2014

Mercados	Gran Canaria % Abril-Septiembre	Gran Canaria % Octubre-Marzo	Baleares % Abril-Septiembre	Baleares % Octubre-Marzo
España	59,84	40,16	74,71	25,29
Reino Unido	57,48	42,52	89,91	10,09
Alemania	40,52	59,48	79,04	20,96
Noruega	23,83	76,17	94,66	5,34
Suecia	17,67	82,33	90,34	9,66

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC), Instituto de Estudios Turísticos (IET) e IBESTAT, 2015.

Como se comentó anteriormente el índice de Gini es otra forma de medir la estacionalidad de los destinos. En la Tabla 1 se muestran los resultados obtenidos desde 2012 hasta 2014 aplicando el Índice de Gini para diferentes destinos. Se puede observar que existe una amplia diversidad entre los destinos. La concentración mensual oscila entre los índices más bajos registrados en Canarias y Egipto cercanos a cero, y los valores más altos de Croacia y Baleares, pasando por valores medios registrados de Chipre, Turquía, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana valores medios. De hecho debe destacarse que pese a los diferentes resultados, todos ellos son destinos turísticos competitivos y de elevada demanda.

Tabla 1. Índice de Gini para las llegadas de turistas internacionales a los diferentes destinos competidores

IG	2011	2012	2013	2014
Canarias	0,073	0,070	0,080	0,061
Baleares	0,428	0,463	0,460	0,469
Cataluña	0,221	0,228	0,222	0,210

Comunidad Valenciana	0,226	0,249	0,240	0,233
Andalucía	0,209	0,228	0,233	0,229
Turquía	0,168	0,281	0,264	0,271
Egipto	0,126	0,040	0,153	0,077
Croacia	0,577	0,567	0,567	0,563
Chipre	0,303	0,325	0,335	0,345

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Frontur para Canarias, Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía, Servicio de estadística de la República de Chipre para Chipre, Croatian Bureau of Statistics para Croacia, Capmas para Egipto y TurkStat para Turquía.

4.2. Empleo

El problema de la estacionalidad probablemente no sería tan preocupante si no fuese porque la industria turística representa en 2014 un 12,7% del total de ocupados en España (INE – CNAE 09, 2014), un 22,9% afiliados en el sector turístico en Baleares para el primer trimestre de 2015 (IBESTAT, 2015) y un 25,26% de las afiliaciones pertenecientes a actividades características del turismo en Canarias en Marzo de 2015 (ISTAC, 2015). Es más, la importancia del empleo turístico radica en que actualmente Canarias tiene una tasa del 32,25% de desempleados (Estudio Impactur Canarias –Excelltur-, 2013), es decir, existen 342.200 parados según la cuarta EPA del 2014, sin embargo el sector turístico produce 251.480 puestos de trabajo, equivalente a un 35,2% del empleo en Canarias en 2013 (Estudio Impactur, 2014). Por lo que a pesar de que el número de empleados en el sector turístico no sea tan elevado como años anteriores, la aportación del turismo al empleo en Canarias continúa siendo una gran parte del total del empleo generado.

En cuanto a la evolución interanual de la cantidad de afiliados en actividades características del turismo en la seguridad social para 2014, no hay mucha diferencia entre los diferentes trimestres: 1º 25,28%; 2º 24,84%; 3º 25,11% y 4º 25,34% para Canarias (ISTAC, 2015), sin embargo, en Baleares sí que existe una gran diferencia (IBESTAT, 2015). Concretamente, en el caso de las Islas Baleares, la cantidad de afiliados en actividades características del turismo durante el segundo y el tercer trimestre (34,62% y 33,33%) casi se dobla respecto al primer y cuarto trimestre (22,13% y 18,29%). Por otro lado, a pesar de la poca diferencia entre afiliados por trimestres para Canarias, el trimestre que menos afiliados presenta es el segundo, y el cuarto el que más, tanto en el total de afiliaciones como en las actividades que son características del turismo. Las actividades que presentan mayor diferencia entre el segundo y el cuarto trimestre en Canarias son “Hoteles y alojamientos similares”, “Restaurantes y puestos de comidas” y “Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas” y la actividad que más diferencia presenta en cuanto al número de afiliados entre el primer y el cuarto trimestre es “Establecimientos de bebidas” (ISTAC, 2015).

Al observar la evolución de los contratos turísticos en Canarias y Gran Canaria por meses dividimos el año en dos temporadas, al igual que en los apartados anteriores, y se obtiene como resultado un número similar de contratos turísticos entre ambas temporadas, con un 51,26% de contratos entre Abril y Septiembre y un 48,74% entre Octubre y Marzo. A pesar de ello los meses con menor número de contratos se encuentran entre Enero y Mayo y los meses con mayor número de contratos son Julio, Septiembre y Octubre (OBECAN, 2015).

4.3. ADR y RevPAR

Otro forma de estudiar la influencia de la estacionalidad en el sector turístico es observando la evolución mensual del ADR y del RevPAR.

En primer lugar, para poder hacer comparaciones entre las diferentes Comunidades Autónomas y como ya se comentó anteriormente en la metodología, se van a utilizar los datos del INE. Al comparar los datos con el total de España (Tabla 2), se puede observar cómo en Canarias tanto el ADR como el RevPAR son mayores que el ADR y el RevPAR de España. Es más, solo Cataluña presenta un ADR mayor al de Canarias (INE, 2015).

De los principales destinos del Mediterráneo, Murcia, la Comunidad Valenciana y Andalucía presentan un ADR y RevPAR por debajo al de España, y Baleares, Canarias y Cataluña por encima del total nacional.

Tabla. 2 ADR y RevPAR de las Comunidades Autónomas

2014	ADR	RevPAR
Murcia (Región de)	57,0	26,9
Comunitat Valenciana	62,3	36,6
Andalucía	74,3	40,7
Balears (Illes)	78,8	60,0
Canarias	81,7	65,6
Cataluña	83,3	50,9
España	74,5	44,1

Fuente: INE

Si se observan los datos por Comunidades Autónomas y meses para 2014 aportados por el INE (Tabla 3 y 4), el mayor ADR y RevPAR nacional se concentra entre los meses de Julio, Agosto y Septiembre, al igual que en Baleares y Murcia. En la Comunidad Valenciana el período se alarga de Junio a Septiembre y en Cataluña a los meses de Julio, Agosto, Septiembre, sumando el mes de Febrero en el caso del ADR, siendo el mes con mayor ADR de todo el año. En Canarias, por contra al resto de comunidades autónomas, el mayor ADR se presenta entre Noviembre y Abril sumándole Agosto y el mayor RevPAR entre Noviembre y Marzo sumándole Agosto.

Tabla 3. ADR por Comunidades Autónomas

2014	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
España	69,82	71,99	68,30	69,05	67,52	70,72	81,66	89,13	76,68	69,94	70,81	72,60
Balears	60,51	56,16	55,27	61,09	60,94	72,63	89,66	99,49	81,91	62,81	66,07	77,42
Canarias	82,24	83,44	84,52	84,51	75,11	72,77	80,28	83,11	79,41	80,62	85,61	88,01
Cataluña	75,66	99,57	77,91	76,52	78,26	76,73	85,37	94,43	84,19	81,34	81,75	81,06
Comunidad Valenciana	48,75	49,62	49,96	55,20	54,83	62,36	75,85	86,57	66,03	57,44	52,77	53,77
Murcia	54,98	50,64	49,26	50,07	49,31	55,82	71,65	77,85	62,01	51,19	49,40	48,49

Fuente: INE

Tabla 4. RevPAR por CC.AA.

2014	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Total Nacional	30,58	35,86	35,82	38,24	38,29	44,71	54,58	66,70	53,75	41,92	36,63	33,62
Balears	22,52	26,12	31,97	40,50	37,92	59,41	77,77	92,27	71,38	37,13	32,95	34,57
Canarias	70,72	72,05	72,01	62,32	52,07	54,33	62,75	69,67	64,88	65,46	72,92	68,47
Cataluña	28,11	48,21	40,78	43,33	45,74	49,97	61,14	77,76	60,73	51,55	40,34	33,62
Comunidad Valenciana	18,25	23,75	25,70	32,25	32,32	41,11	52,21	67,89	46,98	35,03	26,60	23,51
Murcia	18,59	22,08	22,64	23,75	22,95	26,36	38,82	44,37	34,10	26,40	21,74	17,03

Fuente: INE

En segundo lugar, estos indicadores también permiten conocer el estado financiero por tipología y categoría de alojamiento. Para poder realizar estas comparaciones entre las diferentes islas se van a utilizar los datos del ISTAC, como ya se comentó en la metodología.

Para los establecimientos hoteleros (Tabla 5), tanto el ADR como el RevPAR de Canarias de los hoteles de 4 y 5 estrellas son mayores que para los de 1, 2 y 3 estrellas. En el Caso concreto de Gran Canaria el ADR y el RevPAR de todas las categorías son mayores que el del conjunto de las islas.

Tabla 5. ADR y RevPAR para establecimientos hoteleros

2014	Canarias	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife	La Gomera	La Palma	El Hierro
TOTAL ADR	77,2	71	71,94	86,4	77,02	73,69	37,67	52,91
1, 2, 3 estrellas	52,95	56,68	49,36	55,16	51,11	55,89	34,59	.
4, 5 estrellas	87,78	76,91	79,83	108,77	85,39	101,4	39,58	.
TOTAL RevPAR	61,07	59,31	56,77	69,16	61,15	32,13	17,17	19,95
1, 2, 3 estrellas	40,6	44,83	37,33	44,44	37,52	41,24	19,89	.
4, 5 estrellas	70,43	65,77	63,97	86,66	69,63	27	15,99	.

Fuente: ISTAC

Por otro lado, lo que ocurre en los establecimientos extrahoteleros (Tabla 6) es bastante similar a los hoteleros, ya que tanto Gran Canaria como Tenerife son los que mayor ADR presentan. Pero a diferencia de los establecimientos hoteleros, Tenerife tiene un mayor ADR y un mayor RevPAR que Gran Canaria.

Tabla 6. ADR y RevPAR para establecimientos extrahoteleros

2014	Canarias	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife	La Gomera	La Palma	El Hierro
TOTAL ADR	45,06	40,23	40,46	46,77	49,43	41,36	38,1	45,19
1, 2 Llaves	42,78	38,37	40,14	44,78	46,3	.	.	.
3, 4, 5 Llaves	49,59	43,62	41,35	60,19	51,61	.	.	.
TOTAL RevPAR	30,34	29,69	30,37	27,59	37,05	14,92	20,38	13,47
1, 2 Llaves	27,09	27,48	29,8	25,49	33,14	.	.	.
3, 4, 5 Llaves	38,18	34,09	32,02	46,88	39,99	.	.	.

Fuente: ISTAC

Al observar la evolución a lo largo de los años (Tabla 7 y 8), tanto el ADR como el RevPar, han ido aumentando de forma sistemática, para Canarias y para Gran Canaria.

Tabla 7. Evolución para establecimientos hoteleros

	Canarias					Gran Canaria				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
ADR	67,08	68,87	70,7	73,36	77,2	70,87	75,67	79,89	83,2	86,4
RevPAR	45,71	52,75	52,33	55,55	61,07	51,59	59,9	61,29	64,68	69,16

Fuente: ISTAC

Tabla 8. Evolución para establecimientos extrahoteleros

	CANARIAS					Gran Canaria				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
ADR	37,38	39,06	40,37	42,2	45,06	40,69	42,51	43,6	45,18	46,77
RevPAR	21,65	24,96	24,66	27,27	30,34	22,99	25,87	24,14	26,3	27,59

Fuente: ISTAC

Pero para poder hacer futuras comparativas entre el ADR, el RevPAR, el empleo y la estacionalidad, se deben tratar datos mensuales. Según datos del ISTAC, la evolución mensual del ADR en cada una de las islas es diferente, pero sin presentar importantes diferencias entre categorías. En general, los meses de Mayo (68,06€), Junio (67,9€) y Septiembre (71,37€) son los que tienen un menor ADR hotelero para Canarias. Cabe destacar que Lanzarote y Fuerteventura presentan una diferencia muy baja entre los diferentes meses y que Gran Canaria y Tenerife presentan una diferencia de ADR entre meses mucho más marcada. Al observar el ADR por diferentes categorías hoteleras se detecta que no hay mucha diferencia entre el total de categorías y los hoteles de 4 y 5 estrellas, siendo menor el de los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas. En cuanto a los establecimientos de 4 y 5 estrellas, estos obtienen su mayor ADR en Diciembre, sin embargo no ocurre lo mismo con el RevPAR. Al igual que ocurre con el ADR, el RevPAR de todas las categorías y el de 4 y 5 estrellas es similar, esto se debe a que el mayor volumen se produce en los hoteles de esta categoría.

Por otro lado, se puede observar una diferencia entre los meses donde se obtiene mayor RevPAR y mayor ADR. En el caso de Lanzarote y Fuerteventura el mayor ADR se presenta en Diciembre y el mayor RevPAR en Agosto. Para Gran Canaria, el mayor ADR y RevPAR se presentan en Noviembre. En Tenerife el mayor ADR se encuentra en Diciembre y el RevPAR en Febrero. Para la Gomera se da en Febrero en ambos casos, para La Palma, el mayor ADR se encuentra en Agosto y el RevPAR en Enero y en el caso del Hierro en ambos en Agosto.

En cuanto al ADR de los establecimientos extrahoteleros (ISTAC), en el caso de Lanzarote y Gran Canaria, el mayor ADR se presenta en Diciembre. En Fuerteventura y El Hierro en Julio. En Tenerife en Marzo y en La Gomera en Septiembre y en La Palma en Agosto. Si se compara el ADR de los establecimientos según categorías no coinciden con el total, es decir los meses con mayor ADR en las diferentes categorías son distintos. En los establecimientos de una y dos llaves, en general, el mayor ADR se presenta en Diciembre, excepto para Gran Canaria (Noviembre) y Tenerife (Abril). En los de tres, cuatro y cinco estrellas el mayor ADR se presenta en el mes de Marzo excepto para Lanzarote (Julio) y Fuerteventura (Agosto).

En el caso concreto de Gran Canaria según datos del ISTAC, los meses con mayor ADR tanto para establecimientos hoteleros como para extrahoteleros se encuentra entre Octubre y Abril, concretamente los meses más elevados en ambos casos son Noviembre y Diciembre y el más bajo Junio. Como se puede observar en la Tabla 9 los valores más elevados de ADR y RevPAR coinciden con la temporada alta de la isla y los más bajos con la temporada baja. La diferencias más elevada entre la temporada baja y alta se dan en el RevPAR de los establecimientos hoteleros.

Tabla 9. ADR y RevPAR según temporada para Gran Canaria

Gran Canaria 2014	Temporada alta (octubre-marzo)	Temporada baja(abril-septiembre)
ADR hoteleros	91,75	80,05
RevPAR hoteleros	79,07	59,13
ADR extrahoteleros	49,79	41,11
RevPAR extrahoteleros	36,37	18,55

Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC

5. CONCLUSIONES

Según el TTCI, España ha ido mejorando su posicionamiento en cuanto a competitividad en turismo año tras año respecto al resto de países pasando de la posición 8 en 2011 a las 1 en 2015 y Canarias ocupa la posición número 5 de competitividad turística según el Informe Monitur 2010. De ello se extrae que Canarias, a pesar de ser la 5ª comunidad más competitiva se encuentra dentro del país más competitivo del mundo, todo ello sin enmarcarse en los destinos turísticos por antonomasia del Mediterráneo y con un modelo de estacionalidad casi completamente opuesto.

Los destinos del Mediterráneo estudiados anteriormente, a excepción de Egipto, presentan una estacionalidad muy similar y casi opuesta a la de Canarias y Gran Canaria y, además ésta no es tan marcada como la de los destinos Mediterráneos ya que la afluencia de turistas no presenta una diferencia mayor del 20% entre temporadas. Pero esta difiere según mercados, la temporada de mayor afluencia de noruegos suecos y alemanes para Baleares coincide con la temporada de menor afluencia de dichos mercados para Canarias.

El índice de Gini es un método que sirve para corroborar lo dicho anteriormente, Canarias es el destino que presenta menor estacionalidad ya que es el que mantiene el índice de Gini más bajo a lo largo de los años, por lo que existe mayor equidistribución en cuanto a la llegada de los turistas a las islas. Es más, el valor del índice ha ido disminuyendo con el paso de los años, por lo que el del 2014 es inferior a los anteriores. Por contra, a excepción de Egipto, el resto de destinos del Mediterráneo tienen un índice superior, es decir, su estacionalidad es mayor.

Tanto el número de afiliados como el número de contratados en actividades relacionadas con el turismo presentan una diferencia muy baja a lo largo del año para Canarias y Gran Canaria. Baleares, por contrario, presenta dos temporadas muy marcadas en cuanto al número de afiliados. De ello se extrae que realmente existe una relación entre estacionalidad turística y empleo.

Tanto el ADR como el RevPAR de Gran Canaria para establecimientos hoteleros y extrahoteleros son superiores durante la temporada de invierno aunque la diferencia es mínima. Tanto el ADR como el RevPAR de las Comunidades Autónomas han ido aumentando anualmente, y además presentan una estacionalidad estrechamente relacionada con la llegada de turistas.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aguiló E. y Sastre, A. (1983). *La estacionalidad del turismo en Baleares*.
- Aguiló, A. S. (1984). *La medición de la estacionalidad del turismo: el caso de Baleares*. Estudios turísticos, (81), 79-88.
- Arcos, L. A., & García, E. G. (2006). *Turismo y empleo*. Teoría y Praxis, (2), 137-146.
- Baidal, J. A. I., & Pérez, F. J. M. (1998). *La desestacionalización de la actividad turística en Benidorm*. Revista valenciana d'estudis autonòmics, (25), 245-260.
- Baum, T., & Hagen, L. (1999). *Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations*. The International Journal of Tourism Research, 1(5), 299.
- Benito Reyes, L. (2013). *Evolución temporal de la concentración de la demanda turística en Andalucía*.
- Bonilla, J. M. L., & Bonilla, L. M. L. (2006). *La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística*. Revista de estudios regionales, (77), 75-106.
- Bosch, J. L. (2015). *El turismo como actividad económica*.
- Brida, J. G., Lanzilotta, B., & Risso, W. A. (2008). *Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay*. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 6(3), 481-492.
- Brunelli, M. D. Q., Macedo-Soares, T. D. L., Zouain, D. M., & Borges, A. P. (2010). *Scientific research in tourism: review of the literature from 2005 to 2009*. Revista de administração pública, 44(5), 1225-1240.
- Butler, R. W. (1994). *Seasonality in tourism: Issues and implication*. Tourism: A state of the art, 332-339.
- Butler, R., & Mao, B. (1997). *Seasonality in tourism: problems and measurement*. Quality management in urban tourism, 9-24.
- Butler, R. W. (2001). *Seasonality in tourism: Issues and implications*. Seasonality in Tourism. London: Pergamon, 5-22.
- Cárdenas García, P. J. (2012). *La competitividad turística en los países del Mediterráneo. Análisis de los factores determinantes*. Revista de análisis turístico, (12).
- Cisneros-Martínez, J. D., & Fernández-Morales, (2010). *Concentración estacional del turismo en el litoral andaluz*.
- Fernández-Morales, A., & Mayorga-Toledano, M. C. (2008). *Seasonal concentration of the hotel demand in Costa del Sol: A decomposition by nationalities*. Tourism Management, 29(5), 940-949.
- Gomezelj, D. O., & Mihalič, T. (2008). *Destination competitiveness—Applying different models, the case of Slovenia*. Tourism management, 29(2), 294-307.
- Lundtorp, S. (2001). *Measuring tourism seasonality*. Seasonality in tourism, 23-50.
- Moore, T.W. (1989). *Handbook of Business Forecasting*, Gower, London.

- Morales, A. F., & Carrasco, Y. M. (2014). *Concentración e impacto estacional del turismo de cruceros en Málaga*. Revista de estudios regionales, (101), 43-70.
- Nadal, J. R., Font, A. R., & Rossello, A. S. (2004). *The economic determinants of seasonal patterns*. Annals of Tourism Research, 31(3), 697-711.
- Nieto González, J. L., Amate F.I., & Román S. I. (2000). *Estudio de la estacionalidad turística en la provincia de Almería durante el período 1980-1998*. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales del IEA, (17), 13-26.
- Onder, K., & Durgun, A. (2008). *Effects of tourism sector on the employment in turkey: an econometric application*. Current Issues in Emerging Economies in Global Perspective, Tirana (pp. 365-373).
- Ramón, A. Y. Abellán. MJ (1995): *Estacionalidad de la demanda turística en España*. Papers de Turisme, 17, 47-73.
- Pérez, R. E., & Gimeno, M. D. C. V. (2013). *Indicadores de rentabilidad del sector hotelero*. Indice: revista de estadística y sociedad, (56), 10-14.
- Rivera, M. A., & Upchurch, R. (2008). *The role of research in the hospitality industry: A content analysis of the IJHM between 2000 and 2005*. International Journal of Hospitality Management, 27(4), 632-640.
- Ramis, M. À. C., & Llinás, M. S. (2014). *El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes. El caso de Mallorca*. Cuadernos de turismo, (33), 15-30.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.
- Rodríguez, J. R. M., & Turégano, M. Á. S. (2008). *Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa: el caso de las Islas Canarias*. Cuadernos de turismo, (22), 123-143.
- Santana Talavera, A. (2006). *Anthropology and Tourism: ¿ new hordes, old cultures?* . Madrid. Ariel Editors.
- Torres Bernier, E., Ramírez Sánchez, R., & Rodríguez Díaz, B. (2015). *La crisis económica en el sector turístico. Un análisis de sus efectos en la costa del sol*. Revista de Análisis Turístico, (18), 11-18.
- Tsai, H., Song, H., & Wong, K. K. (2009). *Tourism and hotel competitiveness research*. Journal of travel & tourism marketing, 26(5-6), 522-546.
- Turégano, M. Á. S. (2005). *Turismo, empleo y desarrollo*. Papers: revista de sociologia, (77), 79-104.
- Vellas, F., & Bécherel, L. (1995). *International tourism*. Macmillan Press Ltd..