

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
FACULTAD DE TURISMO



TRABAJO FIN DE MÁSTER

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y
PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**

***ESTACIONALIDAD TURÍSTICA EN CIUDADES
ANDALUZAS EMBLEMÁTICAS. COMPARATIVA ENTRE
HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
COMERCIALIZADOS A TRAVÉS DE PLATAFORMAS
DIGITALES***

JUAN MANUEL NAVARRETE ROMERO

MÁLAGA, 2023

FACULTAD DE TURISMO

MÁSTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO:

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**ANÁLISIS ESTACIONAL COMPARATIVO EN HOTELES Y
APARTAMENTOS TURÍSTICOS DE CIUDADES
EMBLEMÁTICAS ANDALUZAS
[COMPARATIVE SEASONAL ANALYSIS IN HOTELS AND
TOURIST APARTMENTS IN EMBLEMATIC ANDALUSIAN
CITIES]**

Realizado por
Juan Manuel Navarrete Romero

Tutorizado por
Antonio Fernández Morales

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
MÁLAGA, SEPTIEMBRE DE 2023

Resumen

El presente Trabajo Final de Máster (TFM) se adentra en un análisis sobre la estacionalidad en la industria hotelera y de apartamentos turísticos comercializados a través de plataformas digitales en cuatro ciudades andaluzas: Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla. A lo largo de esta investigación, se exploran los patrones estacionales de las pernoctaciones en hoteles y apartamentos turísticos durante el período comprendido entre 2018 y 2022, con un enfoque especial en el impacto de la pandemia de COVID-19.

El capítulo introductorio establece la motivación detrás del estudio, destacando la relevancia de comprender cómo la estacionalidad afecta a la demanda turística y cómo la pandemia ha influenciado estos patrones. El marco teórico proporciona una base sólida, examinando la evolución histórica de los alojamientos turísticos, definiendo la estacionalidad en el turismo y analizando las características específicas de los destinos andaluces seleccionados.

La metodología describe detalladamente cómo se llevó a cabo el estudio, incluyendo la explicación de las fuentes de datos utilizadas y los criterios de selección de las ciudades. Los resultados se presentan en el cuarto capítulo, donde se analizan los patrones estacionales y se comparan los datos pre y post pandemia por ciudades, tanto para hoteles como para apartamentos turísticos.

El capítulo 4 destaca la comparativa entre hoteles y apartamentos turísticos comercializados a través de plataformas digitales, subrayando las diferencias y similitudes en su comportamiento durante el período de estudio. Además, se ofrecen patrones estacionales generales en los alojamientos turísticos, destacando la capacidad de adaptación y recuperación de la industria.

Finalmente, el capítulo 5 presenta las conclusiones obtenidas a partir de este análisis, resaltando la relevancia de la estacionalidad, la climatología, la influencia de eventos y festivales locales y la resiliencia de la industria turística. Se plantean direcciones futuras para investigaciones relacionadas y se cierra con recomendaciones para el sector turístico en estas ciudades. En conjunto, este TFM ofrece una visión integral de la estacionalidad en el turismo andaluz, proporcionando conocimientos valiosos para la toma de decisiones en la industria y señalando posibles caminos de investigación futura.

Palabras clave: Estacionalidad Turística, Hoteles, Apartamentos Turísticos, Pernoctaciones, Ciudades Andaluzas.

Abstract

The present Master's Thesis delves into an analysis of seasonality in the hotel and tourist apartment industry in four Andalusian provinces: Córdoba, Granada, Málaga, and Seville. Throughout this research, the temporal trends of overnight stays in hotels and tourist apartments are explored for the period from 2018 to 2022, with a special focus on the impact of the COVID-19 pandemic.

The introductory chapter establishes the motivation behind the study, highlighting the relevance of understanding how seasonality affects tourist demand and how the pandemic has influenced these patterns. The theoretical framework provides a solid foundation, examining the historical evolution of tourist accommodations, defining seasonality in tourism, and analyzing the specific characteristics of the selected Andalusian destinations.

The methodology describes in detail how the study was carried out, including an explanation of the data sources used and the criteria for selecting cities. The results are presented in the fourth chapter, where temporal trends are analyzed, and pre and post-pandemic data are compared by province, both for hotels and tourist apartments.

Chapter 4 highlights the comparison between hotels and tourist apartments, emphasizing the differences and similarities in their behavior during the study period. Furthermore, general trends in tourist accommodations are provided, highlighting the industry's capacity for adaptation and recovery.

Finally, Chapter 5 presents the conclusions drawn from this analysis, emphasizing the relevance of seasonality, the influence of local events and festivals, and the resilience of the tourism industry. Future directions for related research are proposed, and the thesis closes with recommendations for the tourism sector in these provinces. Overall, this Master's Thesis offers a comprehensive view of seasonality in Andalusian tourism, providing valuable insights for decision-making in the industry and indicating possible avenues for future research.

Keywords: Tourism Seasonality, Hotels, Tourist Apartments, Overnight Stays, Andalusian Provinces.

Índice

1. Introducción	pág. 6
2. Marco Teórico	pág.8
2.1 Evolución Histórica de los Alojamientos Turísticos y su Relación con la Estacionalidad en España	pág. 8
2.2 Definición de estacionalidad en el turismo: importancia para la industria hotelera y de apartamentos turísticos.	pág. 13
2.3 Transformación del Alojamiento Turístico en la Era Digital y su Impacto en la Estacionalidad	pág. 15
2.4 Análisis de Destinos Andaluces: Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla	pág. 16
3. Metodología	pág. 20
3.1 Descripción de la metodología utilizada para llevar a cabo el estudio	pág.20
3.2 Explicación de las fuentes de datos empleadas para analizar la ocupación en hoteles y apartamentos turísticos	pág.21
3.3 Criterios de selección de las ciudades andaluzas y justificación de la muestra.	pág.22
4 Estacionalidad en Hoteles y Apartamentos Turísticos	pág.24
4.1 Análisis de patrones temporales y Comparación Pre y Post Pandemia por ciudades.....	pág.25
4.1.1 Córdoba. Análisis de patrones estacionales en hoteles y apartamentos turísticos. PreCovid-19 y postCovid19.....	pág.26
4.1.2 Granada. Análisis de patrones estacionales en hoteles y apartamentos turísticos. PreCovid-19 y postCovid19	pág.30
4.1.3 Málaga. Análisis de patrones estacionales en hoteles y apartamentos turísticos. PreCovid-19 y postCovid19	pág.34
4.1.4 Sevilla. Análisis de patrones estacionales en hoteles y apartamentos turísticos. PreCovid-19 y postCovid19	pág.38
5. Conclusiones y recomendaciones	pág.43
5.1 Conclusiones	pág.43
5.1.1 Conclusiones Finales	pág.46
5.2 Trabajos futuros	pág.47
6. Referencias	pág.49

1 Introducción

Este trabajo de fin de máster representa un análisis de los patrones estacionales que influyen en dos categorías distintas de alojamientos: los establecimientos tradicionales, como hoteles y apartamentos turísticos comercializados a través de plataformas digitales, una innovadora alternativa en la hospedería de viajeros. El propósito fundamental de esta investigación es llevar a cabo una exploración en profundidad de cómo se comporta la demanda y la ocupación en estos dos tipos de alojamiento a lo largo del año, con el fin de identificar similitudes y diferencias de significativa relevancia.

Para situar adecuadamente este estudio en su contexto, es necesario que atendamos a la evolución histórica de los alojamientos turísticos y su inevitable relación con los patrones estacionales en el territorio español. Desde los viajes épicos reservados para héroes y exploradores destacados hasta la universalización de la búsqueda turística, trazaremos un recorrido a lo largo de los siglos para comprender cómo esta industria ha evolucionado, adaptándose de manera constante a las cambiantes preferencias de los viajeros y a las demandas emergentes en el mercado.

El enfoque del análisis se concentrará en cuatro ciudades andaluzas de renombre internacional: Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla. Cada una de estas ciudades, con su geografía única y su enriquecida oferta turística, proporciona un entorno idóneo para observar y analizar los patrones estacionales en los alojamientos. Desde la ciudad histórica de Córdoba, que evoca un pasado glorioso, hasta la majestuosidad de la Alhambra en Granada, pasando por la costa soleada de Málaga y la rica historia de Sevilla, estas ciudades emblemáticas se convierten en el crisol perfecto para este estudio comparativo.

La investigación se fundamenta en fuentes oficiales y datos de ocupación proporcionados por los establecimientos, lo que garantiza una evaluación precisa y sólida de cómo varía la demanda a lo largo del año. Al explorar tanto los alojamientos tradicionales como la nueva forma de comercializar apartamentos turísticos, la intención es desentrañar si los patrones estacionales se manifiestan de manera similar en ambos tipos de establecimientos o si, por el contrario, existen notables diferencias.

Adicionalmente, otorgaremos especial atención a la relevancia de los eventos anuales y atractivos turísticos específicos en cada ciudad, dado que ejercen una influencia significativa en el interés y la demanda por los alojamientos. Al llevar a cabo un análisis más detallado de las ofertas turísticas y la infraestructura de alojamiento de cada ciudad, podremos identificar tendencias y factores determinantes que impactan en la estacionalidad. En última instancia, este estudio busca arrojar una luz esclarecedora

sobre cómo la estacionalidad afecta tanto a los alojamientos tradicionales como a los modernos apartamentos turísticos en las destacadas ciudades andaluzas. La comparación metódica entre estos dos tipos de alojamiento, enriquecida por las peculiaridades propias de cada ciudad, proporcionará una comprensión profunda y holística de cómo los patrones estacionales influyen en la industria turística y cómo esta se adapta con agilidad a las cambiantes preferencias y tendencias de los viajeros.

2 Marco Teórico

En este capítulo, exploraremos el contexto histórico y conceptual que respalda el análisis de la estacionalidad en la industria de alojamientos turísticos en España, con un enfoque especial en la evolución histórica de estos alojamientos y su relación con la estacionalidad turística en el país. En las últimas cinco décadas, las estadias turísticas han experimentado un ascenso en su relevancia económica a nivel nacional. En la actualidad, el turismo representa aproximadamente el 11% del Producto Interno Bruto (PIB) de España, lo que se traduce en alrededor del 11.5% de los empleos relacionados con el sector turístico.

Estos antecedentes proporcionarán una base sólida para comprender cómo la estacionalidad en el turismo afecta a los alojamientos turísticos en las ciudades andaluzas seleccionadas para este estudio.

2.1 Evolución histórica de los alojamientos turísticos y su relación con la estacionalidad en España

En general, lo que en un principio eran aventuras épicas reservadas para héroes y exploradores destacados (como Alejandro Magno o James Cook) ha evolucionado hacia una meta abrazada por grupos socialmente conectados. Ya sean cruzados, peregrinos o colonos, los viajes de gran envergadura han dejado de ser exclusivos para convertirse en insignias de prestigio dentro de ciertas clases sociales. A medida que transitamos del siglo XVIII al XIX, el Grand Tour del caballero británico marca el descubrimiento del ocio por parte de la burguesía. En este contexto, emergen los términos "turista" y "turismo" como conceptos sociológicos, inicialmente reducidos a ciertos círculos sociales. No obstante, con el correr del tiempo, estas ideas se han universalizado y transformado en una vivencia omnipresente en el siglo XX. (Lindoso-Tato Elvira, 2018)

Así, los viajes originan el desarrollo y la organización del turismo que «representan una de las manifestaciones originales de nuestra época», según opinaba Pierre Clerget en 1935. Ese tradicional viaje, con desigual intensidad histórica, daba lugar a algo nuevo: la explotación industrial, «el viaje considerado como un negocio» según la fórmula ideada por Thomas Cook (1841). Este, identificado como el padre del turismo industrial, no descubrió ninguna forma nueva de turismo, sino que lo convirtió en realizable para un mayor número de personas a través de los viajes organizados, lo que sí resultaba una novedad, y lo transformó en una necesidad para niveles cada vez más amplios de la sociedad, es a partir del ejemplo británico que se inicia una nueva forma de ver al mundo. Es así como antes de la Segunda Guerra Mundial el turismo ya no constituía una suerte del monopolio inglés, lo que mostraba un fenómeno diferente que se había

extendido internacionalmente a través de territorios turísticos emisores y receptores, de forma que los flujos del comercio de bienes, a las corrientes de mano de obra, requieren un nuevo grado de importancia, lo que no siempre era en el mismo sentido geográfico o con idéntica intensidad, el nuevo paradigma social avanzaba. Detrás de este proceso se encuentran alteraciones profundas en los hábitos de vida, en la renta de la población y en los progresos tecnológicos, en especial del transporte donde se realizan las actividades turísticas. (Lindoso-Tato Elvira, 2018)

Así es como se describe el fenómeno del turismo y como este genera nuevas expresiones y formas de generar riquezas. El turismo en la actualidad implica realizar viajes o estadias en diferentes lugares por un período inferior a un año generando un flujo de personas importante para la estabilidad y sostenibilidad económica de las personas.

De acuerdo con información proporcionada por Exceltur, el grupo que reúne a unas treinta de las principales compañías turísticas españolas, estima que se han inyectado alrededor de 2.700 millones de euros adicionales al PIB en un período de dos años. Esta inyección económica adicional se debe en gran medida a la afluencia de turistas extranjeros, dado que la demanda nacional aún se encuentra un tanto distante de lograr cifras favorables. (Vizcaíno, 2015)

Estas estadias han tenido una gran relevancia económica para los países en los últimos cincuenta años de su historia. En la actualidad, el turismo representa cerca del 11% del Producto Interno Bruto (PIB) de España, lo que equivale a alrededor del 11.5% de los empleos relacionados con el sector turístico (según los datos más recientes de la cuenta satélite de turismo en España, correspondientes a 2012).

Las coyunturas y las crisis que ha experimentado la sociedad española, actividad es de vital importancia del turismo para España, ya que desempeña un papel crucial como uno de los motores fundamentales que contribuye a la recuperación de las últimas crisis.

Evolución del turismo en España:

- **Años 60. Inicio del turismo.** España experimentó un crecimiento económico y una apertura hacia el exterior después de años de inestabilidad política, implementándose el Plan de Estabilización en 1959 lo que marcó un cambio significativo al romper con las políticas que había, permitiendo un periodo de crecimiento económico. El turismo enfocado en el sol y la playa, se convirtieron en herramientas claves del desarrollo económico del momento. La apertura a turistas extranjera trajo divisas que contribuyeron al avance de la infraestructura y la industria, así como a la creación de empleos, lo que influyó en la evolución de la sociedad española llevando a rehabilitar los edificios históricos y promoviendo el turismo cultural del país. El verdadero boom del turismo llegó en los años ochenta.
- **Años 80. Boom del turismo.** El boom del turismo en España ocurrió en los años ochenta, esto se da con la llegada masiva de turistas extranjeros y la expansión del marketing turístico hacia diferentes aspectos del país. Así mismo, el proceso de cambio y desarrollo que experimentó España en la década de los ochenta se

ve marcada por la transición de una dictadura a una democracia y la entrada en una fase de crecimiento económico, lo que hizo que España realizara una reconversión industrial, buscando su entrada en organizaciones internacionales como la OTAN y la CEE, experimentando de esta forma una mayor globalización. Lo que favoreció el auge del turismo en el país, especialmente el turismo de sol y playa, el cual fue potenciado por la introducción del marketing. Razón por la que el turismo se convierte en un importante motor de la economía, consolidando a España como un destino turístico para los turistas extranjeros y los turistas nacionales.

En esta década se desarrollaron cambios con relación al número de turistas e ingresos generados por el turismo, lo que indica un aumento en el valor percibido por el turismo español.

- **Años 90 hasta la actualidad.** La evolución del turismo en España generó transformaciones económicas y sociales, lo que resalta una serie de cambios significativos desde la crisis de los años noventa por factores internos y externos, hasta la entrada en vigor del euro. Dichas transiciones afectaron de forma positiva y negativa, desaparece la peseta, al llegar los turistas aumenta el poder adquisitivo y por ende el nivel de vida. A pesar de todos los desafíos iniciales se observa un resurgimiento después de los noventa lo que da una nueva visión al mundo de España destacando su patrimonio artístico, gastronómico y diversidad en climas. Contribuyendo a la construcción de un nuevo turismo y turista el cual está enfocado a los factores culturales y naturales de país como atractivo.

En la actualidad, se está promoviendo en España la idea de presentarlo como un lugar de tranquilidad y descanso. Esta tendencia se ha arraigado especialmente en el norte del país, donde el clima atlántico y algo más fresco lo que dificulta el impulso del turismo de sol y playa. Además, se está haciendo un esfuerzo por promocionar esta tendencia en el sur, ya que en esta región hay varios parques nacionales y naturales que pueden actuar como atractivos turísticos.

La industria turística hoy es un sector en constante transformación y desarrollo, impulsado por las tendencias actuales que los turistas demandan. El consumidor de turismo, es decir, el viajero, se encuentra cada vez más informado y, por ende, se hace más exigente. Internet juega un papel crucial en esta dinámica, ya que proporciona acceso a una amplia cantidad de información. El turismo es una esfera global, y cualquier turista puede acceder a información sobre destinos, alojamientos, atracciones y restaurantes de todo el mundo con solo un clic. Hoy en día, los turistas no solo consumen información, sino que también comparten sus propias experiencias en plataformas como redes sociales, blogs y sitios web especializados como TripAdvisor y Booking generando una nueva forma de interacción social.

La gran cantidad de información disponible permite a los turistas comparar y elegir opciones que se adapten a sus gustos y preferencias, ya sea a nivel personal, familiar o

grupales. Sin embargo, el turismo actual no solo se trata de conocer las experiencias de otros, sino también de buscar y vivir experiencias nuevas y únicas. Este cambio de mentalidad también es una realidad en el ámbito turístico. Los consumidores buscan formas emergentes y diferentes de turismo en lugar de adherirse a los modelos clásicos tradicionalmente populares.

Para satisfacer esta demanda diversificada e incluso alcanzar nichos de mercado previamente no atendidos, se desarrollan constantemente nuevos productos turísticos o se innova en la presentación de los ya existentes. Como resultado de este panorama en constante cambio, la investigación en el campo del turismo se vuelve cada vez más rica y expansiva. Esto ha llevado a la necesidad de organizar eventos y reuniones en los que los investigadores puedan compartir sus avances y aprender de sus colegas. El objetivo es contribuir a una investigación colaborativa y global que enriquezca el campo del turismo en su conjunto. (Fraiz Brea, 2015)

La influencia de la economía colaborativa, en particular de plataformas como Airbnb, han tenido un profundo impacto en el sector del alojamiento turístico. Aunque se ha investigado ampliamente su influencia en contextos urbanos más grandes existe un vacío en la literatura cuando se trata de destinos turísticos más tradicionales y de tamaño intermedio. En el caso de España, que presenta una dualidad entre sus destinos urbanos y sus consolidados destinos de sol y playa, estas nuevas tecnologías han encontrado una adaptación específica en la oferta de alojamiento. La economía colaborativa representada por estas plataformas no solo busca aumentar la competitividad, sino también fomentar la sostenibilidad de los destinos turísticos al ajustar la oferta de alojamiento de acuerdo con una demanda informada y diversificada. Además, se pone de manifiesto la necesidad de afrontar desafíos como la masificación y la sostenibilidad en el contexto de esta economía colaborativa, especialmente en destinos turísticos no urbanos.

La digitalización del suministro turístico también ha sido base transformadora y ha afectado tanto a la oferta como a la demanda en la industria del turismo. La adaptación tecnológica se ha convertido en una característica fundamental de este sector, con millones de viajeros recurriendo a Internet para organizar sus experiencias de viaje, generando un mayor nivel de confianza en las plataformas colaborativas de alojamiento. Así mismo la digitalización ha revalorizado el servicio y ha fortalecido la confianza en estas nuevas formas de alojamiento colaborativo, lo que aumenta el crecimiento de dichas plataformas por su atractivo en términos de innovación y capacidad para llenar un vacío en el mercado. Sin embargo, también plantea nuevos desafíos en torno a la concentración del mercado en estas plataformas y la necesidad de regularizar y proteger. Dichas nuevas tecnologías argumentan que la expansión de la economía colaborativa está aquí para quedarse y afecta a todos los agentes involucrados en el proceso de desarrollo turístico, instando a una nueva competitividad de temas de alojamiento lo que determina una necesidad que exista en el mercado. Además, para las plataformas digitales de alojamiento turístico cuestiona cómo los atributos ambientales pueden influir en la preferencia de los usuarios y como estas preferencias varían según el tipo de

destino (urbano o de playa) y el tipo de segmento poblacional. (Moreno-Izquierdo L, 2019)

En un sentido general, la economía colaborativa podría tener una connotación positiva; sin embargo, esta dinámica a menudo engendra una problemática de mayor envergadura, generando una sobrecarga en el mercado turístico que impacta directamente sobre los residentes en las áreas donde la actividad turística se lleva a cabo. Este fenómeno dificulta la posibilidad de lograr un desarrollo sostenible en el entorno turístico.

En el contexto español, se estima que aproximadamente 250.000 propiedades se ofrecen en alquiler a través de plataformas de economía colaborativa de tipo peer-to-peer (P2P). Siguiendo los patrones generales de distribución de población y de alojamiento hotelero, se observa que el alojamiento turístico proporcionado por estas plataformas P2P no contribuye de manera significativa a la expansión de la actividad turística en el país. En realidad, tampoco alivia la presión turística a nivel local, en áreas urbanas o en zonas que se enfocan en el turismo basado en la naturaleza. Contrariamente, los potenciales ingresos generados por los alquileres a través de estas plataformas fomentan un aumento en la oferta de alojamiento turístico en destinos de alta demanda, contribuyendo a la concentración de la actividad turística en destinos ya establecidos. Los modelos de desarrollo adoptados por estas plataformas siguen un enfoque turístico particularmente orientado hacia destinos de sol y playa. En estas regiones, las plataformas de alojamiento P2P presentan una nueva modalidad para comercializar viviendas o apartamentos que ya se utilizan con fines turísticos, ya sea en el ámbito privado (segundas viviendas) o con un propósito comercial. En las áreas turísticas costeras, el número de listados de Airbnb es mucho mayor que el número de viviendas turísticas registradas legalmente, según la Encuesta de Ocupación de Viviendas Turísticas, lo que dificulta determinar en qué medida se utiliza Airbnb para comercializar el inventario existente de viviendas vacacionales, ya sea registradas o no. La falta de estos datos dificulta una comprensión completa del impacto de las plataformas P2P en el desarrollo de destinos turísticos. (Adamiak Czeslaw, 2019)

El turismo desempeña un papel esencial como motor de la economía en España, pero surge la interrogante sobre cómo esta solución puede repercutir en el avance sostenible del país. En el año 2022, España recibió la visita de un total de 71,6 millones de turistas internacionales, quienes contribuyeron con un gasto de 87.061 millones de euros. Estas cifras representan un aumento del 86% y 95%, respectivamente, en comparación con el año 2019. Durante el mismo periodo, la estadía promedio de estos viajeros en nuestra nación ascendió a 7,5 días, superando los 7,1 días registrados en 2019. Además, el gasto medio efectuado por los turistas internacionales en España durante 2022 experimentó un incremento del 10,5% con respecto a los datos de 2019. Estos datos reveladores provienen de las encuestas de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur) y de Gasto Turístico (Egatur), publicadas por el Instituto Nacional de Estadística. (El ministerio de Industria, 2023)

El aumento significativo en el flujo de turistas y los beneficios económicos asociados pueden generar un impulso en la economía, pero también plantean cuestionamientos sobre la preservación de los recursos naturales y culturales, así como la calidad de vida de las comunidades locales. Este crecimiento, aunque ventajoso, no está exento de desafíos que abarcan desde la adecuada gestión de la infraestructura hasta la prevención de la congestión en los destinos, sin olvidar el impacto directo en las comunidades que albergan estos flujos de visitantes.

Por lo tanto, el enfoque hacia la sostenibilidad emerge como una necesidad urgente. La búsqueda de un equilibrio entre la expansión del turismo y el respeto por el entorno y las poblaciones locales se convierte en un pilar fundamental para garantizar un progreso que sea beneficioso y perdurable para el país en su totalidad. En este sentido, la comprensión de la estacionalidad en el turismo y su importancia en la industria hotelera y de apartamentos turísticos adquiere aún más relevancia, ya que puede ofrecer perspectivas valiosas sobre cómo gestionar y aprovechar eficazmente estos flujos turísticos en línea con los objetivos de sostenibilidad.

2.2 Definición de estacionalidad en el turismo: importancia para la industria hotelera y de apartamentos turísticos.

Allcock (1994) argumenta que se pueden distinguir dos tipos de estacionalidad, siendo el primero de ellos la estacionalidad natural, que se origina por elementos climáticos, y el segundo, la estacionalidad institucional, que surge de los valores culturales predominantes en la sociedad. En concordancia con esta última definición es evidente que, para comprender más profundamente el fenómeno bajo estudio, es necesario profundizar en las causas que subyacen a esta variación dispar en la demanda. Es importante subrayar que hay un acuerdo generalizado en la comunidad de expertos en este campo en cuanto a los factores que explican la aparición de la estacionalidad en la demanda turística. Estos factores incluyen el patrón estacional de las vacaciones laborales y escolares en los países de origen, las motivaciones, las tendencias actuales, entre otros. Además, influyen la climatología del destino y las características particulares de la oferta turística. (Rodríguez Rangel, 2018)

Desde una perspectiva más amplia, la estacionalidad turística se define como un desequilibrio temporal que surge mayormente debido a la concentración significativa de flujos de turistas en ciertas épocas del año, siendo influenciado tanto por factores de demanda como de oferta en la actividad turística. Además, se puede desarrollar una noción específica de la estacionalidad en la oferta turística, donde se observa un desequilibrio temporal al concentrar la comercialización de productos turísticos en períodos anuales recurrentes, como resultado de los flujos de turistas. Aunque el término "estacionalidad de la oferta turística" podría generar cierta ambigüedad, se utiliza aquí para simplificar cómo la oferta reacciona a la concentración de la demanda en momentos específicos. Aunque podría parecer innecesario inicialmente establecer una tipología de la estacionalidad en función de la oferta y la demanda, dado que los

flujos de turistas naturalmente se correlacionan con la concentración estacional en las regiones españolas desde la perspectiva de la demanda, es crucial comprender que la estacionalidad turística no es un fenómeno incontrolable generado por fuerzas naturales que afectan la oferta y la demanda. En cambio, es un fenómeno impulsado por las diversas motivaciones de los turistas que influyen en su demanda en diferentes momentos del año, generando un patrón estacional que puede impactar tanto en la oferta como en la demanda, y que provoca reacciones tanto en las organizaciones como en los propios turistas en respuesta a estas variaciones. (López Bonilla, 2006).

La estacionalidad en el ámbito turístico se define como la repetición predecible de cambios en la demanda y ocupación de destinos turísticos durante el transcurso del año. Estos cambios pueden traducirse en aumentos o disminuciones en la afluencia de visitantes durante intervalos específicos, generalmente ligados a factores climáticos, eventos culturales, festividades, épocas de vacaciones y otras influencias externas. La estacionalidad es una característica intrínseca de numerosas industrias turísticas y posee un impacto significativo en la economía local, así como en la administración operativa de los establecimientos de alojamiento. (López Bonilla, 2006).

La estacionalidad plantea desafíos singulares para el tejido social y económico de los destinos turísticos. Especialmente en áreas costeras y de ocio, la afluencia concentrada de visitantes durante períodos específicos puede ejercer una presión significativa sobre los recursos locales y la infraestructura, impactando tanto en la vivencia de los turistas como en la calidad de vida de los residentes. Además, la excesiva dependencia en temporadas particulares puede desencadenar una falta de sostenibilidad económica para las empresas turísticas y generar una pérdida de empleo en las épocas menos concurridas. En esta perspectiva, se torna imperativo comprender y gestionar eficazmente la estacionalidad.

De esta forma, las plataformas de economía colaborativa podrían servir como posible solución, lo que hace que cobren una relevancia notable en la mitigación de los efectos perjudiciales de la estacionalidad. Estas plataformas pueden ofrecer una flexibilidad única en la oferta y la demanda de alojamiento, lo que a su vez podría lograr una distribución más equitativa del flujo de turistas a lo largo del año, contrarrestando así la congestión en determinadas temporadas. No obstante, es crucial establecer regulaciones adecuadas para evitar que esta flexibilidad resulte en una competencia desmedida basada únicamente en la capacidad adquisitiva para adquirir propiedades y convertirlas en alojamientos turísticos. El equilibrio entre la economía colaborativa y la preservación de la comunidad local se convierte así en un factor esencial para garantizar un desarrollo sostenible y armonioso en las economías populares.

En España, donde el porcentaje de empresas familiares en la oferta turística supera el 70% a partir del año 2010 (Monfort y Camisón, 2011), es imperativo establecer regulaciones adecuadas para evitar que esta flexibilidad resulte en una competencia desmedida basada únicamente en la capacidad adquisitiva para adquirir propiedades y transformarlas en alojamientos turísticos. El equilibrio entre la economía colaborativa y la preservación de la comunidad local emerge como un factor esencial para garantizar

un desarrollo sostenible y armonioso en las economías populares, particularmente en el comportamiento del turista, cuyos patrones pueden verse influenciados por el análisis del mes elegido para visitar España, con un enfoque especial en los establecimientos hosteleros del sector de empresas familiares. Es un hecho conocido la menor estancia media de los viajes, es decir, la tendencia, ya consolidada, hacia viajes más cortos y frecuentes. Se hace necesario, por tanto, para mantener los ingresos, que una cuantía menor en las pernoctaciones de ciertos viajeros se compense con las pernoctaciones de viajeros nuevos. Es decir, el aumento de nuevos viajeros permite compensar la disminución de las pernoctaciones de los turistas ya existentes. (Barquero Cabrero Mario, 2012).

Las empresas turísticas familiares representan un componente fundamental en la industria hotelera en la mayoría de los destinos turísticos. Estos negocios de propiedad familiar no solo desempeñan un papel significativo, sino que, en muchos casos, llegan a ser preponderantes en la estructura de la industria turística y hotelera en diversas localidades. La manera en que aborden estratégicamente la extrema variabilidad estacional de la demanda resulta de suma importancia no solo para su propia subsistencia, sino también para la vitalidad de la comunidad, el desarrollo del destino y la competitividad global del sector. (Getz y Nilsson, 2004).

2.3 Transformación del alojamiento turístico en la era digital y su impacto en la estacionalidad

El panorama turístico ha experimentado una significativa transformación en la era de la comunicación digital, impulsada por el crecimiento de Internet y la proliferación de plataformas online como Booking.com o Airbnb. Este avance tecnológico ha revolucionado los sistemas de oferta y reserva de diversos tipos de alojamientos turísticos, generando un ecosistema altamente dinámico y adaptable a las demandas cambiantes de los viajeros. Este cambio se ha manifestado con mayor fuerza en el contexto pre-COVID-19, donde se observó un aumento del 56% en el número de turistas a nivel global durante el período 2009-2019, según datos de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2019).

Este incremento sustancial en la afluencia de turistas ha impulsado el desarrollo de nuevos enfoques de alojamiento para satisfacer la demanda creciente. En este contexto, han surgido modalidades de alojamiento innovadoras, siendo los apartamentos turísticos (AT) uno de los ejemplos más notables. Los apartamentos turísticos, que consisten en conjuntos de inmuebles independientes con las comodidades de una vivienda común, como cocinas y cuartos de baño independientes, han ganado un mérito significativo. Estos apartamentos, a menudo adosados entre sí, aunque no de manera obligatoria, también pueden contar con zonas comunes como recepción. Es importante destacar que los apartamentos turísticos se distinguen de las viviendas de uso turístico (VUT), que corresponden a viviendas particulares alquiladas con fines turísticos.

Esta transformación en la oferta de alojamientos ha redefinido la experiencia del viajero, brindando opciones más diversas y personalizadas. Sin embargo, este cambio también ha tenido un impacto en la estacionalidad del turismo, ya que la flexibilidad y la accesibilidad de estos nuevos modelos de alojamiento han influido en los patrones tradicionales de demanda durante ciertas épocas del año. Para comprender en profundidad el alcance de esta transformación y su relación con la estacionalidad, es necesario examinar cómo los apartamentos turísticos y otras modalidades han influenciado la dinámica temporal de la industria turística y hotelera. (López del Río L. JM. Núñez Tabales, 2022).

2.4 Análisis de destinos andaluces: Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla.

El turismo cultural se configura como un proceso social de gran relevancia, cuyo núcleo esencial y punto de referencia exclusivo se encuentra en la amalgama de todos los elementos que se vinculan con la cultura de las comunidades donde se llevan a cabo las actividades turísticas. Al mismo tiempo, la sinergia emanada de las iglesias góticas, los castillos medievales y los museos de arte contemporáneo opera como un imán para promover y fomentar el desarrollo del turismo cultural. Esta práctica integral engloba tanto productos como servicios turísticos que aportan valor desde diversas perspectivas, como la social, educativa, económica e histórica, estableciendo simbiosis notables entre el visitante y la esencia del lugar. Estas interacciones consiguen mantener viva la atracción por explorar estos sitios de interés. (Lara de Vicente F, 2004)

Andalucía ha sido siempre el centro de atención, un lugar donde se entrecruzan rasgos distintivos que son evidentes incluso para el observador menos atento. Aunque comprender plenamente su complejidad y el abanico de significados que encierra puede no ser sencillo, hay elementos que resuenan de inmediato. Andalucía es un compuesto heterogéneo y enigmático, que da vida a una riqueza cultural asombrosa, a pesar de las tensiones y amenazas que puedan intentar socavarla. Esta región no sería más que una reliquia bellamente conservada si no fuese por su pueblo andaluz, con sus características contradictorias y su diversidad. Son ellos quienes otorgan vida a esa inmensa riqueza cultural, un legado que persiste pese a los embates de intereses que intentan menoscabarlo. La amalgama de lo cultural y lo natural, lo humano y lo urbano, la sinfonía de vida y los elementos pétreos, acuáticos y luminosos, la comunión entre personas y monumentos, esto es lo que imprime el carácter singular de Andalucía, lo que es inherentemente andaluz. (Escalera, 1997)

Turismo Andaluz

Turismo de sol y playa	Este tipo de turismo se enfoca en disfrutar del sol, temperaturas cálidas y playas, para broncearse y participar en actividades deportivas, especialmente deportes náuticos. Las provincias de Huelva, Cádiz, Málaga, Granada y Almería ofrecen esta experiencia a través de la Costa de La Luz, Costa del Sol, Costa Tropical y Costa de Almería.
Turismo Cultural	Los turistas buscan explorar épocas históricas, artísticas y culturales mediante como Córdoba y la visita a monumentos y museos. También se desplazan para asistir a festivales de cine, música y otras expresiones culturales. En este sentido, Andalucía ofrece lugares icónicos como la Alhambra y el festival “Espárrago Rock” en Granada, la Mezquita de Córdoba, la Giralda de Sevilla, el Festival de Cine de Málaga y el Concurso de Murgas en Cádiz, entre otros.
Turismo de naturaleza	Los visitantes buscan conectarse con la naturaleza y se orientan hacia zonas designadas como parques nacionales o reservas naturales. Andalucía cuenta con más de 80 espacios protegidos, que abarcan el 17% de su territorio.
Turismo rural	Este enfoque busca explorar la vida cultural en áreas rurales, a menudo mediante excursiones a pie para conocer entornos particulares. Cualquier municipio del interior de Andalucía es idóneo para este tipo de turismo, siendo la Alpujarra granadina un destino popular.
Turismo de negocios y congresos	Para esta modalidad se seleccionan ciudades importantes con hoteles especializados. Sevilla y Málaga destacan como exponentes en la Comunidad Andaluza.
Turismo deportivo	Esta categoría abarca deportes náuticos, deportes de invierno, caza, pesca y otros como el golf. En Andalucía, es posible practicar una amplia gama de deportes, y ha albergado eventos deportivos de renombre mundial.
Turismo de balnearios	Los turistas buscan aguas mineromedicinales, asistencia médica y relajación. En Andalucía, sobresalen destinos como Lanjarón y Alhama de Granada.
Otros tipos de turismo	Se incluye el turismo religioso (como la Semana Santa, celebrada de manera especial en todas las provincias), el turismo de parques temáticos (como Isla Mágica en Sevilla) y el turismo de cruceros o itinerante.

Tabla 1. Clasificación Turística Andaluza. Fuente: (González, 2000). Elaboración propia.

Como se observa, Andalucía es una región de España que abraza una gran riqueza cultural y turística excepcional. Las ciudades de Córdoba, Granada, Sevilla y Málaga se erigen como destacados polos de atracción turística, cada una con su identidad única. Estas ciudades han sido elegidas para un análisis comparativo de la estacionalidad y las soluciones que ofrecen para mitigarla en el ámbito turístico. A continuación, presentamos una visión más detallada de las razones intrínsecas que hacen que estas ciudades sean propicias para tal estudio.

Córdoba:

- **Turismo Cultural:** Córdoba es un verdadero tesoro histórico y artístico, siendo un destino clave para el turismo cultural en España.
- **Riqueza Monumental:** La Mezquita de Córdoba y otros tesoros arquitectónicos atraen a visitantes interesados en la historia y la cultura.
- **Eventos Emblemáticos:** La Feria de Córdoba y su Semana Santa son eventos culturales que atraen a turistas durante diversas épocas del año.

Granada:

- **Turismo Histórico y Cultural:** Granada es famosa por la impresionante Alhambra, un monumento que atrae a visitantes de todo el mundo.
- **Atracción en Todas las Estaciones:** La Alhambra es un atractivo que puede ser disfrutado durante todo el año, contribuyendo a minimizar la estacionalidad.
- **Festivales y Eventos Culturales:** El Festival Internacional de Música y Danza de Granada y otros eventos aportan un flujo constante de turistas.

Málaga:

- **Variedad de Atracciones:** Málaga ofrece una combinación única de turismo de sol y playa, cultura, historia y gastronomía.
- **Turismo de Sol y Playa:** La costa malagueña atrae a turistas de sol y playa, especialmente en los meses más cálidos.
- **Eventos Culturales y Deportivos:** El Festival de Cine de Málaga y eventos deportivos, como la regata de la Copa del Rey, generan actividad turística durante varias estaciones.

Sevilla:

- **Turismo de Negocios y Congresos:** Sevilla es un centro crucial para congresos y eventos de negocios, reduciendo la dependencia de la temporada alta.
- **Legado Cultural y Monumentos Icónicos:** La Giralda, la Catedral de Sevilla y el Alcázar atraen a amantes de la historia y la cultura.
- **Festivales y Eventos Emblemáticos:** La Feria de Abril y otros festivales culturales brindan diversidad en afluencia turística a lo largo del año.

En este tejido de diversidad y atractivo turístico de Córdoba, Granada, Sevilla y Málaga, se emprende un análisis más profundo sobre la estacionalidad en el sector turístico. En el próximo capítulo, se presentará la metodología empleada para llevar a cabo este estudio. La atención se centra en examinar los patrones estacionales en dos categorías de alojamientos: los establecimientos tradicionales, como hoteles y pensiones, y los modernos apartamentos turísticos, como aquellos ofrecidos en plataformas como Airbnb. El objetivo primordial consiste en explorar las dinámicas de demanda y ocupación a lo largo del año en ambas tipologías, permitiendo la identificación de similitudes y diferencias significativas que contribuirán a entender y abordar de manera más efectiva el desafío de la estacionalidad en estas ciudades andaluzas.

3 METODOLOGÍA

En este capítulo, se presenta una descripción de la metodología empleada para llevar a cabo el estudio, focalizado en el análisis de patrones estacionales en dos categorías de alojamientos: establecimientos tradicionales como hoteles y pensiones, y modernos apartamentos turísticos comercializados por plataformas digitales (Airbnb). El objetivo principal radica en la exploración de las dinámicas de demanda y ocupación a lo largo del año en ambas tipologías, identificando similitudes y diferencias significativas.

3.1 Descripción detallada de la metodología utilizada para llevar a cabo el estudio.

El estudio se centra en cuatro ciudades andaluzas renombradas: Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla. Estas ciudades, cada una con su propia geografía distintiva y rica oferta turística, ofrecen un entorno idóneo para examinar y analizar los patrones estacionales en alojamientos. Desde la ciudad histórica de Córdoba hasta la majestuosidad de la Alhambra en Granada, pasando por la costa soleada de Málaga y la profunda historia de Sevilla, estas urbes emblemáticas proveen una variedad representativa para la comparativa.

La comparación se sitúa en el contexto de cuatro ciudades andaluzas: Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla. Cada una de estas ciudades, con su distintiva geografía y rica oferta turística, se convierte en un escenario ideal para observar y analizar los patrones estacionales en los alojamientos. Desde la ciudad histórica de Córdoba hasta la majestuosidad de la Alhambra en Granada, pasando por la soleada costa de Málaga y la rica historia de Sevilla, estas ciudades emblemáticas proporcionan un entorno diverso y representativo para este estudio comparativo.

Adicionalmente, se considera la relevancia de eventos anuales y atractivos turísticos específicos en cada ciudad, los cuales ejercen influencia sobre el interés y la demanda por los alojamientos. Este análisis se profundiza en las ofertas turísticas y la infraestructura de alojamiento de cada ciudad, permitiendo la identificación de patrones estacionales y factores que contribuyen a la estacionalidad. Además, se considera la relevancia de los eventos anuales y atractivos turísticos específicos en cada ciudad, que influyen en el interés y la demanda por los alojamientos. Al analizar con mayor detalle las ofertas turísticas y la infraestructura de alojamiento de cada ciudad, se pueden identificar tendencias y factores que impactan en la estacionalidad.

Este enfoque metodológico integral tiene como objetivo proporcionar un análisis comparativo de los patrones estacionales en distintos tipos de alojamientos en contextos

urbanos variados. Se espera que los resultados arrojen luz sobre cómo la demanda y ocupación varían a lo largo del año, destacando posibles divergencias entre alojamientos tradicionales y modernos. Al considerar tanto factores internos como externos, se pretende generar un entendimiento sólido de las causas que impulsan la estacionalidad en el hospedaje turístico en estas ciudades emblemáticas de Andalucía.

3.2 Fuentes de datos empleadas para analizar la ocupación en hoteles y apartamentos turísticos.

La metodología se basa en el empleo de fuentes oficiales como fuente principal de información. Esto garantiza una evaluación precisa y fundamentada de las fluctuaciones en la demanda a lo largo del año. El enfoque se extiende tanto a los alojamientos tradicionales como a los apartamentos turísticos modernos, con el propósito de discernir si los patrones estacionales son equiparables en ambas categorías o si existen diferencias marcadas. En caso de lo último, se busca desentrañar las causas subyacentes que puedan explicar tales diferencias.

Para el desarrollo de esta investigación, se emprendió un proceso exhaustivo de análisis para recopilar las fuentes de datos esenciales destinadas a analizar la ocupación en hoteles y apartamentos turísticos en las prominentes ciudades de Sevilla, Granada, Córdoba y Málaga. El respaldo de datos precisos y confiables se establece como base fundamental para descubrir los patrones de ocupación y su confusa interconexión con la estacionalidad inherente al turismo regional. La obtención de estos datos cruciales fue principalmente extraída del Instituto Nacional de Estadística (INE), una entidad proporciona información estadística oficial abarcando diversas vertientes socioeconómicas de España. A través de varios registros fue posible acceder a una perspectiva detallada de la ocupación en hoteles y apartamentos turísticos, abarcando una amplitud de momentos a lo largo del año.

La elección del INE como fuente de datos garantiza la solidez y objetividad de la información recopilada. Los datos proporcionados por esta entidad se basan en metodologías estandarizadas y rigurosas, lo que asegura la calidad y confiabilidad de los resultados del análisis. Estos datos incluyen indicadores clave como la tasa de ocupación, el número de pernoctaciones y otros aspectos relevantes para evaluar las dinámicas de demanda. En concreto estos datos se encuentran dentro del apartado 'Servicios' y más en concreto en 'Hostelería y Turismo'. Aquí se ofrecen los datos estadísticos de varias tipologías de alojamiento, nosotros nos vamos a centrar en dos: 'Hoteles: encuestas de ocupación, índices de precios e indicadores de rentabilidad' y en 'Estimación de la ocupación en alojamientos turísticos a partir de datos de plataformas digitales'; una vez dentro de estos subapartados nos centraremos en los datos por puntos turísticos.

Es importante destacar que la utilización de datos del INE permite una comparación precisa y coherente entre las ciudades estudiadas, así como una comprensión más profunda de cómo la estacionalidad afecta la ocupación en diferentes momentos del año. Esta información constituye la base sobre la cual se construirá el análisis

comparativo y se formularán recomendaciones para abordar la estacionalidad en el sector turístico de estas ciudades andaluzas. Así mismo, la obtención de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) asegura la validez y la integridad del análisis de ocupación en hoteles y apartamentos turísticos. Estos datos proporcionan una visión informada y casi precisa de los patrones de ocupación, lo que es esencial para comprender la estacionalidad y desarrollar estrategias efectivas de gestión turística.

3.3 Criterios para la selección de las ciudades andaluzas y justificación de la muestra.

La elección de ciudades andaluzas como Málaga, Córdoba, Sevilla y Granada para este estudio comparativo podría basarse en varios criterios que las hacen adecuadas para analizar los patrones estacionales en alojamientos. Algunos de estos criterios podrían ser: Variedad de Atractivos Turísticos: Estas ciudades cuentan con una amplia gama de atractivos turísticos que atraen a visitantes durante todo el año. Desde monumentos históricos hasta playas y festivales culturales, la diversidad de atracciones podría generar diferentes patrones de demanda y ocupación.

Relevancia Histórica y Cultural: Málaga, Córdoba, Sevilla y Granada son ricas en historia y cultura, lo que las convierte en destinos atractivos para turistas interesados en explorar el patrimonio arquitectónico, artístico y cultural de Andalucía.

Diferencias Geográficas: Cada ciudad tiene una geografía única, desde la costa mediterránea de Málaga hasta la región montañosa de Granada. Estas diferencias geográficas podrían influir en los patrones de turismo estacional.

Eventos y Festivales: Las ciudades celebran eventos y festivales importantes a lo largo del año, como la Feria de Abril en Sevilla o el Festival Internacional de Cine de Málaga. Estos eventos pueden generar aumentos significativos en la demanda de alojamiento en momentos específicos.

Accesibilidad e Infraestructura: Málaga, Córdoba, Sevilla y Granada cuentan con buenas conexiones de transporte y una infraestructura de alojamiento bien desarrollada, lo que facilita el acceso y la estancia de los turistas.

Diversidad de Alojamientos: Estas ciudades ofrecen tanto alojamientos tradicionales como modernos apartamentos turísticos, lo que permite comparar patrones estacionales en diferentes tipos de establecimientos.

Representatividad de Andalucía: Estas ciudades son emblemáticas en la región de Andalucía y reflejan la esencia cultural y turística de la zona, lo que las convierte en opciones pertinentes para el estudio.

Datos Disponibles: La disponibilidad de datos fiables y completos sobre ocupación y demanda en estos destinos puede facilitar un análisis más preciso y confiable.

Equilibrio entre Tamaños: La elección de ciudades de diferentes tamaños puede proporcionar una perspectiva más completa sobre cómo la estacionalidad afecta tanto a destinos más grandes como a los más pequeños.

Potencial Comparativo: Al seleccionar ciudades que representen diferentes aspectos de Andalucía, se abre la oportunidad de comparar patrones estacionales entre diferentes contextos urbanos.

4 Estacionalidad en Hoteles y Apartamentos Turísticos

Se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de la estacionalidad en los hoteles y apartamentos turísticos en las icónicas ciudades de Granada, Córdoba, Málaga y Sevilla. Este estudio ha adoptado una perspectiva basada en los datos de ocupación proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) con el objetivo de comprender en profundidad los patrones de ocupación y cómo han evolucionado a lo largo del tiempo. Se ha tenido en cuenta tanto el período previo a la pandemia como el posterior a esta, con un seguimiento que se extiende hasta el año 2022.

Para llevar a cabo un análisis riguroso y permitir comparaciones significativas entre diferentes años, se han empleado los porcentajes mensuales de ocupación con respecto al total anual. Esta elección metodológica se ha hecho necesaria, ya que la simple cifra de visitantes no habría permitido una comparación adecuada. En cambio, el enfoque en los porcentajes mensuales de ocupación ofrece una visión más precisa de cómo varía la demanda a lo largo del año y cómo se comparan los distintos períodos. Para ser aún más rigurosos en el análisis comparativo, se ha calculado para cada periodo anual 2018 y 2019, cada tipo de alojamiento y cada ciudad el índice Gini, el cual nos indica la mayor o menor concentración de pernoctaciones (en este caso) y en un periodo determinado, los resultados más próximos a 0 indicarán una menor concentración y estacionalidad, frente a los resultados más próximos a 1 que indicarían periodos donde existe una mayor demanda frente a otros. Para los años de pandemia 2020, 2021 y 2022 no procede calcular este índice ya que en los dos primeros años había numerosas restricciones a la movilidad, fronteras cerradas, cuarentas y no se les permitía abrir a la gran mayoría de negocios, por lo que el resultado de estos años no nos indicaría nada real. En cuanto al año 2022, en el INE solo hay datos hasta septiembre de ese mismo año por lo que la comparación del índice de Gini con los de 2018 y 2019 no se podría realizar en las mismas condiciones ya que éstos sí mostrarían el patrón anual completo. Sin embargo, como sí se dispone de los datos de pernoctaciones reales mensuales, se van a tomar los meses de mayores pernoctaciones de los años 2018 y 2019 para ser comparados con los del

año 2022 y ver si en este último año se llegó a recuperar el número de pernoctaciones que había en los años prepandémicos.

Los apartados siguientes proporcionarán detalles específicos sobre los enfoques utilizados en este análisis. Este enfoque holístico nos permitirá desentrañar los patrones estacionales en los sectores de hoteles y apartamentos turísticos comercializados en plataformas digitales en estas ciudades emblemáticas, ayudándonos a comprender la dinámica del mercado y cómo ha sido influenciada por eventos excepcionales, como la pandemia de COVID-19, así como por factores locales y nacionales.

4.1 Análisis de patrones estacionales y comparación pre y post pandemia por ciudades.

En este apartado, nos sumergiremos en un análisis de los patrones estacionales de pernoctaciones tanto en hoteles como en apartamentos turísticos a lo largo de un período de los últimos 5 años. Este enfoque de análisis nos permitirá identificar patrones estacionales, cambios significativos en la demanda y evaluar los posibles efectos que la pandemia de COVID-19 ha tenido en estos patrones estacionales.

Hemos dividido este período en dos fases claramente definidas: la etapa previa a la pandemia, comprendida entre 2018 y 2019, y el período posterior a la pandemia, abarcando desde 2020 hasta 2022. Esta distinción temporal nos brinda la oportunidad de comparar las tasas de pernoctaciones entre hoteles y apartamentos turísticos y, al mismo tiempo, examinar de cerca si la pandemia tuvo un impacto drástico en las demandas de alojamiento y cómo se han ido recuperando a lo largo del tiempo.

Es importante tener en cuenta que la disponibilidad de datos estadísticos para la demanda en apartamentos turísticos es relativamente novedosa y se encuentra en una fase experimental. Oficialmente, solo se recopilan datos desde enero de 2018 hasta septiembre de 2022 para esta categoría de alojamiento. Por lo tanto, hemos utilizado el mismo período de tiempo para la recopilación de datos de demanda en alojamientos hoteleros, lo que nos permite una comparación más precisa entre ambas tipologías de alojamiento.

Este análisis de patrones no solo se centrará en la variación de las pernoctaciones a lo largo de los años, sino que también explorará si existen patrones mensuales o estacionales significativos, identificará momentos de aumentos o disminuciones notables en la demanda y examinará cómo estos factores pueden haber sido influenciados por eventos excepcionales, como la pandemia. Asimismo, se analizará la tendencia de recuperación de la demanda a medida que las restricciones de la pandemia se relajaron y se adaptaron a las nuevas circunstancias.

A pesar de la escasez de datos en el caso de los apartamentos turísticos, dado que el estudio de éstos es algo muy novedoso, este análisis se realizará con el máximo rigor y profundidad posible, aprovechando los datos disponibles para arrojar luz sobre la evolución de la industria de alojamiento en estos años tan singulares y desafiantes.

4.1.1 Córdoba. Análisis de patrones estacionales en hoteles y apartamentos turísticos. PreCovid-19 y postCovid19.

Córdoba

Antes de iniciar el análisis de la temporalidad de Córdoba, hay que mencionar que son dos factores los que establecen principalmente la más o menos llegada de turistas a esta ciudad, que serían el clima y los eventos o festividades que allí se celebran.

En el caso del clima, Córdoba es una ciudad de interior con un clima seco y extremadamente cálido en invierno y frío en invierno; sin embargo, podemos encontrar temperaturas más suaves en primavera y otoño. Esto hace que, tanto en meses de verano como de invierno haya una disminución significativa de llegada de visitantes.

Los eventos que se realizan en esta ciudad son varios, aunque están concentrados en los meses de abril, mayo y junio, aprovechando también el clima suave de esta época como hemos visto anteriormente. La Semana Santa, la Cata de vino, las Cruces de mayo, los Patios, la Feria de Córdoba o la Noche Blanca del flamenco se celebran en meses primaverales, lo que hace que sea la época de mayor demanda turística en Córdoba.

A continuación, se va a realizar un análisis comparativo de la estacionalidad de los dos alojamientos en los que está centrado este trabajo, los hoteles y los apartamentos turísticos. En primer lugar, se tomarán los años conocidos como de “normalidad” antes de la llegada de la pandemia, para posteriormente ver los cambios que se producen tras la llegada de una situación disruptiva como es una pandemia mundial.

HOTELES

	2018	2019
Enero	5,90%	6,27%
Febrero	6,76%	6,75%
Marzo	8,60%	8,80%
Abril	9,85%	9,94%
Mayo	10,51%	10,55%
Junio	8,20%	8,35%
Julio	7,32%	7,24%
Agosto	8,58%	8,79%
Septiembre	8,99%	8,78%
Octubre	9,75%	9,48%
Noviembre	7,92%	7,68%
Diciembre	7,61%	7,38%

Tabla 2. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2018 y 2019.
Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	2018	2019
Enero	4,22%	4,40%
Febrero	5,62%	5,67%
Marzo	8,96%	7,94%
Abril	11,60%	12,77%
Mayo	12,65%	12,62%
Junio	6,68%	6,81%
Julio	6,15%	5,82%
Agosto	8,26%	8,37%
Septiembre	8,44%	8,65%
Octubre	11,07%	10,92%
Noviembre	7,56%	7,38%
Diciembre	8,79%	8,65%

Tabla 3. Pernoctaciones (% mensual) en apartamentos turísticos en 2018 y 2019.
Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

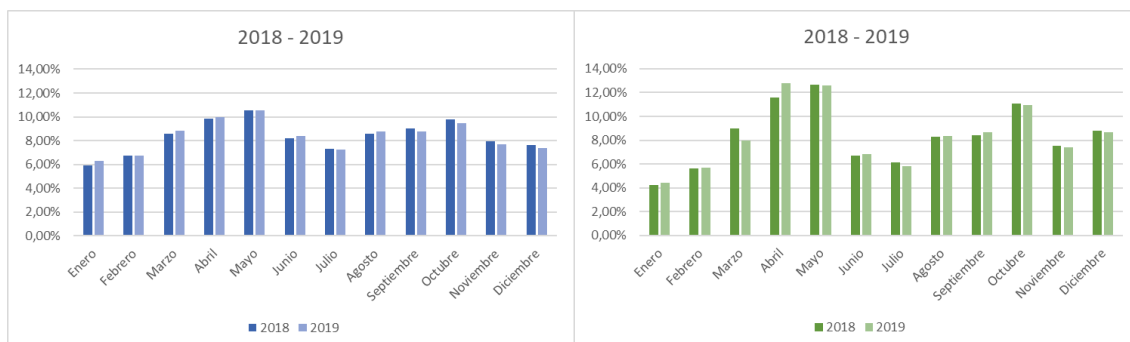


Figura 1. Patrones estacionales en hoteles en 2018 y 2019. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Figura 2. Patrones estacionales en apartamentos turísticos en 2018 y 2019. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

A primera vista, es evidente que los patrones estacionales en ambos tipos de alojamiento son similares, con una coincidencia en los meses de mayor y menor demanda (ver figuras 1 y 2). Sin embargo, al analizar los datos porcentuales (tabla 2), se pueden observar algunas pequeñas diferencias relevantes.

En cuanto a los datos hoteleros de 2018, las acumulaciones mensuales oscilan entre el 5,90% en enero y el 10,51% en mayo, con una media de diferencias del 1,12%. En el caso de la demanda de apartamentos turísticos, las acumulaciones varían desde el 4,22% en enero, que constituye el valor mínimo, hasta el 12,65% en mayo, que representa el máximo. La media de las diferencias en este caso es del 2,24%.

Para el año 2019 y en lo que respecta a los alojamientos hoteleros, se registra un valor mínimo del 6,27% también en enero, y nuevamente en mayo se alcanza el valor máximo del 10,55%, con una media de diferencias del 1,61%. En el caso de los apartamentos turísticos, nuevamente coinciden los meses de menor y mayor demanda, con un 4,40% en enero y un 12,62% en mayo. Aquí, la media de diferencias es del 2,83%.

Para ser más precisos en este análisis de estacionalidad, se ha calculado de estos años prepandémicos y para cada tipo de alojamiento el índice Gini, el cual nos ayuda a conocer la concentración de pernoctaciones para su posterior comparación. En el año 2018 y para hoteles obtenemos un resultado del 0,0873 que comparado con el 0,1635 obtenido en alojamiento turísticos nos indica una concentración de pernoctaciones mayor en este último tipo de alojamiento en determinadas épocas del año. Lo mismo ocurre con 2019, 0,0853 en hoteles frente al 0,1698 en alojamientos turísticos. El cálculo de este índice para su posterior comparación nos confirma lo que previamente vimos al analizar la media de las diferencias porcentuales entre los meses, los hoteles tienen una estacionalidad más equilibrada a lo largo del año y con menor concentración que los apartamentos turísticos.

Estos datos preliminares indican que, aunque la temporalidad es similar en ambos tipos de alojamiento, los hoteles muestran una estacionalidad con menos oscilaciones que los apartamentos turísticos, aunque la diferencia sea mínima. En términos generales, Córdoba presenta un patrón en su temporalidad que se repite a lo largo de los años, con

una coincidencia en los meses de mayor y menor demanda, que en este caso son mayo y enero. En secciones posteriores, exploraremos las posibles razones detrás de esta diferencia observada.

HOTELES

	2020	2021	2022
Enero	21,77%	1,85%	7,51%
Febrero	22,48%	1,68%	9,39%
Marzo	10,27%	2,44%	10,89%
Abril	0,00%	2,80%	13,68%
Mayo	0,00%	7,79%	14,58%
Junio	0,00%	8,52%	10,86%
Julio	7,21%	9,39%	9,17%
Agosto	11,10%	12,60%	11,45%
Septiembre	10,20%	13,22%	12,47%
Octubre	11,11%	15,50%	0,00%
Noviembre	2,49%	12,97%	0,00%
Diciembre	3,38%	11,24%	0,00%

Tabla 4. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2020, 2021 y 2022. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	2020	2021	2022
Enero	19,09%	1,71%	6,61%
Febrero	25,45%	1,42%	8,74%
Marzo	9,09%	1,99%	10,02%
Abril	0,45%	2,28%	16,63%
Mayo	0,91%	7,12%	15,99%
Junio	2,73%	7,41%	9,59%
Julio	8,18%	8,83%	8,96%
Agosto	10,45%	12,82%	11,09%
Septiembre	8,18%	12,25%	12,37%
Octubre	10,00%	17,66%	0,00%
Noviembre	1,82%	12,25%	0,00%
Diciembre	3,64%	14,25%	0,00%

Tabla 5. Pernoctaciones (% mensual) en apartamentos turísticos en 2020, 2021 y 2022. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

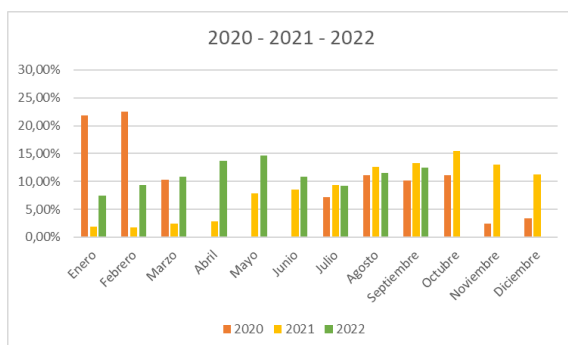


Figura 3. Patrones estacionales en hoteles en 2020, 2021 y 2022. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

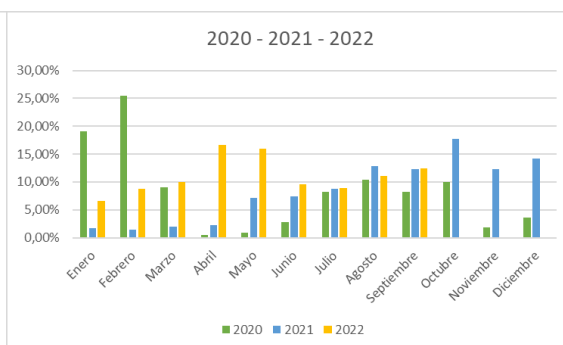


Figura 4. Patrones estacionales en apartamentos turísticos en 2020, 2021 y 2022. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Volvemos a observar un patrón estacional muy similar en ambos tipos de alojamiento para el mismo periodo, pero en este caso sí hay que destacar más puntos que marcan algunas diferencias entre ellos. Antes de comenzar a analizar las concentraciones de demanda en los diferentes años y ambos alojamientos, hay que mencionar que en marzo del año 2020 se declaró en España el estado de emergencia, obligando a cerrar la gran mayoría de negocios y los que no se cerraron se vieron perjudicados por una demanda muy reducida.

El estado de emergencia estuvo vigente entre los meses de marzo y junio y afectó de forma diferente en ambos tipos de negocio, en el caso de los hoteles se observa como

la demanda para estos meses fue de 0, sin embargo, en alojamientos turísticos sí observamos como existe un mínimo de demanda. Esto se debe a que la gran mayoría de establecimientos hoteleros tuvieron que cerrar sus instalaciones a pesar de que sí se les estaba permitido abrir durante la pandemia, y es que los costes fijos que suponen este tipo de alojamientos necesitan un mínimo de demanda para ser cubiertos y tal incertidumbre suponía un alto riesgo para ellos por lo que la gran mayoría optaron por cerrar. Sin embargo, esto no ocurre con los apartamentos turísticos, ya que los costes fijos son 0 y pueden tener total disponibilidad para aquellos usuarios que necesiten alojamiento. El resto del año si se observa un comportamiento similar, tanto en porcentaje de ocupación como en el ritmo de recuperación de usuarios.

En esta situación pandémica se rompieron completamente las estadísticas y patrones que definían la estacionalidad en los alojamientos turísticos, por lo que cabe hacer un análisis comparando ambos alojamientos año por año. En cuanto al año 2020, que marcó el inicio de la pandemia, observamos que el mes de mayor demanda en ambos alojamientos fue febrero con un 22.48% en hoteles y un 25,45% en apartamentos, esto es debido a que este mes fue el último dentro de la “normalidad”; abril fue el mes donde en ambos casos hubo menos demanda, con un 0% en hoteles y un 0,45% en apartamentos. No fue hasta mediados de marzo cuando el gobierno restringió la libertad de movimiento de los ciudadanos, por lo que el primer mes completo en esta situación fue abril y de ahí estos datos.

El año 2021 fue también un poco atípico, ya que continuaron las restricciones a la movilidad, ya no sólo dentro de nuestro país sino también en las fronteras, lo que limitaba la entrada de turistas a España. Se puede observar en el gráfico cómo en este año tampoco se cumplen las previsiones que se podrían deducir durante los años 2018 y 2019, pero sí destaca un aumento progresivo de ocupación en ambos alojamientos y es que durante este año se fueron levantando la mayoría de las restricciones, lo que indica una mejora a medida que iba transcurriendo el año.

Observando el año 2022, vemos que el comportamiento de la demanda se va pareciendo más a lo que teníamos en los años 2018 y 2019, en este año ya habíamos vuelto casi a la normalidad en cuanto a restricciones se refiere, se habían vuelto a abrir las fronteras en su totalidad, la entrada de turistas se iba recuperando casi a niveles anteriores a la pandemia y los eventos que se celebraban en cada región volvieron a su funcionamiento habitual. Abril y mayo vuelven a ser los meses con mayor concentración de demanda y los de verano los que menos reúne, para los alojamientos hoteleros el número de pernoctaciones en mayo del 2018 fueron de 165.063 y el mismo mes de 2019 fueron 172.302, y para mayo de 2022 la cifra fue de 151.808, indicando una recuperación bastante positiva dados los años anteriores. Para los apartamentos turísticos el mes de mayor número de pernoctaciones en el año 2018 fue abril con 72.000 y el mismo mes de 2019 se llegaron a los 90.000, abril de 2022 llegó a superar 2018 con 78.000 pernoctaciones, confirmando esta recuperación.

4.1.2 Granada. Análisis de patrones estacionales en hoteles y apartamentos turísticos. PreCovid-19 y postCovid19.

Granada, una ciudad única en su especie, se distingue por ser la única capital de provincia en Andalucía que carece de costa cuando parte de su provincia sí la tiene. La playa más cercana se encuentra a unos 68 kilómetros de distancia. Esta singular geografía añade un atractivo especial a Granada, que se convierte en un destino turístico versátil y diversificado.

Dentro de la misma provincia de Granada, los visitantes pueden descubrir una amplia gama de recursos naturales y atracciones que hacen de este lugar un destino de elección para diversos tipos de turismo. Desde las costas con un clima tropical, ideales para los amantes del sol y la playa, hasta la riqueza cultural e histórica de su capital, pasando por la majestuosidad de Sierra Nevada, un paraíso para los aficionados a los deportes de invierno. En Granada, la variedad de opciones para disfrutar y explorar es excepcional.

Además de su entorno natural diverso, Granada alberga eventos culturales significativos que atraen a visitantes de todas partes. La Semana Santa y la Feria del Corpus, ambas celebradas en los meses de primavera, son dos de los eventos más destacados que llenan las calles de la ciudad de alegría y fervor. Estas festividades añaden un matiz especial a la temporalidad de la demanda turística en la región.

A simple vista, analizar la temporalidad de Granada podría parecer una tarea compleja debido a la diversidad de recursos que conforman este destino. Sin embargo, recurrimos a datos estadísticos objetivos y oficiales para establecer un patrón estacional que nos permita comprender de manera precisa el comportamiento de la demanda en este lugar único. Este análisis ayudará a arrojar luz sobre cómo la temporalidad y la diversidad de recursos influyen en la dinámica turística de Granada, y cómo esta ciudad se adapta a las cambiantes preferencias de los viajeros a lo largo del año.

HOTELES

	2018	2019
Enero	6,35%	6,34%
Febrero	6,95%	6,80%
Marzo	8,31%	8,19%
Abril	9,35%	9,48%
Mayo	9,34%	9,42%
Junio	8,44%	8,53%
Julio	7,99%	8,00%
Agosto	9,25%	9,60%
Septiembre	9,54%	9,37%
Octubre	9,53%	9,42%
Noviembre	7,30%	7,27%
Diciembre	7,66%	7,59%

Tabla 6. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2018 y 2019. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.c

APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	2018	2019
Enero	7,28%	7,27%
Febrero	9,19%	9,03%
Marzo	9,75%	8,64%
Abril	10,14%	10,41%
Mayo	7,73%	7,90%
Junio	6,39%	7,12%
Julio	7,34%	7,17%
Agosto	8,91%	8,98%
Septiembre	8,24%	8,00%
Octubre	8,68%	8,79%
Noviembre	6,27%	6,48%
Diciembre	10,08%	10,21%

Tabla 7. Pernoctaciones (% mensual) en apartamentos turísticos en 2018 y 2019. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

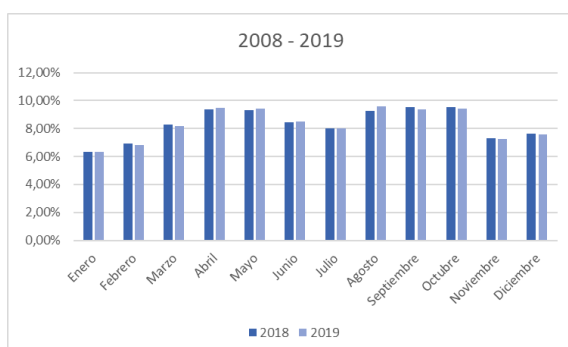


Figura 5. Patrones estacionales en hoteles en 2018 y 2019. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

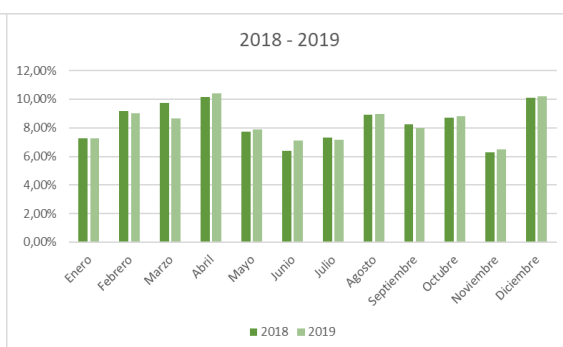


Figura 6. Patrones estacionales en apartamentos turísticos en 2018 y 2019. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

En una primera observación podemos ver un patrón muy parecido a la ciudad de interior anteriormente analizada, Córdoba. En este caso los meses de primavera y otoño acumulan la misma demanda, siendo las épocas de mayor número de visitantes, ya que el clima de la zona en estas épocas facilita el turismo; sin embargo, en verano e invierno si se puede notar un leve descenso de la ocupación, aunque no con tanta diferencia como una provincia totalmente de interior, esto se debe a que Granada como ciudad acoge a la variedad de turistas que tienen como objetivo actividades diferentes dentro de la misma provincia. También podemos observar cómo ambos años guardan el mismo patrón estacional, aunque los dos tipos de alojamientos guardan algunas diferencias.

En el año 2018 y en alojamientos hoteleros tenemos como valor máximo un 9,54% en septiembre, aunque es un valor muy parecido a varios meses como el 9,53% de octubre o el 9,35% y el 9,34% de abril y mayo respectivamente. El mes de menor número de

pernoctaciones es enero con un 6,35%, igualmente similar al resto de meses de invierno. La media de las diferencias en este caso es de un 0,77%, un porcentaje muy bajo que indica una baja fluctuación de la demanda. En los apartamentos turísticos nos encontramos que el mes con mayor demanda es abril con un 10,14%, aunque esta vez guarda mayor similitud con diciembre que acumula el 10,08% de la demanda anual; esto puede ser debido al aumento de la demanda de apartamentos turísticos para los visitantes a Sierra Nevada. Con el mes de menor ocupación vuelve a ver una diferencia, y en este caso sería noviembre con un 6,27%, seguido de enero con un 7,28%. La media de las diferencias nos resulta un 1,5%, el doble que en hoteles.

El año 2019 tiene un comportamiento similar, coinciden los meses de mayor y menor demanda tanto en hoteles como en alojamientos turísticos. La media de las diferencias para hoteles es de un 0,82% y de un 1,54% para apartamentos turísticos.

Basándonos en el cálculo del índice de Gini, obtenemos para el año 2018 y hoteles un 0,0707 frente al 0,0885 de apartamentos turísticos, y para el año 2019 obtenemos los resultados de 0,0739 y 0,0799 para hoteles y apartamentos respectivamente. En este caso vemos como no hay mucha diferencia entre un tipo de alojamiento y otro, los apartamentos presentan nuevamente algo más de concentración como ya vimos con la media de las diferencias, pero nada comparado con la ciudad anteriormente analizada. La proximidad del resultado hacia el 0 indica una estacionalidad suave como también se pudo comprobar en la tabla de porcentajes y en su representación gráfica.

Podemos concluir que nuevamente los hoteles tienen una estacionalidad ligeramente más homogénea que los apartamentos turísticos, esto puede ser debido a que dependiendo de la zona y a la clase de turismo que se realice es un tipo de alojamiento el que destaca sobre el otro.

HOTELES

	2020	2021	2022
Enero	26,04%	1,54%	7,82%
Febrero	26,28%	1,38%	8,99%
Marzo	10,13%	1,74%	9,61%
Abril	0,00%	2,33%	12,85%
Mayo	0,00%	4,91%	12,54%
Junio	0,00%	8,12%	11,54%
Julio	6,98%	10,80%	10,60%
Agosto	10,62%	14,94%	13,18%
Septiembre	9,47%	13,77%	12,86%
Octubre	7,15%	15,93%	0,00%
Noviembre	1,10%	12,18%	0,00%
Diciembre	2,23%	12,35%	0,00%

Tabla 8. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2020, 2021 y 2022. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	2020	2021	2022
Enero	23,99%	3,75%	10,63%
Febrero	28,29%	1,56%	12,53%
Marzo	8,74%	3,02%	10,55%
Abril	0,52%	2,08%	13,59%
Mayo	0,39%	4,48%	10,33%
Junio	1,83%	6,88%	9,26%
Julio	7,30%	10,42%	9,64%
Agosto	11,08%	14,90%	12,07%
Septiembre	6,52%	11,04%	11,39%
Octubre	6,00%	14,06%	0,00%
Noviembre	0,78%	10,63%	0,00%
Diciembre	4,56%	17,19%	0,00%

Tabla 9. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2020, 2021 y 2022. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

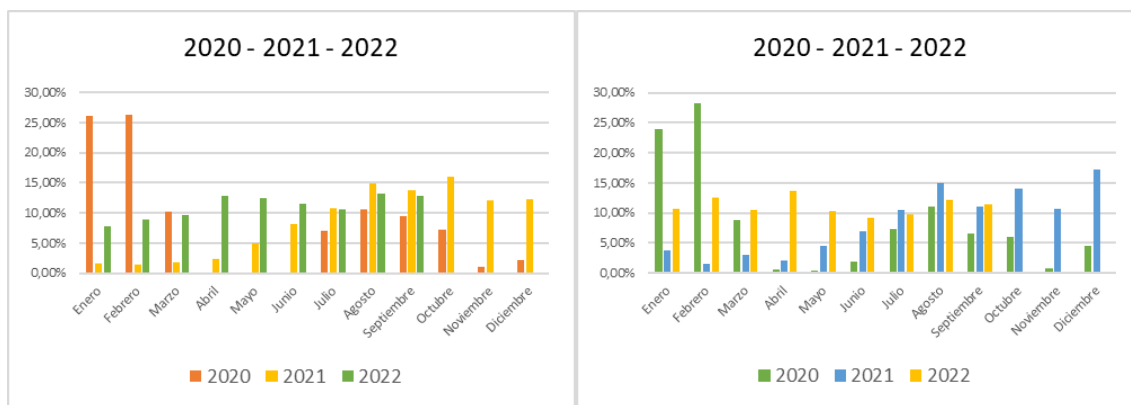


Figura 7. Patrones estacionales en hoteles en 2020, 2021 y 2022. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Figura 8. Patrones estacionales en apartamentos turísticos en 2020, 2021 y 2022. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Volvemos a época de pandemia y con ello vuelta a las restricciones. Se observa nuevamente como los patrones anteriormente estudiados no guardan ninguna similitud con años anteriores. Ambas tipologías de alojamientos se vuelven a comportar igual en situaciones utópicas, dentro del caos que supuso la pandemia, vemos como éstos se comportan igual.

El año 2020 que marca el inicio de la pandemia a mediados del mes de marzo, vuelve a acumular la mayoría de la demanda en los dos primeros meses del año cuando aún se desconocía lo que estaba por llegar. Las restricciones obligan al cierre de grandes alojamientos como son los hoteles, pero permiten que se puedan seguir utilizando los apartamentos turísticos que sí mantienen, aunque a niveles mínimo, algo de demanda.

En el gráfico del año 2021 se aprecia como la primera mitad del año acumula una pequeña parte de la demanda total del año, ya que durante este semestre seguían vigentes la mayoría de restricciones a la movilidad, y es ya a partir de los meses de mayo y junio cuando se aprecia una recuperación de visitantes.

Avanzamos hacia el año 2022 y ya se puede empezar a observar similitudes en el comportamiento de la estacionalidad con respecto a años prepandémicos, 2018 y 2019. Los meses de primavera de abril y mayo vuelven a concentrar la mayoría de ocupación, con aproximadamente un 12% de media en ambos meses y tipos de alojamiento, siendo en los meses de verano cuando se nota el descenso de visitantes debido a que Granada es una ciudad de interior y son otras zonas de la provincia bañadas por la costa la que sí recibirían la mayoría de demanda que visita la provincia. Es en este año 2022 cuando se empieza a ver un poco la nueva “normalidad” y con ello nuevamente se observa que el patrón de ocupación es más estable en hoteles que en apartamentos turísticos, ya que las fluctuaciones de demanda son menores en el primer tipo de alojamiento que en el segundo. Analizando las cifras de pernoctaciones vamos a comprobar esta recuperación, para los meses de mayores pernoctaciones de los años 2018 y 2019 se llegaron a cifras de 321.815 y 346.396 en hoteles, y 181.000 y 212.000 en apartamentos turísticos respectivamente, para el año 2022 la cifra en hoteles fue de 289.752 y 179.000 en

apartamentos turísticos; estas cifras confirman la recuperación que observamos gráficamente en el patrón estacional. Nuevamente no procede hacer esta comparación con el índice de Gini ya que no tenemos el año 2022 completo.

4.1.3 Málaga. Análisis de patrones estacionales en hoteles y apartamentos turísticos.

PreCovid-19 y postCovid19.

Málaga, ciudad situada en plena Costa del Sol y con el índice turístico mayor de Andalucía, en ella se encuentra uno de los aeropuertos internacionales más importantes de toda España. Por todo lo anterior, es interesante analizar cómo se comporta la estacionalidad en esta ciudad, ya que a priori se puede pensar que la mayoría de su demanda se centra en los meses de verano, pero a continuación veremos que hay varios aspectos que hacen que la temporalidad en sus alojamientos turísticos no se comporte totalmente de esta manera.

Es cierto que el principal atractivo de esta ciudad son sus playas que se disfrutan mayormente en los meses de verano y a esto habría que sumarle que la celebración de la Feria de Málaga se celebra en pleno mes de agosto, pero hay otros eventos repartidos en el año que hacen que la estacionalidad en esta ciudad no sufra grandes variaciones a lo largo del año. Podemos comenzar mencionando que en fechas navideñas se encuentra uno de los atractivos que sorprendentemente atrae a numerosos visitantes, como sería el alumbrado de la Calle Larios, seguido de los carnavales en el mes de febrero, el Festival de Cine de Málaga en marzo, Semana Santa en los meses de marzo y abril, el Corpus Cristi en junio, festividades de la Virgen del Carmen en Julio, la Feria en agosto y la Virgen de la Victoria en septiembre, dejando atrás numerosos eventos con menos relevancia.

A continuación, se analizará nuevamente el comportamiento de la estacionalidad tanto de los alojamientos hoteleros como en apartamentos turísticos para comprobar si el comportamiento de los visitantes es igual en ambos tipos o existe alguna diferencia entre ellos.

APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	2018	2019
Enero	6,19%	6,37%
Febrero	6,40%	6,44%
Marzo	7,65%	7,76%
Abril	8,32%	8,65%
Mayo	8,66%	8,91%
Junio	9,00%	8,74%
Julio	9,67%	9,85%
Agosto	10,56%	10,85%
Septiembre	9,54%	9,35%
Octubre	8,82%	8,59%
Noviembre	7,66%	7,30%
Diciembre	7,55%	7,18%

HOTELES

	2018	2019
Enero	4,47%	4,55%
Febrero	5,12%	5,41%
Marzo	6,31%	6,25%
Abril	7,97%	8,17%
Mayo	7,86%	8,50%
Junio	9,16%	9,42%
Julio	12,45%	12,35%
Agosto	14,83%	14,21%
Septiembre	10,71%	9,87%
Octubre	8,41%	8,35%
Noviembre	5,63%	5,50%
Diciembre	7,07%	7,42%

Tabla 10. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2018 y 2019. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

Tabla 11. Pernoctaciones (% mensual) en apartamentos turísticos en 2018 y 2019. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

En una primera observación, se aprecia que las pendientes que forman las barras del

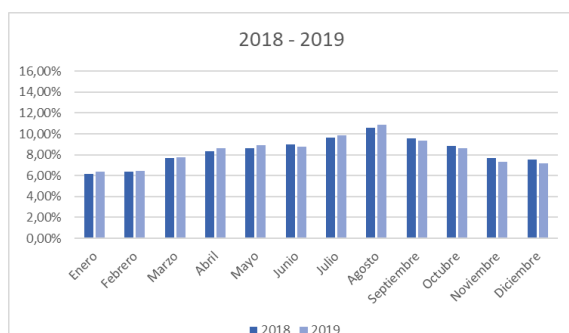


Figura 9. Patrones estacionales en hoteles en 2018 y 2019. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

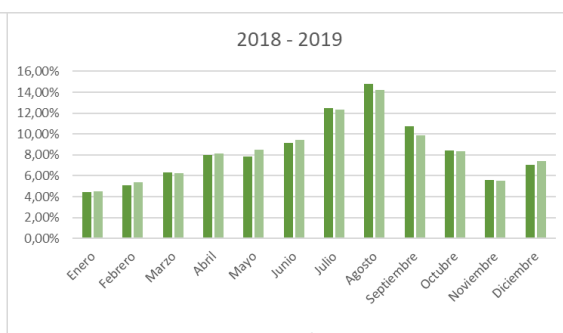


Figura 10. Patrones estacionales en apartamentos turísticos en 2018 y 2019. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

primer gráfico, referente a la ocupación hotelera, son más suaves que las que se producen en el gráfico de la ocupación de apartamentos turísticos; esto ya nos indica que la estacionalidad en hoteles es bastante más estable que la de los apartamentos turísticos en la ciudad de Málaga. Esto puede deberse a varios factores, uno de ellos podría ser que los hoteles recogen la principal demanda quedando en apartamentos turísticos aquellos visitantes que no ha conseguido habitación en hoteles, otro sería la diferencia de precio que habría entre ambos alojamientos ya que los apartamentos por normal general serían más baratos que los hoteles y atraerían a más gente joven con menos recursos económicos y éstos acudirían en mayor número en épocas de verano donde se celebran la mayoría de eventos acorde a estas edades (ferias y festivales).

En este caso no cabría diferenciar entre el año 2018 y 2019 ya que ambos se comportan de manera similar. El mes de agosto acumula el mayor porcentaje tanto en hoteles (10,56% en 2018 y 10,85% en 2019) como en apartamentos turísticos (14,83 en 2018 y 14,21% en 2019) y el mes de enero coincide en ambos como el de menor porcentaje (6,19% y 6,37% respectivamente para 2018 y 2019 en hoteles y 4,47% y 4,55%

respectivamente para 2018 y 2019 en apartamentos). Si analizamos la media de las diferencias mensuales sí se aprecia una notable diferencia, para los alojamientos hoteleros esta sería un 0,66% en 2018 y 0,77% en 2019 y para apartamentos turísticos y el año 2018 un 1,93% y para el 2019 un 1,84%. Haciendo una comparativa resulta que la media de las diferencias de estos últimos es más del doble que la resultante en hoteles, esto confirma lo que habíamos observado en los gráficos, la demanda en hoteles es más homogénea y se comporta de una forma menos fluctuante que los apartamentos turísticos.

Para reafirmar los resultados anteriores se va a comparar el resultado del cálculo del índice de Gini. Empezando por el año 2018 y para hoteles se obtiene un resultado de 0,0849 y para apartamentos turísticos un 0,1948, y para el año 2019 un 0,0885 para hoteles y un 0,1821 para apartamentos turísticos. Con estos resultados sí podemos ver con mayor claridad lo que muestran los gráficos, la gran diferencia de concentración que se puede apreciar en apartamentos turísticos frente a los hoteles; ya que con la diferencia de medias no se reflejaba esta concentración en los meses de verano puesto que el aumento y disminución de pernoctaciones era de forma muy progresiva.

HOTELES

	2020	2021	2022
Enero	20,78%	1,89%	6,07%
Febrero	22,40%	1,62%	7,89%
Marzo	9,81%	2,90%	9,95%
Abril	0,00%	3,28%	11,43%
Mayo	0,00%	6,04%	12,11%
Junio	0,00%	8,78%	12,21%
Julio	10,40%	13,00%	13,55%
Agosto	14,09%	15,81%	14,50%
Septiembre	8,31%	12,54%	12,29%
Octubre	6,86%	13,35%	0,00%
Noviembre	3,28%	10,82%	0,00%
Diciembre	4,06%	9,95%	0,00%

Tabla 12. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2020, 2021 y 2022. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	2020	2021	2022
Enero	16,81%	1,54%	5,73%
Febrero	20,91%	1,39%	7,30%
Marzo	8,97%	1,96%	8,57%
Abril	0,78%	2,52%	10,52%
Mayo	0,70%	4,84%	10,89%
Junio	2,26%	8,19%	11,83%
Julio	13,33%	16,12%	16,13%
Agosto	19,16%	19,16%	17,48%
Septiembre	6,10%	12,05%	11,56%
Octubre	5,23%	12,46%	0,00%
Noviembre	2,53%	9,27%	0,00%
Diciembre	3,22%	10,50%	0,00%

Tabla 13. Pernoctaciones (% mensual) en apartamentos turísticos en 2020, 2021 y 2022. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

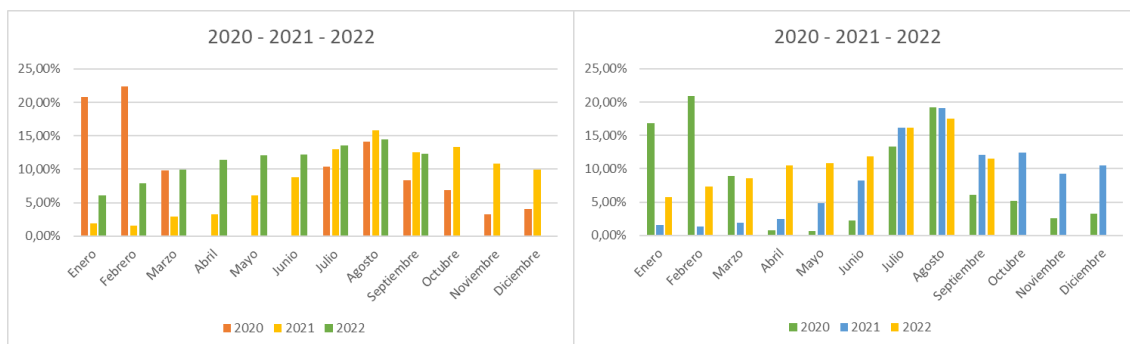


Figura 11. Patrones estacionales en hoteles en 2020, 2021 y 2022. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Figura 12. Patrones estacionales en apartamentos turísticos en 2020, 2021 y 2022. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Una vez más, nos encontramos en una época marcada por la presencia del COVID-19, y observamos fenómenos similares a los ya experimentados en otras ciudades en la encantadora Málaga. En el año 2020, la demanda se concentró mayormente en los meses de enero y febrero, justo antes de la implementación de las restricciones y limitaciones de movilidad. No obstante, cabe mencionar un aspecto que difiere de los patrones observados en otras ciudades y se refiere específicamente a los apartamentos turísticos. En este caso, se destaca una recuperación de la ocupación mucho más rápida y con un mayor volumen una vez que se eliminaron algunas de las restricciones en junio. Sorprendentemente, incluso el mes de agosto en este tipo de alojamientos superó el porcentaje registrado en enero. Esto podría deberse a que en los hoteles existía un mayor control sanitario en lo que respecta a la llegada de visitantes, como la necesidad de presentar pruebas de vacunación contra el COVID-19. En contraste, en los apartamentos turísticos, este requisito no era tan estricto, lo que facilitó la llegada de más turistas.

Hasta la primera mitad del año 2021, tanto la movilidad de los ciudadanos como de los visitantes extranjeros se vio limitada debido a las restricciones que aún estaban en vigor. Esto explica por qué se observa una recuperación de la ocupación que se extiende hasta aproximadamente los meses de julio y agosto, cuando los niveles de ocupación alcanzan su punto máximo. Al comparar el año 2021 con el 2022, se nota que, en los primeros meses de este último año, la ocupación se asemeja prácticamente a los niveles de los años 2018 y 2019. Además, el patrón estacional que se detectó en esos años parece repetirse de manera consistente en el 2022.

Lo más notable es que no solo se repite el patrón estacional (con una mayor concentración de visitantes en los meses de verano y una menor en los de invierno), sino que también las fluctuaciones mensuales en los apartamentos turísticos siguen siendo más pronunciadas que en los alojamientos hoteleros. Este fenómeno sugiere que la pandemia no ha afectado significativamente el comportamiento de la demanda en este sentido.

En resumen, Málaga, al igual que otras ciudades, ha experimentado cambios en la demanda de alojamientos debido a la pandemia, pero los apartamentos turísticos parecen haberse recuperado con mayor agilidad, y la estacionalidad sigue siendo una constante en la industria turística de la ciudad, con patrones similares a los observados en años anteriores. Comparando las cifras de pernoctaciones del mes de agosto, mes de mayor demanda de alojamientos turísticos en esta ciudad, de los años 2018 y 2019 con 2022 obtenemos lo siguiente: para los primeros años y alojamientos hoteleros tenemos cifras de 280.492 y 302.553 respectivamente, y para apartamentos turísticos tenemos cifras de 411.000 y 475.000. Comparando con el año 2022 tenemos un número de pernoctaciones para hoteles de 315.892 y para apartamentos turísticos la cifra de 467.000, es decir, el número de pernoctaciones en este último año no sólo ha recuperado cifras prepandémicas sino que las ha superado en el caso de los hoteles, y en el caso de los apartamentos turísticos se llegó a superar la cifra de 2018 y casi igualado la de 2019 para el mismo mes de agosto.

4.1.4 Sevilla. Análisis de patrones temporales en hoteles y apartamentos turísticos. PreCovid-19 y postCovid19

En el tramo final de este capítulo, se sumerge en un análisis de Sevilla, la capital de la región de Andalucía. Esta ciudad comparte algunas similitudes notables con Córdoba, su contraparte andaluza, ya que ambas son ciudades de interior con climas característicamente cálidos y secos. La estacionalidad en Sevilla, al igual que en Córdoba, está fuertemente influenciada por las condiciones meteorológicas y los eventos culturales y festivos que se despliegan a lo largo del año.

La climatología juega un papel fundamental en la estacionalidad de Sevilla, con meses de verano abrasadores y secos contrastando con inviernos más frescos. En consecuencia, los eventos se programan estratégicamente durante las temporadas en las que el clima se torna más benigno y amigable para los visitantes. Entre estos eventos destacan la Semana Santa y la Feria de Abril, dos celebraciones emblemáticas que tienen lugar en los meses de marzo y abril, respectivamente. Estos eventos no solo atraen a multitudes locales, sino que también atraen a una gran cantidad de turistas de todo el mundo que desean experimentar la riqueza cultural y la hospitalidad sevillana.

Además, uno de los eventos más impresionantes es la peregrinación hacia la Ermita de la Virgen del Rocío, que se lleva a cabo en el cálido mes de junio. Esta peregrinación atrae a devotos de toda España y más allá, creando una demanda adicional de alojamientos durante ese período. En octubre, Sevilla celebra la Feria de Santiponce y la fiesta de la Hispanidad, que incluye una emotiva ofrenda floral en la tumba de Cristóbal Colón, uno de los personajes históricos más influyentes de la ciudad.

Para comprender en profundidad cómo varía la demanda a lo largo del año, continuaremos examinando detenidamente los porcentajes mensuales de ocupación en los dos tipos de alojamiento que constituyen el enfoque principal de este estudio. Esto

nos permitirá descubrir patrones estacionales significativos que ayudarán a comprender mejor la dinámica turística de Sevilla y, en última instancia, a tomar decisiones más informadas en el sector de la hospitalidad en esta fascinante ciudad.

HOTELES

	2018	2019
Enero	6,45%	6,69%
Febrero	6,96%	7,00%
Marzo	8,20%	8,86%
Abril	9,12%	9,35%
Mayo	9,47%	9,51%
Junio	8,65%	8,44%
Julio	7,76%	7,64%
Agosto	8,55%	8,77%
Septiembre	9,25%	9,00%
Octubre	9,70%	9,51%
Noviembre	8,30%	7,93%
Diciembre	7,59%	7,29%

Tabla 14. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2018 y 2019. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.c

APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	2018	2019
Enero	5,02%	5,57%
Febrero	6,54%	6,66%
Marzo	7,60%	7,95%
Abril	10,95%	10,48%
Mayo	10,02%	10,28%
Junio	7,83%	8,33%
Julio	6,89%	6,84%
Agosto	7,86%	7,95%
Septiembre	9,40%	9,22%
Octubre	11,27%	11,02%
Noviembre	8,12%	7,57%
Diciembre	8,50%	8,13%

Tabla 15. Pernoctaciones (% mensual) en apartamentos turísticos en 2018 y 2019. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

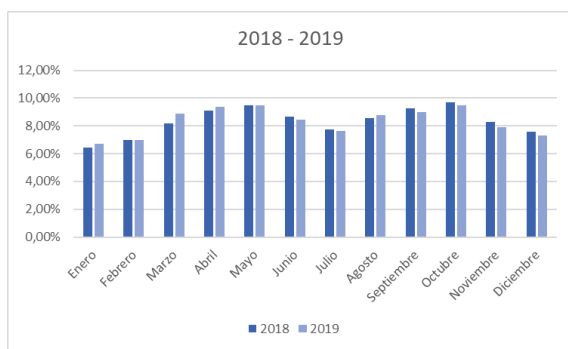


Figura 13. Patrones estacionales en hoteles en 2018 y 2019. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

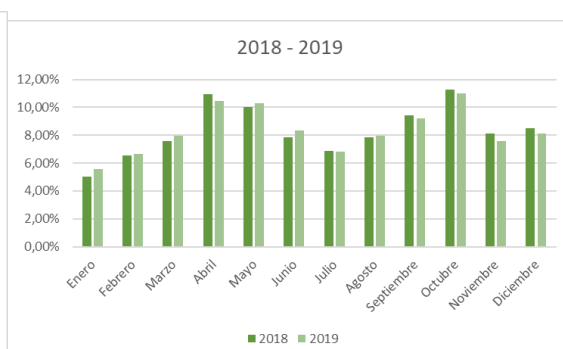


Figura 14. Patrones estacionales en apartamentos turísticos en 2018 y 2019. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

En una observación detallada de la evolución a lo largo de estos últimos dos años, se revela un patrón estacional notable que se repite de manera constante. Ya sea en hoteles o en apartamentos turísticos, la mayor parte de la ocupación se concentra en los meses de primavera y otoño, mientras que experimenta descensos notables durante los meses de verano e invierno. Este ciclo estacional parece estar intrínsecamente vinculado a las

condiciones climáticas de la región y a la celebración de eventos emblemáticos en la ciudad de Sevilla.

En particular, la agradable climatología primaveral en conjunto con la Semana Santa y la Feria de Abril actúan como poderosos imanes para atraer a turistas en estos meses intermedios. La confluencia de eventos culturales y festividades en estos periodos crea un ambiente atractivo y animado que cautiva a visitantes de todo el mundo. Después de los abrasadores meses de verano, la demanda de alojamientos turísticos en Sevilla experimenta un resurgimiento, marcando un regreso a la alta demanda por parte de los visitantes.

Al analizar las diferencias entre estos dos tipos de alojamientos, se hace evidente que la estacionalidad en los hoteles es considerablemente más estable y experimenta menos fluctuaciones en comparación con los apartamentos turísticos. En estos últimos, los meses de mayor demanda muestran incrementos significativos con un índice superior en comparación con los alojamientos hoteleros.

Para cuantificar y evaluar con precisión estas fluctuaciones, hemos calculado la media de las diferencias entre los porcentajes de ocupación. En los hoteles, encontramos una media de diferencias del 0,80% tanto para el año 2018 como para el 2019. En contraste, en los apartamentos turísticos, esta media asciende al 1,63% para el año 2018 y al 1,52% para el año 2019. Estos resultados revelan que las diferencias en los apartamentos turísticos son aproximadamente el doble en comparación con los hoteles, lo que subraya de manera concluyente que la estacionalidad en los hoteles es más uniforme y predecible que en los apartamentos turísticos.

Volviendo al cálculo del índice de Gini comprobamos que los hoteles en Sevilla en épocas de normalidad son los que tienen la estacionalidad más estable de todos los datos analizados hasta ahora con un resultado de 0,0654 en 2018 y 0,0648 en 2019, en cuanto a los apartamentos turísticos resulta un 0,1180 en 2018 y 0,1066 en 2019. De nuevo se vuelve a observar una concentración estacional menor en hoteles que en apartamentos, algo que ya se había observado gráficamente y analizando las diferencias porcentuales mensuales.

HOTELES

	2020	2021	2022
Enero	24,37%	2,24%	6,81%
Febrero	26,35%	2,05%	8,92%
Marzo	12,00%	2,69%	11,09%
Abril	0,00%	3,08%	12,61%
Mayo	0,00%	5,76%	13,21%
Junio	0,00%	8,25%	12,28%
Julio	6,73%	9,27%	10,04%
Agosto	7,88%	11,73%	12,31%
Septiembre	7,43%	12,70%	12,73%
Octubre	8,01%	16,06%	0,00%
Noviembre	3,48%	13,82%	0,00%
Diciembre	3,76%	12,36%	0,00%

Tabla 16. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2020, 2021 y 2022. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	2020	2021	2022
Enero	23,69%	1,76%	6,73%
Febrero	27,71%	1,64%	9,42%
Marzo	11,36%	2,13%	10,85%
Abril	0,96%	2,55%	13,59%
Mayo	1,31%	5,11%	13,63%
Junio	2,19%	8,15%	11,95%
Julio	6,47%	8,57%	9,38%
Agosto	8,13%	11,49%	11,18%
Septiembre	5,59%	12,64%	13,26%
Octubre	7,17%	17,26%	0,00%
Noviembre	2,19%	14,16%	0,00%
Diciembre	3,23%	14,53%	0,00%

Tabla 17. Pernoctaciones (% mensual) en establecimientos hoteleros en 2020, 2021 y 2022. Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

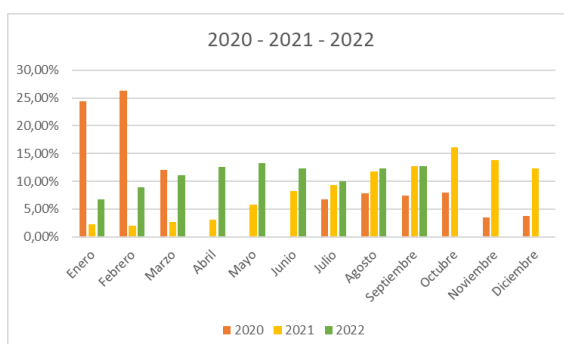


Figura 15. Patrones estacionales en hoteles en 2020, 2021 y 2022. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

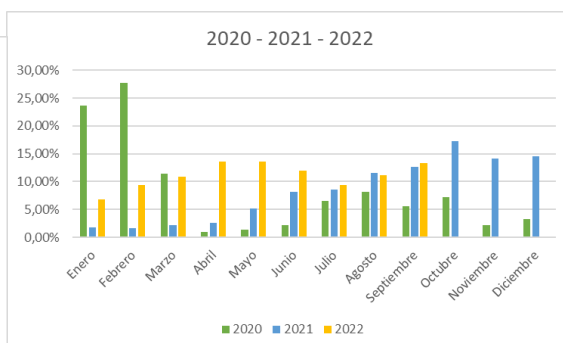


Figura 16. Patrones estacionales en apartamentos turísticos en 2020, 2021 y 2022. Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Partiendo de los datos proporcionados en las tablas y gráficos anteriores, nos adentramos en un análisis del comportamiento de la ocupación hotelera y de apartamentos turísticos en la ciudad de Sevilla durante el período de la pandemia. En términos generales, emerge un patrón recurrente que se repite de manera notable en todas las ciudades bajo estudio, y resulta esencial desglosar esta evolución año tras año para comprender en profundidad las complejas dinámicas que han surgido en este contexto excepcional.

Comenzando con el año 2020, que marcó el inicio abrupto de la pandemia, observamos un fenómeno peculiar en el que la ocupación se concentró en los primeros meses del año, especialmente en enero y febrero. Sin embargo, en marzo, se produjo un descenso brusco, alcanzando un declive significativo del 12%. Este declive se acentuó aún más en abril, con una disminución alarmante del 14%, llegando incluso al 0% de ocupación en

los meses siguientes. Estos resultados reflejan cómo los meses de primavera, que en los años anteriores habían sido testigos de las cuotas más altas de demanda, fueron impactados de manera devastadora por las restricciones, paralizando completamente la actividad turística. No fue hasta junio que comenzamos a ver un leve repunte debido al levantamiento gradual de algunas restricciones. Aunque se registró un ligero aumento en la llegada de visitantes durante los meses de verano, aún estábamos lejos de alcanzar los niveles normales de demanda. Los meses de invierno, nuevamente, sufrieron una disminución en la demanda debido a la implementación de nuevas restricciones en respuesta a un repunte de la pandemia.

El año 2021 marcó un punto de inflexión a medida que avanzaba el primer semestre, con signos alentadores de recuperación. Esta tendencia se consolidó aún más en el segundo semestre, impulsada tanto por el levantamiento parcial de restricciones como por la confianza de la sociedad en las primeras vacunas contra el virus. A medida que progresaba el año 2022, la situación se estabilizó aún más, y la ciudad de Sevilla comenzó a experimentar un patrón estacional que se asemejaba notablemente al de los años previos a la pandemia. La demanda y la actividad en el sector se recuperaron en gran medida, aunque persistieron desafíos para alcanzar los niveles de normalidad prepandemia. Volvemos a comparar los meses de mayor número de pernoctaciones de los años 2018 y 2019, que sería octubre en todos los casos, con 2022, que sería septiembre en hoteles y mayo para apartamentos turísticos, para ver esta recuperación. En hoteles tenemos una cifra de 536.328 para 2018 y de 559.653 en 2019 que, comparado con el mes de septiembre de 2022, último mes del que tenemos datos y coincide con el de mayor número de pernoctaciones, la cifra de 510.091, muy cercana a los niveles prepandémicos. En cuanto a los apartamentos turísticos la cifra de 2018 es de 350.000 pernoctaciones y 435.000 para 2019, volviendo al último mes disponible de 2022 y uno de los que mayor número de pernoctaciones tiene, que sería nuevamente septiembre, tenemos la cifra de 325.000 pernoctaciones, prácticamente llegando a niveles de 2018.

Este análisis detallado y amplio ilustra cómo la pandemia tuvo un impacto significativo en la ocupación hotelera y de apartamentos en Sevilla. Experimentamos un marcado descenso seguido de una lenta pero constante recuperación a medida que se relajaban las restricciones y avanzaba la campaña de vacunación. El sector turístico demostró su resiliencia y capacidad de adaptación, y la ciudad de Sevilla se encuentra en un camino de recuperación gradual hacia su vitalidad turística. La historia de Sevilla durante la pandemia es un testimonio de cómo las ciudades y la industria turística pueden enfrentar y superar desafíos extraordinarios con determinación y flexibilidad.

5 Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo, se presentan las conclusiones extraídas del estudio realizado en el marco del Trabajo Final de Máster (TFM), junto con posibles áreas para investigaciones futuras que podrían surgir a partir de este análisis. La industria turística, una de las más impactadas por la pandemia de COVID-19, ha demostrado su capacidad de adaptación a través de los datos de pernoctaciones en hoteles y apartamentos turísticos en diversas ciudades españolas durante el período de 2018 a 2022. Un análisis exhaustivo de estas cifras revela patrones significativos y conclusiones relevantes que iluminan la evolución de esta industria y la respuesta de los viajeros ante los desafíos enfrentados.

5.1 Conclusiones

Sin duda, el análisis de las ciudades de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla en relación con las pernoctaciones en hoteles y apartamentos turísticos ha revelado conclusiones significativas que ofrecen una visión más profunda de las dinámicas cambiantes en el sector turístico. Es evidente que el sector turístico ha demostrado ser increíblemente sensible a situaciones tan difíciles como puede ser una pandemia mundial, a medida que las restricciones se relajaron y la confianza de los viajeros se restauró gradualmente, las pernoctaciones comenzaron a experimentar un repunte en 2021 y 2022. Estos años marcaron un período de revitalización para la industria, con tasas de crecimiento que en algunas ocasiones superaron a las registradas en los años previos a la pandemia.

En términos generales se ha podido observar cómo los hoteles presentan una estacionalidad menos fluctuante y con fluctuaciones más suaves que los apartamentos turísticos comercializados en plataformas digitales. Esta diferencia se puede comprobar a simple vista en las representaciones gráficas y posteriormente se confirma tanto en el análisis de las diferencias porcentuales mensuales como en los resultados de los cálculos de los índices de Gini para cada alojamiento y cada periodo. También se puede concluir que ciudades como Granada y Sevilla presentan una mayor estabilidad estacional debido a los recursos turísticos de los que disponen y que Málaga sería la que mayores fluctuaciones de estacionalidad sufriría dado que su principal atractivo serían sus costas y playas.

La estacionalidad emergió como un factor crucial en todos los destinos, con notables aumentos de la demanda en los meses de primavera y verano. En algunas ciudades, el período de entretiempo se destacó como un momento distintivo que dio lugar a nuevas tendencias en la forma en que se realiza el turismo en tiempos de pandemia. Los turistas buscaban destinos con climas cálidos durante las vacaciones escolares, lo que impulsó un aumento en la demanda de alojamiento en estas temporadas específicas. Además, cabe destacar que, según las particularidades de cada ciudad y las normativas vigentes, la tendencia de la estacionalidad se adaptó de manera efectiva para satisfacer las cambiantes necesidades del mercado turístico. Una tendencia interesante se destaca al comparar hoteles y apartamentos turísticos y a pesar de las similitudes en los patrones generales, los apartamentos turísticos a menudo experimentaron crecimientos más pronunciados en comparación con los hoteles. Esto podría reflejar la preferencia de los viajeros por alojamientos más flexibles y autónomos, especialmente en el contexto de la pandemia.

En última instancia, el estudio comparativo de las pernoctaciones en hoteles y apartamentos turísticos en estas ciudades españolas desvela una narrativa de recuperación y adaptación dentro del ámbito turístico. La industria ha demostrado su habilidad para encarar contratiempos imprevistos y volver a cautivar a los viajeros

A través de un análisis enfocado en las ciudades de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla, y centrándose en las estadísticas de pernoctaciones en hoteles y apartamentos turísticos mediante plataformas, se han extraído conclusiones esclarecedoras que iluminan las tendencias y dinámicas que moldean el sector turístico:

- **Contribución económica continua:** A pesar de los desafíos, observando la distribución de la demanda se puede deducir que la demanda mejoró en 2021 y 2022 con respecto al 2020 y las primeras limitaciones por la pandemia, esto enfatiza la persistencia del turismo como motor económico fundamental en las ciudades estudiadas. La demanda turística no solo se ha recuperado progresivamente, sino que también ha logrado superar la demanda prepandémica en ciertos momentos.

Así mismo este análisis comparativo de las pernoctaciones en hoteles y apartamentos turísticos en estas ciudades españolas pinta un panorama de adaptación y progresiva recuperación en la demanda turística. La interacción entre factores estacionales, preferencias de los viajeros y eventos externos ha dado forma a patrones cambiantes en la demanda. A medida que las ciudades se han adaptado y evolucionado, el turismo ha demostrado ser un sector versátil y esencial en la economía, arraigado en la pasión inextinguible de los viajeros por explorar nuevas experiencias y destinos.

- **Fluctuaciones en la demanda:** A lo largo de los años estudiados, se ha constatado una variabilidad constante en las pernoctaciones tanto en hoteles como en apartamentos turísticos. Ambas modalidades de alojamiento han experimentado incrementos y decrementos en la demanda en momentos diversos, lo que refleja

la naturaleza dinámica inherente a la industria turística la cual se ve afectada por problemáticas coyunturales.

- **Impacto de la pandemia:** La irrupción de la pandemia de COVID-19 generó un impacto sustancial en la demanda turística en ambas modalidades. A partir del año 2020, las restricciones de viaje y las preocupaciones sanitarias provocaron una notoria disminución en las pernoctaciones. Sin embargo, se ha manifestado una recuperación gradual en los años posteriores a medida que las restricciones se han relajado y la confianza de los viajeros ha resurgido.
- **Patrones temporales y estacionales:** Se han identificado patrones estacionales en las pernoctaciones, donde ciertos meses han experimentado incrementos notables debido a festividades, eventos locales y condiciones climáticas favorables. Este aspecto subraya la influencia de factores temporales y contextuales en la demanda turística.
- **Diversidad entre ciudades:** Cada ciudad presenta su propia dinámica en cuanto a tasas de fluctuación y patrones de pernoctación. Estas diferencias pueden atribuirse a atracciones turísticas específicas, eventos locales y particularidades económicas regionales. También se debe tener en cuenta las limitaciones en movilidad que se estableció por la pandemia en diferentes ciudades de Andalucía.
- **Adaptación y recuperación:** Tras la etapa inicial de la pandemia, se ha observado una recuperación gradual en la demanda turística en ambas modalidades. La industria turística ha demostrado su capacidad de adaptación al responder a situaciones cambiantes y ha trabajado para restablecer la confianza de los viajeros.
- **Influencias externas:** Factores como eventos económicos, regulaciones gubernamentales, campañas promocionales y mejoras en la situación sanitaria también han ejercido influencia en las variaciones en las pernoctaciones. Estos elementos externos resultan esenciales para obtener una comprensión completa de los patrones observados.

Este análisis comparativo de las ciudades de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla en relación con las pernoctaciones hoteleras y en apartamentos turísticos a través de plataformas proporciona una visión detallada de cómo ha evolucionado la demanda turística. Este enfoque resalta la complejidad inherente al sector y la importancia de considerar múltiples factores para interpretar las variaciones en las pernoctaciones a lo largo del tiempo.

- **Modalidad destacada:** En líneas generales, tanto hoteles como apartamentos turísticos han experimentado variaciones y periodos de prosperidad en cada ciudad a lo largo de los años. Sin embargo, es notable que los hoteles han mantenido una demanda más consistente en comparación con los apartamentos turísticos. Esta tendencia podría atribuirse a la mayor consolidación y estabilidad de los servicios en los hoteles, lo que puede generar una mayor confianza entre los viajeros, especialmente en momentos de incertidumbre como los causados por la pandemia.

- **Hoteles:** En muchas ciudades, los meses de verano, en particular julio y agosto, tienden a registrar los niveles más altos de ocupación en los hoteles. Esto puede atribuirse a las vacaciones estivales y al aumento de la demanda durante las estaciones cálidas.
En algunas ciudades, los meses de octubre y noviembre también pueden ser exitosos en términos de ocupación hotelera, posiblemente debido a eventos o festividades locales.
- **Apartamentos turísticos comercializados en plataformas digitales:** En el caso de los apartamentos turísticos, los meses de verano también son populares, aunque la demanda puede extenderse más allá de julio y agosto.
Los meses de otoño y primavera también pueden resultar exitosos para los apartamentos turísticos, ya que atraen a viajeros interesados en climas más suaves y en evitar las multitudes de la temporada alta.

En términos generales, la elección entre alojarse en hoteles o apartamentos turísticos depende de las preferencias individuales de los viajeros, la ubicación de los alojamientos y la experiencia deseada. Mientras que los hoteles ofrecen comodidades y servicios consolidados, los apartamentos turísticos proporcionan mayor flexibilidad y espacio, especialmente para grupos numerosos o estancias prolongadas.

También se ha podido comprobar que el estudio de la estacionalidad en apartamentos turísticos en plataformas digitales es un indicador totalmente válido para detectar y establecer las estadísticas que predicen la demanda de turismo en destinos en general, a pesar del poco tiempo que lleva este tipo de alojamientos en el mercado. En poco tiempo han experimentado una temporalidad en su demanda que bien se puede asemejar a los alojamientos hoteleros, que son hasta ahora uno de los principales indicadores para estudiar la estacionalidad de un destino.

5.1.1 Conclusiones Finales.

Basándonos en el análisis de las estadísticas de pernoctaciones en hoteles y apartamentos turísticos en las ciudades de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla, considerando la comparativa entre ambas modalidades, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- **Consistencia en Hoteles:** Los hoteles han demostrado una mayor constancia en términos de demanda a lo largo de los años en contraste con los apartamentos turísticos. Esta consistencia podría atribuirse a la oferta más establecida y consolidada de servicios en los hoteles, lo que genera una mayor confianza entre los viajeros.
- **Variabilidad en Apartamentos Turísticos:** Los apartamentos turísticos han experimentado fluctuaciones más pronunciadas en la demanda a lo largo de los años. Esta variabilidad podría estar relacionada con factores como la competencia entre diversas plataformas de alquiler y las diferencias en calidad y ubicación de los apartamentos disponibles.

- **Meses de Éxito:** Tanto en hoteles como en apartamentos turísticos, los meses de verano suelen ser los más exitosos en términos de demanda, especialmente en ciudades con climas cálidos y playas atractivas. No obstante, la demanda de apartamentos turísticos tiende a mantenerse más constante durante otros periodos, como el otoño y la primavera.

5.2 Trabajos futuros

Después de analizar las estadísticas de pernoctaciones en hoteles y apartamentos turísticos en las ciudades de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla, teniendo en cuenta los resultados y conclusiones obtenidos, se plantean diversas posibilidades de investigaciones futuras.

- **Análisis de segmentación de mercado:** Una futura área de estudio podría enfocarse en llevar a cabo un análisis más detallado que divida la demanda en segmentos de mercado específicos, como turismo familiar, turismo de negocios y turismo de lujo, turismo activo. Esta exploración permitiría comprender las preferencias únicas de cada tipo de viajero y cómo estas afectan la demanda tanto de hoteles como de apartamentos turísticos. Sería interesante analizar qué segmentos del mercado utiliza qué tipo de alojamiento y con qué finalidad.
- **Evaluación de la experiencia del cliente:** Se tomaría en consideración llevar a cabo encuestas detalladas o análisis exhaustivos de opiniones de clientes para evaluar la experiencia y satisfacción de los viajeros en hoteles y apartamentos turísticos. Esta aproximación permitiría identificar áreas de mejora y proporcionaría una comprensión más profunda de cómo los viajeros perciben ambas modalidades.
- **Estudio de preferencias de alojamiento:** Otra opción sería llevar a cabo encuestas dirigidas a potenciales viajeros para entender sus preferencias en términos de alojamiento, los factores determinantes y las consideraciones que influyen en su elección entre hoteles y apartamentos turísticos. Sería interesante analizar si la diferencia de concentración de pernoctaciones que hemos detectado entre hoteles y apartamentos turísticos comercializados a través de plataformas digitales tiene un motivo concreto o simplemente es fruto del azar.
- **Modelos de Elección del Consumidor:** La utilización de modelos de elección podría ser utilizada para obtener una comprensión más profunda de cómo los consumidores toman decisiones entre hoteles y apartamentos turísticos. Factores como precio, ubicación y comodidades podrían ser considerados en mayor detalle.
- **Análisis de Precios:** Otra área de exploración podría centrarse en la evaluación de la relación entre los precios de hoteles y apartamentos turísticos, y cómo esto impacta en la demanda en diferentes momentos y contextos.

- **Impacto de Nuevas Tecnologías:** Resultaría provechoso analizar cómo las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial y la realidad virtual, pueden influenciar la elección entre hoteles y apartamentos turísticos, así como en la satisfacción de los clientes. En conjunto, estas áreas de investigación futura pueden contribuir a una mayor comprensión de las dinámicas entre hoteles y apartamentos turísticos, así como de las preferencias y comportamientos de los viajeros en diversos contextos y situaciones.

La gentrificación, como proceso de transformación urbana implica la llegada de nuevos residentes y mejoras en la infraestructura, podría estar relacionada con la demanda de alojamiento en estas áreas. La elección entre hoteles y apartamentos turísticos podría estar influenciada no solo por las comodidades y precios, sino también por la percepción de sostenibilidad y el impacto ambiental en la comunidad local.

Dentro de este marco, la evaluación de la sostenibilidad podría considerar cómo las prácticas de alojamiento, como la reducción de huella de carbono, la gestión de residuos y el uso responsable de recursos, podrían no solo atraer a viajeros conscientes del medio ambiente, sino también contribuir al desarrollo sostenible de las áreas turísticas y evitar efectos negativos de la gentrificación.

Por lo tanto, al analizar el impacto ambiental y de sostenibilidad, es importante tener en cuenta cómo estas prácticas pueden influir en la elección de los viajeros y, al mismo tiempo, cómo podrían mitigar o potenciar los efectos de la gentrificación en las comunidades locales.

6 Referencias

Adamiak Czeslaw, S. B. (2019). Airbnb Offer in Spain—Spatial Analysis of the Pattern and Determinants of its Distributions. *International Journal of Geo-Information*. 8 (155), 2.

Querol, N., Barquero Cabrero y Maqueda Lafuente, J. (2012). Importancia de la estacionalidad y del conocimiento de la demanda. *Revista de empresa familiar* 2 (1), 33-44.

MINCOTUR (2023) Ministerio de Industria, C. y. (03 de 04 de 2023). MINCOTUR. Obtenido del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: <https://www.mincotur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2023/Paginas/Espana-recibe-8-millones-de-turistas-internacionales-en-los-dos-primeros-meses-de-2023-un-50-por-ciento-mas-que-hace-un-ano.aspx>

Escalera, J. (1997). La fiesta como patrimonio. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* nº21, 53-58.

Fraiz Brea, J. A. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología,. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural* 13 (4), 739-740.

Getz D, N. P. (2004). Responses of family businesses to extreme seasonality in demand: the case of Bornholm, Denmark. *Tourism Management* 25 (1), 17-30.

González, J. L. (2000). La estacionalidad de la demanda turística en Andalucía y Almería: análisis y comparativa. *Congreso Internacional sobre Turismo y Mediterráneo, Almería*.

López Bonilla, J.M.. (2006). La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística. *Revista de Estudios regionales* nº77, 77-104.

Lara de Vicente, F. y López-Guzmán, T. (2004). El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades patrimonio de la humanidad. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2(2), 243-256.

Vallejo Pousada, R., Lindoso-Tato, E.Ivira y Villar-Rodríguez, M. (2018). Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: La demanda turística en el siglo xix. *Investigaciones de Historia Económica - Economic Histroy Research* 16(1), 13-21.

Solano Sánchez, M.A., Núñez Tabales, J.M. y Caridad y López del Río, L. (2022). Nuevos tipos de alojamiento: apartamentos turísticos y determinantes de valoración en el precio de estancia. *Revista Investigaciones Turísticas* 23, 94-111.

López Bonilla, J. (2006). La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística. *Revista de estudios regionales*, 77, 77-104.

Moreno-Izquierdo L., Ramón-Rodríguez, A. B., Such-Devesa, M.J. y Perles-Ribes, J.F. (2019). Tourist environment and online reputation as a generator of added value in. *Journal of Destination Marketing & Management* 11, 53-66.

Rodríguez Rangel, C. y Sánchez Rivero, M. (2018). *Estudio de la estacionalidad a nivel microterritorios: Caso de Extremadura. Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* 18, 98-120.

Vizcaíno, M. L. (2015). Evolución del turismo en España. El turismo cultural. *International Journal of Scientific Management and Tourism* 1(4), 75-95.

Instituto Nacional de Estadística (2023). *Hoteles: encuesta de ocupación, índice de precios e indicadores de rentabilidad. Últimos datos.*

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177015&menu=ultiDatos&idp=1254735576863

Instituto Nacional de Estadística (2023). *Estimación de la ocupación en alojamientos turísticos a partir de datos de plataformas experimentales.*

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576863