

ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONJUNTO MONUMENTAL DE LA ALHAMBRA Y GENERALIFE (CMAG) SOBRE LA CIUDAD DE GRANADA

Nota de Prensa

Abril 2013



Patronato de la Alhambra y Generalife
CONSEJERÍA DE CULTURA Y DEPORTE

**Grup d'Anàlisi Quantitativa Regional
Institut de Recerca en Economia Aplicada
Regional i Pública (IREA)
Universitat de Barcelona**

Dirección y coordinación: Jordi Suriñach Caralt
Joaquim Murillo Viu

Equipo investigador: Javier Romaní Fernández
Esther Vayá Valcarce

PRESENTACIÓN

El objetivo principal de este trabajo es conocer los impactos que el Conjunto Monumental de la Alhambra y Generalife (CMAG) genera sobre su entorno, principalmente, la ciudad de Granada, así como su cuantificación y sectorialización. Se aborda el análisis de la contribución del CMAG al desarrollo de la ciudad de Granada en el año 2010, teniendo en cuenta la naturaleza multidimensional (económica, social y cultural) de los efectos resultantes.

El trabajo ha sido realizado por el grupo de investigación “Análisis Cuantitativo Regional” (AQR-IREA) de la Universidad de Barcelona, y ha sido dirigido por los profesores Dr. Jordi Suriñach y Dr. Joaquim Murillo. Dicho equipo dispone de experiencia en el ámbito de análisis de referencia, como lo demuestran distintos trabajos de cuantificación de los impactos de actividades transversales de servicios para el ámbito urbano, así como alrededor de la temática del turismo cultural. Este trabajo supone la segunda edición de un trabajo similar efectuado en el 2005, referido al ejercicio 2003. El trabajo ha sido patrocinado por el “Patronato de la Alhambra y Generalife” y “La Caixa”.

Para alcanzar este objetivo, el trabajo combina la información estadística preexistente procedente de distintas fuentes (Patronato de la Alhambra y Generalife, Instituto de Estadística de Andalucía, Instituto Nacional de Estadística, Observatorio Turístico de la Provincia de Granada, Instituto Nacional de la Seguridad Social, Ayuntamiento de Granada, SABI, etc) con otra obtenida a partir de un trabajo de campo orientado a cuantificar la intensidad de las diferentes relaciones intersectoriales, así como a aflorar nuevos focos de información que permitan complementar aspectos inexplorados.

El estudio se estructura en cuatro grandes partes:

- La primera parte, caracteriza la actividad del Patronato de la Alhambra y el Generalife y analiza la evolución de los principales indicadores turísticos habida en Granada a lo largo de la primera década del siglo XXI.
- La segunda parte se presenta la metodología y los conceptos básicos utilizados para realizar el análisis de impacto económico.
- La tercera parte presenta el cálculo del impacto económico del CMAG, recordemos, objetivo central del mismo. En este sentido se presentan, secuencialmente: el análisis del impacto directo, tanto aquél generado por las actividades del Patronato de la Alhambra y Generalife (PAG) en base a su presupuesto y plan de actuaciones, como el derivado de las actividades realizadas por sus visitantes; el impacto indirecto, a través del estudio de las relaciones intersectoriales y la aplicación de los correspondientes multiplicadores; y el impacto inducido. Se concluye esta parte con la presentación del balance global, esto es, la cuantificación del impacto total.
- La cuarta parte del estudio incorpora algunos aspectos cualitativos a la reflexión. Se trata de un apartado en que se analizan los efectos culturales y sociales sobre la ciudad, aspectos no cuantificables o de difícil cuantificación monetaria.

El trabajo finaliza con tres anexos, en los que (a) se detalla la evolución turística habida en Granada a lo largo de la primera década del siglo XXI, (b) los principales resultados del trabajo de campo y (c) un análisis de la evolución 2003-2010 habida en el impacto económico directo del CMAG sobre la ciudad de Granada.

NOTA METODOLÓGICA

Cuando se plantea el estudio del impacto económico que el CMAG produce sobre la ciudad de Granada, deben distinguirse tres tipos de efectos económicos: directos, indirectos e inducidos. Los efectos directos se conocen como efectos primarios, y los indirectos e inducidos, como secundarios. El impacto total de la actividad turística sería la suma de los efectos directos, indirectos e inducidos que se dan en el territorio considerado, y éstos han sido medidos según el impacto en facturación, ocupación.

Este impacto económico tiene más importancia en algunos sectores determinados, que están mayoritariamente relacionados con el turismo. Por ello, es interesante considerar cuál es la contribución de la actividad de este sector sobre los principales sectores económicos.

Los **efectos directos**, los constituyen las “compras” de bienes y servicios realizados por el PAG, más los efectos inmediatos del gasto realizado por los visitantes del CMAG en el territorio considerado. En este sentido, son la suma del gasto realizado en hoteles, restaurantes, comercios, transporte, etc.

Los **efectos indirectos** son los que resultan del gasto generado:

- por las empresas proveedoras del PAG, quienes a su vez contratan otros bienes y servicios,
- por los hoteles, restaurantes, comercios, etc, para poder satisfacer la demanda de los visitantes de la ciudad de Granada

Los **efectos inducidos** son los resultantes del gasto realizado por los trabajadores de la ciudad de Granada que directa o indirectamente deben su lugar de trabajo a la existencia del CMAG. Por ejemplo, el consumo individual y/o familiar realizado por parte de los trabajadores de un hotel.

Para la cuantificación específica de este trabajo, se ha tenido en cuenta que el análisis del impacto del turismo se puede analizar desde el punto de vista de la demanda o desde el de la oferta. En el presente trabajo se ha intentado utilizar (y conciliar) ambos enfoques.

Más concretamente, la metodología propuesta se puede resumir en las siguientes expresiones para cada sector considerado:

Impacto económico del CMAG = Impacto Directo + Impacto Indirecto + Impacto Inducido

*Impacto Directo (1) = Número de visitantes * Estancia Media * Gasto medio/ visitante/día*

Impacto Directo (2) = Gasto por partidas efectuado por el PAG

*Impacto Indirecto (1) = Impacto Directo * Multiplicador*

*Impacto Indirecto (2) = Impacto Directo (2) * Multiplicador*

*Impacto Inducido = Población ocupada imputable a existencia del CMAG * Salario bruto medio*

(1) Originado por los visitantes del CMAG

(2) Originado por las actividades propias del PAG

También cabe mencionar que la aproximación realizada en este trabajo se centra específicamente en la ciudad de Granada. Sin embargo, es evidente que muchos efectos superan el ámbito municipal.

Así pues, para el análisis de la vertiente turística, esto es, el impacto producido por los visitantes, tomando como punto de partida las expresiones anteriores, su aplicación implica la consideración de tres etapas diferentes:

- Cálculo de la estancia media de los visitantes del CMAG en el año 2003, teniendo en cuenta las distintas tipologías bajo la hipótesis que su comportamiento puede ser variable. Las tipologías de base son dos:
 - Turistas
 - Excursionistas
- Cálculo del gasto medio por visitante y día en el territorio, teniendo en cuenta también las distintas tipologías de visitante y la distribución de este gasto entre los diferentes sectores de actividad
- Cálculo de los multiplicadores de gasto por distintos sectores, teniendo en cuenta también que parte de estos efectos indirectos pueden acabar generando demanda fuera del ámbito estrictamente municipal.

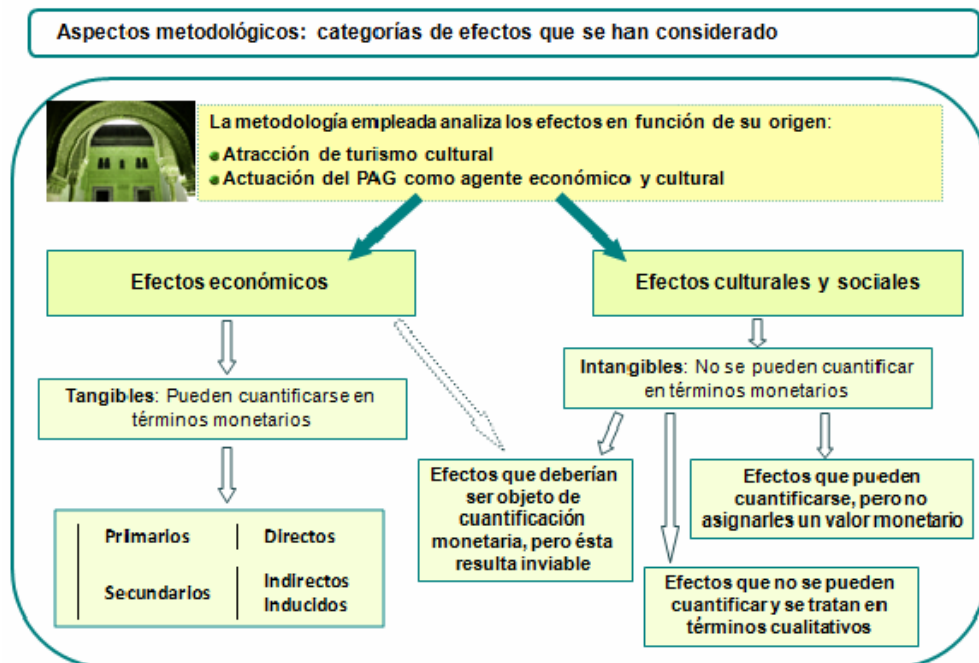
Las etapas primera y segunda se realizan a partir de la explotación de fuentes de información estadística preexistentes, tanto por el lado de la oferta como por el de la demanda, así como de los datos obtenidos a partir de un trabajo de campo. Para llevar a cabo la tercera etapa se realiza otro trabajo de campo y se recurre al uso de las Tablas Input-Output, para poder calcular la dimensión de los efectos multiplicadores.

Siguiendo los criterios utilizados por la OMT, así como también utilizando la clasificación internacional unificada de actividades turísticas, se detallan los sectores que se ven afectados directamente por la actividad turística:

- Alojamiento
- Restauración
- Agencias de viajes receptores
- Organización profesional de congresos
- Transportes públicos
- Alquiler de vehículos
- Comercio minorista
- Servicios lúdicos y culturales

Estas etapas también permiten obtener una estimación del impacto de la actividad turística en términos de ocupación, combinando tanto fuentes indirectas como los resultados del trabajo de campo.

Figura 1: Aspectos Metodológicos



PRINCIPALES RESULTADOS

A continuación, se presentan agrupados todos los resultados asociados al impacto que tiene la presencia del CMAG en la ciudad de Granada. Como se ha comentado a lo largo del trabajo, existe una parte del efecto sobre el cual se ha podido obtener una estimación cuantificada del impacto. Sin embargo, existen múltiples efectos, más cualitativos, que van desde la imagen que reporta a la ciudad, su proyección internacional, las posibilidades culturales, lúdicas y pedagógicas que genera sobre la población residente, su presencia en la red, etc. que sólo han sido explicitados en la cuarta parte del estudio.

Las figuras 2 y 3 resumen los principales resultados del impacto económico total generado por el CMAG en el conjunto de Andalucía y específicamente sobre la ciudad de Granada, respectivamente.

Figura 2. Efectos sobre Andalucía



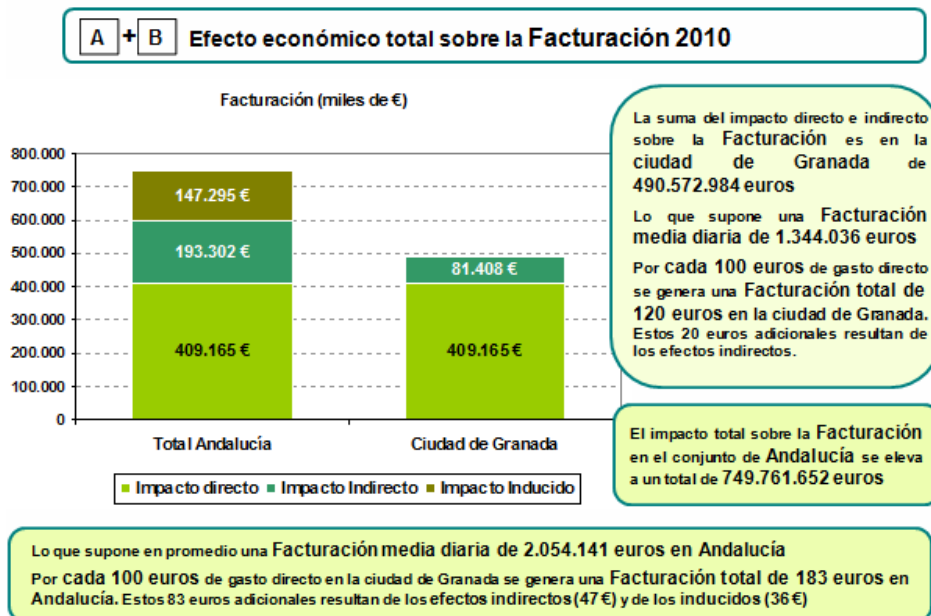
Figura 3. Efectos sobre la ciudad de Granada



Impacto directo, indirecto e inducido en términos de facturación

La figura 3 presenta detalladamente los principales resultados asociados al nivel de facturación que cabe atribuir al CMAG. Los datos están referidos al año 2010 y son, en términos globales, de 749.761.652 euros para el conjunto de Andalucía y de 490.572.984 euros para la ciudad de Granada.

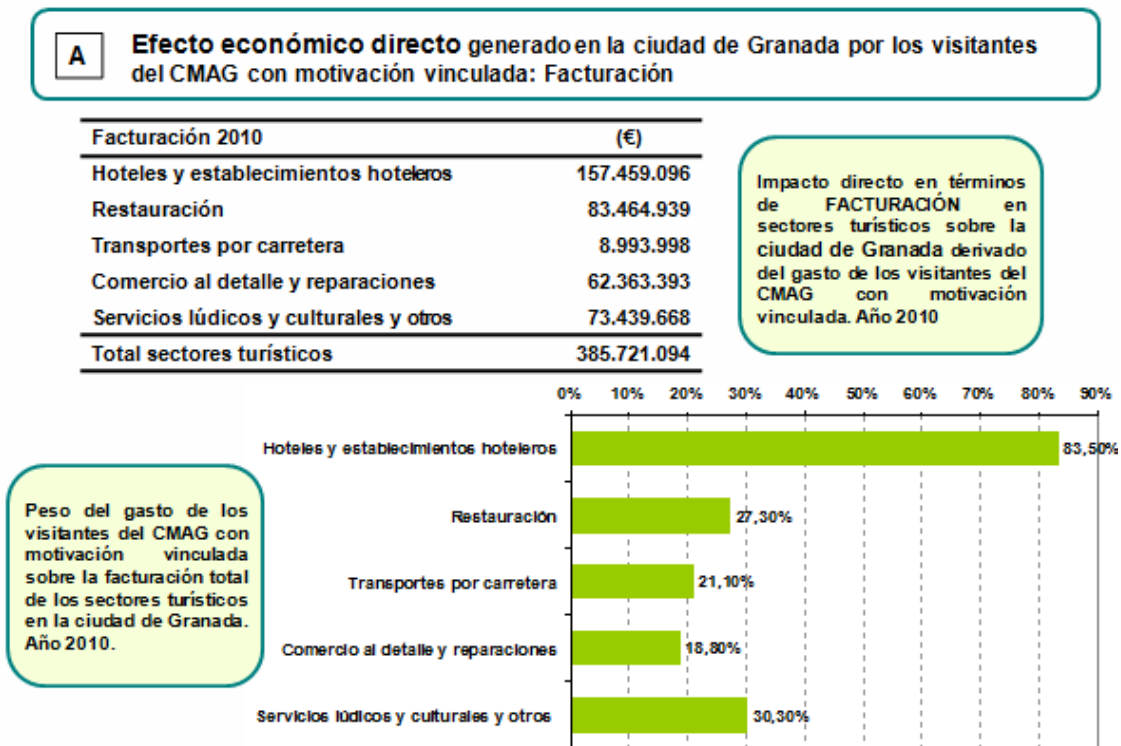
Figura 3. Efecto económico total sobre la Facturación. 2010.



De dicha información se deduce que, en promedio, la Alhambra y su actividad directa, indirecta e inducida explican un nivel de facturación diaria de 2.054.141 euros en Andalucía, mientras que el efecto directo e indirecto diario sobre la ciudad de Granada es de 1.344036 euros.

En el ámbito de la facturación, también es interesante analizar los efectos sectoriales de dicho impacto. En la figura 4 se presenta el impacto directo, a nivel de sectores turísticos, que se generan como consecuencia de la existencia del CMAG en la ciudad de Granada, exclusivamente generado por los visitantes que lo visitan.

Figura 4: Efecto económico directo de los visitantes del CMAG sobre la facturación en la ciudad de Granada. Efectos sectoriales.

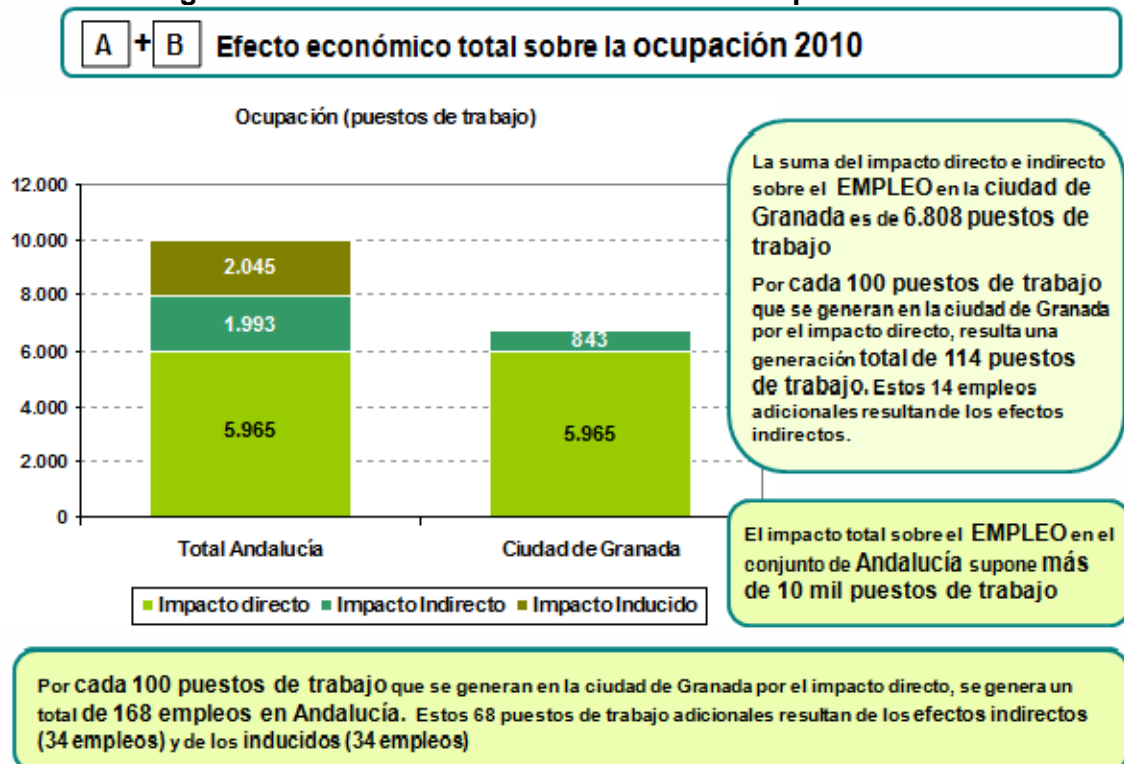


Como puede observarse, de los más de 385 millones de euros de facturación en Granada, unos 157.5 millones llegan al sector de Hostelería, 83.5 millones al de restauración, 9 millones al de transportes, 62 millones al comercio y 73.5 al de ocio y cultura. Asimismo, se observa que el 83% de la facturación de los hoteles de la ciudad tiene su origen en el CMAG, el 27% en la restauración, el 21% en el sector de transportes, el 19% en el de comercio y el 30% en el de ocio y cultura.

Impacto directo, indirecto e inducido en términos de ocupación

La figura 5 presenta detalladamente los principales resultados asociados al nivel de ocupación que cabe atribuir al CMAG. Los datos están referidos al año 2010 y son, en términos globales, de 10003 ocupados que deben su puesto de trabajo a la Alhambra en Andalucía y de 6808 ocupados para la ciudad de Granada.

Figura 5. Efecto económico total sobre la Ocupación. 2010.



A destacar los puestos de trabajo no directos generados. Así, por cada 100 puestos de trabajo que se generan en la ciudad de Granada por el impacto directo, se genera un total de 168 empleos en Andalucía. Estos 68 puestos de trabajo adicionales resultan de los efectos indirectos (34 empleos) y de los inducidos (34 empleos). A su vez, en Granada ciudad, por cada 100 puestos de trabajo que se generan en la ciudad de Granada por el impacto directo, resulta una generación total de 114 puestos de trabajo. Estos 14 empleos adicionales resultan de los efectos indirectos.

Comparación de resultados 2003-2010

La figura 6 compara el impacto económico directo asociado a la existencia del CMAG sobre la ciudad de Granada entre el estudio AQR-2005, referido al año 2003 y el estudio AQR-2013 referido al 2010. Como se observa, se ha producido un incremento, en términos nominales, del 11,7%. Aunque el mayor crecimiento se asocia al impacto de los visitantes del CMAG (29.3 M€), el crecimiento relativo mayor se produce en la actuación del PAG como agente económico.

Las causas principales de este crecimiento del impacto económico del CMAG sobre la ciudad de Granada son: (a) el aumento de visitantes con motivación vinculada (turistas: 4,92%, excursionistas: 8,22%), (b) Reducción de la estancia media de los turistas en la ciudad (pernoctación media de 3,75 noches en el 2003 a 3,55 noches en el 2010), y (c) el Gasto Medio Diario en destino, en el que se combina un crecimiento de 10 € para los turistas con un descenso de 6€ en los excursionistas. Globalmente, combinando todos los efectos, los 29.3 M€ de crecimiento asociado a los visitantes, se desglosa en 27.8 M€ asociado a los turistas y los 1.6 M€ de los excursionistas.

Figura 7. Comparativa de impacto directo sobre la ciudad de Granada. Facturación

Comparativa 2003-2010: Impulso directo inicial sobre la demanda agregada:

Origen del impulso	2003	2010	Variación 2003-2010	% Variación 2003-2010
A PAG como agente económico	1.841.857,40 €	14.285.531,66 €	12.443.674,26 €	675,6%
B Visitantes CMAG con motivación vinculada	356.353.099,00 €	385.723.489,00 €	29.370.390,00 €	8,2%
Total A + B	358.194.956,40 €	400.009.020,66 €	41.814.064,26 €	11,7%

Nota: Los datos representados expresan euros corrientes

Si comparamos el impulso inicial directo transmitido en el año 2010 con el que fue generado en el año 2003 (AQR, 2005), se observa que éste aumenta en conjunto en más de 41 millones euros, lo que supone en términos corrientes un incremento del 11,7%

¿Cómo se explica el cambio en el impacto directo generado por los visitantes del CMAG con motivación vinculada?

- Aumento de visitantes con motivación vinculada (turistas: 4,92%, excursionistas: 8,22%)
- Reducción de la estancia media de los turistas en la ciudad (pernoctación media de 3,75 noches-2003 a 3,55 noches-2010)
- GMD en destino: Δ turista (10€) y √ excursionista (6 €)

Finalmente, la figura 8 apunta la existencia de toda una serie de efectos del CMAG que no se pueden valorar monetariamente, entre éstos predominan los efectos de naturaleza cultural y social.

Figura 8. Efectos del CMAG 2010 no cuantificables en términos monetarios

