

Observatorio Almería

Febrero 2012
Análisis Económico

- **Progresiva ganancia de peso dentro de Andalucía**, apoyada en la población extranjera.
- **Crecimiento** basado en el sector primario y la construcción.
- **Un mercado laboral tan deteriorado** como el del resto de Andalucía.
- **Sector inmobiliario**: el auge almeriense se torna en corrección.

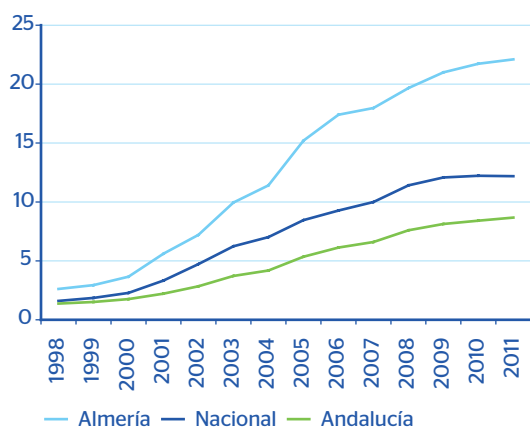
Análisis provincial: Almería

Progresiva ganancia de peso dentro de Andalucía, apoyada en la población extranjera

Almería, con 690.000 habitantes, según cifras actualizadas a enero de 2012, se encuentra a la cabeza de las provincias andaluzas que más ha visto incrementada su población en los últimos quince años, hasta suponer el 8% de la población andaluza. Junto a Málaga, Almería es la única provincia que ha ganado peso en términos de población en los últimos años (2000-2011), lo que en gran parte se explica por los intensos flujos migratorios recibidos durante el periodo de expansión, que entre el año 2000 y 2008, llegaron a aportar el 67% del crecimiento poblacional. La elevada concentración almeriense en actividades del sector primario y la construcción durante el auge pre-crisis convirtió a la provincia en punto de anclaje para muchos inmigrantes, procedentes en un alto porcentaje del continente africano y más concretamente de Marruecos, a diferencia de lo que ocurre tanto a nivel regional como nacional. Las altas por variación residencial de la población marroquí suponen el 30% del total de altas registradas en 2010, frente al 16% en Andalucía o el 10% en España. Estos porcentajes manifiestan la diferenciación de Almería frente a otras provincias en términos de tipología de inmigrantes, con un objetivo más laboral en el caso de Almería frente a otro que pudiera ser más residencial como es el caso de Málaga.

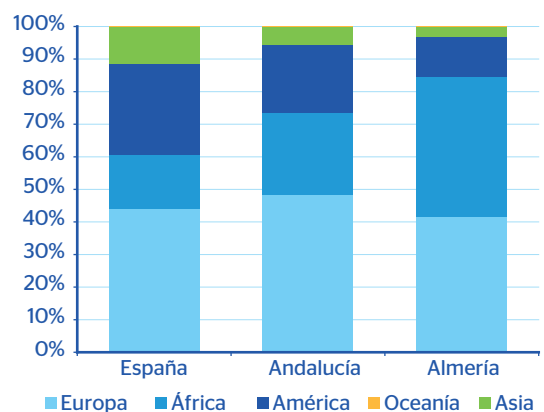
El fuerte crecimiento de la población explica que, incluso con un crecimiento más que relevante del PIB, Almería no haya continuado en su proceso de convergencia con España en términos per cápita. Con todo, esta provincia se situó en 2008 como la provincia con PIB per cápita más alto de Andalucía: 21.274€ frente a 18.369€ de la media para Andalucía.

Gráfico 1
Población Extranjera (% s/población total)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 2
Distribución de la población por continentes (% s/población extranjera)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

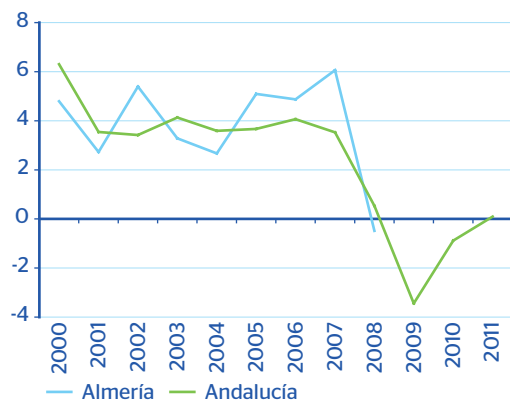
Crecimiento basado en el sector primario y la construcción

La estructura productiva de Almería basa su claro diferencial respecto a la media andaluza en dos sectores. Por un lado el sector agrícola, que de manera sostenible ha mantenido su peso sobre el crecimiento económico en el entorno del 15% (promedio 1995-2008), aunque con una ligera caída entre 2006 y 2008 como consecuencia del auge de otros sectores. El otro sector diferencial respecto a la media regional es el de la construcción, que pasó de un peso promedio

entre 1995 y 2001 inferior al 9%, a uno superior al 18% entre 2005 y 2008, el mayor de todas las provincias andaluzas e incluso del conjunto nacional, donde el peso del sector construcción sólo alcanzaba el 11,7% sobre el crecimiento económico en su punto más álgido.

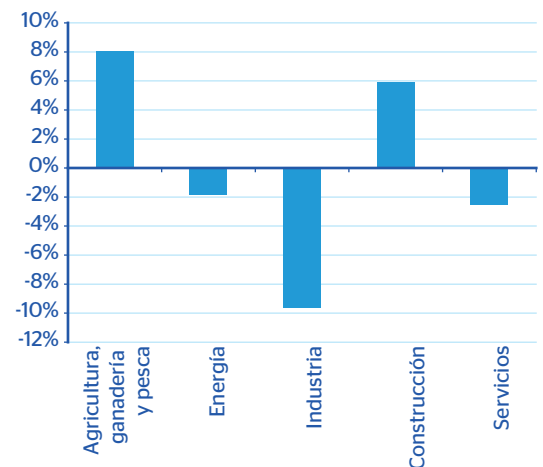
La especialización sectorial en el sector agrícola/ganadero que posee Almería unido al boom inmobiliario favoreció el crecimiento económico de la provincia, que veía como mientras el resto de la región crecía a tasas del 3,5% a/a en 2007, el PIB almeriense llegó a crecer por encima del 6% a/a en ese mismo periodo. Esa misma especialización fue la que llevó a Almería a un crecimiento económico negativo en 2008 tras el desplome del sector inmobiliario del -0,4% a/a, por encima del ajuste sufrido por Andalucía (0,5% a/a).

Gráfico 3
Crecimiento del PIB (% a/a)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 4
Estructura Productiva
(diferencial respecto a la media andaluza)

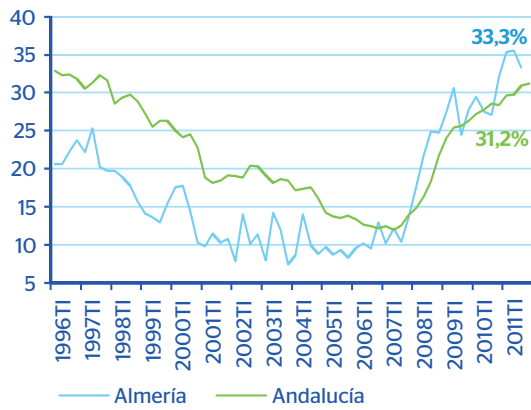


Fuente: BBVA Research a partir de INE

Un mercado laboral tan deteriorado como el del resto de Andalucía

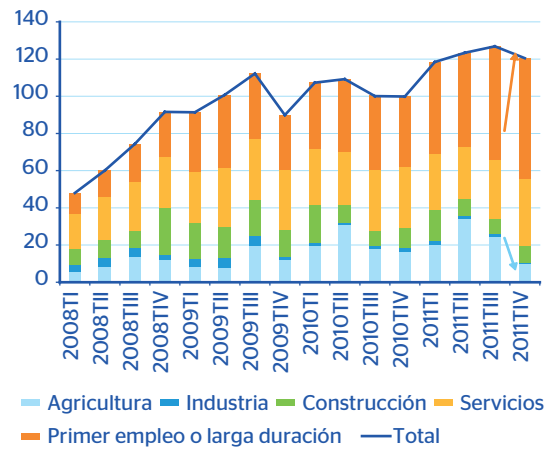
Tras el periodo de crecimiento analizado, la crisis generó cambios importantes en el mercado laboral, especialmente en el caso almeriense, que tras haber mantenido una brecha histórica a su favor, vio como desde 2008 la tasa de paro se ha igualado, e incluso a superado a la regional. Este cambio ha estado altamente ligado a un incremento importante en la población desempleada de larga duración, que atendiendo a los datos correspondientes al cuarto trimestre de 2011 representaban el 54% del total de parados, frente al 37% que representan a finales de 2010. Por otro lado, la estacionalidad que caracteriza al sector agrícola unida al elevado porcentaje de la población empleada en el mismo (20% del total de los ocupados), ha permitido que el último trimestre de 2011 el desempleo en este sector se haya visto reducido en 14.600 personas, frente al incremento mostrado en el número de parados del resto de sectores.

Gráfico 5
Tasa de Paro (%)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 6
Población desempleada (miles de personas)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

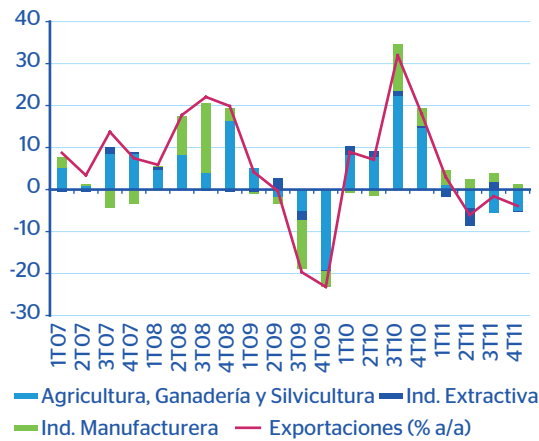
Así, la tasa de paro de la provincia de Almería se ha situado en el último trimestre de 2011 en el 33,3%, 2 p.p. por encima de la tasa registrada en Andalucía, aunque desacelerándose desde el 35,6% alcanzado en el tercer trimestre.

La debilidad de la actividad también se nota en Almería

Las dificultades que se observan en el mercado laboral se están trasladando también al consumo, que no muestra un comportamiento diferencial frente a otros territorios del entorno, lo que puede observarse a través de los indicadores de matriculaciones de turismo. Pero además, en este caso el ajuste también se observa en el sector exterior, cuyas exportaciones en 2011 habrían crecido un 0,9% (nominal), frente al 20% de Andalucía o al 16% del conjunto de España

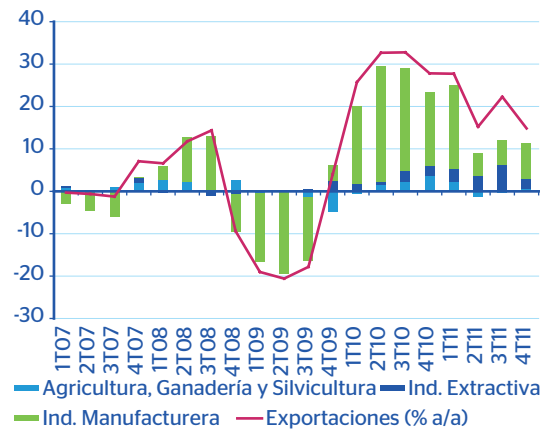
Más allá de los factores comunes que se encuentran tras el freno de la demanda europea, la especial incidencia en el sector exportador almeriense puede explicarse por la gran concentración del comercio almeriense hacia la zona euro: el 80% del total de las exportaciones se dirigen en la actualidad hacia este área, sin grandes cambios desde el 84% de peso promedio entre el 2000 y 2008, lo que amplifica el efecto negativo que la debilidad europea ejerce sobre el sector exterior. Por el contrario, en el conjunto de Andalucía se observa una mayor diversificación geográfica, y el peso de la zona euro en sus exportaciones fue del 44% en 2011 (desde el 54% promedio 2000-2008), ampliando por tanto el peso de las exportaciones hacia la zona no euro, con crecimientos económicos más sostenidos.

Gráfico 7
Almería:
contribución al crecimiento de las exportaciones (%)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 8
Andalucía:
contribución al crecimiento de las exportaciones (%)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

De hecho, los datos de Andalucía reflejan el comportamiento relativamente plano de la contribución de las exportaciones agrícolas al total. Dada su característica de productos básicos, los alimentos tienden a mostrar una menor oscilación cíclica, que se traduce en una contribución relativamente constante al crecimiento de las exportaciones, mientras que es el sector industrial el que muestra un comportamiento cíclico relevante en las exportaciones. En el caso de Almería, en cambio, el elevado peso de las exportaciones agrícolas da lugar a que éstas sean el factor más relevante para las variaciones en las mismas. El comportamiento en 2011 muestra que la crisis del pepino, si bien no tuvo impacto relevante en el conjunto de la comunidad, sí lo podría haber tenido en la provincia.

Asimismo, el contexto de mayor liberalización de las importaciones de alimentos promovida por las instituciones europeas supone un reto adicional al que deberá enfrentarse el sector agrícola almeriense, expuesto a una mayor competencia internacional.

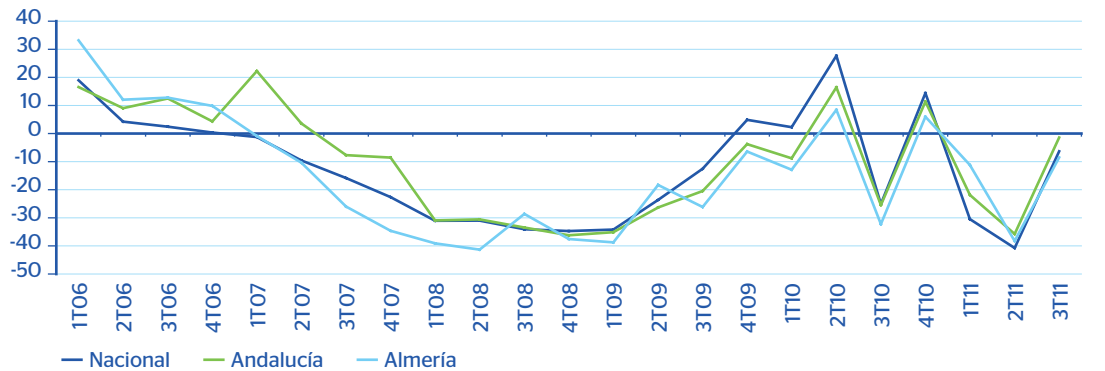
Sector inmobiliario: el auge almeriense se torna en corrección

Como ya se ha comentado, la construcción ha sido, junto a la actividad agrícola, el sector que más diferenciación sectorial ha supuesto para esta provincia. Almería, con un 13% del peso sobre el total de transacciones de viviendas realizadas en Andalucía (promedio 2004-2011), se sitúa como la cuarta provincia andaluza con mayor número de este tipo de transacciones tras Málaga, Sevilla y Cádiz, posición que mejora hasta el tercer puesto en caso de viviendas de obra nueva.

Detrás de este posicionamiento se encuentran dos motivos. En primer lugar, la mejora en la renta per capita de Almería ya comentada, y el fuerte incremento de población supusieron una presión relevante desde el punto de vista de la demanda doméstica. Además, la expansión del conjunto de España aumentó la demanda de segundas viviendas, incorporando a Almería como nuevo destino en el litoral mediterráneo. Así, entre 2005 y 2006, las transacciones de viviendas crecieron en la provincia un 15%, frente al 6% tanto de Andalucía como del resto de España. Tras la caída del sector, el ajuste mostrado en el último año ha sido similar al observado a nivel regional y nacional.

Gráfico 9

Transacciones inmobiliarias de viviendas (% a/a)



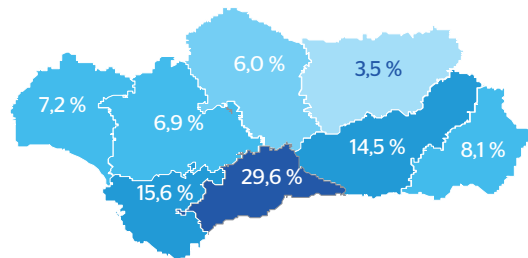
Fuente: BBVA Research a partir de Ministerio de Fomento

Necesidad de potenciar el sector turístico

El turismo se presenta como uno de los grandes retos a los que se enfrenta la provincia, ya que siendo una de las provincias con más kilómetros de costa, acapara solamente un 8,1% del total de viajeros con destino Andalucía.

Gráfico 10

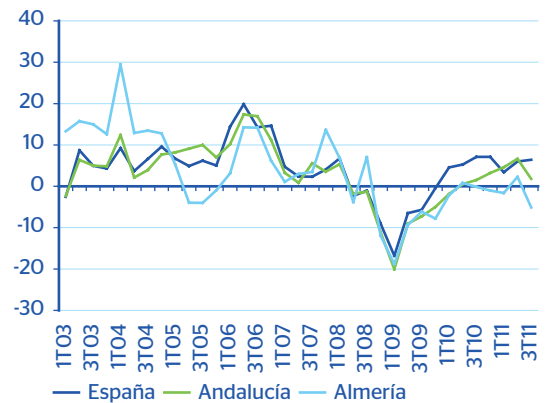
Entrada de viajeros (% sobre el total de viajeros en Andalucía. promedio 2007- sep 2011)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 11

Entrada de viajeros (% a/a)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

La mejora de las comunicaciones e infraestructuras, el aprovechamiento del turismo de sol y playa como el desarrollado en zonas como Roquetas de Mar, Agudulce, Mojácar o la garrucha, el desarrollo de actividades destinada al turismo deportivo como el golf, puertos deportivos o parques naturales marítimos, junto a otras alternativas como centros de relax o turismo rural, se presentan como opciones para la reactivación del turismo.

Cuadro 1

Distribución de viajeros por procedencia (% sobre el total de viajeros. promedio 2007- sep 2011)

	España	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Nacionales	57	63	84	70	66	62	81	88	50	56
Extranjeros	43	37	16	30	34	38	19	12	50	44

Fuente: BBVA Research a partir de INE

Además, la orientación del turismo hacia nuevos mercados podría ayudar a Almería en esta reactivación, dado que será el mercado extranjero, que en Almería sólo supone el 16% de sus viajeros, el que más fomente el crecimiento del sector. El reclamo de turistas que tienen como principal destino alguna provincia cercana podría formar parte de esta orientación.

Encuesta de actividad económica de la provincia de Almería

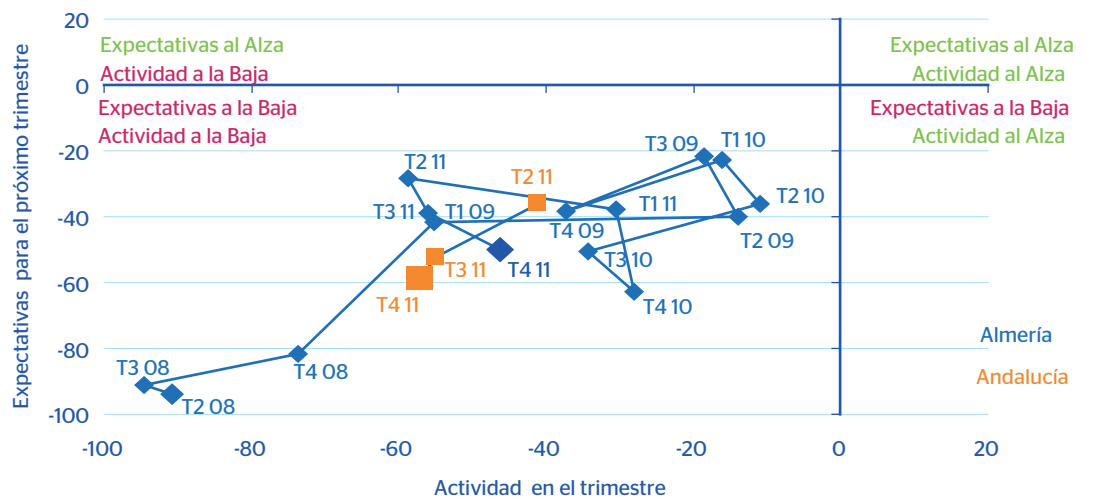
La Encuesta de Actividad Económica BBVA (EAE) de la economía andaluza permite realizar una desagregación territorial por provincias de las respuestas recogidas. La información de estas encuestas trimestrales ofrece una visión aproximada de la situación económica, tanto de Andalucía como sus provincias, pudiendo ser utilizadas, por tanto, como un termómetro del clima económico de la región y permitiendo, además, aproximar la senda de crecimiento.

En el caso de la provincia de Almería, los datos recogidos del cuarto trimestre de 2011 reflejan la situación negativa en la que se encontraba la provincia de Almería, y una visión similar para el primer trimestre de 2012. El comportamiento de la provincia, por tanto, no parece sustancialmente distinto del que se observa en el conjunto de la comunidad autónoma, si bien el clima puede considerarse de menor pesimismo. De hecho, aunque todavía dentro del pesimismo, la percepción sobre el comportamiento de la actividad mejoró algo durante el cuarto trimestre (ver gráfico 12).

Nuevamente, la crisis del pepino refleja el distinto comportamiento de la provincia, que alcanzó el mínimo en percepción sobre actividad en el segundo trimestre, adelantándose al freno del resto de Andalucía, con un 46% más de respuestas de empeoramiento que de mejora, frente al 58% registrado en Andalucía. Estas mismas sensaciones se han repetido en las perspectivas para la situación económica del primer trimestre de 2012, que aunque con opiniones menos negativas de los encuestados almerienses, auguraban un deterioro en los primeros meses de 2012.

Gráfico 12

Evolución de la Actividad Económicas y Expectativas. Actividad Económica respecto al trimestre anterior y Expectativas para el próximo trimestre. Saldos de respuesta extremas (% ponderado)



Fuente: BBVA

AVISO LEGAL

Este documento, así como los datos, opiniones, estimaciones, previsiones y recomendaciones contenidas en el mismo, han sido elaborados por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (en adelante "BBVA"), con la finalidad de proporcionar a sus clientes información general a la fecha de emisión del informe y están sujetas a cambio sin previo aviso. BBVA no asume compromiso alguno de comunicar dichos cambios ni de actualizar el contenido del presente documento.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud de compra o suscripción de valores o de otros instrumentos o de realización o cancelación de inversiones, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

El inversor que tenga acceso al presente documento debe ser consciente de que los valores, instrumentos o inversiones a que el mismo se refiere pueden no ser adecuados para sus objetivos específicos de inversión, su posición financiera o su perfil de riesgo ya que no han sido tomadas en consideración para la elaboración del presente informe, por lo que debe adoptar sus propias decisiones de inversión teniendo en cuenta dichas circunstancias y procurándose el asesoramiento específico y especializado que pueda ser necesario. El contenido del presente documento se basa en informaciones que se estiman disponibles para el público, obtenidas de fuentes que se consideran fiables, pero dichas informaciones no han sido objeto de verificación independiente por BBVA por lo que no se ofrece ninguna garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección. BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido. El inversor debe tener en cuenta que la evolución pasada de los valores o instrumentos o los resultados históricos de las inversiones, no garantizan la evolución o resultados futuros.

El precio de los valores o instrumentos o los resultados de las inversiones pueden fluctuar en contra del interés del inversor e incluso suponerle la pérdida de la inversión inicial. Las transacciones en futuros, opciones y valores o instrumentos de alta rentabilidad (high yield securities) pueden implicar grandes riesgos y no son adecuados para todos los inversores. De hecho, en ciertas inversiones, las pérdidas pueden ser superiores a la inversión inicial, siendo necesario en estos casos hacer aportaciones adicionales para cubrir la totalidad de dichas pérdidas. Por ello, con carácter previo a realizar transacciones en estos instrumentos, los inversores deben ser conscientes de su funcionamiento, de los derechos, obligaciones y riesgos que incorporan, así como los propios de los valores subyacentes a los mismos. Podría no existir mercado secundario para dichos instrumentos.

BBVA o cualquier otra entidad del Grupo BBVA, así como sus respectivos directores o empleados, pueden tener una posición en cualquiera de los valores o instrumentos a los que se refiere el presente documento, directa o indirectamente, o en cualesquiera otros relacionados con los mismos; pueden negociar con dichos valores o instrumentos, por cuenta propia o ajena, proporcionar servicios de asesoramiento u otros servicios al emisor de dichos valores o instrumentos, a empresas relacionadas con los mismos o a sus accionistas, directivos o empleados y pueden tener intereses o llevar a cabo cualesquiera transacciones en dichos valores o instrumentos o inversiones relacionadas con los mismos, con carácter previo o posterior a la publicación del presente informe, en la medida permitida por la ley aplicable.

Los empleados de los departamentos de ventas u otros departamentos de BBVA u otra entidad del Grupo BBVA pueden proporcionar comentarios de mercado, verbalmente o por escrito, o estrategias de inversión a los clientes que reflejen opiniones contrarias a las expresadas en el presente documento; asimismo BBVA o cualquier otra entidad del Grupo BBVA puede adoptar decisiones de inversión por cuenta propia que sean inconsistentes con las recomendaciones contenidas en el presente documento. Ninguna parte de este documento puede ser (i) copiada, fotocopiada o duplicada en ningún modo, forma o medio (ii) redistribuida o (iii) citada, sin el permiso previo por escrito de BBVA. Ninguna parte de este informe podrá reproducirse, llevarse o transmitirse a aquellos Países (o personas o entidades de los mismos) en los que su distribución pudiera estar prohibida por la normativa aplicable. El incumplimiento de estas restricciones podrá constituir infracción de la legislación de la jurisdicción relevante.

Este documento será distribuido en el Reino Unido únicamente a (i) personas que cuentan con experiencia profesional en asuntos relativos a las inversiones previstas en el artículo 19(5) de la ley de servicios y mercados financieros de 2000 (promoción financiera) de la orden de 2005, (en su versión enmendada, en lo sucesivo, la "orden") o (ii) entidades de grandes patrimonios sujetas a lo dispuesto en el artículo 49(2)(a) a (d) de la orden o (iii) personas a las que legalmente se les pueda comunicar una invitación o propuesta para realizar una inversión (según el significado del artículo 21 de la ley de servicios y mercados financieros de 2000) (en adelante, todas estas personas serán "personas relevantes"). Este documento está dirigido únicamente a las personas relevantes y las personas que no sean personas relevantes no se deberán basar en el mismo ni actuar de conformidad con él. Las inversiones o actividades de inversión a las que hace referencia este documento sólo están disponibles para personas relevantes y sólo se realizarán con personas relevantes.

Ninguna parte de este informe podrá reproducirse, llevarse o transmitirse a los Estados Unidos de América ni a personas o entidades americanas. El incumplimiento de estas restricciones podrá constituir infracción de la legislación de los Estados Unidos de América.

El sistema retributivo del/los analista/s autor/es del presente informe se basa en una multiplicidad de criterios entre los cuales figuran los ingresos obtenidos en el ejercicio económico por BBVA e, indirectamente, los resultados del Grupo BBVA, incluyendo los generados por la actividad de banca de inversiones, aunque éstos no reciben compensación basada en los ingresos de ninguna transacción específica de banca de inversiones.

BBVA no es miembro de FINRA y no está sujeta a las normas de revelación previstas para sus miembros.

"BBVA está sometido al código de conducta de los Mercados de Valores del Grupo BBVA, el cual incluye, entre otras, normas de conducta establecidas para prevenir y evitar conflictos de interés con respecto a las recomendaciones, incluidas barreras a la información. El Código de Conducta en los Mercados de Valores del Grupo BBVA está disponible para su consulta en la dirección Web siguiente: www.bbva.com / Gobierno Corporativo".

BBVA es un banco, supervisado por el Banco de España y por la Comisión Nacional del Mercado de Valores, e inscrito en el registro del Banco de España con el número 0182.

Este informe ha sido elaborado por la Unidad de España:*Economista Jefe Economías Desarrolladas***Rafael Doménech**

+34 91 537 36 72

r.domenech@bbva.com

España

Miguel Cardoso

+34 91 374 39 61

miguel.cardoso@bbva.com

Ángel Gavilán

+34 91 374 52 62

angel.gavilan@bbva.com

Miriam Montañez

+34 95 424 74 86

miriam.montanez@bbva.com

Virginia Pou

+34 91 537 77 23

virginia.pou@bbva.com

Mónica Correa

+34 91 374 64 01

monica.correa@bbva.com

Félix Lores

+34 91 374 01 82

felix.lores@bbva.com

Leticia Riva

+34 91 374 62 66

leticia.riva@bbva.com

Pep Ruiz

+34 91 537 55 67

ruiz.aguirre@bbva.com

Juan Ramón García

+34 91 374 33 39

juanramon.gi@bbva.com

Antonio Marín

+34 91 374 62 66

antonio.marin.campos@bbva.com

Miguel Pérez

+34 91 374 75 28

m.perezvillaseca@bbva.com

Camilo Andrés Ulloa

+34 91 537 84 73

camiloandres.ulloa@bbva.com

BBVA Research*Economista Jefe del Grupo***Jorge Sicilia***Economías Emergentes:***Alicia García-Herrero**

alicia.garcia-herrero@bbva.com.hk

Análisis Transversal Economías Emergentes

Álvaro Ortiz Vidal-Abarca

alvaro.ortiz@bbva.com

Coordinación Latam

Argentina

Gloria Sorensen

gsorensen@bbva.com

Chile

Alejandro Puente

apuente@grupobbva.cl

Colombia

Juana Téllez

juana.tellez@bbva.com

Perú

Hugo Perea

hperea@bbva.com

Venezuela

Oswaldo López

oswaldo_lopez@bbva.com

México

Adolfo Albo

a.albo@bbva.bancomer.com

Análisis Macro México

Julián Cubero

juan.cubero@bbva.bancomer.com

*Economías Desarrolladas:***Rafael Doménech**

r.domenech@bbva.com

España

Miguel Cardoso

miguel.cardoso@bbva.com

Europa

Miguel Jiménez

mjimenezg@bbva.com

Estados Unidos

Nathaniel Karp

nathaniel.karp@bbvacompass.com

*Sistemas Financieros y Regulación:***Santiago Fernández de Lis**

sfernandezdelis@grupobbva.com

Sistemas Financieros

Ana Rubio

arubiog@bbva.com

Pensiones

David Tuesta

david.tuesta@bbva.com

Regulación y Políticas Públicas

María Abascal

maria.abascal@bbva.com

Áreas Globales:

Escenarios Económicos

Juan Ruiz

juan.ruiz@bbva.com

Escenarios Financieros

Sonsoles Castillo

s.castillo@bbva.com

Innovación y Procesos

Clara Barrabés

clara.barrabes@bbva.com

*Market & Client Strategy:***Antonio Pulido**

ant.pulido@grupobbva.com

Equity Global

Ana Munera

ana.munera@grupobbva.com

Crédito Global

Javier Serna

Javier.Serna@bbvauk.com

Tipos de Interés, Divisas y

Materias Primas

Luis Enrique Rodríguez

luisen.rodriguez@grupobbva.com

Interesados dirigirse a:**BBVA Research**

Paseo Castellana, 81 - 7ª planta

28046 Madrid (España)

Tel: +34 91 374 60 00 y 91 537 70 00

Fax: +34 91 374 30 25

bbvaresearch@bbva.com

www.bbvaresearch.com