

Programa de Actuaciones Turísticas  
en Playas de **Andalucía**



Poner en valor el litoral andaluz

Andalucía

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### Índice

03	1 - Introducción
07	2 - Proceso de diseño del Programa
08	2.1 - Diagnóstico de las playas
12	2.2 - Principales preocupaciones del Sector
14	2.3 - Experiencias de otros destinos
18	2.4 - Perfil de la demanda
33	3 - Programa de actuaciones
36	3.1 - Actuaciones sobre la oferta
40	3.2 - Actuaciones sobre la demanda
40	3.2.1 - Acciones de promoción
41	3.2.2 - Acciones de comunicación
42	4 - Marco financiero



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**



### 1. Introducción

El turismo es uno de los motores del crecimiento económico de Andalucía: supone el 12,1% del PIB regional, genera 15.300 millones de euros y emplea a 375.000 personas.

El turismo de Sol y Playa es el pilar más importante del sector: de los 25,1 millones de turistas que visitaron Andalucía el año pasado 14,3 millones (57%) lo hicieron principalmente para disfrutar de nuestras playas. Además, y más importante aún, de los 15.300 millones de ingresos turísticos generados más del 60% tuvieron su origen en este segmento.

Entre las principales ventajas que aporta este producto destacan que la duración de su estancia es superior a la media (10,1 días frente a 8,5 días), que genera más del 70% de las pernoctaciones hoteleras, que el grado de fidelidad de los visitantes es elevado (el 41% de los turistas de Sol y Playa repiten su visita a Andalucía) y que es el principal reclamo de nuestros mercados más importantes, el nacional y el británico.

Se trata además de un segmento que aunque es maduro no muestra síntomas de agotamiento: las pernoctaciones hoteleras en las costas andaluzas crecieron de media entre 2000-2005 alrededor del 4%, similar a la media de la comunidad, manteniendo una cuota de mercado prácticamente constante. Los datos de 2006 muestran un mayor dinamismo con un crecimiento superior al 5%.

Si queremos seguir teniendo éxito a medio y largo plazo es necesario que seamos capaces de afrontar los nuevos retos que se nos plantean:

- Adaptarnos a un entorno cada vez más competitivo:

La demanda de Sol y Playa en Andalucía es mayoritariamente nacional, aunque la mayor parte de los viajes que realizan los españoles al extranjero son de carácter cultural, la rápida expansión que está experimentando el turismo emisor puede llegar a afectar a los destinos de litoral, especialmente por la competencia que suponen los destinos americanos.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**



### 1. Introducción

Entre los extranjeros los principales clientes son los británicos y los alemanes. Entre 2001 y 2005 el número de turistas británicos que visitaron Croacia, Turquía o Eslovenia aumentó un 140% (el número que visitó España creció un 14%), a pesar de ello su suma (aproximadamente 2 millones) es muy inferior a los británicos que visitaron Andalucía en 2005 (3 millones). En 2006 visitaron Andalucía 3,118 millones de británicos.

- Aprovechar todo el potencial de nuestro litoral, teniendo en cuenta que es muy extenso y diverso y que el 50% de las pernoctaciones hoteleras se concentra en la Costa del Sol.
- Aumentar la ocupación en los meses no estivales (más del 50% de las pernoctaciones hoteleras se registran entre junio y septiembre).

Para ello es necesario que aprovechemos las ventajas que ofrece un destino moderno como el nuestro, que establezcamos sinergias con otros productos y que enriquezcamos y añadamos valor a las playas, el componente de la ecuación Sol y Playas sobre el que podemos incidir directamente.

La Junta de Andalucía consciente de ello se propuso desarrollar un Programa de actuación en Playas apoyado en:

1. Un diagnóstico exhaustivo que permitiera diseñar acciones específicas según las necesidades de cada playa: por su ubicación, aspectos físicos, equipamientos de partida etc.
2. La experiencia y el conocimiento de los agentes económicos y sociales del sector.
3. El análisis de lo que hacen otros destinos, para aprender de sus aciertos y errores.
4. El conocimiento de la demanda.

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**



### 1. Introducción

Este esfuerzo ha dado como resultado el primer Programa de actuaciones de carácter integral de España, integral porque acoge acciones específicas dirigidas tanto a la oferta (en función de su tipología) como a la demanda y porque cuenta con un amplio marco financiero que incorpora inversiones de otras administraciones y del sector privado.





2.  
Proceso de  
diseño del  
Programa

Andalucía



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

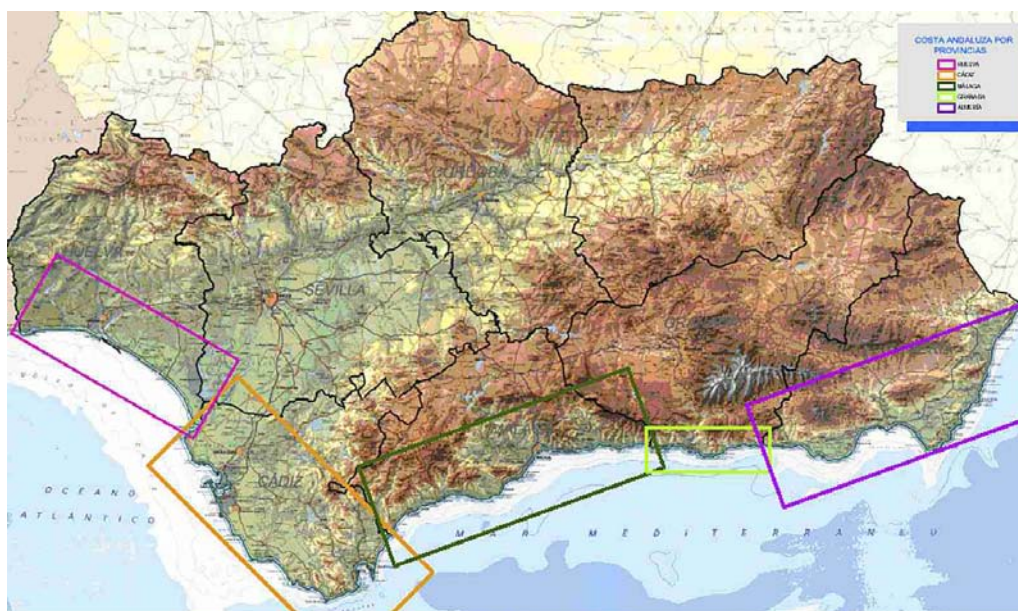
### 2. Proceso de diseño del Programa

#### 2.1 Diagnóstico de las playas

Se ha realizado un diagnóstico de las playas de Andalucía con el objetivo de conocer con detalle todos los arenales del litoral andaluz. Un proceso complejo teniendo en cuenta que Andalucía cuenta con 373 playas que ocupan 500 km (60% de la costa andaluza) repartidos en 61 municipios.

Provincia	Nº Municipios de Litoral	Nº de Playas	Metros lineales Playas (km)	Longitud costa Andalucía (km)	Longitud Media Playa (km)
Almería	13	109	111,5	231,3	1,06
Cádiz	16	76	142,3	200	1,87
Granada	9	46	35,6	103	0,77
Huelva	9	19	77,3	145	4,07
Málaga	14	123	129,5	164	1,05
Andalucía	61	373	500,1	843,3	1,34

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte



Málaga es la provincia que cuenta con más arenales (33% del total de la comunidad) siendo Cádiz la provincia que cuenta con más metros lineales de playa.

Además del aspecto físico de las playas, se han analizado sus infraestructuras y servicios, sus condiciones de seguridad y accesibilidad, sus certificaciones de calidad, el tipo de utilización que se le da y su tasa de ocupación.

A partir de estos criterios se han identificado cuatro tipos de playas:

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

- **Playas Urbano-Turísticas:** situadas en núcleos urbanos, lo que implica un elevado grado de ocupación. Disponen normalmente de múltiples servicios (áreas de aparcamiento, alojamientos cercanos, restaurantes, quioscos...) y áreas lúdico-deportivas. Su accesibilidad tanto rodada como peatonal suele ser buena.
- **Playas Periurbanas:** playas situadas próximas a núcleos de población, su entorno en comparación con la categoría anterior no está tan altamente transformado (infraestructuras y servicios), pero la afluencia de gente sigue siendo alta o medio-alta. La accesibilidad en este tipo de playas es mejorable (si tenemos en cuenta su intensidad de ocupación).
- **Playas Paisajísticas:** suelen ser espacios poco transformados debido a su localización en un medio parcialmente edificado. Su accesibilidad es bastante escasa y el grado de ocupación es medio-bajo. Los servicios e infraestructuras de que dispone son básicos debido a sus características intrínsecas.
- **Playas Naturales:** esta categoría designa a los arenales situados en parajes aislados, normalmente con un elevado valor ecológico. Son generalmente espacios protegidos y con difícil accesibilidad (lo que ayuda a su conservación). Debido a ello el grado de ocupación es bajo así como sus equipamientos e infraestructuras.

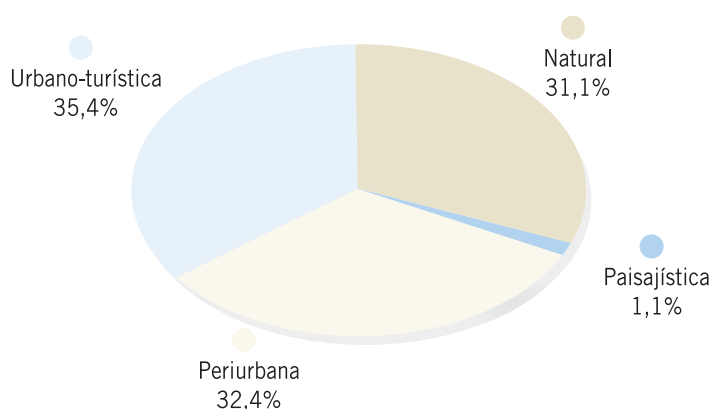


## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

A nivel autonómico, el número de playas perteneciente a las distintas categorías definidas anteriormente son las siguientes: Urbano-turísticas (132 playas), Periurbanas (121), Naturales (116) y Paisajísticas (4).

Distribución territorial Playas de Andalucía



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La distribución territorial en Andalucía es la que se presenta en el siguiente cuadro:

Distribución territorial Playas de Andalucía por tipología y provincia

Categorías	Almería	%	Cádiz	%	Granada	%	Huelva	%	Málaga	%
Periurbana	21	17,36	30	24,79	13	10,74	1	0,83	56	46,28
Urbano-Turística	34	25,76	20	15,15	17	12,88	10	7,58	51	38,64
Natural	53	45,69	25	21,55	16	13,79	8	6,90	14	12,07
Paisajística	1	25,00	1	25,00	-	00,00	-	00,00	2	50,00

Del total de playas Urbano-turísticas de Andalucía, más de una de cada tres se encuentran en la provincia de Málaga (38,6%). A continuación es la provincia de Almería la que cuenta con una mayor cuota de las playas de esta tipología (25,7%). A estas provincias les siguen por orden: Cádiz (15,1%), Granada (12,88%) y Huelva (7,5%).

Del número de playas englobadas dentro de la categoría Periurbana, casi la mitad se encuentran en la provincia de Málaga (46,2%), y una de cada cuatro en Cádiz (24,7%). El resto de playas Periurbanas se reparten como sigue: Almería (17,3%), Granada (10,7%) y Huelva (0,8%).

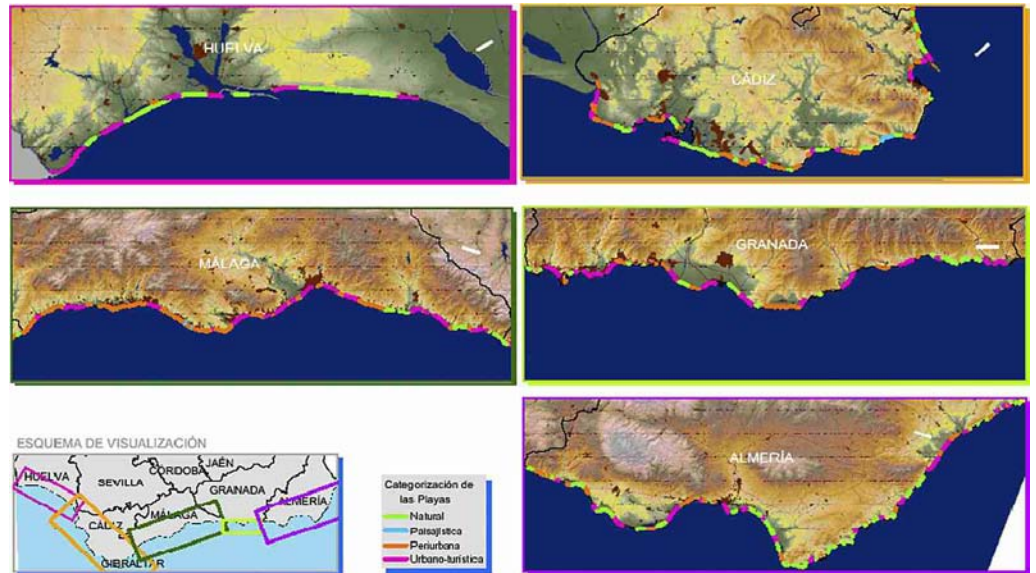
Respecto a la categoría de playa Natural, comprobamos que esta clase de playa predomina en la provincia de Almería (45,6%). En Cádiz se encuentran un 21,5% de las mismas, en Granada un 13,7%, en Málaga un 12,07% y en Huelva un 6,9%.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

Es mínimo, sin embargo, el número de playas englobadas dentro de la categoría de playa Paisajística, ya que únicamente existen 2 en Málaga, 1 en Cádiz y 1 en Almería.

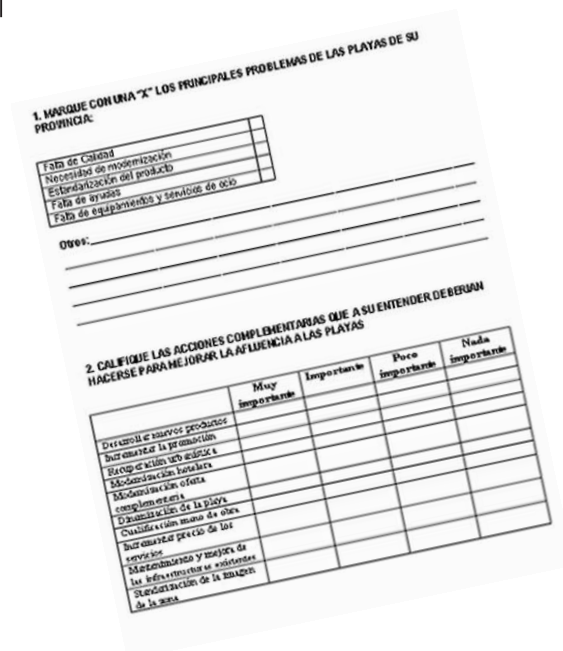


# Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de Andalucía

## 2. Proceso de diseño del Programa

### 2.2. Principales preocupaciones del sector

Las principales preocupaciones del sector se han identificado a partir de un análisis cualitativo que ha contado con la participación de la Federación Andaluza de Empresarios de Playas, las Asociaciones de Playas Provinciales, la Confederación Sindical de C.C.O.O. de Andalucía, la Asociación de Hoteleros de Andalucía y la Federación de Trabajadores de Comercio, Hostelería-Turismo y Juego de UGT



**1. MARQUE CON UNA "X" LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE LAS PLAYAS DE SU PROVINCIA:**

Falta de Calidad	
Necesidad de modernización	
Estratificación del producto	
Falta de playas	
Falta de equipamientos y servicios de ocio	

Otros: \_\_\_\_\_

**2. CALIFIQUE LAS ACCIONES COMPLEMENTARIAS QUE A SU ENTENDER DEBERIAN HACERSE PARA MEJORAR LA AFLUENCIA A LAS PLAYAS**

	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Desarrollar nuevos productos				
Incrementar la promoción				
Realizar actividades de ocio				
Modernización hotelera				
Modernización oferta complementaria				
Organización de las playas				
Calidad y mantenimiento de las playas				
Incrementar precio de los servicios				
Mantenimiento y mejora de las infraestructuras existentes				
Standardización de la imagen de la zona				

Las acciones que el sector considera prioritarias pueden clasificarse en acciones medioambientales, de seguridad, de equipamientos y otras que enriquecen el disfrute de las playas y que evitan el cerrado por vacaciones.

#### 1. Medioambientales y paisajísticas

- Garantizar el saneamiento integral del agua y potenciar la reutilización de las aguas residuales.
- Crear un Plan de Control que sea muy exigente con la limpieza de las playas y de sus servicios públicos.
- Conservar las zonas medioambientalmente más sensibles y recuperar las zonas deterioradas.
- Asegurar la estabilidad de la arena, compensando los efectos sobre el aporte de áridos del encauzamiento de ríos, de la construcción de embalses y de la desaparición de los arrecifes. Se especifica la necesidad de fomentar la construcción de escolleras semi-sumergidas.
- Crear espacios y zonas de vegetación que palien visualmente las altas temperaturas y rompan el aspecto desértico o masificado de algunas playas.

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### 2.Seguridad en las playas:

- Seguridad ciudadana  
Potenciar la creación de una policía de playa que transmita tranquilidad al turista con su presencia y que disuada la venta ambulante, el tirón y el robo de objetos personales. Se incide en la necesidad de que dicho cuerpo de policía realice su trabajo desde la propia playa y no desde los Paseos Marítimos.
- Protección civil  
Debe disponerse de puestos de socorro equipados con todo lo necesario para poder hacer frente a una urgencia médica. También es necesario disponer de torres vigías y de salvamento, megafonía, balizamiento, cartelería y señalización.

#### 3.Equipamientos de las playa

- Mejora de los accesos:  
Especialmente los accesos dirigidos a los minusválidos, amplias pasarelas adaptadas desde el paseo hasta la orilla de la playa, zonas reservadas de sombra, duchas y WC adaptados.
- Información sobre las playas y sus servicios:  
Mejora de los paneles divulgativos de cada entorno y placas informativas explicativas donde se ofrezca información sobre los servicios de la playa, consejos sanitarios, información medioambiental y el programa de actividades existentes.
- Mejora y homogeneización de las instalaciones:  
Implantación de nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de las empresas y a la atención al cliente, homogeneización de las instalaciones como señal de identidad en el sector: armonía de color en las hamacas, diferenciación de los espacios destinados para el asado del pescado.

#### 4.Acciones que enriquezcan el disfrute de las playas y que eviten el cerrado por vacaciones:

- Crear zonas de juegos y de actividades lúdicas:  
Crear espacios diferenciados y reservados para la petanca, voleibol, fútbol-playa, pequeños green con calles para los aficionados al golf.  
  
Puesta en marcha de zonas infantiles con instructores y personal cualificado para la atención de los más pequeños.  
  
Organización de distintas actividades a lo largo del día, donde el usuario pueda disfrutar de algo divertido que a la vez redunde en su bienestar: "aquagym", "aerobic", "Tai chi"....etc.
- Fortalecer la gastronomía típica andaluza, dar a conocer y difundir nuestras especialidades como el gazpacho, el salmorejo, las coquinas, las navajas, los arroces andaluces y el famoso "pescaíto" con su peculiar sistema de preparación y presentación "pescado a la caña" o espeto. Para ello es conveniente crear espacios donde los usuarios puedan apreciar "in situ" todo el proceso de preparación de nuestros productos.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

# 2. Proceso de diseño del Programa

### 2.3. Experiencias de otros destinos

Se ha procedido a la identificación de las actuaciones en otros destinos dirigidas a mejorar la accesibilidad, las infraestructuras, la calidad y los equipamientos. Para ello se han efectuado una serie de visitas técnicas en los meses de Octubre y Noviembre del 2006 a las playas del litoral Catalán (Barcelona y Tarragona), Comunidad Valenciana (Valencia y Alicante), Comunidad de Murcia, así como a las playas más innovadoras del litoral Mallorquín y Canarias.

Se ha comprobado que cada una de las zonas estudiadas han puesto en marcha actuaciones para mejorar distintos aspectos, siendo los más recurrentes la calidad medioambiental y la mejora de la accesibilidad, pero que no hay en marcha ningún programa de actuaciones que aborde todos los aspectos del problema.

Se aprecia en todos los destinos visitados que existe la necesidad de crear una figura que gestione las playas, ya que en la actualidad existen multitud de agentes actuando en las mismas (administración local, diputaciones, administración autonómica, administración central, Cruz Roja, agentes privados, etc) que pocas veces se coordinan de forma óptima y eficiente.

#### Comunidad Valenciana

Las actuaciones más interesantes en esta Comunidad se centran en las siguientes materias:

##### Calidad

A través de QUALITUR se incentiva la aplicación en las empresas y en los destinos turísticos de la Comunidad Valenciana de criterios de excelencia basados en la gestión de la calidad y del medio ambiente.

En el caso de las playas ya existen 39 certificaciones de calidad en 22 municipios litorales.

##### Accesibilidad

La Comunidad Valenciana ha sido una de las pioneras en la creación de Playas accesibles en España. El primer punto de Playa Accesible se puso en marcha en el verano de 2000 y en la actualidad se presta este servicio en la mayoría de municipios costeros de la Comunidad Valenciana.



Estructura principal (pasarela, lavapiés y papelera)

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

La Consejería de Bienestar Social, a través de la Dirección General de Integración Social del Discapacitado, coordina el servicio de Playas Accesibles en colaboración con otros organismos y administraciones (Agencia Valenciana de Turismo, Ayuntamientos y Ministerio de Medio Ambiente). Cuenta también con el apoyo de la Fundación Bancaja.

El acceso a las playas y al baño de las personas con discapacidad o movilidad reducida se consigue acondicionando las infraestructuras necesarias (estacionamiento reservado, rampas, pasarelas, señalización...) y mediante el trabajo de personal especializado.

Se han establecido un total de 74 puntos de playa accesibles en 44 de los 53 municipios. Todas las playas disponen de aparcamientos reservados, rampas y pasarelas especiales para sillas de ruedas, lugares con sombra, cabinas adaptadas y personal de apoyo. Además cuentan con sillas y muletas anfibas.



Estructura básica de un Punto Accesible en las Playas de Valencia. Fuente: Agencia Turismo Valencia

### Deporte adaptado

En el año 2004 se puso en marcha el "Plan de Deportes Adaptados en Playas Accesibles". Las premisas fundamentales eran dar a conocer la realidad del deporte adaptado a personas con cualquier tipo de discapacidad a través de actividades lúdico-deportivas en playas accesibles. El programa se desarrolló en Vinaroz, Benicarló, Peñíscola, Castellón de la Plana, Burriana, Valencia, Calpe, Benidorm, Alicante y Santa Pola, a las que podían acudir personas con discapacidad de cualquier otro lugar.

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Calafell (Tarragona)

El desarrollo del Plan Estratégico para la Sostenibilidad de Calafell ha permitido obtener el Certificado de Gestión Medio Ambiental de AENOR a las playas urbanas de Calafell, Segur de Calafell, Mas Mel L'Estany y el paseo marítimo.

Entre las acciones preventivas puestas en marcha destacan la reducción del consumo de agua en las duchas, del consumo energético en la iluminación del Paseo Marítimo y la ausencia de incidencias de vertidos de aguas residuales.

Asimismo, se han puesto en marcha distintas acciones correctoras y mejoras en la accesibilidad a la playa y en la prestación de servicios a las personas discapacitadas.

#### Calvià (Palma de Mallorca)

El Ayuntamiento de Calvià ha elaborado un Sistema de Gestión para hacer un seguimiento de la situación de las playas y para facilitar información a la población.

Este servicio lleva a cabo la tramitación de unos 120 expedientes anuales relacionados con la gestión del litoral, controlando: el cumplimiento de la normativa establecida por la Ley de Costas en la zona de dominio público marítimo-terrestre, el mantenimiento de las playas en las debidas condiciones de limpieza, higiene y salubridad y el cumplimiento de las normas de salvamento y seguridad.

Además se han diseñado 35 fichas de las actividades a desarrollar en las 34 playas del Municipio de Calvià. En estas fichas se definen objetivos, responsable, metodología, recursos humanos, recursos técnicos y calendario.

Hay que destacar que este Sistema de Gestión de Playas se controla mediante la intranet del ayuntamiento de Calvià. Se trata de un Sistema de vigilancia continua de una serie de parámetros de los que son responsables distintos profesionales.

#### Islas Canarias

Con el objetivo de diversificar la oferta, la Dirección General de Infraestructura Turística ha puesto en marcha Planes específicos para atender a las especificidades de cada una de las islas en el ámbito de las playas.

Entre sus principales ejes de actuación destacan:

- La mejora de equipamientos costeros de interés turístico.
- El adecuado uso turístico de recursos históricos, culturales y naturales en el litoral.
- El desarrollo en el litoral del turismo náutico, turismo de naturaleza y aventura, turismo cultural, turismo de golf, turismo deportivo, turismo de salud.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Comunidad de Murcia

La mayor novedad en la Región de Murcia es el Plan COPLA 2006 de Vigilancia y Rescate, un total de 225 personas estuvieron dedicadas diariamente, durante los meses de julio y agosto, a la vigilancia de playas y zonas de baño interiores, y a la ayuda a embarcaciones en la mar.

El Plan COPLA 2006 supuso una inversión total de 1.399.952 euros, aportados por la Comunidad Autónoma y los municipios que participan en el mismo, lo que eleva en un siete por ciento la aportación de la Administración regional respecto a 2005

Por otro lado, se ha firmado un convenio con el Instituto Nacional de Meteorología (INM) para que éste traslade las predicciones meteorológicas a todos los puestos de socorro, con el fin de que disponer de la mayor información posible acerca del estado de las playas.

Además, el enlace "112" de la web de la Comunidad Autónoma "[www.carm.es](http://www.carm.es)" ofrecerá en tiempo real a los ciudadanos que lo consulten información detallada sobre todas las playas.

Este Plan es importante si tenemos en cuenta que el pasado año se efectuaron cerca de 20.000 intervenciones en la época de "peligro alto" relativas a salvamento y socorrismo en el mar, y a otras actuaciones sanitarias derivadas de picaduras, cortes y quemaduras.

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

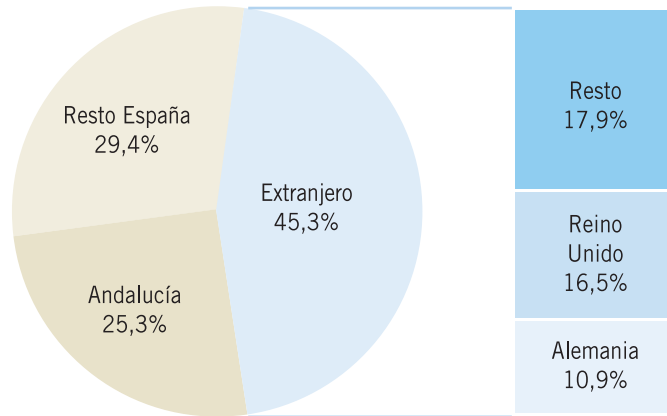
# 2. Proceso de diseño del Programa

### 2.4. Perfil de la demanda

● Nacionalidad:

En el año 2.006 el 45,26% de los turistas de este segmento fueron extranjeros, dentro de estos destacaron los visitantes británicos (16,47%) y los alemanes (10,87%). Entre los españoles (54,74%) más del 25% fueron andaluces

Distribución porcentual de los turistas de litoral según nacionalidad. Media de los trimestres II al IV del año 2006



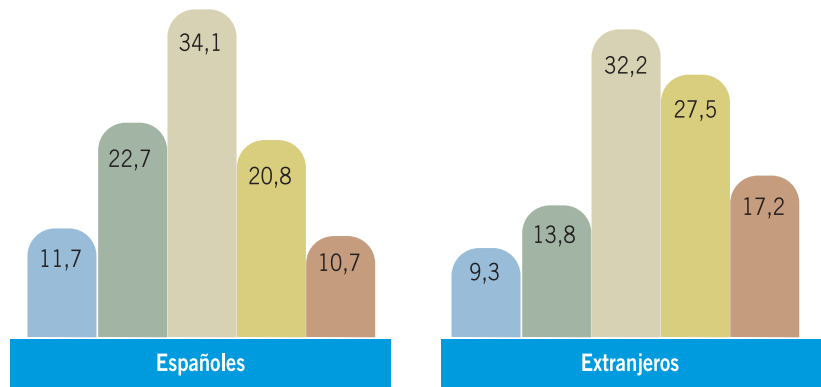
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA

● Edad:

Más del 30% de los turistas de Sol y Playa que visitaron Andalucía en 2.006 tienen una edad comprendida entre los 30 y los 44 años. Tal y como se observa en el gráfico siguiente, el mercado extranjero registra un mayor porcentaje de turistas de edad más avanzada.

Distribución de la edad del turista de litoral según procedencia. Media de los trimestres II al IV del año 2006.

● Menos de 18 ● 18 - 29 ● 30 - 44 ● 45 - 65 ● Más de 65



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

# 2. Proceso de diseño del Programa

### ● Perfil Sociodemográfico:

El 64,7% del total de turistas que se decantan por esta modalidad de turismo posee un trabajo remunerado y la profesión más común, tanto para españoles como para extranjeros, es la de técnico.

Distribución porcentual de la situación laboral del turista de litoral según procedencia  
Media de los trimestres II al IV del año 2006

Situación laboral	Total	Espanoles	Extranjeros
Trabajo remunerado	64,7%	68,1%	61,9%
En paro	1,3%	1,5%	0,9%
Estudiante	9,2%	11,1%	6,7%
Retirado / Jubilado	13,1%	10,5%	16,1%
Labores del hogar	8,1%	7,6%	8,2%
Otros	3,5%	1,2%	6,1%
Total	100	100	100

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA

Distribución porcentual de la profesión del turista de litoral según procedencia  
Media de los trimestres II al IV del año 2006

Profesión	Total	Espanoles	Extranjeros
Dirección de Empresas	9,7%	6,9%	10,0%
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	23,8%	23,2%	26,0%
Técnicos y profesionales de apoyo	15,8%	16,2%	16,6%
Otros empleados de tipo administrativo	15,2%	16,1%	14,3%
Trabajadores de los servicios	9,4%	10,3%	10,3%
Trabajadores cualificados en agricultura y pesca	2,1%	3,2%	1,3%
Trabajadores cualificados industria, construcc.y minería	3,2%	3,1%	3,0%
Operadores de instalaciones y maquinaria	4,6%	5,2%	4,5%
Trabajadores no cualificados	15,3%	14,6%	13,2%
Fuerzas Armadas	0,9%	1,1%	0,8%
Total	100	100	100

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

- Medio de Transporte para Llegar a Andalucía:

Distribución porcentual de los turistas de litoral según medio de transporte  
Media de los trimestres II al IV del año 2006

Medio de Transporte	Total	Españoles	Extranjeros
Turismo	39,2%	61,3%	9,3%
Autocar	6,6%	11,7%	2,2%
Tren	3,3%	7,0%	0,3%
Avión	49,3%	18,5%	86,4%
Otros	1,5%	1,4%	1,8%
Total	100	100	100

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA

El coche particular es el principal medio para los españoles (61,3%) mientras que es el avión el medio de transporte más usual entre los turistas extranjeros (86,4%). Este último medio de transporte está ganando adeptos entre los turistas nacionales.

- Alojamiento utilizado por los Turistas de Sol y Playa:

Distribución porcentual de los turistas de litoral según tipo de alojamiento y procedencia  
Media de los trimestres II al IV del año 2006

Tipo de alojamiento	Total	Españoles	Extranjeros
Alojamiento hotelero	58,6%	51,6%	69,3%
Apartamento alquilado	8,4%	9,4%	6,8%
Apartamento en propiedad	13,4%	16,7%	7,0%
Apartamento de amigos y familiares	12,4%	16,1%	7,7%
Camping	4,4%	3,7%	5,3%
Otros	2,8%	2,5%	3,9%
Total	100	100	100

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA

El alojamiento utilizado por los turistas de Sol y Playa es principalmente el hotelero (58,6%). Una modalidad con más peso dentro del turismo extranjero.

El alojamiento extrahotelero más habitual en el turismo de Sol y Playa es el apartamento en propiedad, seguido de cerca del apartamento de familiares y amigos.

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

- Gasto medio diario:

El gasto medio diario de un turista de Sol y Playa en el destino andaluz se cifra en 48 euros: 3,86 euros diarios menos que la media de los turistas.

Distribución porcentual del gasto en destino según conceptos de los turistas de litoral  
Media de los trimestres II al IV del año 2006

Tipo de gasto	Total	Espanoles	Extranjeros
Transporte	5,1%	5,3%	5,0%
Alojamiento	11,2%	12,7%	9,4%
Compras alimentación	10,8%	11,5%	7,4%
Compras no alimentación	17,0%	13,6%	21,8%
Visitas organizadas, ocio, otros	15,9%	15,1%	17,3%
Alquiler coches	1,4%	0,5%	2,6%
Comidas (Restaurantes, bares,...)	38,7%	41,3%	36,5%
Total	100	100	100

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA

Casi el 40% del gasto que realiza el turista de sol y playa en el destino turístico andaluz lo dedica a la restauración, seguido a gran distancia de las compras no alimenticias (17%) y de las visitas organizadas, ocio y otros (16%).

Los extranjeros tienden a gastar proporcionalmente más en compras y menos en comidas.

- Valoración de la Calidad de la Oferta Turística:

La valoración que el turista de Sol y Playa le da a los arenales de Andalucía es de 7,83 sobre 10. Las provincias de Granada y Huelva superan el 8.

Playas				
Almería	Cádiz	Granada	Huelva	Málaga
7,50	7,62	8,08	8,42	7,88

Paisajes y parques naturales				
Almería	Cádiz	Granada	Huelva	Málaga
7,95	7,69	8,22	8,26	7,93

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

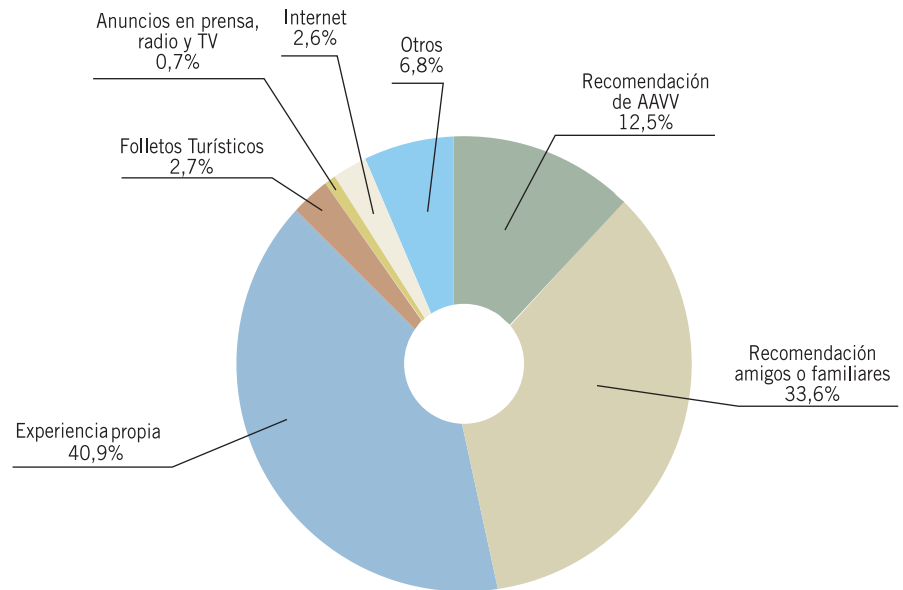
### 2. Proceso de diseño del Programa

Por su parte los paisajes y parques andaluces obtienen una calificación de 7,93 puntos, destacan, al igual que en el caso de las playas, las provincias de Huelva y Granada.

• ¿Cómo conoció el destino de Sol y Playa andaluz?

Si atendemos a la forma en que el turista de sol y playa conoció Andalucía, casi tres cuartas partes lo hizo a través de recomendaciones de amigos o familiares o fruto de la experiencia propia, reflejando así la excelente imagen que tienen y transmiten del destino vacacional andaluz.

¿ Cómo conoció el destino del litoral andaluz ?



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Almería

El 44% de los turistas de Sol y playa que decide pasar sus vacaciones en la Costa de Almería son extranjeros, es la provincia después de Málaga en la que los extranjeros tienen mayor peso en el segmento. El medio de transporte utilizado para llegar hasta el destino es principalmente el avión (49%).

Estos turistas se alojan preferentemente en hoteles (44,9%). En la Costa de Almería el turista gasta por término medio en un día 50,72 euros, donde el 27% de este gasto se destina a restauración.

La edad más frecuente de los visitantes oscila entre los 30 y los 44 años (28,8%), la mayoría son trabajadores remunerados (41,1%) y otorgan una puntuación a las playas de 7,5 puntos. La estancia media del turista en esta costa es de 9,39 días.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Almería

Nacionalidad	Españoles	55,97%
	Extranjeros	44,03%
Transporte	Turismo	29,6%
	Avión	49,4%
Alojamiento	Hotelero	44,9%
	Apartamento en propiedad	8,8%
Gasto medio diario		50,72 euros
Estancia media		9,39 días
Distribución del gasto	Restaurante	26,7%
	Compras no alimenticias	11,9%
Edad	18-29	22,5%
	30-44	28,8%
Valoración playas		7,50 puntos
Situación laboral	Trabajo remunerado	41,1%
	Retirado/Jubilado	16,5%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Cádiz

El 69% de los turistas de Sol y playa que decide pasar sus vacaciones en la Costa de Cádiz tienen nacionalidad española. El medio de transporte utilizado para llegar hasta el destino es principalmente el turismo (63,6%).

Estos turistas se alojan preferentemente en hoteles (45,6%). En la Costa de Cádiz el turista gasta por término medio en un día 51 euros, donde el 47% de este gasto se destina a restauración.

La edad más frecuente de los visitantes oscila entre los 30 y los 44 años (36,1%), la mayoría son trabajadores remunerados (75,1%) y otorgan una puntuación a las playas de 7,62 puntos. La estancia media del turista en esta costa es de 7,95 días.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Cádiz

Nacionalidad	Españoles	68,79%
	Extranjeros	31,21%
Transporte	Turismo	63,6%
	Avión	26,7%
Alojamiento	Hotelero	45,6%
	Apartamento en propiedad	18,0%
Gasto medio diario		51,01 euros
Estancia media		7,95 días
Distribución del gasto	Restaurante	47,1%
	Compras no alimenticias	9,7%
Edad	18-29	19,4%
	30-44	36,1%
Valoración playas		7,62 puntos
Situación laboral	Trabajo remunerado	75,1%
	Retirado/Jubilado	6,9%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Granada

El 62% de los turistas de Sol y playa que decide pasar sus vacaciones en la Costa de Granada tienen nacionalidad española. El medio de transporte utilizado para llegar hasta el destino es principalmente el turismo (58,3%).

Estos turistas se alojan preferentemente en hoteles (76,7%), es la provincia litoral en la que este modo de alojamiento tiene mayor peso. En la Costa de Granada el turista gasta por término medio en un día 53,46 euros, donde el 24% de este gasto se destina a restauración.

La edad más frecuente de los visitantes oscila entre los 30 y los 44 años (37%) aunque tiene un porcentaje de visitantes más jóvenes muy importante. La mayoría son trabajadores remunerados (80,6%) y otorgan una puntuación a las playas de 8 puntos. La estancia media del turista en esta costa es de 9,57 días.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Granada

Nacionalidad	Españoles	62,62%
	Extranjeros	37,38%
Transporte	Turismo	58,3%
	Avión	38,6%
Alojamiento	Hotelero	76,7%
	Apartamento en propiedad	9,0%
Gasto medio diario		53,46 euros
Estancia media		9,57 días
Distribución del gasto	Restaurante	24,0%
	Compras no alimenticias	18,9%
Edad	18-29	36,4%
	30-44	37,2%
Valoración playas		8,08 puntos
Situación laboral	Trabajo remunerado	80,6%
	Retirado/Jubilado	8,5%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Huelva

El 79% de los turistas de Sol y playa que decide pasar sus vacaciones en la Costa de Huelva tienen nacionalidad española. El medio de transporte utilizado para llegar hasta el destino es principalmente el turismo (77,2%).

Estos turistas se alojan preferentemente en hoteles (35,3%). En la Costa de Huelva el turista gasta por término medio en un día 42,77 euros, donde el 35% de este gasto se destina a restauración.

La edad más frecuente de los visitantes oscila entre los 18 y los 29 años (28,4%), la mayoría son trabajadores remunerados (64,36%) y otorgan una puntuación a las playas de 8,42 puntos. La estancia media del turista en esta costa es de 11,52 días.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Huelva

Nacionalidad	Españoles	79,32%
	Extranjeros	20,68%
Transporte	Turismo	77,2%
	Avión	14,1%
Alojamiento	Hotelero	35,3%
	Apartamento en propiedad	25,7%
Gasto medio diario		42,77 euros
Estancia media		11,52 días
Distribución del gasto	Restaurante	34,9%
	Compras no alimenticias	7,9%
Edad	18-29	28,4%
	30-44	26,0%
Valoración playas		8,42 puntos
Situación laboral	Trabajo remunerado	64,3%
	Retirado/Jubilado	9,3%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

#### Perfil del turista de litoral en Málaga

El 59% de los turistas de Sol y playa que decide pasar sus vacaciones en la Costa de Málaga son extranjeros. El medio de transporte utilizado para llegar hasta el destino es principalmente el avión (70%).

Estos turistas se alojan preferentemente en hoteles (74%). En la Costa de Málaga el turista gasta por término medio en un día 46,21 euros, donde el 41% de este gasto se destina a restauración.

La edad más frecuente de los visitantes oscila entre los 30 y los 44 años (34%), la mayoría son trabajadores remunerados (67%) y otorgan una puntuación a las playas de 7,88 puntos. La estancia media del turista en esta costa es de 11,86 días, la más elevada de todo el litoral andaluz.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 2. Proceso de diseño del Programa

Perfil del turista de litoral en Málaga

Nacionalidad	Españoles	40,97%
	Extranjeros	59,03%
Transporte	Turismo	19,8%
	Avión	70,0%
Alojamiento	Hotelero	74,2%
	Apartamento en propiedad	10,0%
Gasto medio diario		46,21 euros
Estancia media		11,86 días
Distribución del gasto	Restaurante	40,7%
	Compras no alimenticias	24,4%
Edad	18-29	13,5%
	30-44	33,9%
Valoración playas		7,88 puntos
Situación laboral	Trabajo remunerado	66,6%
	Retirado/Jubilado	16,2%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos ECTA, IEA





3.  
Programa  
de  
Actuaciones

Andalucía

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 3. Programa de Actuaciones

El proceso de diseño del programa ha permitido obtener una información muy valiosa sobre la situación de los arenales de Andalucía, identificando su estado actual y sus principales características. Las playas de todas las comunidades y de las distintas provincias de litoral son diferentes, es necesario precisar cuál es la estructura de nuestra oferta para actuar de una manera más eficaz.

En segundo lugar ha puesto sobre la mesa las principales preocupaciones del sector relativas a la excelencia de las playas, tanto en relación a los aspectos que son competencia de la propia Consejería de Turismo, Comercio y Deporte como a los que son competencia de otras administraciones e instituciones.

Ha permitido conocer las principales estrategias de otras comunidades, cuáles son las actuaciones más frecuentes, qué acciones no debemos olvidar poner en marcha y qué aspectos debemos evitar.

Por último, ha profundizado en el conocimiento de nuestra demanda, determinando qué opinan los visitantes de nuestras playas, cuál es el principal canal de información que utilizan y cuál es su perfil como consumidor.

Todo este proceso ha permitido identificar 10 objetivos que van a guiar la política turística de playas, estos son:

#### 1. Playas abiertas todo el año

Favorecer el uso de las playas durante todo el año mediante acciones innovadoras en equipamientos, organización de eventos y creación de nuevos servicios que permitan mejorar la rentabilidad empresarial y los niveles de empleo.

Modernizar y potenciar los productos turísticos vinculados al Sol y Playa: náutico, salud y belleza y gastronomía.

#### 2. Playas accesibles

Facilitar el acceso a los arenales y a todos los servicios de las playas a todo tipo de usuario, suprimiendo las barreras arquitectónicas, urbanísticas, de transporte y comunicación.

#### 3. Playas activas

Potenciar las actividades de ocio en las playas mediante la instalación de áreas lúdicas y deportivas que permitan descongestionar la orilla. Organización de actividades que hagan más entretenida la estancia en las playas.

#### 4. Playas Excelentes

Impulsar la calidad y los mecanismos de certificación de las playas como producto turístico, estándares que marquen un objetivo a perseguir a todas las administraciones y agentes implicados y que sean una garantía para el usuario.

#### 5. Playas con mejores equipamientos

Seguridad (puestos de salvamento, casetas de asistencia sanitaria, torres de vigilancia etc), limpieza (duchas, vestuarios de madera, limpia playas etc) y comodidad (pasarelas, oasis de vegetación). También es necesario mejorar la imagen de los núcleos costeros atendiendo al diseño de dichos equipamientos.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 3. Programa de Actuaciones

#### 6. Playas con sistemas de información en tiempo real

Desarrollar un sistema de información integral del destino y sus playas basado en las nuevas tecnologías, que nos permita conocer en tiempo real el estado del mar, la climatología etc.

#### 7. Playas sostenibles

Poner en marcha actuaciones que reduzcan al máximo el impacto medioambiental de las actividades económicas, fomentando la gestión sostenible: reduciendo el gasto energético, los vertidos al mar, la contaminación acústica etc.

#### 8. Concienciación

Los usuarios de las playas deben ser conscientes de la importancia de usarlas de forma responsable, las empresas deben contribuir a evitar el cerrado por vacaciones y proponer nuevas iniciativas en el marco de las nuevas ayudas que se convoquen.

#### 9. Cooperación institucional

Fomentar el intercambio de información y la coordinación de las acciones entre los distintos agentes que intervienen en las playas (administración local, diputaciones, administración autonómica, administración central, agentes privados, etc).

#### 10. Visión estratégica

Las acciones propuestas deben dirigirse tanto a la demanda como a la oferta, deben poder ser realizables, deben aportar continuidad y un marco financiero suficiente en el que colaboren otras iniciativas públicas y privadas.

Para alcanzar todos estos objetivos la CTCD cuenta con dos grandes instrumentos:

- Las ayudas que en materia de turismo, y más concretamente en materia de playas, se conceden anualmente y que permiten influir sobre la oferta.
- Las acciones que en materia de comunicación y promoción se dirigen al segmento de Sol y Playa cada año y que permiten actuar sobre la demanda.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 3. Programa de Actuaciones

#### 3.1 Actuaciones sobre la oferta

Las acciones subvencionables que en materia de playas están contenidas en la Orden de 9 de noviembre de 2006 por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en materia de turismo son la base de partida para desarrollar un nuevo modelo de actuación sobre la oferta.

Esta orden tiene vocación de continuidad, convocándose periódicamente en la misma fecha, lo que permite que se sepa el periodo en el que deben solicitarse las ayudas. Además las ayudas se pueden solicitar íntegramente de forma telemática, haciendo más ágil (ahorro de tiempo) y transparente (el solicitante puede seguir el estado en el que se encuentra su solicitud) el proceso.

Las acciones que contempla se realizan en colaboración con las Entidades locales (a las que se financia con un máximo del 60% de la inversión propuesta) y con las PYMES (a las que se financia con un máximo del 40% de la inversión propuesta).

A partir de este programa se introducen dos aspectos que van a dotar de mucha mayor eficacia a estas actuaciones:

- Se identifican las actuaciones, tanto las de la iniciativa pública como las de la privada, con objetivos concretos, lo que permite que las acciones puedan priorizarse y que pueda valorarse su eficacia.
- Se proponen acciones según la tipología de las playas y se establece un objetivo a largo plazo para cada una de ellas.

Este modelo planificado que proponemos debe mejorar la continuidad y la eficacia de las políticas de mejora de nuestras playas.

#### Principales acciones previstas para la consecución de los objetivos

##### Acciones en colaboración con las entidades locales

###### Playas abiertas todo el año

- Programas deportivos: torneos, exhibiciones, actividades deportivas por grupos, clases de baile.
- Culturales: cine, teatro o conciertos, cuenta cuentos, concursos de fotografía, de dibujo de esculturas de arena, observatorios astronómicos.
- Educativos: interpretación del entorno paisajístico y medioambiental, puntos de lectura y estudio y talleres y aulas.
- Programas lúdicos: actividades de recreo para niños, espectáculos de animación, mercados artesanos.

###### Playas accesibles

- Equipamientos que mejoren la accesibilidad (sillas anfibas, balizas orientadoras, chalecos flotadores, grúas elevadoras, vehículos de transporte adaptado).

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 3. Programa de Actuaciones

#### Playas con mejores equipamientos

- Seguridad: puestos de salvamento, casetas de asistencia sanitaria, torres de vigilancia, banderas de peligro y balizamiento
- Limpieza: duchas, fuentes, vestuarios de madera, consignas, máquinas limpia playas, papeleras.
- Comodidad: pasarelas, oasis de vegetación y zonas verdes.
- Información: caseta de información turística, megafonía, señalización.

#### Playas con certificados de calidad

- Equipamientos específicos para obtener las certificaciones y distinciones de calidad y medioambientales.



#### Acciones en colaboración PYMES

##### Playas abiertas todo el año

- La creación de nuevos productos, especialmente aquellos relacionados con el pujante turismo de salud: creación y modernización de centros de talasoterapia, SPA.

##### Playas accesibles

- Para mayores y personas con cualquier discapacidad incrementar la accesibilidad y los espacios para discapacitados.

##### Empresas más modernas

- Implantación de tecnologías y sistemas de organización relativos a la mejora de la gestión, implantación o adaptación de instalaciones dirigidas a la instalación de energías no contaminantes, sistemas de ahorro energético y de agua, sistemas de depuración o reciclado de residuos o de reducción de la contaminación acústica o lumínica, sistemas de seguridad.

##### Empresas con certificados de calidad

- Equipamientos específicos para obtener las certificaciones de calidad y medioambientales: ISO 9000, ISO 14.000, Marca Q de Calidad Turística.

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de Andalucía

### 3. Programa de Actuaciones

#### Tipos de playas y objetivos a largo plazo

Las acciones se realizarán teniendo en cuenta el tipo de playa al que se dirigen. Para ello se han definido (sobre un catálogo de 70) las características básicas e ideales (denominadas modelo) que deben tener las playas según sean urbano-turísticas, periurbanas, paisajísticas y naturales (así por ejemplo determinados servicios como las actividades deportivas de grupo o las bases náuticas no tienen demasiado sentido en las playas paisajísticas o naturales). Estas características pueden verse en el siguiente cuadro:

TIPOLOGÍA DE CADA PLAYA SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS		TIPO DE PLAYAS							
		URBANO-TURÍSTICA		PERIURBANA		PAISAJÍSTICA		NATURAL	
		BÁSICA	MODELO	BÁSICA	MODELO	BÁSICA	MODELO	BÁSICA	MODELO
ACCESOS	Accesos rodados	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	Accesos peatonales	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	Accesos minusválidos	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	Aparcamientos	☑	☑	☑	☑				
	Aparcamientos adaptados		☑		☑				
	Aparcamientos sin impacto visual		☑		☑		☑	☑	☑
	Elementos que faciliten el acceso discapacitados		☑		☑		☑	☑	☑
Semi peatonalización de calles secundarias		☑		☑					
INFRAESTRUCTURAS	Abastecimiento	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	Saneamiento	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	Soterramiento de redes de servicios públicos		☑		☑		☑		☑
	Soterramiento de contenedores		☑		☑		☑		☑
	Sistemas análisis de indicadores medioambientales		☑		☑		☑		☑
Control de vertidos	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	
SERVICIOS	Sistema SMS para recopilar quejas de los bañistas		☑		☑				
	Web cam		☑		☑		☑		
	Actividades deportivas de grupo.		☑		☑				
	Áreas de Juegos de Mesa.		☑		☑				
	Áreas de Lectura.		☑		☑				
	Áreas de ocio-recreativas infantiles.	☑	☑		☑				
	Áreas de picnic.		☑		☑		☑		
	Áreas de salud-relax.		☑		☑				
	Creación de "biblioplayas".		☑		☑				
	Zona WIFI.		☑		☑				
	Espectáculos Nocturnos.		☑		☑				
	Islas-Plataformas flotantes.		☑		☑				
	Mini parques acuáticos infantiles.		☑		☑				
	Talleres Náuticos - Escuela de vela.	☑	☑	☑	☑				
	Zonas Deportivas.	☑	☑		☑				
	Barco-restaurante.		☑		☑				
	Clases de natación para los más pequeños.		☑		☑				
	Distribución de cericeros de playa		☑		☑				
	Personal cualificado para discapacitados	☑	☑		☑				
	EQUIPAMIENTOS	Paseos marítimos rodados	☑	☑		☑			
Paseos marítimos peatonales		☑	☑	☑	☑				
Autobús		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Ferrocarril		☑	☑		☑				
Torres de vigilancia		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Banderas de peligro		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Sistema de localización de personas			☑		☑				
Puestos de salvamento		☑	☑	☑	☑		☑		☑
Policia Local o Protección Civil		☑	☑	☑	☑	☑	☑		☑
Teléfono público		☑	☑	☑	☑	☑	☑		☑
Duchas, lavapiés y fuentes		☑	☑	☑	☑				
Vestuarios		☑	☑	☑	☑				
Vestuarios adaptados			☑		☑				
Aseos		☑	☑	☑	☑				
Aseos adaptados			☑		☑				
Papeleras		☑	☑	☑	☑		☑		
Papeleras adaptadas		☑	☑		☑	☑	☑		
Puntos de recogida de basura selectiva			☑		☑		☑		
Fuentes		☑	☑	☑	☑		☑		
Fuentes adaptadas			☑		☑		☑		
Zonas de descanso cubiertas			☑		☑				
Informadores turísticos móviles			☑		☑				
"Puntos de Encuentro" (esculturas simbólicas)			☑		☑				
Servicio de limpieza de la playa		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Quioscos (Chiringuitos)		☑	☑	☑	☑				
Restaurantes		☑	☑	☑	☑				
Alojamientos próximos a la playa		☑	☑	☑	☑				
Camping		☑	☑		☑	☑	☑		
Área de picnic			☑		☑	☑	☑		
Alquiler de hamacas y sombrillas		☑	☑	☑	☑				
Zonas de actividades deportivas		☑	☑		☑				
Áreas recreativas infantiles		☑	☑		☑				
Caseta de información turística		☑	☑	☑	☑				
Megafonía		☑	☑	☑	☑				
Pasarelas en la playa		☑	☑	☑	☑				
Balizamiento		☑	☑	☑	☑				
Señalización general		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Bases náuticas			☑		☑				
Carril-bici		☑	☑	☑	☑				
Sendas - Recorrido por playas			☑		☑		☑		☑
Miradores turísticos		☑		☑		☑		☑	



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 3. Programa de Actuaciones

Además se ha identificado la situación actual de nuestras playas respecto a los estándares propuestos:

PORCENTAJE DE PLAYAS ACTUAL		
TIPO PLAYA	BÁSICA	MODELO
URBANO-TURÍSTICA	38,60%	15%
PERIURBANA	14,40%	10%
PAISAJÍSTICA	37,50%	0%
NATURAL	2,35%	0%

Fuente: Elaboración propia

Las actuaciones propuestas serán analizadas cada año según su capacidad para lograr el siguiente escenario dentro de 5 años.

PROPUESTA		
TIPO PLAYA	AÑO 2011	
	BÁSICA	MODELO
URBANO-TURÍSTICA	100%	85%
PERIURBANA	80%	70%
PAISAJÍSTICA	100%	70%
NATURAL	70%	60%

Fuente: Elaboración propia



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 3. Programa de Actuaciones

#### 3.2 Actuaciones sobre la demanda

En el marco del Plan Director de Marketing y de los Planes de Acción anuales se van a poner en marcha actuaciones dirigidas a los principales mercados emisores del segmento: turismo nacional, británicos y alemanes, a los empresarios de playas de Andalucía y al sector turístico en general.

Sus objetivos serán dar a conocer a la demanda las nuevas oportunidades que ofrecen las playas de la comunidad durante todo el año y potenciar la adaptación de la oferta mediante la implicación de entidades locales y PYMES en los objetivos perseguidos por el Plan.

Ello no nos puede hacer olvidar que es prioritario seguir favoreciendo que Andalucía sea elegida como destino de Sol y Playa en los momentos clave en los que los turistas toman sus decisiones.

Para ello, y dentro del Plan de marketing para los próximos años, se desarrollan distintas acciones de promoción y comunicación dirigidas a este segmento.

##### 3.2.1. Acciones de promoción

Las actuaciones dirigidas al segmento Sol y Playa se centran principalmente en nuestra presencia en ferias y en colaboraciones específicas con creadores de productos. La mayor parte de las acciones son las que siendo de carácter multisegmento tienen como motivación principal el Sol y Playa.

Estas se dirigen a nuestros mercados más importantes, empezando por el nacional (Madrid, Cataluña y Bilbao) y destacando Reino Unido y Alemania y se realizan a lo largo de todo el año.

Las que son exclusivas del segmento se realizan entre octubre y marzo y se dirigen principalmente a Irlanda, Alemania y países del norte y este de Europa. Entre las ciudades en las que se desarrollan destacan Dublín, Oslo, Helsinki, Utrech, Praga, Budapest, Colonia, Frankfurt y Stuttgart.



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 3. Programa de Actuaciones

#### 3.2.1. Acciones de comunicación

El Plan de comunicación se ejecutará de forma más importante en los momentos clave en los que se toman las decisiones de consumo, pero también de forma continuada para dar a conocer las nuevas oportunidades que ofrecen las playas de nuestra comunidad y específicamente mediante campañas puntuales para reducir la estacionalidad (en la promoción de eventos especiales: espectáculos Nocturnos, Cuenta-cuentos y representaciones con marionetas en playas, Barco-restaurante etc).

Este Plan de Comunicación supone la elaboración de un Plan de Medios con el objetivo de lograr el mayor número de impactos publicitarios posibles: spots publicitarios en televisión, cuñas publicitarias radiofónicas, anuncios en prensa, internet, publicidad de emplazamiento (Product Placement).

Alrededor del 40% del total de este plan de medios se dirige a campañas nacionales y el resto, bien en solitario o en colaboración con Turespaña al mercado internacional. Los principales países a los que se dirige son Reino Unido, Alemania, Francia y Países Nórdicos.

Además de estas actuaciones debemos incluir las acciones directas de presentación y promoción de este programa: una presentación general con presencia de todas las administraciones y del tejido empresarial andaluz y distintas presentaciones provinciales.

No se puede olvidar tampoco la presencia de nuestras playas en el Sistema de Información Turística (SIT) "Andalucía en Vivo", donde se ha volcado la base de datos con toda la información de las playas, así como mapas de acceso y fotografías de las mismas. Un sistema que permitirá volcar información de las playas en tiempo real.



SISTEMA DE  
INFORMACIÓN  
TURÍSTICA



[envivo.andalucia.org]



En Vivo





4.  
Marco  
Financiero

Andalucía



## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 4. Marco Financiero

#### Actuaciones sobre la oferta

La inversión global para estas acciones dependerá en gran parte de las propuestas que realicen las entidades locales y las PYMES, sin embargo, a partir de la experiencia acumulada y de los objetivos propuestos puede obtenerse la siguiente estimación:

#### Inversión estimada oferta Segmento Sol y Playa

	2007	2008	2009	2010	2011	Totales periodo
Inversión CTCD	18.613.618	19.172.026	19.747.187	20.339.603	20.949.791	98.822.225
Inversión entidades privadas	7.372.827	7.594.011	7.821.832	8.056.487	8.298.181	39.143.338
Inversión entidades locales	9.132.267	9.406.235	9.688.422	9.979.074	10.278.447	48.484.444
<b>Inversión total</b>	<b>35.118.711</b>	<b>36.172.272</b>	<b>37.257.441</b>	<b>38.375.164</b>	<b>39.526.419</b>	<b>186.450.006</b>

Cifras en euros

#### Acciones de promoción

El presupuesto dirigido a este segmento supone un 35% del presupuesto de promoción, teniendo en cuenta otras aportaciones. Se puede estimar el siguiente cuadro de inversiones en un periodo de 5 años.

#### Inversión estimada en acciones de promoción en el segmento Sol y Playa

	2007	2008	2009	2010	2011	Totales periodo
Inversión CTCD	8.031.000	8.271.930	8.520.088	8.775.691	9.038.961	42.637.670

Cifras en euros

## Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de **Andalucía**

### 4. Marco Financiero

#### Acciones de comunicación

Más del 20% del presupuesto de comunicación de la Consejería se destina al segmento Sol y Playa, teniendo en cuenta este hecho y sumando las aportaciones que realizan otros entes promocionales se puede estimar el siguiente cuadro de inversiones en un periodo de 5 años.

#### Inversión estimada en acciones de comunicación en el segmento Sol y Playa

	2007	2008	2009	2010	2011	Totales periodo
Inversión otros entes públicos	1.000.000	1.030.000	1.060.900	1.092.727	1.125.509	5.309.136
Inversión CTCD	3.594.000	3.701.820	3.812.875	3.927.261	4.045.079	19.081.034
<b>Total</b>	<b>4.594.000</b>	<b>4.731.820</b>	<b>4.873.775</b>	<b>5.019.988</b>	<b>5.170.587</b>	<b>24.390.170</b>

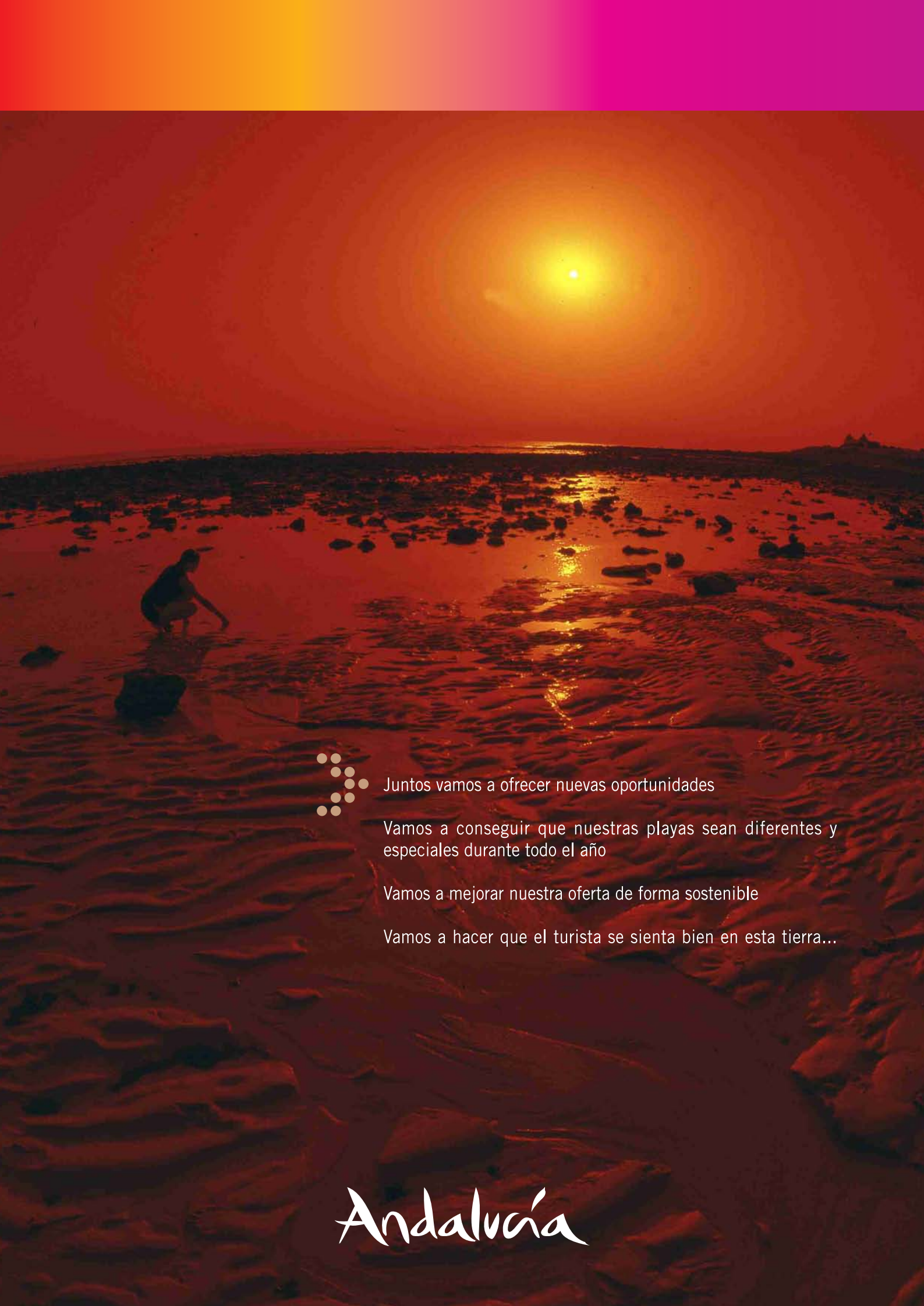
Cifras en euros

El siguiente cuadro sintetiza el marco financiero del Programa de Actuaciones Turísticas en Playas de Andalucía:

#### Inversión estimada en actuaciones sobre la oferta y la demanda en el segmento Sol y Playa

	2007-2011
Inversión CTCD	160,54 millones
Inversión otros entes públicos	53,79 millones
Inversión entes privados	39,14 millones
<b>Total</b>	<b>253,47 millones</b>

Cifras en euros



Juntos vamos a ofrecer nuevas oportunidades

Vamos a conseguir que nuestras playas sean diferentes y especiales durante todo el año

Vamos a mejorar nuestra oferta de forma sostenible

Vamos a hacer que el turista se sienta bien en esta tierra...

Andalucía