

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE



Balace
del Año
Turístico
en Andalucía
2007



JUNTA DE ANDALUCÍA

© Junta de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
Calle Juan Antonio de Vizarrón, s/n. Edificio Torretriana
41071 Sevilla
Teléfono: 955 065 100
Fax: 955 065 164

Elaboración

Turismo Andaluz, S.A.
Área de Estadística e Investigación de Mercados
Subdirección de Servicios para Empresas

Calle Compañía, 40
29008 Málaga
Teléfono: 951 299 300
Fax: 951 299 315
correo-e: saeta@andalucia.org

www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte
www.andalucia.org

Diseño y Maquetación

innovAIMAGEN Comunicación & Publicidad
www.innovaimagen.com

Impresión

XXXXXXXXXXXXXXXXXX
Depósito Legal: XXXXXXXXXXX

La capacidad del sector turístico andaluz para influir en el crecimiento económico, el empleo y el bienestar de Andalucía y su capacidad estabilizadora frente a factores coyunturales adversos hace que tengamos, todos los andaluces, la obligación de prestar una especial atención a esta actividad que además nos identifica a nivel internacional.

El año 2007, ha sido un ejercicio fundamental para la consolidación de buenos hábitos turísticos en la comunidad que auguran un futuro de crecimiento equilibrado y sostenible.

La puesta en marcha del Plan General de Turismo Sostenible, ha sido la principal aportación de un proceso de concertación de todos los agentes económicos y sociales para el impulso de este importante sector. Sus líneas estratégicas refuerzan nuestra competitividad y atractivo, y en este sentido sus primeros efectos se han dejado sentir en los indicadores que miden la evolución del año turístico.

Durante este año se han recibido en Andalucía 26 millones de turistas, la cifra más elevada de visitas en la historia turística de la comunidad gracias a un crecimiento del 2'7% respecto al año 2006. Estos turistas generaron unos ingresos de 16.400 millones de euros, una cifra que creció a una tasa del 3'6% en términos nominales, y que avalan la solidez del sector en nuestra comunidad.

Con este documento pretendemos proporcionar al sector un instrumento para el estudio y la investigación, capaz de ofrecer una visión más compleja de las relaciones que determinan el avance turístico desde el punto de vista de la oferta y de quienes nos visitan.

Afrontamos de este modo el análisis de los principales mercados emisores turísticos para Andalucía, el de los segmentos y productos turísticos que puedan satisfacer su demanda, la capacidad empleadora del sector, o la caracterización de la oferta turística andaluza entre otros aspectos; con la ilusión de que su utilización para el diseño de líneas de actuación de organismos públicos y privados repercutan positivamente en nuestra competitividad, calidad y liderazgo.

Luciano Alonso Alonso

Consejero de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía

Balance Anual del Año Turístico

Con esta publicación la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte tiene como objetivo mostrar la realidad turística andaluza a todos los agentes del sector, correspondiente en este caso para el ejercicio 2007. En esta doceava edición del Balance del Año Turístico de Andalucía, se ofrece un año más un instrumento de análisis exhaustivo y preciso de una de las actividades que dentro del sector servicios tiene más influencia en la economía andaluza.

La estructura presentada en esta publicación comienza, como en ediciones anteriores, con una radiografía del entorno económico tanto internacional como nacional para terminar con el ámbito andaluz y con una presentación de las previsiones del número de turistas a Andalucía para el año 2008 en dos escenarios, pesimista y optimista.

Los aspectos generales del turismo desde las perspectiva de la demanda son objeto de estudio en el segundo capítulo, donde las variables estancia media, gasto turístico, motivación, perfil del turista entre otras muestran las pautas de comportamiento y preferencias del turista que visita nuestra Comunidad. Dicho análisis se completa con una desagregación según lugar de procedencia ya sea nacional, andaluz o resto de España, o extranjero, donde británicos y almenas destacan como los emisores más importantes a Andalucía.

El tercer capítulo recoge un estudio minucioso del movimiento hotelero andaluz, ofreciéndose así un buen indicador de la afluencia turística generada en la región, ya que el 62% de los turistas que han elegido Andalucía como destino en 2007 se han alojado en los hoteles y pensiones del territorio andaluz. Al igual que la sección anterior se completa con un análisis por mercados para cerrar con el movimiento hotelero de las provincias andaluzas y de los principales zonas y puntos turísticos de la Comunidad.

Otro indicador no menos importante de la evolución del turismo en Andalucía es las llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces, haciendo especial referencia a las llegadas a las principales Comunidades Autónomas turísticas según tipo de compañía, tradicional o bajo coste. Le sigue el capítulo de la oferta turística andaluza (alojamiento y restauración) y su distribución territorial por municipios.

Dado que el turismo es una actividad generadora de riqueza y empleo, el sexto capítulo del balance está dedicado al estudio y análisis del empleo turístico en Andalucía, para ello se ha realizado una explotación específica de la Encuesta de Población Activa (EPA), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística.

En último lugar, se presenta la repercusión turística, económica y mediática que tiene la celebración de grandes eventos deportivos en Andalucía, en esta ocasión son el Gran Premio de España de Motociclismo y la XX Volvo Masters de Andalucía los acontecimientos de mayor relevancia celebrados durante 2007 y analizados en este balance.

Finalmente, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte agradece la colaboración de todos los organismos que han aportado información sin la cual hubiera sido imposible esta nueva edición del Balance. De manera especial, manifiesta su agradecimiento a la Organización Mundial de Turismo, al Instituto Nacional de Estadística, al Instituto de Estudios Turísticos y al Instituto de Estadística de Andalucía, cuyas aportaciones no sólo han sido imprescindibles sino que van a contribuir sin duda, a que los agentes del sector turístico andaluz cuenten con un marco analítico y estadístico capaz de reflejar la realidad turística en este período, para desarrollar sus estrategias y política de manera más óptima.

Índice

1. ENTORNO ECONÓMICO DEL TURISMO EN ANDALUCÍA.....	13
1.1. Entorno económico del turismo en Andalucía. Año 2007 y perspectivas para 2008.....	15
1.2. Entorno económico de Andalucía.....	17
2. COMPORTAMIENTO DEL TURISMO EN ANDALUCÍA.....	19
2.1. Aspectos generales.....	22
2.2. El turismo español en Andalucía.....	35
2.2.1. El Turismo andaluz.....	43
2.2.2. El Turismo del resto de España.....	49
2.3. El turismo extranjero en Andalucía.....	55
2.3.1. El turismo británico en Andalucía.....	61
2.3.2. El turismo alemán en Andalucía.....	66
3. MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA.....	73
3.1. Andalucía. Principales resultados y análisis comparativo.....	75
3.2. Movimiento hotelero de los principales mercados emisores hacia Andalucía: España, Reino Unido y Alemania.....	87
3.2.1. Movimiento hotelero del mercado español en Andalucía.....	87
3.2.2. Movimiento hotelero de del mercado británico en Andalucía.....	90
3.2.3. Movimiento hotelero del mercado alemán en Andalucía.....	93
3.3. Movimiento hotelero en las provincias andaluzas.....	96
3.4. Movimiento hotelero en zonas y puntos turísticos de Andalucía.....	112
4. MOVIMIENTO AEROPORTUARIO EN ANDALUCÍA.....	119
4.1. Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces. Especial referencia a las principales CC.AA.turísticas según tipo de compañía. Año 2007.....	121

5. OFERTA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA.....	127
5.1. Oferta de alojamientos en Andalucía.....	129
5.2. Distribución territorial de la oferta turística andaluza.....	145
5.3. La oferta de restauración en Andalucía.....	152
6. EMPLEO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA.....	161
6.1. El empleo en el sector turístico de Andalucía: Población activa.....	166
6.2. El empleo en el sector turístico de Andalucía: Población ocupada.....	167
6.2.1. Ramas de Actividad de la Industria Turística.....	170
6.2.2. Características personales.....	172
6.2.3. Situación profesional.....	175
6.2.4. Tipo de contrato o relación laboral y tipo de jornada.....	177
6.3. Empleo turístico: principales indicadores y definiciones.....	180
7. REPERCUSIÓN EN EL TURISMO DE LA CELEBRACIÓN DE GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS EN ANDALUCÍA.....	183
7.1. Gran Premio de España de Motociclismo. Análisis de resultados.....	186
7.2. XX Volvo Masters de Andalucía. Análisis de resultados.....	192
ANEXO.....	199
Índice de siglas.....	201

1

Entorno económico
DEL TURISMO
en Andalucía

I.1. Entorno económico del turismo en Andalucía. Año 2007 y perspectivas para 2008

La **economía mundial** ha mantenido durante el año 2007 un ritmo de crecimiento muy considerable, alcanzado un incremento del 4,9%. No obstante, la expansión mundial que ha tenido lugar en los últimos años está perdiendo fuerza, iniciando esta nueva senda debido a las perturbaciones sufridas en los mercados financieros desde agosto de 2007. En **Europa** también ha tenido lugar una ralentización del crecimiento con avances de la inflación debido al incremento de los precios de los alimentos y de la energía.

Otro aspecto que ha distinguido la evolución del entorno económico internacional durante el año 2007 ha sido la caída del valor del dólar ya que el tipo de cambio efectivo real del dólar de EE.UU. perdió mucho terreno desde mediados de 2007.

Como contrapartida a esta situación, se ha producido una apreciación del euro. La situación en Europa occidental se ha caracterizado asimismo por una expansión rápida durante la mayor parte del año, con una reducción en el crecimiento del PIB del cuarto trimestre de 2007. Por su parte, la libra esterlina ha mantenido entre 2005 y la primera parte de 2007 una paridad casi inmóvil de 68 centavos de libra por euro, pero a lo largo del año 2007 la moneda inglesa ha llegado a pagarse 80 centavos de libra por cada euro, cayendo a principios de 2008 a su nivel histórico más bajo frente al euro, debido al enfriamiento de la economía británica y la inflación que permanece por encima del objetivo del Banco de Inglaterra. La zona del euro durante el 2007 alcanzó un ritmo de crecimiento similar a 2006 (2,6%) mientras que el Reino Unido registró un fuerte alza del 3,1% del crecimiento, impulsado por una sólida demanda interna y por un continuo aumento del empleo.

El año 2008 se presenta con varias fuentes de riesgo para la demanda interna en la Unión Europea, y por lo tanto para la demanda turística. En primer lugar el ajuste en los precios de la vivienda podría tener graves repercusiones en el consumo privado. Asimismo una mayor apreciación del euro y una libra débil afectará al turismo británico o de fuera de la zona del euro, que tiene como destino Andalucía. Una tercera tensión procede del alto grado de volatilidad de los precios de los alimentos, el petróleo y por la tanto la energía, aspectos que generen presiones inflacionarias. Estos aspectos ya han sido presentados por el Fondo Monetario Internacional en su informe "perspectivas de la Economía Mundial" de abril de 2008, por lo que esta institución ha generado nuevas proyecciones de crecimientos más bajas que las anteriormente publicadas. El cumplimiento o no de estas perspectivas dependerá de la fortaleza de la demanda interna y de que exista una moderación del encarecimiento de la energía y de los alimentos así como de que el mercado laboral muestre una relativa solidez.

La fuerte desaceleración del avance de los precios de la vivienda en varios países del entorno europeo empaña las perspectivas de la construcción residencial y agrava las vulnerabilidades financieras, aunque los riesgos son menores que en Estados Unidos, ya que los hogares no están tan profundamente endeudados en Europa. No obstante, esta situación puede lastrar el crecimiento económico como consecuencia de la contracción de la inversión residencial.

La **economía española** se ha saldado en el conjunto del año 2007 con un incremento medio anual del 3,8%, una décima por debajo del registrado en 2006, debido fundamentalmente al descenso en el ritmo de aumento de la demanda nacional, al que ha contribuido el debilitamiento especialmente de la inversión en construcción y, en menor medida, del consumo. En los primeros meses de 2008 el gasto en consumo de los hogares ha mantenido la desaceleración iniciada en 2007, respondiendo al efecto sobre las familias del incremento de precios. Asimismo, se confirma la desaceleración del sector inmobiliario.

I.2. Entorno económico de Andalucía

Según datos de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía, durante 2007 la economía andaluza ha registrado, al igual que España, un crecimiento del 3,8% interanual, tasa superior a la obtenida por la Zona Euro que se ha situado en el 2,6%. A esta situación han contribuido todos los sectores productivos, destacando el de servicios que con un incremento del 4,3% se coloca a la cabeza, seguido de la construcción que ha crecido al 3,7%.

Por sectores económicos, el sector **primario** crece al 0,6%, tasa inferior a la de 2006 en algo más de 2 puntos, lo que muestra una desaceleración del crecimiento que ha venido presentándose a lo largo de todo el año, pero de forma más marcada en el segundo trimestre, con la caída de casi un punto. Al igual que la agricultura presenta comportamientos dispares según el tipo de cultivo, el sector pesquero se recupera de las caídas de años anteriores.

El incremento de la **industria** es 0,7 puntos más elevado que en 2006, mientras que tanto en España como en la Zona Euro se han mantenido en los mismos términos de crecimiento que en el año anterior. A final de año el Índice de Producción Industrial de Andalucía se recupera del ligero descenso que venía registrándose en trimestres anteriores.

La **construcción**, en el último trimestre del año mantiene la desaceleración de los trimestres precedentes. El crecimiento anual ha sido del 3,7%, inferior al de 2006 en 1,3 puntos, similar al de España de 2007 (3,8%) y superior al de la Eurozona (3,1%). Los datos apuntan a la continuidad de una trayectoria descendente de la actividad residencial en lo que a vivienda iniciada o realizada se refiere, principalmente las de renta libre.

En el sector **servicios** se observa un comportamiento bastante uniforme a lo largo de los cuatro trimestres del año en los que las tasas de crecimiento superan los 4 puntos. Así se cierra el ejercicio con un crecimiento del 4,3%, una décima superior a la media de España y superior a la Zona Euro en casi dos puntos (2,4%). Según datos del INE se observa gran dinamismo en cuanto a la cifra de negocios que cierra 2007 con una tasa del 6,2%.

Dentro de los servicios destaca el **turismo** en Andalucía, destino que ha recibido la llegada de casi 26 millones de turistas que han supuesto un crecimiento del 2,7%. Los ingresos por turismo, para este ejercicio, se han estimado en 16,4 miles de millones de euros que han supuesto un incremento nominal del 3,6%, tasa que supone, tras descontar el efecto de los precios, casi un descenso real de medio punto.

La participación del consumo turístico (sin tener en cuenta ni el consumo colectivo ni la inversión) en el PIB de Andalucía ha supuesto para 2007 el 11,1%.

2

Comportamiento
DEL TURISMO
en Andalucía

Introducción

El presente capítulo ofrece una visión pormenorizada del comportamiento del turista nacional e internacional que elige la Comunidad andaluza para disfrutar de sus vacaciones. Para ello se ha realizado una explotación y análisis particular de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), operación estadística que realiza el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA).

Se estructura en tres grandes epígrafes. En el primero de ellos, titulado aspectos generales, se ofrece una panorámica detallada de la actividad turística desarrollada en Andalucía en el año 2007. Los siguientes epígrafes profundizan en esta visión al tener en cuenta la procedencia del turista: turismo nacional, con un análisis por separado del turismo procedente de Andalucía y de otras zonas de España, y turismo extranjero. Para este último mercado se hace especial referencia a los principales emisores extranjeros para Andalucía, como son el turismo británico y el alemán. Asimismo, cada uno de los mercados presentados finaliza con una síntesis gráfica de los datos más importantes, siempre en la búsqueda de una mejor comprensión.

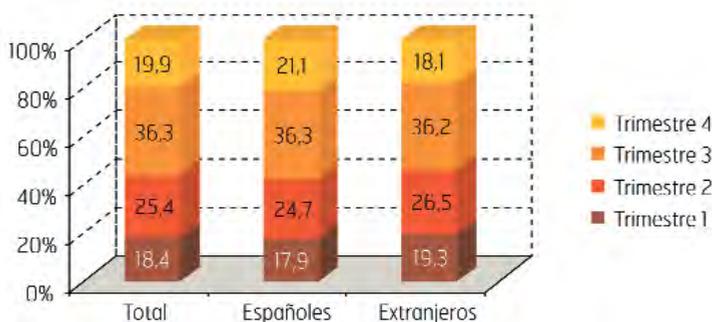
Los datos relativos a esta encuesta (ECTA) están referidos a los cuatro trimestres del año en el caso del mercado turístico total y para las variables número de turistas, estancia media, gasto medio diario e Índice Sintético de Percepción, mientras que el resto de variables de este mercado así como los distintos mercados analizados según procedencia, solo están referidos al acumulado de los trimestres 2º, 3º y 4º para 2007. Y en el caso de las comparaciones interanuales se ha mantenido este criterio acumulando los mismos períodos para 2006. Esto es así, debido a que el IEA sólo ha hecho pública la información de esta forma.

2.1. Aspectos generales

Según estimaciones de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía en la Comunidad Autónoma se han recibido a lo largo de 2007 un total de **25´9 millones de turistas, un 2,7% más que la cifra registrada el año anterior**. Ello ha generado en Andalucía unos **ingresos** derivados del turismo que ascienden a 16,4 miles de millones de euros que han supuesto un incremento nominal del 3,6%, porcentaje que aislado del efecto inherente a los precios corrientes, supone un descenso en términos reales de casi medio punto.

El turismo español conforma un año más el grueso del total de movimiento turístico andaluz, así lo indica la cuota estimada sobre el total de turistas, cifrada en un 61,2%. Este número de visitantes nacionales ha crecido un 2,5% respecto al mismo período del año anterior. No obstante, cabe resaltar el comportamiento del mercado extranjero que presenta un mayor crecimiento (3,1%) teniendo un peso inferior. En el gráfico se puede apreciar el carácter estacional del turista que visita Andalucía independientemente de su nacionalidad, encontrándose la diferencia más significativa en el cuarto trimestre, que ha sido más seleccionado por el mercado nacional que por el extranjero.

Distribución porcentual del número de turistas por trimestres según lugar de procedencia. Año 2007



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

La **estancia media** en el destino andaluz se ha estimado en 8,4 días, medio día inferior a la permanencia registrada en Andalucía durante 2006. Por procedencia, cabe destacar la registrada por el turista foráneo que ha superado los once días de estancia en la Comunidad, más de cuatro días por encima de la permanencia del español.

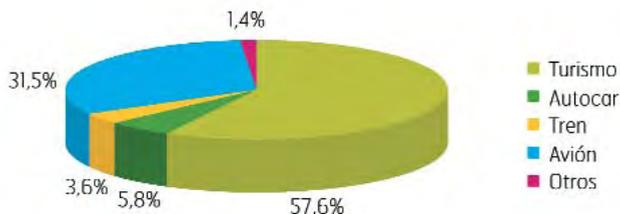
Estancia media del turista en Andalucía. Total, españoles y extranjeros. Año 2007

Estancia media. Año 2007	Nº de días
Total	8,4
Espanoles	7,1
Extranjeros	11,3

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

Para acceder a Andalucía, el coche es el **medio de transporte** más utilizado por los turistas que visitaron la región en 2007, circunstancia muy influenciada por el mayor peso del mercado nacional en el total del movimiento turístico andaluz. Le sigue a distancia el avión, elegido por el 31,5% de los mismos.

Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Total turistas. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

Los turistas que visitaron Andalucía en 2007 han preferido alojarse mayoritariamente (62%) en establecimientos hoteleros (hoteles y pensiones), lo que supone un crecimiento de más de medio punto respecto a los que eligieron este **tipo de alojamiento** durante el año 2006. El siguiente alojamiento en importancia ha sido el apartamento, casa o chalet, que fue escogido por el 30,7%, destacando dentro de esta tipología la vivienda de amigos y familiares.

El análisis por mercados revela que tanto el turista español como el turista extranjero escogen el alojamiento hotelero para hospedarse cuando visitan el destino andaluz, si bien esta preferencia se hace más evidente en el caso del turista foráneo, pues casi el 72% se ha decidido por esta opción de alojamiento frente al 60,3% de los turistas nacionales.

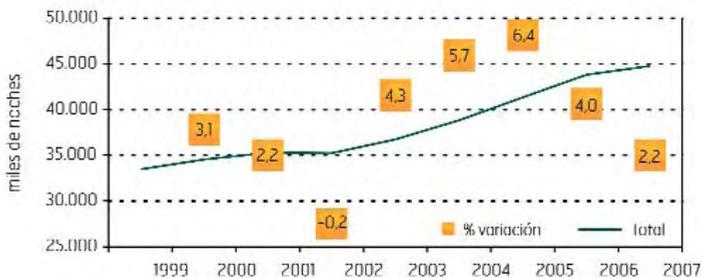
Tipo de alojamiento utilizado por los turistas en Andalucía. Año 2007

Tipo de Alojamiento	%		Tipo de Alojamiento	2007 (%)
Hoteles	55,8		Apartamento	30,66
Pensión	6,93		Alquilado	9,07
Apartamento	30,66	→	Propiedad	7,21
Camping	4,33		Amigos y familiares	14,39
Otros	2,99			
Total	100,0			

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

Según la Encuesta de Ocupación Hotelera que realiza mensualmente el Instituto Nacional de Estadística, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado en 2007 un total de 44,8 **millones de pernотaciones**, lo que en términos relativos supone un incremento del 2,2% respecto a las noches registradas en esta tipología de alojamiento durante el año anterior. Las tasas de crecimiento según nacionalidad se han cifrado en un 1,7% para el turista español y un punto superior para el extranjero (2,8%).

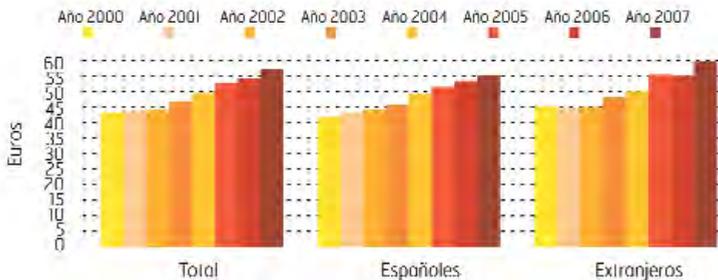
Pernотaciones registradas en establecimientos hoteleros andaluces. Años 1999 - 2007 y % variación



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El **gasto medio diario** que realizan los turistas que han elegido Andalucía como destino vacacional se ha estimado para el año 2007 en 57,29 euros, superior en casi 3 euros al estimado el año pasado. La evolución positiva que sigue esta variable desde el año 2000 queda latente en el siguiente gráfico. El comportamiento de los mercados es igualmente satisfactorio respecto a 2006, destacando el turista extranjero sobre el nacional al presentar un mayor gasto medio diario (59,64 euros).

Gasto medio diario. Total, españoles y extranjeros. Años 2000 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

La restauración es el concepto al que va destinado la mayor parte del presupuesto diario de cada turista, concretamente el 34,7% del total, seguido a su vez por el alojamiento (23,6%) y las compras (23,2%). Esta composición del gasto es muy similar tanto para turistas españoles como para los extranjeros, si bien hay que señalar que los turistas residentes en España destinan una mayor proporción de su presupuesto al alojamiento (24,7%), mientras que el turista extranjero gasta más que el español en compras no alimenticias (12,8%).

Gasto por concepto. Total, Españoles y Extranjeros. Año 2007

Gasto por concepto. Año 2007	Total (%)	Españoles(%)	Extranjeros(%)
Alojamiento	23,6	24,7	20,8
Transporte	7,9	8,1	8,2
Restaurantes	34,7	36	33,1
Compras alimenticias	12,3	12,3	11,7
Compras no alimenticias	10,8	9,5	12,8
Alquiler de coches	1,4	0,5	3,6
Visitas organizadas, ocio, otros...	9,2	8,9	9,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

Por lo que se refiere al **perfil sociodemográfico** del turista que visita Andalucía, se aprecia una mayor presencia de mujeres que de varones (51,6% y 48,4%, respectivamente). El intervalo de edad comprendido entre los 30 y 44 años es el más representativo entre los turistas que visitan la Comunidad andaluza alcanzando una cuota del 33,6%, le sigue el segmento de jóvenes de 18 a 29 años (28,7%). Por mercados cabe destacar a un turista español con un perfil sociodemográfico donde destacan las edades más tempranas, mientras que el turista extranjero destaca en edades superiores a los 45 años.

En cuanto a la situación laboral, el 62,7% de los turistas poseen un trabajo remunerado, seguidos a gran distancia por los estudiantes (19,7%). Este patrón laboral presenta diferencias según la nacionalidad del turista que nos visita, así el turista extranjero presenta una mayor proporción de jubilados (11,5% frente al 7,3% del turista español), lo que está en consonancia con la estructura por edades que presenta este mercado.

Otra variable a analizar en su perfil es el tipo de ocupación que desempeñan. Tal y como muestra la siguiente tabla, son los trabajadores de los servicios de restauración, personales protección y vendedores de comercio los que alcanzan una mayor cuota (28%), le siguen a distancia los que se engloban en la categoría de otros empleados de tipo administrativo. El 35,7% de los turistas extranjeros que han visitado la región en este año pertenecen a categorías profesionales altas ¹, porcentaje nueve puntos superior al alcanzado por los españoles un 26,6%.

¹ Engloba los dos primeros ítems (Dirección y Técnicos científicos)

Perfil sociodemográfico del turista en Andalucía. Año 2007

Sexo	%
Varones	48,4
Mujeres	51,6
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	10,0
18-29	28,7
30-44	33,6
45-65	20,9
Más de 65	6,8
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	62,7
En paro	1,5
Estudiante	19,7
Jubilado	9,1
Labores hogar	5,8
Otras	1,3
Total	100,0
Profesión	%
Dirección de empresas y de la Admon. pública	10,2
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	18,8
Técnicos y profesionales de apoyo	11,7
Otros empleados de tipo administrativo	20,6
Trabajadores de servicios*	28,8
Trabajadores cualificados en agricultura y pesca	0,8
Artesanos y trabajadores cualificados	4,4
Operadores de instalac y maquinaria, montadores	2,5
Trabajadores no cualificados	2,6
Fuerzas armadas	0,5
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

* Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores comercio.

Organizar el viaje a nuestra región de forma particular ha sido la vía seleccionada por ocho de cada diez turistas durante 2007, alcanzando en el caso del mercado español un porcentaje del 86,3%. El emisor extranjero hace un mayor uso de algún tipo de intermediario (agencias de viaje, centrales de reservas, clubes o asociaciones...) en su viaje al destino turístico andaluz así lo afirma el 30,3% de estos turistas.

El principal **motivo** por el que los turistas eligen Andalucía como destino vacacional continúa siendo el disfrutar de las vacaciones, ocio y turismo, tanto para los turistas españoles (84,4%) y aún más para los extranjeros (90,7%). Gozar de la compañía de amigos y familiares se constituye el segundo motivo para ambos mercados (6,9% españoles frente a 2,9% extranjeros).

La playa, el clima y la visita a monumentos son los principales determinantes que han condicionado la **elección de Andalucía** como destino vacacional lo que representa en su conjunto el 75,8% del total. La visita a amigos y familiares tiene un mayor peso entre los turistas nacionales que los extranjeros (10,3% frente a 4,9%), siendo el clima lo que decide al 31,8% de estos últimos (22,4% de los españoles).

Elección de Andalucía como destino vacacional. Total turistas. Año 2007

Motivo	2007 (%)
Precios	3,3
Clima	26,0
Playa	27,4
Visita a monumentos	22,4
Turistas de naturaleza y rural	8,2
Visita a familiares y amigos	7,9
Fiestas Populares / Folklore	0,9
Gastronomía	1,5
Calidad de vida / Hospitalidad	2,0
Excursiones	0,2
Practicar deportes	0,3
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

Un notable es la **valoración media** que le otorgan los turistas a Andalucía en este año 2007, 7,2 puntos (entre 1 y 10 puntos), algo inferior a la puntuación que obtuvo el destino el año anterior (-0,3 puntos), lo que muestra su satisfacción sobre el destino turístico andaluz. Los conceptos atención y trato recibido, alojamiento y paisaje y parques naturales son los mejor valorados, rozando casi los 8 puntos de valoración, que tanto en el caso del turista español como en el del extranjero también son los mejor puntuados.

Valoración (de 1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos. Año 2007²



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

Por otro lado, los aspectos más valorados van en consonancia con las **actividades preferidas** por la demanda turística andaluza. Así, el 52% de los encuestados afirma haber realizado actividades relacionadas con el uso y disfrute del litoral andaluz, mientras que el 39,7% se inclina por la visita a museos y monumentos y el 37,2% por las compras. Por nacionalidad se aprecia una mayor demanda de la oferta complementaria por parte de los turistas extranjeros, ya que los porcentajes registrados en cada una de las actividades son superiores en casi todos los casos a la de los nacionales, llamando la atención especialmente la visita a monumentos, las compras y la observación de la naturaleza, tal y como muestra la siguiente tabla.

² El ítem Otros es una media geométrica de los conceptos Autobuses, Trenes, Taxis, Asistencia Sanitaria, Limpieza y Nivel de Tráfico.

El grado de satisfacción anteriormente señalado se ve reflejado en el elevado **grado de fidelidad** al destino andaluz, de este modo el 39,3% de los turistas que visitaron la Comunidad en el año 2007 ya lo hicieron el año anterior. Este indicador es más elevado para el caso de los españoles, situándose en un 48,3%, cifra muy superior a la de los extranjeros estimado en un 19,4%.

Actividades realizadas durante la estancia en el destino turístico andaluz. Total, Españoles y Extranjeros. Año 2007 ³

Gasto por concepto. Año 2007	Total (%)	Españoles(%)	Extranjeros(%)
Disfrute y uso de la pplaya	52,1	50,5	54,2
Visita a monumentos y museos	39,7	34,9	50,3
Compras (excluidas regulares)	37,2	32,4	42,5
Observación de la naturaleza	33,7	31,6	39,3
Otros entretenimientos (zoo, p. temático etc.)	28,8	29,3	30,2
Deportes de naturaleza	3,6	3,4	3,7
Otros	3,6	4,6	2,5
Asistencia a eventos culturales	2,6	2,1	3,9
Práctica de deportes náuticos	2,5	2,2	3,6
Congresos y reuniones	2,5	2,7	2,2
Prácticas de otros deportes	2,1	1,9	2,3
Juegos de azar	2,0	1,3	2,8
Otras actividades culturales	1,7	1,2	2,7
Práctica de golf	1,7	0,8	3,3
Cursos y talleres	0,9	0,6	1,5
Coleccionismo y otros hobbies técnicos	0,6	0,3	1,0
Asistencia a eventos deportivos	0,5	0,5	0,4
Esquí	0,5	0,4	0,7
Caza/ Pesca	0,3	0,3	0,5

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

³ Pregunta multirrespuesta

La imagen positiva del destino turístico andaluz continúa siendo fundamental a la hora de atraer a nuevos turistas. Tanto es así que el 70,6% de los turistas que visitaron Andalucía en 2007 utilizaron como **canales de información sobre el destino andaluz** la recomendación de amigos y familiares (31,2%) o la propia experiencia (39,4%). El siguiente canal de información promocional en orden de importancia es la Internet (6,8%). Por mercados, la experiencia propia toma mayor protagonismo para los turistas nacionales que para los foráneos, 48,4% frente a un 22,5%; mientras que las agencias de viajes o los folletos turísticos cobran mayor relevancia para los extranjeros (13,6% frente a 3% y 11,7% frente a 4,8%).

Dos de cada cinco turistas que visitaron Andalucía en 2007 han hecho **uso de Internet** para consultar, reservar o comprar los productos y servicios turísticos andaluces, siendo superior en 12 puntos el uso que hace de este canal el mercado extranjero frente al nacional (47,7% frente a 35,6%).

Resumen de resultados. Total turistas. Año 2007

> INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA

>> Dinamismo: Crecimiento medio en los últimos 4 años (%)



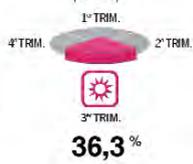
>> Gasto medio diario en destino: (€)



>> Estancia media: Número de días



>> Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre (verano)



> PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DEL TURISTA

>> Sexo:



>> Edad:



>> Situación Laboral:



>> Profesión:



> OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA



>> Aspectos mejor valorados: [escala de 1 a 10]



>> Valoración del destino: 7,3



>> Grado de fidelidad: 39,3%

> HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA

>> Ppal. tipo de alojamiento



>> Ppal. medio de transporte



>> Uso de intermediarios



>> Uso de internet



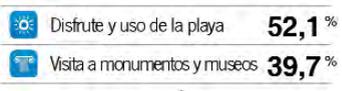
>> Canal ppal. de información sobre Andalucía:



>> Ppales. factores para elegir Andalucía



>> Ppales. actividades en Andalucía



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a partir de datos ECTA. IEA. GRÁFICO: Elaboración propia

2.2. El Turismo español en Andalucía

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte para el año 2007, la Comunidad andaluza ha recibido un total de **16,2 millones de turistas** españoles, lo que supone un **incremento relativo del 2,5%** respecto al pasado año, fruto principalmente del buen comportamiento del mercado andaluz, cuya tasa de crecimiento (3,3%) se ha situado por encima incluso de la registrada por el total de turistas que ha visitado Andalucía (2,7%).

En la evolución de los últimos cuatro años, la **tasa media de crecimiento acumulativo** del número de turistas españoles se ha situado en un 7%, 3 puntos por encima de la registrada por el mercado extranjero para este mismo período de tiempo.

En este contexto, la **participación porcentual** del mercado español frente al resto (61,2%) se constituye como una de las ventajas competitivas que lo sitúa como la principal nacionalidad de la demanda turística existente en la Comunidad.

Una vez en el destino andaluz, el **gasto medio diario** del turista nacional se estima en 55,14 euros, siendo superior el importe desembolsado por aquellos que proceden del resto de España que el de los propios andaluces (58,35 euros frente a 52,18 euros, respectivamente). Este hecho se repite en lo que a **estancia media** en el destino turístico se refiere (7,1 días), siendo la permanencia de los turistas procedentes del resto de España un día superior a la registrada por los andaluces.

El **gasto** en restauración no sólo supone la principal partida del pago efectuado por los españoles que eligen Andalucía como destino turístico (36%), sino que es 3 puntos superior al desembolso realizado por los extranjeros en este concepto. Le siguen a gran distancia el gasto en alojamiento (24,7%) y en compras alimenticias (12,3%), ambos superiores a los registrados por el mercado foráneo.

Distribución porcentual del gasto por concepto. Mercado nacional y mercado extranjero. Año 2007

Gasto por concepto	Españoles(%)	Extranjeros(%)
Transporte	8,1	8,2
Alojamiento	24,7	20,8
Restauración	36,0	33,1
Compras alimentación	12,3	11,7
Compras no alimentación	9,5	12,8
Visitas organizadas, ocio, otros...	8,9	9,8
Alquiler de coches	0,5	3,6
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

El **perfil sociodemográfico** del turista español se corresponde con el de una persona cuya **edad** está comprendida entre los 18 y los 44 años (66%). De hecho, mientras que en la estructura presentada por el mercado nacional se observa una mayor participación de los segmentos de edades más tempranas, el mercado extranjero registra una presencia más acusada de edades superiores a los 45 años.

La **situación laboral** mayoritaria es la remunerada. Así, el 63,8% de los turistas españoles poseen un trabajo propio o por cuenta ajena, siendo esta participación superior en 2,5 puntos a la registrada por los extranjeros, que a su vez contabilizan un mayor porcentaje de turistas jubilados (11,5%).

En cuanto a la **profesión**, cinco de cada diez turistas nacionales que visitan Andalucía realizan ocupaciones relacionadas con el sector servicios ó son empleados de tipo administrativo.

Perfil sociodemográfico del turista nacional en Andalucía. Año 2007

Sexo	%
Varones	48,8
Mujeres	51,2
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	9,9
18-29	31,7
30-44	34,1
45-65	18,8
Más de 65	5,6
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	63,8
En paro	1,4
Estudiante	19,8
Jubilado	7,3
Labores hogar	6,3
Otras	1,3
Total	100,0
Profesión	%
Dirección de empresas y de la Admon. pública	9,1
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	17,5
Técnicos y profesionales de apoyo	10,9
Otros empleados de tipo administrativo	21,4
Trabajadores de servicios*	29,5
Trabajadores cualificados en agricultura y pesca	1,0
Artesanos y trabajadores cualificados	4,6
Operadores de instalac y maquinaria, montadores	2,8
Trabajadores no cualificados	2,8
Fuerzas arnadas	0,5
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA, IEA.

* Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores comercio.

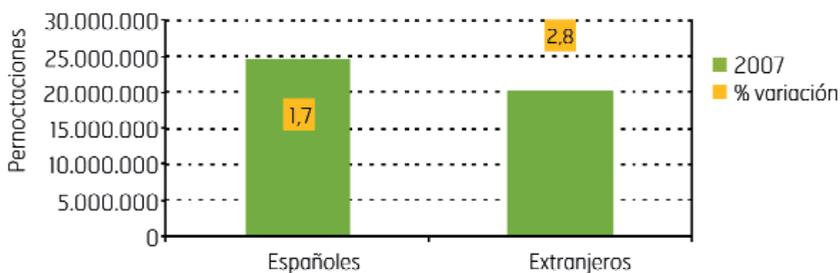
El coche se constituye como el principal **medio de transporte** utilizado por los turistas nacionales para acceder a Andalucía. De hecho, tres de cada cuatro españoles lo han utilizado para acceder a este destino turístico. El 11% de los españoles han hecho uso del avión. Según la fuente AENA, este porcentaje representa un total de 53.000 vuelos nacionales con 4,6 millones de llegadas de pasajeros, un 14,9% más que en el pasado año.

El mercado español se diferencia en gran medida del extranjero por su mayor independencia a la hora de **organizar su viaje** a Andalucía, ya que la organización particular es la más usual (86,3%) y supera en 16,6 puntos porcentuales a la registrada por los turistas extranjeros.

Seis de cada diez españoles que han elegido Andalucía como destino turístico en 2007 han elegido el establecimiento hotelero para **alojarse**. Asimismo, cabe destacar el uso del apartamento turístico por parte del mercado nacional, que con un porcentaje de uso del 34%, supera en 14,2 puntos al registrado por el mercado foráneo.

En este contexto, los establecimientos hoteleros andaluces han cerrado el año 2007 con un total de 10,1 millones de viajeros nacionales que han realizado 24,6 millones de pernoctaciones, lo que supone un crecimiento del 1,7% respecto al año 2006. Del total de estas noches, algo más de la mitad (51,2%) se han realizado en los hoteles de categoría superior (cuatro y cinco estrellas).

Número de pernoctaciones realizadas en los establecimientos hoteleros de Andalucía. Españoles y Extranjeros. Año 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El principal **motivo** del viaje realizado por los turistas españoles es el ocio y el disfrute de las vacaciones (84,4%). Así, el turista nacional **elige el destino andaluz** en función de tres factores principales: la playa (28,5%), el clima (22,4%) y la visita de monumentos (22,1%), siendo estas motivaciones similares a las reflejadas por el mercado extranjero. No obstante, cabe destacar la visita a familiares y amigos que alcanza un porcentaje por encima del 10%.

Una vez en Andalucía, las principales **actividades realizadas** ⁴ se corresponden con el disfrute del sol y la playa (50,5%), seguido a gran distancia por la visita a monumentos (34,9%), las compras (32,4%) y la observación de la naturaleza (31,6%).

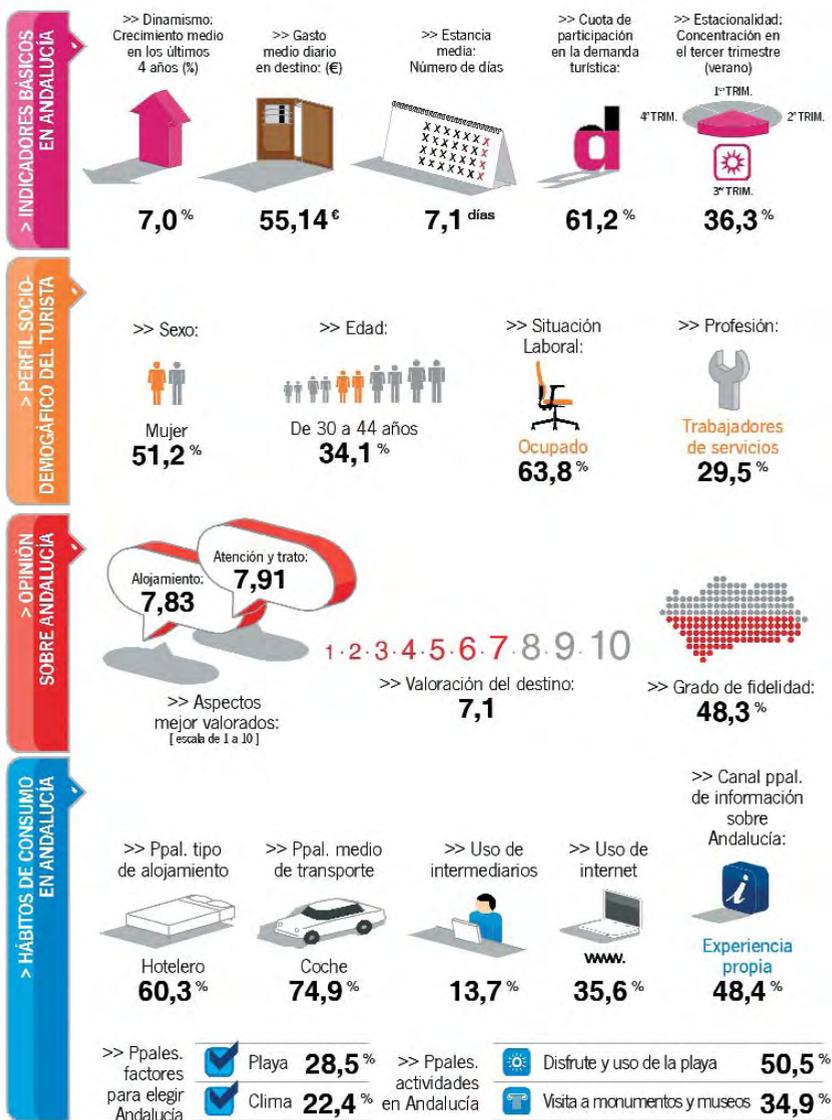
En 2007, la Comunidad andaluza ha sido **valorada** por los turistas nacionales con un notable (7,1 puntos), siendo la puntuación del turista procedente del resto de España ligeramente superior a la otorgada por el procedente de Andalucía. La valoración más elevada, al igual que ocurre en el mercado extranjero, la reciben los siguientes conceptos: atención y trato recibido (7,9 puntos), alojamiento (7,8 puntos) y los paisajes y parques naturales (7,8 puntos).

A este respecto, ocho de cada diez turistas españoles han conocido el destino andaluz por recomendación de amigos o familiares ó por experiencia propia, siendo la participación de este último **canal de promoción** dos veces superior al registrado por los turistas foráneos (48,4% y 22,5%, respectivamente).

En 2007, el 35,6% de los turistas nacionales han hecho **uso de Internet** para consultar, reservar o realizar alguna compra turística, siendo este porcentaje inferior en el caso de los turistas andaluces que en el de los procedentes del resto de España (29,8% y 39,9%, respectivamente).

El **grado de fidelidad** del turista español se ha situado por encima del estimado para el turista foráneo (48,3% frente al 19,4%, respectivamente), lo que indica el porcentaje de españoles que han repetido su visita a la Comunidad en 2007 después de haberla elegido como destino turístico en 2006.

Resumen de resultados. Turismo español. Año 2007

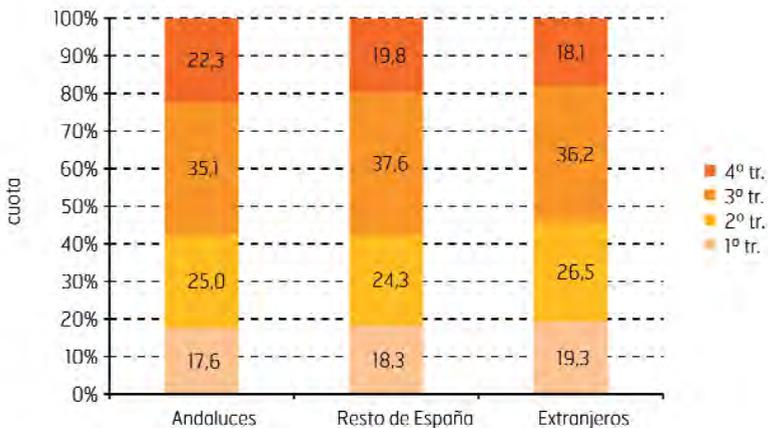


FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a partir de datos ECTA. IEA. GRÁFICO: Elaboración propia

2.2.1. El turismo andaluz

El **número de turistas andaluces** durante el 2007 alcanzó la cifra de **8,36 millones**, lo que ha supuesto un **incremento del 3,3%** respecto a la cifra estimada para 2006, según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. El turismo de los andaluces se caracteriza por mantener una distribución trimestral muy similar a la media, con una mayor importancia del tercer trimestre, aunque quizás se pueda señalar un cierto componente desestacionalizador por concentrar un mayor número de visitas turísticas en el cuarto trimestre del año que la media de mercados (22,3% frente a 19,9%). Asimismo este mercado ha presentado durante los últimos cuatro años un comportamiento muy dinámico, con una tasa media del 15,5%, muy por encima del resto de mercados.

Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

Los andaluces **gastan** una media de **52,18 euros al día** en su visita turística a Andalucía, gasto que se sitúa por debajo del resto de los mercados. En la distribución de este gasto, los conceptos de alojamiento y comidas suponen el 60,8% del presupuesto, porcentaje muy similar al del resto de españoles, pero por encima del correspondiente a los turistas extranjeros, en los que tiene una mayor importancia las compras no alimentarias y el alquiler de coches. Comparando con los turistas del resto de España, destaca el mayor porcentaje de gasto dedicado a las comidas y a las compras alimentarias, característica influida por el mayor porcentaje de alojamiento gratuito que utiliza el turista andaluz.

El **número de días que, como media permanece** el turista andaluz durante su viaje por Andalucía se estima en **6,6 días**, siendo el mercado que mantiene la menor estancia media de todos los analizados. Lógicamente, el medio de transporte más utilizado por los andaluces en sus vacaciones por Andalucía es el **coche**, alcanzando el porcentaje de utilización más alto en este mercado (85,3%).

El **alojamiento hotelero** es el más utilizado por el turista andaluz, aunque la utilización de apartamento, ya sea alquilado, en propiedad o de amigos y familiares, alcanza el mayor porcentaje de uso (42,2%) frente a la media (30,7%). El uso del coche así como la elevada utilización del alojamiento extrahotelero son variables que condicionan la escasa utilización de intermediarios, ya que **el 89,3% de estos turistas organizan su viaje de forma particular**.

Como **motivo principal** del viaje, los turistas andaluces declaran que son mayoritariamente las **vacaciones o el ocio**, en un 82%. No obstante, es en este mercado en el que las visitas a familiares y amigos cobra una mayor importancia frente al resto de los turistas, asimismo, la motivación trabajo o negocios también se sitúa por encima de la media.

En cuanto a los factores que les hace permanecer en Andalucía como destino vacacional, el turista andaluz se caracteriza por ser el que más se ve motivado por las **playas**, por el turismo de naturaleza o rural y por la visitas a familiares y amigos. Por el contrario, es el que menos declara el clima como factor que le hace elegir el destino andaluz.

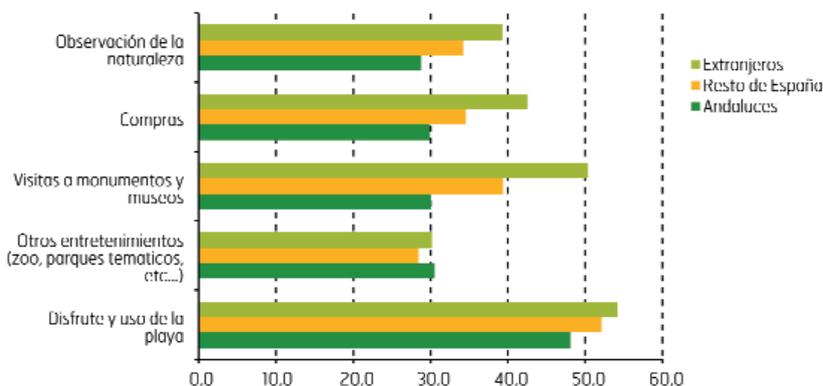
La **experiencia propia** es el canal principal por el que el turista andaluz conoce el destino turístico, con mucha mayor importancia que en el resto de mercados. Por el contrario para los turistas andaluces son para los que menos relevancia tienen las experiencias de amigos o familiares, los anuncios o Internet.

Son los propios andaluces los más exigentes a la hora de valorar el destino turístico andaluz, ya que son los que menor valoración otorgan. Aún así, la **calificación media alcanza el valor de 7** en una escala del 1 al 10. Conceptos como el alojamiento o la atención y el trato recibidos alcanzan la puntuación más alta con 7,9, mientras que los taxis, el alquiler de coches o el nivel de tráfico son los aspectos menos valorados.

Al comparar con otros mercados, el andaluz destaca por **valorar más positivamente que el resto el alojamiento y la señalización turística**, mientras que son los más críticos en cuanto al alquiler de coches, los taxis, la seguridad ciudadana y la asistencia sanitaria. A pesar de esta menor valoración es el turista andaluz el que presenta un mayor grado de fidelidad con el destino, ya que el 65,1% de ellos declaró en el 2007 que visitó Andalucía en el mismo periodo del año 2006.

El **disfrute y el uso de la playa** es la actividad principal que realizan los turistas andaluces siendo elegida por el 48,1% de ellos durante el año 2007. Otras actividades relevantes para estos turistas son las visitas a zoos, parques temáticos, etc., las visitas a monumentos y museos, las compras y la observación de la naturaleza. Este mercado destaca por una mayor preferencia hacia las visitas a zoos, parques temáticos, etc., mientras que muestran un menor interés que el resto de los mercados hacia el resto de las actividades anteriormente mencionadas.

Principales actividades realizadas por los turistas en Andalucía según procedencia. Año 2007⁴



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

En cuanto a la **utilización de Internet** para realizar consultas, reservas o compras son los turistas andaluces los menos proclives para la utilización de las nuevas tecnologías, utilizado sólo por el 29,8% de ellos.

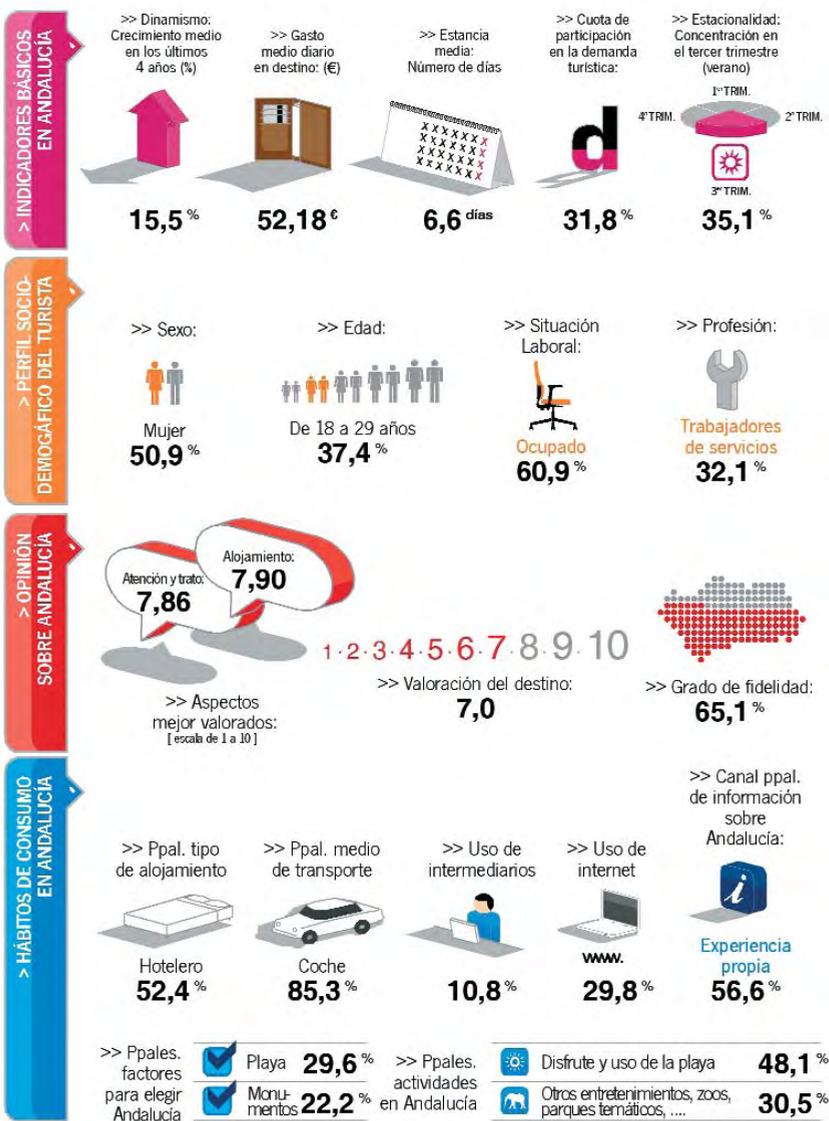
Los turistas andaluces, al igual que el resto de las procedencias, se reparten muy igualmente entre varones y mujeres. El intervalo de edad más significativo es el comprendido entre 18 y 29 años, por tanto el andaluz que viaja en Andalucía se puede definir como un turista joven, destacando claramente este segmento frente a otros mercados ya que representa un 37,4% frente al 28,7% de la media.

⁴ Pregunta multirrespuesta.

La **situación laboral** más común entre los turistas andaluces es la de **ocupado**, ya sea por cuenta ajena o propia, no obstante, la proporción de estudiantes entre estos turistas es superior que frente al resto de las procedencias analizadas. Por otro lado, los retirados y jubilados presentan una menor importancia. La profesión más habitual para el turista andaluz que se encuentra ocupado es la de trabajador en el sector servicios ⁵.

⁵ Trabajadores de servicios de restauración, personales, protección y vendedores de comercio.

Resumen de resultados. Turismo andaluz. Año 2007



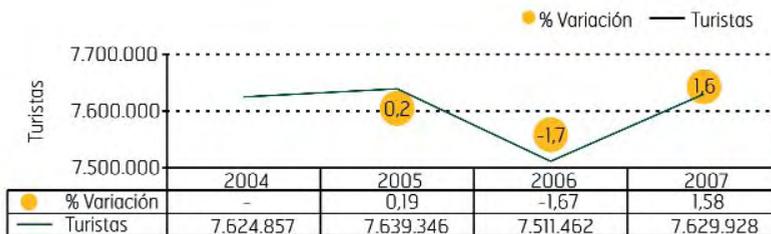
FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a partir de datos ECTA. IEA. GRÁFICO: Elaboración propia

2.2.2. El turismo del resto de España

Aproximadamente un tercio de los turistas que han visitado Andalucía en 2007 proceden del resto de España, lo que demuestra la gran relevancia de este mercado para este destino turístico. Así, durante el año 2007 se recibieron un total de **7,8 millones de turistas** españoles no residentes en Andalucía, lo que supone un 48% del turismo nacional y el 30% del total de turistas, según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La evolución de este mercado en los últimos años se ha caracterizado por la **estabilidad**. De hecho, el **crecimiento observado este año (1,6%)** ha compensado el descenso del 2006 y ha situado la cifra de turistas en un nivel similar al registrado en el año 2004.

Turistas del resto de España. Evolución 2004 - 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

El turismo del Resto de España destaca por presentar una **gran concentración** de sus visitas en el tercer trimestre del año, situándose por encima del resto de mercados en este aspecto. El 37,6% de los turistas nacionales no andaluces visitaron Andalucía en los meses de julio, agosto y septiembre, cifra claramente influenciada por ser la playa y el clima los principales factores que tienen en cuenta a la hora de escoger este destino turístico para sus vacaciones.

Los turistas nacionales no andaluces permanecen en Andalucía una **media de 7,7 días**, lo que supone un día más que los turistas de la propia Comunidad y 3,5 días menos que el turista extranjero.

En su visita a Andalucía, el turista del resto de España realiza un gasto de **58,35 euros de media al día**, una cantidad seis euros superior a la que presenta el mercado andaluz, y muy similar a la media del mercado extranjero (59,64 euros). Si se analiza la distribución por conceptos de este gasto, el turista del resto de España aparece como el que dedica una mayor proporción al alojamiento (25%), aunque la mayor parte del presupuesto lo gastan en la comida (35,5%), al igual que el resto de mercados analizados.

En cuanto al **perfil sociodemográfico**, entre los turistas nacionales no andaluces se observa una mayor presencia de mujeres, en la línea de la proporción mostrada por el resto de mercados analizados.

El 36% de estos turistas tienen una edad comprendida entre los 30 y 44 años, siendo el mercado que presenta un mayor peso de este tramo en su estructura. La situación laboral que predomina es el trabajo remunerado (por cuenta ajena o propia) (65,8%), destacando también en este concepto respecto al resto de mercados analizados. Por profesión, destacan los trabajadores de servicios⁶ (28%) y otros empleados de tipo administrativo (21,4%).

El **medio de transporte** utilizado en el 68% de los casos ha sido el coche, porcentaje muy alejado del que presenta el turista andaluz, y el uso del avión es del 18%, muy por encima de los residentes en la propia comunidad, pero muy alejado de los mercados extranjeros.

A la hora de pernoctar en Andalucía, el 66% de estos turistas utiliza el hotel o la pensión, mostrándose muy por encima del mercado andaluz que presenta un menor porcentaje de uso de esta **tipología de alojamiento** (52,4%), aunque no llega a alcanzar el peso que el alojamiento hotelero tiene para los mercados extranjeros.

⁶ Trabajadores de servicios de restauración, personales, protección y vendedores de comercio.

Tipo de alojamiento. Desagregación por mercados. Año 2007



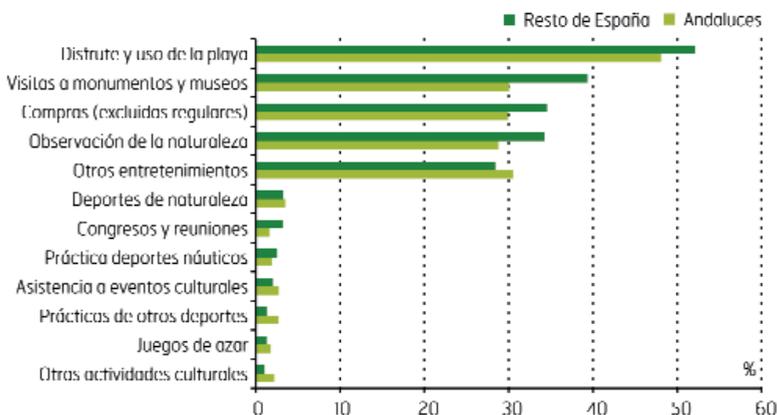
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

De hecho, los establecimientos hoteleros de Andalucía en 2007 recibieron 4,8 millones de viajeros españoles no andaluces, que registraron **12,8 millones de pernoctaciones**, lo que ha supuesto un crecimiento del 9,1%, muy por encima de lo que han subido las pernoctaciones andaluzas (1,8%). A este buen resultado han contribuido en gran medida comunidades como Navarra, Canarias, Murcia o ambas Castillas, que aún no siendo las más importantes para este destino, sí que han presentado este año tasas de incremento de dos dígitos.

El turista del resto de España **organiza su viaje** de forma particular en el 84% de los casos, situándose en un punto intermedio entre el 90% de los andaluces y el 70% de los extranjeros. En este contexto, el **uso de Internet** cobra cada año mayor relevancia, de hecho el 40% de los turistas nacionales no andaluces utilizaron este medio a la hora de organizar su viaje a Andalucía, ya sea para consultar, reservar o comprar algún servicio.

En torno al 86% de los turistas del resto de España manifiesta que el principal **motivo** de su viaje es el vacacional, siendo la playa, el clima y la visita a monumentos los aspectos que más influye a la hora de **elegir** como destino la Comunidad Autónoma andaluza. En este contexto, las principales actividades desarrolladas por este turista está muy relacionadas con estos factores, apareciendo en los primeros puestos el disfrute y uso de la playa (52,1%), la visita a monumentos y museos (39,4%), las compras (34,5%) y la observación de la naturaleza (34,2%).

Actividades realizadas durante la estancia. Andaluces / Resto de España. Año 2007⁷



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

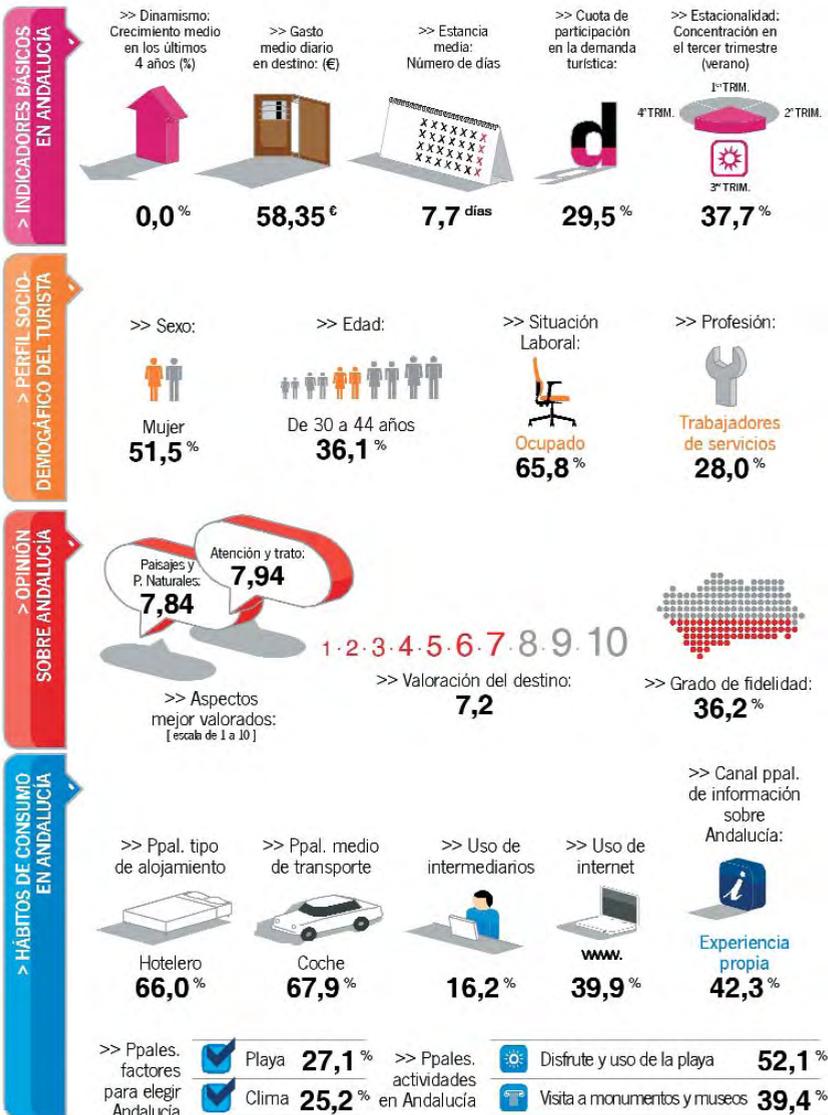
El 75% de estos turistas han **conocido el destino andaluz** por experiencia propia o por recomendación de amigos y familiares, y destaca sobre el andaluz en un mayor uso de otros canales como folletos, Internet o anuncios.

⁷ Pregunta multirrespuesta

La **valoración** de Andalucía como destino turístico para el mercado resto de España en una escala del 1 al 10, se sitúa en 2007 en 7,2 puntos. De los conceptos sobre los que se solicita valoración obtienen una mayor puntuación la atención y trato recibido, el alojamiento y los paisajes y parques naturales, todos ellos por encima de los 7,7 puntos.

El 36,2% de los turistas que visitaron Andalucía en el año 2006, repitió destino en 2007. Este **grado de fidelidad** muestra la satisfacción de este mercado tras su viaje a la Comunidad Autónoma andaluza, y se sitúa muy por debajo de la que presentan los turistas andaluces (65,1%).

Resumen de resultados. Turismo resto de España. Año 2007



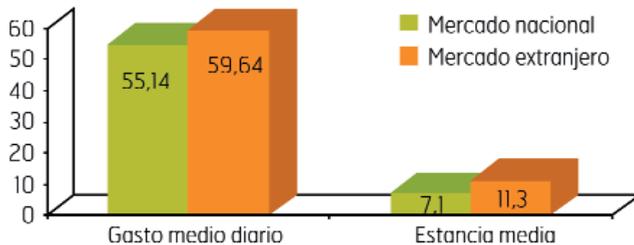
FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a partir de datos ECTA. IEA. GRÁFICO: Elaboración propia

2.3. El turismo extranjero en Andalucía

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Andalucía recibió en el año 2007 un total de **9,7 millones de turistas extranjeros**, 300 mil más que en el año anterior lo que supone en términos relativos **crecer el 3,1%**. Esta cifra supone que casi **4 de cada 10 turistas que recibe el destino turístico andaluz proceden del extranjero**, siendo las nacionalidades británica y alemana las más relevantes.

El turista extranjero destaca frente al nacional por realizar en el destino un gasto medio diario mayor (4,50 euros) así como por permanecer de media en Andalucía un mayor número de días (4,2 días).

Gasto medio diario y estancia media. Mercado nacional y extranjero. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

El alojamiento y la restauración son los **conceptos de gasto** más relevantes en el presupuesto de un turista extranjero. Ambos suponen el 54% del total del gasto que realizan en el destino andaluz, del resto de las partidas es el alquiler de vehículos donde se refleja una diferencia relevante respecto al gasto efectuado por los turistas españoles al ser este concepto prácticamente inapreciable en este caso, mientras que para los extranjeros llega a suponer el 3,6%.

Pese a ser de 30 a 44 años el **segmento de edad** más relevante del turista extranjero (33%) destaca en esta procedencia una mayor presencia de turistas de los segmentos de mayor edad, de hecho los mayores de 45 años suponen 9 puntos porcentuales más que en la estructura de edad de los turistas españoles.

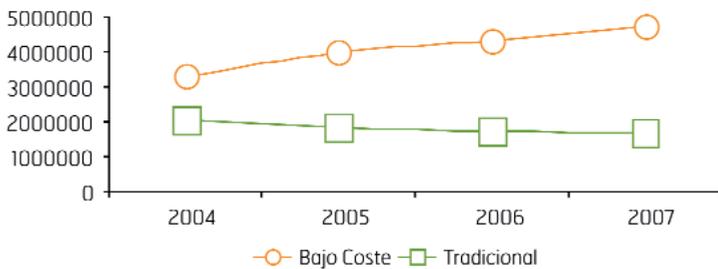
La **situación laboral** de los turistas extranjeros no varía significativamente de la media de los turistas, 6 de cada 10 turistas que visitan Andalucía tienen trabajo ya sea por cuenta propia o ajena. En estos casos la mitad de ellos realizan ocupaciones muy cualificadas (Dirección, técnicos y profesionales científicos, intelectuales o de apoyo).

El hecho de que la edad media de los turistas extranjeros sea más elevada se refleja en la mayor proporción de retirados y jubilados (11,5% frente al 7,3% de españoles).

El **medio de transporte** utilizado mayoritariamente para acceder a Andalucía por los extranjeros es el avión (73,3%). En el año 2007 los aeropuertos andaluces recibieron un total de 48.601 vuelos procedentes del extranjero con 6,4 millones de llegadas de pasajeros, 370 mil más que en 2006 (6,1%).

En el movimiento aeroportuario de estos turistas destaca la tendencia creciente del uso de las compañías de bajo coste lo que ha provocado que éstas aumenten su cuota de mercado casi 12 puntos desde 2004, consiguiendo en 2007 acaparar el 73,4% del total de llegadas a Andalucía de pasajeros extranjeros.

Evolución de llegadas de pasajeros extranjeros por tipo de compañía. Años 2004 - 2007



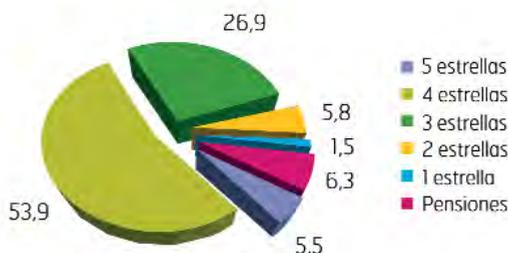
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos AENA

El mercado extranjero se diferencia en gran medida del español por su mayor dependencia de intermediarios a la hora de **organizar su viaje** a Andalucía (16,6 puntos porcentuales), no obstante, pese a esta distinción continúa siendo la organización particular la más habitual en este mercado (69,7%).

El 74,3% de los turistas extranjeros prefieren los establecimientos hoteleros como tipo de **alojamiento** en sus viajes a Andalucía, proporción 14 puntos superior al mercado español.

Los establecimientos hoteleros andaluces registraron en el año 2007 un total de 6,1 millones de viajeros extranjeros que realizaron 20,2 millones de pernoctaciones, registrando un crecimiento del 2,8% respecto al año 2006. Cuando este mercado se decide por el hotel más de la mitad eligen la categoría de cuatro estrellas.

Distribución (%) de las pernoctaciones extranjeras por categorías de establecimiento hotelero. Año 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Tres factores son los que propician la **elección de Andalucía** como destino turístico vacacional por los extranjeros: clima, playa y visita a monumentos, los cuales suponen conjuntamente el 80%. El resto de los conceptos no llegan al 10% de cuota.

La influencia de estos factores se observa en que la mitad de los extranjeros durante su estancia en Andalucía ha realizado **actividades** relacionadas con el disfrute del sol y la playa así como alguna visita a monumentos y/o museos, destacando estas últimas por ser, junto a las compras, las actividades donde la proporción de extranjeros supera en más de 10 puntos porcentuales a la española.

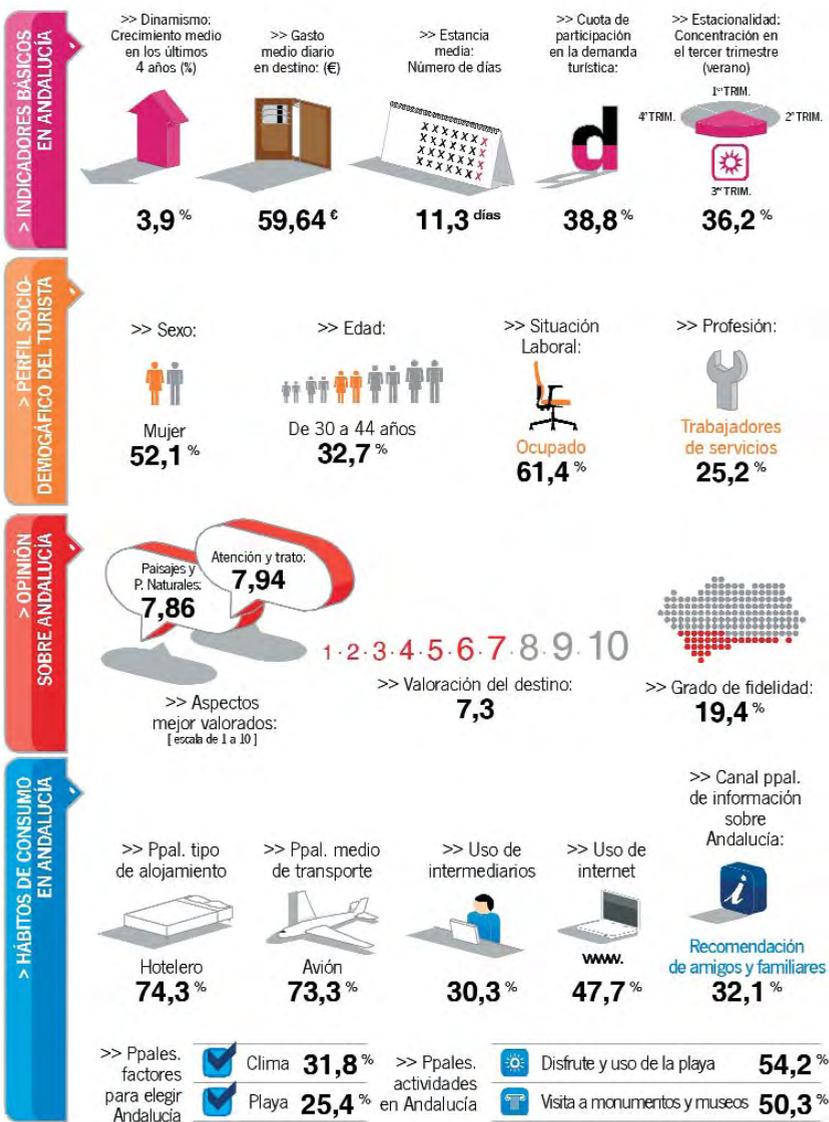
Resulta relevante destacar que en la mayor parte de las actividades realizadas en destino es superior la proporción de extranjeros que las practican frente a españoles, por lo que indica que es un mercado activo que requiere una amplia oferta complementaria en el destino.

En 2007 los turistas extranjeros **valoraron** el destino andaluz con 7,3 puntos, en una escala de 1 a 10 puntos, alcanzando tres conceptos la puntuación más alta (7,9 puntos): Calidad del alojamiento, Paisajes y parques naturales y la atención y trato recibido durante su estancia en Andalucía.

Esta imagen positiva resulta fundamental a la hora de captar nuevos turistas extranjeros, debido a que las recomendaciones de amigos y familiares así como la experiencia propia son los **canales de información sobre el destino** para más de la mitad de los extranjeros que visitaron Andalucía. No obstante, cabe destacar el mayor uso que realizan frente a los españoles del resto de canales: agencias de viajes, folletos turísticos e Internet principalmente.

El **uso de Internet** para consultar, reservar o comprar los productos y servicios turísticos andaluces es superior en el caso del turismo extranjero que utiliza esta herramienta en el 48% de los casos mientras que este porcentaje se reduce en 12 puntos cuando se trata del turista español.

Resumen de resultados. Turismo extranjero. Año 2007



2.3.1. El turismo británico en Andalucía

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, durante 2007 Andalucía recibió la llegada de casi **3 millones de turistas** procedentes de Reino Unido, registrándose una **tasa de crecimiento del 2,5%**. El mercado británico tiene especial relevancia para el turismo de Andalucía ya que representa al 11% del total de turistas y el 30% de los extranjeros.

La **estancia media** de estos turistas en el destino andaluz es 10,8 días, 2,4 días por encima del promedio total y gastan diariamente 61,48 euros por persona, gasto superior a la media en algo más de 4 euros.

Casi el 55% del **presupuesto del viaje** a Andalucía, de los británicos, está destinado a la restauración (35,9%) y al alojamiento (18,9%), tras estos se sitúan las compras no alimenticias para las que se consume el 13,7% del gasto y las alimenticias que suponen el 11,2%. Esta distribución del gasto es bastante similar a la del conjunto de extranjeros.

Distribución porcentual del gasto por concepto. Extranjeros y Reino Unido. Año 2007

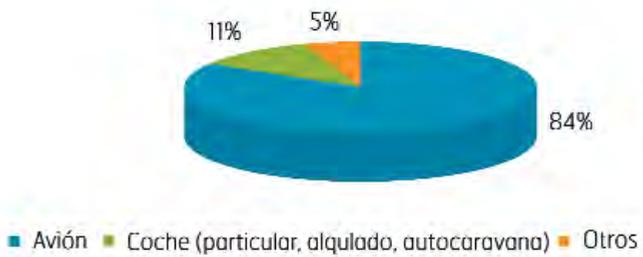
Gasto por concepto	Extranjeros(%)	Reino Unido(%)
Restauración	33,1	35,9
Alojamiento	20,8	18,9
Compras no alimentación	12,8	13,7
Compras alimentación	11,7	11,2
Visitas organizadas, ocio, otros...	9,8	10,3
Transporte	8,2	6,8
Alquiler de coches	3,6	3,1
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

El **perfil sociodemográfico** del turista procedente de este país coincide en el 62% de las ocasiones con personas que tienen una **edad** comprendida entre los 30 y 64 años, repartiéndose por igual el intervalo 30 a 44 años y 45 a 64 años. Este mercado también se caracteriza por ser el que mayor representación tiene entre los turistas de más edad. En cuanto a la **situación laboral**, 6 de cada 10 tienen un trabajo remunerado por cuenta ajena o propia y desempeñan labores de técnico en el 22% de los casos, tras ésta, las profesiones con mayor participación, alrededor del 20% en ambos casos, son la de los trabajadores de servicios de restauración, personales, protección y seguridad y los trabajadores cualificados en agricultura y pesca. En cuanto al **sexo**, el 51,1% de las llegadas se corresponden con mujeres y el resto hombres.

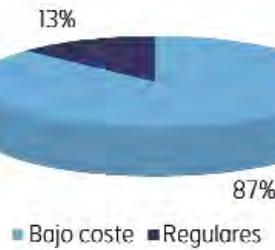
El avión es el **medio de transporte** utilizado mayoritariamente para acceder a Andalucía (84%), siendo de las nacionalidades analizadas la que mayor porcentaje presenta con respecto a este medio. Durante 2007 se han recibido en los aeropuertos andaluces un total de 3.153.214 pasajeros, es destacable la importancia de los vuelos de bajo coste para este mercado que han traído a 2.749.923 pasajeros con una ocupación media del 84%. La relevancia de éstos también se pone de manifiesto en la tendencia de crecimiento que se observa año a año en el número de pasajeros a costa de los vuelos regulares.

Medio de transporte utilizado para llegar a Andalucía. Año 2007



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

Distribución de los pasajeros llegados por avión a Andalucía. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos AENA.

La mayoría de los turistas británicos no necesita acudir a un intermediario a la hora de **organizar su viaje**, sino que lo hace de forma particular (64.3%), sí es destacable, que de los mercados analizados es el que mayor porcentaje de uso de terceros presenta, 16 puntos más que la media del total y 6 puntos por encima del conjunto de los extranjeros.

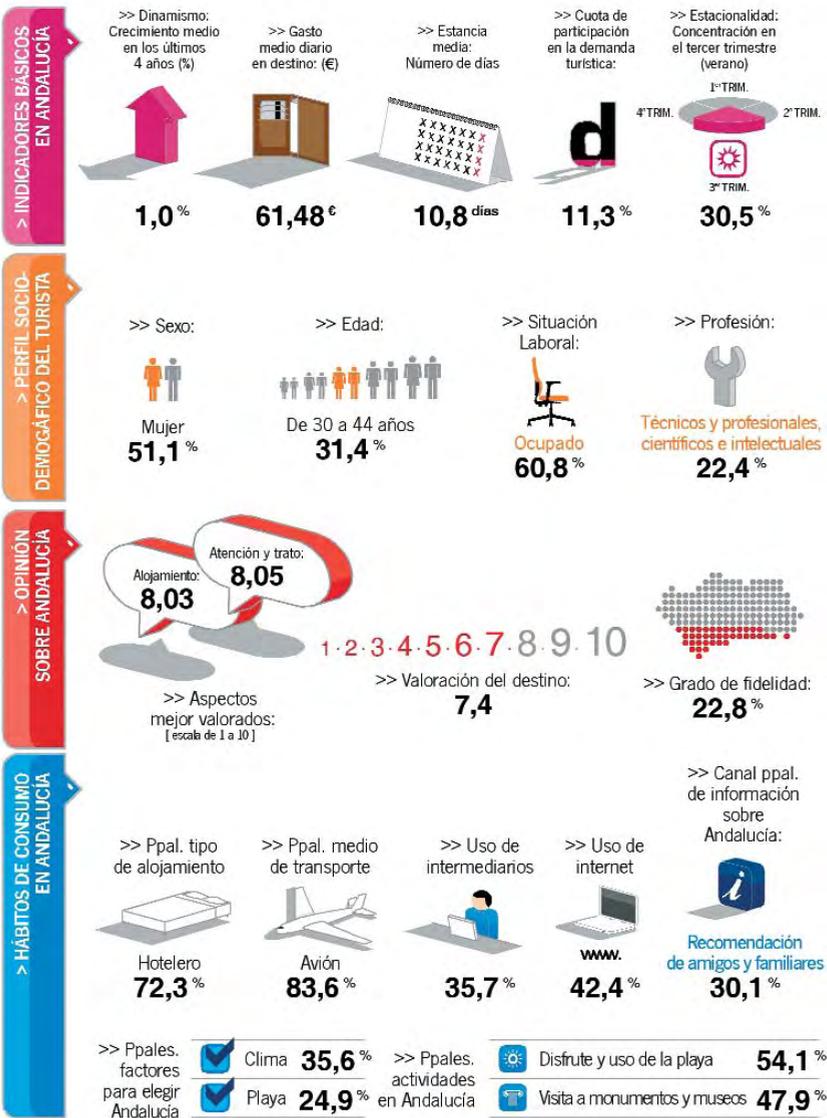
En cuanto al **tipo de alojamiento**, los hoteles y apartahoteles son los establecimientos más utilizados por los turistas británicos que eligen esta opción en el 67,9% de los casos. Le siguen en importancia los apartamentos que son elegidos por el 25,2% de ellos.

El 90% de los turistas británicos que ha visitado Andalucía, durante 2007, ha declarado que la **motivación principal del viaje** ha sido el disfrutar de sus vacaciones, siendo el clima (35,6%), la playa (24,9%) y las visitas a monumentos (21,1%) los factores determinantes a la hora de **elegir el destino andaluz**. Esto se refleja en las **actividades** que realizan estos turistas durante su estancia en la comunidad andaluza, entre las que destacan el disfrute y uso de la playa, la visita a monumentos y las compras.

Los turistas procedentes del Reino Unido son los que mejor **califican** el destino andaluz otorgándole 7,4 puntos (escala 1 a 10), siendo el alojamiento, la calidad de las playas y la hospitalidad los ítems mejor valorados obteniendo 8 puntos. Esto muestra la satisfacción de los turistas británicos con el destino andaluz y por tanto que sean, de los extranjeros, los que mayor **grado de fidelidad** presentan (22,8%). Esto influye en que uno de los principales **canales**, a través de los que se conoce el destino andaluz, sea la experiencia propia (22,5%), canal que sigue en importancia a la recomendación de amigos y familiares que es el que atrae a Andalucía al 30% de los turistas procedentes de Reino Unido. Tras estos se posicionan las agencias de viajes (17%) y el uso de Internet para el 10,6%.

En cuanto al **uso de Internet** para consultar, reservar o comprar productos y servicios turísticos andaluces hay que apuntar que los turistas procedentes de este mercado han utilizado este servicio en el 42,4% de las ocasiones.

Resumen de resultados. Turismo británico. Año 2007



2.3.2. El turismo alemán en Andalucía

El mercado alemán es el segundo emisor extranjero de turismo para Andalucía. En el año 2007, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte estima que el número de turistas alemanes que han visitado la Comunidad andaluza roza los **1,19 millones**, cifra que representa el 11,8% de todos los visitantes extranjeros y el 4,6% del total de turistas recibidos en Andalucía. Respecto al año anterior, este colectivo experimentó un **aumento en términos relativos del 1,1%**, situándose por debajo de la media de crecimiento del mercado extranjero (3,1%) para este año. Este ascenso puede considerarse en línea con la evolución que este emisor viene mostrando, ya que la tasa media de crecimiento de este mercado en los últimos cuatro años ha sido del 1,6%.

Como la mayoría de los turistas, el alemán prefiere **concentrar las visitas** a la región andaluza en los meses centrales del año, ya que de abril a septiembre se recibieron cerca del 62,6% del total de visitantes de esta nacionalidad. Este comportamiento queda completamente justificado si se tiene en cuenta que es el clima el principal factor que motiva al turista alemán para escoger el destino andaluz. Cabe destacar sin embargo que el alemán es junto con el mercado británico uno de los emisores menos estacionales.

Los turistas alemanes permanecen por término medio 12,8 días en Andalucía, destacando por ser la mayor **estancia** registrada en el total de mercados estudiados, tanto nacionales como extranjeros.

Estancia media de los turistas en Andalucía. Año 2007



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

En su estancia en la Comunidad andaluza, el turista alemán se gasta como media al día 60,18 euros, lo que supone un importe 5 euros superior al registrado por el mercado nacional, el principal mercado turístico de Andalucía, si bien es 1,3 euros inferior al **gasto medio diario** realizado por el turista británico, el principal emisor procedente del extranjero.

La mayor parte del **presupuesto del turista** alemán va destinado a restauración (33,7%), seguido de las compras y el alojamiento (27,2% y 18,1%, respectivamente). No obstante, en comparación con el resto de mercados analizados, el alemán es el turista que menos gasta en conceptos como el transporte y el alojamiento, pero el que más destina a excursiones /visitas organizadas y ocio (11,5%) y a compras no alimenticias (15,9%).

En cuanto al **perfil sociodemográfico** del turista alemán que viaja a Andalucía, se comprueba una mayor presencia de mujeres que de varones, sin que existan diferencias significativas de esta distribución por razón de sexo con la que presenta el turista nacional o el turista extranjero. Además, se caracteriza por tener una edad comprendida entre 30 y 65 años, poseer un trabajo remunerado, y estar dedicado a profesiones técnicas científicas o intelectuales.

Entre las **características sociodemográficas** distintivas de este emisor frente al resto de mercados analizados, destaca por tener la proporción de turistas jóvenes (menos de 18 años) más baja (8,9%), una proporción de estudiantes (21,2%) sólo superada por el mercado andaluz, y estar trabajando en ocupaciones técnicas científicas e intelectuales en mayor cuantía que otros emisores para Andalucía.

Perfil sociodemográfico del turista nacional en Andalucía. Año 2007

Sexo	%
Varones	47,1
Mujeres	52,9
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	8,9
18-29	22,7
30-44	35,3
45-65	26,4
Más de 65	6,6
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	60,9
En paro	0,8
Estudiante	21,2
Jubilado	11,1
Labores hogar	4,5
Otras	1,5
Total	100,0
Profesión	%
Dirección de empresas y de la Admon. pública	12,2
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	26,5
Técnicos y profesionales de apoyo	12,5
Otros empleados de tipo administrativo	20,1
Trabajadores de servicios*	23,8
Trabajadores cualificados en agricultura y pesca	0,2
Artesanos y trabajadores cualificados	1,8
Operadores de instalac y maquinaria, montadores	1,4
Trabajadores no cualificados	1,4
Fuerzas armadas	0,3
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

* Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores comercio.

Seguidamente se comentan los principales indicadores que caracterizan los hábitos de consumo turístico de este emisor en Andalucía:

En su visita a la Comunidad andaluza, el turista alemán prefiere en el 63,7% de los casos organizar de forma particular el viaje, no obstante es junto con el turista británico uno de los mercados emisores que más uso realiza de los intermediarios. En la **organización** personal del viaje, **Internet** se convierte en un instrumento fundamental, pues es utilizado por algo más de la mitad de los turistas alemanes que estuvieron en la región durante 2007 para efectuar consultas sobre su viaje, reservar o comprar.

El avión es el principal **medio de transporte** utilizado para acceder a Andalucía. Tras el Reino Unido, registra el porcentaje de uso más elevado de los mercados aquí analizados (79,4%). En las conexiones aéreas entre Alemania y Andalucía, el número de plazas disponibles superó el millón en el año 2007, y de ellas cerca del 80% corresponden a compañías de bajo coste, una opción de viaje que el visitante alemán ha sabido aprovechar en este año, puesto que la tasa de crecimiento de pasajeros procedentes de aeropuertos alemanes que han usado compañías de bajo coste ha aumentado un 6,8% respecto al año anterior.

Prefieren los establecimientos hoteleros como **tipo de alojamiento** en sus viajes a Andalucía (utilizado por el 75,6%), proporción que no se diferencia demasiado de la que presenta el turista extranjero, pero que es 15 puntos superior a la del mercado español.

El 89,7% de los encuestados declaran como principal **motivo del viaje** el disfrute de sus vacaciones o tiempo de ocio, siendo el clima, la playa y las visitas a monumentos, por este orden, los factores esenciales para los alemanes a la hora de **elegir Andalucía** para pasar sus vacaciones, factores que suponen más del 80% del total.

Sin duda, los mismos factores que inducen a los turistas alemanes para visitar el destino andaluz, influyen en el tipo de actividades que éstos realizan durante su estancia en la región. Así, más de la mitad han disfrutado del sol y las playas de Andalucía, y han efectuado visitas a museos y monumentos, actividad esta última en la que destacan en comparación con otros emisores. También es superior la proporción de turistas alemanes que han realizado actividades relacionadas con la observación de la naturaleza (41,2%), y las compras (44,5%). En general se trata de un turista muy dinámico, tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico:

Actividades realizadas durante la estancia . (respuesta multiple: % que realiza cada actividad)

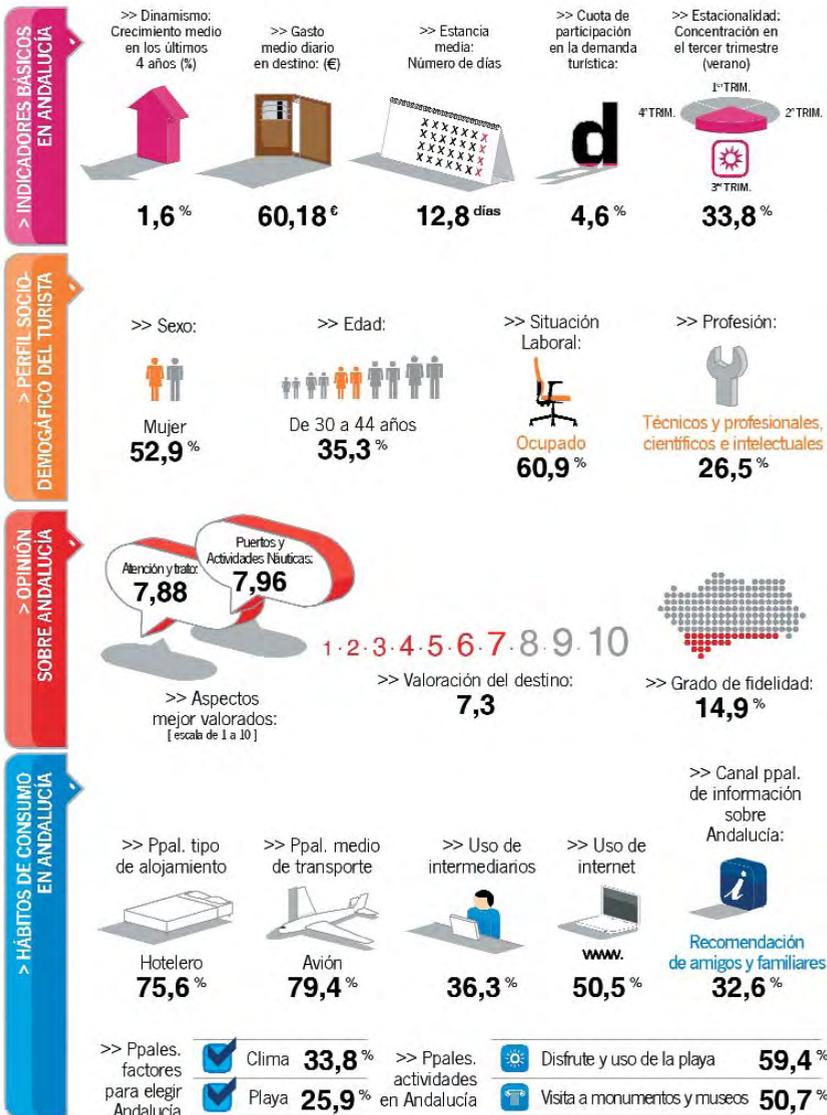


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

Los turistas alemanes **valoraron** el destino turístico andaluz con 7,3 puntos, en una escala de 1 a 10 puntos. Entre los conceptos mejor valorados se encuentran los puertos y actividades náuticas (8 puntos), la atención y trato recibido (7,9 puntos), y el alojamiento, paisajes y parques naturales y la relación calidad / precio, todos ellos con una valoración de 7,8 puntos.

A pesar de esta evaluación positiva que de la Comunidad andaluza hace el turista alemán, se trata del emisor que presenta el **grado de fidelidad** más bajo en comparación con el resto de los mercados analizados, ya que sólo el 14,9% de los alemanes que visitaron Andalucía en 2007 lo habían hecho también el año anterior. No obstante, prácticamente la mitad de los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2007 **conocieron el destino** a través de la recomendación de amigos o familiares o por experiencia propia. A estos canales le siguen la recomendación de agencias de viajes y los folletos turísticos.

Resumen de resultados. Turismo alemán. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a partir de datos ECTA. IEA. GRÁFICO: Elaboración propia

3

Movimiento
HOTELERO
en Andalucía

Introducción

El siguiente capítulo presenta un análisis detallado del movimiento hotelero andaluz en base a los principales resultados que han presentado para el año 2007 las variables más significativas que ofrece la Encuesta de Ocupación Hotelera, realizada por el Instituto Nacional de Estadística con periodicidad mensual⁸.

En una primera parte se presentan las principales cifras del sector hotelero andaluz y se realiza un análisis comparativo con la media nacional y las principales Comunidades Autónomas turísticas. En un segundo apartado se hace especial referencia a los mercados emisores de turismo más importantes para Andalucía, como son el español, el británico y el alemán. Posteriormente, se ofrece una visión general del movimiento hotelero de cada una de las ocho provincias andaluzas para finalizar este apartado con una información más desagregada territorialmente, referida a los principales puntos y zonas turísticas de la Comunidad.

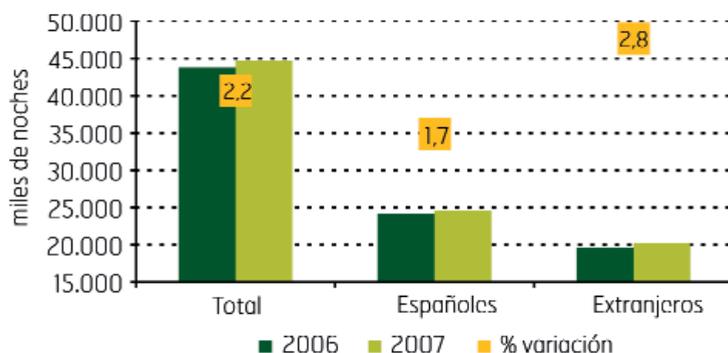
3.1. Andalucía. Principales resultados y análisis comparativo

Según el Instituto Nacional de Estadística, a través de la Encuesta de Ocupación Hotelera, Andalucía cierra el año 2007 con 16,2 millones de viajeros, que realizaron un total de 44,8 millones de pernoctaciones hoteleras, 955 mil más que en 2006, lo que supone un incremento relativo del 2,2%.

Este resultado es fruto del buen comportamiento que han presentado tanto el turismo nacional como el extranjero. Respecto al año anterior, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado un total de 24,6 millones de pernoctaciones nacionales, lo que supone un incremento relativo del 1,7%, mientras que los extranjeros muestran un crecimiento del 2,8%, con un total de 20,2 millones de noches.

⁸ Los datos disponibles al cierre de este balance y que se han utilizado para la elaboración de este capítulo son los publicados por el Instituto Nacional de Estadística en mayo de 2008, con información definitiva hasta abril de 2007. Las desagregaciones por país de origen, tourperador y categorías, obtenidas bajo petición al INE, no incorporan datos definitivos de 2007.

Pernoctaciones hoteleras en Andalucía. Total, españoles y extranjeros. Año 2007 y % variación



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Las cifras de 2007 suponen para Andalucía el quinto año consecutivo presentando tasas de variación positivas en lo que a pernoctaciones hoteleras se refiere, continuando así con la dinámica positiva iniciada en 2003⁹, tal y como se observa en el gráfico.

Del total de pernoctaciones registradas en los hoteles andaluces, 14,6 millones fueron contratadas a través de touroperadores, lo que supone un incremento del 5,7% en relación al año 2006. El porcentaje de pernoctaciones touroperadas crece hasta el 32,5%, aunque sigue siendo bajo si lo comparamos con el que presentan las principales Comunidades Autónomas turísticas, de manera que Andalucía se sitúa en cuarto lugar, ganando un puesto respecto al año anterior pero muy lejos de las dos primeras posiciones, ocupadas por Baleares y Canarias.

⁹ En 2005, el INE llevó a cabo una actualización de los directorios que constituyen el marco de la encuesta, procedentes de las Consejerías de Turismo de las CCAA, así como una modificación en el sistema de recogida de información, extendiendo el ámbito temporal de recogida durante todos los días del mes de referencia. Esto supuso una ruptura en la serie, por lo que los datos de 2006 no son directamente comparables con los de 2005; para realizar dicha comparación se han usado los coeficientes de enlace facilitados por el INE.

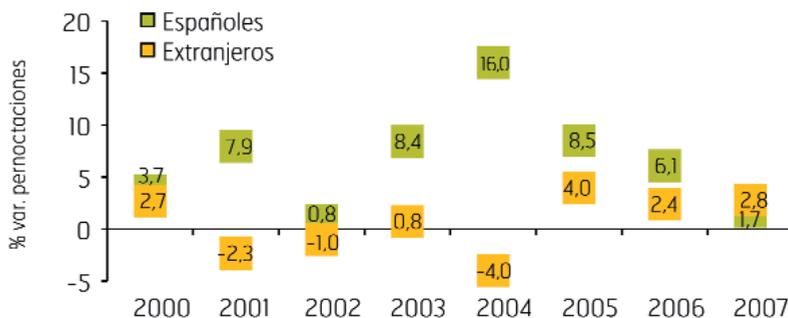
Pernoctaciones de touroperador en hoteles. Distribución por CC.AA. Año 2007. Millones de noches

Posición	CCAA	Pernoct. totales	Pernoct. TTOO	% s/total de pernoct.
1	Baleares (Illes)	51	43,8	85,9
2	Canarias	48,6	40,0	82,3
3	Cataluña	42,4	15,9	37,6
4	Andalucía	44,8	14,6	32,6
5	Comunidad Valenciana	25,8	10,8	41,7
6	Madrid (comunidad de)	17,5	2,2	12,4

FUENTE: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Por mercados, se observa que la evolución presenta tendencias claramente diferenciadas. Mientras el mercado español presenta continuos crecimientos, destacando sobre todo el del año 2004, los extranjeros vienen registrando un comportamiento más irregular, con tasas negativas en 2001, 2002 y 2004.

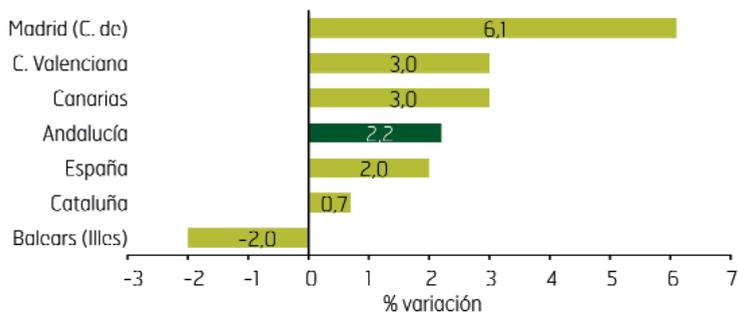
Evolución del movimiento hotelero en Andalucía. % variación pernoctaciones españolas y extranjeras. Años 2000 - 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En 2007, las pernoctaciones hoteleras en España se han caracterizado por mostrar una tasa de variación anual positiva, ligeramente inferior a la registrada en Andalucía, concretamente se han producido un total de 272,4 millones de pernoctaciones lo que ha supuesto un 2% más que en 2006. Estas cifras son resultado de los incrementos registrados en las principales Comunidades Autónomas turísticas, exceptuando Baleares donde descienden un -2%. Del resto, destacan Madrid, con crecimiento del 6,1% y Canarias y Comunidad Valenciana, que crecen un 3% , tal y como se observa en el gráfico.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Principales CC.AA. turísticas. % variación Año 2007 / Año 2006



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El comportamiento del turismo nacional se ha comportado de manera dispar en las principales Comunidades Autónomas turísticas españolas. Así, en el lado positivo destacan Comunidad Valenciana y Canarias, donde se ha dejado notar con más fuerza, mientras que en Baleares o Cataluña se ha registrado descensos. Andalucía se ha mantenido en torno a la media nacional de manera que en 2007 los turistas nacionales han realizado en los hoteles andaluces un total de 24,6 millones de pernoctaciones, 406 mil más que en el año anterior, lo que supone un incremento relativo del 1,7%, similar al registrado en el total de España.

Pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas españoles. España y principales CC.AA. turísticas. Año 2007

Pernoctaciones Españoles	2007	% var.
Comunidad Valenciana	16.144.882	4,7
Canarias	10.367.651	4,1
Madrid (Comunidad de)	9.450.217	2,7
Andalucía	24.604.742	1,7
Cataluña	14.750.936	-2,1
Balears (Illes)	6.505.830	-12,7
España	272.433.947	1,6

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Del mismo modo, los resultados que se observan en Andalucía para el mercado extranjero, también se posicionan en torno al crecimiento medio nacional, mientras que el resto de Comunidades turísticas crecen (destacando Madrid con un 10,4%) o se mantienen, tal y como se muestra en la tabla.

Pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas extranjeros. España y principales CC.AA. turísticas. Año 2007

Pernoctaciones Extranjeros	2007	% var.
Madrid (Comunidad de)	8.055.278	10,4
Andalucía	20.160.355	2,8
Canarias	38.206.407	2,7
Cataluña	27.625.311	2,3
Comunidad Valenciana	9.654.009	0,2
Balears (Illes)	44.497.449	-0,3
España	155.560.200	2,4

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El incremento experimentado por el turismo español en Andalucía ha permitido mantener la primera posición en este segmento, manteniendo su cuota de participación respecto al año anterior. A nivel nacional, no se aprecian cambios significativos en la estructura del turismo hotelero en las principales Comunidades Autónomas turísticas, ya sea en el total, en españoles y en extranjeros.

Ranking por Comunidades Autónomas en el movimiento hotelero español. Total, españoles y extranjeros. Año 2007

Ranking	Total	Españoles	Extranjeros
1	Baleares 18,72 %	Andalucía 21,05%	Baleares 28,60%
2	Canarias 17,83%	C.Valenciana 13,81%	Canarias 24,56%
3	Andalucía 16,43%	Cataluña 12,62 %	Cataluña 17,76 %
4	Cataluña 15,55 %	Canarias 8,87%	Andalucía 12,96%
5	C.Valenciana 9,47%	Madrid 8,09%	C.Valenciana 6,21%
6	Madrid 6,43%	Baleares 5,57%	Madrid 5,18%

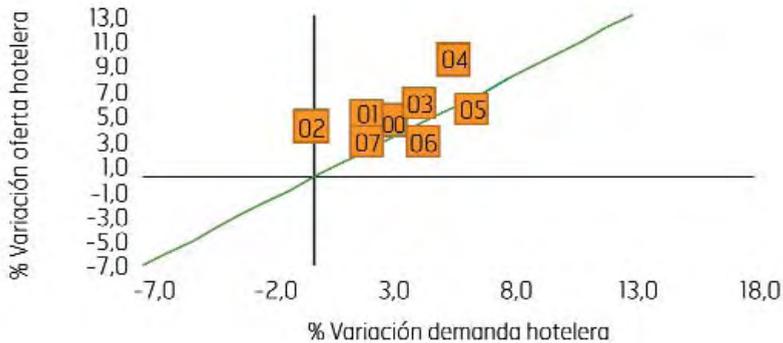
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Los resultados positivos que viene mostrando la demanda del sector turístico en los últimos años en Andalucía ha provocado unas expectativas empresariales al alza que supone un impulso a la creación de nuevas plazas hoteleras. Concretamente, según el INE en el año 2007 se han ofertado 6.637 plazas más que en la misma temporada del año anterior, un incremento relativo del 3%, similar al que se registró en 2006.

El siguiente gráfico muestra el ajuste entre la oferta y la demanda hotelera. Tal y como se puede observar, la posición ideal se produce cuando los aumentos de demanda se ven acompañados de crecimientos en la capacidad de alojamiento hotelero en proporciones similares, situación que se produce gráficamente cuando los valores se sitúan a lo largo de la diagonal principal.

Desde 2000 las tasas de variación de ambas variables muestran la misma tendencia, con crecimientos continuados aunque no siempre en la misma proporción, dado que hay que tener en cuenta la dificultad a la hora de conseguir un ajuste eficiente de la oferta en el tiempo, debido a las características estructurales de la misma (instalaciones fijas, infraestructura, equipamientos, etc.) frente a la mayor flexibilidad de la demanda, dificultad que se acentúa aun más debido al carácter estacional y cíclico del turismo.

Ajuste entre la oferta y la demanda hotelera en Andalucía. Año 2000 - 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En el año 2007, tanto las pernoctaciones como la oferta de plazas han variado en el mismo sentido (positivo) y en similar proporción (2,2% y 3% respectivamente), y aunque se registra un crecimiento ligeramente superior en la oferta, el gráfico refleja un alto nivel de ajuste. Este diferencial en favor de la oferta de plazas se traduce en un ligero descenso en la tasa de ocupación hotelera.

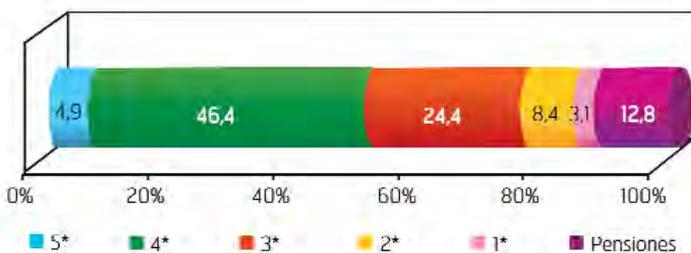
Pernoctaciones, plazas y grado de ocupación en establecimientos hoteleros andaluces. Año 2007

Andalucía	Pernoctaciones	Plazas	Grado de ocupación (%)
2007	44.765.097	231.700	51.90
Variación	2,2 %	3,0%	-0,3 puntos

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Clasificando los establecimientos hoteleros en alta categoría (cinco y cuatro estrellas), media-baja categoría (tres, dos y una estrella) y pensiones, se observa que Andalucía concentra el mayor número de plazas en la alta categoría, acaparando el 51,2% del total de plazas hoteleras disponibles en la Comunidad andaluza.

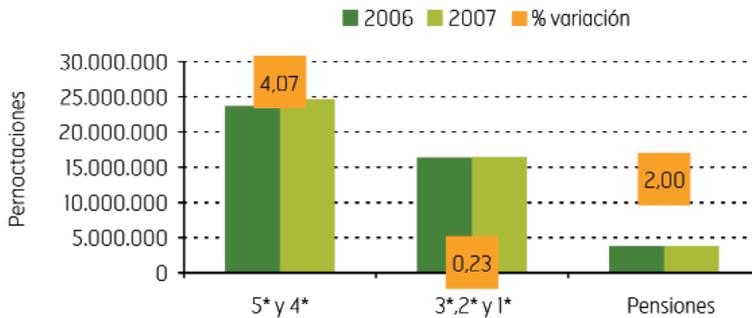
Distribución de las plazas hoteleras según categorías. Andalucía. Año 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Cabe destacar los buenos resultados obtenidos que muestran los hoteles de categoría alta. Concretamente en el año 2007 el número de pernoctaciones en estos establecimientos ha crecido un 4,1% respecto al año anterior, por encima de la tasa que muestran el resto de categorías hoteleras, tal y como se muestra en el gráfico.

Pernoctaciones en los establecimientos hoteleros andaluces por categorías. Año 2006, 2007 y % de variación

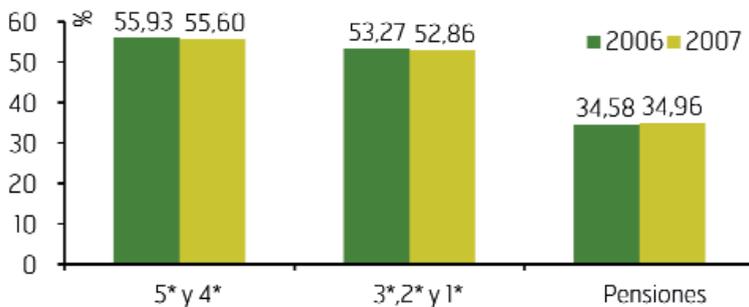


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La mayor demanda de hoteles de alta categoría se ha visto reflejada en una mayor creación de plazas. Para el año 2007 se han ofrecido 5.610 nuevas plazas de cinco o cuatro estrellas, lo que supone en términos relativos crecer un 5%, mientras que el resto de las categorías también crecen, aunque de forma más moderada, en torno al 1% en ambos casos

Tanto la categoría alta como la media-baja de los hoteles andaluces han registrado un grado de ocupación superior al 53%, mientras que las pensiones alcanzan el 35%, siendo éstas últimas las únicas que registran un aumento, concretamente de 0,4 puntos en su ocupación.

Grado de ocupación (%) en los establecimientos hoteleros andaluces según categorías. Año 2006 y 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Como media en el año 2006, el 74,4% de los establecimientos hoteleros andaluces disponían de conexión a Internet, un crecimiento de más de cuatro puntos y medio respecto al 2006, situándose en cuarto lugar a nivel nacional, sol detrás de Baleares, Canarias y Comunidad Valenciana.

Porcentaje de establecimientos hoteleros andaluces conectados a Internet. Distribución CCAA turísticas

CCAA	2006	2007	Diferencia
Baleares (Illes)	81,9	86,2	4,34
Canarias	72,3	77,1	4,81
Comunidad Valenciana	67,1	76,4	9,3
Andalucía	69,8	74,4	4,55
Cataluña	61,6	68,6	6,93
Madrid (comunidad de)	48,5	54,9	6,4
ESPAÑA	60,4	67,4	6,97

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Seis de las ocho provincias andaluzas presentan incrementos respecto al año 2006 en el porcentaje de hoteles conectados a Internet, destacando los incrementos de Almería y Córdoba, ambos por encima de los 10 puntos de crecimiento, situándose junto a Jaén, Cádiz y Huelva por encima del crecimiento de la media andaluza.

Porcentaje de establecimientos hoteleros andaluces conectados a Internet. Distribución provincial

Provincias	2006	2007	Diferencia
Almería	58,84	70,57	11,73
Cádiz	62,99	69,82	6,83
Córdoba	58,53	68,76	10,23
Granada	76,66	76,56	-0,10
Huelva	59,83	65,70	5,87
Jaén	61,79	69,60	7,81
Málaga	81,76	85,38	3,63
Sevilla	72,19	71,27	-0,92
Andalucía	69,84	74,38	4,55

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La distribución de las pernoctaciones a lo largo del año presenta una concentración ligeramente superior a la observada el año pasado, tal y como se ve en el incremento que presenta el índice de Gini¹⁰ en 2007. A este aumento en la **estacionalidad** contribuye en mayor medida el turista nacional, que sigue siendo más estacional que el turista extranjero en Andalucía, cuya concentración se ha visto reducida respecto a 2006.

¹⁰ El Índice de Gini es un indicador del grado de concentración temporal de la demanda que refleja en que medida las pernoctaciones se concentran dentro del periodo de temporada alta. Sus valores extremos son 0 y 1. Un valor del índice próximo a 0 implicaría que las pernoctaciones se distribuyen uniformemente a lo largo del período y, por tanto, que no hay estacionalidad. En el extremo opuesto, un valor próximo a la unidad indicaría que las pernoctaciones se concentran en un solo mes.

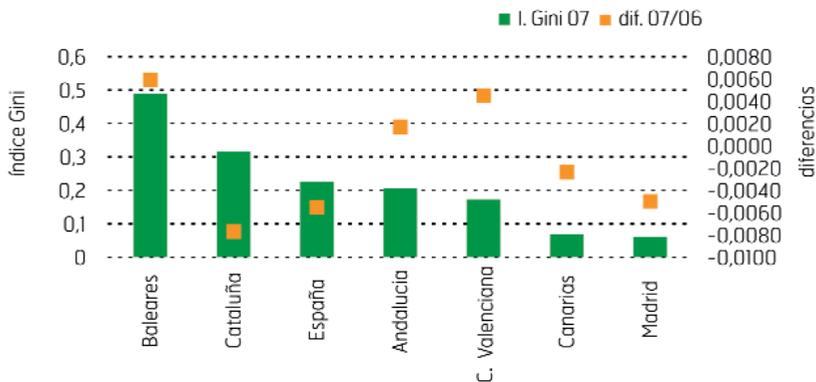
Estacionalidad del turismo hotelero en Andalucía. Índice de Gini 2007 / 2006. Total turistas, españoles y extranjeros

Andalucía			
	Total	Espanoles	Extranjeros
Año 2007	0,2067	0,2225	0,1957
Diferencia	0,0017	0,0024	-0,0041

FUENTE: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El conjunto del movimiento hotelero español así como algunas Comunidades Autónomas turísticas, como Canarias, Cataluña y Madrid, presentan en 2006 ligeros descensos en la estacionalidad, tal y como se observa en el siguiente gráfico, que también muestra como Andalucía se sitúa por debajo de la media nacional mostrando un comportamiento menos estacional que Comunidades como Baleares o Cataluña.

Estacionalidad en establecimientos hoteleros. España y principales CC.AA. turísticas. Año 2007 y diferencias 2007/2006



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

3.2. Movimiento hotelero de los principales mercados emisores hacia Andalucía: España, Reino Unido y Alemania

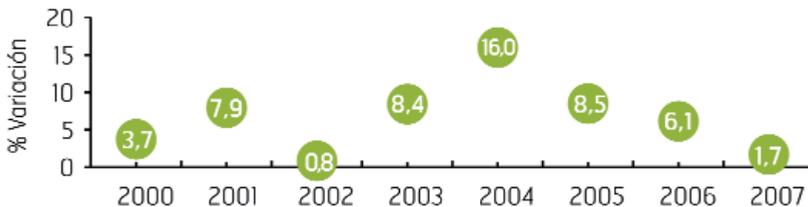
Los viajeros procedentes de España, Alemania y el Reino Unido realizaron el 78% del total de pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía en 2007, clara muestra de la importancia de estos mercados para el movimiento hotelero de la Comunidad. Por separado, el turismo hotelero nacional representa el 55% del total y británicos y alemanes concentran el 52% del total de pernoctaciones extranjeras registradas en 2007. Así, el siguiente apartado recoge un análisis de las principales variables de estos mercados, así como de su evolución en los últimos años.

3.2.1. Movimiento hotelero del mercado español hacia Andalucía

La Encuesta de Ocupación Hotelera cuantifica en 10 millones los viajeros españoles que durante 2007 se alojaron en establecimientos hoteleros andaluces, 400 mil más que en el año anterior, que realizaron un total de **24,6 millones de pernoctaciones**, 400 mil más que en 2006, lo que supone un incremento relativo del 1,7%.

Esta subida supone la continuación de la tendencia positiva registrada en los últimos años en los hoteles andaluces, en lo que al número de pernoctaciones nacionales se refiere, presentando tasas de variación positivas de manera consecutiva en los últimos ocho años, tal y como se observa en el gráfico.

% Variación pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2000 - 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Algo más de la mitad de los turistas españoles que pernoctaron en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2007 procedían de la propia Comunidad, seguidos a gran distancia de los madrileños, que representan el 17% de los viajeros nacionales que pernoctaron en 2007 en hoteles de Andalucía, mostrando un ligero descenso respecto al año 2006. No obstante, merece la pena señalar que el 18% del total de pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas madrileños en España en 2007 se han registrado en Andalucía.

La siguiente tabla muestra como el número de pernoctaciones de andaluces en la Comunidad ha aumentado respecto al año anterior, al igual que las procedentes de Castilla La Mancha, Castilla León y Extremadura, apreciándose cierto mantenimiento en las madrileñas.

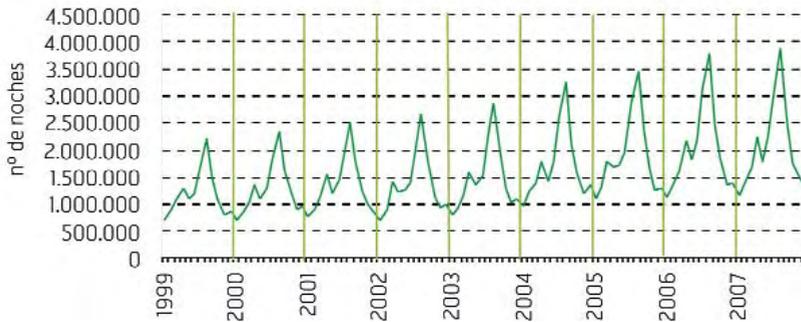
Pernoctaciones nacionales registradas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según CCAA de procedencia. Año 2007

CCAA	Miiles pernoctaciones	% variación	Cuota (%)
Andalucía	11,8	1,8	47,8
Madrid (Comunidad de)	4,5	-0,5	18,1
Cataluña	1,7	-4,7	6,9
Comunidad Valenciana	1,2	-3,5	4,7
Castilla La Mancha	0,8	10,2	3,3
Castilla y León	0,8	12,6	3,1
Extremadura	0,7	6,9	2,8
Otras CCAA	3,3	4,5	13,2
Españoles	24,6	1,7	100,0

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

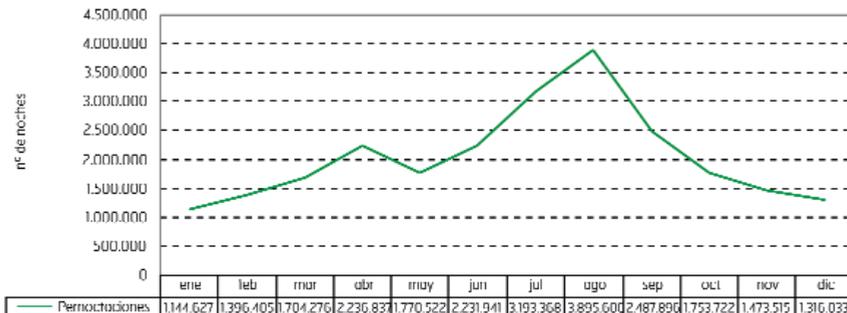
Las pernoctaciones de turistas españoles se concentran, principalmente, en los meses de verano, concretamente entre julio y septiembre se suelen registrar un 40% de las pernoctaciones realizadas en el año. En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo que se caracteriza por la concentración de las pernoctaciones en los citados meses. Destacan los valores máximos que se identifican con Semana Santa y verano.

Pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 - 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2007



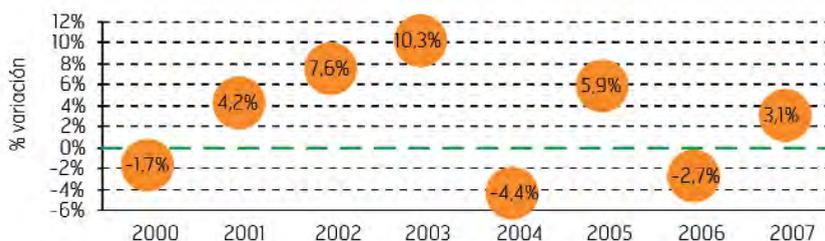
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

3.2.2. Movimiento hotelero del mercado británico en Andalucía

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, durante 2007 se alojaron en establecimientos hoteleros 1,380 millones de turistas británicos, lo que ha supuesto un ligero aumento en términos relativos del 0,2%. En cuanto al número de pernoctaciones, éstas ascendieron a 6,358 millones de noches, registrándose un crecimiento del 3%.

Tras tres crecimientos consecutivos registrados en el periodo 2001-2003, en los últimos cuatro años se alternan crecimientos y descensos en lo que al número de pernoctaciones hoteleras británicas en Andalucía se refiere.

% Variación pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2000 - 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Algo más del 31,5% de las pernoctaciones de turistas extranjeros en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2007 procedían del Reino Unido, presentándose año a año como el país extranjero que más pernoctaciones aporta. Además, cabe señalar que el 14,5% del total de pernoctaciones británicas que se han registrado en establecimientos hoteleros españoles en 2007 se han realizado en Andalucía.

La siguiente tabla muestra el resultado que han mostrado las nacionalidades más representativas para el turismo hotelero andaluz en el año 2007, y permite destacar los crecimientos en las pernoctaciones procedentes de Italia, Bélgica, Reino Unido, sin olvidar el incremento del agregado "Otros países" que en su conjunto suponen el 22% del total de pernoctaciones.

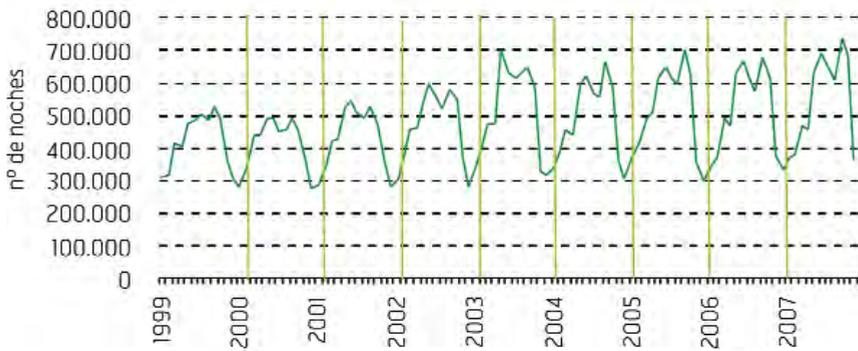
Pernoctaciones registradas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según país de procedencia. Millones de noches. Año 2007

País de origen	Millones de noches	%Variación 07/06	Cuota (%)
Reino Unido	6,4	-3,1	31,5
Alemania	4,1	-4,8	20,2
Francia	1,4	-0,7	7,0
Italia	1	11,3	4,7
E.E.U.U.	0,8	0,5	4,1
Bélgica	0,8	6,4	3,9
Holanda	0,8	-6,0	3,9
Portugal	0,5	-9,9	2,7
Otros Países	4,4	13,8	22,0
Extranjeros	20,2	2,8	100,0

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

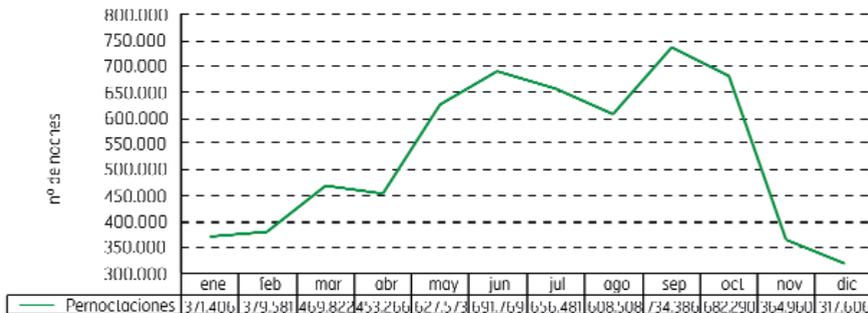
Como viene siendo habitual, el mayor número de pernoctaciones de turistas británicos se produce, principalmente, en los meses de junio y septiembre. En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo que se caracteriza por la concentración de las pernoctaciones en los citados meses.

Número de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 - 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Número de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2007



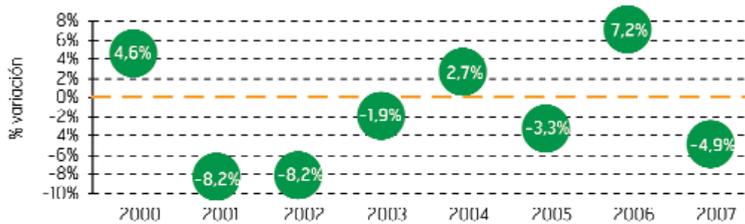
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

3.2.3. Movimiento hotelero del mercado alemán en Andalucía

A partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) para el año 2007, se cifran en 916 mil viajeros alemanes que realizaron un total de 4 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía, lo que supone un descenso del -4,9% respecto a las cifras registradas en el año anterior, con 207 mil noches menos.

En los últimos años se viene observando, en los hoteles andaluces, un comportamiento dispar en cuanto al número de pernoctaciones de los alemanes, ya que, a partir de 2003 se alternan tasas de variación positivas y negativas consecutivamente, tal y como se observa en el gráfico.

% Variación pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2000 - 2007

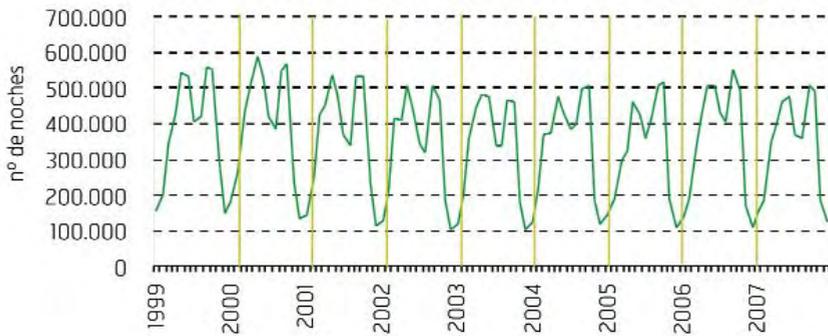


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El 20% de los turistas extranjeros que pernoctan en alojamientos hoteleros de Andalucía son alemanes, siendo la segunda nacionalidad, tras la británica, que predomina entre los turistas extranjeros que visitan la comunidad andaluza. Además, Andalucía capta el 9,3% de las pernoctaciones hoteleras que realizan los turistas alemanes en España.

En la distribución de las pernoctaciones de turistas alemanes a lo largo del año, se observa una concentración mayor en los meses de octubre, septiembre y junio, tal y como se observa en el gráfico, en el que se aprecia también un comportamiento uniforme en el tiempo caracterizado por la mayor afluencia en los meses citados.

Número de pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 - 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Número de pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

3.3. Movimiento hotelero en las provincias andaluzas

Movimiento hotelero en la provincia de Almería

Durante 2007, los establecimientos hoteleros almerienses han registrado un total de 4,9 millones de **pernoctaciones**, lo que en términos relativos supone un mantenimiento respecto al año pasado (-0,4%). Esta situación se debe principalmente al comportamiento negativo del mercado extranjero en esta provincia, que ha registrado un descenso del -2,4%, contrarrestado por el crecimiento de medio punto experimentado por las noches españolas.

Almería registra en el año 2007 al igual que en 2006, la **estancia media** más alta de Andalucía (3,8 días), y cabe destacar que la permanencia del turista extranjero supera ampliamente a la del turista español. En cuanto al **empleo hotelero**, se ha cerrado el año en la provincia de Almería con una media de 2.994 personas empleadas, lo que supone un crecimiento relativo del 3%.

En 2007 se han **ocupado** el 47,2% de las plazas ofertadas en la provincia, situándose -1,7 puntos por debajo de la registrada en 2006, hecho debido a que el incremento porcentual registrado en el número de pernoctaciones ha sido más bajo que el registrado en las plazas hoteleras (3,3%).

Principales cifras del movimiento hotelero en Almería. Año 2007

Almería	Año 2007	% variación	Diferencias
VIAJEROS ALOJADOS			
Españoles	1.054.672	7,0	68.552
Extranjeros	243.416	-1,2	-2.941
Total	1.298.088	5,3	65.641
PERNOCTACIONES			
Españoles	3.603.175	0,4	14.228
Extranjeros	1.306.139	-2,4	-32.245
Total	4.909.314	-0,4	-18.017
ESTANCIA MEDIA			
Españoles	3,42	--	-0,22
Extranjeros	5,37	--	-0,07
Total	3,78	--	-0,22
CUOTA (Pern.Andalucía=100%)			
Españoles	14,64	--	-0,19
Extranjeros	6,48	--	-0,35
Total	10,97	--	-0,28
EMPLEO	2.994	3,0	87
GRADO DE OCUPACIÓN	47,22	--	-1,7

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero en la provincia de Cádiz

El balance anual en los establecimientos hoteleros de la provincia de Cádiz ha sido muy positivo, cerrándose el año 2007 con un total de 7,2 millones de **pernoctaciones**, 350 mil noches más, o un ascenso en términos relativos de 5,1% respecto al año 2006. Esta situación es fruto del buen comportamiento del mercado nacional, que con un incremento de 8% ha liderado el crecimiento, al registrar un mantenimiento el mercado extranjero.

Estos buenos resultados se han visto reflejados en la participación del movimiento hotelero gaditano en el total andaluz en 2007 (16%), que ha ganado medio punto respecto a la **cuota de participación** observada en 2006. Por procedencia destaca el mercado español, que ha aumentado su cuota en más de un punto.

El incremento del **empleo** en la provincia de Cádiz se ha situado ligeramente por encima de la media andaluza para el año 2007, empleándose por término medio 7.184 personas, un crecimiento del 4,8% respecto al año anterior. Asimismo, el 2007 muestra un **grado de ocupación** del 49,1%, casi -0,4 puntos por debajo del registrado en la provincia durante el año 2006, ya que las plazas han aumentado más que las pernoctaciones (6,6% frente al 5,1%).

Principales cifras del movimiento hotelero en Cádiz. Año 2007

Cádiz	Año 2007	% variación	Diferencias
VIAJEROS ALOJADOS			
Españoles	1.804.537	9,8	161.018
Extranjeros	808.626	2,3	17.915
Total	2.613.163	7,4	178.933
PERNOCTACIONES			
Españoles	4.485.823	8,0	333.821
Extranjeros	2.686.168	0,6	15.036
Total	7.171.991	5,1	348.857
ESTANCIA MEDIA			
Españoles	2,49	--	-0,04
Extranjeros	3,32	--	-0,06
Total	2,74	--	-0,06
CUOTA (Pern.Andalucía=100%)			
Españoles	18,23	--	1,07
Extranjeros	13,32	--	-0,30
Total	16,02	--	0,45
EMPLEO	7.184	4,8	327
GRADO DE OCUPACIÓN	49,11	--	-0,4

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero en la provincia de Córdoba

La provincia cordobesa ha presentado resultados positivos en el movimiento hotelero del año 2007, al registrar incrementos en el número de viajeros y de pernoctaciones superiores al 5%, creciendo de manera espectacular el mercado extranjero. En este contexto, se han registrado un total de 1,6 millones de **pernoctaciones**, 93 mil más que en 2006.

La **cuota de participación** del movimiento hotelero de Córdoba representa el 3,6% del total de Andalucía en el año 2007, no ofreciendo variaciones significativas cuando se las compara con el año anterior.

Para el año 2006, la **estancia media** en los hoteles y pensiones de Córdoba se mantiene en 1,6 días, siendo ligeramente superior la estancia del turista español, y no presentando variaciones significativas respecto al año anterior.

El **grado de ocupación** ha cerrado el año 2007 con un porcentaje del 47,6%, situándose 1,2 puntos por encima de la ocupación registrada en 2006, mostrándose como la segunda provincia andaluza donde más crece esta variable, únicamente superada por Jaén.

Principales cifras del movimiento hotelero en Córdoba. Año 2007

Córdoba	Año 2007	% variación	Diferencias
VIAJEROS ALOJADOS			
Españoles	665.722	0,3	1.792
Extranjeros	341.888	17,9	51.854
Total	1.007.610	5,6	53.646
PERNOCTACIONES			
Españoles	1.106.168	1,0	11.384
Extranjeros	503.810	19,2	81.220
Total	1.609.978	6,1	92.604
ESTANCIA MEDIA			
Españoles	1,66	--	0,01
Extranjeros	1,47	--	0,02
Total	1,60	--	0,01
CUOTA (Pern.Andalucía=100%)			
Españoles	4,50	--	-0,03
Extranjeros	2,50	--	0,34
Total	3,60	--	0,13
EMPLEO	1.303	3,8	48
GRADO DE OCUPACIÓN	47,64	--	1,2

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero en la provincia de Granada

Durante 2007, los hoteles y pensiones de Granada han registrado un total de 5 millones de **pernoctaciones**, lo que supone un ligero incremento del 0,7% respecto al año pasado, y en el que destaca el comportamiento del mercado extranjero, con una tasa de crecimiento del 2,6% mientras que se mantiene el número de noches españolas.

El movimiento hotelero granadino del año 2007 ha supuesto el 11,2% del total de Andalucía, siendo este porcentaje inferior (-0,2 puntos) al registrado el año pasado, debido sobre todo al descenso de la **cuota de participación** española (-0,3 puntos).

La permanencia de los turistas en los hoteles y pensiones de Granada en 2007 prácticamente no ha variado respecto al año anterior y se ha situado en 2,2 días, siendo la **estancia media** de los turistas españoles ligeramente superior a la del turista extranjero.

Por lo que respecta al **empleo hotelero**, es destacable que el registrado en 2007 ha sido ligeramente superior al del año anterior, lo que supone un crecimiento anual del 1%, con una media de 3.635 personas empleadas.

Un crecimiento del 2,1% en el número de plazas ofertadas en los establecimientos hoteleros granadinos, acompañado por un ascenso más moderado de las pernoctaciones registradas durante el año 2007, ha provocado una caída en el **grado de ocupación** (-0,7 puntos) que se ha situado en el cierre del año en un 52,4%.

Principales cifras del movimiento hotelero en Granada. Año 2007

Granada	Año 2007	% variación	Diferencias
VIAJEROS ALOJADOS			
Españoles	1.390.943	-1,1	-12.228
Extranjeros	910.916	-5,0	-48.314
Total	2.301.859	-2,7	-63.542
PERNOCTACIONES			
Españoles	3.101.340	-0,4	-11.369
Extranjeros	1.906.546	2,6	48.365
Total	5.007.886	0,7	36.996
ESTANCIA MEDIA			
Españoles	2,23	--	0,02
Extranjeros	2,09	--	0,16
Total	2,18	--	0,07
CUOTA (Pern.Andalucía=100%)			
Españoles	12,60	--	-0,26
Extranjeros	9,46	--	-0,02
Total	11,19	--	-0,196
EMPLEO	3.635	1,0	36
GRADO DE OCUPACIÓN	52,36	--	-0,7

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero en la provincia de Huelva

En 2007 se han registrado 3,5 millones de **pernoctaciones**, lo que supone un ligero crecimiento en términos relativos del 0,6%, gracias al buen comportamiento que ha mostrado el mercado nacional que con un crecimiento del 2,8% ha logrado compensar la caída de las pernoctaciones extranjeras en esta provincia.

Para el año 2007, la **cuota de participación** del movimiento hotelero onubense en el total andaluz ha descendido ligeramente respecto al 2006, y se sitúa en un 7,9%, debido sobre todo al comportamiento del mercado extranjero, que ha perdido cuota (-0,4 puntos).

La variable **empleo** arroja en el año 2007 unos resultados muy estables registrando una media de 2.366 personas empleadas, lo que supone un mantenimiento respecto al año anterior. En 2007 la **ocupación** en los establecimientos hoteleros de la provincia de Huelva ha descendido ligeramente tras cinco años de crecimiento consecutivo y se ha situado en un 51%.

Principales cifras del movimiento hotelero en Huelva. Año 2007

Huelva	Año 2007	% variación	Diferencias
VIAJEROS ALOJADOS			
Españoles	885.132	9,1	74.196
Extranjeros	198.301	3,3	6.408
Total	1.083.433	6,0	80.604
PERNOCTACIONES			
Españoles	2.595.356	2,8	69.724
Extranjeros	956.093	-4,9	-49.557
Total	3.551.449	0,6	20.157
ESTANCIA MEDIA			
Españoles	2,93	--	-0,18
Extranjeros	4,82	--	-0,42
Total	3,28	--	-0,24
CUOTA (Pern.Andalucía=100%)			
Españoles	10,55	--	0,11
Extranjeros	4,74	--	-0,39
Total	7,93	--	-0,13
EMPLEO	2.366	-0,2	-3
GRADO DE OCUPACIÓN	51,04	--	-0,7

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero en la provincia de Jaén

El número de **pernoctaciones** en los establecimientos hoteleros jiennenses ha arrojado unos resultados muy positivo, concretamente se han registrado 1 millón de pernoctaciones en 2007, lo que supone un incremento anual en términos relativos del 9,7%, situando a Jaén como la provincia andaluza que mayor crecimiento ha experimentado en el número de pernoctaciones. Esta circunstancia es fruto del buen comportamiento de ambos mercados (10,6% nacional y 3,2% extranjero).

Asimismo, la **cuota de participación** de la provincia en el total de pernoctaciones andaluzas se ha cifrado en un 2,4% para 2007, siendo mucho más relevante la participación del mercado nacional (3,8%, con un crecimiento de 0,3 puntos) que del extranjero (0,6%).

En 2007, la **estancia media** se ha situado en 1,7 días, similar la registrada en el mismo período del año anterior. Por procedencia, se observa una ligera diferencia de permanencia a favor del turista nacional.

Una media de 1.184 personas se han **empleado** en los hoteles y pensiones de la provincia en 2007, un 11,8% más respecto al año anterior, mostrándose como la provincia donde más creció el empleo hotelero en 2007. La provincia jiennense también registra el mayor crecimiento (1,9 puntos) de todas las provincias andaluzas en el **grado de ocupación**, siendo así ocupadas el 34% de las plazas ofertadas.

Principales cifras del movimiento hotelero en Jaén. Año 2007

Jaén	Año 2007	% variación	Diferencias
VIAJEROS ALOJADOS			
Españoles	544.856	3,7	19.339
Extranjeros	78.492	7,8	5.666
Total	623.348	4,2	25.005
PERNOCTACIONES			
Españoles	941.490	10,6	90.355
Extranjeros	120.243	3,2	3.701
Total	1.064.733	9,7	94.056
ESTANCIA MEDIA			
Españoles	1,73	--	0,11
Extranjeros	1,53	--	-0,07
Total	1,70	--	0,09
CUOTA (Pern.Andalucía=100%)			
Españoles	3,83	--	0,31
Extranjeros	0,60	--	0,00
Total	2,37	--	0,16
EMPLEO	1.184	11,8	125
GRADO DE OCUPACIÓN	33,97	--	1,9

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero en la provincia de Málaga

En 2007, la provincia malagueña arroja datos positivos en todas las variables. Así, los establecimientos hoteleros malagueños registran la cifra de 17 millones de **pernoctaciones**, 363 mil más que en el año 2006. Este resultado se debe al buen comportamiento del mercado extranjero, cuyas pernoctaciones han compensado el descenso del turismo nacional en esta provincia.

La permanencia de los turistas en los hoteles y pensiones de Málaga se ha situado en 3,5 días, ligeramente por debajo de la estimada en 2006, siendo superior en un día y medio la **estancia media** del turista extranjero al del español.

En este contexto, cabe destacar la variable **empleo** ya que el crecimiento alcanzado en 2007 (6,4%), es el mayor desde el año 2001, son 14 mil personas las que se han empleado por término medio en los establecimientos hoteleros malagueños.

También hay que resaltar el **grado ocupación** alcanzado en la provincia malagueña (58,3%) en 2007, al ser el más elevado de todas las provincias andaluzas superando así la media andaluza (51,9%), situándose en un nivel similar al observado en el año anterior.

Principales cifras del movimiento hotelero en Málaga. Año 2007

Málaga	Año 2007	% variación	Diferencias
VIAJEROS ALOJADOS			
Españoles	2.351.486	3,4	78.119
Extranjeros	2.483.593	4,9	115.507
Total	4.835.079	4,2	193.626
PERNOCTACIONES			
Españoles	6.380.733	-1,7	-111.386
Extranjeros	10.611.494	4,7	474.448
Total	16.992.227	2,2	363.362
ESTANCIA MEDIA			
Españoles	2,71	--	-0,14
Extranjeros	4,27	--	-0,01
Total	3,51	--	-0,07
CUOTA (Pern.Andalucía=100%)			
Españoles	25,93	--	-0,90
Extranjeros	52,64	--	0,95
Total	37,9	--	0,00
EMPLEO	14.011	6,4	841
GRADO DE OCUPACIÓN	58,29	--	0,1

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero en la provincia de Sevilla

El balance del movimiento hotelero de la provincia hispalense para el año 2007 se ha caracterizado por un mantenimiento, continuando con los 4,4 millones de **pernoctaciones** registradas, mantenimiento observado tanto en el mercado nacional como en el extranjero.

La provincia Sevillana ha captado en este año el 10% del total de pernoctaciones hoteleras andaluzas, **cuota** ligeramente inferior a la registrada en 2006.

La **estancia media** en los hoteles y pensiones de Sevilla en 2006 no ha variado respecto al año anterior y se ha situado en 1,85 días, siendo la permanencia del turista extranjero ligeramente superior a la del español.

La variable **empleo** ha cerrado el año con una media de 3.905 personas empleadas, cifra muy similar a la registrada en 2006. Por otro lado, el **grado de ocupación** de los establecimientos hoteleros de Sevilla se ha situado en un 49,2%, porcentaje similar al registrado en el año anterior, tras tres años consecutivos de crecimiento en esta variable.

Principales cifras del movimiento hotelero en Sevilla. Año 2007

Sevilla	Año 2007	% variación	Diferencias
VIAJEROS ALOJADOS			
Españoles	1.365.107	1,6	22.503
Extranjeros	1.050.275	1,3	13405
Total	2.415.382	1,5	35.438
PERNOCTACIONES			
Españoles	2.390.655	0,4	9.546
Extranjeros	2.069.856	0,4	7.747
Total	4.460.511	0,4	17.293
ESTANCIA MEDIA			
Españoles	1,75	--	-0,02
Extranjeros	1,97	--	-0,02
Total	1,85	--	-0,02
CUOTA (Pern.Andalucía=100%)			
Españoles	9,72	--	-0,12
Extranjeros	10,27	--	-0,25
Total	9,96	--	-0,18
EMPLEO	3.905	0,3	11
GRADO DE OCUPACIÓN	49.25	--	0,0

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

3.4. Movimiento hotelero en zonas y puntos turísticos de Andalucía

La Encuesta de Ocupación Hotelera ofrece información ampliamente desagregada en el ámbito territorial, lo que permite ampliar el análisis a una serie de puntos y zonas andaluzas que muestran una especial relevancia desde el punto de vista turístico.

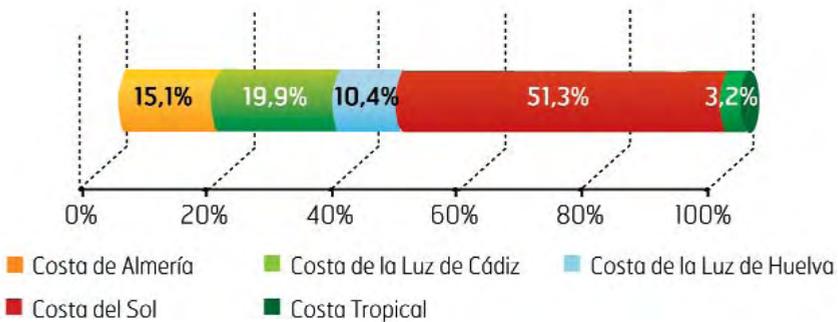
Concretamente, en Andalucía se contemplan las siguientes zonas turísticas, todas ellas de litoral, y cuya agrupación ha sido establecida por el Instituto Nacional de Estadística:

- Costa de Almería (Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha).
- Costa de la Luz de Cádiz (Barbate, Conil de la Frontera, Chiclana de la Frontera, Chipiona, El Puerto Sta María, Puerto Real, Rota, San Fernando, Sanlúcar de Barrameda, Tarifa, Vejer de la Frontera, Algeciras, Línea de la Concepción, San Roque, Cádiz).
- Costa de la Luz de Huelva (Ayamonte, Isla Cristina, Lepe, Punta Umbría, Palos de la Frontera, Moguer, Almonte, Cartaya).
- Costa del Sol (Manilva, Estepona, Marbella, Mijas, Fuengirola, Benalmádena, Torremolinos, Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga, Algarrobo, Torrox, Nerja, Málaga).
- Costa Tropical (Almuñecar, Itrabo, Salobreña, Motril, Sorvilán, Gualchos, Lújar, Polopos, Albuñol).

En el año 2007, las costas andaluzas captan el 69,5% de las pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía, lo que refleja la importancia de estas áreas en cuanto a concentración turística. No obstante, se observa un ligero descenso en esta cuota con respecto al registrado el año pasado.

Algo más de la mitad de las pernoctaciones registradas en el litoral andaluz en este periodo se concentran en la Costa del Sol, zona que se sitúa a la cabeza de un ranking en el que la Costa de la Luz de Cádiz y la Costa de Almería ocupan, aunque a gran distancia, el segundo y tercer lugar respectivamente, tal y como se observa en el siguiente gráfico.

Pernoctaciones hoteleras registradas en el litoral andaluz. Distribución según costas andaluzas. Año 2007



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En 2007, se han registrado un total de 31,1 millones de pernoctaciones en el litoral andaluz y esto supone un incremento del 1,3% respecto al año 2006, derivado del crecimiento que presenta en este año la Costa de la Luz y el mantenimiento observado en el resto.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas.

Costas andaluzas	Año 2007	% var.
Costa de Almería	4.708.873	-0,6
Costa de la Luz de Cádiz	6.205.114	5,2
Costa de la Luz de Huelva	3.248.587	1,5
Costa del Sol	15.952.253	0,5
Costa Tropical	998.791	-0,8
Total Litoral Andalucía	31.113.618	1,3

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En 2007, a diferencia de años anteriores, el turismo nacional ha presentado unos resultados más discretos, exceptuando los registrados en la Costa de la Luz de Cádiz y Huelva, por lo que ha sido el mercado extranjero el principal artífice de las buenas cifras que presenta el litoral andaluz en 2007, sobre todo en la Costa del Sol y en la Costa Tropical, tal y como se observa en la tabla.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Distribución por procedencia.

Costas Andalucía	Españoles 2007	% var. 07/06	Extranjeros 2007	% var. 07/06
Costa de Almería	3.424.426	0,2	1.284.447	-2,6
Costa de la Luz de Cádiz	3.850.971	8,3	2.354.143	0,4
Costa de la Luz de Huelva	2.327.152	3,1	921.435	-2,2
Costa del Sol	5.818.560	-4,1	10.133.693	3,3
Costa Tropical	624.487	-2,8	374.304	2,5
Total Litoral Andalucía	16.045.596	0,7	15.068.022	2,0

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Otra variable como es la **estancia media** presenta un ligero descenso respecto al año anterior, situándose en 3,5 días.

Estancia media en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas

Costas Andalucía	Año 2007	Diferencia
Costa de Almería	3,9	-0,2
Costa de la Luz de Cádiz	2,9	-0,1
Costa de la Luz de Huelva	3,7	-0,3
Costa del Sol	3,7	0,0
Costa Tropical	4,0	0,3
Total Litoral Andalucía	3,5	-0,1

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En este contexto, el número de personas **empleadas** en los establecimientos hoteleros del litoral andaluz ha registrado un incremento del 4,6% respecto al mismo periodo del año anterior, destacando la Costa del Sol, con un incremento del 7%.

Personal empleado en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas

Costas Andalucía	Año 2006	Año 2007	% var.
Costa de Almería	2.686	2.725	1,5
Costa de la Luz de Cádiz	5.772	5.975	3,5
Costa de la Luz de Huelva	2.068	2.065	-0,1
Costa del Sol	11.919	12.755	7,0
Costa Tropical	643	625	-2,8
Total Litoral Andalucía	23.088	24.145	4,6

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En cuanto al **grado de ocupación**, el litoral andaluz ha cerrado el 2007 con una tasa del 55,7%, ligeramente inferior a la registrada en el año 2006. Destacar que en este contexto, la Costa Tropical ha cerrado el año con incremento de 1,2 puntos de ocupación.

Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas

Costas Andalucía	Año 2006	Año 2007	Diferencia
Costa de Almería	49,99	48,26	-1,73
Costa de la Luz de Cádiz	51,87	51,72	-0,15
Costa de la Luz de Huelva	56,68	56,16	-0,53
Costa del Sol	60,37	59,99	-0,38
Costa Tropical	57,60	58,81	1,21
Total Litoral Andalucía	56,33	55,73	-0,60

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Se define como **punto turístico** al municipio donde la concentración de la oferta turística es significativa. La siguiente tabla recoge las principales cifras del turismo hotelero en Granada capital, Marbella, Torremolinos, Sevilla capital y Córdoba capital, los puntos turísticos de la Comunidad Autónoma andaluza considerados según los datos facilitados mensualmente por el Instituto Nacional de Estadística.

Principales puntos turísticos en Andalucía. Año 2007

	Córdoba		Granada	
	Datos	% var./dif.	Datos	% var./dif .
Viajeros Españoles	465.239	-1,81	756.599	5,00
Viajeros Extranjeros	294.659	16,53	740.359	4,54
Viajeros Totales	759.898	4,57	1.496.958	4,77
Pernoct. Españoles	776.805	0,38	1.427.801	4,82
Pernoct. Extranjeros	430.708	18,32	1.287.243	8,59
Pernoct. Totales	1.207.513	6,12	2.715.044	6,58
Estancia media Españoles	1,67	0,04	1,89	0,00
Estancia media Extranjeros	1,46	0,02	1,74	0,06
Estancia media Total	1,59	0,02	1,81	0,03
Grado de Ocupación	59,21	1,61	60,98	1,53
Personal empleado	807	4,47	1.941	6,78

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

	Marbella		Sevilla	
	Datos	% var./dif.	Datos	% var./dif .
Viajeros Españoles	305.229	-20,62	974.784	-1,22
Viajeros Extranjeros	410.788	-17,73	853.209	-2,87
Viajeros Totales	716.017	-18,99	1.827.993	-2,00
Pernoct. Españoles	829.339	-10,92	1.690.820	-2,41
Pernoct. Extranjeros	1.517.126	-9,80	1.712.436	-2,53
Pernoct. Totales	2.346.465	-10,20	3.403.256	-2,47
Estancia media Españoles	2,72	0,30	1,73	-0,02
Estancia media Extranjeros	3,69	0,32	2,01	0,01
Estancia media Total	3,28	0,32	1,86	-0,01
Grado de Ocupación	48,24	-0,14	54,42	-0,78
Personal empleado	4.108	6,08	2.892	-0,9

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

	Torremolinos	
	Datos	% var./dif.
Viajeros Españoles	589.366	-1,66
Viajeros Extranjeros	608.853	8,29
Viajeros Totales	1.198.219	3,16
Pernoct. Españoles	1.977.926	-10,15
Pernoct. Extranjeros	2.981.687	2,60
Pernoct. Totales	4.959.613	-2,90
Estancia media Españoles	3,36	-0,32
Estancia media Extranjeros	4,90	-0,27
Estancia media Total	4,14	-0,26
Grado de Ocupación	71,58	-2,38
Personal empleado	2.559	4,68

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La tabla muestra cómo el año 2007 ha arrojado resultados dispares para los puntos analizados, destacando los incrementos registrados en Córdoba y Granada capital.

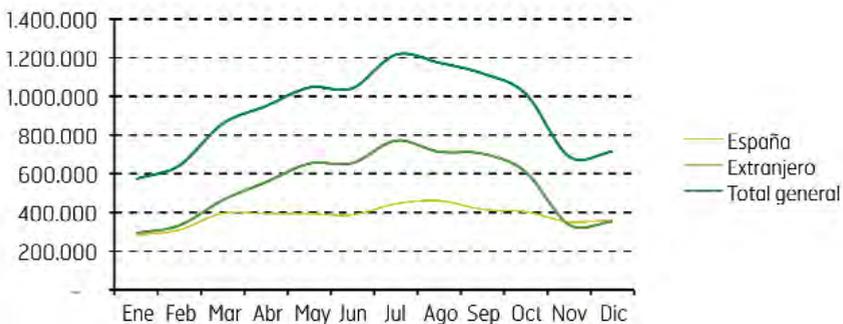
4

Movimiento
AEROPORTUARIO
en Andalucía

4.1. Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces¹¹. Especial referencia a las principales CC.AA. turísticas según tipo de compañía. Año 2007

Durante el año 2007 los aeropuertos andaluces han recibido más de **11 millones de pasajeros**, lo que ha supuesto un **incremento del 6,6%** respecto al año anterior. Tanto los pasajeros procedentes de otros aeropuertos andaluces, como los de aeropuertos del extranjero, han experimentado importantes crecimientos. El número de pasajeros procedentes del extranjero supera a los procedentes de aeropuertos españoles, ya que éstos suponen el 42% del total de llegadas. Los meses de mayor movimiento son los meses de verano, especialmente aquellos comprendidos entre julio y octubre, tal y como se aprecia en el gráfico, periodo en el que se registran el 41% de las llegadas de pasajeros que se realizan durante todo el año.

Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces. Año 2007

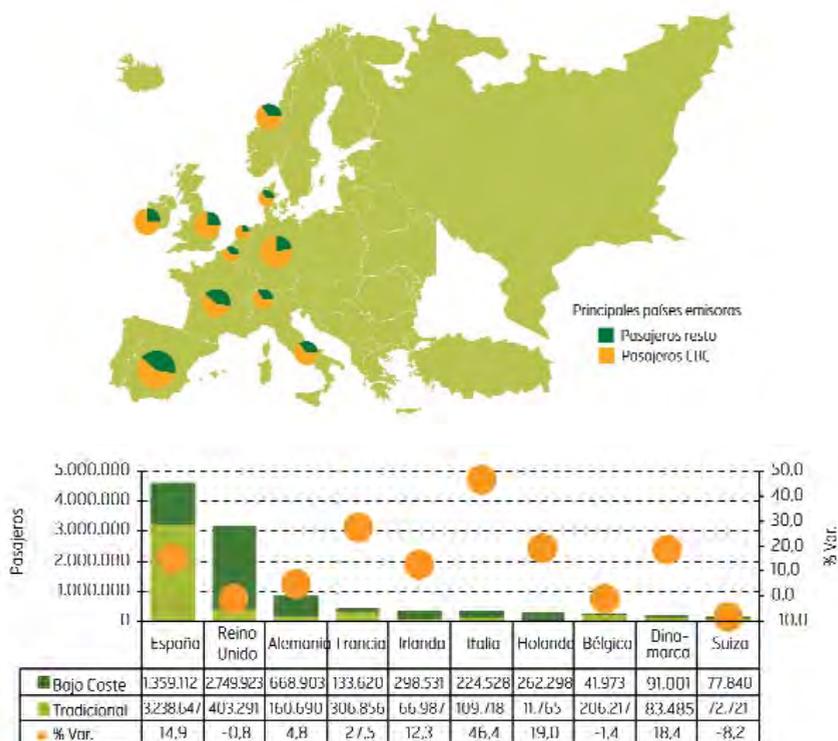


Fuente: AENA.

¹¹ Las llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces suponen un indicador del número de turistas que llegan a Andalucía, pero hay que tener en cuenta que esta cifra también incluye aquellos españoles (turistas o no) de regreso a su viaje, así como movimientos no turísticos de los pasajeros, por lo que no se pueden identificar llegadas de pasajeros con número de turistas.

Los principales países de origen de los vuelos son, en primer lugar España, seguido de Reino Unido, Alemania, Francia e Irlanda. Las llegadas procedentes de todos ellos registran incrementos, excepto en el caso del Reino Unido, que desciende ligeramente. Países como Irlanda e Italia mantienen incrementos elevados en los últimos años situándose ahora entre los principales países de origen de los pasajeros. Los pasajeros procedente de Holanda, Reino Unido, Irlanda y Alemania utilizaron compañías de bajo coste en más de un 80% para llegar a Andalucía durante el año 2007.

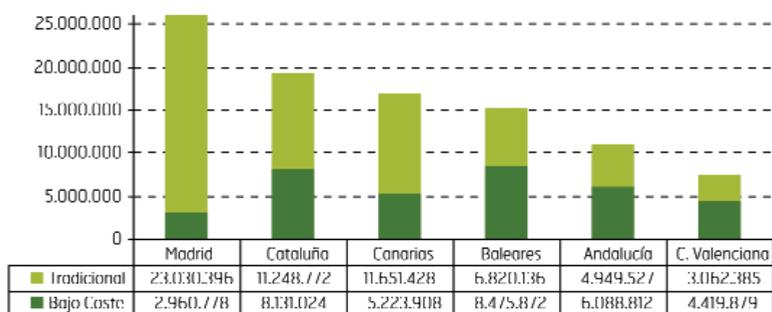
Llegadas de pasajeros a Andalucía según país de origen de los vuelos



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos AENA.

Andalucía se sitúa en quinta posición en cuanto a llegada de pasajeros, con una elevada proporción de compañías de bajo coste (55%), por encima de la media de los aeropuertos españoles (37%). La Comunidad Valenciana es la que mayor proporción de pasajeros mediante este tipo de compañías recibe (59%), mientras que la Comunidad de Madrid es en la que menos importancia tienen, con predominio de compañías tradicionales. Por aeropuertos destacan el de Palma de Mallorca, Barcelona y Málaga como los principales en cuanto a mayor número de pasajeros llegados en compañías de bajo coste, aunque en los aeropuertos de Gerona, Murcia, Reus y Alicante la proporción de uso de estas compañías por parte de los pasajeros supera el 65%.

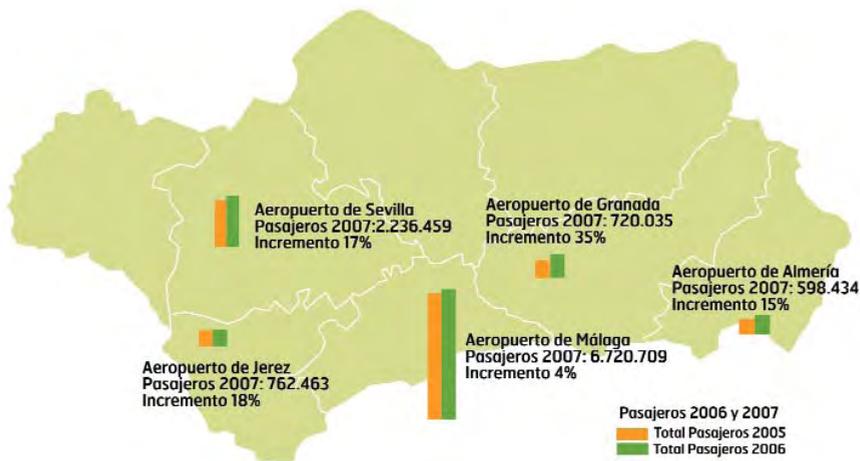
Llegadas de los pasajeros por CCAA según tipo de compañía. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos AENA.

El aeropuerto de Málaga recibe el 61% de los pasajeros que llegan a Andalucía, alcanzando durante el 2007 la cifra de de 6,7 millones de llegadas, lo que ha supuesto un incremento del 4%. El siguiente aeropuerto en importancia de movimiento de pasajeros es el de Sevilla, con más de 2 millones de llegadas, alcanzando en el 2007 un 16,8% más que durante el año anterior. Los aeropuertos de Jerez y de Granada han recibido algo más de 700.000 pasajeros a lo largo del año, obteniendo ambos incrementos relevantes respecto al año anterior (18% y 35% respectivamente). El aeropuerto de Almería recibió en 2007 casi 600.000 pasajeros, con un 15% de incremento respecto a 2006.

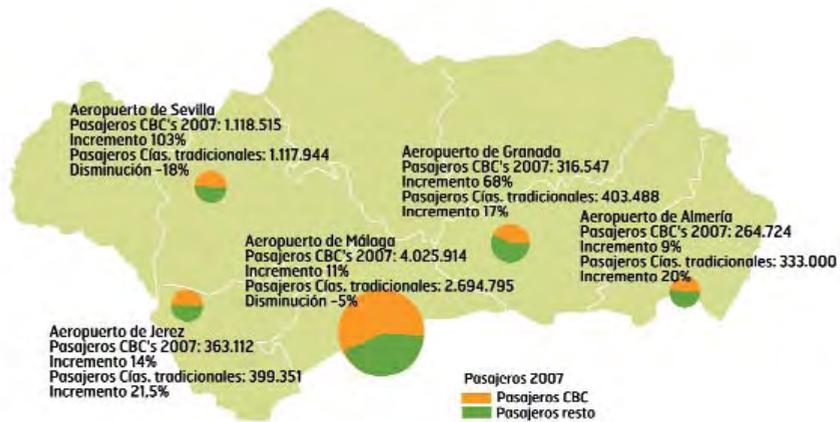
Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos AENA.

El aeropuerto andaluz que mayor porcentaje de llegadas mediante compañías de bajo coste recibió durante el 2007 fue el de Málaga, con un 11% más de pasajeros que durante el año 2006. Es el aeropuerto de Sevilla el que ha registrado un incremento espectacular en cuanto a pasajeros llegados mediante compañías de bajo coste, duplicando la cifra del año anterior. También el aeropuerto de Granada destaca por el dinamismo de las compañías de bajo coste.

Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces según tipo de compañía. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos AENA.

5

Oferta
TURÍSTICA
en Andalucía

5. 1. Oferta de alojamientos en Andalucía

El Registro de Turismo de Andalucía (RAT) perteneciente a la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, se constituye como un pilar básico de información cuantitativa y cualitativa que permite el conocimiento y el análisis de la oferta existente en los establecimientos turísticos andaluces, así como su adaptabilidad a una demanda turística en continua evolución.

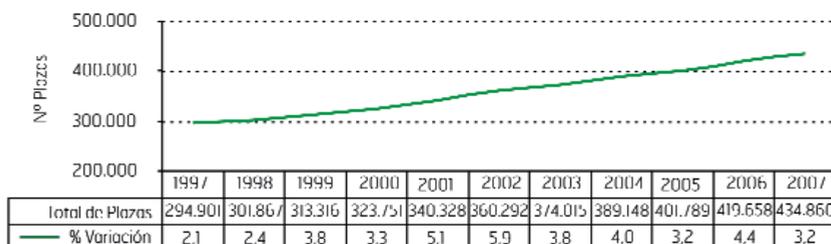
En diciembre de 2007 se ha producido una ruptura de serie en los datos de oferta pertenecientes a la provincia de Granada. Por este motivo, los datos de 2007 de Andalucía y de la provincia de Granada no son directamente comparables a los de 2006 sin la utilización del correspondiente coeficiente de enlace, calculado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Este capítulo consta de un análisis general del total de plazas ofertadas en los alojamientos turísticos de la Comunidad, seguido de un estudio pormenorizado de cada una de las tipologías¹² existentes, en el que se incluye información desagregada no sólo por categorías sino también por provincias.

Según el Registro de Turismo de Andalucía, el año 2007 se ha cerrado con un total de **434.860 plazas de alojamiento turístico**, lo que supone un incremento del 3,2% respecto a la oferta andaluza registrada en diciembre de 2006, que continúa con la senda ascendente de crecimiento iniciada en esta variable durante el año 1997.

¹² Tipologías de alojamiento: Hoteles, Hoteles-Apartamento, Casas Rurales, Pensiones (incluye hostales), Apartamentos y Acampamentos turísticos.

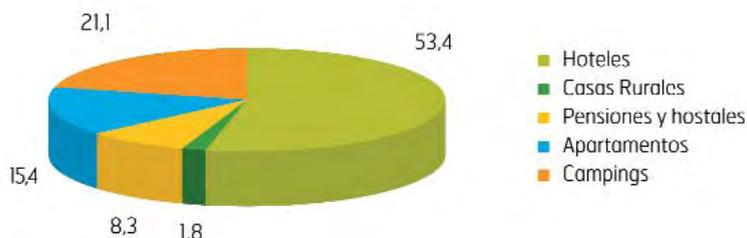
Evolución de la oferta turística en Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

La distribución porcentual de las plazas según las diversas tipologías de alojamiento mantiene una estructura muy similar a la de años anteriores. Así, en 2007 los hoteles representan más de la mitad de las plazas ofertadas en la Comunidad andaluza (53,4%), seguidos a larga distancia de los acampamientos, que han registrado una participación del 21,1% y de los apartamentos turísticos (15,4%). Así, respecto al pasado año, tan sólo las pensiones y hostales han registrado un ligero descenso de cuota (0,5 puntos) a favor del resto de tipologías de alojamiento.

Cuota de participación (%) de las plazas según tipo de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

En 2007, todas las tipologías de alojamiento excepto las pensiones y hostales de Andalucía han registrado incrementos en el número de plazas respecto al año pasado. En este contexto, caben destacar las casas rurales que han aumentado su oferta en un 13,3%, el porcentaje más elevado del total de alojamientos turísticos.

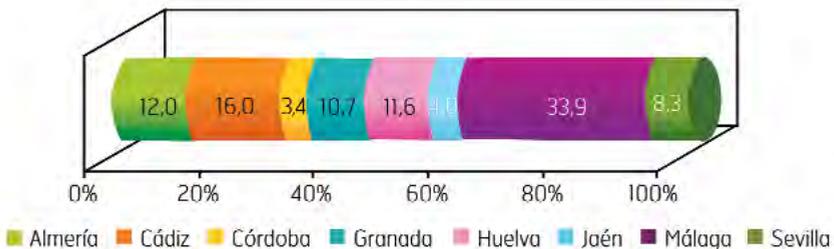
Número de plazas según tipo de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

La distribución provincial del número de plazas sitúa a la provincia de Málaga (33,9%) en primer lugar dentro del ranking de participación en lo que a oferta de alojamiento turístico se refiere. Cádiz, Almería, Huelva y Granada le siguen a larga distancia con porcentajes de participación superiores al 10%.

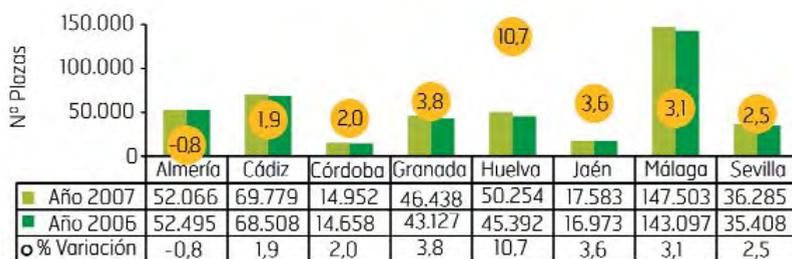
Cuota de participación del total de las plazas de alojamiento. Distribución provincial. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Huelva es la provincia que ha registrado el porcentaje más elevado de crecimiento respecto al pasado año (10,7%). Asimismo, mientras que Granada y Jaén registran incrementos de la oferta situados por encima de la media andaluza (3,2%), Almería es la provincia que se ha caracterizado por un comportamiento más moderado.

Plazas de alojamiento turístico en Andalucía. Distribución provincial. Año 2007



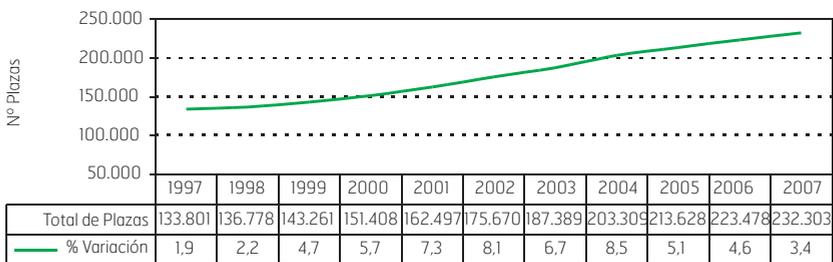
FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Hoteles

Los alojamientos hoteleros de Andalucía han cerrado el año 2007 con una oferta total de 232.303 plazas, lo que supone un incremento del 3,4% respecto a las cifras registradas en el sector hotelero durante el pasado año.

Al igual que la evolución del total de plazas de alojamiento turístico en Andalucía, la oferta hotelera presenta un comportamiento firmemente positivo en su trayectoria desde 1997.

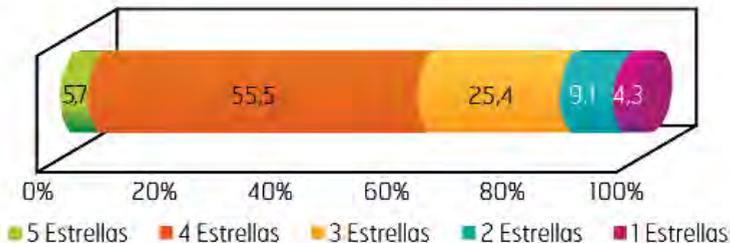
Evolución de las plazas ofertadas en los alojamientos hoteleros de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Ocho de cada diez plazas hoteleras pertenecen a los establecimientos de tres o cuatro estrellas (25,4% y 55,5%, respectivamente). No obstante, cabe destacar que es ésta última categoría la que ha incrementado su participación de manera más acusada respecto al resto de la oferta hotelera (2 puntos).

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los hoteles de Andalucía según categoría. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

El incremento más elevado en las plazas hoteleras también ha tenido lugar en los establecimientos de cuatro estrellas, que con 129.000 plazas ha superado un porcentaje de crecimiento del 7%. Le siguen en orden de importancia, la categoría de cinco estrellas y la de dos, con crecimientos respectivos del 6,1% y del 5,1%.

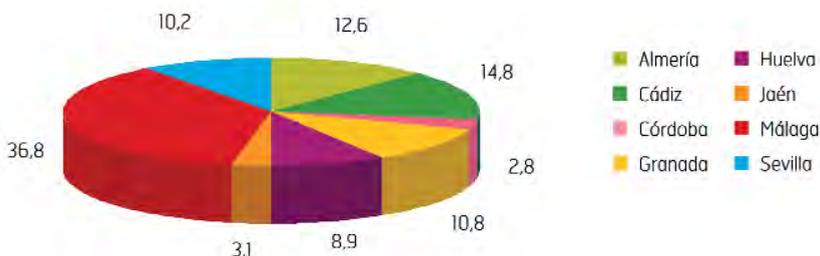
% Variación del número de plazas hoteleras en Andalucía según categoría. Año 2007

Establecimientos Hoteleros	Plazas 2006	Plazas 2007	% variación 07/06
Hoteles 5 estrellas	12.526	13.296	6,1
Hoteles 4 estrellas	118.898	128.981	7,3
Hoteles 3 estrellas	61.376	58.915	-4,5
Hoteles 2 estrellas	20.422	21.142	5,2
Hoteles 1 estrellas	10.256	9.969	-2,5
Total	223.478	232.303	3,4

FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Al igual que el pasado año, Málaga es la provincia que ha registrado más de un tercio del total de plazas hoteleras ofertadas en Andalucía (36,8%), cuota seguida a gran distancia por Cádiz y Almería con participaciones superiores al 12%.

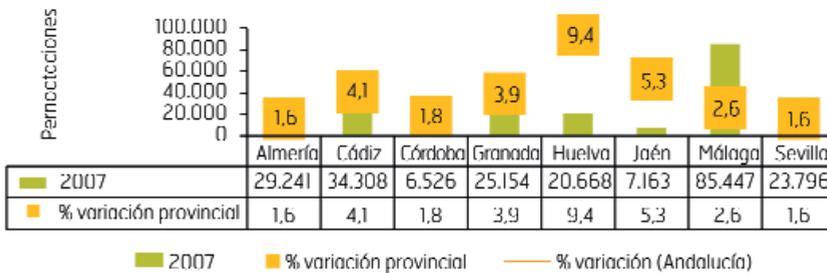
Cuota de participación (%) de las plazas hoteleras ofertadas en Andalucía. Distribución provincial. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Todas las provincias andaluzas han incrementado el número de plazas hoteleras respecto al año 2006, destacando la provincia de Huelva que con un porcentaje del 9,4% ha registrado el ascenso más acusado de toda la Comunidad. Asimismo, caben destacar además las provincias de Cádiz, Granada y Jaén, cuyas variaciones porcentuales respecto al pasado año también se sitúan por encima de la media de crecimiento registrada en las plazas hoteleras de Andalucía (3,4%).

% Variación del número de plazas hoteleras en Andalucía. Distribución provincial. Año 2007



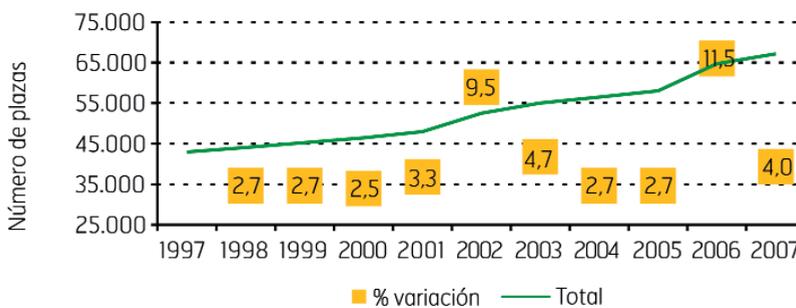
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Apartamentos

La tipología de alojamiento turístico conformada por los apartamentos turísticos de Andalucía, ha cerrado el año 2007 con un total de 67.182 plazas, lo que supone un incremento del 4% respecto a la oferta registrada en 2006, y 2.585 plazas más en términos absolutos.

Tras el relevante incremento del año pasado, la cifra de 2007 supone para Andalucía un año más en el que se han registrado tasas de variación positivas en lo que a plazas se refiere, continuando así con la dinámica de crecimiento iniciada diez años atrás.

Evolución de las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Salvo en el caso de la categoría superior, los apartamentos turísticos de Andalucía distribuyen el número de plazas entre sus diferentes categorías de manera muy homogénea. No obstante, cabe destacar que son las categorías de 3 y 4 llaves las que han registrado un incremento en la cuota de participación respecto a la distribución de plazas observada en 2006.

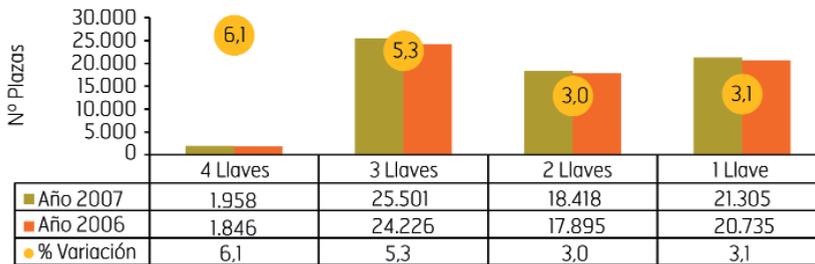
Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía según categoría. Año 2007

Apartamento Turístico	Cuota part. 2006	Cuota part. 2007	Diferencia
Apartamento 4 llaves	2,9	2,9	0,1
Apartamento 3 llaves	37,4	38,0	0,5
Apartamento 2 llaves	27,7	27,4	-0,3
Apartamento 1 llaves	32,0	31,7	-0,3
Total	100,0	100,0	--

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

2007 es el tercer año consecutivo en el que todas las categorías de apartamentos turísticos han registrado incrementos respecto al año anterior. En este contexto, vuelven a ser las categorías superiores las que han reflejado los incrementos más acusados.

Porcentaje de variación del número de plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía según categoría. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Seis de cada diez plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía se localizan en Málaga, provincia seguida a gran distancia por Almería y Cádiz que han registrado en 2007 el 11,6% y 9,9% respectivamente del total de plazas ofertadas en esta tipología de alojamiento turístico. Asimismo, mientras que Málaga, Huelva y Granada han registrado incrementos en la cuota de participación, el resto de provincias excepto Almería han mantenido esta variable en valores muy similares a los de 2006.

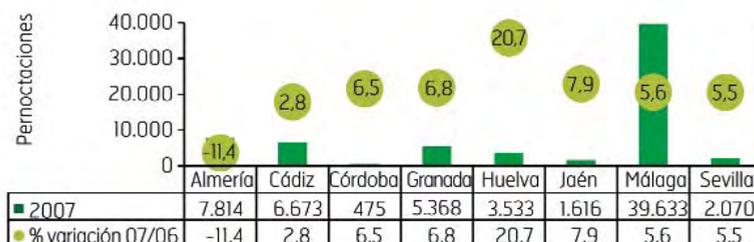
Cuota de participación del total de plazas ofertadas en apartamentos turísticos de Andalucía. Distribución provincial. Año 2007

Apartamento Turístico	Cuota part. 2006	Cuota part. 2007	Diferencia
Almería	13,6	11,6	-2,0
Cádiz	10,0	9,9	-0,1
Córdoba	0,7	0,7	0,0
Granada	7,8	8,0	0,4
Huelva	4,5	5,3	0,7
Jaén	2,3	2,4	0,1
Málaga	58,0	59,0	0,9
Sevilla	3,0	3,1	0,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

En el presente año, el número de plazas ofertadas en los apartamentos turísticos andaluces se han incrementado en todas las provincias excepto en Almería, destacando Huelva que ha superado un porcentaje de crecimiento del 20%.

% Variación del número de plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía. Distribución provincial. Año 2007



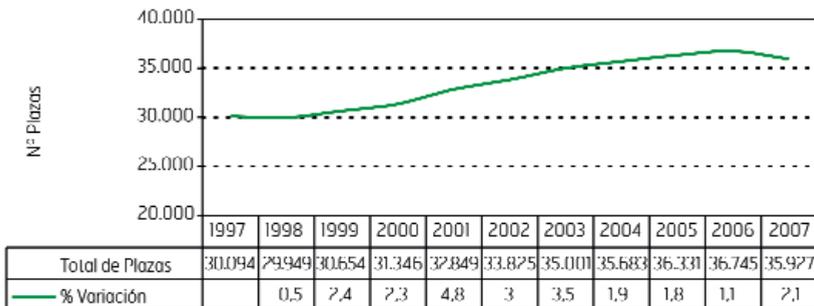
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Pensiones y hostales

Basándose en lo expuesto en el DECRETO 47/2004 de 10 de febrero publicado en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, las pensiones andaluzas han continuado a lo largo de 2007 su recalificación paulatina en una única categoría. Por este motivo, el análisis de esta tipología de alojamiento se hará conjuntamente con los hostales, no sólo para obtener mayor representatividad del estudio, sino para facilitar su comparativa con los datos referentes a 2006.

En 2007, las pensiones y hostales de la Comunidad han registrado un total de 35.927 plazas, lo que supone un descenso del -2,1% respecto al año 2006.

Evolución de las plazas ofertadas en las pensiones y hostales de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Dos de cada diez plazas ofertadas en las pensiones y hostales de Andalucía se localizan en Cádiz, provincia seguida a corta distancia por Málaga y Granada que han computado una participación del 18,5% y 16,8% sobre el total de plazas ofertadas en Andalucía en esta misma tipología de alojamiento turístico. En cuanto a la evolución de dichas plazas, Cádiz, Málaga y Córdoba son las provincias que descienden respecto a 2006, siendo muy moderado el crecimiento registrado en el resto de Andalucía.

Plazas ofertadas en los hostales y pensiones de Andalucía. Distribución provincial. Año 2007

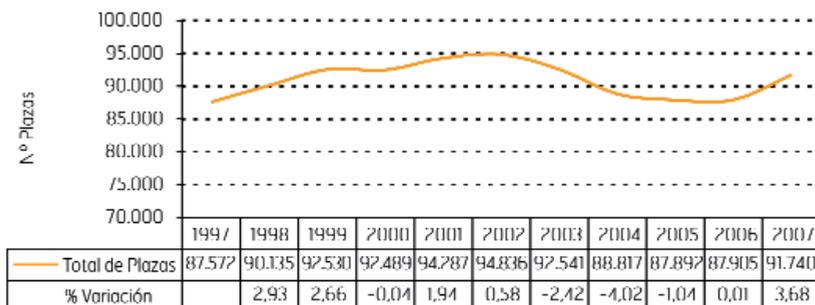
	Plazas 2007	% variación 07/06	Cuota
Almería	3.957	1,7	11,0
Cádiz	7.473	-6,5	20,8
Córdoba	2.577	-2,2	7,2
Granada	6.019	0,4	16,8
Huelva	2.440	0,6	6,8
Jaén	1.974	0,4	5,5
Málaga	6.633	-5,2	18,5
Sevilla	4.854	1,4	13,5
Total	35.927	-2,1	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Acampamentos turísticos

Los acampamentos turísticos de Andalucía han cerrado el 2007 con una oferta total de 91.740 plazas, lo que supone no sólo el segundo ascenso consecutivo tras el trienio de descensos iniciado en 2003, sino el porcentaje de crecimiento más acusado (3,7%) registrado en la Comunidad andaluza desde 1998.

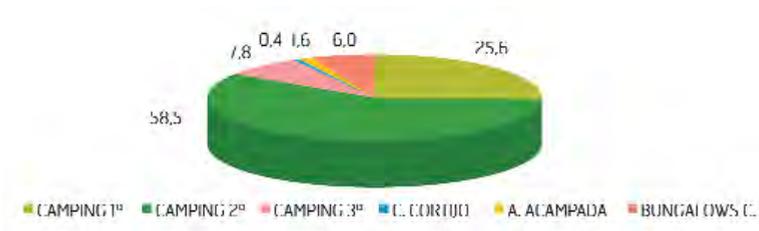
Evolución del número de plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997-2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Mientras que más de la mitad de las plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía se concentran en los campings de categoría intermedia (58,5%), la cuarta parte de las plazas pertenecen a campings de primera, categoría que ha registrado un incremento de cuota superior a los tres puntos. El resto de categorías de esta tipología de alojamiento turístico registra participaciones más discretas.

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía según categoría. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

En este contexto, vuelven a ser los campings de primera los que han registrado el incremento de plazas más acusado respecto a la oferta contabilizada en el pasado año (18,4%). Le siguen en importancia los campings de tercera y los bungalows, con ascensos porcentuales del 11,1% y 6,6%, respectivamente.

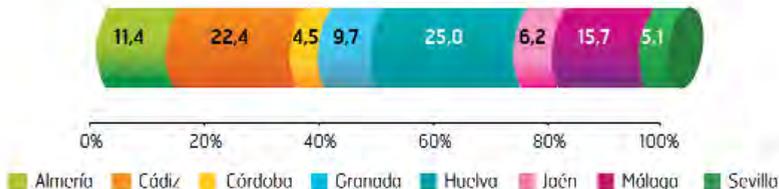
% Variación del número de plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía según categoría. Año 2007

	Plazas 2007	%variación 07/06	Diferencia
Camping Lujo	0	-	-
Camping de primera (***)	23.520	18,4	3.660
Camping de segunda (**)	53.633	-2,3	-1.259
Camping de tercera (*)	7.178	11,1	715
Camping cortijo	407	0,0	0
Área de acampada	1.497	-11,8	-201
Bungalows	5.505	6,6	340
Total	91.740	3,7	3.255

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Casi la mitad de la oferta en esta tipología de alojamiento (47,4%) se concentra en Huelva y Cádiz, provincias seguidas por Málaga y Almería que superan el 10% en cuota de participación respecto al total de Andalucía.

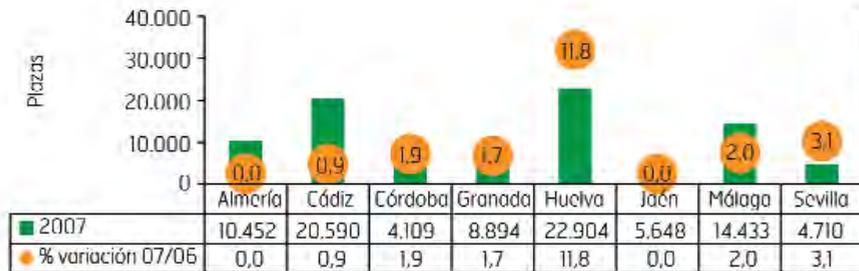
Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía. Distribución provincial. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

En 2007 y a nivel provincial, son los campings onubenses los que han registrado el mayor incremento en el número de plazas ofertadas (11,8%), destacando crecimientos moderados pero generalizados en el resto de Andalucía, salvo en el caso de Almería y Jaén que han mantenido la oferta estable desde el pasado año.

% Variación del número de plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía. Distribución provincial. Año 2007

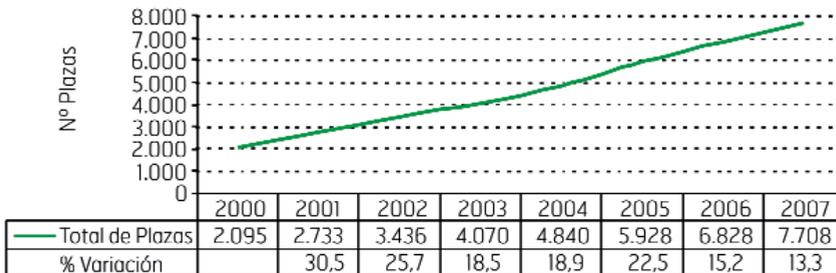


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Casas rurales

En el año 2007, se han puesto a disposición de la demanda de turismo rural un total de 7.708 plazas, lo que supone un incremento del 13,3% respecto a la oferta registrada en el año pasado, porcentaje que continúa la senda de crecimiento iniciada en 2001 y se convierte en el ascenso más acusado de todas las tipologías de alojamiento turístico de la Comunidad andaluza.

Evolución de las plazas ofertadas en las casas rurales de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 2000 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

La mitad de la plazas ofertadas en las casas rurales de Andalucía se localizan en Málaga, Córdoba y Jaén, siendo estas provincias las que registran cuotas de participación superiores al 15%.

En este contexto y al igual que en 2006, todas las provincias han registrado ascensos, destacando Sevilla cuyo crecimiento respecto a las plazas registradas el pasado año se ha situado por encima del 25%. Le siguen en orden de importancia Málaga y Granada con tasas de variación del 14,9% y 14,4%, respectivamente.

Plazas ofertadas en las casas rurales de Andalucía. Distribución provincial. Año 2007

	Plazas 2007	% variación 07/06	Cuota
Almería	602	9,7	7,8
Cádiz	735	10,4	9,5
Córdoba	1.265	11,5	16,4
Granada	1.003	14,4	13,0
Huelva	709	6,0	9,2
Jaén	1.182	11,4	15,3
Málaga	1.317	14,9	17,6
Sevilla	855	28,8	11,1
Total	7.708	13,3	100,0

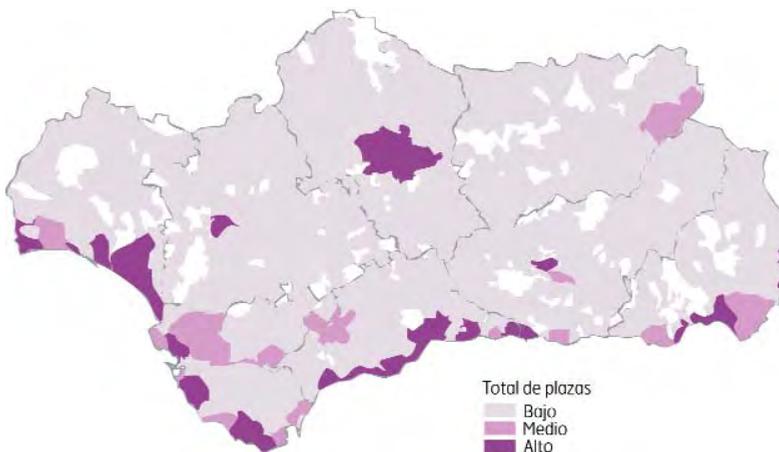
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

5.2. Distribución territorial de la oferta turística en Andalucía

El estudio de la oferta andaluza a través de la distribución territorial de las plazas de alojamiento turístico existente en la Comunidad, permite establecer un análisis a nivel municipal con el fin último de incrementar el conocimiento acerca de la concentración de la oferta en los distintos municipios de Andalucía.

El total de las plazas de alojamiento turístico se distribuye de manera claramente diferenciada. Así, el 68% de la oferta se sitúa en el litoral de la Comunidad, siendo el porcentaje perteneciente a la Costa del Sol del 30,4%.

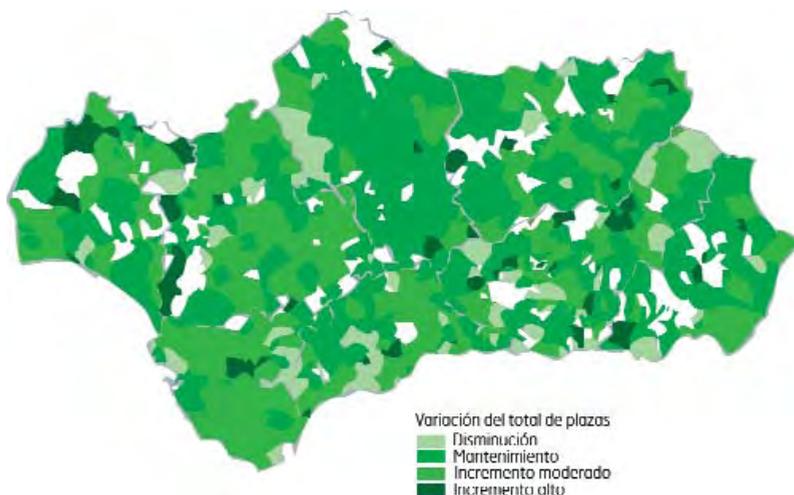
Tal y como se observa en el siguiente mapa, entre los municipios de interior que ofertan un mayor número de plazas destacan las capitales de provincia de Sevilla, Granada y Córdoba con 21.000, 14.000 y 6000 plazas, respectivamente. En este mismo contexto, los municipios de litoral que destacan por el elevado número de plazas son Torremolinos, Marbella, Benalmádena, Roquetas de Mar, Fuengirola, Chiclana de la Frontera, Conil de la Frontera, Mijas, Estepona y Moguer la mayoría pertenecientes a la Costa del Sol.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Existen municipios en los que se han registrado fuertes incrementos respecto a las plazas de alojamiento turístico ofertadas en 2006. Así, en la zona litoral de la Comunidad destacan Punta Umbría (Huelva), Mijas y Manilva (Málaga), por haber desarrollado su oferta notablemente respecto a dicho año. En cuanto al interior de la Comunidad, caben destacar municipios como Iznate (Málaga) o Freila (Granada) en los que durante 2007 la oferta se ha caracterizado por su carácter fuertemente emergente.

Evolución municipal del total de las plazas de alojamiento en Andalucía. Año 2007/2006



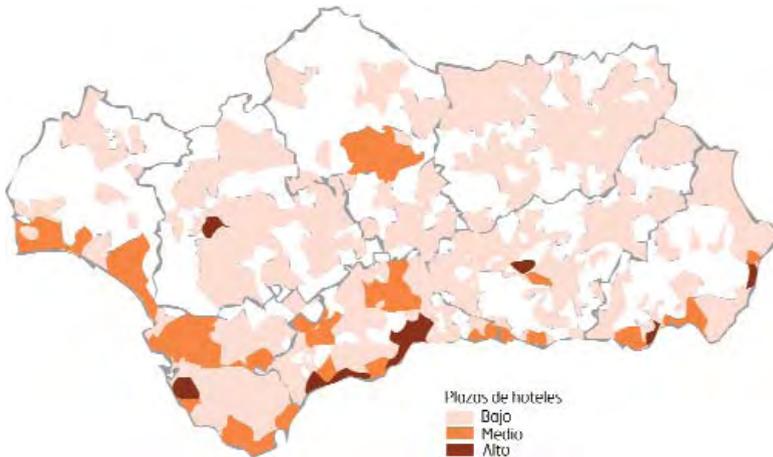
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

El 68,5% de las **plazas hoteleras** se albergan en la costa andaluza y casi la mitad e éstas pertenecen a la Costa del Sol. Así, los municipios del litoral que destacan por registrar una alta concentración en el número de plazas hoteleras son Torremolinos, Benalmádena, Marbella, Roquetas de Mar (Almería) y Chiclana de la Frontera (Cádiz), con una oferta individual superior a las 10.000 plazas.

En cuanto al interior de la Comunidad, Sevilla y Granada capital continúan siendo, al igual que en 2006, los municipios que se sitúan a la cabeza en lo que a la variable plazas hoteleras se refiere.

En el siguiente mapa también caben destacar otros municipios caracterizados por un nivel medio de concentración, resaltando Fuengirola, Estepona, Málaga (Málaga), Córdoba, Mojácar, Almería (Almería) y Almonte (Huelva) que conjuntamente ofertan más de 39.000 plazas.

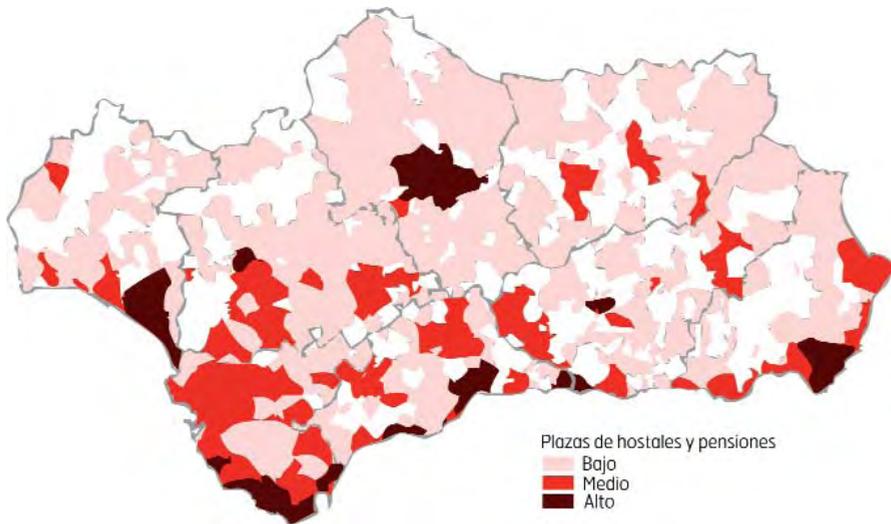
Distribución municipal del total de plazas de hotel. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Más de la mitad de las plazas ofertadas en las **pensiones y hostales** de Andalucía se localizan en el interior de la Comunidad. Concretamente Sevilla, Granada y Córdoba se caracterizan por ser las capitales de provincia que poseen una mayor concentración de plazas en esta tipología de alojamiento. En cuanto al litoral, los municipios que registran un mayor número de estas plazas son Málaga y Fuengirola con una oferta conjunta superior a las 1.900 plazas. De hecho, la Costa del Sol supone casi un tercio del total de plazas ofertadas en las pensiones y hostales de la costa andaluza.

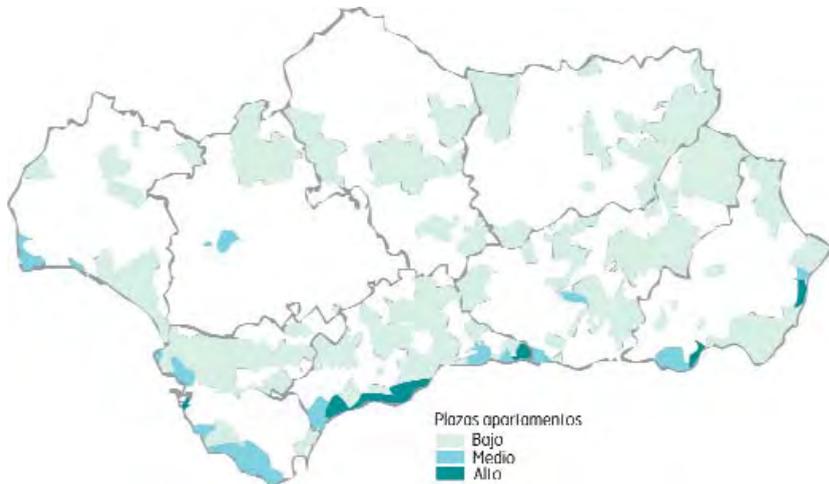
**Distribución municipal del total de plazas de pensiones y hostales.
Año 2007**



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

La mayoría de plazas ofertadas en los **apartamentos turísticos** se sitúan en la zona costera de Andalucía (83,5%), destacando la Costa del Sol cuya participación sobre el litoral de la Comunidad asciende al 67%. Así, destacan los municipios de Torremolinos y Mijas (Málaga), cada uno con una oferta superior a las 7.000 plazas. El comportamiento en el interior es más moderado aunque no por eso dejan de señalarse municipios como Sevilla, Monachil y Bormujos con un nivel medio de concentración en el número de plazas.

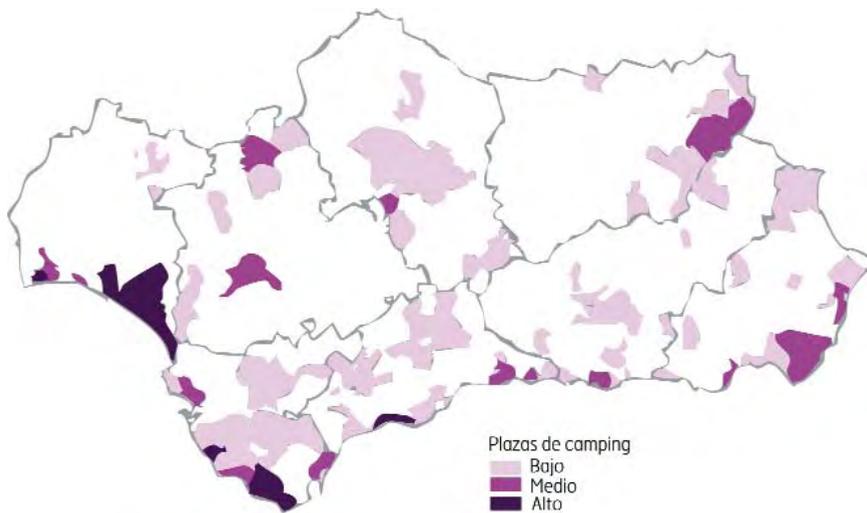
Distribución municipal del total de plazas de apartamentos. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Siete de cada diez plazas ofertadas en los **campings** de Andalucía se localizan en el litoral andaluz, siendo localizada el 17,4% de esta participación en la Costa del Sol y destacando Marbella y Velez Málaga como términos municipales con una mayor oferta en estos establecimientos. Otros municipios a destacar son Moguer, Isla Cristina (Huelva) y Conil de la Frontera (Cádiz). En el interior de Andalucía y en lo que a concentración se refiere destacan Santiago-Pontónés (Jaén), Cazalla de la Sierra, Alcalá de Guadaíra, Dos hermanas (Sevilla) y la Carlota (Córdoba), con una oferta individual superior a las mil plazas.

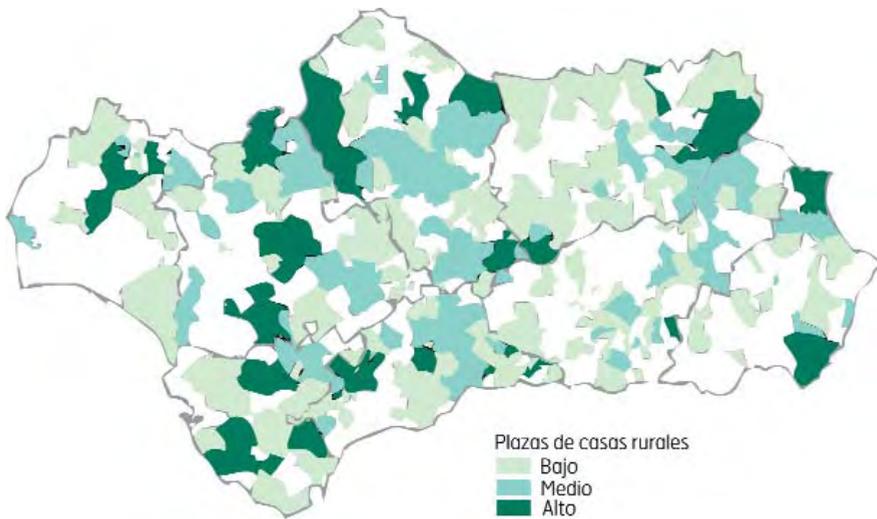
Distribución municipal del total de plazas de campings. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

El 93,6% de las plazas ofertadas en las **casas rurales** de Andalucía se encuentran en el interior. Entre los municipios interiores que poseen un número elevado de esta tipología de plazas destacan Fuente Obejuna, Priego de Córdoba (Córdoba), Cómpeeta, Cazalla de la Sierra (Sevilla), Ronda (Málaga) y La Iruela (Jaén) con una oferta conjunta de casi 800 plazas. En cuanto al litoral destaca Nijar (Almería), Conil de la Frontera y Vejer de la Frontera (Cádiz) al poseer una elevada concentración del número de plazas puestas a disposición de la demanda de turismo rural.

Distribución municipal del total de plazas de casas rurales. Año 2007

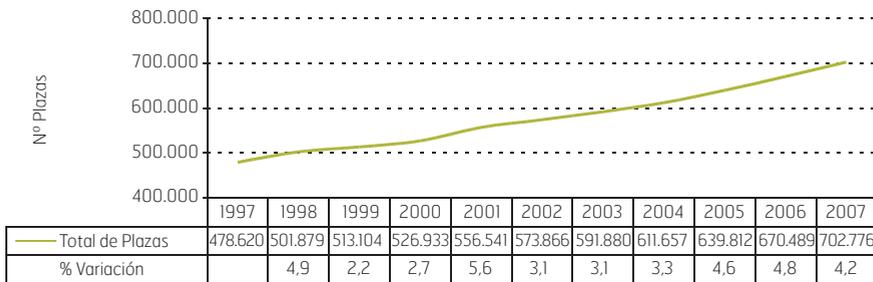


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

5.3 La oferta de restauración en Andalucía

Según los datos a 31 de diciembre de 2007 del Registro de Turismo de Andalucía dependiente de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, la Comunidad andaluza ha cerrado el año con una oferta total en restauración de 702.776 plazas, lo que supone no sólo un incremento del 4,2% respecto al cierre de año de 2006, sino el tercer año consecutivo en el que se han registrado tasas de crecimiento por encima del 4%.

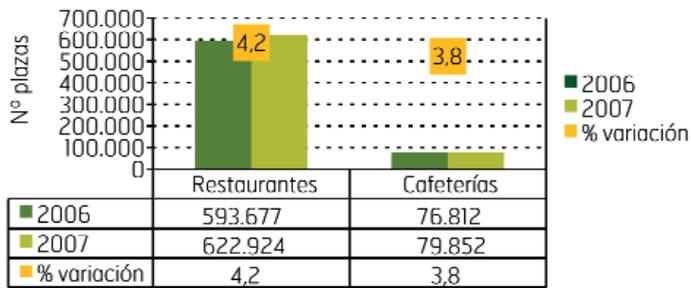
Evolución de la oferta de restauración en Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

En 2007 y respecto al pasado año, el 88,6% de las plazas de restauración se concentran en los restaurantes de Andalucía, siendo el incremento porcentual registrado en esta tipología de establecimiento ligeramente superior al contabilizado en las cafeterías de la Comunidad.

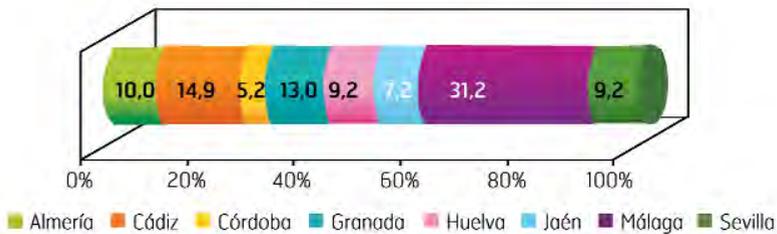
Plazas de restauración ofertadas en Andalucía. % Variación. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Casi un tercio de las plazas ofertadas en restauración se han registrado en Málaga, provincia que se sitúa a la cabeza de un ranking en el que Cádiz y Granada ocupan, aunque a gran distancia, el segundo y tercer lugar respectivamente, tal y como se observa en el siguiente gráfico.

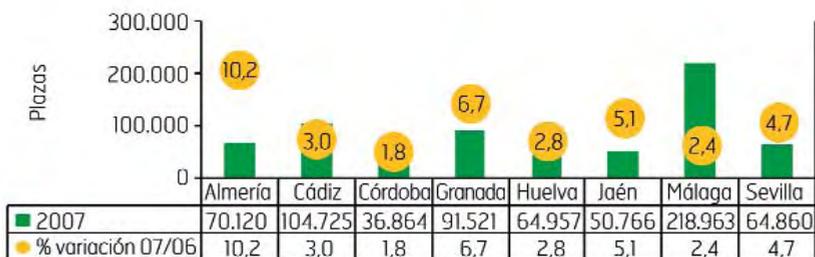
Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en restauración en Andalucía. Distribución provincial. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Asimismo, cabe destacar que en 2007 Andalucía ha registrado un crecimiento generalizado en lo que a plazas de restauración se refiere, destacando Almería por haber incrementado esta variable por encima del 10%, así como las provincias de Granada, Jaén y Sevilla por situar sus ascensos respecto al pasado año por encima de la media andaluza (4,2%).

% Variación del número de plazas ofertadas en los establecimientos de restauración de Andalucía. Distribución provincial. Año 2007

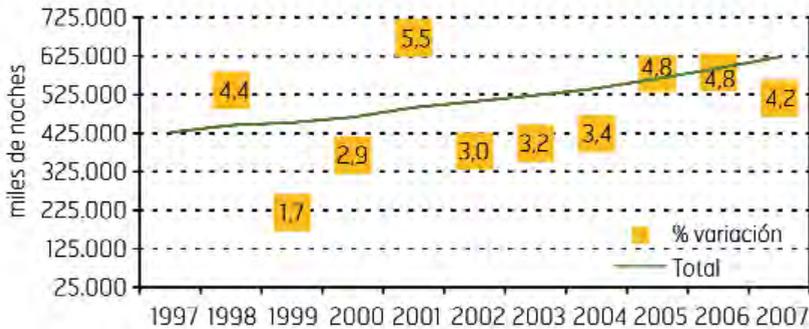


FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Restaurantes

En 2007, los restaurantes de Andalucía han contabilizado un total de 622.924 plazas, lo que supone un ascenso del 4,2% respecto a las plazas registradas en esta tipología de establecimiento turístico durante 2006, el tercer ascenso consecutivo situado por encima del 4%.

Evolución de plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Total de plazas y % variación. Años 1997 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Las categorías más básicas de los restaurantes de Andalucía, han concentrado el mayor número de plazas (93%), y han registrado los incrementos absolutos más acusados respecto a las plazas ofertadas en diciembre de 2006. No obstante, cabe destacar la categoría de cuatro tenedores como aquella que ha experimentado el porcentaje de crecimiento más acusado (13%).

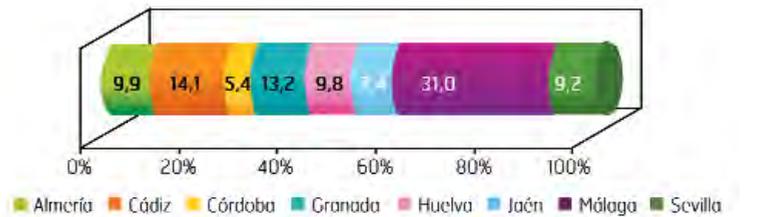
Plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Año 2007

	Plazas 2007	% variación 07/06	Cuota
5 Tenedores	769	0,0	0,1
4 Tenedores	7.728	13,1	1,2
3 Tenedores	36.202	6,8	5,8
2 Tenedores	259.729	3,8	41,7
1 Tenedores	318.496	4,2	51,1
Total	622.924	4,2	100,0

FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

En cuanto a la distribución provincial de las plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía, destaca la provincia de Málaga, seguida a gran distancia por Cádiz y Granada, que superan una cuota de participación superior al 10%.

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Distribución provincial. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

En este contexto, todas las provincias han registrado crecimientos respecto a las plazas registradas en 2006, destacando Almería cuya tasa de variación ha sido el más elevado de toda la Comunidad andaluza.

Plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Diferencia y % Variación. Año 2007

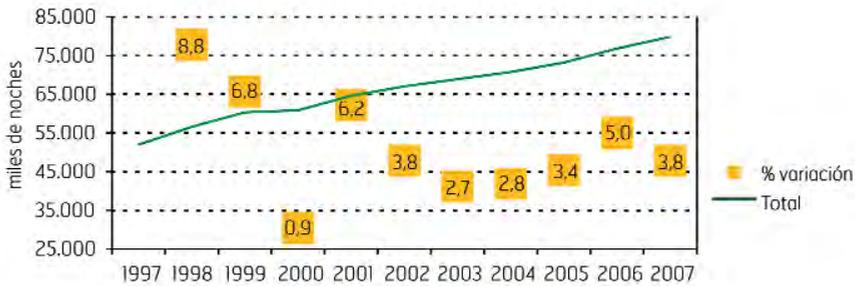
Alojamiento hotelero	Plazas 2007	% variación	Diferencia
Almería	61.655	9,8	5.521
Cádiz	88.035	2,2	1.930
Córdoba	33.585	1,8	590
Granada	82.251	7,3	5.616
Huelva	61.119	2,5	1.481
Jaén	46.014	5,4	2.373
Málaga	193.218	2,7	5.030
Sevilla	57.047	5,2	2.820
Total	622.924	4,2	25.361

FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Cafeterías

Las cafeterías de Andalucía han cerrado el año 2007 con un total de 79.852 plazas, lo que supone un incremento del 3,8% respecto a las cifras registradas en esta tipología de establecimiento turístico en 2006, continuando así con la senda ascendente de crecimiento iniciada en esta variable en el año 1997.

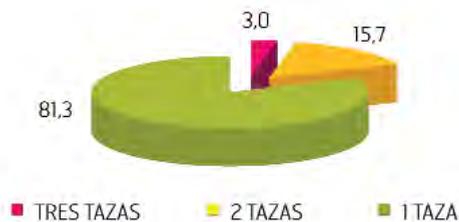
Evolución de plazas ofertadas en las cafeterías de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Las tres categorías existentes dentro las cafeterías andaluzas, muestran una estructura en cuanto a número de plazas muy similar a la registrada durante el pasado año: cafeterías de tres tazas (3%), cafeterías de 2 tazas (15,7%) y las cafeterías de 1 taza (81,3%).

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en las cafeterías de Andalucía. Año 2007



FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

Cabe destacar que todas estas categorías han aumentado en el número de plazas ofertadas respecto al pasado año. No obstante, aunque las cafeterías de tres tazas son las que registran una cuota de participación más moderada, son estos mismos establecimientos los que han contabilizado el incremento relativo más acusado.

Plazas ofertadas en las cafeterías de Andalucía. Año 2007

	Plazas 2007	% variación
3 Tazas	2.414	13,5
2 Tazas	12.516	4,0
1 Taza	64.922	3,4
Total	79.852	3,8

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

La distribución provincial de la oferta en las cafeterías de Andalucía atribuye a Málaga y Cádiz más de la mitad de las plazas en esta tipología de establecimiento (53,1%).

No obstante, cabe destacar que la provincia de Almería es la que, al igual que en 2006, ha registrado el mayor crecimiento en términos relativos (13,2%) respecto al pasado año. En cuanto al ascenso absoluto más acusado se ha contabilizado en la provincia de Cádiz.

**Plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía.
Diferencia y % Variación. Año 2007**

Alojamiento hotelero	Plazas 2007	% variación	Diferencia
Almería	8.465	13,2	988
Cádiz	16.690	7,1	1.111
Córdoba	3.279	2,1	66
Granada	9.270	1,3	122
Huelva	3.838	7,7	273
Jaén	4.752	2,0	92
Málaga	25.745	0,5	121
Sevilla	7.813	1,5	115
Total	79.852	3,8	2.888

FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

6

Empleo
TURÍSTICO
en Andalucía

Introducción

Con el fin de establecer un sistema de información estadística que permita el análisis y seguimiento a través de indicadores del mercado laboral en las principales actividades económicas relacionadas con el sector turístico y su contribución al mercado laboral andaluz, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte viene desarrollando, entre sus líneas de trabajo, un análisis del empleo turístico en la región.

Para alcanzar este objetivo resulta muy recomendable atenerse a una metodología internacionalmente aceptada que permita la comparación con otros territorios. La Organización Mundial del Turismo y el módulo de empleo de la OCDE presentan un marco metodológico y conceptual que establece un conjunto de variables que son fundamentales para el estudio del empleo. Ambos organismos apuestan por una perspectiva desde el lado de la oferta, es decir teniendo en cuenta el empleo en una serie seleccionada de ramas de actividad turísticas características. La metodología a seguir está, lógicamente, estrechamente vinculada con la cuenta satélite del turismo, de manera que la información referida al empleo sea comparable, no sólo con otros territorios, sino también con otras magnitudes turísticas andaluzas.

Por tanto, para el estudio del empleo en la industria turística se han adoptado ciertas actividades económicas recomendadas en el documento "Cuenta Satélite de Turismo: Referencias Metodológicas" (CSTRM), aprobado por la Comisión Estadística de Naciones Unidas, y en el documento "La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y Primeras Estimaciones" (CSTE), publicado por el INE, y que se detallan en la siguiente tabla.

Actividades características del turismo

Códigos	Actividades
551	Hoteles
552	Camping y otros tipos de hospedaje
553	Restaurantes
554	Establecimientos de bebidas
555	Comedores colectivos y provisión de comidas preparadas
601	Transporte por ferrocarriles
602	Otros tipos de transporte terrestre
611	Transporte marítimo
612	Transporte por vías de navegación interior
621	Transporte aéreo regular
622	Transporte aéreo discrecional
632	Otras actividades anexas a los transportes
633	Actividades de agencias de viajes, mayoristas
711	Alquiler de automóviles
712	Alquiler de otros medios de transporte
923	Otras actividades artísticas y de espectáculos
925	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales
926	Actividades deportivas
927	Actividades recreativas diversas

FUENTE: Clasificación Nacional de Actividades Económicas 1993. Revisión 1.

De todas las fuentes estadísticas sobre empleo en España, se ha optado por la Encuesta de Población Activa (INE), por considerar que es la que mejor se adapta a los objetivos de este análisis. A partir de esta información, en este capítulo se presentan los principales resultados que ha mostrado el sector turístico andaluz en materia de empleo en 2007, gracias a la explotación específica que de esta encuesta se ha realizado en el Área de Estadísticas e Investigación de Mercados.

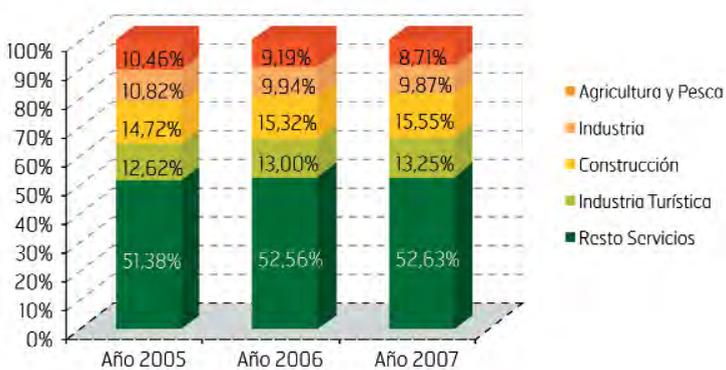
Antes de comenzar es obligado hacer referencia al cambio de metodología que el INE aplicó a la Encuesta de Población Activa a partir del primer trimestre de 2005. Estos cambios suponen que en determinados casos sea imposible efectuar comparaciones directas entre las cifras anteriores y posteriores a esa fecha, y en otros casos, que las comparaciones del año 2005 con los precedentes estén muy condicionadas por la nueva metodología adoptada y hayan de tomarse con mucha cautela¹³.

¹³ Para más información consúltese www.ine.es.

6.1. El empleo en el sector turístico de Andalucía: Población activa

Del análisis de los datos suministrados por la Encuesta de Población Activa (EPA) se desprende que en el año 2007 el número medio de activos en actividades características del turismo en Andalucía asciende a los 465.076 efectivos, lo que representa el 13,3% del total de población activa de la Comunidad, y el 20,1% del sector servicios andaluz. Respecto al año 2006, este colectivo ha experimentado un incremento del 5,7% en términos relativos, resultado que se suma a la tendencia creciente observada desde el año 2003.

Distribución porcentual de la población activa de Andalucía por sectores económicos. Años 2005 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA, INE.

6.2. El empleo en el sector turístico de Andalucía: Población ocupada

En el año 2007 son 424 mil los ocupados en la Industria Turística andaluza, lo que representa el 13,2% de los 3.219.277 ocupados en la Comunidad, y un 19,7% de los ocupados en el sector servicios de Andalucía. En relación al año 2006, el número de ocupados en este sector ha crecido a una tasa del 5,8%, un crecimiento notable si se tiene en cuenta que es 2,7 puntos porcentuales superior al incremento experimentado por el conjunto del sector turístico en España (3,1%).

Tal y como muestra la siguiente tabla, la Industria Turística ha sido en los últimos años un sector más dinámico a la hora de crear empleo que otras ramas del sector servicios. En efecto, los ocupados en la Industria Turística andaluza representaban en los años 2003 y 2004 el 18,5% del total de ocupados en el sector servicios, mientras que para los tres años siguientes el peso del sector turístico asciende, situándose por encima del 19,5% en 2007.

cifras : miles	2003	2004	2005	2006	2007
Ocupados Industria Turística	314	331	375	401	424
Ocupados resto sector servicios	1.381	1.462	1.550	1.665	1.730
Ocupados en sector servicios	1.694	1.793	1.925	2.066	2.154
Peso Ocup. I.Turística/s. servicios	18,5%	18,5%	19,5%	19,4%	19,7%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA. INE.

Por zonas geográficas, el análisis del empleo turístico pone de manifiesto que en 2007 el 17,1% de los ocupados en actividades características del turismo en el ámbito nacional le pertenecen a Cataluña. Le sigue muy de cerca Andalucía, con una cuota del 16,5% del total de ocupados en el sector turístico español.

Exceptuando Baleares y Madrid, el resto de Comunidades Autónomas presentan incrementos en el empleo turístico respecto al año anterior. Destacan Canarias y Comunidad Valenciana, con crecimientos respecto a 2006 del 8,4% y del 6,1%. Por su parte, el incremento del empleo turístico en Andalucía es del 5,8%, 2,7 puntos porcentuales por encima del incremento presentado por el conjunto del sector turístico en España.

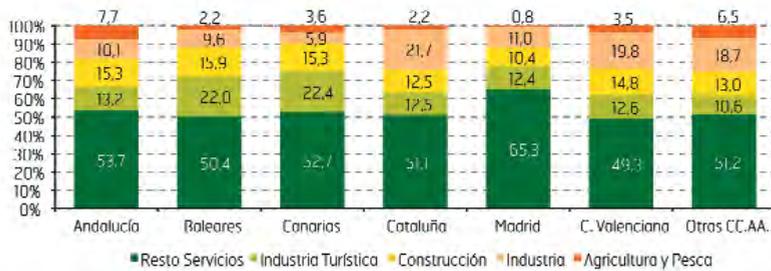
Ocupados y tasa de variación interanual por Comunidades Autónomas en la Industria Turística. Año 2007

CCAA	Ocupados	% variación	Cuota %
Andalucía	424.067	5,8	16,5
Baleares	111.807	-7,1	4,3
Canarias	205.017	8,4	8,0
Cataluña	439.518	1,2	17,1
Madrid	379.850	-0,6	14,7
Comunidad Valenciana	280.424	6,1	10,9
Otras CC.AA.	735.082	3,9	28,5
Total Nacional	2.575.766	3,1	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA. INE.

Por lo que se refiere al peso que la Industria Turística tiene en la estructura del empleo de las diferentes Comunidades Autónomas, se aprecia que son en las islas Canarias y Baleares dónde las actividades características del turismo adquieren un mayor protagonismo. Así, se ve claramente cómo en el año 2007, prácticamente 1 de cada 4 ocupados insulares trabaja en la Industria Turística. Para Andalucía, los datos evidencian que el peso de los ocupados en el sector turístico en el total de los ocupados de la región supera ligeramente el 13% en 2007, y es más parecido al de Cataluña o al de la Comunidad Valenciana.

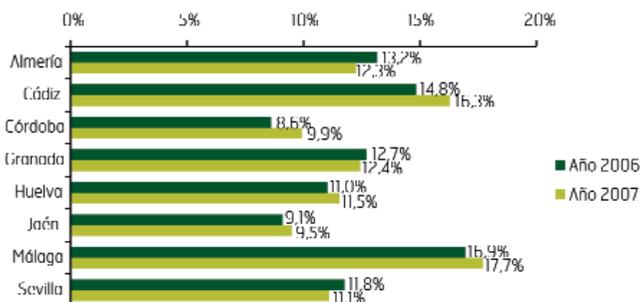
Distribución porcentual de ocupados según Comunidad Autónoma de residencia por ramas de actividad de la Industria Turística. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA, INE

El análisis provincial muestra que en 2007 son Málaga y Cádiz, con el 17,7% y el 16,3% de sus ocupados trabajando en el sector turístico, las provincias andaluzas en las que el peso del empleo turístico es mayor, mientras que cerrando la lista se encuentran las provincias de Jaén y Córdoba. Sin embargo, al estudiar la evolución de esta variable entre 2006 y 2007 se comprueba que las provincias de Cádiz y Córdoba son las que más han visto aumentar el porcentaje de ocupados en actividades características del turismo, mientras que Almería y Sevilla descienden más de medio punto porcentual.

Población ocupada en la industria turística de Andalucía por provincias. Años 2006 y 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA, INE

6.2.1. Ramas de actividad de la Industria Turística

En 2007, La distribución de la población ocupada por ramas de actividad de la Industria Turística andaluza muestra a la Restauración como la rama más importante, ya que da empleo al 43,6% (185.060) de los ocupados en actividades características del turismo. A gran distancia le siguen los ocupados en Hoteles y alojamientos (15,7%), en el Transporte turístico (24,0%) y en el resto de actividades turísticas (16,6%).

Distribución porcentual de ocupados por ramas de actividad de la Industria Turística. Año 2007



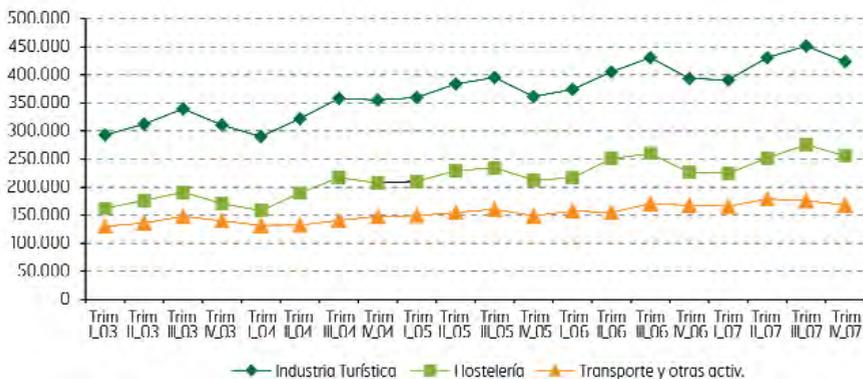
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA, INE.

Por lo que se refiere a la evolución de la participación de cada rama en el total de ocupados, la Restauración se muestra también como la rama que ha ganado más cuota de empleo, incrementándose 5,9 puntos porcentuales desde 2003, en detrimento de los ocupados en la rama de transporte y en la rama de hoteles y alojamientos, cuyas cuotas descienden 3,1 y 2,3 puntos porcentuales, respectivamente.

El análisis trimestral de la evolución del número de ocupados en actividades características del turismo en Andalucía, pone en evidencia tres aspectos:

1. Tendencia creciente del número de ocupados en la Industria Turística andaluza.
2. El mayor número de ocupados se alcanza en el tercer trimestre de cada año, es decir, en los meses de verano, reflejo de la fuerte componente estacional que caracteriza a la actividad turística.
3. Son los ocupados en la rama de Hostelería, que engloba a las ramas de Restauración y de Hoteles y alojamientos, las que definen el comportamiento global del número de ocupados en la Industria Turística de la región.

Evolución del número de ocupados en ramas de actividad de la Industria Turística. Datos trimestrales 2003 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA, INE.

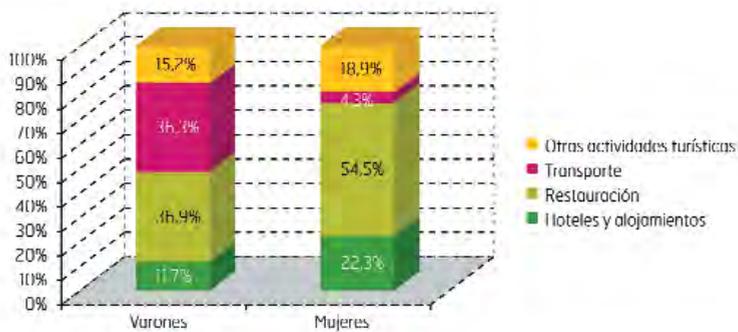
6.2.2. Características personales

En 2007, el número de ocupados varones en actividades turísticas ascendió a 261.141 individuos (61,6%), mientras que las mujeres ocupadas en el sector fueron 162.926 (38,4%). Esta mayor proporción de ocupados varones está presente en la mayoría de las ramas en las que se divide la actividad turística, de modo que sólo en el caso de Hoteles y alojamientos el número de mujeres ocupadas supera al de varones.

En cuanto a cómo se distribuyen estos trabajadores entre las diferentes ramas de la Industria Turística, la mayoría de las mujeres ocupadas en este tipo de actividades están trabajando en Restauración (54,5%), mientras que los varones que trabajan en esta rama sólo representan el 36,9% del total de ocupados varones del sector. Algo más del 40% de las mujeres que trabajan en el sector turístico lo hacen en Hoteles y alojamientos así como en Otras actividades turísticas, lo que deja sólo un 4,3% dedicadas a la rama Transporte. Por el contrario, los varones no están tan concentrados en una única rama, de modo que la Restauración (36,9%) comparte protagonismo con el Transporte turístico (36,3%).

La comparación de estas cifras con las del año 2006 evidencian que los ocupados varones aumentaron a una tasa del 2,6%, mientras que el crecimiento experimentado en las mujeres ha sido más acusado (11,4%). Para los primeros destaca el buen comportamiento observado en las ramas de Hoteles y alojamientos y de Transporte, que han compensado los descensos experimentados en las otras ramas. Las féminas por el contrario han experimentado crecimientos superiores al 10% en la mayoría de las ramas turísticas, con la única excepción de la rama Transporte, en dónde han experimentado un crecimiento del 5,3%.

Distribución porcentual de ocupados según sexo por ramas de actividad de la Industria Turística. Año 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA, INE.

Si se considera en el análisis la edad del trabajador, se observa que el grupo de edad predominante es el de trabajadores con edades entre 30 y 44 años, que representan el 43,9% del total de ocupados en la Industria Turística en Andalucía durante 2007. Le siguen los que pertenecen al grupo de edad más joven, entre 16 y 29 años, que suponen el 29% del total, mientras que los ocupados mayores de 44 años en actividades características del turismo conforman el 27,2% restante. Los grupos de ocupados de más edad han visto aumentar sus efectivos respecto al año anterior a unas tasas superiores al 9%, sin embargo los ocupados más jóvenes han disminuido respecto al año anterior un 2%.

En la siguiente tabla puede comprobarse cómo los ocupados de 30 a 44 años representan siempre el grupo más numeroso en cualquiera de las ramas en las que se divide la actividad turística, con porcentajes en torno al 45% en todas ellas. Los jóvenes participan más en Restauración y Otras actividades turísticas, representando el 34,9% y el 36,7%, respectivamente, del total de ocupados en cada una de estas ramas, mientras que el grupo de más edad tiene un peso destacado en el empleo de la rama transporte turístico, donde representan al 36% de los ocupados de esta actividad.

Distribución porcentual de ocupados según edad por ramas de actividad de la Industria Turística. Año 2007

Edad	Hoteles y alojamientos	Restauración	Transporte	Otras activ. turísticas
16-29	26,3%	34,9%	14,5%	36,7%
30-44	42,0%	42,8%	49,5%	40,5%
45 y más	31,7%	22,3%	36,0%	22,7%
Total ocupados ind. turística	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA, INE.

Cuando se tiene en cuenta el nivel educativo del trabajador, la estructura de ocupados en la Industria Turística andaluza durante 2007 se compone de un 63,8% de trabajadores con un nivel de formación de estudios secundarios, mientras que el resto se reparte en proporciones similares entre trabajadores con estudios primarios o inferior (18,5% del total) y los que han alcanzado un nivel de estudios superior (17,6%).

Respecto al año anterior, se observa que han aumentado los ocupados en la Industria Turística andaluza en todos los niveles de formación, si bien el incremento más fuerte lo han experimentado los efectivos con estudios superiores, por encima del 20%, mientras que el grupo de mayor tamaño, ocupados con un nivel de formación secundario, ha experimentado un crecimiento moderado (1,8%).

6.2.3. Situación profesional

Los ocupados en la Industria Turística de Andalucía durante 2007 se reparten según la situación profesional del trabajador en un 75,6% de asalariados, que representaron el 18,1% de los asalariados del sector Servicios de la región, y el 12,1% de los asalariados de la Comunidad, y un 24,4%¹⁴ de trabajadores por cuenta propia¹⁵, representando estos últimos el 27,2% de los autónomos del sector Servicios y el 18,1% de los autónomos de la región. Respecto al año 2006, aumentaron tanto los efectivos de trabajadores asalariados (5,2%), como de autónomos (7,9%).

Al comparar la distribución de trabajadores por situación profesional en la Industria Turística, en el sector Servicios, y en el total de ocupados en la economía, los datos muestran que en la Industria Turística, el peso de los trabajadores por cuenta propia es, en todos los años investigados, superior al peso que este colectivo tiene en el sector Servicios o en la economía en su conjunto. Y aunque el número de trabajadores por cuenta propia descendió en la Industria Turística entre 2005 y 2006, en 2007 se aprecia un crecimiento de este colectivo.

¹⁴ Aunque la suma del porcentaje de asalariados y del de trabajadores por cuenta propia es 100, ello se debe al redondeo de las cifras. En realidad existen trabajadores que se encuentran en una situación profesional tal que no pueden ser clasificados en alguna de estas dos categorías, aunque el número de ocupados no clasificables es tan pequeño que no merece la pena crear una tercera categoría en la variable para hacer referencia a los mismos.

¹⁵ Son trabajadores por cuenta propia los empresarios, los trabajadores independientes, los miembros de cooperativas que trabajan en las mismas, y los trabajadores familiares no remunerados (ayudas familiares).

Distribución porcentual de ocupados en la Industria Turística andaluza por sectores de actividad y situación profesional. Años 2005 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA) a partir de datos EPA. INE.

6.2.4. Tipo de contrato o relación laboral y tipo de jornada

Al tener en cuenta la modalidad contractual que disfrutaron los asalariados de la Industria Turística de Andalucía en 2007, la distribución es la siguiente: 55,3% (177.43 asalariados) con contratos de duración indefinida, y 44,7% (143.221 asalariados) con contratos de duración temporal.

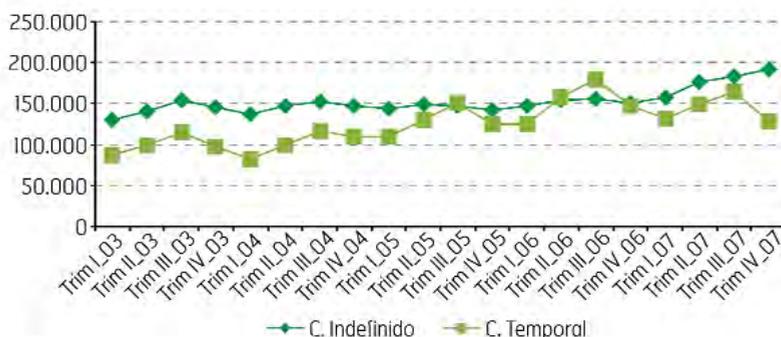
Cuando se analiza la evolución trimestral de los asalariados según tipo contrato se observa en el periodo 2003-2006:

- Un claro acercamiento entre las cifras de asalariados con diferentes tipos de contratos, con un perfil más estable para la evolución de los asalariados con contratos indefinidos y un fuerte aumento de los contratos temporales, lo que significa un aumento de la tasa de temporalidad ¹⁶.
- Los contratos temporales se ven más afectados por el problema de la estacionalidad (un perfil con ascensos más acusados en el tercer trimestre del año que los que se observan en los contratos indefinidos pero también caídas bruscas en el resto de trimestres del año).
- La evolución de los contratos temporales ha sido tan espectacular que los efectivos con estos contratos llegan a superar a los asalariados con contratos indefinidos en el tercer trimestre del año 2005 y de nuevo en el segundo y tercer trimestre de 2006.

Sin embargo, en 2007 se aprecia un cambio de tendencia en esta evolución: los asalariados con contratos indefinidos superan a los de contratos temporales en todos los trimestres del año, siendo el aumento respecto al año anterior de los trabajadores indefinidos muy superior al observado en años anteriores (16,7%), al mismo tiempo que se observa la primera tasa de variación negativa en la evolución de los trabajadores temporales (-6,2%), haciendo descender la tasa de temporalidad del 50,1% en 2006 al 44,7% en 2007.

¹⁶ Tasa de temporalidad: porcentaje que representan los asalariados con contrato temporal sobre el total de asalariados

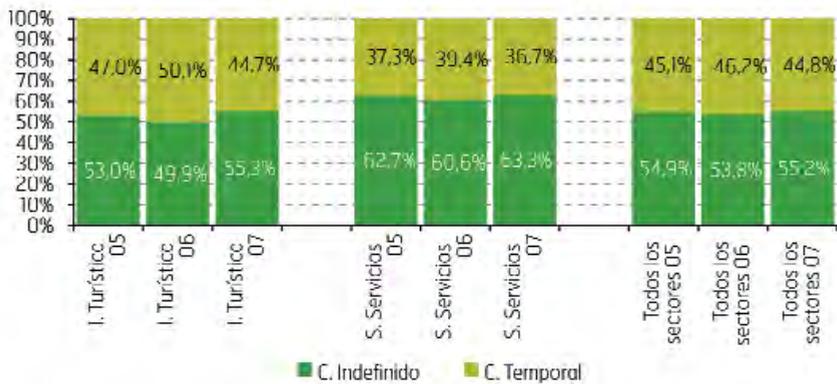
Evolución del número de asalariados en ramas de actividad de la Industria Turística según el tipo de contrato. Datos trimestrales 2003 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA. INE.

La comparación en el tiempo de la distribución de asalariados por tipo de contrato en la Industria Turística, en el sector Servicios, y en el total de la economía andaluza, pone de manifiesto que en las actividades turísticas, las tasas de temporalidad son durante 2005 y 2006 superiores a las que presenta la economía andaluza en su conjunto y a las del sector Servicios. Sin embargo, en el año 2007 la situación cambia, y el sector turístico presenta una tasa de temporalidad similar a la del total de la economía, aunque todavía se encuentra ocho puntos porcentuales por encima de la registrada en el sector Servicios.

Distribución porcentual de asalariados en la Industria Turística andaluza por sectores de actividad y tipo de contrato. Años 2003 - 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA. INE.

En cuanto al tipo de jornada, a lo largo de 2007, el 83% de los asalariados en el sector turístico desarrollaron su trabajo a tiempo completo y únicamente el 17% restante lo hicieron a tiempo parcial.

6.3. Empleo Turístico: principales indicadores y definiciones

A modo de resumen, la siguiente tabla recoge las principales cifras y tasas que definen el mercado laboral en la Industria Turística de Andalucía y España en el año 2007.

Empleo turístico. Principales magnitudes y ratios. Andalucía y España. Año 2007

Indicador	Andalucía	España
Población activa	465.076	2.770.839
Población ocupada	424.067	2.575.766
Población parada	41.009	195.072
Tasa de ocupación	91,2	93,0
Tasa de desempleo	8,8	7,0
Tasa de asalariados	75,6	76,5
Tasa de temporalidad	44,7	34,0

FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos EPA, INE

- **Activos:** personas de 16 o más años que, durante la semana de referencia (la anterior a aquella en que se realiza la entrevista), suministran mano de obra para la producción de bienes y servicios o están disponibles y en condiciones de incorporarse a dicha producción. Se subdividen en ocupados y parados.

- **Ocupados:** : personas de 16 o más años que durante la semana de referencia han estado trabajando durante al menos una hora, a cambio de una retribución (salario, jornal, beneficio empresarial, etcétera) en dinero o especie. También son ocupados quienes teniendo trabajo, han estado temporalmente ausentes del mismo por enfermedad, vacaciones, etcétera.

Los ocupados se clasifican atendiendo a la situación profesional en no asalariados (empleadores, empresarios sin asalariados y trabajadores independientes, miembros de cooperativas, ayudas familiares) y asalariados (públicos o privados).

Atendiendo a la duración de la jornada se clasifican en ocupados a tiempo completo y ocupados a tiempo parcial. La jornada habitual semanal no puede ser inferior a 30 horas en el primer caso ni superior a 35 en el segundo.

Los asalariados se clasifican en indefinidos y temporales. Estos últimos tienen fijado el fin de su contrato o relación laboral por medio de condiciones objetivas, tales como la expiración de un cierto plazo, la realización de una tarea determinada, etcétera.

- **Parados:** personas de 16 o más años que durante la semana de referencia han estado sin trabajo, disponibles para trabajar y buscando activamente empleo. Son parados también quienes ya han encontrado un trabajo y están a la espera de incorporarse a él, siempre que verifiquen las dos primeras condiciones.
- **Inactivos:** población de 16 o más años no incluida en ninguna de las categorías anteriores.
- **Tasa de ocupación:** es el cociente entre el número de ocupados y el activos.
- **Tasa de paro:** es el cociente entre el número de parados y el activos.
- **Tasa de asalariados:** cociente entre el número de trabajadores por cuenta ajena o asalariados y el de ocupados.
- **Tasa de temporalidad en el empleo:** cociente entre los asalariados con contrato temporal y el total de asalariados.



7

Repercusión en el Turismo de la celebración de
GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS
en Andalucía

Introducción

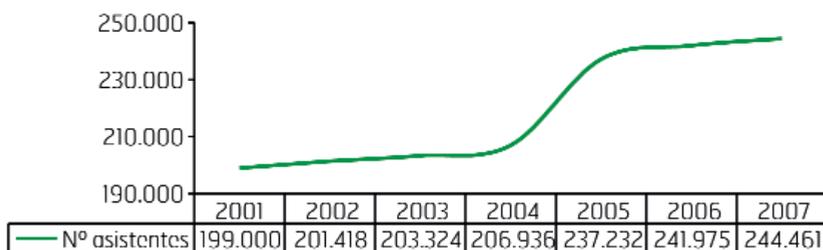
La elección del destino andaluz como lugar de celebración de grandes eventos deportivos y culturales supone para la Comunidad una oportunidad de promoción que garantiza entre otros, el impulso de los ingresos generados como consecuencia de la actividad turística existente en Andalucía.

A continuación, el capítulo detalla los principales eventos deportivos que se han celebrado en Andalucía durante el año 2007: El Gran Premio de España de Motociclismo y la XX edición Volvo Masters de Andalucía.

7.1. Gran Premio de España de Motociclismo. Análisis de resultados

Según los organizadores del evento, el **público asistente** al Gran Premio de España de Motociclismo celebrado en Jerez durante el 23, 24 y 25 de marzo de 2007 **ha sido de 244.461 personas**, lo que ha supuesto un **1% más que en el año anterior**.

Número de asistentes al Gran Premio de España de Motociclismo en Jerez 2001 - 2007



Fuente: Moto GP

El movimiento turístico generado, ya sea con asistencia o no al circuito, ha sido de **245.854 turistas**, lo que supone un incremento del 11,7% respecto a las cifras estimadas para el 2006. La importancia de este evento deportivo para Andalucía desde un punto de vista económico queda constatada, entre otros aspectos, por el volumen de gasto que generaron los visitantes (turistas y excursionistas), estimándose para este año un total de **47,4 millones de euros**, lo que en términos relativos supone un crecimiento nominal del 2,4%.

El **gasto medio diario** se ha estimado en 64,22 euros, una cifra 7,5 euros por debajo de la estimada para el Gran Premio del año pasado. En relación a la distribución del gasto en el destino turístico andaluz cabe destacar que son tres los conceptos más relevantes dentro del total, la restauración, el alojamiento y las compra de entradas, que acaparan más del 80% del total de presupuesto de los turistas.

En cuanto al **tipo de alojamiento**, los establecimientos hoteleros y el camping se han repartido más de la mitad de los turistas que pernoctaron en Andalucía con motivo del Gran Premio. Tras ellos, aparecen a gran distancia el apartamento alquilado (14,3%) y la vivienda de amigos y familiares (12,2%), tal y como se observa en la tabla. Respecto al año pasado, se observa un incremento en los hoteles, a costa de los acampamentos, pese a lo cual, sigue siendo destacable el peso de esta última tipología de alojamiento, dada las características del evento.

Distribución porcentual de los turistas asistentes al Gran Premio de Motociclismo según tipo de alojamiento. Año 2007

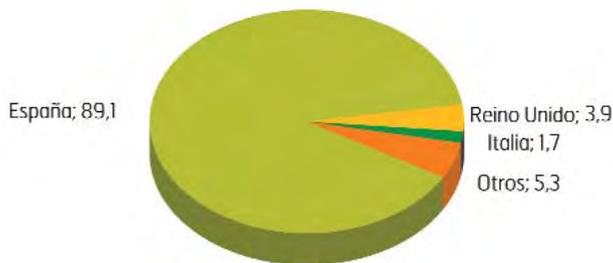
Tipo de Alojamiento	%
Alojamiento hotelero	27,8
Pensión	4,6
Apartamento, chalet o casa	31,2
- Alquilado	14,3
- Propiedad	4,7
- Amigos o familiares	12,2
Camping	22,6
Otros	13,7
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 98,7% de los turistas encuestados declara que el **principal motivo de su visita a Andalucía** ha sido la asistencia al Gran Premio de España de Motociclismo, siendo la gran mayoría de ellos aficionados a este deporte (92,4%).

Por nacionalidad, una gran mayoría de los turistas han sido españoles (89,1%), y a éstos les han seguido los procedentes del Reino Unido e Italia, que han representado el 3,9% y el 1,7% del total respectivamente. Respecto al año pasado, la cuota de turismo extranjero registra un incremento de 4 puntos.

Distribución porcentual de los turistas asistentes al Gran Premio de Motociclismo según país de residencia. Año 2007

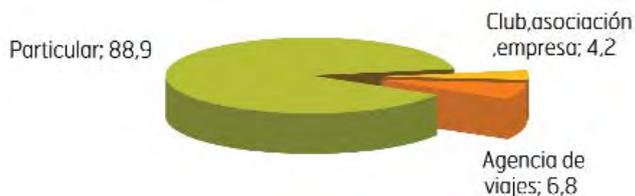


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **estancia media** de los turistas cuyo principal motivo de viajar a Andalucía ha sido la celebración de este evento se ha estimado en 3 días, muy similar a la observada en el Gran Premio de Jerez 2006.

A la hora de preparar su visita a Andalucía, la gran mayoría de los turistas (88,9%) optaron por **organizar** el viaje de forma particular, mientras que el resto acudieron a algún tipo de intermediario, ya sean asociaciones, clubes o empresas o agencias de viaje.

Organización (%) del viaje a Andalucía. Gran Premio de Jerez 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Cuatro de cada diez turistas han utilizado el coche como **medio de transporte** para acceder a Andalucía, seguido por la moto, que adquiere una especial relevancia en este tipo de eventos. En tercera posición, a gran distancia, se sitúa el avión, utilizado por algo más del 16%, porcentaje 4 puntos superior al registrado en 2006 por este medio de transporte.

Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Gran Premio de Jerez 2007

Medio de Transporte	%
Turismo	40,9
Autocar	1,8
Moto	32,9
Avión	16,3
Otros	4,9
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En cuanto a la distribución por **sexo**, cabe destacar el hecho de que el 65,4% de los turistas que han visitado el gran premio son hombres.

Dos intervalos de **edad**, 18 - 29 y 30 - 44 años, se reparten casi por igual el 87,4% entre los encuestados, quedando a gran distancia los menores de 18 (4,6%) y los mayores de 45 años (7,7%).

La **situación laboral** más frecuente entre los asistentes al gran premio en calidad de turistas ha sido la de aquellos que poseen un trabajo remunerado, seguida de estudiantes (8,1%).

La **valoración** otorgada al destino andaluz (7,14 puntos) refleja el alto grado de satisfacción de los turistas que lo visitaron con motivo del Gran Premio de Jerez, destacando los conceptos de asistencia sanitaria y la atención y el trato recibido, que han sido los mejor valorados, ambos calificados con 8,0 y 7,9 puntos, respectivamente. En el otro extremo destaca el concepto Limpieza Urbana, con una valoración de 6 puntos.

Valoración del destino turístico andaluz (de 1 a 10) por conceptos

Conceptos	Valoración
Alojamiento	7,2
Restauración	7,7
Ocio/diversiones	7,5
Transportes públicos	6,6
Señalización	6,8
Información turística	7,4
Conservación del entorno natural	7,0
Conservación entorno hist./artístico	7,6
Seguridad ciudadana	7,3
Relación calidad/precio	6,8
Ordenación Urbana	6,4
Ruido ambiental	6,7
Asistencia sanitaria	8,0
Atención y trato recibido	7,9
Relación calidad / precio	6,15
Media	7,14

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (SAETA).

En cuanto a la valoración del Gran Premio, en particular destaca la buena calificación del Recinto y el bajo grado de satisfacción proporcionado por los Accesos al circuito. No obstante, la valoración media del Campeonato ha sido de 7,08 ligeramente superior (0,2 puntos) a la otorgada en el año 2006.

Valoración del evento (de 1 a 10) por conceptos

Calificación del Gran Premio	Valoración
Organización	7,3
Recinto	7,6
Infraestructuras e instalaciones	7,1
Servicios prestados en el circuito	7,0
Entorno	7,3
Accesos	6,3
Media	7,08

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

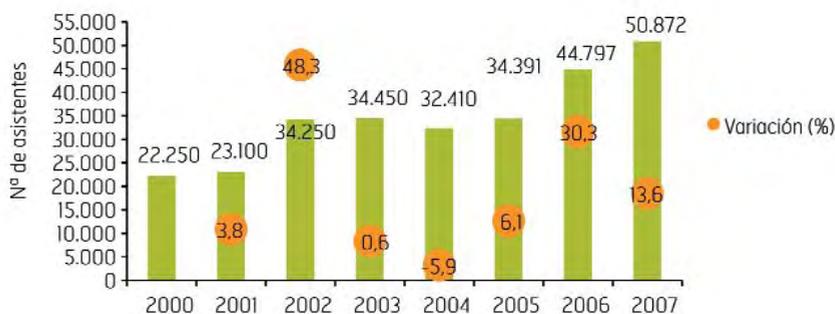
El **grado de satisfacción** se refleja en el hecho de que el 88% de los encuestados piensa volver a Andalucía como turista, dato que no sólo supone un incremento de 8,7 puntos respecto al año 2006, sino que constata el beneficio de la realización de este tipo de eventos no sólo por lo que genera en cuanto a beneficios directos sino como una importante herramienta promocional.

Cabe destacar, que este tipo de turismo especializado se moviliza con facilidad ante acontecimientos de este tipo, ya que el 69% de los asistentes afirmaron que el año pasado se desplazaron a un evento similar en su propio país.

7.2. XX Volvo Masters de Andalucía. Análisis de resultados

Según datos facilitados por la organización del evento, el número total de asistentes a la edición de VOLVO MASTERS ANDALUCIA celebrada en Valderrama del 1 al 4 de noviembre de 2007 asciende a **50.872 visitantes**, lo que ha supuesto un crecimiento del 13,6% respecto al año anterior.

Número de asistentes Volvo Masters Andalucía. Años 2000 - 2007



Fuente: Organización del evento.

La importancia de este evento deportivo para Andalucía desde un punto de vista económico queda constatada, entre otros aspectos, por el **volumen de gasto** que se genera como consecuencia de las visitas turísticas, estimándose para este año en **10 millones de euros**, lo que supone un **incremento nominal del 6,2%** respecto a la edición del año pasado.

El 63,6% de los turistas recibidos ha declarado que el principal **motivo de su visita** a Andalucía ha sido la asistencia al campeonato de golf, frente al 85,5% del año 2006. La mayoría de estos turistas han asistido en calidad de aficionados a este deporte (80,7%).

El **grado de repetición** en este acontecimiento es elevado, aunque en la edición de 2007 no se mantienen los altos niveles registrados en ediciones anteriores. De hecho el 47% de los turistas encuestados ya estuvo en la edición del año pasado, mientras que en la edición de 2006 este porcentaje fue del 65%.

Como en ediciones anteriores, son dos las **nacionalidades** que más predominan entre los asistentes al campeonato, de manera que británicos y españoles acaparan el 68% de los turistas recibidos.

Distribución porcentual de los turistas asistentes al Campeonato Volvo Masters según país de residencia. Años 2006 y 2007

País de procedencia	Volvo 2006	Volvo 2007	Diferencia
Espanoles	33,5	30,6	-2,9
Extranjeros	66,5	69,4	2,9
Alemania	4,2	3,6	-0,6
Holanda	3,4	3,4	0,0
Reino Unido	40,7	37,9	-2,8
Italia	1,6	1,1	-0,5
Resto Unión Europea	13,5	19,2	5,7
EE.UU.	0,5	1,1	0,6
Otros	2,7	3,2	0,5

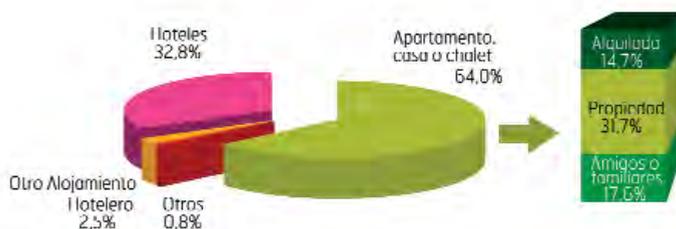
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **estancia media** de los turistas cuyo principal motivo de viajar a Andalucía ha sido la celebración de este campeonato de golf, se ha situado en 5,9 días, inferior en tres días a la registrada en 2006.

En términos generales el **gasto medio diario** que realiza un turista asistente a este campeonato es más elevado que la media de los turistas en Andalucía, concretamente en 2007 se ha situado en 84,6 euros por persona y día, superior en 11,7 euros al gasto del año anterior.

Entre estos turistas, el tipo de **alojamiento** más utilizado ha sido el alojamiento hotelero (35,2%) seguido del apartamento en propiedad (31,7%), la vivienda de amigos y familiares (17,6%) y el apartamento alquilado (14,7%). Respecto a la edición del año pasado se puede observar un aumento en el uso del alojamiento hotelero a costa del apartamento propio.

Tipo de alojamiento utilizado por los turistas. Volvo Masters Andalucía 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 89% de los turistas han **organizado su viaje** de forma particular, mientras que el resto ha utilizado algún tipo de intermediario. Respecto a la edición de 2006, destaca el incremento de las agencias de viajes (2,7 puntos), así como de otros intermediarios como clubes, asociaciones o empresas (3 puntos).

Distribución porcentual de los turistas según forma de organizar el viaje. Volvo Masters Andalucía 2007



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Como viene siendo habitual, el avión y el coche han sido los medios de transporte utilizados principalmente para realizar el viaje a Andalucía, destacando el primero con un 73%. En esta edición, este porcentaje se ha visto incrementado en relación al del año 2006, influenciado por el incremento del turismo extranjero en esta edición.

Tipo de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Volvo Masters 2007

Medio de Transporte (%)	Volvo 2007
Turismo	23,6
Avión	73,3
Barco	2,2
Otros	0,9
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

En la edición del 2007, el 57% de los turistas que visitó Andalucía con motivo del Volvo Masters han sido hombres, registrándose un ligero ascenso de la cuota femenina respecto al campeonato del año anterior (43% frente a 41% de 2006).

El segmento de **edad** más representado ha sido el comprendido entre los 45 y los 65 años, que ha acaparado al 40,2% de los turistas que han acudido a la edición de 2007 del Volvo Masters. Si bien éste sigue siendo el principal tramo de edad, en esta edición registra un descenso en favor de los comprendidos entre los 30 y los 44 años y los mayores de 65 años.

La **situación laboral** más frecuente ha sido la de trabajo remunerado, al igual que lo ocurrido en pasadas ediciones. Al trabajo remunerado le siguen los retirados o jubilados. Dentro de los turistas que se encuentran realizando un trabajo remunerado, destaca la profesión de director/gerente, declarada por el 33,5% de ellos, seguida de la profesión liberal (22,3%) y la de técnico superior o medio (20,3%).

Perfil sociodemográfico de los turistas que asistieron a la Volvo Masters 2007

Edad	%
Menos de 18	2,5
18-29	4,5
30-44	30,4
45-65	40,2
Más de 65	22,4
Total	100,0

Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	54,9
En paro	0,7
Estudiante	4,8
Jubilado	35,6
Labores hogar	3,4
Otras	0,6
Total	100,0

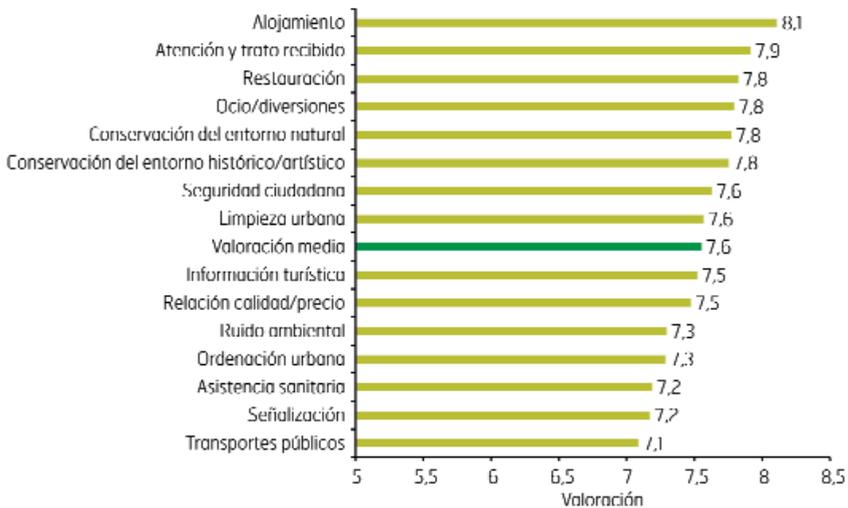
Profesión	%
Director, gerente	33,2
Técnico superior o medio	20,3
Profesión liberal	22,3
Funcionario	12,3
Administrativo, Aux. administrativo	10,0
Estudiante	0,4
Obrero	0,4
Otros	0,8
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 92% de los turistas declara que **ha visitado Andalucía en otras ocasiones** mientras que sólo para el 8% ésta es la primera vez que la visita.

En la edición de este año, la **valoración** otorgada al **destino andaluz** por los turistas ha sido de notable, concretamente 7,6 puntos en una escala de 1 a 10, valoración superior en 0,3 puntos a la recibida en la anterior edición del campeonato, siendo los conceptos mejor valorados el alojamiento y la atención y el trato recibidos, con 8,1 y 7,9 puntos respectivamente.

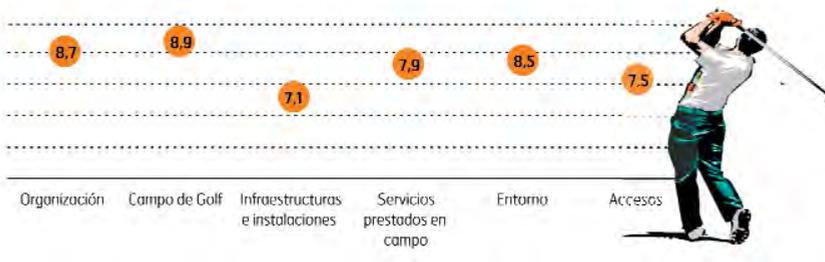
Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del viaje a Andalucía



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas asistentes a esta edición 2007 del Volvo Masters Andalucía han **valorado el campeonato** con un notable alto, (8,1 puntos en una escala de 1 a 10), siendo el campo de golf y la organización los ítems mejor valorados (8,9 y 8,7 puntos respectivamente), y quedando las infraestructuras e instalaciones como el elemento con la calificación más baja (7,1 puntos).

**Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del evento.
Volvo Masters 2007**



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 84% de los encuestados **piensa volver a Andalucía** en el futuro para hacer turismo, lo que significa que el turista motivado por la asistencia al Campeonato ha visto satisfechos sus objetivos en cuanto al destino turístico andaluz, tal y como demuestra la alta valoración que le otorga tanto al propio campeonato como al viaje.

ANEXO

Índice de Siglas

AENA: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea

CCAA: Comunidades Autónomas

CNAE: Clasificación Nacional de Actividades Económicas

CSTE: Cuenta Satélite del Turismo de España

CSTRM: Cuenta Satélite de Turismo: Referencias Metodológicas

ECTA: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía

EPA: Encuesta de Población Activa

FMI: Fondo Monetario Internacional

IEA: Instituto de Estadística de Andalucía

INE: Instituto Nacional de Estadística

IPC: Índice de Precios al Consumo

OCDE: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

OMT: Organización Mundial de Turismo

PIB: Producto Interior Bruto

RAT: Registro del Turismo de Andalucía

UE: Unión Europea



www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte

Andalucía
al máximo

