

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE



Balance
del **Año**
Turístico
en **Andalucía**
2008



Balace
del **Año**
Turístico
en **Andalucía**
2008

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@andalucía.org

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

Diseño y Maquetación

Ochomedia Comunicación Audiovisual
www.ochomedia.net

Balance del
AÑO TURÍSTICO
en **ANDALUCÍA 2008**

El análisis de la complejidad, el potencial y la fortaleza de la actividad turística dentro del entorno económico y social en el que se desarrolla, actualmente muy influenciado por una crisis económica y financiera a nivel global, da como principal conclusión que el turismo, una de las principales industrias de Andalucía, va a tomar un papel protagonista en la recuperación de los ratios positivos del crecimiento y el desarrollo andaluz.

Los periodos de dificultades se deben afrontar como oportunidades con las que reposicionarnos eficientemente para el futuro a través de cambios estratégicos.

Para ello es necesario contar con información que nos proporcione las bases para una adecuada planificación, aún más primordial, si cabe en los momentos actuales.

Desde la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía se viene trabajando en ofrecer una recopilación de las cifras más relevantes y de máxima utilidad para el análisis del sector a todos los agentes que, de manera directa o indirecta, intervienen en él. Por ello, me es grato presentarles la decimotercera edición del "Balance del Año Turístico en Andalucía".

Esta publicación hace un recorrido amplio a través de la realidad económica y turística actual. Como novedad en esta edición se incorpora un análisis del desarrollo tecnológico y la relevancia del comercio electrónico en las empresas turísticas andaluzas. Análisis que nos permite valorar la penetración de las nuevas tecnologías en el sector y nos orienta en la apuesta por un modelo turístico aún más moderno y de vanguardia.

Un año más, hay que agradecer la valiosa colaboración de la Organización Mundial del Turismo, Instituto Nacional de Estadística, Instituto de Estudios Turísticos, Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea y especialmente al Instituto de Estadística de Andalucía, sin la cuál no hubiera sido posible la realización de este Balance.

Luciano Alonso Alonso
Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
Junta de Andalucía

índice

| | |
|--|-----|
| 1. ENTORNO ECONÓMICO DEL TURISMO EN ANDALUCÍA..... | 11 |
| 2. COMPORTAMIENTO DEL TURISMO EN ANDALUCÍA..... | 17 |
| 2.1. Aspectos Generales..... | 17 |
| 2.2. El turismo español en Andalucía..... | 30 |
| 2.2.1. EL turismo andaluz en Andalucía..... | 39 |
| 2.2.2. EL turismo del resto de España en Andalucía..... | 46 |
| 2.3. El turismo extranjero en Andalucía..... | 52 |
| 2.3.1. El turismo británico en Andalucía..... | 58 |
| 2.3.2. El turismo alemán en Andalucía..... | 64 |
| 3. MOVIMIENTO TURÍSTICO EN ALOJAMIENTO REGLADO EN ANDALUCÍA. ESPECIAL REFERENCIA AL MOVIMIENTO HOTELERO..... | 71 |
| 3.1. Análisis de la demanda en alojamientos reglados de Andalucía..... | 72 |
| 3.2. Movimiento hotelero en Andalucía..... | 78 |
| 3.3. Movimiento hotelero de los principales mercados emisores hacia Andalucía..... | 90 |
| 3.3.1. Movimiento hotelero del mercado español en Andalucía..... | 90 |
| 3.3.2. Movimiento hotelero del mercado británico en Andalucía..... | 94 |
| 3.3.3. Movimiento hotelero del mercado alemán en Andalucía..... | 97 |
| 3.4. Movimiento hotelero en las provincias andaluzas..... | 100 |
| 3.5. Movimiento hotelero en zonas y puntos turísticos de Andalucía..... | 114 |
| 4. MOVIMIENTO AEROPORTUARIO EN ANDALUCÍA..... | 123 |

| | |
|---|-----|
| 5. OFERTA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA..... | 131 |
| 5.1. Oferta de alojamientos en Andalucía | 132 |
| 5.2. La oferta de restauración en Andalucía | 151 |
| 6. DESARROLLO TECNOLÓGICO Y USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ..... | 163 |
| 6.1. Uso de las tecnologías de la información y comunicaciones | 164 |
| 6.2. Análisis del comercio electrónico en los establecimientos hoteleros andaluces | 170 |
| 7. EMPLEO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA..... | 175 |
| 7.1. Población activa en turismo | 178 |
| 7.2. Población ocupada en turismo | 179 |
| 7.2.1. Ramas de Actividad de la Industria Turística..... | 183 |
| 7.2.2. Características personales de los ocupados..... | 185 |
| 7.2.3. Situación profesional..... | 188 |
| 7.2.4. Tipo de contrato o relación laboral y tipo de jornada..... | 189 |
| 7.3. Empleo turístico: principales indicadores y definiciones | 192 |
| 8. REPERCUSIÓN EN EL TURISMO DE LA CELEBRACIÓN DE GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS EN ANDALUCÍA..... | 197 |
| 8.1. Mapfre Open de Andalucía | 198 |
| 8.2. Gran Premio de España de Motociclismo | 206 |
| 8.3. Open de España de Golf | 212 |
| 8.4. XV Bienal de Flamenco de Sevilla | 220 |
| 8.5. XXI Volvo Master Andalucía | 227 |
| ÍNDICE DE SIGLAS..... | 235 |

1. Entorno Económico del Turismo en Andalucía

En el año 2008 el PIB mundial muestra una significativa contención, según el Fondo Monetario Internacional (FMI) el crecimiento ha sido alrededor de dos puntos inferior a 2007. En los últimos meses del 2008 se produce un agravamiento generalizado de la crisis que atraviesa la **economía mundial**, debido al comportamiento recesivo en las principales economías avanzadas y una significativa desaceleración del ritmo de crecimiento en las economías emergentes y en desarrollo. Según predicciones del Banco Mundial, esto provocará que el crecimiento del PIB mundial, después de una expansión fuerte en ocho años, se reduzca en un 1,7% en 2009. Esta es una contracción histórica, ya que la producción mundial disminuirá por primera vez desde la Segunda Guerra Mundial.

La mayor traba para el crecimiento de la economía mundial se origina en la desaceleración de Estados Unidos cuyo PIB aumentó en 2008 en términos reales un 1,1%, crecimiento que supone la mitad del registrado en 2007 y donde además hay que destacar que ya en el cuarto trimestre del 2008 la economía estadounidense retrocedió un 0,8% empeorando sus perspectivas para 2009. Además habría que añadir la peor situación que viene mostrando la segunda economía mundial, Japón que ha registrado en 2008 una contracción del 0,7%, después de ocho años de crecimiento ininterrumpido.

Según Eurostat, el año 2008 se cierra con un incremento del 0,9% para la Unión Europea y del 0,7% para la zona euro, dos puntos más moderado que el año anterior. La situación actual es de recesión generalizada, afectando a todos los sectores de la economía que ya ofrecen o apuntan hacia tasas negativas.

El Banco Central Europeo (BCE) ha reducido de manera acumulada desde octubre de 2008 el tipo de interés de referencia hasta el 1,5%, el nivel más bajo desde la creación del BCE. Esta medida puede favorecer a la economía en el segundo semestre del año 2009 al reducir la carga financiera de empresas y familias. No obstante hay que resaltar que el índice de confianza del consumidor europeo, está lejos de mostrar síntomas de recuperación, ofreciendo continuas bajadas. Esta percepción afecta, sin duda, a la composición de la cesta de bienes y servicios de consumo, que en el caso del turismo puede verse afectado tanto en una

reducción de gasto o estancias así como en una sustitución de destinos, principalmente hacia más cercanos y baratos.

Los principales países europeos emisores de turismo hacia Andalucía ofrecen también una situación poco alentadora. Tanto Reino Unido como Alemania han entrado en recesión al registrar dos trimestres consecutivos de caída de su Producto Interior Bruto, para Alemania el último trimestre de 2008 presentó su mayor caída desde la reunificación en 1990 con un retroceso del -2,1% y Reino Unido registró en este último trimestre una caída del 1,5%, la más acusada en más de 28 años, según la Oficina Central Estadística del país.

La coyuntura económica mundial en 2008 se ha caracterizado por el continuo empeoramiento a medida que avanzaba el año, lo que ha propiciado que los principales organismos internacionales revisen a la baja las **previsiones** de crecimiento **para el 2009**. El Fondo Monetario Internacional prevé un retroceso del 2,6% para el conjunto del año, que no comenzará a registrar crecimientos positivos hasta la segunda mitad de 2010. Por su parte, el Banco Central Europeo debido a la mayor debilidad de la demanda interna y externa revisa sus cifras e indica que la economía se contraerá entre el 2,2% y el 3,2% en 2009.

En general todos los expertos coinciden en un alto grado de incertidumbre en cuanto al ritmo y al momento de la recuperación. La mejoría del sistema financiero y los planes de estímulo económico serán claves para determinar la profundidad y la duración de la recesión.

Durante 2008 la **economía española** se salda con un crecimiento del 1,2%, inferior en 2,5 puntos al registrado en 2007, y superior en medio punto al estimado para la Zona Euro.

Es a partir del segundo trimestre del año cuando se empiezan a presentar los primeros resultados negativos de la economía española centrados principalmente en los sectores agrario, industrial y de la construcción, comportamiento que se acentuará lo largo del año.

El sector energético junto con el sector de servicios son los que contribuyen al crecimiento del PIB del 1,2%. El sector energético comienza con un crecimen-

to del 1,6%, intensificándose durante el segundo trimestre, momento a partir del cual muestra una desaceleración llegando a los últimos meses del año con un crecimiento cero.

Los servicios con un crecimiento interanual del 3,1% mantienen un comportamiento positivo a lo largo del año aunque se observa una tendencia de desaceleración del crecimiento que registra una tasa de variación del 1,7% en el último trimestre.

Este comportamiento se debe a la contracción de los componentes internos de la demanda agregada. El gasto en consumo final cierra el año con un crecimiento del 1,4%, manteniéndose el consumo de los hogares prácticamente al mismo nivel que el año pasado, mientras que la Formación Bruta de Capital Fijo desciende un 3% influenciado principalmente por la inversión en la construcción, que cierra 2009 con un descenso del -5,3%, y por la efectuada en bienes de equipo que se reduce en un -1,1%.

Esta situación ha influido en el mercado laboral que según la Encuesta de Población Activa sitúa la tasa de paro en el 11,3%, su nivel más elevado de los últimos cinco años.

En **Andalucía** la situación se presenta en línea con la presentada en España y en la Zona Euro. A medida que va transcurriendo el año 2008 se observa una senda negativa en la construcción y en la industria que llegan a cerrar el año con descensos del -4,7% y del -3,3% respectivamente.

El sector agrario se salva del comportamiento negativo en contraste con España (-0,6%) y cierra el año con un crecimiento del 0,8%, tasa sin embargo inferior a la registrada por la Eurozona.

La industria, por el contrario, comienza el año con resultados negativos que se intensifican a lo largo del año, llegando a cerrarse el ejercicio con una caída de -3,3%, descenso que se produce en un escenario también de caída en España (-2%) y en la Zona Euro (-1,1%). Desde el año 96 no se registraban resultados negativos en el sector industrial andaluz. El Índice de Producción Industrial de Andalucía indica una reducción de la actividad del -6,8%.

La construcción, al igual que la industria presenta un balance negativo (-4,7%), tras un primer trimestre de desaceleración, comienza el segundo con una bajada del -3,3% para llegar a registrar en los últimos meses del año una reducción -10,3%. En la Eurozona este sector logra no caer en el descenso y prácticamente se mantiene en los niveles del año anterior (0,5%). Sin embargo, en España no se logra salvar la situación y se registra un receso del -3,3%. Los indicadores de este sector presentan una importante contracción en cuanto a viviendas iniciadas, visadas y terminadas.

Los servicios andaluces son los que logran compensar la recesión de la industria y la construcción y saldan 2008 con una tasa de crecimiento del 3%, aunque hay que estar atentos ya que la trayectoria anual muestra una desaceleración, iniciándose el año con una tasa del 3,9% y cerrando el último trimestre con un crecimiento del 1,7%. Crecimiento similar al de España y superior a la Zona Euro.

En lo que se refiere al turismo, sector servicios, durante 2008 se han recibido en Andalucía un total de 25,1 millones de turistas lo que supone en términos relativos una disminución -2,8%. Los ingresos se han estimado en 17.083 millones de euros consiguiéndose un incremento nominal del 4% que, una vez descontado el factor precios, obtiene un mantenimiento de los mismos en términos reales, comportamiento motivado principalmente por el aumento del gasto y de la estancia.

La participación del gasto turístico sobre el Producto Interior Bruto de Andalucía, sin tener en cuenta el consumo colectivo ni la inversión, ha sido estimada en el 11,2%, una décima superior a la registrada para 2007.

Comportamiento
DEL TURISMO
en ANDALUCÍA

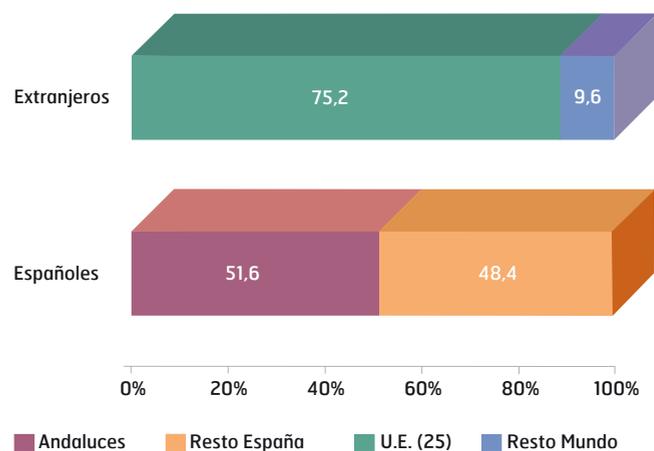
2

2.1. Aspectos Generales

Según estimaciones del Instituto de Estadística de Andalucía, a través de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, en la Comunidad Autónoma se han recibido a lo largo de 2008 un total de **25.069.580 turistas**, un -2,8% por debajo de la cifra registrada el año anterior.

En la estructura de la demanda por **procedencia** destaca la mayor participación del turismo español (61,2%) donde participan en proporciones similares los turistas andaluces y los procedentes del resto de España. En el caso del mercado extranjero (38,8%) continúa siendo el mercado europeo el principal cliente, destacando las nacionalidades tradicionales: británica y alemana.

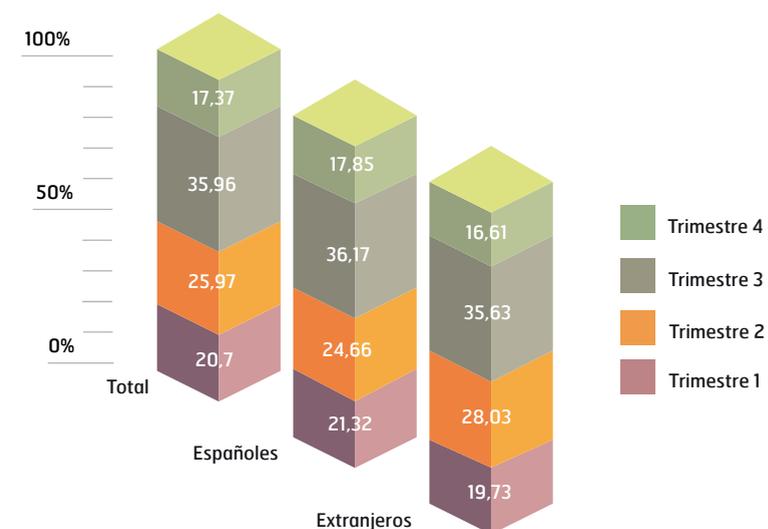
Distribución porcentual de los turistas según procedencia. Año 2008.



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

Como viene siendo habitual, la **distribución de los turistas a lo largo del año** presenta una mayor concentración en el tercer trimestre (36%). Esta preferencia se produce en todos los mercados, no obstante se observa una mayor relevancia del segundo trimestre para el mercado extranjero, 3,4 puntos superior al porcentaje de españoles en este trimestre, diferencia que se ha acentuado este año respecto a 2007.

Distribución porcentual del número de turistas por trimestres según lugar de procedencia. Año 2008.



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

La **estancia media** en el destino andaluz se ha estimado en 8,7 días, medio día superior a la permanencia registrada en Andalucía durante 2007. Por procedencia, cabe destacar la registrada por el turista foráneo que ha superado los once días de estancia en la Comunidad, casi cinco días por encima de la permanencia del español.

Estancia media de los turistas según procedencia. Año 2008.

| Estancia media. Año 2008 | Nº de días |
|--------------------------|------------|
| Total | 8,7 |
| Espanoles | 6,8 |
| Extranjeros | 11,6 |

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

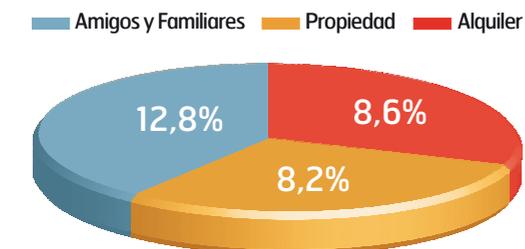
En cuanto al **medio de transporte** utilizado en 2008 por los turistas para acceder a Andalucía se aprecia una gran diferenciación según procedencia, el coche llega a suponer más del 70% para los españoles mientras que este porcentaje es superado por el avión para los extranjeros.

Los turistas en Andalucía se caracterizan por una relevante utilización de los establecimientos *hoteleros*¹ como forma de **alojamiento**, siendo el 64,4% los que optan por esta tipología. Del resto de alojamientos, destacan las viviendas de amigos y familiares (12,8%), a éstas le siguen las alquiladas y en propiedad con porcentajes similares. Cabe destacar que los alojamientos hoteleros son relevantes para ambas procedencias pero en el caso de los extranjeros llegan a suponer el 71,7%, 5,2 puntos superior al porcentaje registrado por los españoles.

¹ Incluye los hoteles, otros establecimientos hoteleros y pensiones

Distribución de los turistas según tipo de alojamiento utilizado en Andalucía. Año 2008.

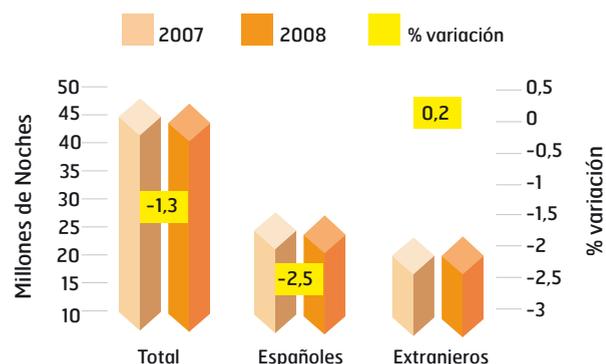
| Tipo de Alojamiento | 2008(%) |
|----------------------|--------------|
| Alojamiento hotelero | 64,4 |
| Apartamento | 29,6 |
| Camping | 3,8 |
| Otros | 2,3 |
| Total | 300,0 |



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

Según la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado en 2008 un total de **44,1 millones de pernoctaciones**, lo que en términos relativos supone un descenso del 1,3% respecto a las noches registradas durante el año anterior. Este leve descenso se ha producido por el mercado español ya que el extranjero mantiene el mismo nivel de pernoctaciones que en 2007.

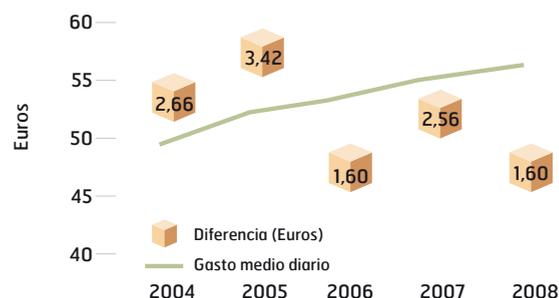
Pernoctaciones registradas en establecimientos hoteleros andaluces. Año 2007 - 2008 y % variación.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Es relevante destacar la positiva evolución que viene ofreciendo el **gasto medio diario** que realizan los turistas en el destino andaluz al registrar crecimientos anuales continuados, concretamente para el año 2008 se ha estimado un gasto por persona y día de 58,66 euros, superior en 1,6 euros al estimado en 2007.

Gasto medio diario de los turistas en Andalucía. Año 2004 - 2008 y diferencias anuales.

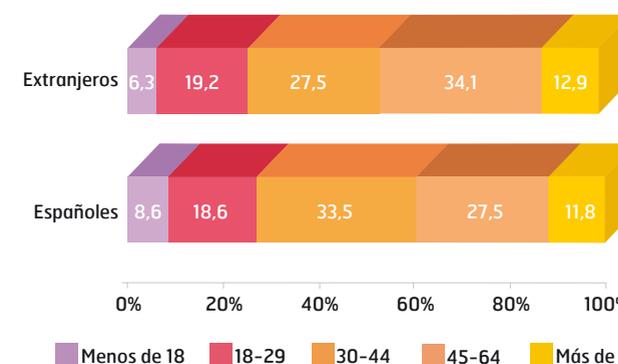


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

El mayor desembolso de este gasto es destinado principalmente a restauración donde se emplea prácticamente el 36% del presupuesto, seguido del alojamiento y las compras (25,7% y 21,6% respectivamente). Aunque la composición del gasto es muy similar tanto para españoles como para extranjeros, hay que destacar que los turistas residentes en España destinan un mayor porcentaje del gasto a la restauración y al alojamiento y menos a las compras.

Por lo que se refiere al **perfil sociodemográfico** del turista que visita Andalucía, se aprecia una mayor presencia de mujeres que de varones (52% y 48%, 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 31,4%, le sigue el segmento de 45 - 64 años que en 2008 alcanza el 29,8%. Por mercados se detecta que los turistas extranjeros presentan como media una edad más avanzada que los españoles.

Edad del turista que visita Andalucía. Año 2008.



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

Cuando se tiene en cuenta la **situación laboral** del turista, se observa que el 63,5% de los turistas posee un trabajo remunerado, seguidos a gran distancia de los jubilados y los estudiantes, que representan el 16,5% y el 13,0%, respectivamente. No existen grandes diferenciaciones en la situación laboral por procedencia del turista, salvo la mayor presencia de la categoría de retirado/jubilado que supone 3,2 puntos más en la estructura de extranjeros que en la nacional, lo que está en consonancia con la estructura por edades que presenta este mercado.

Existen tres categorías profesionales que aparecen con porcentajes similares, Técnicos y profesionales de apoyo (FP), trabajadores de servicios y otros empleados administrativos, que conjuntamente suponen el 72% de los turistas que visitaron Andalucía en 2008.

Perfil sociodemográfico del turista en Andalucía. Año 2008.

| Sexo | % | Edad | % | Situación laboral | % | Profesión | % |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|--|--------------|
| Varones | 48,0 | - 18 | 8,1 | Trabajo remunerado | 63,5 | Dirección de las empresas y de la Admon. Pública | 6,6 |
| Mujeres | 52,0 | 18-29 | 18,9 | En paro | 1,8 | Técnicos y profesionales científicos e intelectuales | 15,5 |
| Total | 100,0 | 30-44 | 31,4 | Estudiante | 13,0 | Técnicos y profesionales de apoyo (FP) | 25,7 |
| | | 45-65 | 29,8 | Jubilado | 16,5 | Otros empleados de tipo administrativo | 22,2 |
| | | + 65 | 11,9 | Labores hogar | 4,3 | Trabajadores de servicios ² | 24,0 |
| | | Total | 100,0 | Otras | 0,9 | Trabajadores cualificados en agricultura y pesca | 1,4 |
| | | | | Total | 100,0 | Artesanos y trabajadores cualificados | 2,1 |
| | | | | | | Operadores de instalación y maquinaria, montadores | 1,3 |
| | | | | | | Trabajadores no cualificados | 0,7 |
| | | | | | | Fuerzas armadas | 0,4 |
| | | | | | | Total | 100,0 |

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

²Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores comercio

El turista que visita Andalucía es independiente a la hora de **organizar** su viaje, pues el 85% de ellos no recurre a ningún intermediario.

Cabe destacar que en 2008 el 42,2% de los turistas que visitaron Andalucía han hecho **uso de Internet** para consultar, reservar o comprar los productos y servicios turísticos, siendo superior en 16 puntos el uso que hace de este canal el mercado extranjero frente al nacional (51,3% frente a 35%).

El principal **motivo** por el que los turistas eligen Andalucía como destino vacacional continúa siendo el disfrutar de las vacaciones, ocio y turismo (90%). Realizar visitas a amigos y familiares constituye el segundo motivo, aunque éste es más relevante para los españoles (6,4%) que para los extranjeros (3,3%).

En 2008, las tres razones principales por las que el turista ha **elegido Andalucía** como destino para sus vacaciones son el clima, la playa y la visita a monumentos que captan el 80% del total. Estos mismos factores son los determinantes tanto para el mercado español como extranjero en proporciones similares.

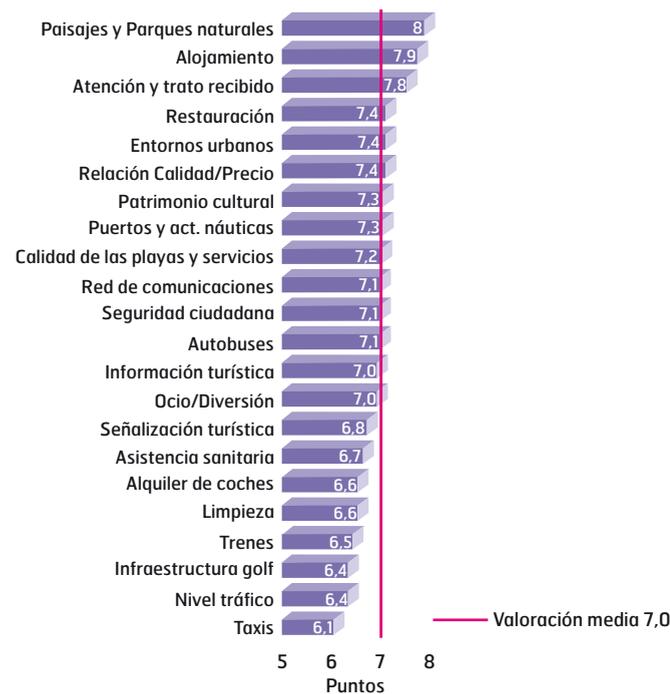
Elección de Andalucía como destino vacacional. Total turistas. Año 2008.

| Conceptos | Año 2008 (%) |
|--------------------------------|--------------|
| Precios | 4,2 |
| Clima | 39,2 |
| Playa | 15,4 |
| Visitas a monumentos | 25,4 |
| Turistas de naturaleza y rural | 5,5 |
| Visitas a familiares y amigos | 4,8 |
| Gastronomía | 2,6 |
| Otros | 2,8 |
| Total | 100,0 |

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

El hecho de que el 83% de los turistas que han venido a Andalucía en 2008 basen su **decisión** en su propia experiencia o por las recomendaciones de amigos y familiares, hace que sea especialmente relevante la **valoración** que éstos realizan del destino. Concretamente en 2008 los turistas han valorado el destino turístico andaluz con un notable (7 puntos en una escala de 1 a 10). Los conceptos de paisaje y parques naturales, alojamientos y atención y trato recibidos son los mejor valorados, rozando casi los 8 puntos, 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 2008.



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

El grado de satisfacción anteriormente señalado se ve reflejado en el elevado **grado de fidelidad** al destino andaluz, de este modo algo más de la mitad de los turistas que visitaron la Comunidad en el año 2008 ya lo hicieron el año anterior. Este indicador es más elevado para el caso de los españoles, situándose en un 67%, cifra muy superior a la de los extranjeros estimado en un 34%.

Las principales **actividades** que realiza la demanda turística en Andalucía están relacionadas con la naturaleza (el 47,3% de los encuestados afirma haber disfrutado del litoral andaluz y el 30,2% realizan actividades relacionadas con la observación de la naturaleza) y con la cultura andaluza, el 32,2% se inclina por la visita a museos y monumentos. Es destacable la importancia que tiene para el destino la oferta de otros entretenimientos (zoológicos, parques temáticos, etc.) cuyo porcentaje de realización supera al concepto compras, tal y como puede verse en la tabla adjunta.

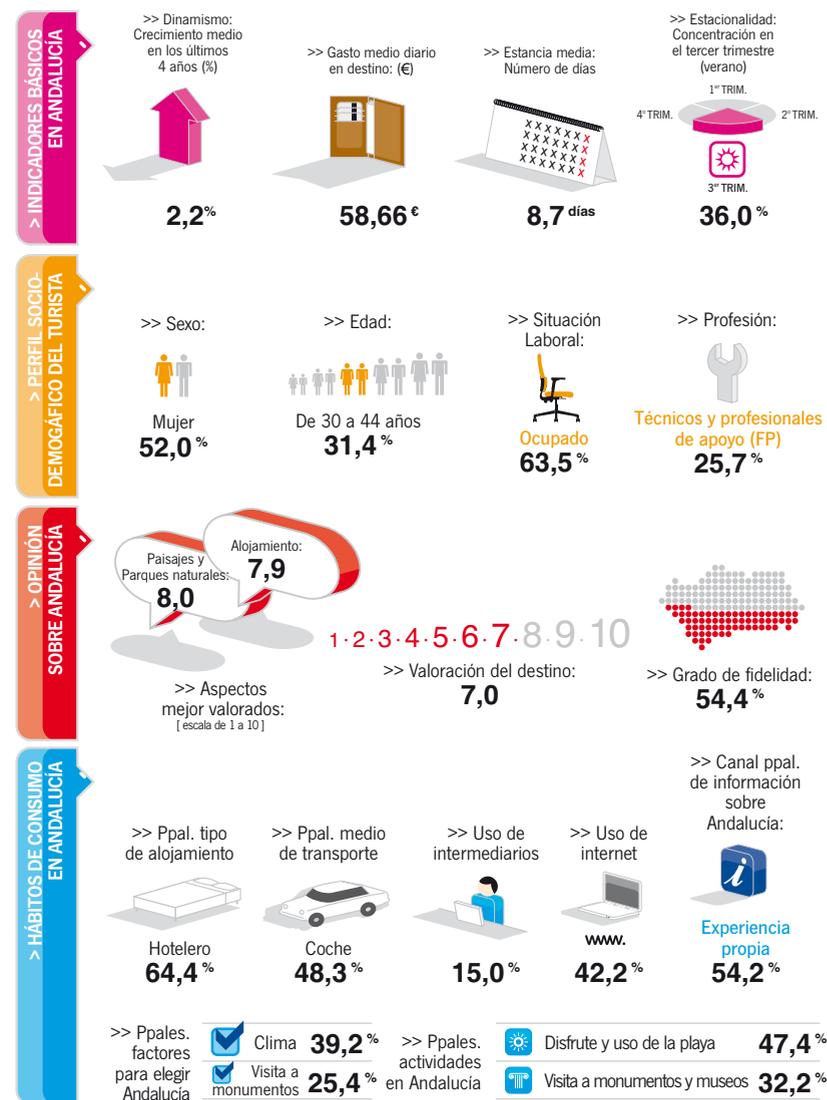
Actividades realizadas durante la estancia en el destino turístico andaluz. Total, Españoles y Extranjeros. Año 2008³.

| Actividades. Año 2008 | Total (%) |
|---|-----------|
| Disfrute y uso de la playa | 47,3 |
| Visitas a monumentos y museos | 32,2 |
| Observación de la naturaleza | 30,2 |
| Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc.) | 17,6 |
| Compras (excluidas regulares) | 14,4 |
| Otros | 6,5 |
| Deportes de naturaleza | 4,4 |
| Asistencia a eventos culturales | 1,9 |
| Práctica de golf | 1,4 |
| Congresos y reuniones | 1,3 |
| Esqui | 1,1 |
| Otras actividades* | 9,7 |

*Otras actividades: actividades culturales, cursos/talleres, Deportes náuticos, caza/pesca, asistencia a eventos deportivos, etc.

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

Resumen de resultados. Total turistas. Año 2008.



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

³Pregunta multirespuesta.

2.2. El turismo español en Andalucía.

Durante 2008 el 61% de las llegadas de turistas a Andalucía han sido procedentes de España, estimándose un total de **15,3 millones de turistas** españoles. Con respecto 2007 se observa un comportamiento negativo de este mercado que cae a una tasa del -3%. Estos resultados negativos se deben tanto al turismo de los andaluces en la Comunidad que bajan alrededor del -3,1% como al del resto de Comunidades Autónomas españolas que registra una tasa de l-2,9%.

En cuanto a la evolución de los últimos cuatro años cabe a apuntar que el mercado español se presenta con cierto dinamismo, estimándose una **tasa media de crecimiento acumulativo del 2,9%**, superior a la registrada por el turismo extranjero.

El turismo español es un turismo bastante estacional, más de un tercio de las llegadas (36%) se concentran en el tercer trimestre del año coincidiendo con el período estival. Tanto los andaluces como los procedentes de otras Comunidades Autónomas presentan los mismos **rasgos de estacionalidad**.

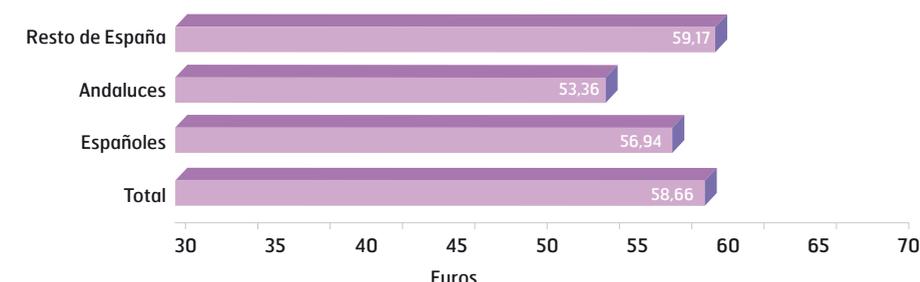
Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2008



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

El **gasto medio** diario en el destino andaluz se ha estimado en 56,94 euros, inferior a la media en 1,72 euros. Por procedencias, se observa que es superior el gasto de los turistas de otras Comunidades Autónomas (59,17 euros) al de los andaluces que se estima en 53,36 euros. En cuanto a los extranjeros, presentan un gasto medio por persona y día superior al de los españoles en casi 5 euros. La mayor parte del desembolso se produce en restauración (37%) seguido del alojamiento que se lleva la cuarta parte del presupuesto. Tanto los andaluces como el resto de los españoles presentan una distribución del gasto similar.

Gasto medio diario de los turistas españoles y total en Andalucía. Año 2008.



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

La **estancia media** de estos turistas se ha estimado en 6,8 días, siendo la duración de los andaluces (6,1 días) inferior en día y medio a la del resto de españoles que se cifra en 7,6 días. Los turistas extranjeros presentan estancias mucho más elevadas, de casi cinco días por encima a la del turismo nacional.

El **perfil sociodemográfico** de los turistas procedentes de España coincide mayoritariamente con el de un turista que tiene una edad comprendida entre los 30 y 64 años, (61%) siendo más representativo el tramo de 30 a 44 (33,5%). Por procedencias se observa un comportamiento similar entre los andaluces y los de

otras Comunidades Autónomas. Éste perfil es coincidente con el correspondiente al turista extranjero, cuyo tramo de edad más significativo es el 30 a 64 años (61,6%), solo que en este caso hay un mayor número de turistas en el intervalo 45 a 64 años (34%). Por lo que se puede concluir con el hecho de el turista procedente de España es más joven que el extranjero.

Perfil Sociodemográfico del turista español en Andalucía. Año 2008.

| Sexo | % |
|--|-------|
| Varones | 48,0 |
| Mujeres | 52,0 |
| Total | 100,0 |
| Edad | % |
| Menos de 18 | 8,6 |
| 18-29 | 18,6 |
| 30-44 | 33,5 |
| 45-65 | 27,5 |
| Más de 65 | 11,8 |
| Total | 100,0 |
| Situación Laboral | % |
| Trabajo (por cuenta ajena o propia) | 63,3 |
| En paro | 2,1 |
| Estudiante | 12,7 |
| Retirado/Jubilado | 15,8 |
| Labores del hogar | 5,2 |
| Otros | 0,8 |
| Total | 100,0 |
| Profesión | % |
| Dirección de empresas y de la Admon. Pública | 6,5 |
| Técnico y profesionales científicos e intelectuales | 14,2 |
| Técnicos y profesionales de apoyo (FP) | 25,2 |
| Otros empleados de tipo administrativo | 23,5 |
| Trabajadores de servicios | 24,5 |
| Trabajadores cualificados en agricultura y pesca | 1,6 |
| Artesanos y trabajadores cualificados | 2,4 |
| Operadores de instalaciones y maquinaria, montadores | 1,2 |
| Trabajadores no cualificados | 0,7 |
| Fuerzas armadas | 0,5 |
| Total | 100,0 |

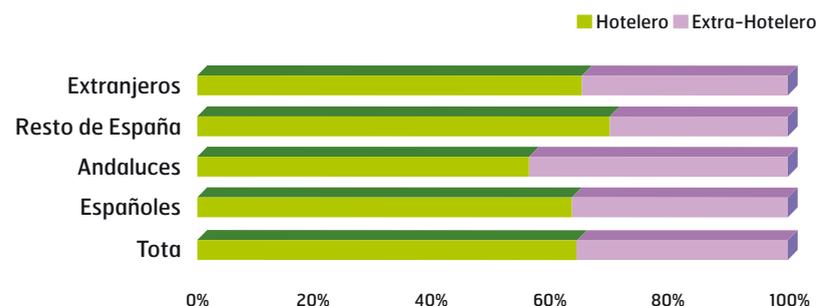
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

Posee un **trabajo por cuenta propia o ajena** en el 63% de los casos y como profesión, la cuarta parte desempeña un trabajo de técnico y profesional de apoyo (FP), seguido muy de cerca por trabajadores de servicios de restauración, personales, protección y vendedores de comercio (24%) y por otros empleados de tipo administrativo. Estas tres profesiones son las más representadas tanto para los turistas andaluces, como para los del resto de España. Los extranjeros presentan un perfil muy similar a éste.

El **tipo de transporte** utilizado mayoritariamente por el turismo español es el coche (71%), elevándose este porcentaje al 82% para los andaluces. El avión es elegido por el 12% de los españoles. En cuanto a la organización del viaje, tanto el turismo español (87%) como el extranjero (81,2%) optan por hacerlo de forma independiente, porcentaje que es superado por los turistas andaluces que eligen esta opción en el 91% de los casos.

El **alojamiento hotelero** es utilizado por el 64% de los turistas mientras que el 30% elige el apartamento como establecimiento para hospedarse, siendo en régimen de propiedad para el 13% y la vivienda de amigos y familiares para el 12%. El 6% decide alquilarla, porcentaje que asciende al 11% en el caso de los extranjeros.

Tipo de alojamiento. Desagregación por mercados. Año 2008.



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

El **principal motivo** del viaje para los españoles es el disfrute de las vacaciones, el 88% así lo declara; en el caso de los extranjeros éste se convierte en el 92%. Tanto para los andaluces como para el resto de turistas de otras Comunidades Autónomas éste es el principal motivo para viajar. La elección del destino andaluz para disfrutar de las vacaciones viene influenciado principalmente por su clima ya que éste es un factor determinante para el 39% de los españoles y el 40% de los extranjeros. La visita a monumentos (25%) y la playa (15,4%) se constituyen como el segundo y tercer motivo para elegir este destino. Este comportamiento es extensible tanto para andaluces como para el resto de españoles que visitan la Comunidad, así como para los extranjeros.

Elección de Andalucía como destino vacacional. Turistas españoles. Año 2008.

| Conceptos | Año 2008 (%) |
|--------------------------------|--------------|
| Precios | 4,1 |
| Clima | 38,5 |
| Playa | 15,4 |
| Visitas a monumentos | 25,1 |
| Turistas de naturaleza y rural | 5,6 |
| Visitas a familiares y amigos | 5,5 |
| Fiestas populares/Folklore | 1,1 |
| Gastronomía | 2,6 |
| Calidad de vida/Hospitalidad | 0,9 |
| Excursiones | 0,2 |
| Practicar deportes | 1,1 |
| Total | 100,0 |

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

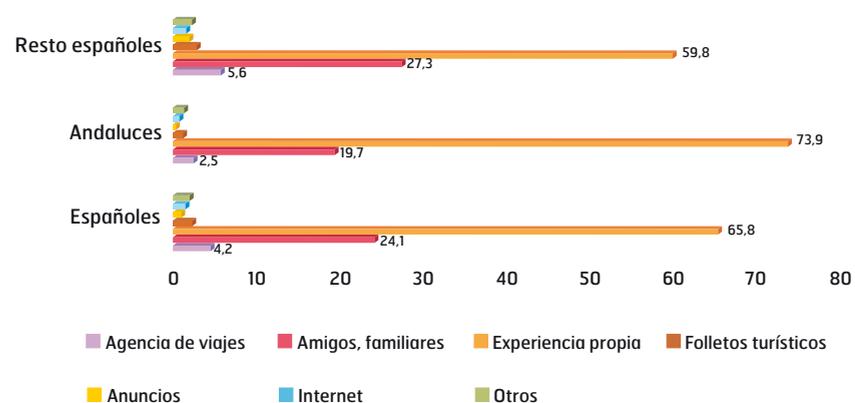
Las **principales actividades** realizadas por los turistas son el disfrute y uso de las playas (46%), la visita a monumentos y museos (30%) y la observación de la naturaleza (31%). Éstas se constituyen como las principales actividades realizadas en el destino turístico andaluz sea cual sea la procedencia.

Andalucía es **valorada** por los turistas españoles con un notable, tanto los andaluces como los del resto de comunidades le dan similar puntuación, destacando con casi 8 puntos el alojamiento, los paisajes y parques naturales y la hospitalidad. La fidelidad se manifiesta también en el hecho de que es la experiencia propia el principal **canal de información** que declara tener el turista que viene a Andalucía en el 66% de las ocasiones. Tras éste se sitúa la recomendación de amigos y familiares (24%). La experiencia propia, evidentemente, tiene mayor representación entre los andaluces (74%) que entre los turistas de otros lugares de España (59,8%).

El **grado de fidelidad** para el año 2009 por parte del turismo español se ha estimado en el 67%, casi el doble que para los extranjeros. Los turistas andaluces son los que presentan mayor fidelidad al destino, más de las tres cuartas parte de ellos reconoce haber estado haciendo turismo en su misma comunidad durante el año anterior.

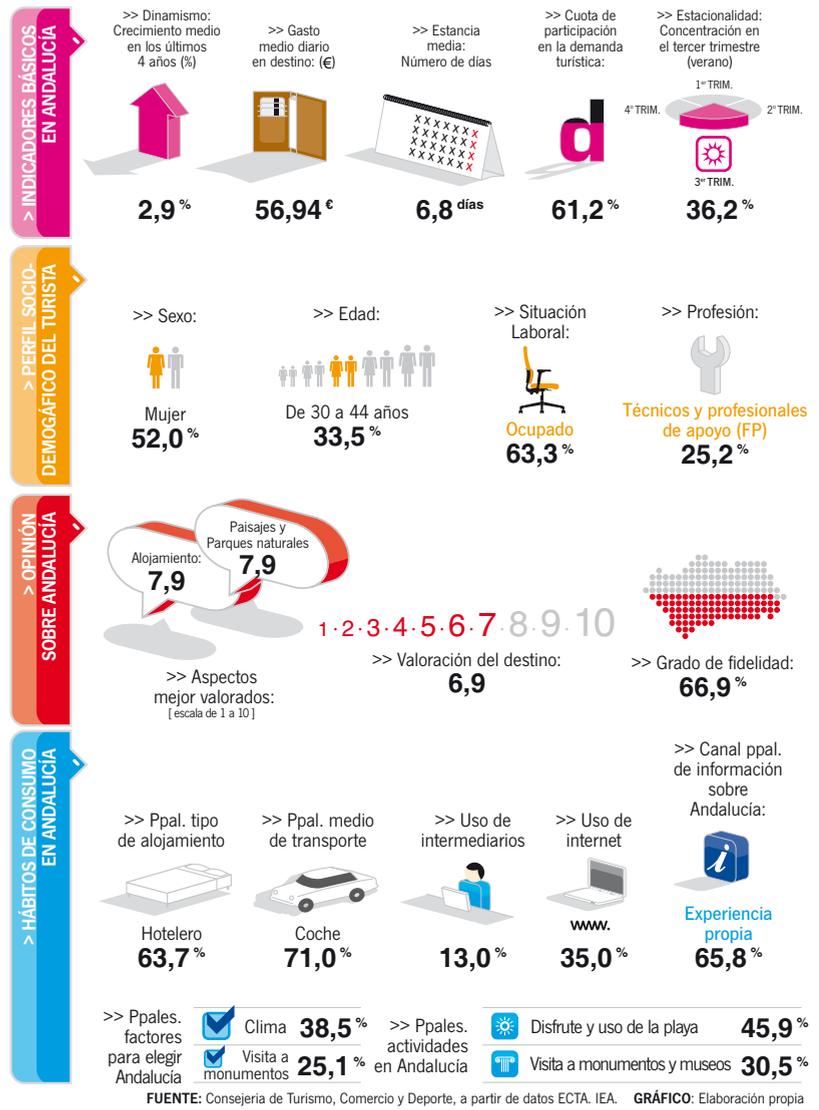
El **uso de Internet** por parte de los turistas extranjeros es superior en casi 20 puntos al uso realizado por los turistas españoles, que han accedido a este canal ya sea para consulta, reserva o compra en el 35% de los casos. De ellos el 64% ha llegado a realizar alguna reserva y un 13% ha efectuado alguna compra.

Canales de información del destino según procedencia de españoles. Año 2008



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

Resumen de resultados. Turismo español. Año 2008.



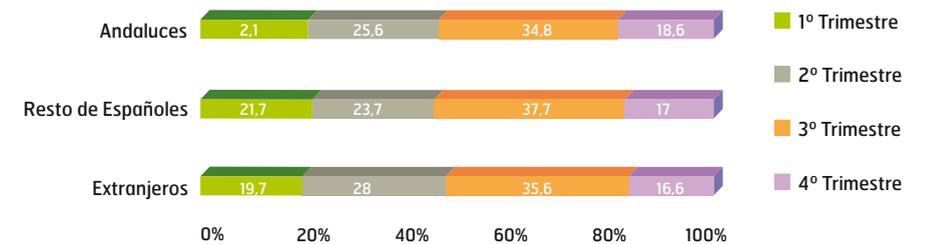
2.2.1. El Turismo Andaluz en Andalucía.

Según la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, en el año 2008 Andalucía ha recibido un total de **7.918.323 turistas** procedentes de la propia Comunidad, lo que supone un descenso del -3,1% respecto a las cifras registradas en el pasado año. No obstante, la evolución de los últimos cuatro años muestra el dinamismo de este mercado, que con una **tasa media de crecimiento acumulativo** del 7,1%, se ha situado 5 puntos por encima del porcentaje computado por la media del total de turistas que han visitado la región en este período de tiempo.

Más de la mitad de los turistas españoles que han visitado Andalucía en 2008 son andaluces (51,6%), lo que supone una **participación** del 31,6% sobre el total de mercados que han visitado Andalucía en dicho año.

Mientras que el tercer trimestre se consolida como el favorito de los andaluces para visitar la región, el cuarto se caracteriza por poseer un carácter desestacionalizador ligeramente superior al registrado por el resto de españoles y por el total de extranjeros que eligen Andalucía como destino turístico.

Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2008.



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

En 2008, los turistas andaluces que han visitado Andalucía son los que han realizado el **gasto medio diario** más moderado (53,36 euros), 5,8 euros por debajo de la media del desembolso realizado por el total de turistas procedentes del resto de España. Así, la **distribución** del pago andaluz en destino atribuye a la restauración el 38,3% de este importe, el porcentaje más elevado en este concepto de todos los mercados objeto de estudio. El alojamiento y las compras realizadas en alimentación alcanzan tasas del 24,1% y 13,5%, respectivamente.

La **estancia media** del andaluz que elige su propia comunidad como destino vacacional es de 6,1 días, siendo ésta la menor permanencia registrada en el total de mercados analizados.

El **perfil sociodemográfico** de este turista se caracteriza principalmente con el de una persona cuya edad está comprendida entre los 30 y los 44 años (34,5%) y cuya situación laboral más frecuente es la remunerada (63,3%). En este contexto, las profesiones más habituales son las que se corresponden con trabajadores del sector servicios (26,2%), con técnicos y profesionales de apoyo (24,4%) y con otros empleados de tipo administrativo (23,9%).

Perfil sociodemográfico del turista andaluz en Andalucía. Año 2008.

| Sexo | % |
|--|-------|
| Varones | 48,0 |
| Mujeres | 52,0 |
| Total | 100,0 |
| Edad | % |
| Menos de 18 | 9,8 |
| 18-29 | 21,8 |
| 30-44 | 34,5 |
| 45-65 | 25,3 |
| Más de 65 | 8,6 |
| Total | 100,0 |
| Situación Laboral | % |
| Trabajo (por cuenta ajena o propia) | 63,3 |
| En paro | 2,8 |
| Estudiante | 15,1 |
| Retirado/Jubilado | 12,0 |
| Labores del hogar | 5,9 |
| Otras | 0,9 |
| Total | 100,0 |
| Profesión | % |
| Dirección de empresas y de la Admon. Pública | 5,7 |
| Técnicos y profesionales científicos e intelectuales | 12,4 |
| Técnicos y profesionales de apoyo (FP) | 24,4 |
| Otros empleados de tipo administrativo | 23,9 |
| Trabajadores de servicios | 26,2 |
| Trabajadores cualificados en agricultura y pesca | 2,2 |
| Artesanos y trabajadores cualificados | 2,8 |
| Operadores de instalaciones y maquinaria, montadores | 1,1 |
| Trabajadores no cualificados | 0,8 |
| Fuerzas armadas | 0,5 |
| Total | 100,0 |

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

Lógicamente, y en lo que a la elección del **medio de transporte** utilizado en sus vacaciones se refiere, es el turista procedente de Andalucía el que mayor uso hace del coche (82,1%).

Tanto la utilización del coche como el mayor uso del alojamiento extrahotelero respecto a otros mercados son factores que condicionan la escasa contratación de intermediarios. Así, el 91,1% de los turistas andaluces han **organizado su viaje** de forma particular, siendo este porcentaje el más elevado del total de mercados estudiados.

Una vez en destino, seis de cada diez andaluces eligen el hotel como tipo de **alojamiento**, si bien cabe destacar el hospedaje en apartamento con una participación (37,6%) muy superior a la registrada en esta modalidad por el resto de turistas españoles y por los foráneos (30,4% y 24,9%, respectivamente).

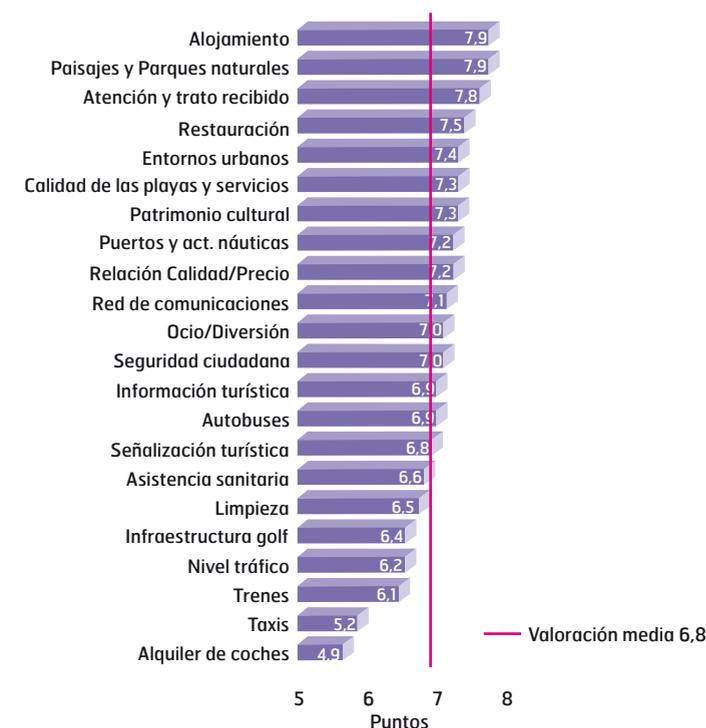
El 86% de esta demanda turística declara las vacaciones y el ocio como **motivo principal** de su viaje. En este contexto, como era de esperar, la visita a familiares y amigos adquiere una mayor importancia respecto al resto de mercados (7,3%) y registra porcentajes de participación superiores a los contabilizados no sólo por los turistas procedentes del resto de España (5,9%) sino por la media del total de turistas que han visitado Andalucía en 2008 (5%).

Para los andaluces, el clima (37,6%), las visitas a los monumentos (24,9%) y disfrutar de las playas (15,7%) constituyen los principales factores en los que se basa la **elección de Andalucía** como destino turístico.

Disfrutar del litoral (44,4%), observar la naturaleza (30,1%) y visitar monumentos y museos (27,9%) son las **principales actividades realizadas**, si bien es cierto que éstas participaciones presentan porcentajes más moderados que los registrados por los turistas procedentes del resto de España.

En una escala del 1 al 10, la **valoración** media otorgada a Andalucía es de 6,8 puntos, lo que refleja una evaluación más exigente por parte del turista que procede de esta Comunidad. En este contexto, el alojamiento, los paisajes y parques naturales y la atención y el trato recibido son los conceptos mejor puntuados con calificaciones cercanas a los 8 puntos. Por el contrario, el alquiler de coches recibe la puntuación más baja, no sólo de los andaluces sino también del total de españoles (4,9 y 5,7 puntos, respectivamente).

Valoración (de 1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos. Año 2008.⁴



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

Para el mercado andaluz, la experiencia propia (73,9%) se convierte en el principal **canal de promoción** de Andalucía y supera con creces los porcentajes registrados por otras procedencias en el uso de este medio. Le sigue a gran distancia la recomendación de amigos y familiares con un porcentaje de participación del 19,7%.

⁴El ítem Otros es una media geométrica de los conceptos Autobuses, Trenes, Taxis, Asistencia sanitaria, Limpieza y Nivel de tráfico

Participación de los diferentes canales de información del destino. Mercado andaluz y resto de España. Año 2008

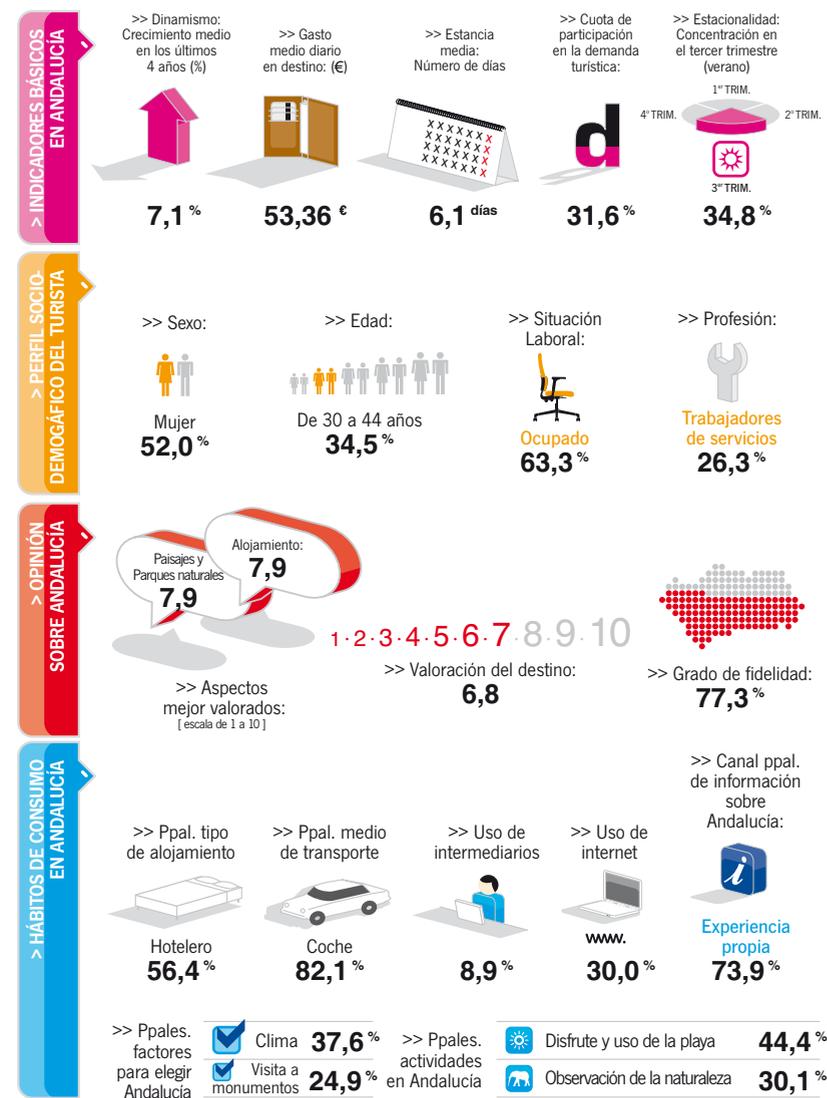
| Canal de información | Turistas andaluces (%) | Turistas resto de España (%) |
|----------------------|------------------------|------------------------------|
| Agencia de viajes | 2,5 | 5,6 |
| Amigos, familiares | 19,7 | 27,3 |
| Experiencia propia | 73,9 | 59,8 |
| Folleto turístico | 1,3 | 2,7 |
| Anuncios | 0,3 | 1,1 |
| Internet | 0,9 | 1,4 |
| Otros | 1,4 | 2,1 |
| Total | 100,0 | 100,0 |

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

Del total de andaluces que han consultado **Internet** para preparar sus vacaciones, más de la mitad (55,2%) han realizado alguna reserva y el 11,3% ha cerrado al menos una compra. Respecto al resto de mercados, cabe destacar que éste es el más reacio a la hora de hacer uso de las nuevas tecnologías.

El 77,3% de los turistas andaluces han declarado que visitaron la Comunidad en el pasado año, lo que muestra un elevado **grado de fidelidad** al destino andaluz, que supera con un alto margen de diferencia el valor de esta variable en el resto de mercados estudiados.

Resumen de resultados. Turismo andaluz. Año 2008.



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

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte estima que Andalucía recibió en el año 2008 algo más de **7,4 millones de turistas nacionales procedentes del resto de España**, un mercado emisor que representa el 29,6% del total de turistas que han visitado la región en este año, y el 48,4% del turismo nacional, lo que pone en evidencia la importancia de este mercado para el destino andaluz.

En los últimos años, el turismo del resto de España en Andalucía ha alternado crecimientos y descensos. Concretamente, respecto al año anterior, **este mercado experimentó un descenso en términos relativos del -2,9%**, una tasa de variación muy similar a la del total de turistas (-2,8%) o a la que registró el turismo procedente de la propia Andalucía (-3,1%).

Un año más, el turismo procedente del resto de España es el mercado emisor de Andalucía que más **concentra sus visitas en el tercer trimestre del año**. En efecto, el 37,7% escogió los meses de julio a septiembre para viajar al destino andaluz.

En cuanto al tiempo que permanecen en Andalucía, los turistas nacionales procedentes del resto de España presentan una **estancia media de 7,6 días**, lo que supone un día y medio más que la estancia media de los turistas de la propia Comunidad y 4 días menos que la del turista extranjero.

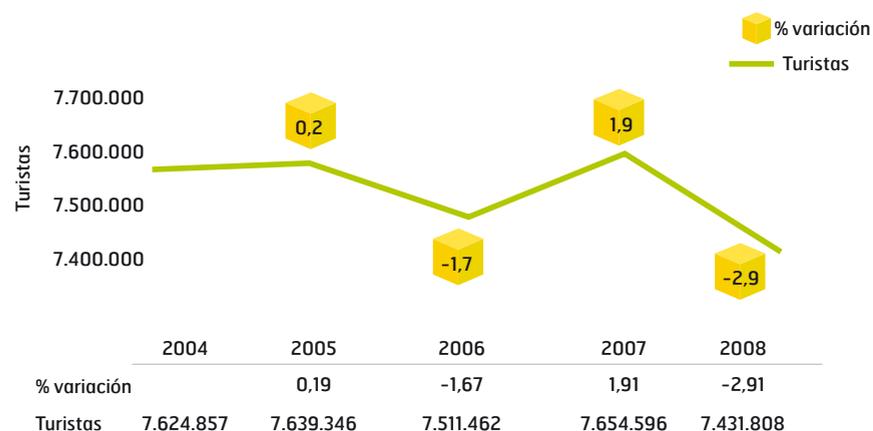
Una vez que están en Andalucía, estos turistas **gastan una media de 59,17 euros al día**, un gasto 5,8 euros superior al que realiza el mercado andaluz. Los gastos realizados en restauración y alojamiento absorben la mayor parte de este presupuesto, concretamente un 35,5% y un 26,4% del mismo, respectivamente, sin que este comportamiento difiera sustancialmente del resto de mercados analizados.

Entre los turistas nacionales no andaluces se observa un **perfil sociodemográfico** en el que la proporción de mujeres (51,7%) supera a la de varones, si bien este porcentaje es similar al observado en la mayoría de los mercados analizados.

El grupo de edad de mayor peso es el comprendido entre los 30 y 44 años (32,3%), y en ello coincide con los turistas andaluces. Sin embargo, en comparación con estos últimos, el mercado nacional procedente del resto de España presenta una mayor presencia de turistas de 45 y más años (43,5% frente al 33,9% de los turistas andaluces), a la vez que un menor peso de los turistas jóvenes (24,2% frente al 31,6% de los turistas residentes en Andalucía).

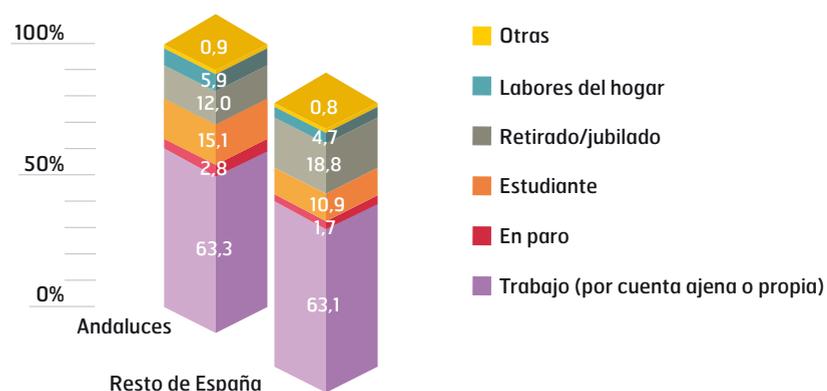
Predominan los que poseen un trabajo remunerado (63,1%), aunque la proporción de los turistas jubilados/retirados es en este mercado más alta que la que presenta los turistas andaluces, y a la inversa con respecto a la categoría de estudiantes, lo cual es coherente con la estructura de edad de este emisor. En cuanto a la profesión que desempeñan, destacan los técnicos y profesionales de apoyo (25,1%) y los trabajadores de los servicios (23,5%).

Turistas del resto de España. Evolución 2004 - 2008



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

Situación Laboral de los turistas. Andaluces / Resto de España. Año 2008



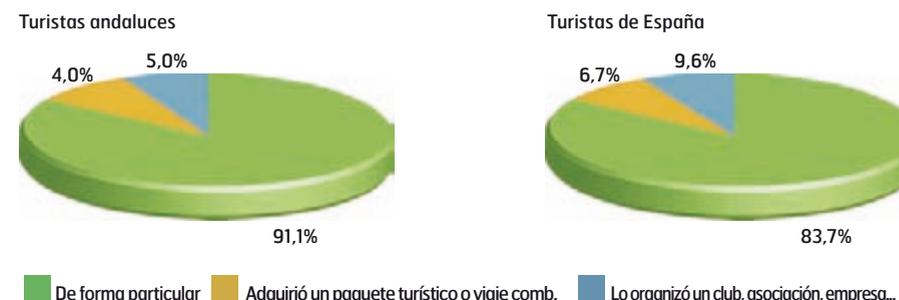
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA

El coche es el principal **medio de transporte** para acceder a la Comunidad andaluza, utilizado por el 62,3% de los encuestados. Otro 19,9% usó el avión en su desplazamiento, un porcentaje muy superior del que presenta el turista andaluz, pero muy alejado de los mercados extranjeros.

Los turistas procedentes del resto de España prefieren los establecimientos hoteleros (hoteles y pensiones) a la hora de pernoctar en Andalucía, pues el 72,9% de este mercado hizo uso de esta **tipología de alojamiento** en el año 2008. Sólo uno de cada cuatro turistas nacionales no andaluces utilizó el apartamento (en propiedad, alquilado, o cedido por familiares o amigos), una proporción que se parece más al peso que esta opción de alojamiento tiene para el mercado extranjero que para el mercado nacional residente en Andalucía.

En el 83,7% de los casos, el turista del resto de España organiza su viaje de forma particular, un comportamiento más parecido al que presenta el turista extranjero (81,2%) que el que exhibe el turista andaluz (91,1%). En la organización de las vacaciones, Internet se ha convertido en una herramienta muy útil para los turistas nacionales no andaluces, puesto que cerca del 40% utilizaron este medio para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico del viaje a Andalucía.

Forma de organizar el viaje. Andaluces / Resto de España. Año 2008.



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

Para el turista del resto de España, el principal **motivo del viaje** a Andalucía es pasar sus vacaciones o disfrutar de su tiempo de ocio, así lo manifestaron el 88,5% de los encuestados de este mercado. En la **elección** del destino andaluz, el clima (38,8%) y las visitas a monumentos (25,3%) son los factores que más influyeron en la decisión de los turistas del resto de España.

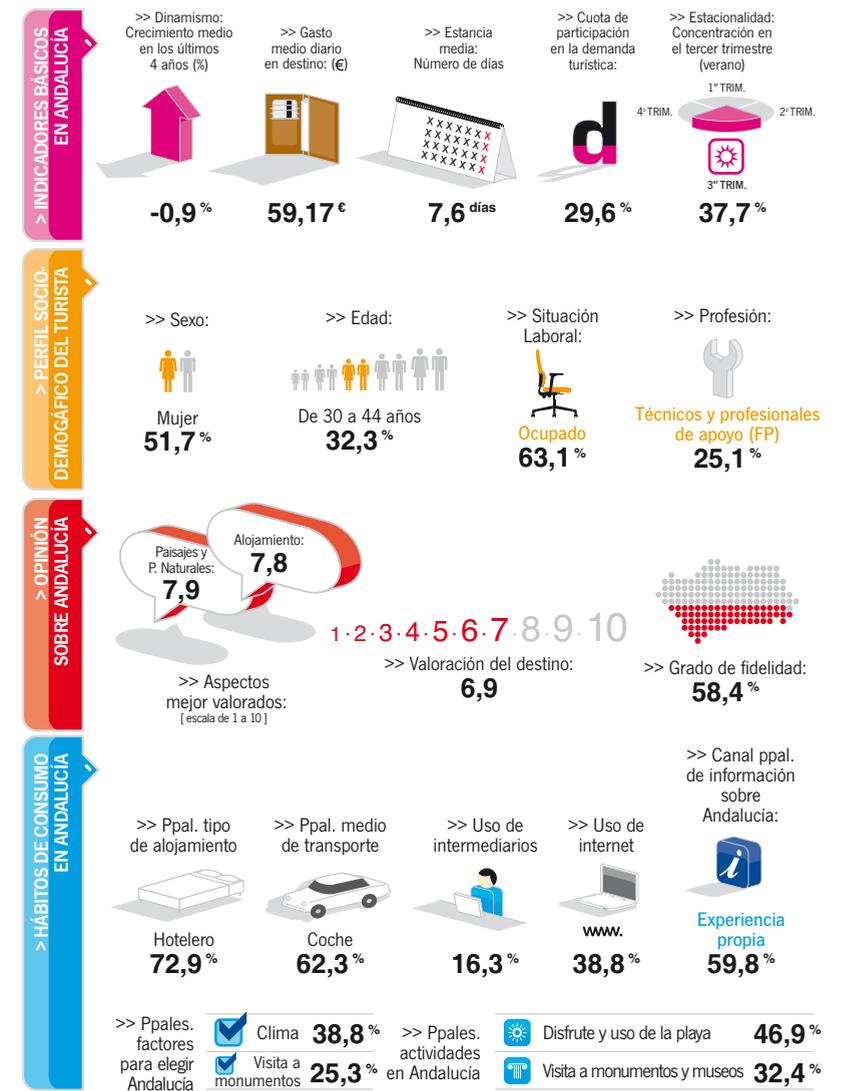
Por lo que se refiere al tipo de **actividades desarrolladas** durante su estancia en la región, se comprueba que los mismos factores que determinaron la elección del destino ejercen influencia en las actividades realizadas por estos turistas. Así, el 46,9% disfrutó de las playas, el 32,4% visitó monumentos y museos y 30,5% se dedicó a la observación de la naturaleza.

La **valoración** global que el mercado del resto de España hace del destino turístico andaluz en el año 2008 se sitúa en 6,9 puntos en una escala del 1 al 10. Los aspectos mejor valorados por este mercado han sido los paisajes y parques naturales (7,9 puntos), el trato recibido y el alojamiento (ambos con 7,8 puntos), que también son los aspectos mejor puntuados por los turistas andaluces.

Seis de cada diez turistas procedentes del resto de España conocieron el destino andaluz por experiencia propia y otro 27,3% por recomendación de amigos y familiares, concediendo así a la imagen que el turista se lleva de su viaje a Andalucía una gran relevancia promocional, quedando a mucha distancia otros **canales de información** (agencias de viajes, Internet, folletos turísticos, etc...).

En cuanto **al grado de fidelidad** de este mercado, entendido como el número de turistas que han repetido visita a Andalucía en el año 2008 después de haberla visitado en 2007, el porcentaje asciende al 58,4%, por encima de la media del total de turistas (54,4%) pero por debajo del que presentan los turistas andaluces (77,3%).

Resumen de resultados. Turismo Resto de España. Año 2008.

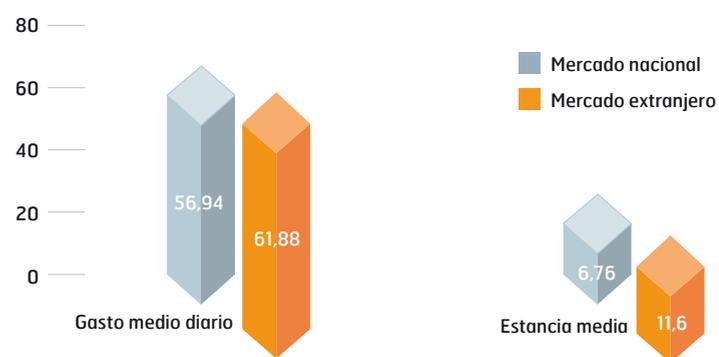


2.3. El Turismo Extranjero en Andalucía

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Andalucía recibió en el año 2008 un total de **9,7 millones de turistas extranjeros**, 255 mil menos que en el año anterior lo que supone en términos relativos **un descenso del -2,6%**. 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 (5 euros más) así como por permanecer de media en Andalucía un mayor número de días (5 días).

Gasto medio diario y estancia media. Mercado nacional y extranjero. Año 2008.



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 59% del total del gasto que realizan en el destino andaluz, del resto de las partidas son el transporte y el alquiler de vehículos donde se muestra una diferencia relevante respecto al gasto efectuado por los turistas españoles, al ser estos conceptos mucho más relevantes en este mercado.

El **segmento de edad** más relevante entre los turistas extranjeros que visitaron Andalucía en 2008 es el tramo 45 – 64 años, mostrando en esta procedencia una mayor presencia de turistas de los segmentos de mayor edad si los comparamos con los turistas nacionales.

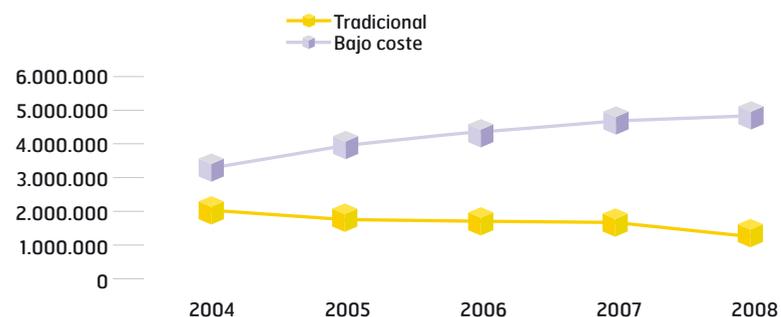
La **situación laboral** de los turistas extranjeros no varía significativamente de la media de los turistas, 6 de cada 10 turistas que visitan Andalucía tienen trabajo ya sea por cuenta propia o ajena. En estos casos más de la mitad de ellos (52,7%) desarrollan ocupaciones muy cualificadas (Dirección, 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 (19% frente al 15,8% de españoles).

El **medio de transporte** utilizado mayoritariamente para acceder a Andalucía por los extranjeros es el avión (77,8%). En el año 2008 los aeropuertos andaluces recibieron un total de 46.388 vuelos procedentes del extranjero con 6,2 millones de llegadas de pasajeros, 246 mil menos que en 2007 (-3,8%).

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 16 puntos desde 2004, consiguiendo en 2008 acaparar el 78,1% del total de llegadas a Andalucía de pasajeros extranjeros.

Evolución de llegadas de pasajeros extranjeros por tipo de compañía. Años 2004 - 2008.



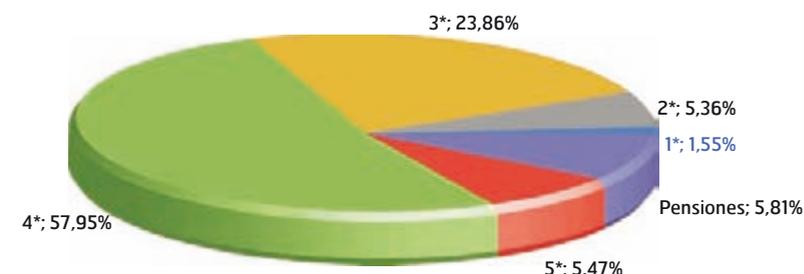
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos AENA.

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 (6 puntos porcentuales), aunque esta diferencia se ha reducido considerablemente en 2008. No obstante, pese a esta distinción, continúa siendo la organización particular la más habitual en este mercado (81,2%).

El 71,6% de los turistas extranjeros prefieren los establecimientos hoteleros como tipo de **alojamiento** en sus viajes a Andalucía, proporción 5 puntos superior al mercado español.

Los establecimientos hoteleros andaluces registraron en el año 2008 un total de 5,9 millones de viajeros extranjeros que realizaron 20,2 millones de pernoctaciones, registrando un ligero crecimiento del 0,2% respecto al año 2007. Cuando este mercado se decide por el hotel casi el 60% eligen la categoría de cuatro estrellas.

Distribución de las pernoctaciones extranjeras por categorías de establecimiento hotelero. Año 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Tres factores son los que propician la **elección de Andalucía** como destino turístico vacacional por los extranjeros: clima, visita a monumentos y playa, los cuales suponen conjuntamente el 81%. El resto de los conceptos no llegan al 6% de cuota.

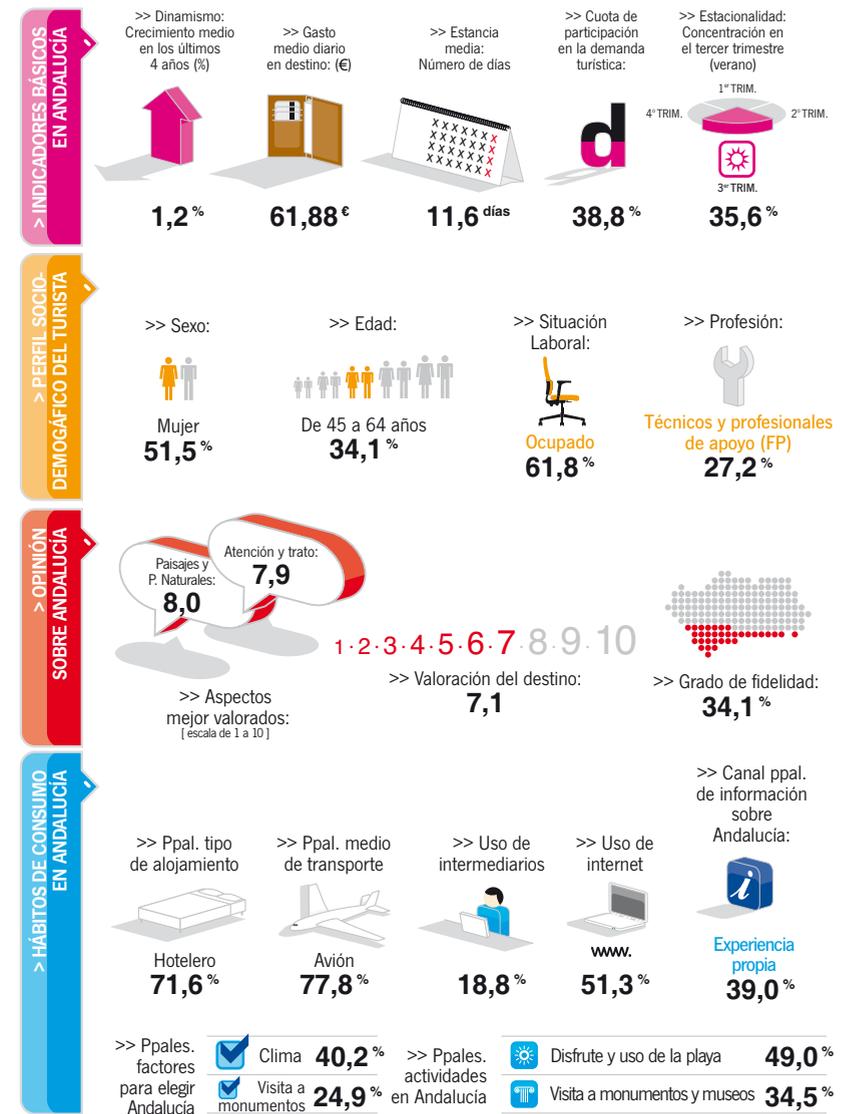
La influencia de estos factores se observa en que la mitad de los extranjeros durante su estancia en Andalucía ha realizado **actividades** relacionadas con el disfrute del sol y la playa. Otras actividades destacadas son las visitas a monumentos y/o museos (34,5%) y la observación de la naturaleza (30,7%), no observándose diferencias significativas en comparación con las actividades desarrolladas por el turista nacional en su visita a Andalucía.

En 2008 los turistas extranjeros **valoraron** el destino andaluz con 7,1 puntos, en una escala de 1 a 10 puntos, siendo los paisajes y parques naturales el concepto con la puntuación más alta (8 puntos), al que le siguen la Calidad del alojamiento y la atención y trato recibido durante su estancia en Andalucía, con 7,9 y 7,8 puntos respectivamente. En términos comparativos, la valoración del turista extranjero es ligeramente superior a la del turista nacional.

Esta imagen positiva resulta fundamental a la hora de captar nuevos turistas extranjeros, debido a que la experiencia propia así como las recomendaciones de amigos y familiares son los **canales de información** sobre el destino para el 75% 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 51,3% de los casos, mientras que este porcentaje se reduce en 16 puntos cuando se trata del turista español.

Resumen de resultados. Turismo extranjero. Año 2008.



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

2.3.1. El Turismo Británico en Andalucía

El Reino Unido es, tradicionalmente, el principal mercado turístico extranjero en Andalucía, estimándose para 2008 un total de **2,3 millones de turistas** británicos. Esta cifra supone una disminución del -5% respecto a la estimada para el año anterior. El turismo británico supone el 24% del mercado extranjero y el 9% del total de turistas que visitaron Andalucía durante el año 2008.

El turista británico **concentra las visitas** a la región andaluza en los meses centrales del año, recibéndose desde abril a septiembre el 61,6% del total de visitantes de esta nacionalidad. Este comportamiento apenas difiere del observado en el resto de turistas, ya sean de procedencia extranjera como nacional.

El británico prolonga su **estancia** en el destino andaluz una media de 11,1 días. Esta permanencia es 2,4 días superior a la del promedio del total de turistas, pero inferior en medio día a la duración media de la visita de los turistas extranjeros.

Estancia media de los turistas en Andalucía según procedencia. Año 2008.



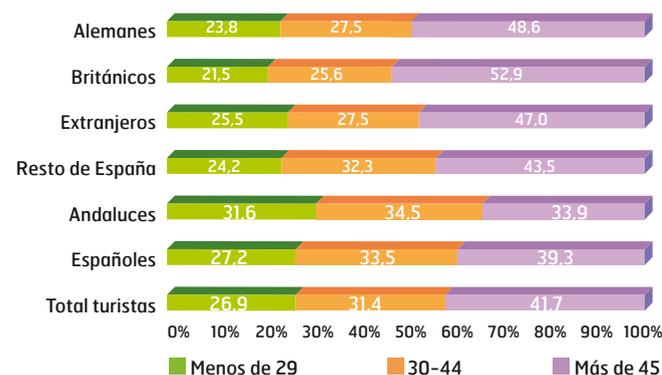
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IEA.

En su visita a Andalucía, el turista del Reino Unido realiza un **gasto** de 61,53 euros de media al día, una cantidad muy similar a la media del mercado extranjero (61,88 euros). Si se analiza la distribución por conceptos de este gasto, el turista británico dedica la mayor parte del **presupuesto de su viaje** a la restauración (36,4%) y al alojamiento (23,7%), al igual que el resto de mercados analizados. Tras estos conceptos se sitúan las compras (de alimentación y no alimenticias) para las que destina otro 21% del presupuesto.

Por lo que se refiere al **perfil sociodemográfico** del turista británico que visita la región andaluza, los turistas de esta nacionalidad se reparten muy igualmente entre varones y mujeres. El intervalo de edad más significativo es el comprendido entre 45 y 64 años (36,7%). Este mercado también se caracteriza por ser el que mayor proporción presenta de turistas de más **edad** de todos los mercados analizados, pues el porcentaje de turistas británicos con 45 y más años alcanza el 52,9%.

En cuanto a la **situación laboral**, 6 de cada 10 tienen un trabajo remunerado en el que desempeñan labores de técnico de apoyo en el 28,7% de los casos, tras ésta, las profesiones con mayor participación, en torno al 20% en ambos casos, son la de los trabajadores de servicios de restauración, personales, protección y seguridad y los empleados de tipo administrativo. Destaca asimismo entre los visitantes del Reino Unido la presencia de turistas jubilados (23,6%), la mayor de todos emisores analizados, lo que sin duda está en consonancia con la estructura de edad que presenta este mercado.

Estructura de edad de los turistas en Andalucía según procedencia. Año 2008.



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

Para acceder a la Comunidad andaluza, el avión es el **medio de transporte** utilizado mayoritariamente por este emisor (82,5%), a éste le sigue a gran distancia el coche (propio, alquilado o autocaravana) que supone el 13,1% del total. En este contexto, y según los datos Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA), en 2008 se han recibido en los aeropuertos andaluces un total de 2.995.177 pasajeros procedentes del Reino Unido, lo que supone el 29% del total de llegadas. Estos pasajeros utilizaron en el 91,6% de los casos una compañía de bajo coste para su desplazamiento a la región.

En cuanto al **tipo de alojamiento** de los turistas británicos, en 2008 los establecimientos hoteleros comparten protagonismo con los apartamentos, pisos o chalets. Así 49,8% optó por alojarse en un hotel, apartahotel, hostel o pensión, mientras que otro 46,3% se decidió por el apartamento, con la siguiente distribución: alquilado (19,2%), en propiedad (14,0%) y de amigos o familiares (13,1%). Alrededor del 20% de los turistas del Reino Unido que visitaron Andalucía utilizaron un intermediario a la hora de **organizar su viaje**. Hay que señalar que el

mercado británico es, tras el alemán, uno de los emisores turísticos que mayor porcentaje de uso de terceros presenta, prácticamente 5 puntos por encima del conjunto de los turistas.

Los turistas británicos hacen un uso de **Internet** mayoritario para organizar la visita a la región: el 55,3% declaró haber utilizado esta herramienta para consultar, reservar o comprar productos y servicios turísticos, convirtiéndose así en el emisor turístico para el destino andaluz que más uso realiza de esta herramienta, incluso por delante de los turistas alemanes. Y de estos internautas británicos, concretamente el 78,4% reservaron el alojamiento, el transporte u otros servicios turísticos en la red y un 27,1% los adquirió.

Uso de Internet. Total turistas, Españoles, Extranjeros y Británicos. Año 2008.

| | Total turistas | Espanoles | Extranjeros | Británicos |
|---|----------------|-----------|-------------|------------|
| % usó Internet | 42,2 | 35,0 | 51,3 | 55,3 |
| Para qué utilizó Internet: | | | | |
| -% que reservó productos o servicios turísticos | 69,1 | 63,9 | 76,4 | 78,4 |
| -% que compró productos o servicios turísticos | 16,7 | 13,3 | 23,1 | 27,1 |

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

La **motivación principal del viaje** a Andalucía ha sido para el 93,5% de los turistas británicos disfrutar de sus vacaciones o tiempo de ocio, siendo sobre todo el clima el factor determinante a la hora de **elegir el destino andaluz**, así lo declararon cerca del 40% de los entrevistados. Otros factores influyentes han sido las visitas a monumentos (24,3%) y la playa (16,3%).

Estos condicionantes se reflejan claramente en el tipo de **actividades** que los turistas británicos realizan durante su estancia en la comunidad andaluza, entre

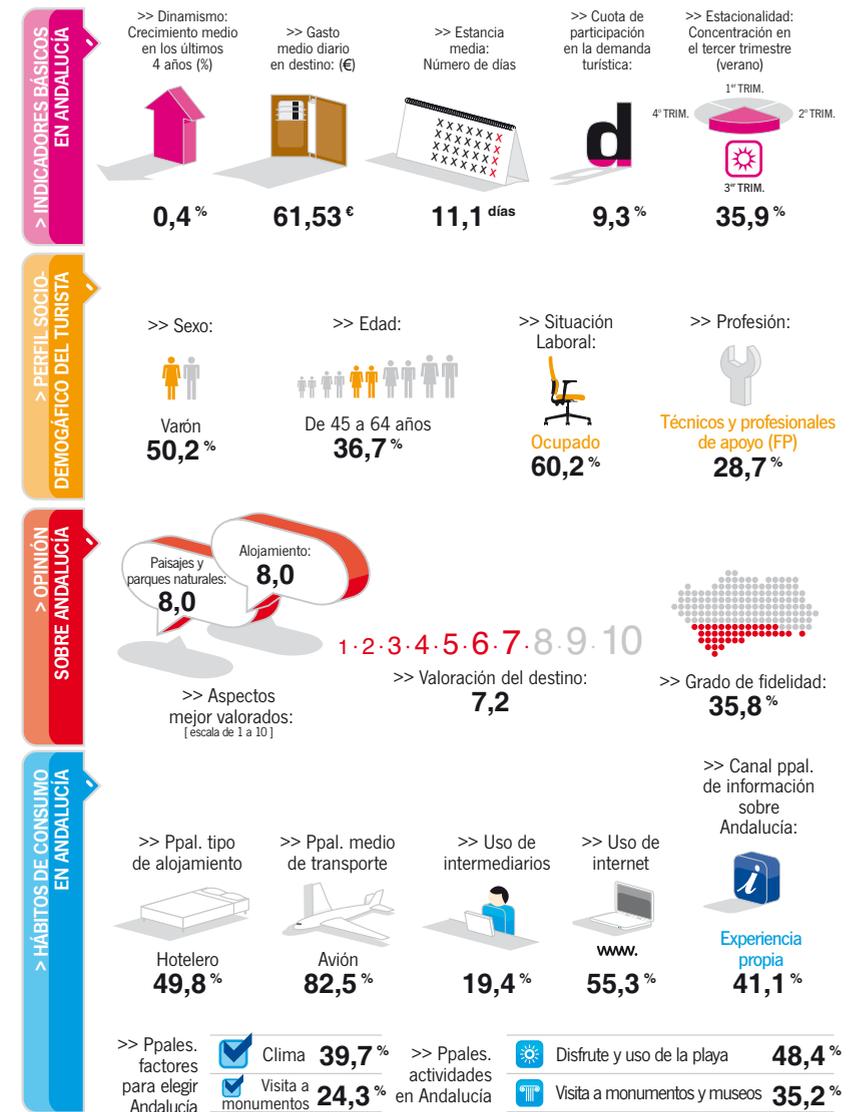
las que destacan el disfrute y uso de la playa (48,4%), las visitas a monumentos (35,2%) y la observación de la naturaleza (32,8%).

La **valoración** media otorgada al destino turístico andaluz por los turistas británicos que la han visitado durante 2008, ha alcanzado los 7,2 puntos en una escala de 1 a 10. Esta puntuación es ligeramente superior a la media otorgada para Andalucía por el turista extranjero (7,1 puntos). Destacan los conceptos de alojamiento, paisajes y parques naturales, y atención y trato recibido, todos ellos valorados en torno a los 8 puntos.

Esta buena opinión sobre el destino propicia que los británicos sean los turistas extranjeros más **fieles** que recibió la Comunidad en 2008, puesto que el 35,8% de los mismos también visitaron Andalucía en el año anterior.

El turista del Reino Unido no difiere del resto de turistas que han visitado Andalucía en 2008 en cuanto a los principales **canales de información** del destino. En efecto, la propia experiencia y los amigos y familiares son también las vías de información más relevantes para este mercado, utilizadas por el 41,1% y el 33,2% de los entrevistados, respectivamente. Del resto de opciones minoritarias, cabe destacar Internet, que si bien es un canal utilizado sólo por el 6% de los visitantes de esta nacionalidad, es el porcentaje más elevado en comparación con el resto de turistas que visitaron la región.

Resumen de resultados. Turismo Británico. Año 2008.



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

2.3.2. El Turismo Alemán en Andalucía

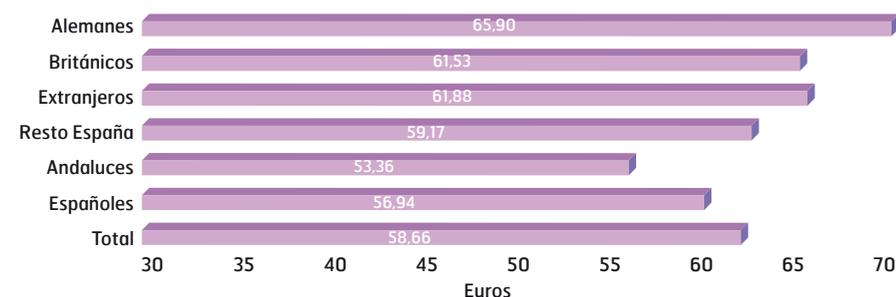
Alemania es, tras el Reino Unido, uno de los principales mercados emisores de turismo extranjero para Andalucía. En el año 2008, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte estima que el número de turistas alemanes que han visitado la Comunidad andaluza asciende a **1,1 millones, un -2,7% respecto al año anterior**, un descenso que se puede considerar en línea con la evolución del mercado extranjero en la región durante este año. Estos visitantes suponen el 11,1% de los turistas extranjeros y el 4,3% del total de turistas recibidos en Andalucía.

El 31,9% de los turistas alemanes visitaron la región entre los meses de abril y junio, y otro 30,6% en el tercer trimestre del año, un comportamiento coherente con la principal motivación que les mueve a visitar Andalucía: el clima. No obstante, y en comparación con el resto de emisores turísticos, el alemán es el mercado que menos **concentra sus visitas** en el tercer trimestre del año.

La visita al destino andaluz tiene para el turista alemán una duración media de 10,0 días. Esta **estancia media** es inferior en 1,6 días a la permanencia de los turistas extranjeros en la región, aunque superior en 1,3 días a la duración media de la visita del total de turistas.

Mientras permaneció en Andalucía, el turista alemán gastó diariamente una media de 65,90 euros, el mayor **gasto medio diario** de todos los mercados analizados, pues supera en 4 euros al registrado por el turista extranjero y en 7 euros al de la media del total de turistas que visitaron la región.

Gasto medio diario de los turistas en Andalucía. Año 2008.



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

La mayor parte del **presupuesto del turista** alemán se destinó principalmente a la restauración (35,3%), seguido del alojamiento y las compras (25,7% y 19,9%, respectivamente). Esta distribución del gasto no difiere sustancialmente de la del conjunto de turistas, los únicos conceptos en los que se aprecian ligeras diferencias son el alquiler de vehículos, más elevado en el caso del turista alemán, y las compras de alimentación, que son superiores para el total de turistas.

En el **perfil sociodemográfico** del turista alemán que visita Andalucía se aprecia una mayor presencia de mujeres (52,6%), un predominio de los visitantes con edades entre 45 y 64 años (35,5%), que poseen en el 63,6% de los casos un trabajo remunerado, en el que desempeñan sobre todo profesiones técnicas de apoyo (31,8%) o trabajos de tipo administrativo (21,3%).

Si se comparan las características sociodemográficas del turista alemán con las del resto de mercados analizados, este emisor destaca por tener la proporción de turistas jóvenes (menos de 18 años) más baja (5,2%), a la vez que la mayor cuantía de turistas trabajadores (63,6%), que están dedicados en ocupaciones técnicas de apoyo en proporción más elevada que otros turistas del destino andaluz.

Perfil Sociodemográfico del turista alemán en Andalucía. Año 2008.

| Sexo | % | Edad | % | Situación laboral | % | Profesión | % |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|--|--------------|
| Varones | 47,4 | Menos de 18 | 5,2 | Trabajo remunerado | 63,6 | Dirección empresas y Admon. Pública | 7,6 |
| Mujeres | 52,6 | 18-29 | 18,6 | En paro | 1,1 | Técnicos y profesionales científicos e intelectuales | 17,9 |
| Total | 100,0 | 30-44 | 27,5 | Estudiante | 12,0 | Técnicos y profesionales de apoyo (FP) | 31,8 |
| | | 45-65 | 35,5 | Jubilado | 19,2 | Otros empleados de tipo administrativo | 21,3 |
| | | Más de 65 | 13,2 | Labores hogar | 3,3 | Trabajadores de servicios ⁵ | 17,8 |
| | | Total | 100,0 | Otras | 0,8 | Trabajadores cualificados en agricultura y pesca | 1,0 |
| | | | | Total | 100,0 | Artesanos y trabajadores | 1,1 |
| | | | | | | Operadores de instalaciones y maquinaria, montadores | 0,9 |
| | | | | | | Trabajadores no cualificados | 0,6 |
| | | | | | | Fuerzas armadas | 0,1 |
| | | | | | | Total | 100,0 |

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

El principal medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía por el turista alemán es el avión. Alemania es, junto con el Reino Unido, el mercado que registra una proporción de uso más elevado de este medio de transporte (82,6%). Durante el año 2008 se han recibido en los aeropuertos de Andalucía a algo más de 770 mil pasajeros alemanes, de los cuales el 90% utilizó una compañía de bajo coste para su desplazamiento. La importancia de esta opción se ha visto reforzada un año más, puesto que la tasa de crecimiento de pasajeros alemanes que han usado este tipo de compañías ha aumentado un +3,1% respecto al año 2007.

En cuanto al tipo de alojamiento, el alemán prefiere los establecimientos hoteleros durante su estancia en Andalucía (utilizado por el 67,2%), le sigue en importancia los apartamentos, elegidos por el 27,6%. Estos porcentajes no se diferencian sustancialmente de los que se observan para el total de turistas que visitaron Andalucía en 2008.

Son mayoría los turistas alemanes que organizaron de forma particular su visita a la región (77,3%). Si bien, hay que destacar que el mercado alemán es, de entre todos los mercados analizados, el que mayor porcentaje de uso realiza de los intermediarios en la organización de sus vacaciones.

Tras el turista británico, el alemán es el emisor que más uso de Internet hace para organizar su viaje (51,5%), siendo este porcentaje más de 20 puntos superior al registrado por los turistas andaluces, el mercado que menos utiliza esta herramienta. Entre los turistas alemanes que utilizaron la red, tres de cada cuatro reservaron el alojamiento, el transporte u otros servicios turísticos por esta vía y uno de cada cuatro acabó por adquirirlos en Internet.

Andalucía es para los alemanes fundamentalmente un destino para disfrutar de las vacaciones o el tiempo de ocio, así lo declaran el 91,5% de los encuestados alemanes cuando se les pregunta por el motivo principal del viaje a Andalucía. El clima, la playa y las visitas a monumentos han sido los principales factores que este mercado ha tenido en cuenta a la hora de elegir el destino andaluz, factores que en conjunto animaron al 81,3% de los turistas de esta nacionalidad.

Cuando se analiza el tipo de actividades que estos turistas realizan durante su visita a Andalucía, se aprecia claramente la fuerte influencia que en estas actividades ejercen los factores determinantes de la elección del destino. De este modo, no debe sorprender que el 48,8% de los turistas alemanes han disfrutado del sol y las playas de Andalucía, y el 36,7% han realizado visitas a museos y monumentos, actividad esta última en la que destacan en comparación con otros emisores. También es elevada la proporción que han realizado actividades relacionadas con la observación de la naturaleza (29,5%).

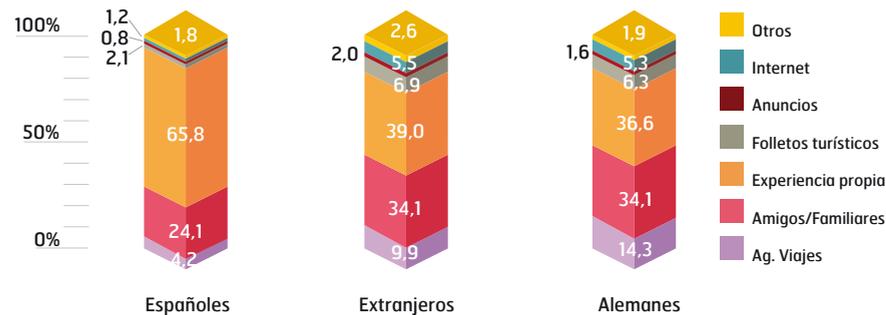
En 2008, los turistas alemanes otorgaron al destino turístico andaluz una valoración de 7 puntos, en una escala de 1 a 10. Entre los conceptos mejor valorados se encuentran los paisajes y parques naturales (8 puntos), el alojamiento (7,8 puntos) y la atención y trato recibidos (7,7 puntos).

A pesar de esta evaluación positiva, el turista alemán presenta el grado de fidelidad más bajo en comparación con el resto de los mercados analizados, ya

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

que sólo el 30,8% de los alemanes que visitaron Andalucía en 2008 lo habían hecho también el año anterior. No obstante, más de la mitad de los turistas alemanes **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, utilizado por el 14,3%, el mayor porcentaje de todos los mercados analizados, un comportamiento totalmente coherente con la forma de organizar el viaje a Andalucía de este emisor.

Canales de información del destino según procedencia. Año 2008.



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

Resumen de resultados. Turismo Alemán. Año 2008.

> INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA

- >> Dinamismo: Crecimiento medio en los últimos 4 años (%): **-0,2%**
- >> Gasto medio diario en destino: (€): **65,90€**
- >> Estancia media: Número de días: **10,0 días**
- >> Cuota de participación en la demanda turística: **4,3%**
- >> Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre (verano): **30,6%**

> PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DEL TURISTA

- >> Sexo: **Mujer 52,6%**
- >> Edad: **De 45 a 64 años 35,5%**
- >> Situación Laboral: **Ocupado 63,6%**
- >> Profesión: **Técnicos y profesionales de apoyo (FP) 31,8%**

> OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA

- >> Aspectos mejor valorados: [escala de 1 a 10]: **7,8** (Alojamiento), **8,0** (Paisajes y Parques Naturales)
- >> Valoración del destino: **7,0**
- >> Grado de fidelidad: **30,8%**

> HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA

- >> Ppal. tipo de alojamiento: **Hotelero 67,2%**
- >> Ppal. medio de transporte: **Avión 82,6%**
- >> Uso de intermediarios: **22,7%**
- >> Uso de internet: **www. 51,5%**
- >> Canal ppal. de información sobre Andalucía: **Experiencia propia 36,6%**

>> Ppales. factores para elegir Andalucía: **Clima 40,1%**, **Visita a monumentos 24,5%**

>> Ppales. actividades en Andalucía: **Disfrute y uso de la playa 48,8%**, **Visita a monumentos y museos 36,7%**

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

Movimiento **TURÍSTICO**
en **ALOJAMIENTO** Reglado en **ANDALUCÍA**
Especial Referencia al Movimiento **HOTELERO**

3

Introducción

El presente capítulo se inicia con un análisis de la demanda turística que, en el año 2008, han registrado los alojamientos reglados de la Comunidad andaluza, considerados como el conjunto de las distintas tipologías que componen la oferta, formada por establecimientos hoteleros, acampamentos turísticos, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural.

Seguidamente, se presenta un análisis detallado del movimiento hotelero andaluz en base a los principales resultados que han presentado para el año 2008 las variables más significativas que ofrece la Encuesta de Ocupación Hotelera, realizada por el Instituto Nacional de Estadística con periodicidad mensual⁶.

El análisis del movimiento hotelero se divide en dos grandes apartados: 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. Análisis de la demanda en alojamientos reglados de Andalucía

En el año 2008, la oferta reglada de Andalucía ha alojado a un total de **17,7 millones de viajeros**, de los cuales 11 millones fueron españoles (62%). Esta cuota nacional es superior a la que presenta el conjunto de alojamientos en España, mostrando la importancia de este turismo en la Comunidad. Respecto al año anterior, se observa un descenso en el número de viajeros alojados del -2,7%, derivado de la disminución que registran todas las tipologías, excepto apartamentos, que se han mantenido en las mismas cifras que en 2007.

⁶ 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 marzo de 2008, con información definitiva hasta febrero de 2008. Las desagregaciones por país de origen, touroperador y categorías, obtenidas bajo petición al INE, no incorporan datos definitivos de 2008

Viajeros alojados en alojamientos reglados de Andalucía. Distribución por tipología. Año 2007 / Año 2008.

| Tipología | 2007 | 2008 | % var. | Cuota |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------|--------------|
| Hoteles | 16.131.613 | 15.718.692 | -2,6 | 88,8 |
| Acampamentos | 997.254 | 930.951 | -6,6 | 5,3 |
| Apartamentos | 891.656 | 891.464 | -0,0 | 5,0 |
| Turismo Rural | 168.811 | 155.995 | -7,6 | 0,9 |
| Total | 18.189.334 | 17.697.102 | -2,7 | 100,0 |

Fuente: INE

Este descenso de viajeros que presentan los alojamientos turísticos en Andalucía se observa también a nivel nacional (-1,9%), así como en las principales Comunidades Autónomas turísticas, las cuales, a excepción de Canarias, registran un menor número de viajeros alojados en sus establecimientos reglados respecto al año 2007.

Viajeros alojados en alojamientos reglados. Distribución por CC.AA. turísticas. Tasa Variación 08/07.

| CC.AA. Turísticas | 2007 | 2008 | % var. | Cuota |
|-----------------------|--------------------|--------------------|-------------|--------------|
| Cataluña | 18.113.548 | 18.029.615 | -0,5 | 18,0 |
| Andalucía | 18.189.334 | 17.697.102 | -2,7 | 17,7 |
| Canarias | 11.627.479 | 11.650.913 | 0,2 | 11,6 |
| Madrid (comunidad de) | 9.913.278 | 9.776.557 | -1,4 | 9,8 |
| Baleares (illes) | 9.415.034 | 9.290.509 | -1,3 | 9,3 |
| Comunitat Valenciana | 9.419.262 | 8.840.092 | -6,1 | 8,8 |
| España | 102.137.316 | 100.235.440 | -1,9 | 100,0 |

Fuente: INE

El número de pernoctaciones registradas en los alojamientos reglados de Andalucía ha ascendido en 2008 a **54,2 millones de noches**, lo que supone el 14% del total de las registradas en España. Esta cifra se reparte casi proporcionalmente entre pernoctaciones realizadas por viajeros nacionales (52,7%) y los procedentes del extranjero (47,3%). Al igual que en la variable viajeros, la comparación con el año 2007 arroja resultados negativos en todas las tipologías de alojamiento, excepto en apartamentos, que ve incrementadas sus pernoctaciones en un 6,5%.

**Pernoctaciones registradas en alojamientos reglados de Andalucía.
Distribución por tipología. Año 2007 / Año 2008.**

| Tipología | 2007 | 2008 | % var. | Cuota |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------|--------------|
| Hoteles | 44.677.640 | 44.102.157 | -1,3 | 81,3 |
| Acampamentos | 3.904.202 | 3.702.247 | -5,2 | 6,8 |
| Apartamentos | 5.496.041 | 5.854.861 | 6,5 | 10,8 |
| Turismo Rural | 597.881 | 556.732 | -6,9 | 1,0 |
| Total | 54.675.764 | 54.215.997 | -0,8 | 100,0 |

Fuente: INE.

Las pernoctaciones en alojamientos reglados de España han descendido un -1,5% en 2007, fruto del decremento registrado en las principales CC.AA. turísticas. En este contexto, Andalucía se posiciona en cuarto lugar en el ranking, y presenta un descenso menor a la media (-0,8%).

Pernoctaciones en alojamientos reglados. Distribución por CC.AA. turísticas. Tasa Variación 08/07

| CC.AA. Turísticas | 2007 | 2008 | % var. | Cuota |
|-----------------------|--------------------|--------------------|-------------|--------------|
| Canarias | 85.887.740 | 85.206.834 | -0,8 | 22,7 |
| Cataluña | 63.399.741 | 62.997.538 | -0,6 | 16,8 |
| Balears (Illes) | 62.154.780 | 60.636.954 | -2,4 | 16,1 |
| Andalucía | 54.675.764 | 54.215.997 | -0,8 | 14,4 |
| Comunitat Valenciana | 39.787.173 | 38.063.615 | -4,3 | 10,1 |
| Madrid (Comunidad de) | 19.377.970 | 18.990.253 | -2,0 | 5,1 |
| España | 381.630.308 | 375.853.877 | -1,5 | 100,0 |

Fuente: INE.

El análisis desagregado por procedencia muestra un resultado dispar, ya que se observa un comportamiento positivo en las pernoctaciones extranjeras en todas las tipologías (exceptuando el ligero descenso de acampamentos), que no ha logrado compensar los descensos del turismo nacional.

Pernoctaciones en alojamientos reglados. Distribución por procedencia. Tasa Variación 08/07.

| Tipología | Nacionales | | Extranjeros | |
|---------------|-------------------|-------------|-------------------|------------|
| | 2008 | % var. | 2008 | % var. |
| Hoteles | 23.910.996 | -2,5 | 20.191.160 | 0,2 |
| Acampamentos | 2.225.964 | -8,1 | 1.476.283 | -0,3 |
| Apartamentos | 2.060.729 | -3,4 | 3.794.129 | 12,8 |
| Turismo Rural | 396.453 | -10,2 | 160.279 | 2,5 |
| Total | 28.594.142 | -3,1 | 25.621.851 | 1,9 |

Fuente: INE.

La estancia media registrada en los alojamientos reglados de Andalucía se ha situado en torno a los 3 días en 2008, lo que supone un ligero incremento respecto al año anterior. Este resultado es fruto del aumento en las estancias de todas las tipologías analizadas, destacando los apartamentos, que se sitúan muy por encima del resto y presenta el mayor aumento.

**Estancia media en alojamientos reglados de Andalucía.
Distribución por tipología. Año 2007 / Año 2008.**

| Tipología | 2007 | 2008 | diferencia |
|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Hoteles | 2,77 | 2,81 | 0,04 |
| Acampamentos | 3,91 | 3,98 | 0,06 |
| Apartamentos | 6,16 | 6,57 | 0,40 |
| Turismo Rural | 3,54 | 3,57 | 0,03 |
| Total | 3,01 | 3,06 | 0,06 |

Fuente: INE.

A nivel nacional, se puede observar cierto mantenimiento en la estancia media de los alojamientos reglados de las principales CC.AA. turísticas, situándose Canarias al frente de un ranking en el que Andalucía aparece en quinta posición, con una estancia 0,69 días por debajo de la media española.

Estancia media en alojamientos reglados. Distribución por CC.AA. turísticas. Diferencias 08/07.

| CC.AA Turísticas | 2007 | 2008 | % var. |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| Canarias | 7,39 | 7,31 | -0,07 |
| Balears (Illes) | 6,60 | 6,53 | -0,07 |
| Comunitat Valenciana | 4,22 | 4,31 | 0,08 |
| Cataluña | 3,50 | 3,49 | -0,01 |
| Andalucía | 3,01 | 3,06 | 0,06 |
| Madrid (Comunidad de) | 1,95 | 1,94 | -0,01 |
| España | 3,74 | 3,75 | 0,01 |

Fuente: INE.

El viajero extranjero presenta una estancia media superior en 1,2 días al nacional, aunque en el caso de apartamentos, esta diferencia se hace aún más apreciable.

Estancia media en alojamientos reglados. Distribución por tipología y procedencia. Diferencias 08/07.

| Tipología | Nacionales | | Extranjeros | |
|---------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| | 2008 | diferencia | 2008 | diferencia |
| Hoteles | 2,44 | -0,0 | 3,41 | 0,1 |
| Acampamentos | 3,56 | 0,0 | 4,83 | 0,1 |
| Apartamentos | 4,75 | 0,1 | 8,30 | 0,5 |
| Turismo Rural | 3,05 | -0,1 | 6,18 | 0,8 |
| Total | 2,60 | -0,0 | 3,82 | 0,2 |

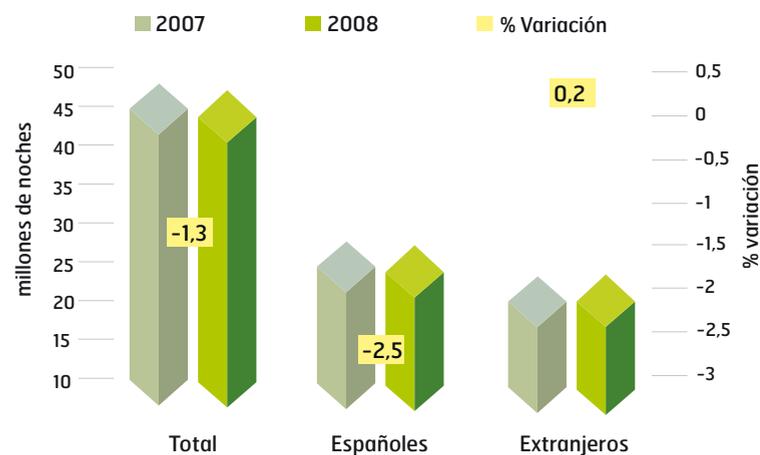
Fuente: INE.

3.2. Movimiento Hotelero En Andalucía.

Según el Instituto Nacional de Estadística, a través de la Encuesta de Ocupación Hotelera, Andalucía cierra el año 2008 con 15,7 millones de viajeros, que realizaron un total de 44,1 millones de pernoctaciones hoteleras, 575 mil menos que en 2007, lo que supone un descenso relativo del 1,3%.

Este resultado es fruto del comportamiento a la baja que ha presentado el turismo nacional. Respecto al año anterior, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado un total de 23,9 millones de pernoctaciones nacionales, lo que supone un descenso relativo del -2,5%, mientras que los extranjeros muestran un ligero crecimiento del 0,2%, con un total de 20,2 millones de noches.

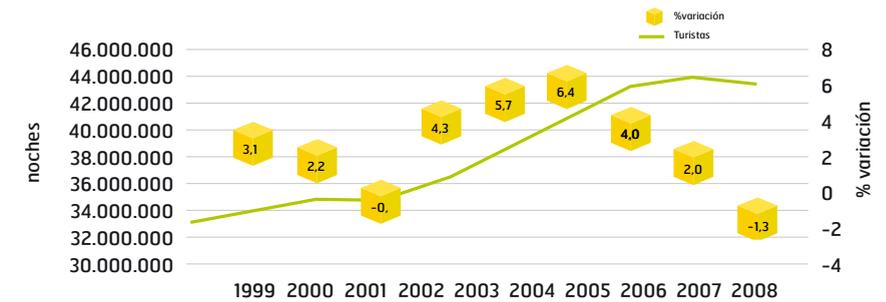
Pernoctaciones hoteleras en Andalucía. Total, españoles y extranjeros. Año 2008 y % variación.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Las cifras de 2008 suponen el primer descenso para Andalucía, después de cinco años consecutivos presentando tasas de variación positivas en lo que a pernoctaciones hoteleras se refiere, rompiendo así con la dinámica positiva iniciada en 2003⁷, tal y como se observa en el gráfico.

Evolución del movimiento hotelero en Andalucía (total pernoctaciones) Años 1999 – 2008. % variación.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Del total de pernoctaciones registradas en los hoteles andaluces, 12 millones fueron contratadas a través de touroperadores, lo que supone un descenso superior a 2,5 millones de noches respecto al año 2007. El porcentaje de pernoctaciones touroperadas se sitúa en el 27,2%, y continúa siendo bajo si lo comparamos con el que presentan las Comunidades insulares, de manera que Andalucía se sitúa en tercer lugar, por encima de Cataluña y Comunidad Valenciana, pero muy lejos de las dos primeras posiciones, ocupadas por Baleares y Canarias

⁷En 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.

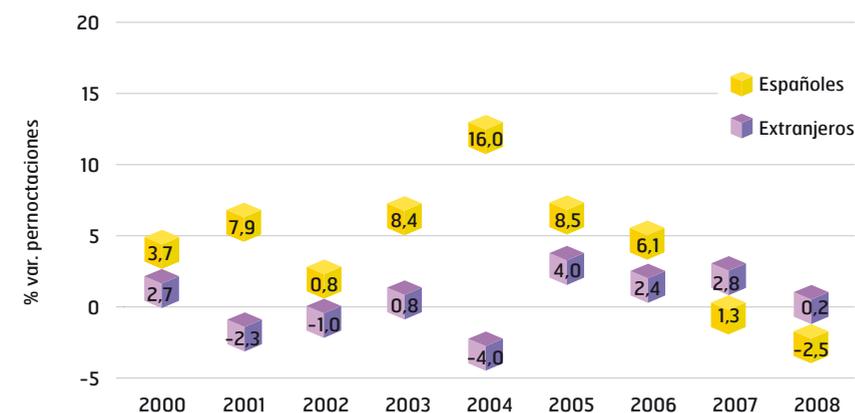
Pernoctaciones de touroperador en hoteles. Distribución por CC.AA. Año 2008. Millones de noches.

| Posición | CC.AA. | Pernoctaciones Totales | Pernoctaciones TT00 | % s/ total Pernoct. |
|----------|-----------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| 1 | Balears (Illes) | 49,7 | 35,7 | 71,8 |
| 2 | Canarias | 49,4 | 33,2 | 67,3 |
| 3 | Andalucía | 44,1 | 12,0 | 27,2 |
| 4 | Cataluña | 42,0 | 11,2 | 26,7 |
| 5 | Comunitat Valenciana | 24,5 | 6,2 | 25,5 |
| 6 | Madrid (Comunidad de) | 17,1 | 1,2 | 7,1 |
| - | TOTAL | 268,5 | 101,7 | 37,9 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Por mercados, se observa que la evolución presenta tendencias claramente diferenciadas. Mientras el mercado español presenta este año descenso por primera vez tras 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, aunque con mantenimiento en 2008.

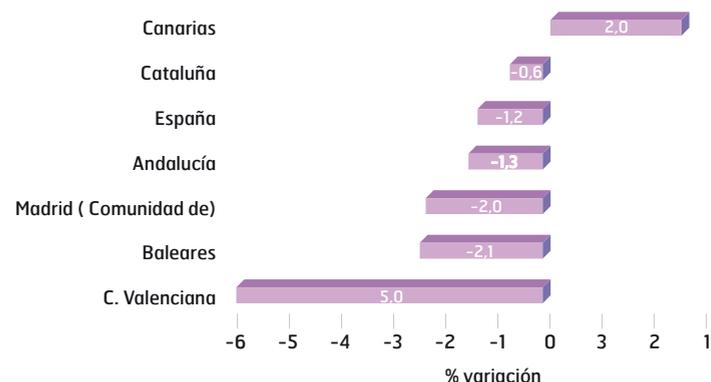
Evolución del movimiento hotelero en Andalucía. % variación pernoctaciones españolas y extranjeras. Años 2000 – 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

En 2008, las pernoctaciones hoteleras en España se han caracterizado por mostrar una tasa de variación anual negativa, muy similar a la registrada en Andalucía, concretamente se han producido un total de 268,5 millones de pernoctaciones lo que ha supuesto un 1,2% menos que en 2007. Estas cifras son resultado de los descensos registrados en las principales Comunidades Autónomas turísticas, exceptuando Canarias donde crecen un 2%.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Principales CC.AA. turísticas. % variación Año 2008 / Año 2007.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Esta situación en el total de pernoctaciones se observa igualmente en el turismo nacional para las principales Comunidades Autónomas turísticas. Así, se han registrado descensos en todas ellas, a excepción de Canarias, mientras que en Andalucía se ha situado ligeramente por debajo del descenso medio nacional, de manera que en 2008 los turistas nacionales han realizado en los hoteles andaluces un total de 23,9 millones de pernoctaciones, 613 mil menos que en el año anterior, lo que supone un descenso relativo del -2,5%, medio punto por debajo del registrado en el total de España.

Pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas españoles. España y principales CC.AA. turísticas. Año 2008.

| Pernoctaciones de Españoles | 2008 | % var. |
|-----------------------------|--------------------|-------------|
| Andalucía | 23.910.996 | -2,5 |
| C. Valenciana | 14.742.054 | -8,7 |
| Cataluña | 14.170.943 | -3,4 |
| Canarias | 10.500.512 | 1,3 |
| Madrid (Comunidad de) | 8.972.965 | -4,7 |
| Baleares (Illes) | 6.452.443 | -0,4 |
| España | 113.047.164 | -3,0 |

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 mantenimiento medio nacional, mientras que el resto de Comunidades turísticas crecen ligeramente (excepto Baleares).

Pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas extranjeros. España y principales CC.AA. turísticas. Año 2008.

| Pernoctaciones de Extranjeros | 2008 | % var. |
|-------------------------------|--------------------|------------|
| Baleares (Illes) | 43.217.106 | -2,3 |
| Canarias | 38.925.055 | 2,3 |
| Cataluña | 27.840.508 | 0,8 |
| Andalucía | 20.191.160 | 0,2 |
| C. Valenciana | 9.744.733 | 1,5 |
| Madrid (Comunidad de) | 8.158.418 | 1,1 |
| España | 155.444.606 | 0,2 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Pese al descenso que presenta el turismo español en Andalucía, en 2008 se ha mantenido 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 o en extranjeros.

Ranking por Comunidades Autónomas en el movimiento hotelero español. Total, españoles y extranjeros. Año 2008.

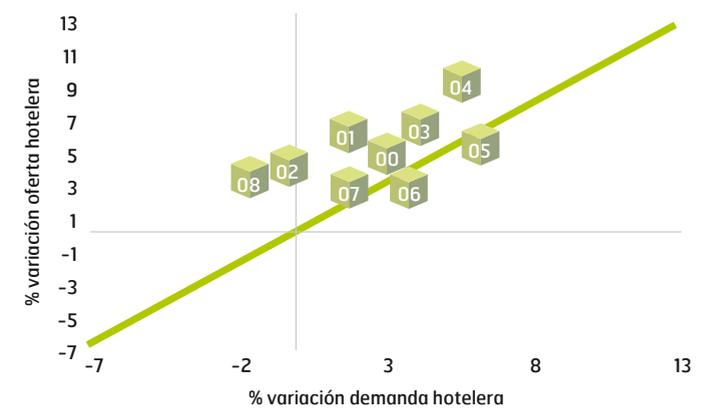
| Ranking | Total | Espanoles | Extranjeros |
|---------|------------------|------------------|------------------|
| 1 | Baleares | Andalucía | Baleares |
| | 18,50% | 21,15% | 27,80% |
| 2 | Canarias | C. Valenciana | Canarias |
| | 18,41% | 13,04% | 25,04% |
| 3 | Andalucía | Cataluña | Cataluña |
| | 16,43% | 12,54% | 17,91% |
| 4 | Cataluña | Canarias | Andalucía |
| | 15,65% | 9,29% | 12,99% |
| 5 | C. Valenciana | Madrid | C. Valenciana |
| | 9,12% | 7,94% | 6,27% |
| 6 | Madrid | Baleares | Madrid |
| | 6,38% | 5,71% | 5,25% |

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 2008 se han ofertado 8.697 plazas más que en la misma temporada del año anterior, un incremento relativo del 3,8%, ligeramente superior al que se registró en 2007.

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. 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 aún más debido al carácter estacional y cíclico del turismo.

Ajuste entre la oferta y la demanda hotelera en Andalucía. Año 2000 – 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

En el año 2008, las pernoctaciones hoteleras han descendido ligeramente (-1,3%), mientras que la oferta de plazas ha crecido un 3,8%. Este movimiento de ambas variables en sentido contrapuesto se refleja gráficamente en un desajuste, situándose en una posición similar a la del año 2002, en lo que se produjo el último comportamiento negativo de las pernoctaciones hoteleras en Andalucía. Este diferencial en favor de la oferta de plazas se traduce en un descenso en la tasa de ocupación hotelera.

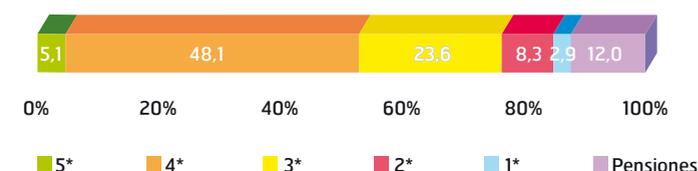
Pernoctaciones, plazas y grado de ocupación en establecimientos hoteleros andaluces. Año 2008.

| Andalucía | Pernoctaciones | Plazas | Grado de Ocupación (%) |
|-----------|----------------|---------|------------------------|
| 2007 | 44.102.157 | 240.510 | 49,23 |
| Variación | -1,3% | 3,8% | -2,6 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 53,1% del total de plazas hoteleras disponibles en la Comunidad andaluza.

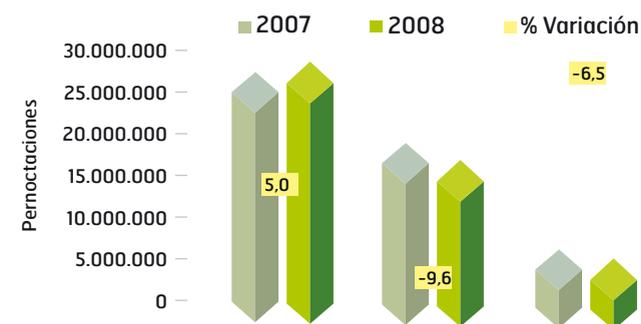
Distribución de las plazas hoteleras según categorías. Andalucía. Año 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Cabe destacar los buenos resultados que presentan los hoteles de categoría alta en el 2008. Concretamente el número de pernoctaciones en estos establecimientos supone el 58% del total y muestran un crecimiento del 5% respecto al año anterior, destacando sobre el resto de categorías hoteleras, tal y como se muestra en el gráfico.

Pernoctaciones en los establecimientos hoteleros andaluces por categorías. Años 2007, 2008 y % de variación.

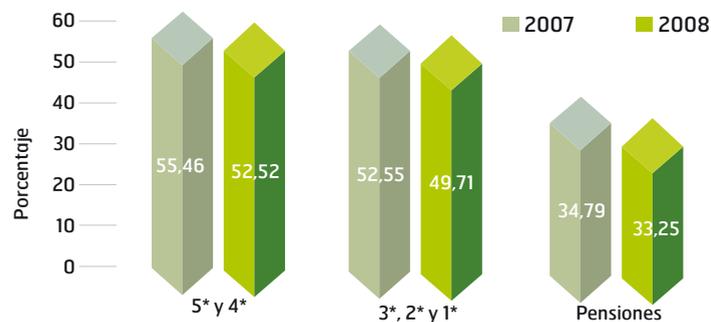


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

La mayor demanda de hoteles de alta categoría se ha visto reflejada en una mayor creación de plazas. Para el año 2008 se han ofrecido 8.830 nuevas plazas de cinco o cuatro estrellas, lo que supone en términos relativos un crecimiento del +7,4%, mientras que el resto de las categorías hoteleras crece ligeramente (+0,7%) y descienden un -2,5% las plazas en pensiones.

El grado de ocupación presenta un descenso en 2008 en todas las categorías, motivado por la mejor evolución de las plazas hoteleras que de la variable pernoctaciones. Tanto las categorías más altas como las media-bajas presentan una tasa de ocupación 3 puntos por debajo de la observada en 2007, mientras que las pensiones descienden 1,5 puntos.

Grado de ocupación (%) en los establecimientos hoteleros andaluces según categorías. Año 2007 y 2008.



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 Gini⁸ en 2008. A este aumento en la **estacionalidad** contribuye en mayor medida el turista nacional, que sigue siendo más estacional que el turista extranjero en Andalucía.

⁸El 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.

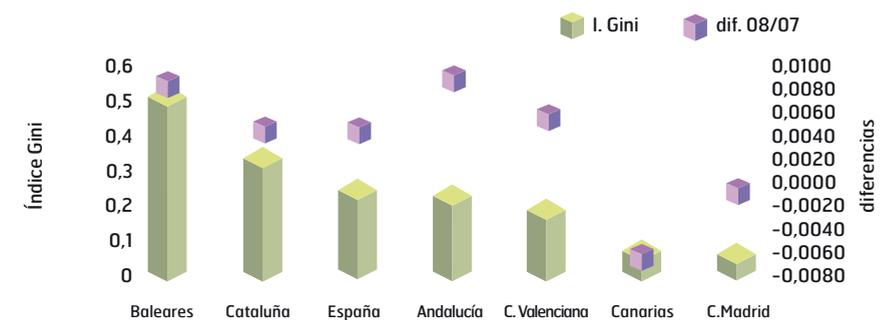
Estacionalidad del turismo hotelero en Andalucía. Índice de Gini 2008 / 2007. Total turistas, españoles y extranjeros.

| | ANDALUCÍA | | |
|------------|-----------|-----------|-------------|
| | Total | Españoles | Extranjeros |
| Año 2008 | 0,2134 | 0,2328 | 0,2028 |
| DIFERENCIA | 0,0067 | 0,0130 | 0,0073 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Dentro del conjunto del movimiento hotelero español, algunas Comunidades Autónomas turísticas, como Canarias y Madrid, presentan en 2008 ligeros descensos en la estacionalidad, tal y como se observa en el siguiente gráfico, donde se muestra también 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 2008 y diferencias 2008/2007.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

3.3. Movimiento hotelero de los principales mercados emisores hacia Andalucía

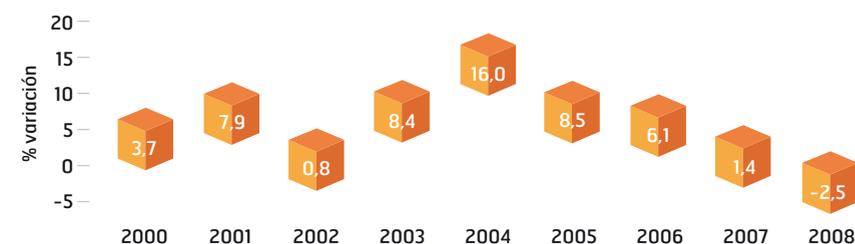
Los viajeros procedentes de España, Alemania y el Reino Unido realizaron conjuntamente el 78% del total de pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía en 2008, clara muestra de la importancia de estos mercados para el movimiento hotelero de la Comunidad. Por separado, el turismo hotelero nacional representa el 54% del total, mientras que británicos y alemanes concentran el 52% de las pernoctaciones extranjeras registradas en 2008. Así, el siguiente apartado recoge un análisis de las principales variables de estos mercados, así como de su evolución en los últimos años.

3.3.1. Movimiento hotelero del mercado español en Andalucía

La Encuesta de Ocupación Hotelera cuantifica en 9,8 millones los viajeros españoles que durante 2008 se alojaron en establecimientos hoteleros andaluces, 225 mil menos que en el año anterior, que realizaron un total de **23,9 millones de pernoctaciones**, 613 mil menos que en 2007, lo que supone un descenso relativo del -2,5%.

Esta caída supone romper con la tendencia positiva registrada en los últimos años en los hoteles andaluces, en lo que al número de pernoctaciones nacionales se refiere, que venía 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 – 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

En torno a la mitad de los turistas españoles que pernoctaron en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2008 procedían de la propia Comunidad, seguidos a gran distancia de los madrileños, que representan el 17,8% de los viajeros nacionales que pernoctaron en 2008 en hoteles de Andalucía.

La siguiente tabla muestra también como el número de pernoctaciones procedentes de los principales emisores nacionales para la Comunidad han descendido respecto al año anterior, observándose no obstante, incrementos en otras CC.AA con menos peso, como Castilla y León, Extremadura, o País Vasco.

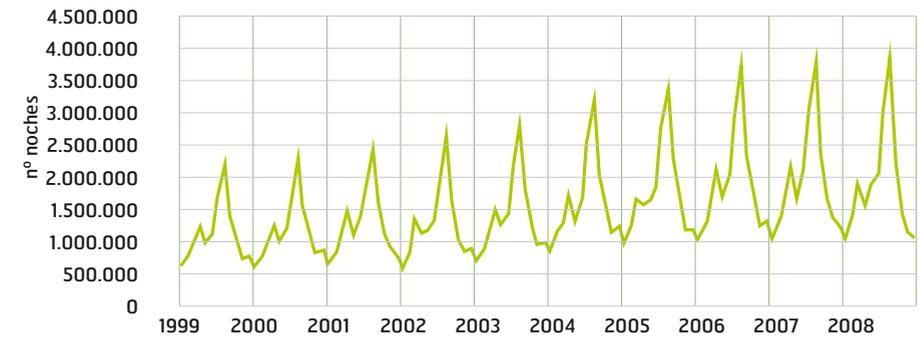
Pernoctaciones nacionales registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según CCAA de procedencia. Año 2008.

| CCAA Origen | Millones Pernoctaciones | % variación | CUOTA |
|----------------------|-------------------------|-------------|--------|
| Andalucía | 11,53 | -1,8% | 48,2% |
| Madrid (Comunidad) | 4,25 | -4,4% | 17,8% |
| Cataluña | 1,57 | -7,9% | 6,6% |
| Comunitat Valenciana | 1,14 | -1,4% | 4,8% |
| Castilla y León | 0,78 | 4,2% | 3,3% |
| Castilla- La Mancha | 0,72 | -11,2% | 3,0% |
| Extremadura | 0,70 | 3,0% | 2,9% |
| País Vasco | 0,59 | 2,1% | 2,5% |
| Murcia (Región) | 0,59 | 1,8% | 2,5% |
| Galicia | 0,42 | 6,3% | 1,7% |
| Otras CCAA | 1,62 | 4,5% | 6,8% |
| Españoles | 23,91 | -2,5% | 100,0% |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

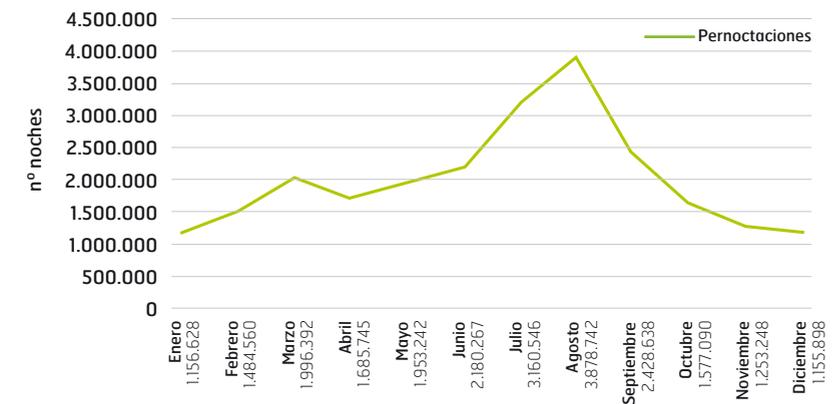
Las pernoctaciones de turistas españoles se concentran, principalmente, en los meses de verano, concretamente entre julio y septiembre se suelen registrar un 40% de las pernoctaciones realizadas en el año. En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo que se caracteriza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

Número de pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 – 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Número de pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2008.



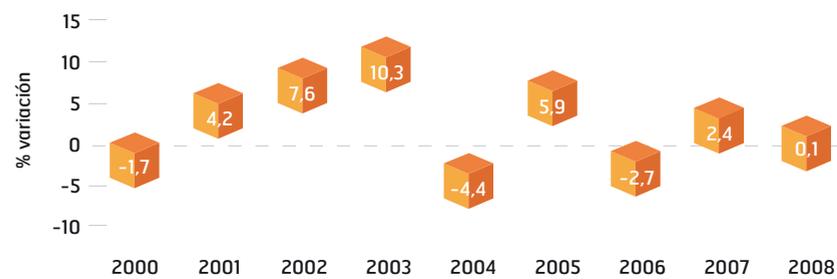
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

3.3.2. Movimiento hotelero del mercado británico en Andalucía

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, durante 2008 se alojaron en establecimientos hoteleros 1,340 millones de viajeros británicos, lo que ha supuesto un descenso en términos relativos del -2,4%. En cuanto al número de pernoctaciones, éstas ascendieron a 6,326 millones de noches, registrándose un mantenimiento respecto al año anterior.

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, cerrándose con un comportamiento estable en 2008.

% Variación pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2000 - 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Algo más del 31% de las pernoctaciones de turistas extranjeros en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2008 procedían del Reino Unido, presentándose año a año como el país extranjero que más pernoctaciones aporta. Además, cabe señalar que el 15,2% del total de pernoctaciones británicas que se han registrado en establecimientos hoteleros españoles en 2008 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 2008, en la que destacan los crecimientos en las pernoctaciones procedentes de Alemania, Francia y Países Bajos.

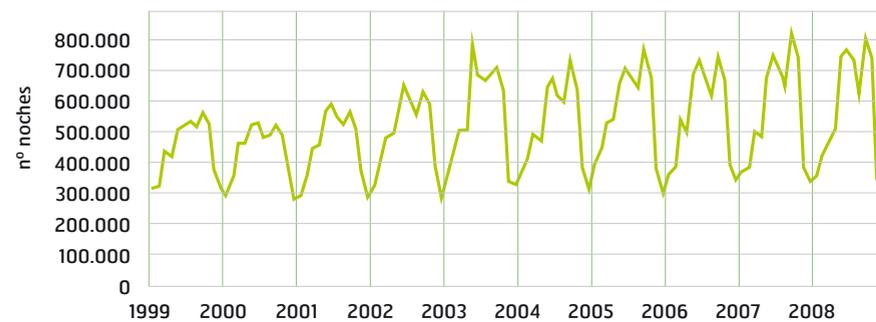
Pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según país de procedencia. Millones de noches. Año 2008.

| País de Origen | Millones Pernoctaciones | % variación | CUOTA |
|----------------|-------------------------|-------------|--------|
| Reino Unido | 6,3 | 0,1% | 31,3% |
| Alemania | 4,2 | 4,2% | 20,8% |
| Francia | 1,4 | 2,7% | 7,1% |
| Italia | 0,9 | -1,3% | 4,6% |
| Bélgica | 0,8 | 0,8% | 4,2% |
| Países Bajos | 0,8 | 6,6% | 4,2% |
| Estados Unidos | 0,7 | -14,0% | 3,3% |
| Irlanda | 0,6 | -2,6% | 2,9% |
| Otros Países | 4,4 | -2,1% | 21,6% |
| Extranjeros | 20,2 | 0,2% | 100,0% |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

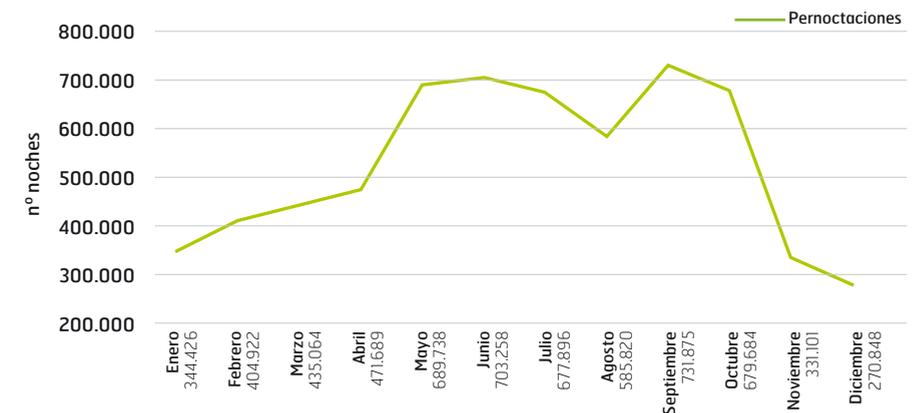
Como viene siendo habitual, el mayor número de pernoctaciones de turistas británicos se produce, principalmente, en los meses de junio y septiembre. En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo que se caracteriza por la concentración de las pernoctaciones en los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

Número de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 - 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Número de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2008.



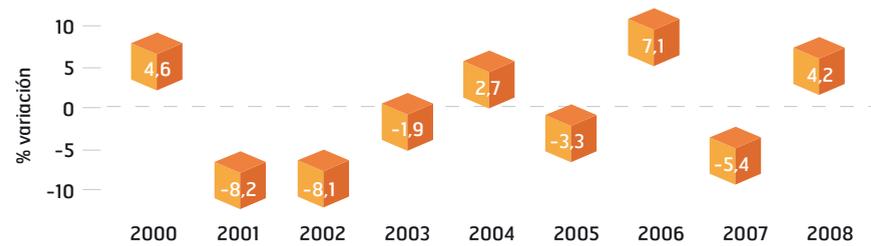
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

3.3.3. Movimiento hotelero del mercado alemán en Andalucía

A partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) para el año 2008, se cifran en 895 mil los viajeros alemanes que realizaron un total de 4,2 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía, lo que supone un incremento del 4,2% respecto a las cifras registradas en el año anterior, con 170 mil noches más.

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 - 2008.

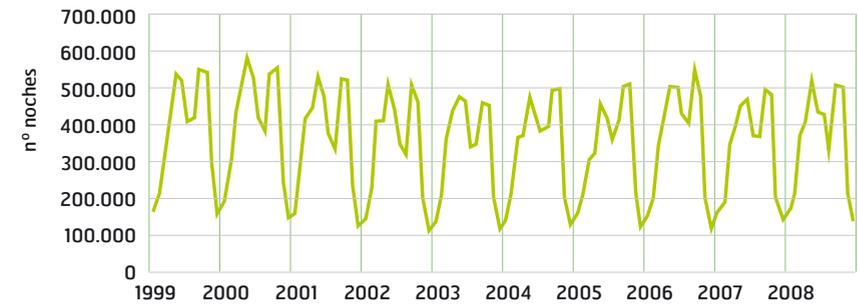


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

El 20,8% 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 9,4% de las pernoctaciones hoteleras que realizan los turistas alemanes en España.

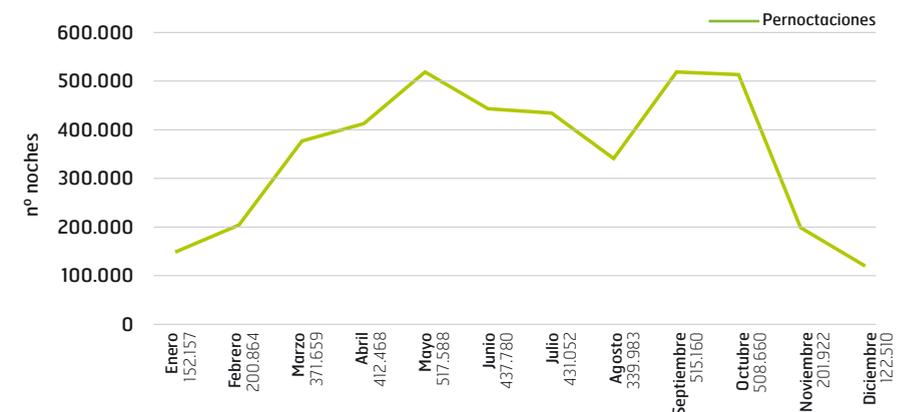
En la distribución de las pernoctaciones de turistas alemanes a lo largo del año, se observa una concentración mayor en los meses de mayo, septiembre y octubre, tal y como se observa en el gráfico, en el que se aprecia también un comportamiento uniforme en el tiempo caracterizado por la mayor afluencia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

Número de pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 - 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Número de pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

3.4. Movimiento hotelero en las provincias andaluzas

Movimiento hotelero en la provincia de Almería

Durante 2008, los establecimientos hoteleros almerienses han registrado algo menos de 4,9 millones de **pernoctaciones**, lo que en términos relativos supone un mantenimiento respecto al año pasado (-0,2%). Esta situación se debe principalmente al comportamiento negativo del mercado extranjero en esta provincia, que ha registrado un descenso del -7,3%, contrarrestado por el crecimiento del 2,3% experimentado por las noches españolas.

Almería registra como viene siendo habitual en los últimos años, la **estancia media** más alta de Andalucía (3,8 días), y cabe destacar que la permanencia del turista extranjero supera en dos días a la del turista español, alcanzando los 5,4 días. En cuanto al **empleo hotelero**, se ha cerrado el año en la provincia de Almería con una media de 2.951 personas empleadas, lo que supone un mantenimiento respecto a las cifras de 2007.

En 2008 se **han ocupado** el 45,6% de las plazas ofertadas en la provincia, situándose -1,6 puntos por debajo de la registrada en 2007, hecho debido a que el mantenimiento en el número de pernoctaciones ha venido acompañado de un crecimiento en las plazas ofertadas del 2,7%.

Principales cifras del movimiento hotelero en Almería. Año 2008.

| ALMERIA | Año 2008 | % variación | Diferencias |
|------------------------------------|------------------|-------------|----------------|
| Viajeros alojados | | | |
| Españoles | 1.054.758 | 0,4 | 3.836 |
| Extranjeros | 218.922 | -8,4 | -19.980 |
| Total | 1.273.680 | -1,3 | -16.144 |
| Pernoctaciones | | | |
| Españoles | 3.674.775 | 2,3 | 84.335 |
| Extranjeros | 1.191.443 | -7,3 | -93.582 |
| Total | 4.866.218 | -0,2 | -9.247 |
| Estancia Media | | | |
| Españoles | 3,48 | -- | 0,07 |
| Extranjeros | 5,44 | -- | 0,06 |
| Total | 3,82 | -- | 0,04 |
| Cuota (Pern.Andalucía=100%) | | | |
| Españoles | 15,37 | -- | 0,73 |
| Extranjeros | 5,90 | -- | -0,48 |
| Total | 11,03 | -- | 0,12 |
| Empleo | 2.951 | 0,3 | 9,8 |
| Grado de ocupación | 45,61 | -- | -1,6 |

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 cerrado el año 2008 con un total de 6,8 millones de **pernoctaciones**, 347 mil noches menos, o un descenso en términos relativos de -4,8% respecto al año 2007. Esta situación es fruto del comportamiento a la baja tanto del mercado nacional como del extranjero.

Estos resultados se han visto reflejados en la participación del movimiento hotelero gaditano en el total andaluz en 2008 (15,4%), perdiendo algo más de medio punto respecto a la **cuota de participación** registrada en 2007.

Los establecimientos hoteleros gaditanos han empleado por término medio 6.248 personas en 2008, un descenso del -12,9% respecto al año anterior. Asimismo, muestran un **grado de ocupación** del 46,1%, casi 3 puntos por debajo del registrado en la provincia durante el año 2007, ya que las plazas han aumentado un 1%.

Principales cifras del movimiento hotelero en Cádiz. Año 2008.

| CÁDIZ | Año 2008 | % variación | Diferencias |
|------------------------------------|------------------|--------------|-----------------|
| Viajeros alojados | | | |
| Españoles | 1.699.300 | -5,6 | -99.950 |
| Extranjeros | 737.409 | -8,5 | -68.721 |
| Total | 2.436.709 | -6,5 | -168.671 |
| Pernoctaciones | | | |
| Españoles | 4.223.671 | -5,6 | -249.677 |
| Extranjeros | 2.583.049 | -3,6 | -97.237 |
| Total | 6.806.720 | -4,8 | -346.914 |
| Estancia Media | | | |
| Españoles | 2,49 | -- | 0,00 |
| Extranjeros | 3,50 | -- | 0,18 |
| Total | 2,79 | -- | 0,05 |
| Cuota (Pern.Andalucía=100%) | | | |
| Españoles | 17,66 | -- | -0,58 |
| Extranjeros | 12,79 | -- | -0,51 |
| Total | 15,43 | -- | -0,58 |
| Empleo | 6.248 | -12,9 | -922,8 |
| Grado de ocupación | 46,12 | -- | -2,8 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Movimiento hotelero en la provincia de Córdoba

Los establecimientos hoteleros de la provincia cordobesa han registrado un total de 1,546 millones de **pernoctaciones**, 43 mil menos que en 2007, lo que supone un descenso del -2,7% en términos relativos. Este resultado se deriva de un comportamiento negativo del turismo nacional (-4,8%) que no ha podido ser compensado por las cifras positivas del segmento extranjero en esta provincia (2,1%).

La **cuota de participación** del movimiento hotelero de Córdoba representa el 3,5% del total de Andalucía en el año 2008, no ofreciendo variación significativa cuando se la compara con el año anterior.

Para el año 2008, 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 2008 con un porcentaje del 44,8%, situándose 2,3 puntos por debajo de la ocupación registrada en 2007, ya que al descenso de pernoctaciones se le une un crecimiento de las plazas ofertadas del 2,3%.

Principales cifras del movimiento hotelero en Córdoba. Año 2008.

| CORDOBA | Año 2008 | % variación | Diferencias |
|------------------------------------|------------------|-------------|----------------|
| Viajeros alojados | | | |
| Españoles | 617.370 | -6,9 | -46.039 |
| Extranjeros | 328.517 | -1,6 | -5.492 |
| Total | 945.887 | -5,2 | -51.531 |
| Pernoctaciones | | | |
| Españoles | 1.045.601 | -4,8 | -53.168 |
| Extranjeros | 501.025 | 2,1 | 10.167 |
| Total | 1.546.626 | -2,7 | -43.001 |
| Estancia Media | | | |
| Españoles | 1,69 | -- | 0,04 |
| Extranjeros | 1,53 | -- | 0,06 |
| Total | 1,64 | -- | 0,04 |
| Cuota (Pern.Andalucía=100%) | | | |
| Españoles | 4,37 | -- | -0,11 |
| Extranjeros | 2,48 | -- | 0,05 |
| Total | 3,51 | -- | -0,05 |
| Empleo | 1.301 | 1,0 | 12,3 |
| Grado de ocupación | 44,76 | -- | -2,3 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Movimiento hotelero en la provincia de Granada

Durante 2008, los hoteles y pensiones de Granada han registrado un total de 4,8 millones de **pernoctaciones**, lo que supone un descenso del -4,3% respecto al año pasado, y en el que ambos mercados (nacional y extranjero) han contribuido a este resultado, con decrementos del -4,7% y -3,5% respectivamente.

El movimiento hotelero granadino del año 2008 ha supuesto el 10,8% del total de Andalucía, siendo este porcentaje inferior (-0,3 puntos) al registrado el año pasado, debido al descenso de la **cuota de participación** tanto de nacionales como de extranjeros.

La permanencia de los turistas en los hoteles y pensiones de Granada se ha situado en 2,1 días en 2008, prácticamente no ha variado respecto al año anterior, siendo la **estancia media** de los turistas españoles muy similar a la del turista extranjero.

Por lo que respecta al **empleo** hotelero, es destacable que el registrado en 2008 ha sido ligeramente superior al del año anterior, mostrando un crecimiento anual del 0,6%, con una media de 3.651 personas empleadas.

Un crecimiento del 3,6% en el número de plazas ofertadas en los establecimientos hoteleros granadinos, acompañado por un descenso de las pernoctaciones registradas durante el año 2008, ha provocado una caída en el **grado de ocupación** (-4 puntos) y se ha situado en el cierre del año en un 48,2%.

Principales cifras del movimiento hotelero en Granada. Año 2008.

| GRANADA | Año 2008 | % variación | Diferencias |
|------------------------------------|------------------|-------------|-----------------|
| Viajeros alojados | | | |
| Españoles | 1.389.859 | 0,0 | 571 |
| Extranjeros | 869.202 | -4,2 | -38.332 |
| Total | 2.259.061 | -1,6 | -37.761 |
| Pernoctaciones | | | |
| Españoles | 2.943.244 | -4,7 | -146.255 |
| Extranjeros | 1.828.292 | -3,5 | -67.063 |
| Total | 4.771.536 | -4,3 | -213.318 |
| Estancia Media | | | |
| Españoles | 2,12 | -- | -0,11 |
| Extranjeros | 2,10 | -- | 0,01 |
| Total | 2,11 | -- | -0,06 |
| Cuota (Pern.Andalucía=100%) | | | |
| Españoles | 12,31 | -- | -0,29 |
| Extranjeros | 9,05 | -- | -0,35 |
| Total | 10,82 | -- | -0,34 |
| Empleo | 3.651 | 0,6 | 22,6 |
| Grado de ocupación | 48,20 | -- | -4,0 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Movimiento hotelero en la provincia de Huelva

En 2008 se han registrado 3,6 millones de **pernoctaciones**, lo que supone un crecimiento en términos relativos del 1,9%, gracias al buen comportamiento que ha mostrado el mercado extranjero que con un crecimiento del 11% ha logrado compensar el descenso de las pernoctaciones nacionales en esta provincia.

Para el año 2008, **la cuota de participación** del movimiento hotelero onubense en el total andaluz ha crecido ligeramente respecto al año 2007, y se sitúa en un 8,2%, debido sobre todo al comportamiento del mercado extranjero, que ha ganado medio punto de cuota.

La variable **empleo** arroja en el año 2008 unos resultados igualmente positivos, registrando una media de 2.399 personas empleadas, lo que supone un aumento del 1,9% respecto al año anterior. En 2008 la **ocupación** en los establecimientos hoteleros de la provincia de Huelva ha descendido tres puntos y se ha situado en un 47,8%.

Principales cifras del movimiento hotelero en Huelva. Año 2008.

| HUELVA | Año 2008 | % variación | Diferencias |
|------------------------------------|------------------|-------------|---------------|
| Viajeros alojados | | | |
| Españoles | 895.003 | 2,7 | 23.479 |
| Extranjeros | 211.790 | 8,3 | 16.302 |
| Total | 1.106.793 | 3,7 | 39.781 |
| Pernoctaciones | | | |
| Españoles | 2.553.259 | -1,5 | -38.257 |
| Extranjeros | 1.053.962 | 11,0 | 104.277 |
| Total | 3.607.221 | 1,9 | 66.020 |
| Estancia Media | | | |
| Españoles | 2,85 | -- | -0,12 |
| Extranjeros | 4,98 | -- | 0,12 |
| Total | 3,26 | -- | -0,06 |
| Cuota (Pern.Andalucía=100%) | | | |
| Españoles | 10,68 | -- | 0,11 |
| Extranjeros | 5,22 | -- | 0,51 |
| Total | 8,18 | -- | 0,25 |
| Empleo | 2.399 | 1,9 | 44,8 |
| Grado de ocupación | 47,79 | -- | -3,1 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Movimiento hotelero en la provincia de Jaén

El número de **pernoctaciones** en los establecimientos hoteleros jiennenses se ha cifrado en 926 mil pernoctaciones en 2008, lo que supone un descenso anual en términos relativos del -13,1%. Esta circunstancia es fruto del comportamiento a la baja de ambos mercados (-12,2% nacional y -20,4% extranjero).

Asimismo, la **cuota de participación** de la provincia en el total de pernoctaciones andaluzas se ha cifrado en un 2,1% para 2008, siendo mucho más relevante la participación del mercado nacional que la del extranjero.

En 2008, 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 1.292 personas se han **empleado** en los hoteles y pensiones de la provincia en 2008, un 10% más respecto al año anterior, mostrándose por segundo año consecutivo como la provincia donde más creció el empleo hotelero. La provincia jiennense registra un descenso de 4,4 puntos en el **grado de ocupación**, ya que han sido ocupadas el 29,7% de las plazas ofertadas.

Principales cifras del movimiento hotelero en Jaén. Año 2008.

| JAEN | Año 2008 | % variación | Diferencias |
|------------------------------------|----------|-------------|-------------|
| Viajeros alojados | | | |
| Españoles | 470.181 | -13,5 | -73.496 |
| Extranjeros | 64.594 | -17,2 | -13.461 |
| Total | 534.775 | -14,0 | -86.957 |
| Pernoctaciones | | | |
| Españoles | 830.649 | -12,2 | -114.955 |
| Extranjeros | 95.546 | -20,4 | -24.550 |
| Total | 926.195 | -13,1 | -139.505 |
| Estancia Media | | | |
| Españoles | 1,77 | -- | 0,03 |
| Extranjeros | 1,48 | -- | -0,06 |
| Total | 1,73 | -- | 0,02 |
| Cuota (Pern.Andalucía=100%) | | | |
| Españoles | 3,47 | -- | -0,38 |
| Extranjeros | 0,47 | -- | -0,12 |
| Total | 2,10 | -- | -0,29 |
| Empleo | 1.292 | 10,0 | 117,3 |
| Grado de ocupación | 29,67 | -- | -4,4 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Movimiento hotelero en la provincia de Málaga.

En 2008, el movimiento hotelero de la provincia malagueña arroja datos positivos. Así, los establecimientos hoteleros malagueños registran la cifra de 17,3 millones de **pernoctaciones**, 368 mil más que en el año 2007. Este resultado se debe sobre todo al buen comportamiento del mercado extranjero, cuyas pernoctaciones han crecido a un mayor ritmo que las nacionales.

La permanencia de los turistas en los hoteles y pensiones de Málaga se ha situado en 3,6 días, presentando cierto mantenimiento respecto a la cifra estimada en 2007, siendo superior en un día y medio la **estancia media** del turista extranjero a la del español.

La variable **empleo** también se mantiene en los mismos niveles registrados en el año anterior. Así, los hoteles y pensiones malagueñas han empleado en 2008 a una media de 14.056 personas, 33 más que en el año 2007.

Cabe destacar el **grado ocupación** alcanzado en la provincia malagueña (55,8%) en 2008, al ser el más elevado de todas las provincias andaluzas, superando ampliamente la media andaluza (49,2%), a pesar de mostrar un descenso de 2,3 puntos respecto al año 2007, debido principalmente al crecimiento de la oferta de plazas (6,5%).

Principales cifras del movimiento hotelero en Málaga. Año 2008.

| MÁLAGA | Año 2008 | % variación | Diferencias |
|------------------------------------|-------------------|-------------|----------------|
| Viajeros alojados | | | |
| Españoles | 2.393.115 | 2,3 | 53.964 |
| Extranjeros | 2.482.824 | -0,1 | -2.849 |
| Total | 4.875.939 | 1,1 | 51.115 |
| Pernoctaciones | | | |
| Españoles | 6.402.659 | 1,1 | 66.851 |
| Extranjeros | 10.948.176 | 2,8 | 301.498 |
| Total | 17.350.835 | 2,2 | 368.349 |
| Estancia Media | | | |
| Españoles | 2,68 | -- | -0,03 |
| Extranjeros | 4,41 | -- | 0,13 |
| Total | 3,56 | -- | 0,04 |
| Cuota (Pern.Andalucía=100%) | | | |
| Españoles | 26,78 | -- | 0,94 |
| Extranjeros | 54,22 | -- | 1,40 |
| Total | 39,34 | -- | 1,33 |
| Empleo | 14.056 | 0,2 | 33,3 |
| Grado de ocupación | 55,83 | -- | -2,3 |

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 2008 se ha cerrado con 4,2 millones de **pernoctaciones** registradas, un descenso relativo del -5,7%, derivado del comportamiento bajista observado tanto en el mercado nacional como en el extranjero.

La provincia Sevillana ha captado en este año el 9,6% del total de pernoctaciones hoteleras andaluzas, **cuota** inferior en medio punto a la registrada en 2007.

La **estancia media** en los hoteles y pensiones de Sevilla en 2008 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 3.772 personas empleadas, cifra inferior en un -3,8% a la registrada en 2007. Por otro lado, el **grado de ocupación** de los establecimientos hoteleros de Sevilla se ha situado en un 46,7%, lo que supone un decremento de 2,8 puntos respecto a 2007, debido a que el descenso de pernoctaciones ha sido muy superior al de plazas (-5,7% y -0,3% respectivamente).

Principales cifras del movimiento hotelero en Sevilla. Año 2008.

| SEVILLA | Año 2008 | % variación | Diferencias |
|------------------------------------|------------------|-------------|-----------------|
| Viajeros alojados | | | |
| Españoles | 1.282.574 | -6,3 | -86.898 |
| Extranjeros | 1.003.283 | -5,3 | -55.850 |
| Total | 2.285.857 | -5,9 | -142.748 |
| Pernoctaciones | | | |
| Españoles | 2.237.145 | -6,7 | -161.738 |
| Extranjeros | 1.989.669 | -4,6 | -96.113 |
| Total | 4.226.814 | -5,7 | -257.851 |
| Estancia Media | | | |
| Españoles | 1,74 | -- | -0,01 |
| Extranjeros | 1,98 | -- | 0,01 |
| Total | 1,85 | -- | 0,00 |
| Cuota (Pern.Andalucía=100%) | | | |
| Españoles | 9,36 | -- | -0,43 |
| Extranjeros | 9,85 | -- | -0,50 |
| Total | 9,58 | -- | -0,45 |
| Empleo | 3.772 | -3,8 | -149,0 |
| Grado de ocupación | 46,68 | -- | -2,8 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

3.5. 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).

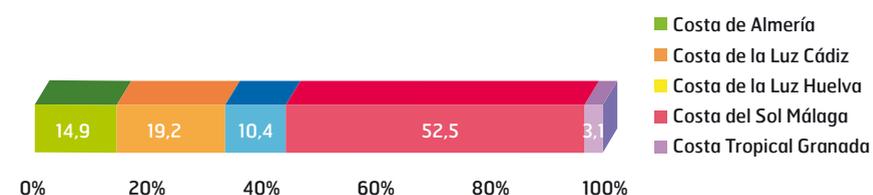
- *Costa del Sol* (Manilva, Estepona, Marbella, Mijas, Fuengirola, Benalmádena, Torremolinos, Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga, Algarrobo, Torrox, Nerja, Málaga).

- *Costa Tropical* (Almuñecar, Itrabo, Salobreña, Motril, Sorvilán, Gualchos, Lújar, Polopos, Albuñol).

En el año 2008, las costas andaluzas captan el 70,8% de las pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía, lo que refleja la importancia de estas áreas en cuanto a concentración turística. Además, se observa un incremento de 1,3 puntos en esta cuota con respecto al registrado el año anterior.

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 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

En 2008, se han registrado un total de 31,2 millones de pernoctaciones en el litoral andaluz y esto supone un ligero incremento del 0,6% respecto al año 2007, derivado del crecimiento que presentan en este año la Costa del Sol y la Costa de la Luz de Huelva, que ha compensado los descensos observados en el resto.

**Pernoctaciones en establecimientos hoteleros.
Distribución por costas andaluzas**

| Costas Andaluzas | Año 2008 | % variación |
|--------------------------------|-------------------|-------------|
| Costa de Almería | 4.642.398 | -0,6 |
| Costa de la Luz de Cadiz | 5.982.656 | -3,4 |
| Costa Tropical | 934.941 | -6,3 |
| Costa de la Luz de Huelva | 3.248.714 | 0,8 |
| Costa del Sol | 16.400.213 | 2,9 |
| Total Litoral Andalucía | 31.208.922 | 0,6 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

En 2008 el turismo nacional ha presentado, en el conjunto del litoral andaluz, unos resultados más discretos, aunque cabe destacar los incrementos registrados en la Costa de Almería y en la Costa del Sol. Por su parte, el turismo extranjero ha contribuido decisivamente en las buenas cifras que presenta el litoral andaluz en 2008, sobre todo en la Costa del Sol y en la Costa de la Luz de Huelva, tal y como se observa en la tabla.

**Pernoctaciones en establecimientos hoteleros.
Distribución por procedencia.**

| Costas Andalucía | Españolas 08 | % variación 08/07 | Extranjeras 08 | % variación 08/07 |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Costa de Almería | 3.478.014 | 2,1 | 1.164.384 | -7,6 |
| Costa de la Luz de Cadiz | 3.719.686 | -3,1 | 2.262.970 | -3,8 |
| Costa Tropical | 574.178 | -8,3 | 360.763 | -2,9 |
| Costa de la Luz de Huelva | 2.245.846 | -2,8 | 1.002.868 | 9,9 |
| Costa del Sol | 5.900.861 | 2,3 | 10.499.352 | 3,3 |
| Total Litoral Andalucía | 15.918.585 | -0,2 | 15.290.337 | 1,5 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Otra variable como es la **estancia media** presenta un comportamiento estable respecto al año anterior, situándose en 3,6 días.

**Estancia media en establecimientos hoteleros.
Distribución por costas andaluzas.**

| Costas Andalucía | Año 2008 | Diferencia |
|--------------------------------|------------|-------------|
| Costa de Almería | 3,9 | 0,03 |
| Costa de la Luz de Cadiz | 3,0 | 0,04 |
| Costa Tropical | 4,0 | 0,08 |
| Costa de la Luz de Huelva | 3,6 | -0,15 |
| Costa del Sol | 3,7 | 0,02 |
| Total Litoral Andalucía | 3,6 | 0,02 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

El número de personas **empleadas** en los establecimientos hoteleros del litoral andaluz ha registrado un descenso del -4,6% respecto al mismo periodo del año anterior, con descensos en la mayoría de las zonas, aunque con mayor fuerza en la Costa de la Luz de Cádiz.

**Personal empleado en establecimientos hoteleros.
Distribución por costas andaluzas.**

| Costas Andalucía | Año 2007 | Año 2008 | % variación |
|--------------------------------|---------------|---------------|-------------|
| Costa de Almería | 2.694 | 2.610 | -3,1 |
| Costa de la Luz de Cadiz | 5.964 | 5.074 | -14,9 |
| Costa Tropical | 621 | 621 | 0,0 |
| Costa de la Luz de Huelva | 2.052 | 2.031 | -1,0 |
| Costa del Sol | 12.763 | 12.638 | -1,0 |
| Total Litoral Andalucía | 24.095 | 22.974 | -4,7 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

En cuanto al **grado de ocupación**, el litoral andaluz ha cerrado el 2008 con una tasa del 53,2%, inferior en 2,4 puntos a la registrada en el año 2007, observándose descensos en todas las zonas analizadas. A este resultado ha contribuido en gran medida el incremento en las plazas ofertadas, que en conjunto ha crecido en un 5,1% respecto al año anterior.

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

| Costas andaluzas | Año 2007 | Año 2008 | DIF |
|--------------------------------|--------------|--------------|-------------|
| Costa de Almería | 48,13 | 46,44 | -1,7 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 51,57 | 49,10 | -2,5 |
| Costa Tropical | 58,81 | 52,08 | -6,7 |
| Costa de la Luz de Huelva | 55,80 | 51,87 | -3,9 |
| Costa del Sol | 59,75 | 57,61 | -2,1 |
| Total Litoral Andalucía | 55,53 | 53,17 | -2,4 |

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 como tal según los datos facilitados mensualmente por el Instituto Nacional de Estadística.

Principales puntos turísticos en Andalucía. Año 2008.

| | Córdoba | | Granada | | Marbella | |
|-------------------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| | Datos | % var./dif | Datos | % var./dif | Datos | % var./dif |
| Viajeros Españoles | 439.324 | -5,38 | 789.814 | 4,62 | 298.355 | -1,47 |
| Viajeros Extranjeros | 279.681 | -3,49 | 684.796 | -7,21 | 441.807 | 7,42 |
| Viajeros totales | 719.005 | -4,66 | 1.474.610 | -1,23 | 740.162 | 3,65 |
| Pernoct. Españoles | 739.422 | -4,23 | 1.428.441 | 0,05 | 823.966 | 0,05 |
| Pernoct. Extranjeros | 415.637 | -1,60 | 1.152.586 | -10,29 | 1.635.437 | 6,97 |
| Pernoctaciones totales | 1.155.059 | -3,30 | 2.581.027 | -4,85 | 2.459.403 | 4,55 |
| Estancia media españoles | 1,68 | 0,02 | 1,81 | -0,08 | 2,76 | 0,04 |
| Estancia media extranjeros | 1,49 | 0,03 | 1,68 | -0,06 | 3,70 | -0,02 |
| Estancia media total | 1,61 | 0,02 | 1,75 | -0,07 | 3,32 | 0,03 |
| Grado de Ocupación | 55,89 | -2,65 | 56,02 | -4,95 | 48,53 | 0,29 |
| Personal Empleado | 820 | 2,64 | 1.816 | -6,22 | 3.933 | -3,37 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

| | Sevilla | | Torremolinos | |
|-------------------------------|------------------|--------------|------------------|---------------|
| | Datos | % var. / dif | Datos | % var. / dif |
| Viajeros Españoles | 925.281 | -5,10 | 497.731 | -12,83 |
| Viajeros Extranjeros | 810.476 | -6,32 | 509.065 | -15,51 |
| Viajeros totales | 1.735.757 | -5,67 | 1.006.796 | -14,21 |
| Pernoct. Españoles | 1.596.834 | -5,44 | 1.748.612 | -9,79 |
| Pernoct. Extranjeros | 1.629.660 | -5,88 | 2.707.749 | -9,08 |
| Pernoctaciones totales | 3.226.494 | -5,66 | 4.456.361 | -9,36 |
| Estancia media españoles | 1,73 | -0,01 | 3,51 | 0,12 |
| Estancia media extranjeros | 2,01 | 0,01 | 5,32 | 0,38 |
| Estancia media total | 1,86 | 0,00 | 4,43 | 0,24 |
| Grado de Ocupación | 52,06 | -2,62 | 67,04 | -3,64 |
| Personal Empleado | 2.740 | -5,72 | 2.379 | -7,19 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Como se puede observar, el movimiento hotelero en el año 2008 ha presentado resultados negativos en todos los puntos analizados, exceptuando los incrementos registrados en el municipio de Marbella.

Movimiento

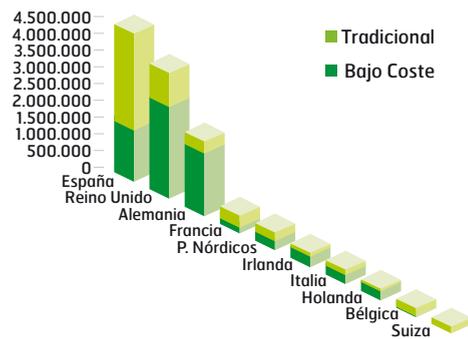
AEROPORTUARIO

en **ANDALUCÍA**

4

Durante el año 2008 se han recibido en Andalucía un total de **10.323.134 pasajeros en los aeropuertos andaluces**, lo que supone un descenso del -6,5% respecto al año pasado. Las llegadas desde otros aeropuertos españoles son las más numerosas, ya que suponen el 40% del total, a éstas le siguen las procedentes del Reino Unido, con el 29% de llegadas.

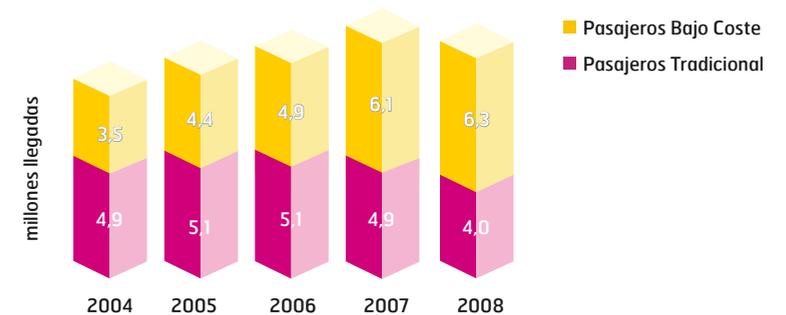
Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces por tipo de compañía y por país de origen. Año 2008.



Fuente: AENA.

Las llegadas de pasajeros mediante **compañías de bajo coste** mantienen también en 2008 su tendencia creciente, con un crecimiento del 3,8%. En las cifras de llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces se percibe la importancia que está adquiriendo esta modalidad de compañía, que ya en 2008 supone el 61% de todas las llegadas de pasajeros a Andalucía. Desde los aeropuertos del Reino Unido llegan un porcentaje importante (43%) de todos los pasajeros que utilizan estas compañías, seguidos de los pasajeros procedentes de España (23%) y de Alemania (11%). Destaca la relevancia de las compañías de bajo coste en Málaga y Sevilla (66% y 57% respectivamente), aunque en Almería, que es en el que menos presencia tienen, son utilizadas por más del 40% de los pasajeros.

Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces por tipo de compañía. Año 2008.

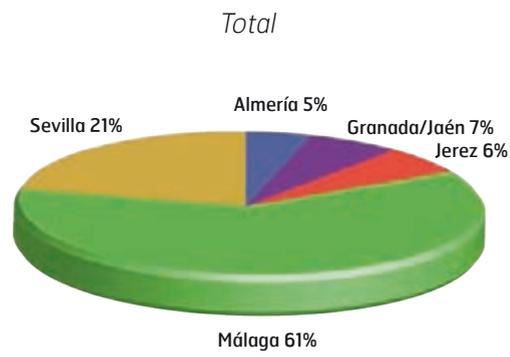


Fuente: AENA.

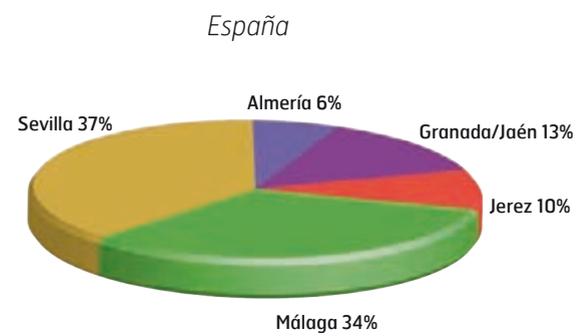
Las **principales compañías utilizadas por los pasajeros para acceder a Andalucía** son Iberia, Easyjet Airlines y Air Europa. En el año 2008 Iberia, junto con Air Nostrum y Clickair trajeron el 21% del total de pasajeros a los aeropuertos andaluces, aunque esta cifra se ha situado un -14,2% por debajo de la correspondiente a 2007. Estas tres compañías han sido utilizadas por el 57% de los pasajeros procedentes de otros aeropuertos españoles, seguidas por Spanair con el 16%. Para los pasajeros procedentes del Reino Unido las compañías más utilizadas son Easyjet Airline y Monarch Airlines, ambas responsables del 50% de llegadas del Reino Unido. También son dos las compañías que traen la mitad de los pasajeros procedentes de Alemania: Air Berlin y Condor Flugdienst.

Es el aeropuerto de Málaga el que mayor cuota de participación mantiene en cuanto a llegadas de pasajeros en Andalucía, recibiendo el 61% de ellos en el año 2008. No obstante, en cuanto a pasajeros procedentes de otros aeropuertos españoles, es el aeropuerto de Sevilla el que registra una mayor importancia, con el 37% de pasajeros, frente al 34% de Málaga. En cuanto a las llegadas con origen en Reino Unido o Alemania, el aeropuerto de Málaga presenta cuotas del 85% y del 76% respectivamente. Es Almería el segundo aeropuerto para las llegadas del Reino Unido, y Jerez para las llegadas procedentes de aeropuertos alemanes.

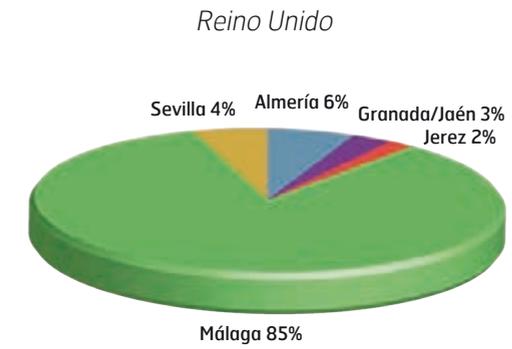
Distribución de las llegadas de pasajeros por aeropuertos andaluces según procedencia. Año 2008.



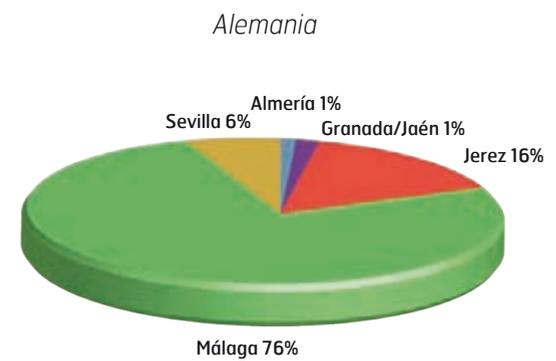
Fuente: AENA.



Fuente: AENA.



Fuente: AENA.



Fuente: AENA.

En el **aeropuerto de Almería** se han recibido durante el año 2008 algo más de medio millón de pasajeros, lo que ha supuesto un descenso del -15,8% respecto al año anterior. Los pasajeros procedentes de otros aeropuertos españoles suponen la mitad del total de llegadas a Almería que, junto a las de aeropuertos británicos suponen el 87% del total.

Casi 700.000 pasajeros han llegado al **aeropuerto de Granada-Jaén** durante 2008, un 3% menos que durante 2007. El porcentaje de llegadas de pasajeros procedentes de España del 77%, seguido en importancia por las procedentes del Reino Unido, que suponen el 12% de llegadas.

606.000 pasajeros llegaron al **aeropuerto de Jerez de la Frontera** durante 2008, lo que en términos relativos ha representado una reducción de -20,5% respecto al año anterior. Casi la totalidad de los pasajeros proceden de aeropuertos españoles (66%), británicos (21%) y alemanes (10%).

Durante el 2008 en el **aeropuerto de Málaga** llegaron 6,3 millones de pasajeros, suponiendo una reducción respecto a 2007 del -5,8%. Es el único aeropuerto andaluz en el que el mayor número de llegadas no son las procedentes de otros aeropuertos españoles, sino que en este caso el 40% de los pasajeros proceden del Reino Unido.

El **aeropuerto de Sevilla** superó los 2 millones de pasajeros durante 2008, situándose un -2,4% por debajo de la cifra correspondiente a 2007. Existe en este aeropuerto, al igual que en el de Granada-Jaén, una elevada presencia de pasajeros procedentes de España, suponiendo el 72%.

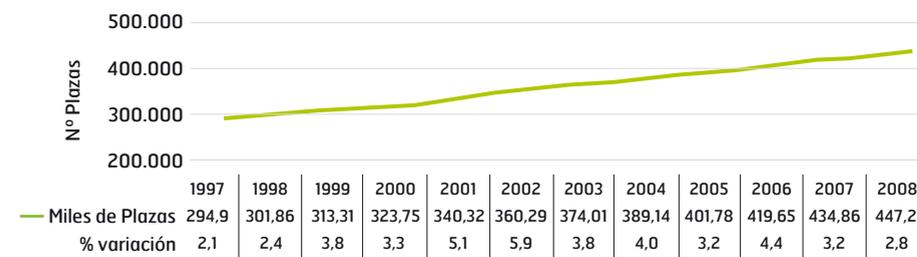
Oferta
TURÍSTICA
de **ANDALUCÍA** **5**

5.1. Oferta de alojamientos en Andalucía

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a través del Registro de Turismo de Andalucía (RAT), ofrece una herramienta de análisis cuantitativo y cualitativo que proporciona un amplio conocimiento de la oferta existente en los establecimientos turísticos de Andalucía en un determinado momento.

Así, según el Registro de Turismo de Andalucía, el año 2008 se ha cerrado con un total de 5.297 alojamientos turísticos que han ofertado un total de 447.205 plazas, lo que supone no sólo un incremento del 2,8% respecto a la oferta registrada en 2007, sino un año más de crecimiento en la senda positiva iniciada por esta variable una década atrás.

Evolución de la oferta turística en Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 – 2008.



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

En 2008, el 53,3% de las plazas ofertadas en Andalucía son hoteleras, porcentaje seguido a gran distancia por los acampamientos y apartamentos turísticos que suponen el 20,6% y el 16%, respectivamente. En este contexto, aunque la distribución de las plazas entre las diversas tipologías existentes mantiene una estructura muy similar a la del pasado año, cabe destacar el apartamento como aquella que ha registrado el mayor aumento en la cuota de participación (+0,6 puntos).

Cuota de participación (%) de las plazas según tipo de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2008.



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

En cuanto al número de plazas, todas las tipologías de alojamiento turístico han experimentado un crecimiento respecto al pasado año, destacando las casas rurales cuyo ascenso se ha situado por encima del 12%. Asimismo y en términos absolutos, los hoteles han incrementado su oferta en más de 6.000 plazas.

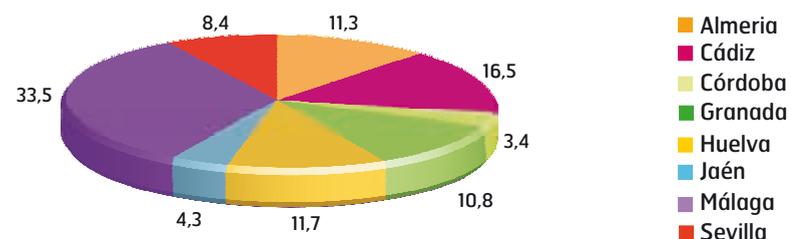
Número de plazas según tipo de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2008.

| Tipología de alojamiento | Plazas 2007 | % Variación | Diferencia |
|--------------------------|-------------|-------------|------------|
| Hoteles | 238.371 | 2,6 | 6.068 |
| Casas Rurales | 8.657 | 12,3 | 949 |
| Pensiones y hostales | 36.340 | 1,1 | 413 |
| Apartamentos | 71.714 | 6,7 | 4.532 |
| Campings | 92.123 | 0,4 | 383 |

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

El reparto provincial de estas plazas localiza en Málaga la tercera parte de la oferta de alojamiento turístico (33,5%), siguiéndole, en orden de importancia, Cádiz cuya cuota supera un porcentaje del 16%. En este contexto y respecto a 2007, Huelva gana una posición y se sitúa en tercer puesto dentro de la clasificación elaborada con los diferentes porcentajes de participación provinciales.

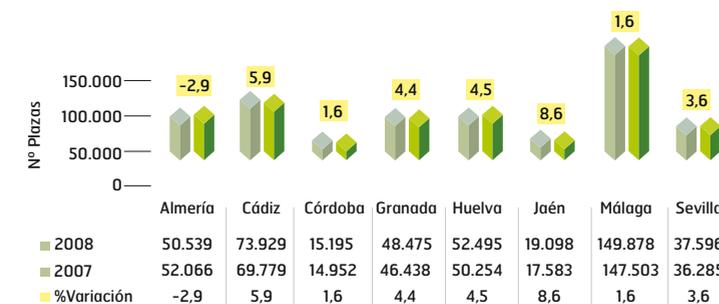
Cuota de participación del total de las plazas de alojamiento. Distribución provincial. Año 2008.



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

Todas las provincias excepto Almería, Córdoba y Málaga han registrado incrementos del número de plazas superiores a la media andaluza (2,8%). Así, cabe destacar Jaén, que con un porcentaje del 8,6%, se sitúa a la cabeza del ranking en lo que a crecimiento relativo de la oferta se refiere.

Plazas de alojamiento turístico en Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.



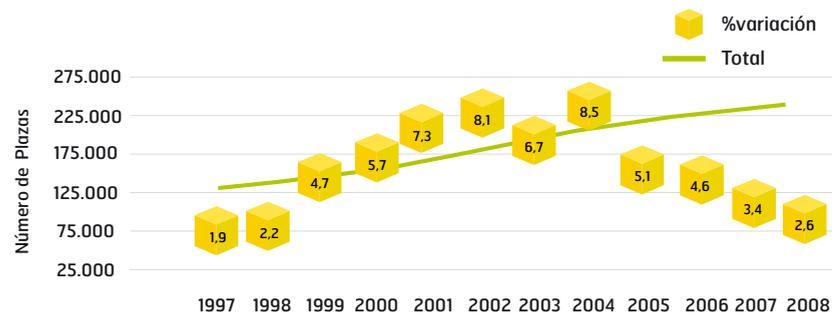
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

HOTELES

El sector hotelero de Andalucía ha cerrado el año con un total de 238.371 plazas, lo que supone un incremento del 2,6% respecto a la oferta registrada en 2007.

Tal y como puede observarse en el siguiente gráfico, la evolución del número de plazas hoteleras viene presentando una trayectoria positiva a lo largo del tiempo, si bien es cierto que desde el año 2004 se detecta una ralentización en el ritmo de crecimiento de esta variable.

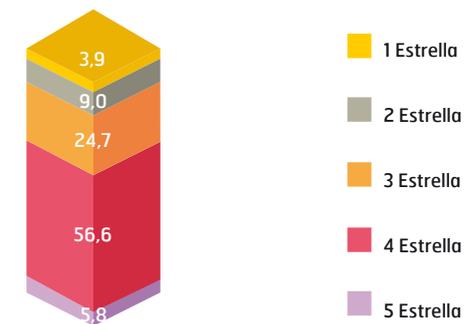
Evolución de las plazas ofertadas en los alojamientos hoteleros de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2008.



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

Más de la mitad de las plazas hoteleras pertenecen a la categoría de cuatro estrellas (56,6%), cuota seguida a gran distancia por los hoteles de tres estrellas que alcanzan un porcentaje del 24,7%. En este contexto, mientras que los establecimientos de cuatro estrellas han registrado un aumento de la participación de 1,1 puntos respecto al pasado año, los de categoría superior han sido los únicos que han mantenido su peso respecto al total de Andalucía en dicho período.

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los hoteles de Andalucía según categoría. Año 2008.



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

Un año más, las categorías hoteleras superiores son las que han registrado los incrementos más acusados en el número de plazas ofertadas (4,6% y 4,7%, respectivamente). No obstante y aunque con un porcentaje de crecimiento más moderado, los hoteles de dos estrellas también han visto aumentada su oferta respecto a la de 2007 (+1,5%).

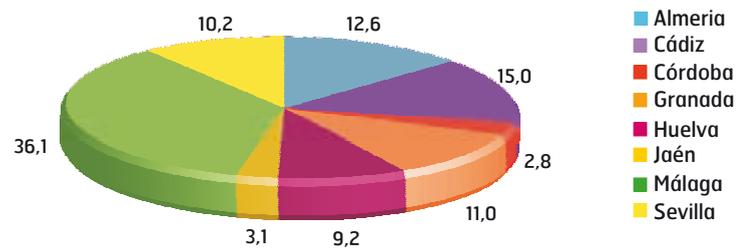
% Variación del número de plazas hoteleras en Andalucía según categoría. Año 2008.

| Establecimientos hoteleros | 2008 | 2007 | %Variación 08/07 |
|----------------------------|----------------|----------------|------------------|
| 5 Estrellas | 13.913 | 13.296 | 4,6 |
| 4 Estrellas | 135.033 | 128.981 | 4,7 |
| 3 Estrellas | 58.780 | 58.915 | -0,2 |
| 2 Estrellas | 21.450 | 21.142 | 1,5 |
| 1 Estrella | 9.195 | 9.969 | -7,8 |
| TOTAL | 238.371 | 232.303 | 2,6 |

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

El 36,1% de la oferta hotelera se ubica en Málaga, provincia seguida a gran distancia por Cádiz y Almería que registran porcentajes de participación superiores al 12%.

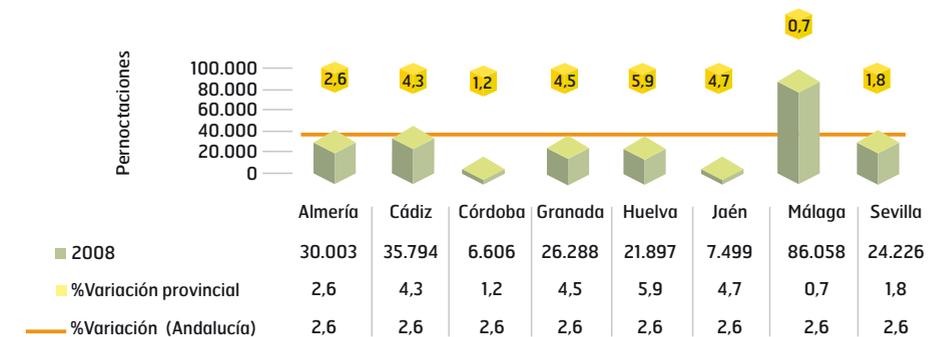
Cuota de participación de las plazas hoteleras ofertadas en Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.



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

En 2008, el crecimiento del número de plazas hoteleras es un hecho generalizado en la Comunidad andaluza. Así, Huelva es la provincia que ha registrado el aumento más acusado (5,9%), siguiéndole en la proximidad Jaén, Granada y Cádiz con porcentajes de variación superiores al 4%. Tal y como puede observarse en el siguiente gráfico, son estas cuatro provincias las que se sitúan por encima de la media de incremento registrado en el destino andaluz (+2,6%).

% Variación del número de plazas hoteleras en Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.

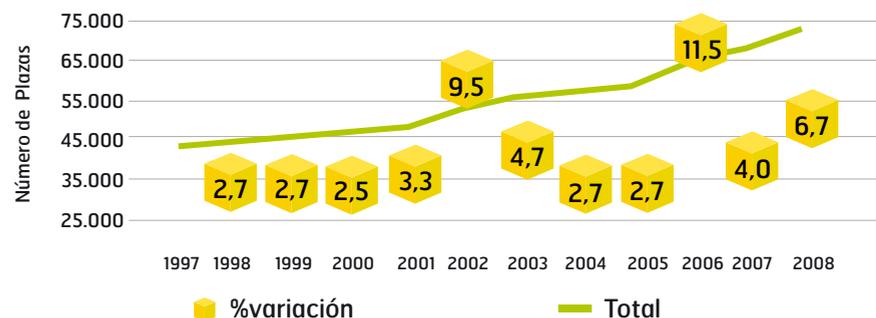


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

APARTAMENTOS

Durante el año 2008, los apartamentos turísticos de Andalucía han ofertado un total de 71.714 plazas, lo que ha supuesto un incremento del 6,7%, que en términos absolutos representa más de 4.500 plazas respecto al pasado año. Así, la evolución de las plazas en esta tipología de alojamiento continúa el recorrido ascendente iniciado en 1997.

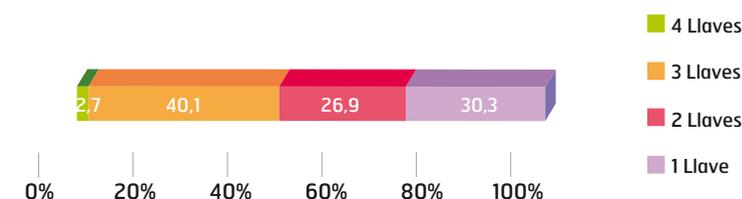
Evolución de las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2008.



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

Cuatro de cada diez plazas de alojamiento son ofertadas en los apartamentos turísticos de tres llaves, cuota seguida de las categorías inferiores con porcentajes de participación del 30,3% y 26,9%, respectivamente y que ha sido incrementada 2,1 puntos respecto al pasado año.

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía según categoría. Año 2008.



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

Salvo los establecimientos de cuatro llaves, cuyo número de plazas se ha mantenido constante respecto a 2007, todas las categorías de apartamentos turísticos han registrado un crecimiento respecto al año anterior, siendo los apartamentos de tres llaves los que han experimentado el incremento más pronunciado en lo que a esta tipología de alojamiento se refiere (12,7%).

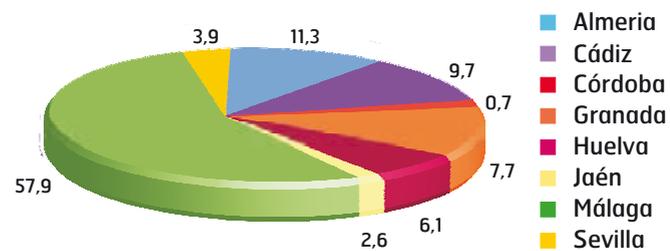
Porcentaje de variación del número de plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía según categoría. Año 2008.

| Apartamentos turísticos | Año 2008 | Año 2007 | % Var |
|-------------------------|---------------|---------------|------------|
| 4 Llaves | 1.958 | 1.958 | 0,0 |
| 3 Llaves | 28.743 | 25.501 | 12,7 |
| 2 Llaves | 19.268 | 18.418 | 4,6 |
| 1 Llaves | 21.745 | 21.305 | 2,1 |
| TOTAL | 71.714 | 67.182 | 6,7 |

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

En 2008, el 58% de las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía se ha localizado en Málaga, cuota seguida en orden de importancia por Almería y Cádiz, cuyos porcentajes de participación se han situado en torno al 10%.

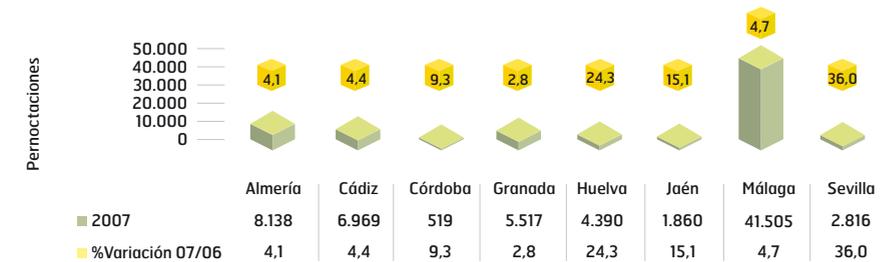
Cuota de participación del total de plazas ofertadas en apartamentos turísticos de Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.



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

Todas las provincias andaluzas han visto incrementadas el número de plazas ofertadas en sus apartamentos turísticos. No obstante, el aumento más acusado se ha registrado en la provincia de Sevilla (36%), seguido de Huelva y Jaén (24,3% y 15,1%, respectivamente). Así, estas tres provincias junto con Córdoba, son las que han situado el ascenso interanual por encima del registrado para la media andaluza (6,7%).

% Variación del número de plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.

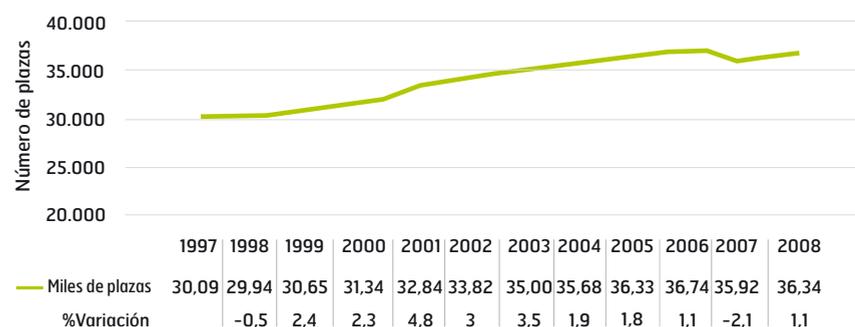


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RAT).

PENSIONES Y HOSTALES

En el año 2008, las pensiones y los hostales de Andalucía han ofertado un total de 36.340 plazas, lo que supone un leve ascenso (+1,1%) respecto al pasado año, que tras el descenso registrado en 2007, retoma nuevamente la conducta positiva del número de plazas ofertadas en esta tipología de alojamiento.

Evolución de las plazas ofertadas en las pensiones y hostales de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2008.



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

Dos de cada diez plazas computadas en las pensiones y en los hostales de Andalucía se localizan en la oferta gaditana. En este contexto, mientras que Málaga y Granada ocupan el segundo y el tercer puesto en lo que al ranking de cuota se refiere, Jaén destaca por ser la provincia que ha experimentado el incremento más acusado en su porcentaje de participación respecto a 2007 (+0,5 puntos).

Salvo Málaga y Córdoba que han mantenido sus cifras respecto al año pasado, el incremento del número de plazas ofertadas en las pensiones y hostales de Andalucía ha sido generalizado para el resto de provincias. No obstante, cabe subrayar los establecimientos jiennenses por haber registrado el aumento más pronunciado de esta variable (+10,7%).

Plazas ofertadas en los hostales y pensiones de Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.

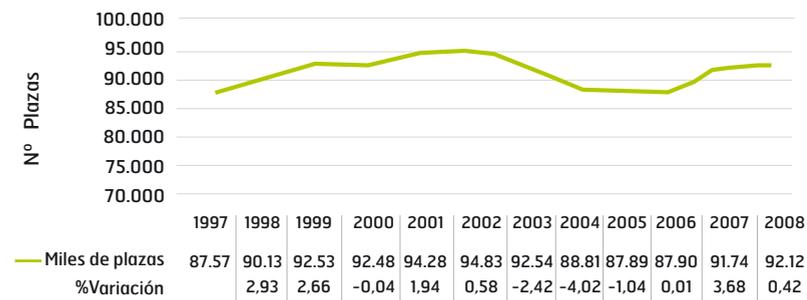
| | Plazas 2008 | % Variación 08/07 | CUOTA |
|--------------|---------------|-------------------|--------------|
| Almería | 3.977 | 0,5 | 10,9 |
| Cádiz | 7.485 | 0,2 | 20,6 |
| Córdoba | 2.562 | -0,6 | 7,1 |
| Granada | 6.162 | 2,4 | 17,0 |
| Huelva | 2.446 | 0,2 | 6,7 |
| Jaén | 2.186 | 10,7 | 6,0 |
| Málaga | 6.581 | -0,8 | 18,1 |
| Sevilla | 4.941 | 1,8 | 13,6 |
| TOTAL | 36.340 | 1,1 | 100,0 |

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

ACAMPAMENTOS TURÍSTICOS

En 2008, los acampamentos turísticos de Andalucía han ofertado un total de 92.123 plazas turísticas, lo que supone un incremento del 0,4% respecto al año pasado que modera el porcentaje de crecimiento computado en 2007.

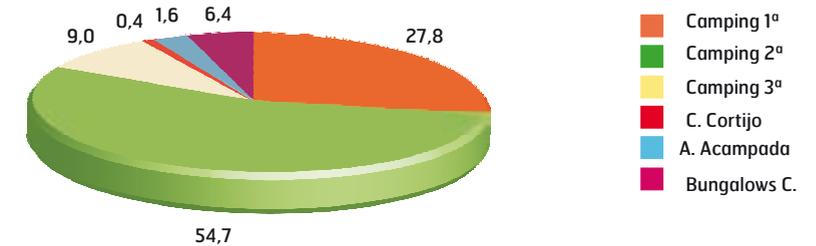
Evolución del número de plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 - 2008.



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

Más de la mitad de las plazas ofertadas en esta tipología de alojamiento pertenece a los campings de categoría intermedia (54,7%), si bien cabe destacar que las plazas de campings de tres estrellas no sólo representan el 27,8% de la oferta existente en los acampamentos andaluces, sino que hacen referencia al aumento más acusado respecto a 2007 en lo que a cuota de participación se refiere (+2,2 puntos).

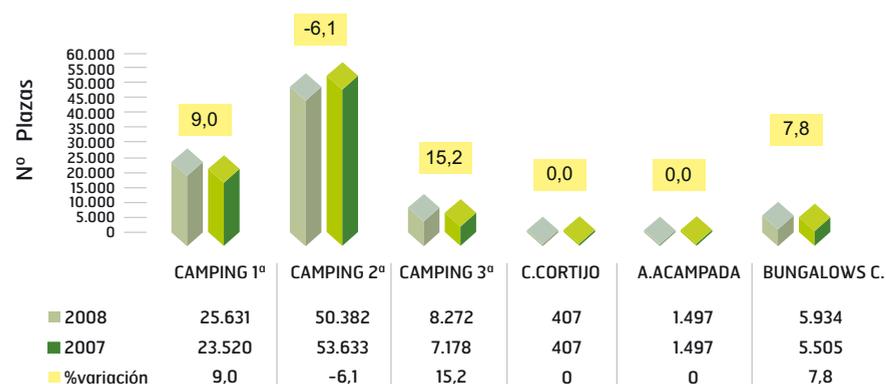
Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía según categoría. Año 2008.



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

Al igual que el año pasado, los campings de primera y de tercera son los que han aumentado en mayor medida el número de plazas de alojamiento ofertadas (9% y 15,2%, respectivamente). Mientras que las plazas de algunas categorías como el camping cortijo y el área de acampada se han mantenido constantes respecto a 2007, aquellas ofertadas en la modalidad de bungalows han incrementado su número en un 7,8%.

% Variación del número de plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía según categoría. Año 2008.



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

Cinco de cada diez plazas de acampamento se localizan en Huelva o en Cádiz, provincias seguidas en orden de importancia por Málaga y Granada que registran cuotas de participación superiores al 10%.

Respecto al pasado año, Cádiz ha registrado el incremento más acusado en el número de plazas ofertadas en esta tipología de alojamiento turístico (+11,1%).

Plazas ofertadas en los acampamentos turísticos de Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.

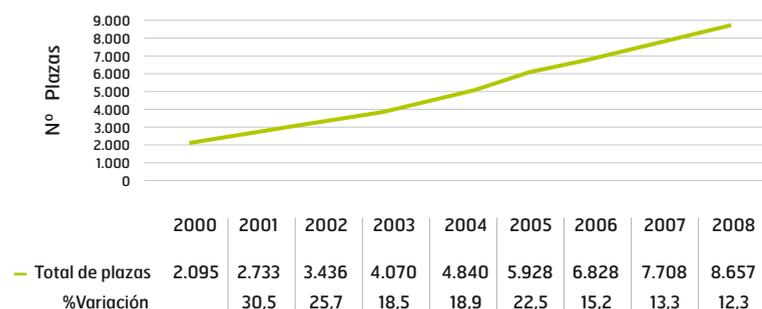
| | Plazas 2008 | % Variación 08/07 | CUOTA |
|--------------|---------------|-------------------|----------|
| Almería | 7.752 | -25,8 | 8,4 |
| Cádiz | 22.867 | 11,1 | 24,8 |
| Córdoba | 4.109 | 0,0 | 4,5 |
| Granada | 9.302 | 4,6 | 10,1 |
| Huelva | 22.980 | 0,3 | 24,9 |
| Jaén | 6.165 | 9,2 | 6,7 |
| Málaga | 14.238 | -1,4 | 15,5 |
| Sevilla | 4.710 | 0,0 | 5,1 |
| TOTAL | 92.123 | 0,4 | - |

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

CASAS RURALES

En el destino andaluz, el crecimiento de la oferta de alojamiento rural es un hecho evidente. Así, en el año 2008 las casas rurales de Andalucía han registrado un total de 8.657 plazas, lo que supone un incremento del 12,3% que continúa el ritmo de crecimiento iniciado en esta variable en el año 2000. No obstante, desde el fuerte ascenso registrado en 2005 (+22,5%), los porcentajes de variación interanuales se han caracterizado por mostrar tasas de crecimiento levemente descendentes.

Evolución de las plazas ofertadas en las casas rurales de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 2000 – 2008.



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

Málaga, Córdoba y Jaén albergan, con cuotas de participación muy similares, la mitad de la oferta existente en las casas rurales de Andalucía.

Así, en su comparativa con el año 2007 y en lo que a número de plazas se refiere, todas las provincias excepto Sevilla han registrado incrementos superiores al 10%, destacando Granada cuyo porcentaje de crecimiento se ha situado en el 20,2%.

Plazas ofertadas en las casas rurales de Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.

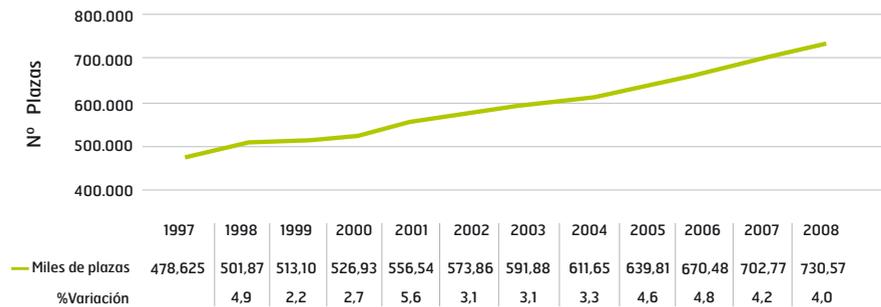
| | Plazas 2008 | % Variación 08/07 | CUOTA |
|--------------|--------------|-------------------|--------------|
| Almería | 669 | 11,1 | 7,7 |
| Cádiz | 814 | 10,7 | 9,4 |
| Córdoba | 1.399 | 10,6 | 16,2 |
| Granada | 1.206 | 20,2 | 13,9 |
| Huelva | 782 | 10,3 | 9,0 |
| Jaén | 1.388 | 17,4 | 16,0 |
| Málaga | 1.496 | 10,2 | 17,3 |
| Sevilla | 903 | 5,6 | 10,4 |
| TOTAL | 8.657 | 12,3 | 100,0 |

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

5.2. La oferta de restauración en Andalucía.

Según el Registro de Turismo de Andalucía, los establecimientos andaluces de restauración han saldado el año 2008 con una oferta total de 730.570 plazas, lo que supone un incremento del 4% respecto a 2007 así como un año más de crecimiento en el estudio de esta variable.

Evolución de la oferta de restauración en Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 – 2008.



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

Del total de plazas ofertadas, el 88,7% se ubica en los restaurantes de la Comunidad, perteneciendo el resto al conjunto de cafeterías andaluzas. En este contexto, ambas tipologías de establecimiento han registrado un incremento respecto a las plazas disponibles en 2007, si bien cabe destacar que el aumento contabilizado en los restaurantes ha sido ligeramente superior al de las cafeterías (4% y 3,8%, respectivamente).

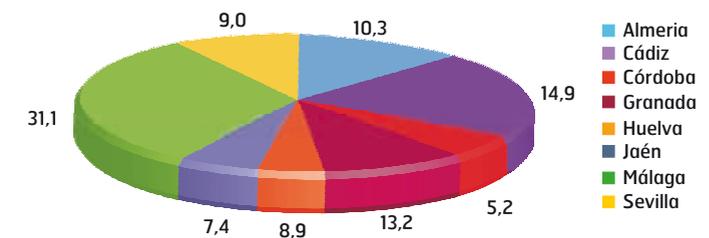
Plazas de restauración ofertadas en Andalucía. % Variación. Año 2008.



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

Tal y como puede observarse en el siguiente gráfico, Málaga acoge casi un tercio de las plazas ofertadas en restauración (31,1%), siguiéndole en lo que a participación se refiere Cádiz y Granada con cuotas que rondan el 14%.

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en restauración en Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.



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

En 2008, el incremento provincial de las plazas ha sido generalizado, destacando Almería que ha registrado el porcentaje de crecimiento más elevado (6,9%) respecto al resto de Andalucía (4%). En este contexto, también destacan Jaén y Granada, cuyas plazas de restauración respecto a 2007 han aumentado por encima de la media andaluza.

% Variación del número de plazas ofertadas en los establecimientos de restauración de Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.

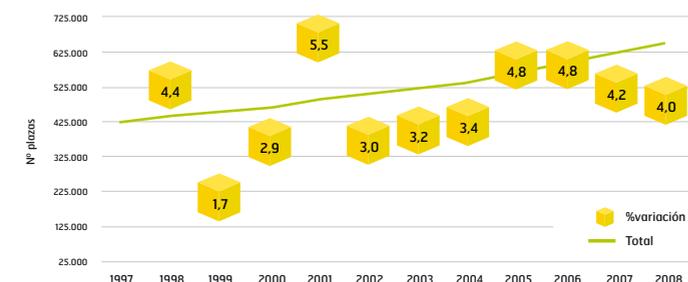
| | Plazas 2008 | % Variación |
|--------------|----------------|-------------|
| Almería | 74.972 | 6,9 |
| Cádiz | 108.632 | 3,7 |
| Córdoba | 37.766 | 2,4 |
| Granada | 96.762 | 5,7 |
| Huelva | 65.375 | 0,6 |
| Jaén | 53.969 | 6,3 |
| Málaga | 227.098 | 3,7 |
| Sevilla | 65.996 | 1,8 |
| TOTAL | 730.570 | 4,0 |

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

RESTAURANTES

A 31 de diciembre de 2008, los restaurantes de Andalucía han registrado un total de 647.702 plazas, lo que supone un incremento del 4% respecto al pasado año y el segundo año consecutivo en el que se aminora levemente el ritmo de crecimiento de esta variable.

Evolución de plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Total de plazas y % variación. Años 1997 – 2008.



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

Casi la totalidad de las plazas ofertadas en los restaurantes andaluces (92,7%) pertenecen a las categorías más básicas, siguiéndole a gran distancia los restaurantes de tres y cuatro tenedores con porcentajes de participación del 5,8% y 1,3%, respectivamente. En este contexto y al igual que ocurría en 2007, es ésta última categoría mencionada la que ha registrado el incremento más acusado en el número de plazas ofertadas (7,8%).

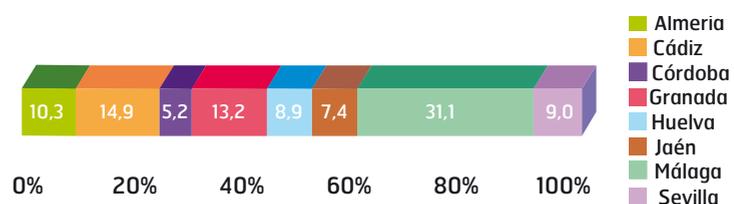
Plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Cuota de participación y % Variación. Año 2008.

| | Plazas 2008 | % Variación 08/07 | CUOTA |
|--------------|----------------|-------------------|------------|
| 5 Tenedores | 769 | 0,0 | 0,1 |
| 4 Tenedores | 8.328 | 7,8 | 1,3 |
| 3 Tenedores | 37.866 | 4,6 | 5,8 |
| 2 Tenedores | 268.488 | 3,4 | 41,5 |
| 1 Tenedor | 332.251 | 4,3 | 51,3 |
| TOTAL | 647.702 | 4,0 | 100 |

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

En 2008, los restaurantes malagueños han concentrado casi la tercera parte de las plazas ofertadas en esta tipología de establecimiento turístico (31,1%), siguiéndole Cádiz y Granada con porcentajes de participación más moderados que rondan el 14%.

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Distribución provincial. Año 2008.



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

Así, cabe destacar que todas las provincias han registrado una evolución positiva respecto al pasado año, destacando Almería y Jaén con crecimientos situados por encima del 6%.

Plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Diferencia y % Variación. Año 2008.

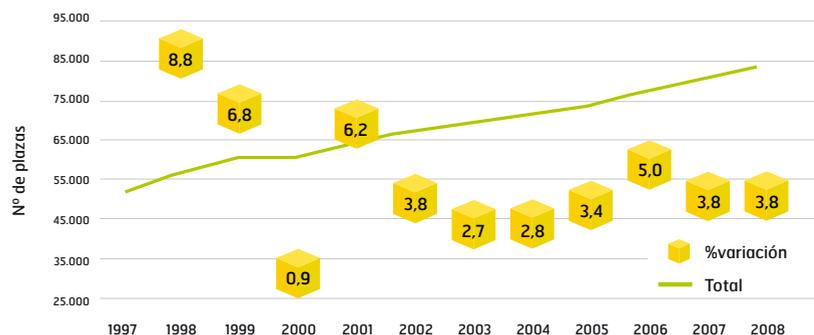
| Alojamiento Hotelero | Plazas 2008 | % Variación | Diferencia |
|----------------------|----------------|-------------|---------------|
| Almería | 74.972 | 6,9 | 4.852 |
| Cádiz | 108.632 | 3,7 | 3.907 |
| Córdoba | 37.766 | 2,4 | 902 |
| Granada | 96.762 | 5,7 | 5.241 |
| Huelva | 65.375 | 0,6 | 418 |
| Jaén | 53.969 | 6,3 | 3.203 |
| Málaga | 227.098 | 3,7 | 8.135 |
| Sevilla | 65.996 | 1,8 | 1.136 |
| Total | 730.570 | 4,0 | 27.794 |

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

CAFETERÍAS

En 2008, las cafeterías de Andalucía han clausurado el año con un total de 82.868 plazas, lo que supone un incremento del 3,8% que mantiene la misma tasa de crecimiento registrada en 2007.

Evolución de plazas ofertadas en las cafeterías de Andalucía. Total de plazas y % variación. Año 1997 – 2008.



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

Más del 80% de las plazas existentes en las cafeterías andaluzas se corresponde con la categoría de una taza, si bien es cierto que durante el año 2008 esta modalidad ha experimentado un descenso de 0,2 puntos a favor de las cafeterías de dos y de tres tazas.

No obstante, todas las categorías han registrado un incremento respecto a las plazas ofertadas en 2007, siendo las cafeterías de categoría superior las que han computado el porcentaje más elevado (+6,2%).

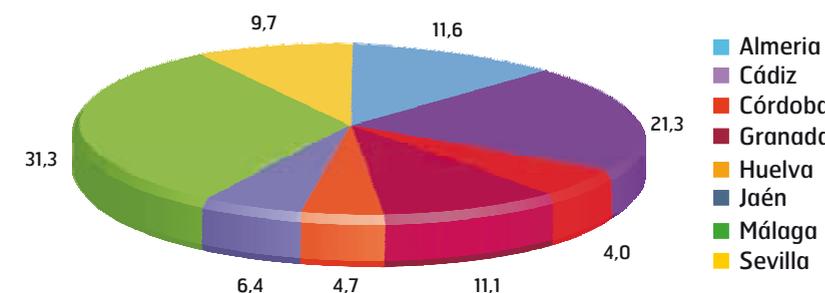
Plazas ofertadas en los restaurantes de Andalucía. Año 2008.

| | Plazas 2008 | % Variación 08/07 | CUOTA |
|--------------|---------------|-------------------|--------------|
| 3 Tazas | 2.564 | 6,2 | 3,1 |
| 2 Tazas | 13.072 | 4,4 | 15,8 |
| 1 Taza | 67.232 | 3,6 | 81,1 |
| TOTAL | 82.868 | 3,8 | 100,0 |

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

Con un porcentaje de participación similar al registrado por las plazas ubicadas en los restaurantes malagueños, las plazas de las cafeterías en la provincia de Málaga suponen un 31,3% del total de la oferta existente en esta tipología de establecimiento turístico. Cabe destacar Cádiz en segundo lugar del ranking, con una diferencia respecto la provincia malagueña de 10 puntos porcentuales.

Cuota de participación del total de las plazas ofertadas en las cafeterías de Andalucía. Año 2008.



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

En 2008, las cafeterías almerienses y las jiennenses son las que han registrado un mayor incremento respecto a las cifras presentadas al cierre del pasado año, si bien Cádiz ha contabilizado un ascenso interanual que en términos absolutos supone casi unas 1000 plazas más.

*Plazas ofertadas en las cafeterías de Andalucía.
Diferencia y % Variación. Año 2008.*

| Cafeterías | Plazas 2008 | % Variación | Diferencia |
|--------------|---------------|-------------|--------------|
| Almería | 9.584 | 13,2 | 1.119 |
| Cádiz | 17.664 | 5,8 | 974 |
| Córdoba | 3.279 | 0,0 | 0 |
| Granada | 9.207 | -0,7 | -63 |
| Huelva | 3.906 | 1,8 | 68 |
| Jaén | 5.279 | 11,1 | 527 |
| Málaga | 25.923 | 0,7 | 178 |
| Sevilla | 8.026 | 2,7 | 213 |
| Total | 82.868 | 3,8 | 3.016 |

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

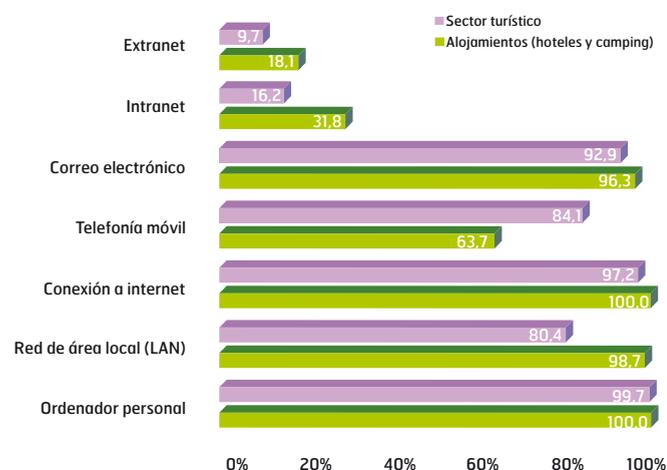
Desarrollo **TECNOLÓGICO**
y uso del **COMERCIO ELECTRÓNICO**
en el **SECTOR TURÍSTICO** andaluz

6

6.1. Uso de las tecnologías de la información y comunicaciones

A tenor de los resultados ofrecidos por la Encuesta sobre el uso del TIC y comercio electrónico de las empresas (INE), en relación con el **capital informático** del que dispone la empresa, vinculado directa o indirectamente con el comercio electrónico (ordenadores personales, Internet, correo electrónico, conexión entre ordenadores e intranet, telefonía móvil), cabe destacar que la **oferta turística andaluza**⁹ se caracteriza por una elevada utilización de este tipo de herramientas. La oferta alojativa presenta un uso más intensivo de todas estas herramientas, excepto para el caso de la telefonía móvil.

Nuevas tecnologías de los establecimientos turísticos de Andalucía. Año 2008.



Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas. INE.

⁹Hoteles, campings y otro tipo de hospedaje de corta duración, actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos y otras actividades de apoyo turístico, transporte por ferrocarriles, otros tipos de transporte terrestre, transporte marítimo, transporte por vías de navegación interior, transporte aéreo regular, transporte aéreo discrecional, otras actividades anexas a los transportes, alquiler de automóviles y alquiler de otros medios de transporte. NOTA: La rama correspondiente a restauración no entra en el ámbito de estudio de la encuesta realizada en el año 2008 por el INE.

Si comparamos la oferta de alojamiento reglado (hoteles y camping) andaluza con la media española se aprecia un mayor grado de desarrollo tecnológico en todos los concepto anteriormente analizados.

En los establecimientos de alojamiento turístico (hoteles y camping) de toda España, aproximadamente el 40% del **personal utiliza al menos el ordenador una vez por semana**, siendo este porcentaje del 43% para el caso de Andalucía. Para el conjunto del sector turístico andaluz este personal representa el 41,95% del total. Para el caso de que éstos ordenadores estén conectados a Internet, lo utiliza el 31,41% del personal que trabaja en el sector turístico andaluz, siendo del 33,7% para los que trabajan en hoteles y camping en Andalucía.

El 16,75% de las empresas del sector turístico andaluz disponen de **Intranet o página web de uso interno**. Este porcentaje es más elevado para las empresas de alojamiento turístico (hoteles y camping), alcanzando el 31,8% para las de Andalucía y el 29,4% para el total de España.

El 9,71% de las empresas pertenecientes al sector turístico andaluz disponen de **Extranet**, siendo el 18,1% para el caso de los hoteles y camping de la Comunidad Autónoma andaluza y del 14,4% para los de toda España.

Los **sistemas operativos de código abierto (LINUX)** no se encuentran muy extendidos en el sector turístico andaluz, ya que sólo el 4,73% de las empresas del sector turístico andaluz los utilizan. En los hoteles y camping se encuentra algo más extendido, siendo este porcentaje de 7,2% en el caso de Andalucía y de 9,4% para el total de España.

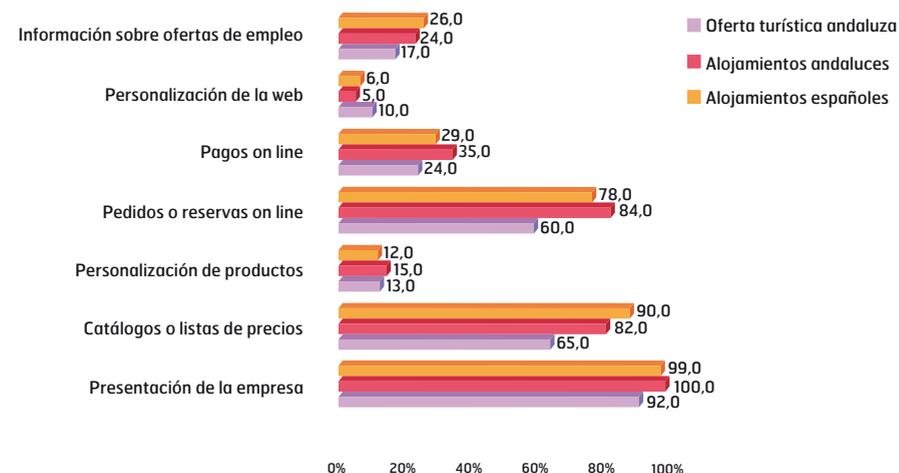
El 14,46% de las empresas del sector turístico andaluz tienen **empleados que se conectan a los sistemas TIC de la empresa por redes telemáticas externas**, alcanzando el 17,6% para el conjunto de hoteles y camping andaluces. En este aspecto Andalucía se encuentra en niveles superiores al resto de España, ya que en el 10% de los hoteles y camping de España, los empleados se conectan a los sistema TIC de la empresa por redes telemáticas. De manera más habitual los empleados de las empresas utilizan esta facilidades para acceder desde casa, desde otras localizaciones de su empresa o grupo, o cuando se encuentran en viajes de negocio.

En cuanto al **tipo de conexión a Internet**, la más habitual es mediante banda ancha, en concreto mediante DSL, utilizada en el 91% de la oferta turística andaluza que dispone de conexión a Internet, y para casi la totalidad de hoteles y camping de Andalucía. Las empresas del sector turístico andaluz, como consumidores finales, utilizan Internet fundamentalmente para buscar información, así como para obtener servicios bancarios y financieros.

El 72% de las empresas andaluzas del sector turístico con conexión a Internet interaccionaron con la Administración Pública, siendo este porcentaje algo menor para los hoteles y camping andaluces (68%) y españoles (65%). Los motivos de esta interacción más habituales son obtener información, así como conseguir impresos, formularios,...

El 55,4% de la oferta turística andaluza posee **página web propia**, porcentaje bastante mayor cuando se trata de la oferta de hoteles y camping, que alcanza el 81,3% cuando se trata de la andaluza y el 89,5% cuando se refiere al total de España. En cuanto a los **servicios disponibles en la web**, la mayoría de los establecimientos ofrecen información general sobre la empresa y usan la red para presentar sus productos y catálogos. La realización de pedidos y reservas online es más habitual para la oferta alojativa (hoteles y camping), siendo más habitual en el caso de los andaluces.

Servicios disponibles en su página web.
Distribución Oferta turística andaluza, alojamientos andaluces y españoles.



Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas. INE.

El 44,2% de las empresas turísticas andaluzas que disponen de conexión a Internet utilizaron la **firma electrónica** en alguna de las comunicaciones enviadas, en el 87% de los casos para relacionarse con la Administración Pública y el resto de los casos en sus relaciones con clientes y/o proveedores. Las proporciones son similares en cuanto a la oferta de alojamiento (hoteles y camping).

El software de protección o chequeo de virus (antivirus) es el **servicio de seguridad** más presente en las empresas turísticas de Andalucía, utilizado por casi la totalidad de ellas. El cortafuegos le sigue en importancia en el sector turístico andaluz, destacando la mayor utilización de otros servicios de seguridad, como mecanismos de autenticación, específicamente en la oferta turística alojativa andaluza (82,4%).

El 16% de los establecimientos con acceso a Internet que componen la oferta turística de Andalucía han tenido **problemas** relacionados con la seguridad, en concreto con virus informáticos, siendo esta proporción algo menor (11,5%) para el caso de los establecimientos de alojamiento (hoteles y camping). El acceso no autorizado a los sistemas informáticos de la empresa sólo afecta al 1% de los establecimientos.

El **intercambio informatizado de datos** lo realizaron el 42% de los establecimientos turísticos de Andalucía, siendo mucho más habitual (63,5%) en el caso de los hoteles y camping de Andalucía, superando ampliamente la media de estos establecimientos de alojamiento en el total de España (36,7%). Esta mayor relevancia del intercambio informatizado de datos en la oferta de alojamiento andaluza se debe a una mayor presencia del mismo en la recepción de pedidos de clientes y en el envío y recepción de información sobre productos.

Empresas que realizaron Intercambio automatizado de datos.
Distribución por conceptos de la oferta turística andaluza, alojamientos andaluces y españoles.



Fuente Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas. INE.

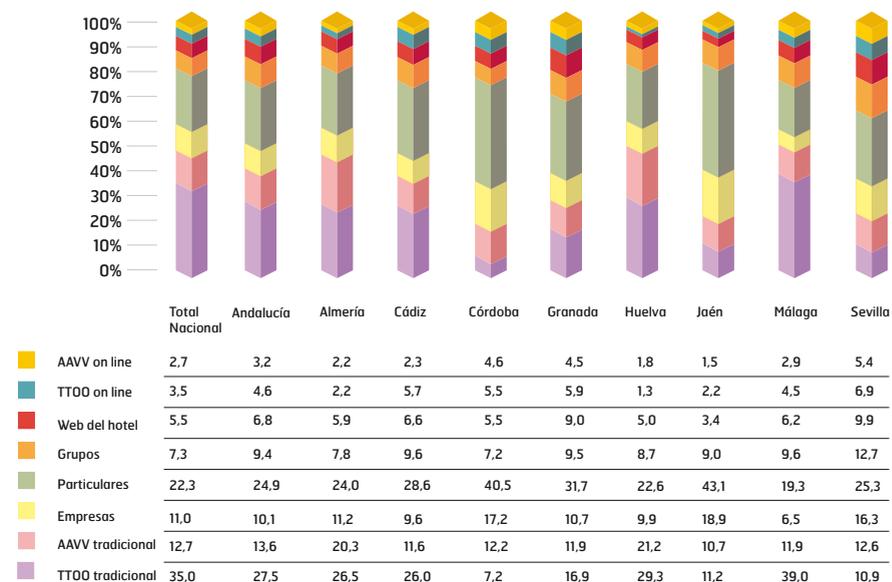
La reorganización y simplificación de las rutinas de trabajo es el **beneficio** que las empresas del sector turístico consideran **más significativo** en el uso de las TIC durante los últimos dos años, seguido muy de cerca por la mayor disponibilidad de recursos. Éste último beneficio lo perciben en una mayor proporción los hoteles y camping de Andalucía, incluso por encima de la media de los alojamientos turísticos españoles.

En referencia a la **formación del personal** de la empresa a través de Internet, el 14% de los establecimientos turísticos de Andalucía han proporcionado actividades formativas en TIC a sus empleados, siendo muy superior este porcentaje en la oferta de alojamiento andaluza que alcanza 24,4%, superando a su vez al porcentaje de establecimientos en el total de España. Esta mayor relevancia de la formación en los hoteles y camping de Andalucía se aprecia también en la comparación de las cifras de porcentaje de empleados que recibieron formación en TIC, alcanzando al 30,9% sobre el personal de empresas que realizaron formación en TIC, mientras que la media española es de 18,5%.

6.2. Análisis del comercio electrónico en los establecimientos hoteleros andaluces.

En el año 2008 el INE proporciona mediante su Encuesta de Ocupación Hotelera el porcentaje de contratación que ha hecho mediante tour operador tradicional, agencia de viajes tradicional (incluyendo bonos y talones), empresas, particulares, grupos, contratación directa en la web del hotel y/o cadena hotelera, tour operador on-line y agencias de viajes on-line.

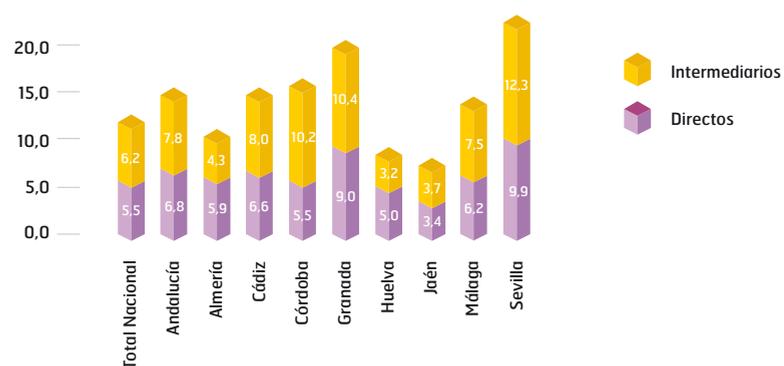
Porcentaje de habitaciones ocupadas por tipo de cliente. España, Andalucía y provincias. Año 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Mediante esta información podemos conocer que durante el año 2008 en los hoteles de Andalucía el comercio electrónico ha presentado mayor relevancia que en el resto de España, y que las provincias en las que existe un mayor porcentaje de habitaciones contratadas mediante comercio electrónico son Granada y Sevilla. Asimismo, también se puede apreciar que la mayor dependencia de los intermediarios on-line aparece en Córdoba, Cádiz, Málaga y Sevilla.

Porcentaje de habitaciones contratadas mediante comercio electrónico por tipo de cliente. España, Andalucía y provincias. Año 2008.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Tal y como se aprecia en el gráfico, son las provincias de Sevilla y Granada en las que mayor porcentaje de habitaciones se han vendido directamente a través de la web del hotel (entre el 9 y el 10%).

En cuanto al nivel de infraestructuras de los establecimientos hoteleros para realizar comercio electrónico sin intermediarios, destaca el elevado desarrollo de la planta hotelera andaluza en este aspecto, ya que el 24% de ellos han vendido habitaciones de manera directa a través de la web del establecimiento o la cadena, siendo la media de España del 19,5%. Por provincias son Sevilla (33,2%), Málaga (30,9%) y Granada (26%) en las que mayor porcentaje de establecimientos han vendido de forma directa a través de la web. En este sentido hay una mayor proporción de establecimientos de mayor categoría que han vendido habitaciones a través de la web propia siendo el 60% para Andalucía, y alcanzando el 90,6% para el caso de Granada.



Empleo
TURÍSTICO
en **ANDALUCÍA** **7**

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 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 interiores |
| 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 |
| 926 | Actividades deportivas |
| 927 | Actividades recreativas diversas |

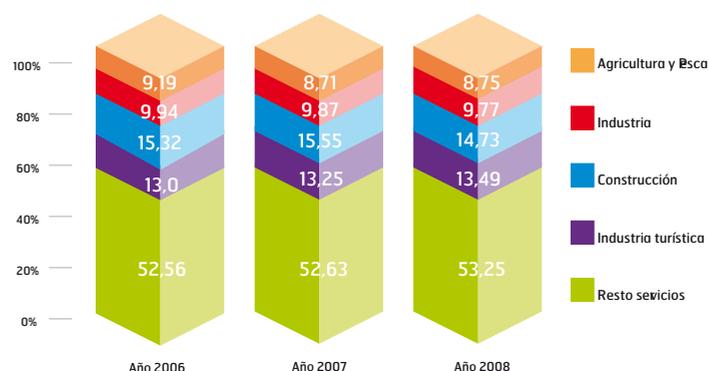
Fuente: Clasificación Nacional de Actividades Económicas 1993. Revisión 1.

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 2008, gracias a la explotación específica que de esta encuesta se ha realizado en el Área de Estadística e Investigación de Mercados (Subdirección de Servicios para Empresas).

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 de 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 cautela¹⁰.

7.1. Población activa en turismo.

La Industria Turística de Andalucía registró durante el año 2008 una media¹¹ de 486.692 activos, lo que supone un incremento en términos relativos respecto al año anterior del +4,6%, continuando con la tendencia creciente observada desde el año 2003. Los activos dedicados a actividades características del turismo representan el 13,5% del total de población activa¹² de la Comunidad, y el 20,2% del sector servicios andaluz.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

¹⁰Para más información consúltese www.ine.es

¹¹Todos los datos del año 2008 se han obtenido como media de los cuatro trimestres del año.

¹²Esta cifra de activos no incluye aquellos parados que no pueden clasificarse por sectores económicos, es decir, ni los parados que buscan primer empleo o ni los que han dejado su último empleo hace más de un año.

7.2. Población ocupada en turismo.

En el año 2008, los ocupados en la Industria Turística andaluza alcanzaron la cifra de 424.806 personas, lo que representa el 13,5% de los 3,15 millones de ocupados en la Comunidad, y un 19,5% de los ocupados en el sector servicios de Andalucía. Respecto al año anterior, la cifra de ocupados en el sector turístico se ha mantenido prácticamente estable, pues ha registrado una tasa de crecimiento del +0,2%.

No obstante, y como puede apreciarse en la siguiente tabla, la Industria Turística ha sido en los últimos años uno de los sectores de la economía andaluza más dinámico a la hora de crear empleo. En efecto, el incremento de la población ocupada en esta industria ha sido por término medio del 6,2% anual, superando en crecimiento al resto del sector servicios, y situándose 2,5 puntos porcentuales por encima de la media de la Comunidad.

Población ocupada de Andalucía por sectores económicos. Años 2003-2008.

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Crecimiento medio anual |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------------|
| Agric. y Pesca | 262.305 | 260.834 | 271.149 | 254.605 | 249.239 | 234.884 | -2,2% |
| Industria | 301.707 | 298.433 | 328.492 | 315.927 | 325.473 | 316.797 | 1,0% |
| Construcción | 368.829 | 410.659 | 435.345 | 473.778 | 490.961 | 415.324 | 2,4% |
| Ind. Turística | 313.744 | 331.249 | 374.939 | 400.831 | 424.067 | 424.806 | 6,2% |
| Resto Servicios | 1.380.732 | 1.461.980 | 1.549.653 | 1.665.228 | 1.729.536 | 1.757.889 | 4,9% |
| Total Ocupados | 2.627.316 | 2.763.154 | 2.959.578 | 3.110.370 | 3.219.277 | 3.149.699 | 3,7% |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

En la distribución de los ocupados en el sector turístico español entre las principales Comunidades Autónomas turísticas, encabeza el ranking un año más Cataluña, que concentra el 16,7% del total. Le siguen de cerca Andalucía, con una cuota del 16,2%, y la Comunidad de Madrid (15,1%).

Exceptuando Canarias y Cataluña, el resto de CCAA presentaron incrementos en el empleo turístico respecto al año anterior. Destacaron Comunidad Valenciana y Baleares, con crecimientos respecto a 2007 del 8,9% y del 6,4%. Por su parte, el incremento del empleo turístico en Andalucía fue del 0,2%, por debajo del crecimiento que presentó el conjunto del sector turístico en España.

Ocupados en la Industria Turística y tasa de variación interanual por Comunidades Autónomas. Año 2008.

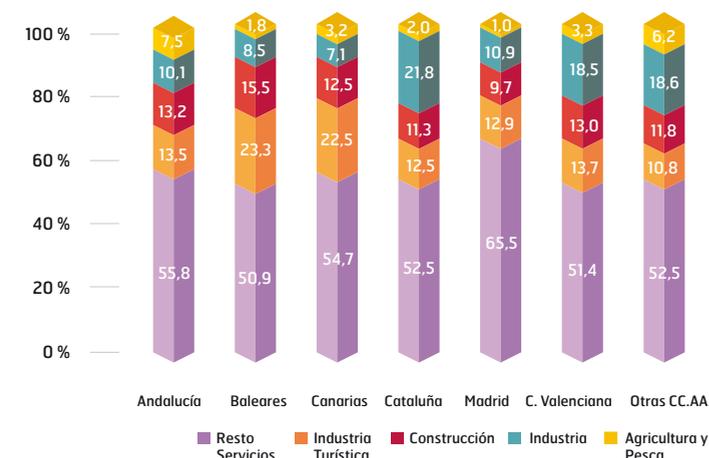
| CC.AA. | Ocupados | % variación | Cuota % |
|----------------|-----------|-------------|---------|
| Andalucía | 424.806 | 0,2 | 16,2 |
| Baleares | 118.954 | 6,4 | 4,5 |
| Canarias | 194.003 | -5,4 | 7,4 |
| Cataluña | 437.208 | -0,5 | 16,7 |
| Madrid | 395.647 | 4,2 | 15,1 |
| C.Valencia | 305.500 | 8,9 | 11,6 |
| Otras CC.AA. | 747.271 | 1,7 | 28,5 |
| Total Nacional | 2.623.389 | 1,8 | 100,0 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, 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 como en el año 2008, prácticamente 1 de cada 4 ocupados insulares trabajaba en la Industria Turística. Para

Andalucía, los datos evidencian que el peso de los ocupados en el sector turístico en la ocupación de la región supera el 13% en 2008, y es más parecido al de Madrid o al de la Comunidad Valenciana.

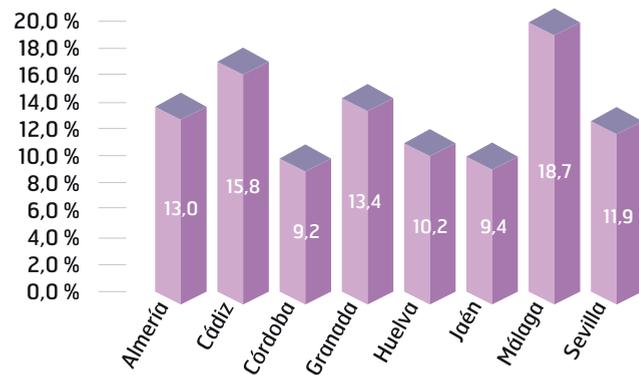
Distribución porcentual de ocupados según Comunidad Autónoma de residencia por ramas de actividad de la Industria Turística. Año 2008.



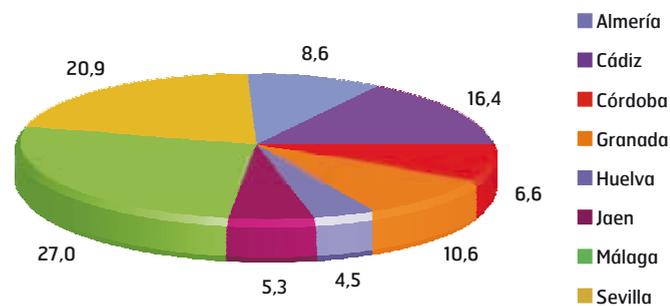
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

La distribución de los ocupados en la Industria Turística de Andalucía por provincias, pone de manifiesto que son Málaga y Sevilla, con cuotas del 27,0% y el 20,9% respectivamente, las provincias que concentran cerca de la mitad de los ocupados en este tipo de actividades de Andalucía. No obstante, cuando se tiene en cuenta la importancia de este sector en la estructura de empleo de cada provincia, se aprecia que en Málaga el peso del empleo turístico es mayor, pues el 18,7% de todos los ocupados de esta provincia lo son en actividades turísticas. Le siguen Cádiz, Granada y Almería, con porcentajes entre el 15,8% y el 13%.

Porcentaje de ocupados en la Industria Turística.



Ocupados en la Industria Turística andaluza. Distribución provincial.

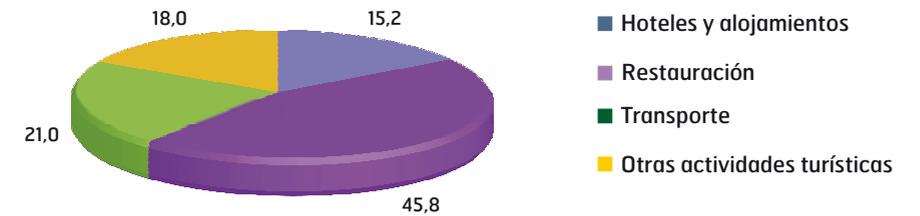


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

7.2.1. Ramas de actividad de la industria turística.

Las actividades económicas consideradas como características de la Industria Turística se pueden agrupar en cuatro ramas de actividad: Hoteles y alojamientos, Restauración, Transporte y Otras actividades turísticas. La rama que da empleo a un mayor número de efectivos es la Restauración, en la que trabajan el 45,8% del total de ocupados en actividades turísticas de Andalucía del año 2008. El resto de ocupados se reparte entre Hoteles y alojamientos (15,2%), Transporte (21,0%) y otras actividades turísticas (18,0%).

Distribución porcentual de ocupados por ramas de actividad de la Industria Turística. Año 2008.



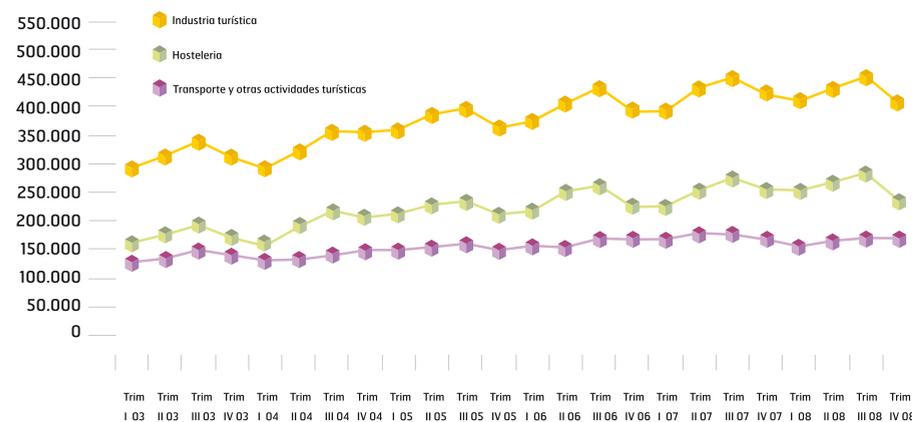
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

La Restauración no sólo es la rama más importante de la Industria Turística andaluza, sino que es la que mejor ha evolucionado durante el periodo estudiado, pues el empleo de esta rama ha crecido por término medio a una tasa del 10,4% anual durante el intervalo 2003-2008.

Al incorporar la información trimestral del año 2008 al análisis de la evolución del número de ocupados en actividades características del turismo en Andalucía, se puede decir que el comportamiento de la variable no difiere del que presentara en años anteriores. Así, se observa que:

- Se mantiene la tendencia creciente del número de ocupados en la Industria Turística andaluza, a pesar de su ralentización este último año.
- 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.
- Son los ocupados en la rama de Hostelería, que engloba a las ramas de Restauración y a la de Hoteles y alojamientos, los 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 - 2008.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

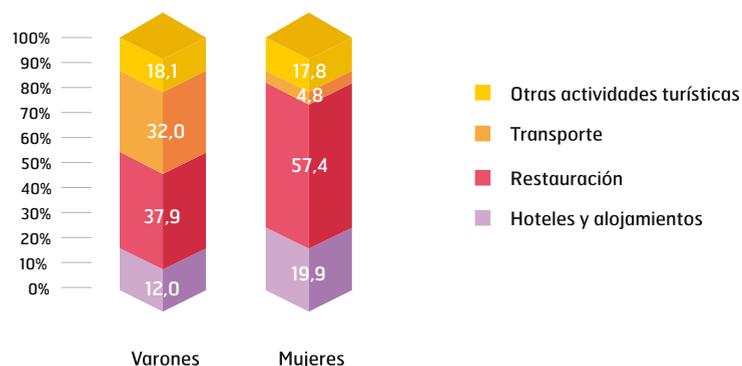
7.2.2. Características personales de los ocupados.

Los ocupados en la Industria Turística de Andalucía durante el año 2008 son mayoritariamente varones: un 59,6% (253.209 trabajadores) frente a un 40,4% de mujeres (171.597 trabajadoras). Sin embargo la mayor presencia de varones sólo se manifiesta en algunas ramas en las que se divide la actividad turística. Así, el número de mujeres ocupadas supera al de varones en la rama de Hostelería (tanto en Hoteles y alojamientos como en Restauración), mientras que ocurre lo contrario en el resto de ramas.

Que en cifras absolutas haya más mujeres que varones ocupadas en determinadas ramas de la actividad turística y viceversa es un indicativo de la desigual importancia que las distintas ramas de la Industria Turística van a tener en el empleo atendiendo al sexo del trabajador.

En efecto, la mayoría de las mujeres ocupadas en el sector están empleadas en Restauración (57,4%) o en Hoteles y alojamientos (19,9%), y sólo el 4,8% en la rama del Transporte. Por el contrario, los varones no están tan concentrados en una única rama, de modo que la Restauración (37,9%) comparte protagonismo con el Transporte turístico (32,0%).

Distribución porcentual de ocupados según sexo por ramas de actividad de la Industria Turística. Año 2008.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

Comparando las cifras de 2008 con las de 2007, se aprecia un incremento en el empleo femenino en la Industria Turística andaluza (+5,3%) y un descenso en los ocupados varones (-3,0%). Para las primeras destaca el buen comportamiento observado en las ramas de Restauración y de Transporte. Los varones, por el contrario, han experimentado descensos en la mayoría de las ramas, con la excepción de la rama Otras actividades turísticas, que sin embargo no ha podido compensar el comportamiento a la baja del resto.

En cuanto a la distribución por edad de los ocupados en la Industria Turística andaluza durante 2008, el 43,6% tenían entre 30 y 44 años, mientras que el resto se reparten en proporciones similares entre el grupo de edad más joven, entre 16 y 29 años, y los ocupados mayores de 44 años (28,0% y 28,4%, respectivamente). Respecto al año anterior, sólo los ocupados de 44 y más años han crecido a una tasa del 4,8%, mientras que han descendido los empleados de menos edad, sobre todo los correspondientes al grupo de los más jóvenes (-3,2%).

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 superiores al 40% en todas ellas. Los jóvenes participan más en Restauración y Otras actividades turísticas, representando el 33,8% y el 33,5%, 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 35,4% de los ocupados de esta actividad.

Distribución porcentual de ocupados según edad por ramas de actividad de la Industria Turística. Año 2008.

| EDAD | Hoteles y alojamientos | Restauración | Transporte | Otras actividades turísticas | Total Industria Turística |
|-----------------------------|------------------------|--------------|------------|------------------------------|---------------------------|
| 16-29 | 19,5% | 33,8% | 16,8% | 33,5% | 28,0% |
| 30-44 | 47,5% | 41,0% | 47,8% | 42,0% | 43,6% |
| 45 y más | 33,0% | 25,2% | 35,4% | 24,5% | 28,4% |
| Total ocupados Ind. Turist. | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

Al considerar el nivel de formación de los trabajadores en el análisis de los datos de 2008, se observa que la mayoría de los trabajadores de la Industria Turística de Andalucía poseían estudios secundarios, concretamente el 62,6%. El resto se reparte bastante equitativamente entre ocupados con estudios primarios o inferior (18,8%) y ocupados con estudios superiores (18,6%).

Se comprueba que han sido los ocupados con un nivel de formación secundario el colectivo que ha visto reducir sus efectivos respecto al año anterior, concretamente han descendido a una tasa de -1,8%, sin embargo el crecimiento que han experimentado los trabajadores con estudios primarios y superiores (+1,7% y +5,6%, respectivamente) han conseguido compensar el descenso del grupo más numeroso.

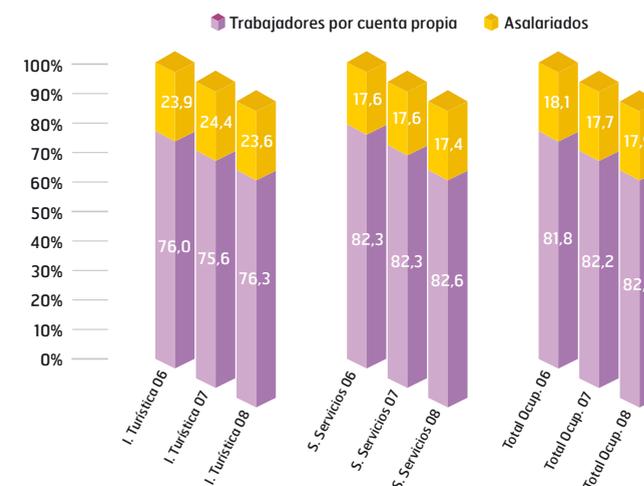
7.2.3. Situación profesional.

En 2008, la distribución de los ocupados en la Industria Turística de Andalucía según la situación profesional del trabajador se compone de un 76,3% de asalariados (324.224 trabajadores) y un 23,6%¹³ de trabajadores por cuenta propia¹⁴ o autónomos (100.435 trabajadores).

Los asalariados en actividades características del turismo representaron el 18,0% de los asalariados del sector Servicios de la región, y el 12,5% de los asalariados de la Comunidad del año 2008. Por su parte, los trabajadores autónomos de la Industria Turística andaluza representan el 26,5% de los autónomos del sector Servicios y el 17,8% de los autónomos de la región. Respecto al año 2007, aumentaron los efectivos de trabajadores asalariados un +1,1%, mientras que descendieron los de autónomos un -2,8%.

Una comparativa de la distribución de trabajadores según su situación profesional en la Industria Turística, en el sector Servicios, y en el total de ocupados en la economía andaluza de los tres últimos años, pone de manifiesto el mayor peso que los trabajadores por cuenta propia tiene en la estructura laboral de la Industria Turística en todo ese periodo.

Distribución porcentual de ocupados en la Industria Turística andaluza por sectores de actividad y situación profesional. Años 2006 - 2008.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

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

Los asalariados de la Industria Turística de Andalucía se distribuyeron según la modalidad contractual que disfrutaron en 2008 en 60,1% (194.917 asalariados) con contratos de duración indefinida, y 39,9% (129.307 asalariados) con contratos de duración temporal. Respecto al año anterior, se aprecia una evolución dispar de estos dos grupos de asalariados. Así, mientras que han crecido los asalariados con contratos indefinidos (+9,9%), los asalariados con contratos temporales han descendido a una tasa similar (-9,7%).

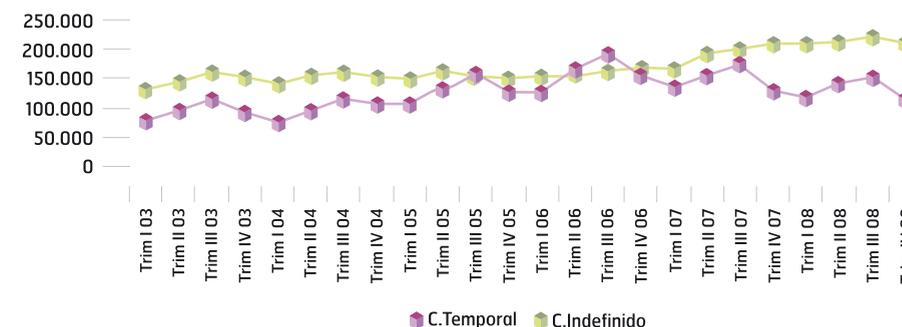
¹³La suma del porcentaje de asalariados y del de trabajadores por cuenta propia no es 100 porque existen trabajadores que se encuentran en una situación profesional tal que no pueden ser clasificados en alguna de estas dos categorías, aunque el número de ocupados no clasificables es tan pequeño que no merece la pena crear una tercera categoría en la variable para hacer referencia a los mismos.

¹⁴Son 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).

El análisis de la evolución trimestral de estos dos grupos de asalariados pone al descubierto que:

- En el periodo 2003-2006 se produjo un acercamiento entre las cifras de asalariados con diferentes tipos de contratos. La evolución de los contratos temporales ha sido tan espectacular que los efectivos con este tipo de contrato 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, lo que ha derivado en un incremento de la tasa de temporalidad¹⁵ en ese periodo.
- Los contratos temporales se ven más afectados por el problema de la estacionalidad, con un perfil de 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.
- En el periodo 2007-2008 se aprecia un cambio de tendencia en esta evolución: los trabajadores con contratos temporales descienden en ambos años mientras que los asalariados con contratos indefinidos aumentan, superando a los de contratos temporales en todos los trimestres de estos años. De este modo, las tasas de temporalidad pasan del 50,1% en 2006 al 44,7% en 2007, y al 39,9% en 2008.

Evolución del número de asalariados en ramas de actividad de la Industria Turística según el tipo de contrato. Datos trimestrales 2003 – 2008.

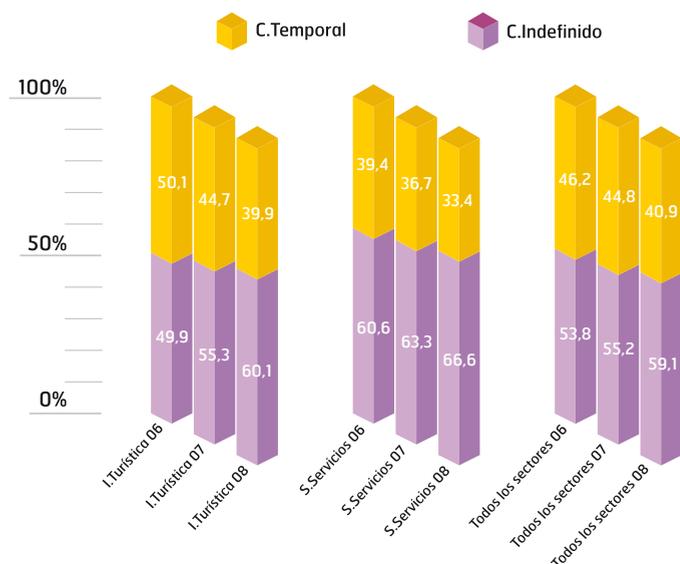


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

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, la tasa de temporalidad fue en 2006 superior a la que presenta la economía andaluza en su conjunto y a la del sector Servicios. Sin embargo, en el año 2007 la situación cambia, y el sector turístico presenta en ese año y en 2008 unas tasas de temporalidad similares a las del total de la economía, aunque todavía se encuentran por encima de las registradas en el sector Servicios.

¹⁵Tasa de temporalidad: porcentaje que representan los asalariados con contrato temporal sobre el total de asalariados

Distribución porcentual de asalariados en la Industria Turística andaluza por sectores de actividad y tipo de contrato. Años 2006 - 2008.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

Respecto al tipo de jornada, en 2008 el 83,1% de los asalariados en el sector turístico desarrollaron su trabajo a tiempo completo y únicamente el 16,9% restante lo hicieron a tiempo parcial, porcentajes que no difieren de los del año anterior.

7.3. 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 2008.

Empleo turístico. Principales magnitudes y ratios. Andalucía y España. Año 2008.

| Indicador | Andalucía | España |
|----------------------|-----------|-----------|
| Población activa | 486.692 | 2.889.153 |
| Población ocupada | 424.806 | 2.623.389 |
| Población parada | 61.886 | 265.764 |
| Tasa de ocupación | 87,3 | 90,8 |
| Tasa de desempleo | 12,7 | 9,2 |
| Tasa de asalariados | 76,3 | 77,4 |
| Tasa de temporalidad | 39,9 | 32,6 |

Fuente: Encuesta de Población Activa. 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 de 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.

Repercusión en el **TURISMO**
de la **CELEBRACIÓN**
de grandes **eventos DEPORTIVOS**
en **ANDALUCÍA**

8

Introducción.

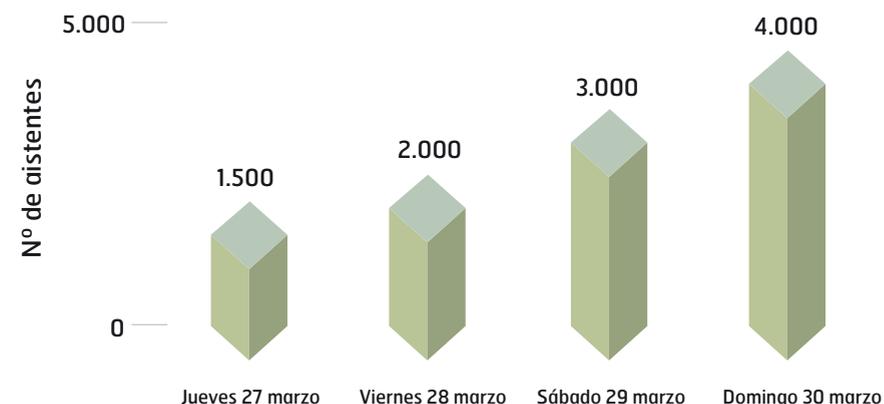
La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte viene analizando diversos eventos deportivos y culturales, con el objetivo de proporcionar información cuantitativa y cualitativa de los turistas que visitan Andalucía motivados por esta tipología de acontecimientos y de realizar una estimación de los resultados económicos que supone su celebración para el turismo en la Comunidad.

A continuación, el capítulo detalla los principales eventos deportivos que se han celebrado en Andalucía durante el año 2008 y han sido objeto de estudio: Gran Premio de España de Motociclismo de Jerez, eventos de golf (Open de Andalucía, Open de España y Volvo Master Andalucía) y el evento cultural Bienal de Flamenco de Sevilla.

8.1. Mapfre Open de Andalucía.

Según datos facilitados por la organización del evento, el número total de asistentes a esta edición de MAPFRE OPEN DE ANDALUCIA 2008, celebrada del 27 al 30 de marzo de 2008, asciende a 10.500 visitantes.

Número de asistentes a MAPFRE Open de Andalucía 2008. Afluencia diaria.



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 evento en **2 millones de euros**.

El 53,4% de los turistas recibidos declara que el **principal motivo** de su visita a Andalucía ha sido la asistencia al campeonato de golf, la mayoría de estos turistas han asistido en calidad de aficionados a este deporte (66,8%). Como en ediciones anteriores, son dos las nacionalidades que más predominan entre los asistentes al campeonato, de manera que británicos y españoles acaparan el 70% de los turistas recibidos.

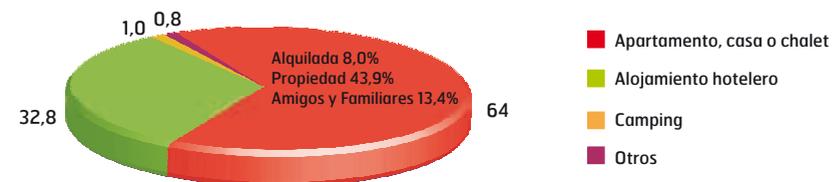
Distribución porcentual de los turistas asistentes al Campeonato MAPFRE Open de Andalucía 2008 según país de residencia.

| País de procedencia | Año 2008 |
|---------------------|----------|
| Total España | 17,2% |
| Alemania | 6,5% |
| Bélgica | 1,0% |
| Francia | 1,0% |
| Holanda | 4,4% |
| Italia | 0,5% |
| Portugal | 0,3% |
| Reino Unido | 51,9% |
| Resto Unión Europea | 16,9% |
| Otros | 0,4% |
| Total | 100,0% |

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 8,9 días. 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 se ha situado en 60,9 euros por persona y día. Entre estos turistas, el **tipo de alojamiento** más utilizado ha sido el apartamento en propiedad (42,8%), seguido del alojamiento hotelero (32%).

Tipo de alojamiento utilizado por los turistas. MAPFRE Open de Andalucía 2008



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 78% de los turistas han **organizado** su viaje de forma particular, mientras que el resto ha utilizado algún tipo de intermediario.

Distribución porcentual de los turistas según forma de organizar el viaje MAPFRE Open de Andalucía 2008.



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 81%.

En la edición de 2008, el 59% de los turistas que visitó Andalucía con motivo del MAPFRE Open de Andalucía han sido hombres. El segmento de **edad** más representado ha sido el comprendido entre los 45 y los 65 años, que ha acaparado al 41,2% de los turistas que han acudido a esta edición.

La **situación laboral** más frecuente ha sido la de retirado/jubilado, a la que le sigue el trabajo remunerado (39,1%).

Perfil sociodemográfico de los turistas que asistieron al MAPFRE Open de Andalucía 2008.

| Edad | % |
|----------------------------|-------|
| Menos de 18 años | 3,7 |
| De 18 a 29 años | 6,9 |
| De 30 a 44 años | 23,0 |
| De 45 a 65 años | 41,2 |
| Más de 65 años | 29,3 |
| Situación laboral (%) | |
| Trabajo remunerado | 39,1 |
| En paro | 0,5 |
| Estudiante | 4,4 |
| Retirado/jubilado | 47,8 |
| Labores del hogar | 7,8 |
| Otros | 0,4 |
| Total | 100,0 |
| Profesión (%) | |
| Director Gerente | 37,1% |
| Técnico superior/medio | 12,9% |
| Profesión liberal | 10,8% |
| Funcionario/empleo público | 3,9% |
| Administrativo | 6,5% |
| Obrero | 4,3% |
| Estudiante | 0,9% |
| Director Gerente | 37,1% |
| Total | 100,0 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 93% 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. La **valoración** otorgada al **destino andaluz** por los turistas ha sido de notable, concretamente 7,2 puntos en una escala de 1 a 10, siendo los conceptos mejor valorados la atención y el trato recibidos y la restauración, con 8,1 y 7,9 puntos respectivamente.

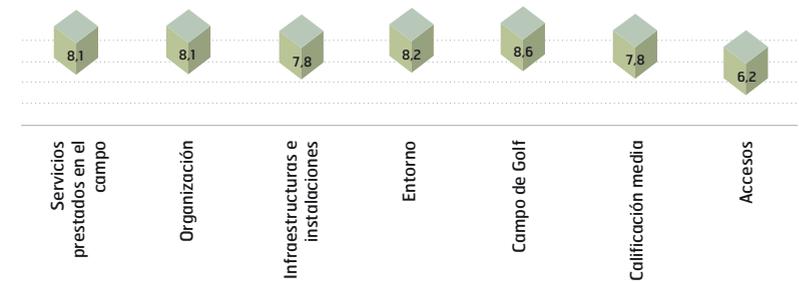
Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del viaje a Andalucía.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas asistentes a esta edición 2008 del MAPFRE Open de Andalucía han **valorado el campeonato** con un notable alto, (7,8 puntos en una escala de 1 a 10), siendo el campo de golf, el entorno y la organización los ítems mejor valorados (8,6 y 8,2 puntos respectivamente), y quedando los accesos como el elemento con la calificación más baja (6,2 puntos).

Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del evento. MAPFRE Open de Andalucía 2008.



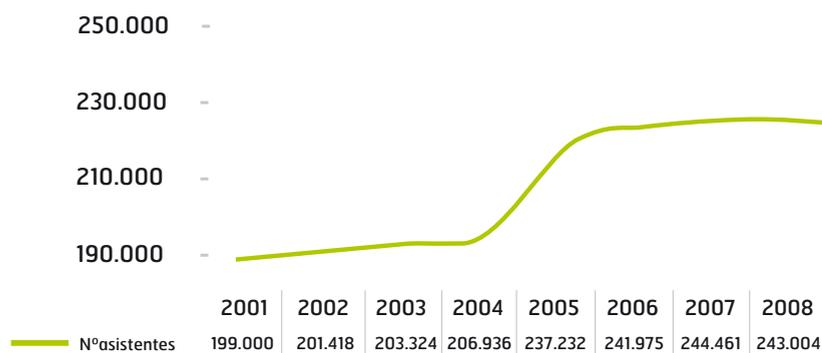
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 73% de los encuestados **piensa volver** a Andalucía en el futuro para hacer turismo, lo que significa que el turista motivado por la asistencia al Open 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.

8.2. Gran Premio de España de Motociclismo.

Según los organizadores del evento, el **público asistente** al Gran Premio de España de Motociclismo en esta edición **ha sido de 243.004 personas, lo que ha supuesto un mantenimiento respecto al año anterior.**

Número de asistentes al Gran Premio de España de Motociclismo en Jerez 2001 - 2008.



Fuente: Moto GP.

El movimiento turístico que ha generado esta edición, ya sea con asistencia o no al circuito, ha sido de **261.745 turistas**, lo que supone un incremento del **+6,5%** respecto a las cifras estimadas para el 2007. 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 **51,5 millones de euros**, lo que en términos relativos supone un crecimiento del **+8,7%**.

El **gasto medio diario** se ha estimado en 68,72 euros, una cifra superior en 4,50 euros a la estimada para el Gran Premio del año pasado. En cuanto 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 el 73% del total de presupuesto de los turistas.

En cuanto al **tipo de alojamiento**, los establecimientos hoteleros y el camping se reparten más de la mitad de los turistas que pernoctaron en Andalucía con motivo del Gran Premio. Tras ellos, aparece a gran distancia el apartamento alquilado (12,2%) y la vivienda de amigos y familiares (14,5%), tal y como se observa en la tabla.

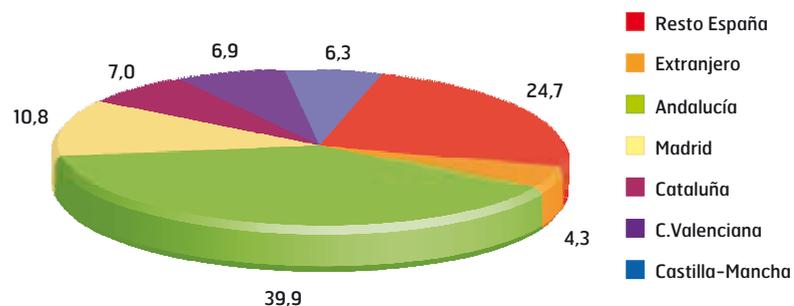
| Tipo de Alojamiento | % |
|-----------------------------------|------|
| Alojamiento hotelero | 25,9 |
| Pensión | 2,0 |
| <i>Apartamento, chalet o casa</i> | 32,0 |
| - Apartamento alquilado | 12,2 |
| - Apartamento propio | 5,3 |
| - Amigos o familiares | 14,5 |
| Camping | 26,1 |
| Otros | 14,0 |
| Total | 100 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Casi en su totalidad (99,4%) los turistas encuestados declaran 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 (94%).

Por nacionalidad, la mayoría de los turistas han sido españoles (95,7%), destacando los propios andaluces (40%) seguidos por los procedentes de Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana. Los extranjeros suponen el 4,3% siendo más de la mitad de ellos de nacionalidad británica.

Distribución porcentual de los turistas asistentes al Gran Premio de Motociclismo según lugar de residencia. Año 2008.



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 2,7 días, muy similar a la observada en el Gran Premio de Jerez 2007.

A la hora de preparar su visita a Andalucía, la gran mayoría de los turistas (93,5%) optaron por organizar el viaje de forma particular, opción muy influenciada por ser mayoritariamente españoles. El resto acudió a algún tipo de intermediario, ya sean asociaciones, clubes o empresas o agencias de viaje.

El 47% de los turistas han utilizado el coche como medio de transporte para acceder a Andalucía, porcentaje seguido por la moto (35%), que adquiere una especial relevancia en este tipo de eventos. Ambos medios han visto incrementada su utilización respecto al año anterior, a costa principalmente del avión y tren.

Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. GP Jerez 2008.

| Medio de transporte (%) | |
|-------------------------|-------|
| Turismo | 47,0 |
| Tren | 0,8 |
| Moto | 34,9 |
| Avión | 12,6 |
| Otros | 4,7 |
| Total | 100,0 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

En cuanto a la distribución por sexo, cabe destacar el hecho de que el 69% de los turistas que han visitado el gran premio son hombres, incrementándose este porcentaje respecto a la edición anterior en 3,7 puntos.

Uno de cada dos turistas se encuentran en el intervalo de edad de 30 a 44 años, seguidos por los de 18 a 29 años que representan el 35% de los encuestados, quedando a gran distancia los menores de 18 (4%) y los mayores de 45 años (14%).

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 (87%), seguida de estudiantes (8,6%).

La **valoración** otorgada al destino andaluz (7,3 puntos) refleja el alto grado de satisfacción de los turistas que lo visitaron con motivo del Gran Premio de Jerez, aumentando respecto a la edición del año anterior en +0,2 puntos.

Los conceptos de “atención y trato recibido” y “Ocio /diversión” han sido los mejor valorados con 8 puntos. En el otro extremo, aunque con una puntuación de 6,7 puntos, se encuentran los conceptos de “Limpieza Urbana” y “señalización”.

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

| Conceptos | Valoración |
|--|------------|
| Alojamiento | 7,2 |
| Restauración | 7,7 |
| Ocio/diversiones | 8,0 |
| Transportes públicos | 6,9 |
| Señalización | 6,7 |
| Información turística | 7,0 |
| Conservación del entorno natural | 7,4 |
| Conservación del entorno histórico/artístico | 7,8 |
| Seguridad ciudadana | 7,7 |
| Ordenación urbana | 7,3 |
| Limpieza urbana | 6,7 |
| Ruido ambiental | 6,9 |
| Asistencia sanitaria | 7,1 |
| Atención y trato recibido | 8,1 |
| Relación calidad/precio | 7,2 |
| Media | 7,3 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

En este año cabe destacar la mayor valoración que también ha recibido el propio evento que no solo mejora en la media (+0,3 puntos) sino en todos los conceptos valorados, destacando con aumentos de más de medio punto la “Organización”, “Recinto” y “Accesos”.

Valoración del evento (de 1 a 10) por conceptos.

| Calificación del Gran Premio | Valoración |
|------------------------------------|------------|
| Organización | 7,9 |
| Recinto | 8,2 |
| Infraestructuras e instalaciones | 7,1 |
| Servicios prestados en el circuito | 7,2 |
| Entorno | 7,5 |
| Accesos | 6,8 |
| Media | 7,4 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El **grado de satisfacción** se refleja en el hecho de que el 86% de los encuestados piensa volver a Andalucía como turista, dato 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 83% de los asistentes afirmaron que el año pasado se desplazaron a un evento similar en su propio país.

8.3. Open de España de Golf.

Según estimaciones de los organizadores el OPEN de España de Golf en esta edición **ha recibido 36.000 visitas** a lo largo de los cuatro días de competición. Del total de asistentes, se ha estimado que el 44% han sido turistas, el 27% excursionistas y el 30% restante fueron residentes.

El movimiento turístico que ha generado esta edición, ya sea con asistencia o no al campo, ha sido de **9.582 turistas**. 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 un total de **3,9 millones de euros**.

El **gasto medio diario** se ha estimado en 76,20 euros. El 86,8% de este presupuesto se destina a la restauración y al alojamiento, quedando en un segundo plano las compras y el transporte.

Distribución del gasto por conceptos. OPEN de España de Golf. Año 2008.

| Conceptos | (%) |
|-------------------------|------|
| Alojamiento | 39,8 |
| Transporte | 4,5 |
| Restaurantes | 46,9 |
| Transporte público | 1,3 |
| Compras alimenticias | 1,0 |
| Compras no alimenticias | 5,3 |
| Otros | 1,2 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Entre los turistas que asistieron al Campeonato, el **tipo de alojamiento** más utilizado ha sido el establecimiento hotelero, que ha captado algo más del 60% del total. Del resto de tipologías, destacar la vivienda de amigos y familiares, donde se alojaron el 25,3% de los turistas que asistieron al campeonato.

Distribución del tipo de alojamiento. OPEN de España de Golf. Año 2008.

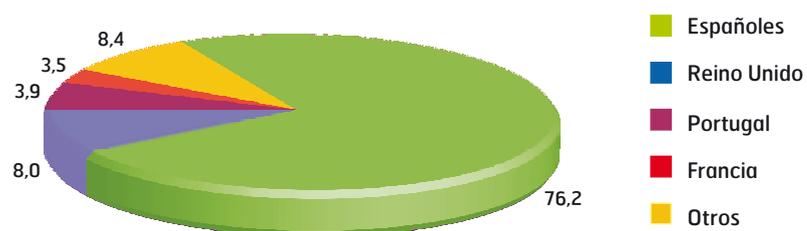
| Tipo de Alojamiento | (%) |
|---------------------------|------|
| Hotel | 56,4 |
| Otro alojamiento hotelero | 3,3 |
| Pensión | 0,8 |
| Apartamento alquilado | 1,8 |
| Apartamento propio | 11,5 |
| Amigos o familiares | 25,3 |
| Otros | 0,8 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 93,2% de los turistas recibidos declara que el principal **motivo de su visita** a Andalucía ha sido la asistencia al Open de España de Golf, siendo la mayoría de ellos aficionados a este deporte (63%).

Más del 76% de los turistas recibidos en Andalucía con motivo de la celebración de este evento deportivo han sido españoles. A éstos les han seguido a gran distancia los procedentes del Reino Unido (8%), Portugal (3,9%) y Francia (3,5%).

Distribución porcentual de los turistas asistentes al OPEN de España de Golf según país de residencia. Año 2008.

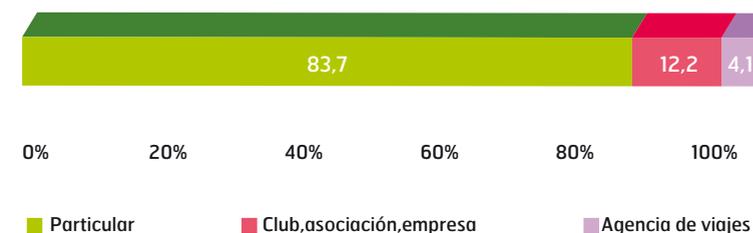


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **estancia media** de los turistas cuyo principal motivo de viajar a Andalucía ha sido la celebración de este torneo, se ha estimado en cinco días.

A la hora de preparar su visita a Andalucía, el 83,7% de los turistas optaron por **organizar** el viaje de forma particular, mientras que el resto acudió a algún tipo de intermediario, ya sean asociaciones, clubes o empresas o agencias de viaje. Estas cifras están claramente influenciadas por la fuerte presencia de turismo nacional.

Organización del viaje a Andalucía. OPEN de España de Golf 2008.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El peso del turismo nacional también se deja ver claramente en la variable **medio de transporte** utilizado para acceder a Andalucía. Así, los turistas se decantan principalmente por la utilización del coche (62,3%). En segundo lugar, a gran distancia, se sitúa el avión, utilizado por el 25,3% de los mismos, quedando en tercera instancia el uso del tren (10,1%).

Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía

| Medio de transporte | (%) |
|---------------------|------|
| Turismo | 62,3 |
| Avión | 25,3 |
| Tren | 10,1 |
| Otros | 2,2 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Si atendemos a la distribución por **sexo** cabe destacar el hecho de que algo más de seis de cada diez turistas que han visitado Andalucía con motivo de la celebración de este evento deportivo son hombres.

En cuanto a la **edad**, los intervalos 30 – 44 años y 45 – 65 años acaparan al 38,7% y 38,1% del total respectivamente. Le siguen en orden de importancia los tramos de 18 – 29 años (16,7%) y a gran distancia los menores de 18 (7,6%) y mayores de 65 años (3,9%).

La **situación laboral** más frecuente entre los asistentes al Open de Golf en calidad de turistas ha sido la de aquellos que poseen un trabajo remunerado (73%) seguida a gran distancia de estudiantes (10,4%) y jubilados (9,4%). De entre los primeros, destaca la profesión de técnico superior/medio por cuenta ajena (35,1%), seguida a distancia por la de director gerente empleado y **profesión** liberal.

Perfil sociodemográfico del turista. OPEN de España de Golf. Año 2008

| Edad | (%) |
|---------------------------------------|-------|
| Menos de 18 años | 7,6 |
| De 18 a 29 años | 16,7 |
| De 30 a 44 años | 38,7 |
| De 45 a 65 años | 38,1 |
| Más de 65 años | 3,9 |
| Sexo | (%) |
| Hombre | 62,3 |
| Mujer | 43,0 |
| Situación Laboral | (%) |
| Trabajo remunerado | 73,0 |
| En paro | 2,2 |
| Estudiante | 10,4 |
| Retirado/jubilado | 9,4 |
| Labores del hogar | 3,8 |
| Otros | 1,3 |
| Profesión | (%) |
| Director Gerente | 26,1% |
| Técnico superior/medio (cuenta ajena) | 35,1% |
| Profesión liberal | 13,0% |
| Funcionario/empleado público | 7,4% |
| Administrativo | 4,0% |
| Obrero | 2,0% |
| Estudiante | 3,1% |
| Otros | 9,3% |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los servicios recibidos por los turistas en Andalucía han sido **valorados** con un notable (7 puntos sobre 10), lo que denota el alto grado de satisfacción de estos turistas. Por conceptos, son dos los que superan los ocho puntos: atención y trato recibido, y restauración, ambos con 8,7 puntos.

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

| Conceptos | (%) |
|----------------------------------|------|
| Alojamiento | 7,58 |
| Restauración | 8,17 |
| Ocio/diversiones | 7,97 |
| Transportes públicos | 6,50 |
| Señalización | 6,35 |
| Información Turística | 7,16 |
| Conservación del entorno natural | 7,47 |
| Conservación del patrimonio | 7,72 |
| Seguridad ciudadana | 6,66 |
| Ordenación Urbana | 6,03 |
| Limpieza Urbana | 6,37 |
| Ruido Ambiental | 6,08 |
| Asistencia sanitaria | 7,04 |
| Atención y trato recibido | 8,17 |
| Relación calidad/precio | 7,48 |
| Valoración Media | 7,08 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Por otro lado, es destacable la excelente puntuación que le han otorgado los turistas a cada uno de los conceptos de este evento deportivo. Así, el propio Campo de Golf ha sido puntuado con sobresaliente (9,3 puntos) mientras que el resto de conceptos (excepto los accesos) supera los ocho puntos, de tal modo que la calificación media del Open de España de Golf para este año ha sido de 8,4 puntos.

Valoración media (de 1 a 10) por conceptos del evento.

| Conceptos | (%) |
|----------------------------------|------|
| Organización | 8,78 |
| Campo de Golf | 9,31 |
| Infraestructuras e instalaciones | 8,21 |
| Servicios prestados en campo | 8,42 |
| Entorno | 8,49 |
| Accesos | 7,30 |
| Calificación media | 8,40 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Así, este **grado de satisfacción** se refleja en el hecho de que casi el 80% de los encuestados piensa volver a Andalucía como turista. Este dato 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.

Este tipo de turismo especializado se moviliza con facilidad ante acontecimientos de este tipo, ya que el 78,5% de los asistentes afirmaron que el año pasado se desplazaron a un evento similar, llegando a moverse fuera de su país de residencia el 31,8% de los mismos.

En cuanto al grado de repetición, el 37,5% de los encuestados estuvo en la edición del año anterior.

8.4. XV Bienal de Flamenco de Sevilla.

Se estima que la XV Bienal de Flamenco se ha cerrado con la asistencia de **11.341 visitantes (turistas y excursionistas)**. La importancia de este evento cultural para Andalucía desde un punto de vista económico queda constatada, entre otros aspectos, por el **volumen de ingresos** que se genera como consecuencia de las visitas turísticas, estimándose para esta edición **16,7 millones de euros**.

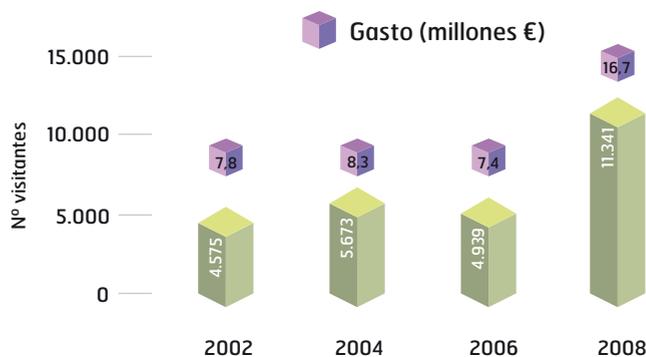
Los visitantes de la Bienal 2008 han asistido como media a 3,5 espectáculos, frente al 5,4 de la edición anterior. Hay que tener en cuenta además que en esta edición se han programado 12 eventos más que en la Bienal de 2006, lo que ha generado un aumento de las plazas ofertadas del 77%. Estas dos circunstancias contribuyen al considerable crecimiento de visitantes observado este año.

El interés de este tipo de eventos reside no sólo en los beneficios directos que proporcionan, sino en los posibles beneficios futuros que puedan aportar a la imagen de Andalucía como destino turístico, tanto por su enorme efecto promocional, al estar acreditados numerosos medios tanto nacionales como internacionales, así como por el hecho de crear turistas potenciales para la Comunidad entre los asistentes al evento. En este contexto el 88,8% de los encuestados piensan regresar a Andalucía.

El 60% de los turistas que han visitado la Bienal de Flamenco han sido extranjeros, destacando las **procedencias** de Francia, Italia y Estados Unidos. Los españoles han representado el 40% de la demanda turística de este evento, siendo la mitad de ellos los propios andaluces.

En el **perfil** de un turista de la Bienal predominan las mujeres (60% frente al 40% de hombres), en el 36,3% de los casos se encuentran en el intervalo de edad de 30 a 44 años y son turistas con un alto poder adquisitivo, ya que el 72% tiene unos ingresos mensuales de la unidad familiar superiores a los 1.800 euros.

Número de visitantes e Ingresos de la Bienal de Flamenco. Ediciones 2002, 2004, 2006 y 2008.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

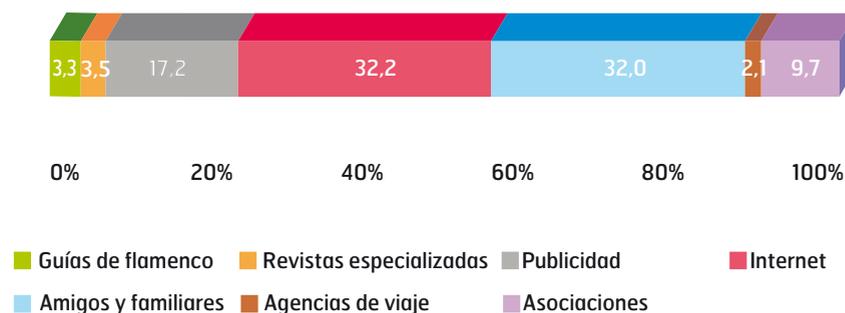
Perfil de la demanda turística en la XV Bienal de Flamenco.

| Sexo | % |
|-----------------------------------|-------|
| Hombres | 39,9 |
| Mujeres | 60,1 |
| Total | 100,0 |
| Edad | % |
| Menores de 18 años | 1,1 |
| De 18 a 29 años | 24,0 |
| De 30 a 44 años | 36,3 |
| De 45 a 65 años | 33,1 |
| Más de 65 años | 5,4 |
| Total | 100,0 |
| Nivel de Ingresos Unidad Familiar | % |
| Menos de 600 euros | 0,7 |
| De 600 a 1.200 euros | 5,9 |
| De 1.200 a 1.800 euros | 21,5 |
| De 1.800 a 3.000 euros | 33,8 |
| De 3.000 a 4.500 euros | 28,1 |
| De 4.500 a 6.000 euros | 8,2 |
| Más de 6.000 euros | 1,8 |
| Total | 100,0 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La mayoría de los asistentes declararon que han **conocido** la Bienal de Flamenco a través de tres vías: Internet (32,2%), amigos y familiares (32%) y publicidad (17,2%), porcentaje este último que muestra un importante incremento respecto a la edición anterior, a costa de las peñas y asociaciones flamencas.

¿Cómo conoció la Bienal de Flamenco?



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Cabe destacar la importancia de **Internet** no sólo como medio de promoción del evento sino también a la hora de la organización del viaje, ya que el 37,2% de los turistas encuestados declararon haber utilizado en algún momento esta herramienta frente al 26,3% que lo hizo en la Bienal de 2006.

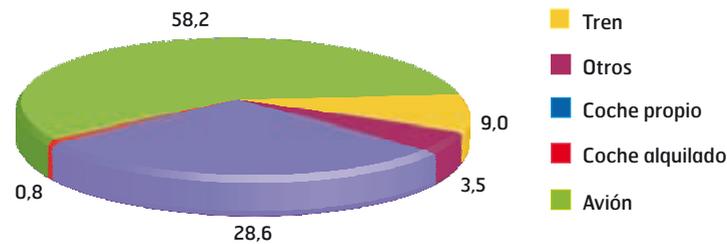
El 95% de los turistas que estuvieron en la XV edición de este evento **organizaron su viaje a Andalucía** de forma particular, mientras que el resto lo hizo a través de intermediarios (agencias de viajes, asociaciones, peñas, etc.).

En términos generales el **gasto medio diario** que realiza un turista asistente a este evento cultural es más elevado que el de la media de los turistas en Andalucía (57,29 euros en 2007), concretamente en esta edición se ha situado en 90,39 euros por persona y día.

Ha sido el establecimiento hotelero el tipo de **alojamiento** más utilizado, aunque en menor medida que en la edición anterior (49% frente al 56% del año 2006). Le siguen aunque a gran distancia el uso de la casa de amigos y familiares (27,6%) y la vivienda alquilada (17,8%).

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 58%, mostrando un peso significativamente menor que la edición pasada, debido principalmente a la menor presencia de extranjeros en este evento.

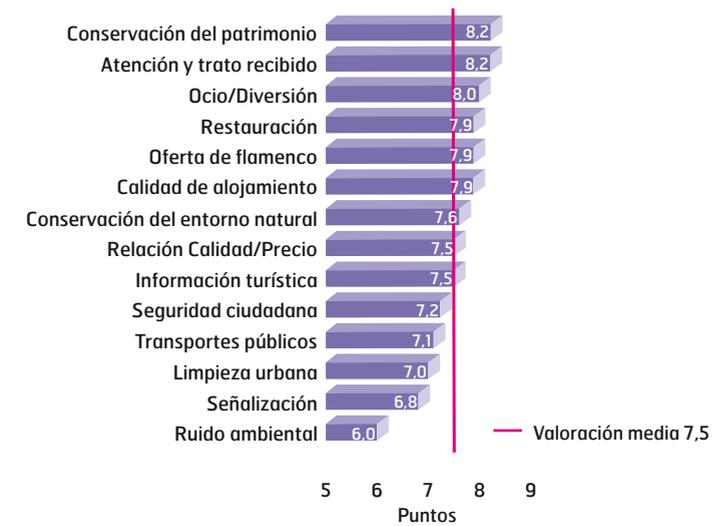
Distribución porcentual de los turistas según medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. XV Bienal de Flamenco.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

En la edición de este año, la **valoración** otorgada al **destino andaluz** por los turistas ha sido de notable, concretamente 7,5 puntos en una escala de 1 a 10, valoración superior a la registrada en la anterior edición de la Bienal (7,1 puntos), siendo los conceptos mejor valorados la conservación del patrimonio histórico - artístico, la atención y el trato recibidos y la oferta de ocio y diversión, por encima de los ocho puntos.

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



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **valoración** media de la XV Bienal de Flamenco ha sido de 7,7 puntos en una escala de 1 y 10. Todos los conceptos son valorados por encima de los 7 puntos, destacando la oferta artística y las infraestructuras e instalaciones.

Valoración (1 a 10) de la XV Bienal de Flamenco según conceptos.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

En relación a las **instalaciones**, las **preferidas** a la hora de asistir a un espectáculo de flamenco son los teatros o auditorios así como los tablaos flamencos, que registran porcentajes superiores al 33% y al 18% respectivamente, tal y como se muestra en la tabla adjunta.

Distribución porcentual de los turistas según instalaciones preferidas a la hora de asistir a un espectáculo de flamenco.

| Instalaciones | % |
|----------------------------|-------|
| Tabernas o bares flamencos | 9,1 |
| Tablaos flamencos | 18,7 |
| Peñas flamencas | 7,1 |
| Cuevas | 3,7 |
| Festivales | 6,6 |
| Teatros/auditorios | 33,1 |
| Otros | 10,1 |
| Le resulta indiferente | 11,6 |
| Total | 100,0 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

8.5. XXI Volvo Master Andalucía.

Según datos facilitados por la organización del evento, el número total de asistentes a esta edición de VOLVO MASTERS ANDALUCIA asciende a **48.725 visitantes**, lo que ha supuesto una disminución del -4,2% respecto al año anterior.

Número de asistentes Volvo Masters Andalucía. Años 2000 - 2008.



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 **9,5 millones de euros**, lo que supone una **disminución del -5,1%** respecto a la edición del año pasado.

El 71,9% de los turistas recibidos declara que el principal **motivo de su visita** a Andalucía ha sido la asistencia al campeonato de golf, frente al 63,6% del año 2007. La mayoría de estos turistas han asistido en calidad de aficionados a este deporte (64,3%).

El **grado de repetición** en este acontecimiento es elevado ya que más de la mitad de los asistentes de este año (53,1%) ya estuvieron en la edición del año pasado. Como en ediciones anteriores, son dos las **nacionalidades** que más predominan entre los asistentes al campeonato, de manera que británicos y españoles acaparan el 81% de los turistas recibidos.

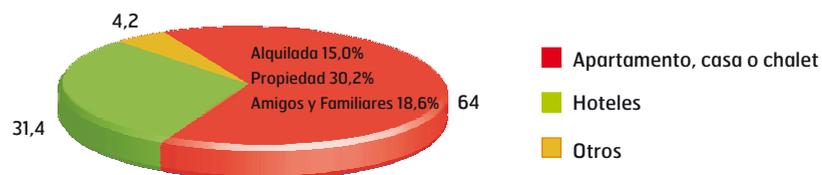
Distribución porcentual de los turistas asistentes al Campeonato Volvo Masters según país de residencia. Años 2007 y 2008.

| País de procedencia (%) | Volvo 07 | Volvo 08 | diferencia |
|-------------------------|----------|----------|------------|
| Espanoles | 30,6 | 33,1 | 2,5 |
| Extranjeros | 69,4 | 66,9 | -2,5 |
| Alemania | 3,6 | 4,0 | 0,4 |
| Holanda | 3,4 | 2,1 | -1,3 |
| Reino Unido | 37,9 | 48,0 | 10,1 |
| Italia | 1,1 | 0,4 | -0,7 |
| Resto Unión Europea | 19,2 | 9,9 | -9,3 |
| EE.UU. | 1,1 | 0,1 | -1,0 |
| Otros | 3,2 | 2,5 | -0,7 |

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 6 días, muy similar a la registrada en el año anterior. En términos generales el **gasto medio diario** que ha realizado el turista que ha asistido a la Volvo este año ha sido de 56,7 euros. Entre estos turistas, el **tipo de alojamiento** más utilizado ha sido el alojamiento hotelero (31,4%) seguido del apartamento en propiedad (30,5%), la vivienda de amigos y familiares (18,6%) y el apartamento alquilado (15%).

**Tipo de alojamiento utilizado por los turistas.
Volvo Masters Andalucía 2008.**



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 90,7% de los turistas han **organizado su viaje** de forma particular, mientras que el resto ha utilizado algún tipo de intermediario. Respecto a la pasada edición del campeonato, destaca la menor utilización de intermediarios (agencias de viajes y clubes, asociaciones o empresas).

**Distribución porcentual de los turistas según forma de organizar el viaje
Volvo Masters Andalucía 2008.**



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 67,3%. En esta edición, este porcentaje ha disminuido en relación con el año 2007.

**Tipo de transporte utilizado para acceder a Andalucía.
Volvo Masters Andalucía 2008**

| Medio de transporte (%) | Volvo 2008 |
|-------------------------|------------|
| Turismo | 29,8 |
| Avión | 67,3 |
| Otros | 2,9 |
| Total | 100,0 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

En la edición del 2008, el 59% de los turistas que visitó Andalucía con motivo del Volvo Masters han sido hombres, mientras que la proporción de mujeres se sitúa en un 41%.

El segmento de **edad** más representado ha sido el comprendido entre los 45 y los 65 años, que ha acaparado este año un porcentaje muy superior al pasado año (53,9% frente a 40,2%). Si bien éste es claramente el principal tramo de edad, también es relevante el segmento comprendido entre los 30 y los 44 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 36,3% de ellos, seguida de la profesión liberal (18,3%) y la de técnico superior o medio (17,6%).

Perfil sociodemográfico de los turistas que asistieron a la Volvo Masters Andalucía 2008.

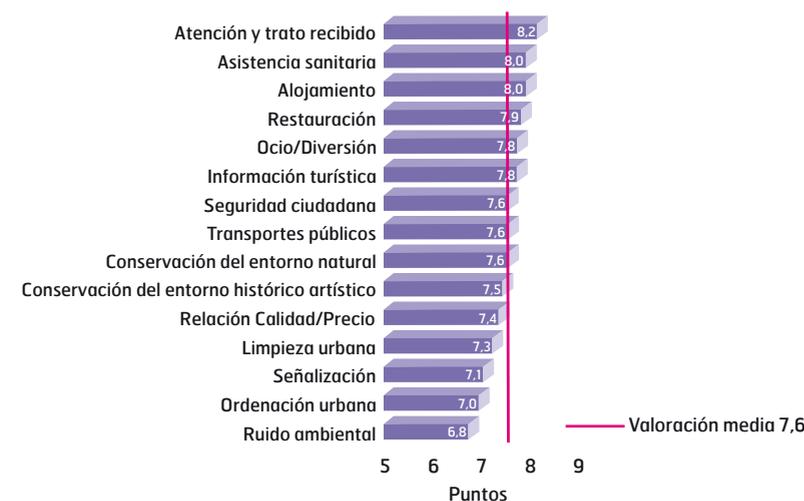
| Edad % | |
|--------------------------|-------|
| Menos de 18 | 5,5 |
| 18-29 | 7,0 |
| 30-44 | 25,8 |
| 45-65 | 53,9 |
| Más de 65 | 15,6 |
| Total | 100,0 |
| Situación laboral (%) | |
| Trabajo remunerado | 56,8 |
| En paro | 0,6 |
| Estudiante | 5,5 |
| Jubilado | 29,3 |
| Labores hogar | 7,4 |
| Otras | 0,3 |
| Total | 100,0 |
| Profesión (%) | |
| Director, gerente | 36,3 |
| Tecnico superior o medio | 17,6 |
| Profesion liberal | 18,3 |
| Funcionario | 9,0 |
| Admo., aux. admo. | 8,3 |
| Estudiante | 4,2 |
| Obrero | -- |
| Otros | 6,2 |
| Total | 100,0 |

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 94% de los turistas declara que **ha visitado Andalucía en otras ocasiones** mientras que sólo para el 6% 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 muy similar a la recibida en la anterior edición del campeonato, siendo los conceptos mejor valorados la atención y el trato recibidos, la asistencia sanitaria y el alojamiento, con 8,2 y 8 puntos respectivamente.

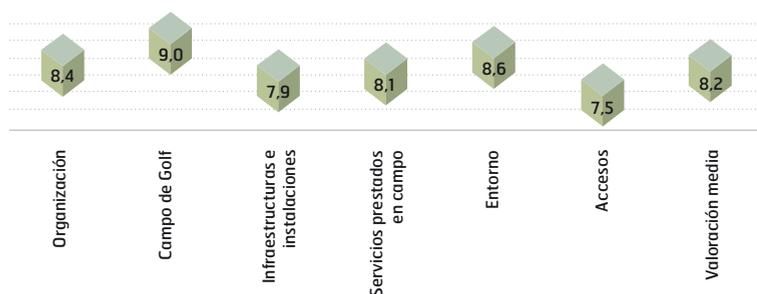
Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del viaje a Andalucía.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas asistentes a esta edición 2008 del Volvo Masters Andalucía han **valorado el campeonato** con un notable alto, (8,2 puntos en una escala de 1 a 10), siendo el campo de golf y el entorno los ítems mejor valorados (9 y 8,6 puntos respectivamente), y quedando los accesos como el elemento con la calificación más baja (7,5 puntos).

Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del evento. Volvo Masters Andalucía 2008.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 76% 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.

ÍNDICE DE SIGLAS

AENA: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea.

CC.AA: 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.

TT.OO: Touroperadores.

UE: Unión Europea.

