

ORDEN DE \*\* DE \*\*\*\*\* DE 2023 POR LA QUE SE APRUEBAN LAS BASES REGULADORAS PARA LA CONCESIÓN DE SUBVENCIONES EN RÉGIMEN DE CONCURRENCIA COMPETITIVA, PARA PROMOVER LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO A TRAVÉS DE LA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO TURÍSTICO-CULTURAL DE ANDALUCÍA.

### INFORME DE EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE GÉNERO

#### 1. FUNDAMENTACIÓN Y OBJETO DEL INFORME.

La Constitución Española, en su artículo 148.1.18ª, establece que las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en materia de promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial. En este sentido, el Estatuto de Autonomía para Andalucía en su artículo 71 atribuye a la Comunidad Autónoma de Andalucía la competencia exclusiva en materia de turismo, que incluye, entre otros aspectos, la ordenación y la planificación del sector turístico. Asimismo, el artículo 37 del Estatuto reconoce como uno de los principios rectores que deben orientar las políticas públicas en Andalucía el fomento del sector turístico como elemento económico estratégico, desempeñando el turismo sostenible un papel relevante en la defensa del medio ambiente, junto a otros sectores económicos vinculados al desarrollo sostenible, según su artículo 197.

Sobre la base de los anteriores títulos competenciales, se aprobó la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, cuyo artículo 11 dispone que el Plan General del Turismo es el instrumento básico y esencial en la ordenación de los recursos turísticos de Andalucía, debiéndose ajustar cualquier instrumento de planificación que se desarrolle en materia de turismo a las especificaciones y directrices que se contemplen en el mismo.

Por otro lado, la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía, indica en su artículo 5 que los poderes públicos potenciarán que la perspectiva de la igualdad de género esté presente en la elaboración, ejecución y seguimiento de las disposiciones normativas. Asimismo, el artículo 6 establece que los poderes públicos de Andalucía incorporarán la evaluación del impacto de género en el ejercicio de sus competencias.

El desarrollo reglamentario de dicha disposición se ha visto plasmado en el Decreto 17/2012, de 7 de febrero, por el que se regula la elaboración del Informe de Evaluación del Impacto de Género, estableciéndolo como instrumento para garantizar la integración del principio de igualdad en el desarrollo de las competencias de los poderes públicos de Andalucía. La emisión del mismo corresponderá al centro directivo competente para la iniciación del procedimiento de elaboración de la disposición que se trate.

Por todo lo anterior, la Dirección General de Turismo emite el presente informe con el objeto de evaluar el impacto de género sobre el Proyecto de Orden por la que se aprueban estas bases reguladoras.

FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	29/11/2023	PÁGINA 1/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmJ2VDJW6QC2JJMSKK3UAMGUXQM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



## 2. IDENTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE GÉNERO.

El turismo se ha convertido desde hace años en una de las principales actividades generadoras de empleo y riqueza en Andalucía, en un sector estratégico que impulsa el crecimiento económico en nuestra Comunidad. Andalucía registró sus mejores datos turísticos en 2019, con la llegada de 32,5 millones de turistas, lo que supuso un crecimiento del 6,1% respecto al año anterior, y con unos ingresos de 22.640 millones de euros, un 3,7% más que en 2018.

No obstante, la crisis sanitaria mundial derivada del COVID-19 tuvo un impacto económico muy importante en el sector turístico, siendo uno de los sectores económicos que más se vio afectado por la pandemia. Las restricciones a la movilidad impuestas en gran parte del año 2020 para combatir el coronavirus tuvieron como consecuencia una reducción muy drástica en el número de turistas que recibió Andalucía, cuya cifra se situó próxima a los 13.390.000, lo que supuso, aproximadamente, una disminución de 19 millones de turistas respecto al año anterior.

El turismo es una actividad dinámica que se ve afectada por los cambios y tendencias que se producen en su entorno, siendo especialmente sensible a una serie de condicionantes externos como pueden ser la situación económica y medioambiental, la estabilidad y seguridad del destino o las condiciones de salud pública. En este sentido, la pandemia internacional del coronavirus COVID-19 ha puesto de manifiesto la especial vulnerabilidad de un sector como el turístico, basado en los desplazamientos y el contacto entre personas.

Una vez superada la pandemia, el sector turístico ha ido recuperándose poco a poco, aunque todavía no se han alcanzado los niveles de 2019 en todos los parámetros analizados: llegadas de turistas, ingresos, empleo, pernoctaciones, etc. Así, los datos de 2022 recogen que Andalucía recibió 30,8 millones de turistas, lo que representa un incremento del 53,7% respecto a los datos de 2021, y obtuvo unos ingresos por turismo de 16.112 millones de euros, lo que supone un crecimiento nominal del 46,2% y un incremento de la tasa real del 35,5%.

El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, principal instrumento de planificación turística de nuestra Comunidad, tiene entre sus objetivos superiores, garantizar un modelo de desarrollo turístico basado en un espacio de integración y excelencia y una oferta turística y de ocio inclusiva, accesible y multigeneracional en la que primen los valores autóctonos, o potenciar estrategias orientadas a reducir la estacionalidad de la actividad turística mediante la creación de productos y el desarrollo de segmentos que puedan implantarse a lo largo de todo el año y que contribuyan a la cohesión territorial. En este sentido, el turismo cultural puede contribuir a la consecución de estos objetivos, ya que una de las características de esta modalidad turística es su baja estacionalidad.

Así, las bases reguladoras de estas subvenciones, cuya línea 1 está destinada a actuaciones de los municipios de interior de Andalucía para la puesta en valor del patrimonio turístico-cultural de Andalucía, y línea 2, referida a actuaciones de las asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones y entidades religiosas para la puesta en valor del patrimonio turístico-cultural de Andalucía, tienen como objeto la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva con el fin de fomentar la creación de productos turísticos, principalmente de índole cultural o patrimonial, así como la puesta en valor de los recursos turísticos culturales existentes en Andalucía, con el fin de que las personas visitantes mejoren el conocimiento de la cultura andaluza.

FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	29/11/2023	PÁGINA 2/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmJ2VDJW6QC2JJMSKK3UAMGUXQM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

El turismo es la actividad del sector servicios que mayores repercusiones tiene en Andalucía y un gran generador de renta y empleo. Como toda actividad económica tiene incidencia sobre el entorno en el que se desarrolla: generación de residuos, consumos de recursos limitados como agua, energía, suelo, interacción con la población local, necesidad de infraestructuras, puesta en valor de los recursos patrimoniales, naturales, culturales, etc. Por todo ello, y por configurarse como uno de los sectores estratégicos de Andalucía que más directamente afecta a las personas - tanto turistas, como trabajadores del sector, o la población local - la actividad turística requiere una planificación previa que debería contribuir a un reparto más equitativo de los beneficios que generan los recursos turísticos y a modificar la situación y/o posición social de mujeres y hombres.

Por todo lo expuesto, se considera que estamos ante la elaboración de una norma **pertinente** al género.

### **3. VALORACIÓN PREVIA DEL IMPACTO DE GÉNERO EN LA NORMA.**

Antes de proceder al análisis estadístico de la realidad turística, se ha de señalar que los años 2020 y 2021 fueron años en los que, como ya se ha expuesto, la actividad turística se vio seriamente afectada por la crisis sanitaria y socioeconómica derivada del coronavirus, por lo que en numerosas ocasiones se tome como referencia la comparativa con los datos registrados en 2019, por ser los últimos datos disponibles en su conjunto en los que la actividad turística pudo desarrollarse con normalidad antes del estallido de la pandemia del COVID-19.

A continuación, se analizan desde el punto de vista de género distintos aspectos de la actividad turística.

#### **3.1. En relación con las personas usuarias en Andalucía:**

La demanda turística en Andalucía llevaba creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2012 hasta alcanzar la cifra histórica en 2019 de 32,5 millones de turistas. El año 2020 arrancó de manera positiva hasta la interrupción total de la actividad turística en la segunda mitad del mes de marzo. Esto supuso un punto de inflexión y aunque la actividad turística se reanudó en el tercer trimestre, las diferentes restricciones y medidas impuestas a la movilidad como consecuencia de la evolución de la pandemia, tanto en el destino andaluz como en los principales mercados emisores, afectaron al turismo y provocaron que el año 2020 se cerrara con un total de 13,3 millones de turistas, un descenso del 59% respecto a 2019.

Los datos reflejan que de los 13,3 millones de turistas que visitaron Andalucía en 2020, el porcentaje de mujeres (51,5%) fue algo más elevado que el de hombres (48,5).

El año 2021 ha sido un año de transición hacia la vuelta a la normalidad, donde Andalucía recibió un total de 20 millones de turistas, cifra superior en un 49,4% respecto a la de 2020, pero aún lejos de los niveles de 2019, ya que supone el 61% de la cifra registrada en dicho año.

El perfil sociodemográfico del turista que visitó Andalucía en 2021 se caracteriza un porcentaje algo más elevado de mujeres, un 51,1%, que de hombres, un 48,9%.

Acto seguido pasamos a exponer algunos aspectos diferenciales por género respecto al total de turistas:

Los viajes de trabajo y negocio presentan una menor relevancia para las mujeres. El 14,1% de los hombres vienen a Andalucía motivados por este tipo de viaje, porcentaje que se reduce al 7,7% en el caso de las mujeres a favor de los viajes de ocio y vacaciones.

FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	29/11/2023	PÁGINA 3/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmJ2VDJW6QC2JJMSKK3UAMGUXQM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

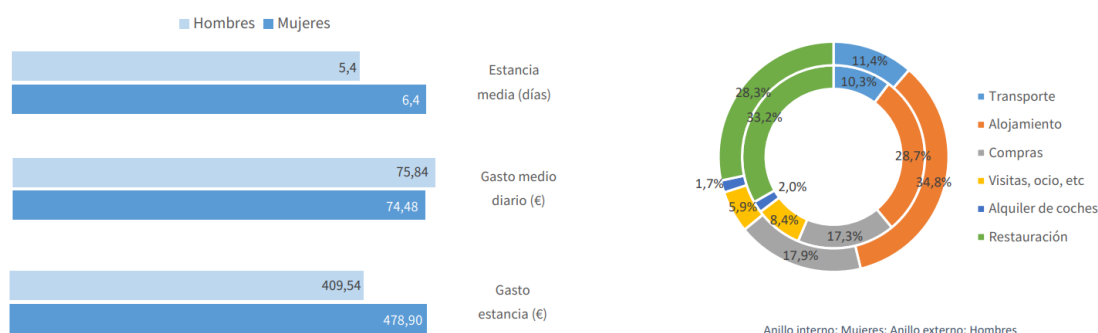


El componente cultural del viaje toma mayor protagonismo para las mujeres. Esto se observa tanto en los factores que les hizo elegir Andalucía como destino del viaje (el 25,9% de las mujeres consideran la visita a monumentos como un factor que han tenido en cuenta en su elección mientras que este porcentaje se reduce al 18,6% en el caso de los hombres), como en las actividades que desarrollan en su viaje (el 30,1% de las mujeres realizaron alguna actividad cultural en Andalucía frente al 17% de los hombres).

Las mujeres son más independientes a la hora de organizar el viaje ya que el 90,9% de las mujeres organizan su viaje a Andalucía de manera particular frente a un 85,7% de los hombres.

Las mujeres gastan al día 1,36 euros menos que los hombres. Sin embargo, permanecen un día más en el destino turístico andaluz. Esto implica que el gasto por estancia es superior en las mujeres, que se sitúa en 479 euros frente a los 409 euros de los hombres.

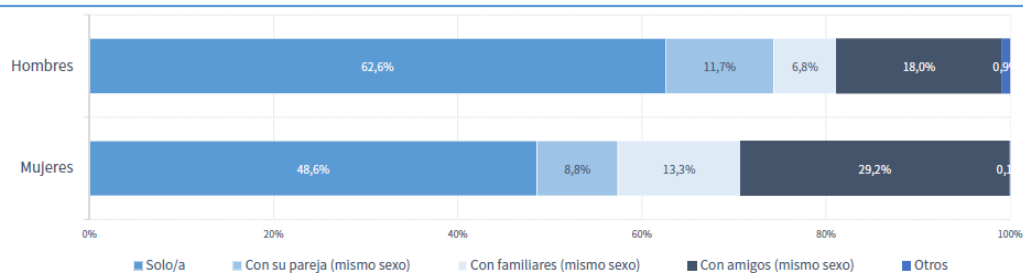
#### Estancia, gasto y distribución del gasto en Andalucía según género. Total. Año 2021



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

Del total del gasto en destino, los hombres gastan un mayor porcentaje en alojamiento que las mujeres, mientras que el porcentaje que las mujeres dedican a restauración y actividades de ocio es superior al que destinan los hombres.

#### Grupo de viaje según género. Total. Año 2021



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

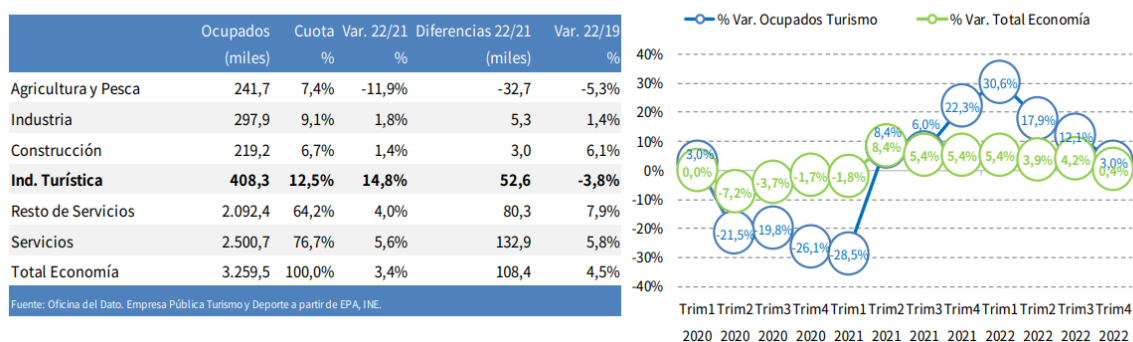
Las mujeres presentan una edad media más avanzada que los hombres. El 32,8% de las mujeres que viajan solas o en grupo de mismo sexo tienen más de 45 años mientras que en el caso de los hombres este porcentaje se reduce al 21,3%.

### 3.2. En relación con las personas trabajadoras en la industria turística en Andalucía:

Para el año 2022 se cifra en 408.300 la media de ocupados y ocupadas en actividades turísticas en Andalucía, un 14,8% más que en el año anterior (52.600 ocupados/as más en términos absolutos). Esta población ocupada representa el 12,5% de los 3,26 millones de ocupados y ocupadas de la Comunidad.

El incremento de la ocupación en la industria turística a lo largo del año 2022, dato que se sitúa en el 14,8%, ha superado ampliamente al crecimiento en este periodo de la ocupación del sector servicios, 5,6%, y del total de ocupados y ocupadas en Andalucía, un 3,4%. Después de los descensos sin precedentes registrados en el empleo turístico durante el año 2020 y el primer trimestre de 2021 por el impacto de la pandemia de COVID-19, se computan tasas positivas, si bien el nivel de ocupación sigue siendo un 3,8% inferior al de antes de la crisis sanitaria, 424.500 empleos en turismo en el año 2019.

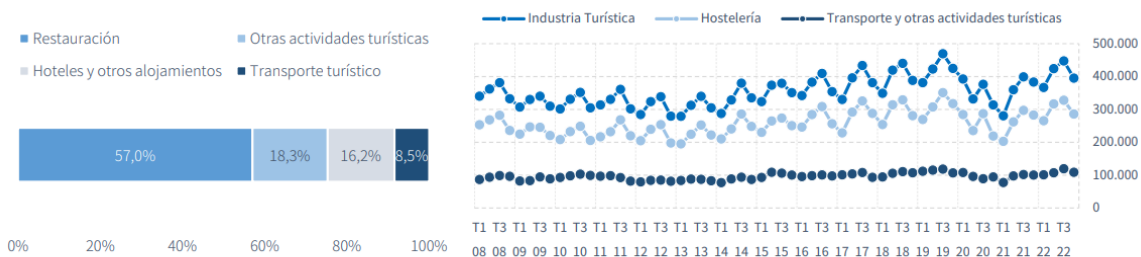
#### Población ocupada de Andalucía por sectores económicos y variación interanual. Año 2022



Las actividades características del turismo se pueden agrupar en cuatro grandes ramas: hoteles y otros alojamientos, restauración, transporte turístico y otras actividades turísticas. La rama que da empleo a un mayor número de trabajadores y trabajadoras en Andalucía es, un año más, la restauración, ya que representa el 57% de toda la población ocupada en actividades turísticas de Andalucía del año 2022.

#### Población ocupada en ramas de actividad de la Industria Turística de Andalucía.

##### Distribución porcentual para el año 2022 y evolución 2008-2022



Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE



En 2022, la hostelería, que comprende las actividades de alojamiento y restauración, ha registrado un incremento en su población ocupada del 14,4%. Sin embargo, este aumento no ha sido suficiente para recuperar el nivel pre-pandemia, ya que aún se está un 3,9% por debajo del nivel de 2019. La ocupación en el resto de ramas (conjunto de transporte turístico y otras actividades turísticas) también crece con similar intensidad, un 15,8%, situándose un 3,5% por debajo de la cifra de 2019.

Se observa en los datos trimestrales que el mayor volumen de ocupación se alcanza en el tercer trimestre de cada año, es decir, en los meses estivales, reflejo de la fuerte componente estacional que caracteriza a la actividad turística, excepto en 2020, ya que, debido a las excepcionales circunstancias acaecidas en ese año, el mayor volumen de ocupados se alcanzó en el primer trimestre.

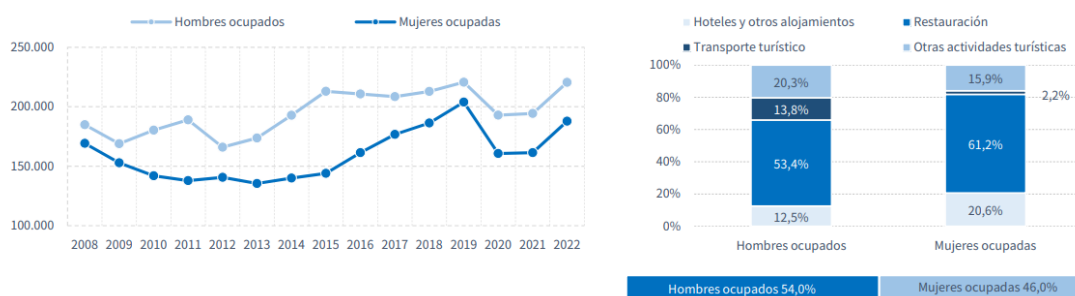
La ocupación en la industria turística de Andalucía del año 2022 se compone de un 54% de hombres (220.500 ocupados) frente a un 46% de mujeres (187.900 ocupadas). Respecto al año anterior, ha aumentado la población ocupada de ambos sexos, pero el ascenso ha sido algo menor para los hombres, un 13,4%, que para las mujeres, que han registrado un incremento del 16,4%.

La crisis económica y financiera de 2008 afectó en los primeros años con más intensidad al empleo femenino. En el intervalo 2009-2015, con la salvedad del año 2012, la ocupación femenina evolucionó peor que la masculina. La situación cambió en el intervalo 2016-2019, registrando el empleo femenino crecimientos más intensos, lo que les permitió, no ya recuperar, sino incluso incrementar su presencia en la mano de obra del sector, equilibrándose las cuotas de hombres y mujeres en el total de ocupación, 52% de ocupados y 48% de ocupadas en el año 2019. La crisis del coronavirus volvió a aumentar la brecha entre ocupadas y ocupados en el sector en 2020, y la mantuvo en 2021, 54,6% de ocupados y 45,4% de ocupadas. En el año 2022, la mejor evolución del empleo femenino ha permitido recortar las diferencias de ocupación.

En 2022, el número de hombres ocupados supera al de mujeres ocupadas en la mayoría de las ramas, con la única excepción de la rama de hoteles y otros alojamientos. Esta es una característica estructural del sector turístico andaluz.

### Población ocupada en la Industria Turística de Andalucía según sexo. Evolución 2008-2022

#### Distribución porcentual según sexo y ramas de actividad turística. Año 2022



Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

También se observa en 2022 un reparto desigual de ocupados y ocupadas por ramas de actividad turística: es elevada la presencia de mujeres en las ramas de restauración o en hoteles y otros alojamientos,

FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	29/11/2023	PÁGINA 6/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmJ2VDJW6QC2JJMSKK3UAMGUXQM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

y muy baja en la rama del transporte turístico. Para los hombres ocupados, aunque la restauración también es la rama más importante, el resto se distribuyen más uniformemente entre las restantes ramas.

Este reparto desigual por ramas forma parte de la estructura del empleo del sector y ha permanecido sin cambios considerables en los últimos años, incluidos los de la pandemia.

En cuanto a lo que respecta a las afiliaciones a la seguridad social, la industria turística andaluza ha registrado en el año 2022 una media anual de 358.100 afiliaciones en alta laboral, lo que representa el 10,9% de las afiliaciones del conjunto de la economía andaluza. La afiliación en turismo ha aumentado un 14,2% respecto al año anterior, un crecimiento superior al registrado en el sector servicios, que creció un 5%, o en el global de la economía, que aumentó un 3,1%. Este crecimiento ha sido suficiente para recuperar el nivel pre-covid, ya que está un 2% por encima de la cifra de 2019.

Con 227.700 afiliaciones, la restauración es la rama turística que ha registrado un mayor número de afiliaciones, pues supone el 63,6% del total de afiliaciones registradas en el sector turístico de la Comunidad del año 2022. El resto de afiliaciones del sector se reparte entre hoteles y otros alojamientos (15,2%), transporte turístico (7,6%) y otras actividades turísticas (13,7%). En todas las ramas de actividad turística ha aumentado el número de afiliaciones respecto al año anterior, destacando hoteles y otros alojamientos, con un incremento del 25,2%, la rama que más descendió en 2020. Todas las ramas superan el nivel pre-pandemia.

**Afiliaciones a la Seguridad Social en la Industria Turística de Andalucía por ramas y evolución interanual. Año 2022**

	Afiliaciones (miles)	Cuota en %	Var. en % 22/21	Var. en % 22/19
Hoteles y otros alojamientos	54,4	15,2%	25,2%	2,9%
Restauración	227,7	63,6%	11,6%	1,2%
Transporte turístico	27,1	7,6%	16,7%	6,3%
Otras actividades turísticas	48,9	13,7%	13,8%	2,1%
<b>Industria Turística</b>	<b>358,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,2%</b>	<b>2,0%</b>
Industria Turística	358,1	10,9%	14,2%	2,0%
Sector Servicios	2.318,0	70,9%	5,0%	6,2%
<b>Total Economía</b>	<b>3.271,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,6%</b>

Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Afiliados a la Seguridad Social en Alta Laboral que Trabajan en Andalucía, IECA.

En 2022, las afiliaciones a la Seguridad Social en la industria turística se dividen casi a partes iguales entre el interior (49,4%) y el litoral de Andalucía (50,5%). Respecto al año anterior, las afiliaciones han aumentado con más intensidad en el litoral, donde han registrado un incremento del 15,6%, que en el interior de la Comunidad, con un crecimiento del 12,8%, si bien ambas zonas se encuentran ya por encima del nivel de 2019. Esta distribución territorial que inicialmente parece muy equilibrada, en realidad no lo es, pues los municipios de litoral solo suponen el 9,2% de la extensión total de Andalucía y comprenden el 34,7% de la población de la Comunidad, lo que evidencia el nivel de concentración de la actividad turística en el litoral andaluz.

En 2022, la mayoría de las afiliaciones a la Seguridad Social en la industria turística andaluza corresponde a hombres, 53,9%, 193.000 afiliaciones, a trabajadores y trabajadoras de 45 años y más, 39,3%, 140.700 afiliaciones, y de nacionalidad española, 86,6%, 310.000 afiliaciones. Respecto al año 2021, ha crecido tanto la afiliación masculina como la femenina, si bien este ascenso ha sido más intenso entre las mujeres, que ha registrado un incremento del 17%.

La distribución por sexo y zona no difiere de la que presenta el conjunto de la región. En el interior, la proporción de afiliado jóvenes es superior que en el litoral, y al revés ocurre con los afiliados de 30 a 44 años. En el litoral, la proporción de afiliados de nacionalidad extranjera supera ampliamente a la del interior. Los crecimientos respecto a 2021 han sido generalizados por zona y características personales, pero mayores en el litoral.





#### Afiliaciones a la Seguridad Social en la Ind. Turística de Andalucía según características personales y zona. Año 2022

	Afiliaciones (miles)			Cuota en %			Variación en % 22/21			Variación en % 22/19		
	Interior	Litoral	Andalucía	Interior	Litoral	Andalucía	Interior	Litoral	Andalucía	Interior	Litoral	Andalucía
Hombres	95,2	97,6	193,0	53,8%	53,9%	53,9%	10,5%	13,1%	11,8%	-1,0%	1,9%	0,5%
Mujeres	81,7	83,4	165,1	46,2%	46,1%	46,1%	15,5%	18,5%	17,0%	3,1%	4,4%	3,8%
16-29 años	43,9	41,1	85,1	24,8%	22,7%	23,8%	24,4%	24,3%	24,4%	1,3%	0,1%	0,7%
30-44 años	63,4	68,8	132,3	35,8%	38,0%	36,9%	8,9%	12,6%	10,8%	-6,4%	-3,0%	-4,6%
45 y más años	69,6	71,0	140,7	39,3%	39,3%	39,3%	9,8%	13,8%	11,8%	8,2%	11,7%	10,0%
Españoles	161,8	148,0	310,0	91,5%	81,8%	86,6%	11,9%	13,9%	12,8%	-0,3%	1,7%	0,7%
Extranjeros	15,0	33,0	48,0	8,5%	18,2%	13,4%	23,2%	23,5%	23,4%	16,0%	9,5%	11,5%
<b>Total afiliaciones</b>	<b>176,9</b>	<b>181,0</b>	<b>358,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>12,8%</b>	<b>15,6%</b>	<b>14,2%</b>	<b>0,9%</b>	<b>3,0%</b>	<b>2,0%</b>

Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Afiliados a la Seguridad Social en Alta Laboral que Trabajan en Andalucía, IECA.

La distribución y evolución de la afiliación en las provincias según las características personales reproduce el patrón observado para el conjunto de Andalucía sin apenas desviaciones: en todas las provincias andaluzas la afiliación masculina del sector turístico supera a la femenina, siendo esta última la que mejor ha evolucionado en 2022. Es en Jaén donde mayor peso presentan las afiliadas en el total de la afiliación del sector turístico de la provincia, con un 48,4%.

#### Afiliaciones a la Seguridad Social en la Ind. Turística de Andalucía según características personales y provincia. Año 2022

	Cuota en %									Variación interanual en %								
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
Hombres	51,7%	52,6%	55,1%	55,5%	52,4%	51,6%	54,3%	54,8%	<b>53,9%</b>	11,3%	8,6%	10,9%	12,2%	11,4%	9,4%	15,2%	10,3%	<b>11,8%</b>
Mujeres	48,3%	47,4%	44,9%	44,5%	47,6%	48,4%	45,7%	45,2%	<b>46,1%</b>	15,0%	15,3%	15,0%	17,5%	17,3%	16,5%	20,1%	15,0%	<b>17,0%</b>
16-29 años	25,2%	23,3%	23,5%	24,8%	23,7%	23,2%	21,6%	26,6%	<b>23,8%</b>	20,4%	17,6%	27,7%	29,4%	18,6%	19,0%	29,5%	23,8%	<b>24,4%</b>
30-44 años	35,2%	38,1%	34,8%	36,5%	36,2%	35,3%	38,0%	36,5%	<b>36,9%</b>	10,3%	8,2%	9,5%	10,7%	11,6%	10,1%	14,6%	7,8%	<b>10,8%</b>
45 y más años	39,6%	38,6%	41,7%	38,7%	40,1%	41,5%	40,4%	37,0%	<b>39,3%</b>	11,3%	11,8%	8,2%	10,0%	13,9%	11,7%	14,2%	9,8%	<b>11,8%</b>
Españoles	78,6%	92,7%	94,2%	89,3%	89,9%	94,9%	77,9%	91,7%	<b>86,6%</b>	11,5%	11,3%	12,0%	13,5%	12,9%	12,1%	15,4%	11,3%	<b>12,8%</b>
Extranjeros	21,4%	7,3%	5,8%	10,7%	10,1%	5,1%	22,1%	8,3%	<b>13,4%</b>	19,4%	16,0%	24,1%	23,5%	26,3%	25,4%	24,8%	26,2%	<b>23,4%</b>

Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Afiliados a la Seguridad Social en Alta Laboral que Trabajan en Andalucía, IECA.

#### 4. MEDIDAS Y MECANISMOS DIRIGIDOS A REDUCIR O ELIMINAR DIFERENCIAS.

En el proyecto de Orden de bases reguladoras que ahora se tramita se tiene en consideración lo establecido tanto en la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, como en la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, de forma que:

- La Consejería de Turismo, Cultura y Deporte promoverá la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de las mujeres y de los hombres en las campañas de promoción e información que se lleven a cabo de Andalucía y de estas bases reguladoras.

FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	29/11/2023	PÁGINA 8/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmJ2VDJW6QC2JJMSKK3UAMGUXQM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



- Se han incluido, entre los criterios de valoración de las solicitudes, aspectos que tratan de fomentar la igualdad de género, valorando de forma positiva aquellos proyectos que aporten un compromiso claro y documentado de acciones tendentes a la consecución de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, y de acciones que fomenten el empleo femenino.

Por último, señalar que el presente proyecto de Orden de bases reguladoras se ha elaborado siguiendo las previsiones de la Orden de 24 de noviembre de 1992, conjunta de la Consejería de Gobernación y de la Consejería de Asuntos Sociales de la Junta de Andalucía, sobre la eliminación del lenguaje sexista en los textos y documentos administrativos.

Sevilla, a la fecha de la firma digital

EL DIRECTOR GENERAL DE TURISMO

Fdo.: Francisco Montes Worboys.

FIRMADO POR	FRANCISCO HUBERTO MONTES WORBOYS	29/11/2023	PÁGINA 9/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmJ2VDJW6QC2JJMSKK3UAMGUXQM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	