

Andalucía

Coyuntura del movimiento hotelero  
en Andalucía  
Informe Anual 2016  
Coyuntura Turística de Andalucía



**COYUNTURA DEL MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA**  
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

**COLECCIÓN**  
Coyuntura turística de Andalucía

**EDITA**  
Consejería de Turismo y Deporte  
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n  
41092 Sevilla  
correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

**ELABORA**  
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.  
C/ Compañía nº 40  
29008, Málaga  
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365  
Correo e.: saeta@andalucia.org

Depósito Legal:  
ISSN: 1696-1315  
Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Comercio e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

## INDICE DE CONTENIDOS

### 0. INTRODUCCIÓN

1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN ALOJAMIENTOS REGLADOS DE ANDALUCÍA
2. MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA
3. MOVIMIENTO HOTELERO DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES
4. MOVIMIENTO HOTELERO EN LAS PROVINCIAS ANDALUZAS
5. MOVIMIENTO HOTELERO EN ZONAS TURÍSTICAS DE ANDALUCÍA

### ANEXO. INDICADORES DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN HOTELES DE ANDALUCÍA.

## 0. INTRODUCCIÓN

El presente informe se inicia con un análisis de la demanda turística que, en el año 2016, ha pernoctado en los alojamientos reglados de la Comunidad andaluza, formados por establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, acampamentos turísticos y alojamientos de turismo rural, a partir de las Encuestas de Ocupación realizadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE) con periodicidad mensual<sup>1</sup>.

A continuación se analiza en detalle el movimiento hotelero andaluz en base a los principales resultados que han presentado para el año 2016 las variables más significativas que ofrece la Encuesta de Ocupación Hotelera.

El análisis del movimiento hotelero se divide en varios 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 (CC.AA.). 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 las principales zonas turísticas de la Comunidad.

## 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN ALOJAMIENTOS REGLADOS DE ANDALUCÍA

Durante el año 2016, la oferta reglada de Andalucía ha alojado a un total de **21,1 millones de viajeros**, de los que 11,4 millones fueron españoles (54,1%). Esta cuota se ha visto reducida en 1,8 puntos respecto al año 2015, aunque sigue siendo muy superior a la que presenta el conjunto de alojamientos en España (50,2%), mostrando la importancia del turismo nacional en la Comunidad andaluza.

Respecto al año anterior, se observa un **crecimiento**, similar al registrado en 2015, en el número de viajeros alojados del +7,5%, derivado de las cifras positivas que presentan todas las tipologías de alojamiento en este año, tal y como se puede ver en la tabla.

### *Viajeros en alojamientos reglados de Andalucía. Distribución por tipología. Año 2016 / Año 2015*

VIAJEROS	Año 2015	Año 2016	% var.	Cuota
Hoteles	16.685.269	17.831.269	6,9%	84,4%
Apartamentos	1.824.694	2.061.722	13,0%	9,8%
Campings	913.654	972.770	6,5%	4,6%
Turismo Rural	229.181	265.773	16,0%	1,3%
Total Extrahotelero	2.967.529	3.300.265	11,2%	15,6%

<sup>1</sup> Los datos que se han utilizado para la elaboración de este informe son los publicados por el Instituto Nacional de Estadística en febrero de 2017.

**Total Reglado**      **19.652.798**    **21.131.534**      **7,5%**      **100,0%**

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

Estos datos positivos que presenta la variable viajeros en los alojamientos turísticos reglados de Andalucía se registran también a nivel nacional (+7,6%). De hecho, la comunidad andaluza mantiene el segundo lugar en lo que a volumen de viajeros alojados en establecimientos reglados se refiere, únicamente superada por Cataluña, que con 23,6 millones de viajeros y un crecimiento del +8,1% lidera este ranking en el que Baleares y Canarias presentan los mayores crecimientos respecto a 2015 (+10,3% y +9,3% respectivamente)

**Viajeros en alojamientos reglados.**  
**Distribución por CC.AA. turísticas. Año 2016 / Año 2015**

VIAJEROS	Año 2015	Año 2016	% var.	Cuota
Cataluña	21.857.555	23.625.753	8,1%	19,3%
<b>Andalucía</b>	<b>19.652.798</b>	<b>21.131.534</b>	<b>7,5%</b>	<b>17,3%</b>
Canarias	12.226.456	13.357.815	9,3%	10,9%
Madrid	11.892.695	12.288.839	3,3%	10,1%
Baleares	10.381.495	11.452.924	10,3%	9,4%
C. Valenciana	9.970.102	10.749.002	7,8%	8,8%
<b>España</b>	<b>113.543.962</b>	<b>122.207.721</b>	<b>7,6%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

El número de pernотaciones registradas en los alojamientos reglados de Andalucía se ha situado en **65,9 millones de noches**, y al igual que los viajeros, presentan resultados positivos en todas las tipologías de alojamiento reglado, arrojando igualmente un balance positivo del +7,8% para esta variable.

**Pernотaciones registradas en alojamientos reglados de Andalucía.**  
**Distribución por tipología. Año 2016 / Año 2015**

PERNOCTACIONES	Año 2015	Año 2016	% var.	Cuota
Hoteles	47.782.862	51.536.425	7,9%	78,2%
Apartamentos	8.771.792	9.423.299	7,4%	14,3%
Campings	3.831.965	4.026.679	5,1%	6,1%
Turismo Rural	770.618	921.109	19,5%	1,4%
Total Extrahotelero	13.374.375	14.371.087	7,5%	21,8%
<b>Total Reglado</b>	<b>61.157.237</b>	<b>65.907.512</b>	<b>7,8%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

Andalucía ha captado en 2016 el 14,6% del total de las pernотaciones registradas en España, la misma cuota que en 2015, manteniéndose como la cuarta Comunidad en importancia, tras Canarias, Cataluña y Baleares, según esta variable de análisis. Para el total de **España**, las pernотaciones en alojamientos reglados han crecido un +7,5% en 2015, fruto del incremento registrado en todas las tipologías de alojamiento. Las principales CC.AA. turísticas presentan

igualmente mejores resultados que en el año anterior, destacando Canarias, que con un crecimiento del +9,1% afianza su liderazgo.

**Pernoctaciones en alojamientos reglados. Distribución por CC.AA. turísticas. Año 2016 / Año 2015**

PERNOCTACIONES	Año 2015	Año 2016	% var.	Cuota
Canarias	93.997.419	102.528.804	9,1%	22,7%
Cataluña	74.617.780	78.820.915	5,6%	17,5%
Baleares	65.207.733	69.574.472	6,7%	15,4%
<b>Andalucía</b>	<b>61.157.237</b>	<b>65.907.512</b>	<b>7,8%</b>	<b>14,6%</b>
C. Valenciana	42.913.028	46.739.235	8,9%	10,4%
Madrid	24.165.446	24.917.538	3,1%	5,5%
<b>España</b>	<b>419.974.226</b>	<b>451.351.374</b>	<b>7,5%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

El 45,6% de las pernoctaciones en Andalucía han sido realizadas por **turistas nacionales**, captando así el 19% de las pernoctaciones nacionales en España, manteniendo el liderato en la clasificación de este mercado, por delante de Cataluña (17,2%) y Comunidad Valenciana (14,5%).

En un análisis por mercados se observa, respecto al año 2015, un comportamiento homogéneo, en tanto que las pernoctaciones presentan incrementos en todas las tipologías de alojamiento reglado tanto para viajeros españoles como extranjeros, si bien cabe destacar que en todas las tipologías, y especialmente en el alojamiento hotelero, el crecimiento es más intenso en el turismo foráneo, lo que hace que el incremento de este mercado en el alojamiento reglado sea casi diez puntos superior al del nacional.

**Pernoctaciones en alojamientos reglados. Distribución por tipología y procedencia. Tasa variación 2016 / 2015**

PERNOCTACIONES	Nacionales		Extranjeros	
	Año 2016	% var.	Año 2016	% var.
Hoteles	24.063.744	2,5%	27.472.685	13,1%
Apartamentos	3.171.637	6,4%	6.251.662	7,9%
Campings	2.355.851	2,7%	1.670.827	8,6%
Turismo Rural	453.307	2,5%	467.801	42,4%
Total Extrahotelero	5.980.795	4,6%	8.390.290	9,6%
<b>Total Reglado</b>	<b>30.044.539</b>	<b>2,9%</b>	<b>35.862.975</b>	<b>12,2%</b>

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

En el año 2016 la **estancia media** registrada en los alojamientos reglados de Andalucía vuelve a situarse en torno a los 3,1 días, lo que supone un mantenimiento respecto al año anterior. Este

resultado es fruto del comportamiento estable en las estancias en hoteles, tipología con mayor peso sobre el total. La estancia media en los apartamentos es la mayor entre las tipologías de alojamiento reglado, seguida de cerca por los campings, y siendo los hoteles los que presentan el menor número de días de permanencia.

**Estancia media en alojamientos reglados de Andalucía.  
Distribución por tipología. Año 2016 / Año 2015**

ESTANCIA MEDIA	Año 2015	Año 2016	Diferencia
Hoteles	2,86	2,89	0,03
Apartamentos	4,81	4,57	-0,24
Campings	4,19	4,14	-0,05
Turismo Rural	3,36	3,47	0,10
Total Extrahotelero	4,51	4,35	-0,15
<b>Total Reglado</b>	<b>3,11</b>	<b>3,12</b>	<b>0,01</b>

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

En el ámbito nacional, se observa el mismo comportamiento estable de esta variable, continuando Canarias al frente de un ranking en el que Andalucía aparece en quinta posición.

**Estancia media en alojamientos reglados. Distribución  
por CC.AA. turísticas. Diferencias 2016 / 2015**

ESTANCIA MEDIA	Año 2015	Año 2016	Diferencia
Canarias	7,69	7,68	-0,01
Baleares	6,28	6,07	-0,21
C. Valenciana	4,30	4,35	0,04
Cataluña	3,41	3,34	-0,08
<b>Andalucía</b>	<b>3,11</b>	<b>3,12</b>	<b>0,01</b>
Madrid	2,03	2,03	0,00
<b>España</b>	<b>3,70</b>	<b>3,69</b>	<b>-0,01</b>

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

La estancia media del viajero extranjero se presenta superior en algo más de un día al nacional, diferencia que es aún más acusada en el caso de los establecimientos extrahoteleros.

**Estancia media en alojamientos reglados en Andalucía. Distribución  
por tipología y procedencia. Diferencias 2016 / 2015**

ESTANCIA MEDIA	Nacionales	Diferencia	Extranjeros	Diferencia
	Año 2016		Año 2016	

Hoteles	2,49	-0,02	3,36	0,05
Apartamentos	3,39	-0,13	5,55	-0,37
Campings	3,56	-0,04	5,38	-0,19
Turismo Rural	2,51	-0,11	5,50	0,08
Total Extrahotelero	3,36	-0,09	5,51	-0,31
<b>Total Reglado</b>	<b>2,63</b>	<b>-0,03</b>	<b>3,70</b>	<b>0,01</b>

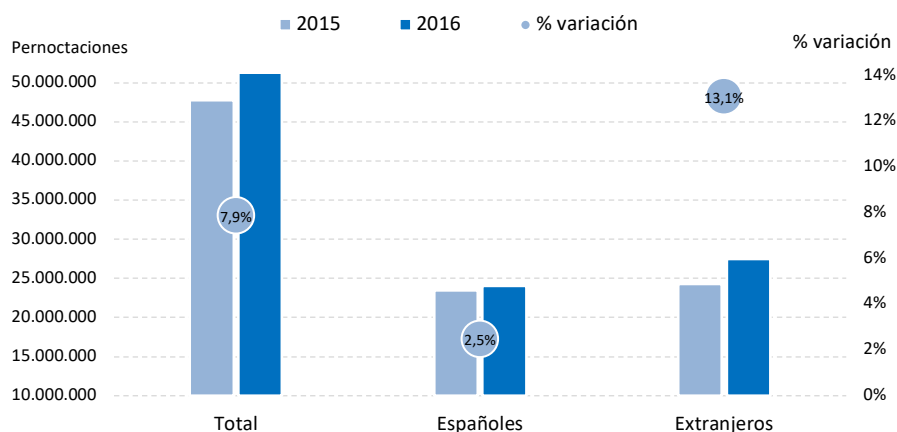
Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

## 2. MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA

Según la Encuesta de Ocupación Hotelera que elabora el Instituto Nacional de Estadística, Andalucía cierra el año 2016 con **17,8 millones de viajeros**, que realizaron un total de **51,5 millones de pernoctaciones** hoteleras, 3,8 millones más que en 2015, lo que supone un crecimiento en términos relativos del +7,9%.

Este resultado es fruto del comportamiento positivo mostrado tanto por el turismo hotelero nacional como por el extranjero, ya que ambos han registrado mejores resultados que en el año 2015. Así, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado un total de 24,1 millones de pernoctaciones nacionales, 580 mil más que en 2015, lo que supone un incremento relativo del +2,5%, mientras que los extranjeros por su parte muestran un mayor crecimiento, concretamente del +13,1%, alcanzando los 27,5 millones de noches, lo que supone 3,2 millones más que en el año anterior.

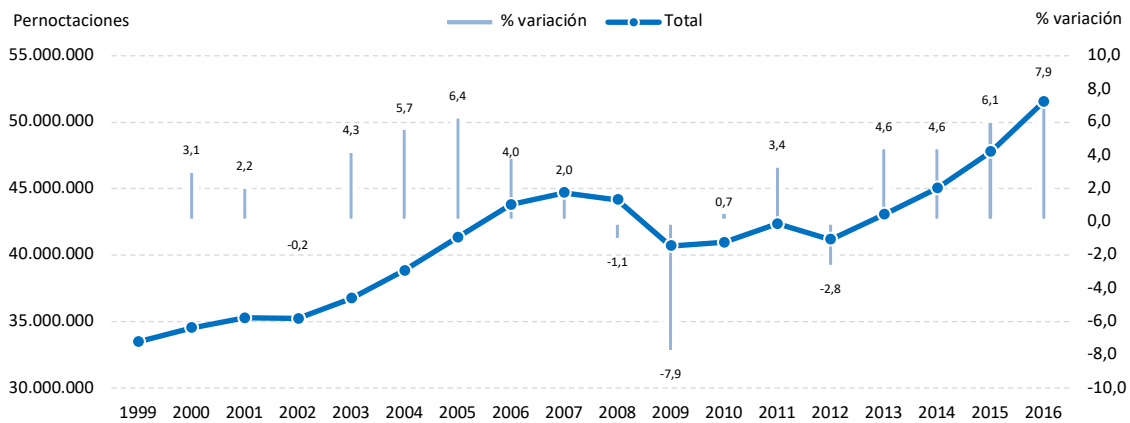
**Pernoctaciones hoteleras en Andalucía. Total, españoles y extranjeros.  
Año 2015, 2016 y % variación**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Un nuevo crecimiento en 2016 supone la consolidación de la tendencia positiva en las pernoctaciones hoteleras de Andalucía<sup>2</sup>, iniciada tras los descensos de los años 2008 y 2009 e interrumpida en 2012, y se sitúa como el mayor valor para esta variable en términos absolutos desde que se tienen datos, superándose en 3,8 millones de pernoctaciones el anterior record establecido en el año 2015.

### **Evolución del movimiento hotelero en Andalucía (total pernoctaciones) Años 1999 – 2016. % variación**

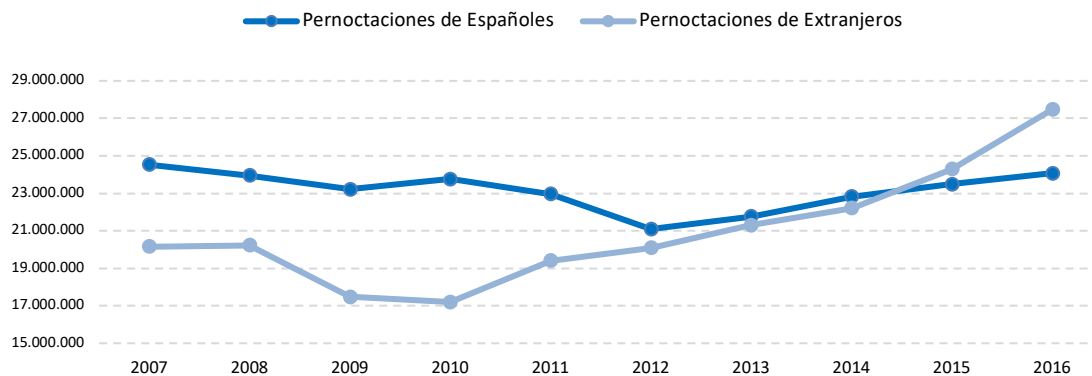


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Por mercados, se observa un **comportamiento positivo** en la evolución de las pernoctaciones respecto a 2015, si bien es cierto que el mercado extranjero muestra más intensidad en su tasa de crecimiento en 2016. Este mercado no solo revalida un año más la tendencia positiva iniciada en el año 2011, sino que acumula el sexto año consecutivo en el que evoluciona mejor que el mercado nacional, lo que ha motivado que el nivel de pernoctaciones de extranjeros supere por segundo año consecutivo el nivel de las realizadas por los turistas españoles y que se sobrepase ampliamente el nivel anterior a la crisis, mientras que el mercado español aún no ha logrado recobrar todo el terreno perdido.

### **Pernoctaciones hoteleras en Andalucía según procedencia. Años 2007-2016**

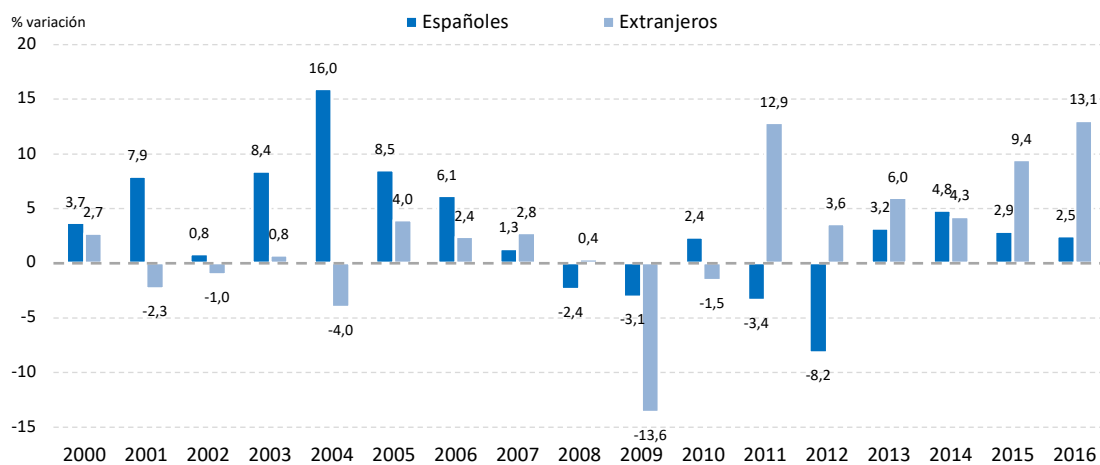
<sup>2</sup> En 2005, el INE llevó a cabo una actualización de los directorios que constituyen el marco de la encuesta, procedentes de las Consejerías de Turismo de las CCAA, así como una modificación en el sistema de recogida de información, extendiendo el ámbito temporal de recogida durante todos los días del mes de referencia. Esto supuso una ruptura en la serie, por lo que los datos de 2006 no son directamente comparables con los de 2005; para realizar dicha comparación se han usado los coeficientes de enlace facilitados por el INE.



FUENTE: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

No obstante, la recuperación del mercado turístico español, que ofrece su cuarto saldo anual positivo, se consolida en 2016, al registrar incrementos tanto en el número de viajeros (+3,4%) como en las pernoctaciones realizadas (+2,5%).

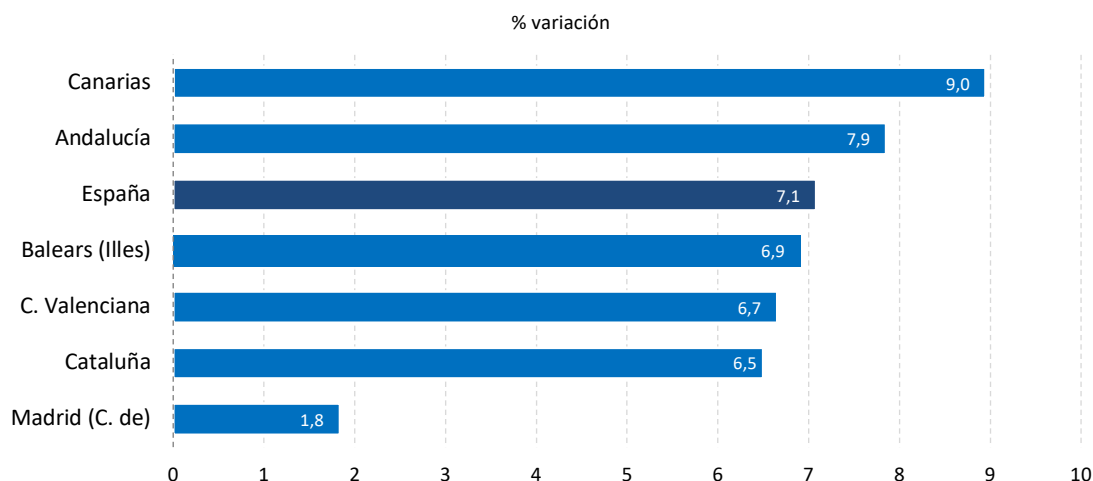
### **Evolución del movimiento hotelero en Andalucía. % variación pernoctaciones españolas y extranjeras. Años 2000 – 2016**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Asimismo, en el panorama español, las pernoctaciones hoteleras se han caracterizado en 2016 por mostrar un balance positivo, concretamente se han producido un total de 330 millones de pernoctaciones, lo que ha supuesto un crecimiento relativo del +7,1% respecto al año anterior, o lo que es lo mismo, 21,8 millones de pernoctaciones más. Estas cifras son fruto de los crecimientos que en mayor o menor medida se han registrado en las principales CC.AA. turísticas en este año, entre los que cabe destacar los resultados de Canarias (+9%) y de la propia Andalucía (+7,9%), ambas por encima de la media española (+7,1%).

**Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Principales CC.AA. turísticas.  
% variación Año 2016 / Año 2015**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Las pernoctaciones de viajeros **extranjeros** han registrado crecimientos en los principales destinos turísticos. En Andalucía, el incremento se ha situado muy por encima de la media nacional, de manera que en 2016 los turistas extranjeros han realizado en los hoteles andaluces un total de 27,5 millones de pernoctaciones, 3,2 millones más que en el año anterior, lo que supone un aumento relativo del +13,1%, el mayor crecimiento de entre todas las CC.AA. turísticas, superando a Comunidad Valenciana (+12,2%) y Canarias (+10,2%), destinos también con crecimiento de dos dígitos. Este resultado supone la continuación de tendencia positiva que muestra este mercado en Andalucía en los últimos años.

**Pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas extranjeros.  
España y principales CC.AA. turísticas. Año 2016 y % de variación**

Pernoctaciones de extranjeros	Año 2016	% variación
Canarias	61.732.324	10,2%
Balears (Illes)	53.891.844	8,1%
Cataluña	38.781.207	6,9%
<b>Andalucía</b>	<b>27.472.684</b>	<b>13,1%</b>
C. Valenciana	12.668.162	12,2%
Madrid (C. de)	11.688.276	5,8%
<b>España</b>	<b>216.361.856</b>	<b>9,3%</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En cuanto al **turismo nacional**, los establecimientos hoteleros de Andalucía presentan un crecimiento en las pernoctaciones nacionales del +2,5% respecto al 2015, por debajo de la media nacional pero continuando con su liderazgo aventajado en este mercado. Estos resultados positivos registrados en Andalucía se han registrado igualmente en algunas CC.AA. turísticas como Cataluña o Comunidad Valenciana, que registran sendos crecimientos del

+5,6% y +2,5% respectivamente, mientras Baleares y la Comunidad de Madrid muestran saldo negativo en 2016 en lo que a pernoctaciones hoteleras nacionales se refiere.

***Pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas nacionales.  
España y principales CC.AA. turísticas. Año 2016 y % de variación***

Pernoctaciones de nacionales	Año 2016	% variación
<b>Andalucía</b>	<b>24.063.743</b>	<b>2,5%</b>
Cataluña	16.577.401	5,6%
C. Valenciana	15.569.866	2,5%
Madrid (C. de)	10.405.180	-2,3%
Canarias	7.822.038	0,2%
Balears (Illes)	4.497.204	-5,8%
<b>España</b>	<b>113.705.669</b>	<b>3,1%</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En 2016 Andalucía continúa manteniendo el liderazgo en lo que a turismo nacional se refiere, (captando el 21,2% del total) y la cuarta posición en el ranking tanto en turismo extranjero (12,7%, incrementando esta cuota en algo menos de medio punto respecto al año anterior) como en el total de pernoctaciones, con una cuota del 15,6%, similar a la registrada en 2015. A nivel nacional, Canarias mantiene el primer puesto en pernoctaciones hoteleras totales y extranjeras, seguida de Baleares y Cataluña en ambos rankings. Por lo demás, no se aprecian cambios significativos en la estructura del turismo hotelero en las principales CC.AA. turísticas, ya sea en el total o en las principales procedencias.

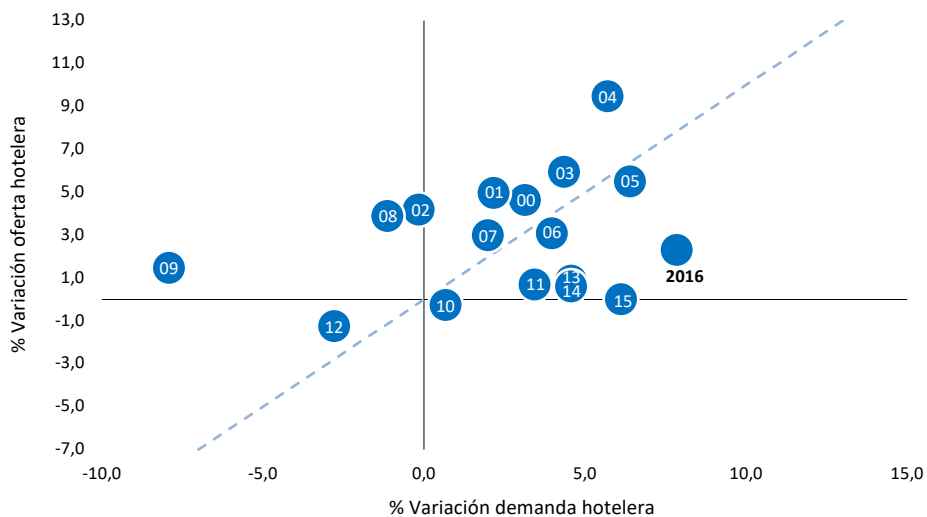
***Ranking por Comunidades Autónomas en el movimiento hotelero español.  
Total, españoles y extranjeros. Año 2016***

Ranking	Total	Españoles	Extranjeros
1	Canarias 21,1%	<b>Andalucía</b> <b>21,2%</b>	Canarias 28,5%
2	Balears (Illes) 17,7%	Cataluña 14,6%	Balears (Illes) 24,9%
3	Cataluña 16,8%	C. Valenciana 13,7%	Cataluña 17,9%
4	<b>Andalucía</b> <b>15,6%</b>	Madrid (C. de) 9,2%	<b>Andalucía</b> <b>12,7%</b>
5	C. Valenciana 8,6%	Canarias 6,9%	C. Valenciana 5,9%
6	Madrid (C. de) 6,7%	Balears (Illes) 4,0%	Madrid (C. de) 5,4%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Tal y como se puede observar en el gráfico que muestra el ajuste entre la oferta y la demanda hotelera, la posición más equilibrada se produce cuando las variaciones de demanda se ven acompañados de variaciones en la capacidad de alojamiento hotelero en signo y 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 – 2016**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En el año 2016, las pernoctaciones hoteleras han crecido un +7,9%, mientras que la oferta de plazas ha aumentado respecto al año anterior, aunque en menor intensidad que la demanda (+2,3%). Este comportamiento de ambas variables, hace que el ajuste ofrezca un efecto al alza en el grado de ocupación, que presenta un incremento de +2,7 puntos.

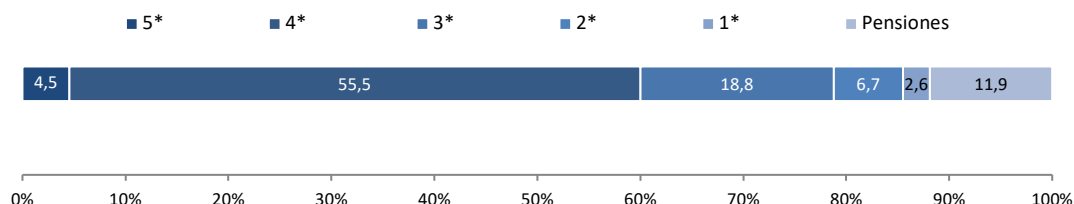
## ***Pernoctaciones, plazas y grado de ocupación en establecimientos hoteleros andaluces. Año 2016 y tasa de variación***

Andalucía	Pernoctaciones	Plazas	Grado de Ocupación
2016	51.536.427	251.529	54,55%
<b>Variación</b>	<b>+7,9%</b>	<b>+2,3%</b>	<b>+2,7 puntos</b>

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 60% del total de plazas hoteleras disponibles en la Comunidad andaluza, incrementándose este peso en 0,8 puntos respecto al año 2015, y en 2,3 puntos respecto a 2014.

### ***Distribución de las plazas hoteleras según categorías. Andalucía. Año 2016***



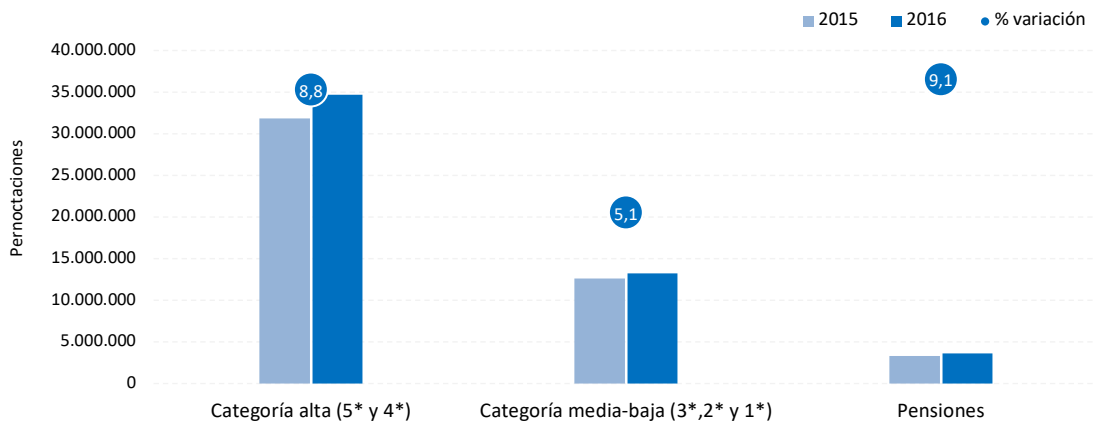
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En 2016 los hoteles de cuatro y cinco estrellas superan las 150 mil plazas, y registran un crecimiento del +3,7%, mientras que las categorías hoteleras más bajas han mantenido las plazas ofertadas, y las pensiones crecen ligeramente (+0,5%). En este contexto, cabe destacar a los hoteles de cuatro estrellas, que suponen el 55,5% del total de plazas y en los que el incremento ha sido del +3,8%.

En cuanto a la demanda, el número de pernoctaciones en establecimientos de cuatro y cinco estrellas supone el 67,2% del total y muestran un crecimiento del +8,8% respecto al año anterior. Las pernoctaciones en el resto de categorías hoteleras han registrado igualmente un incremento, aunque de menor intensidad (+5,1%), mientras que en las pensiones crecen en torno al +9,1%, tal y como se muestra en el gráfico.

### ***Pernoctaciones en los establecimientos hoteleros andaluces por categorías.***

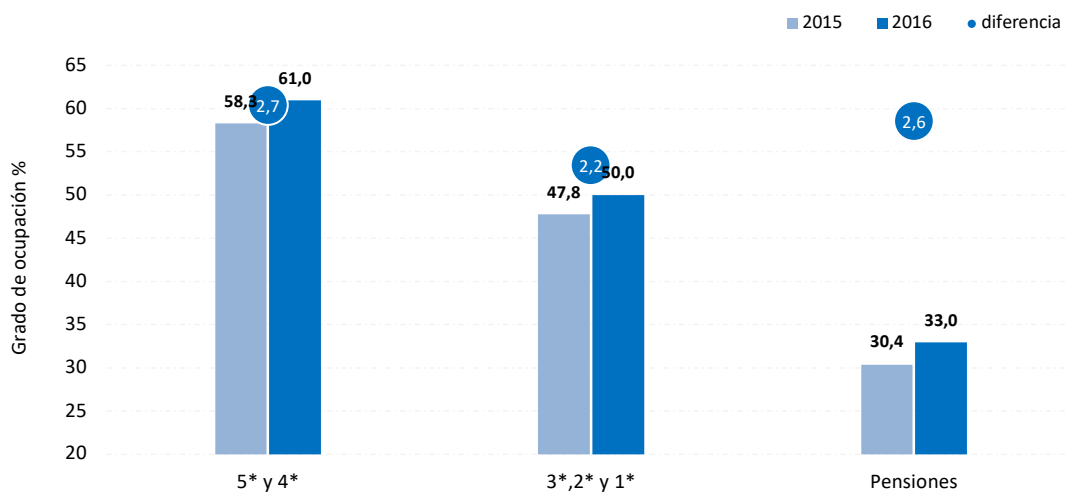
## Años 2015, 2016 y % de variación



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Todas las categorías de alojamiento hotelero presentan en 2016 un resultado positivo en el grado de ocupación, ya que el crecimiento de pernoctaciones registrado en las categorías altas y en pensiones ha venido acompañado de crecimientos de menor intensidad en las plazas ofertadas. En cuanto a los alojamientos de categoría media-baja, el mantenimiento de plazas unido al crecimiento de pernoctaciones deriva también en un ajuste positivo en términos de tasa de ocupación.

## Grado de ocupación (%) en los establecimientos hoteleros andaluces según categorías. Año 2015 y 2016 y diferencias



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La distribución de las pernoctaciones a lo largo del año presenta una concentración algo inferior a la observada el año pasado (siendo el tercer año consecutivo de descenso), tal y como se ve en la evolución que presenta el Índice de Gini<sup>3</sup> en 2016.

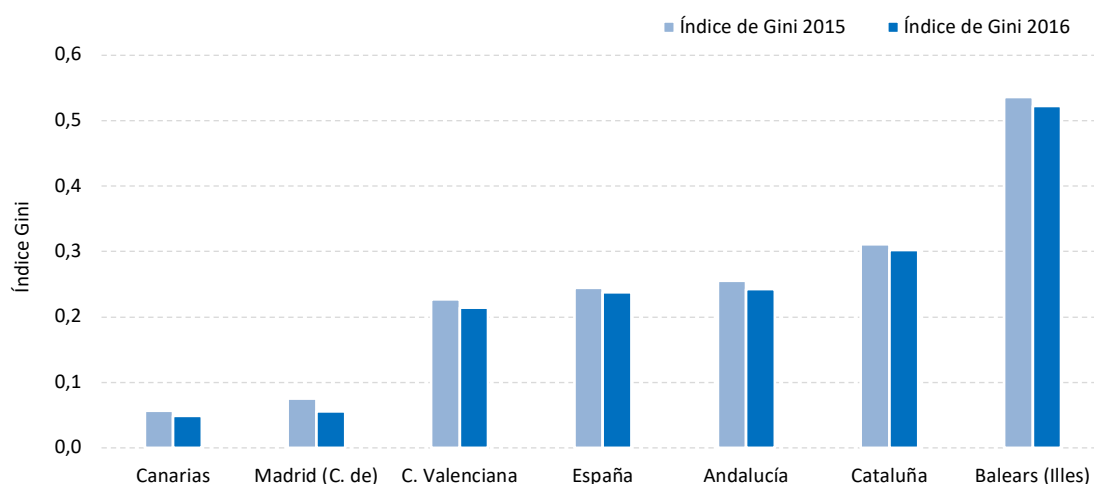
### **Estacionalidad del turismo hotelero en Andalucía. Índice de Gini 2016 / 2015 Total, españoles y extranjeros**

ANDALUCÍA	Total	Españoles	Extranjeros
Año 2016	0,2424	0,2453	0,2491
Diferencia	-0,0134	-0,0291	-0,0013

FUENTE: SAETA a partir de datos INE (EOH)

Dentro del conjunto del movimiento hotelero español, destacan Canarias y Madrid como las CC.AA. que presentan menor **estacionalidad**, y en el otro extremo se sitúan Cataluña y Baleares. Respecto al año anterior, no se observan variaciones relevantes en términos de estacionalidad, más allá de un ligero descenso en todas ellas, en la línea de lo registrado en Andalucía.

### **Estacionalidad en establecimientos hoteleros. España y principales CC.AA. turísticas. Años 2015 y 2016**



Fuente: SAETA a partir de datos INE (EOH)

<sup>3</sup> El Índice de Gini es un indicador del grado de concentración temporal de la demanda que refleja en qué 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 periodo 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.

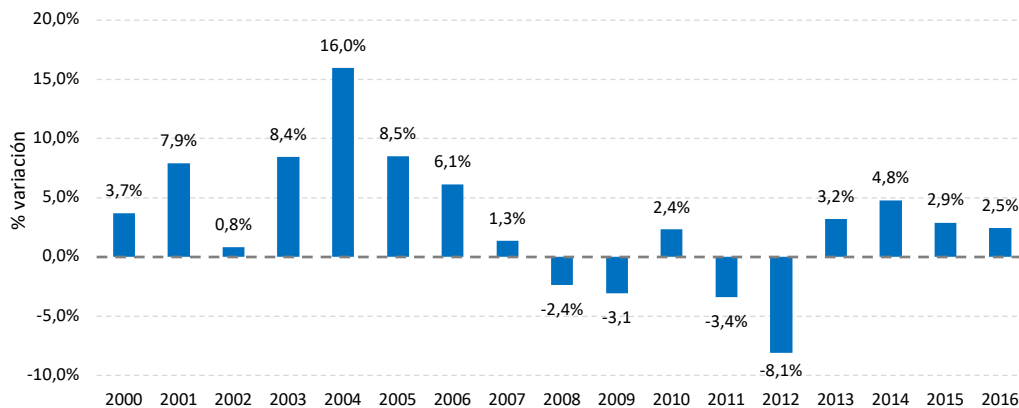
### 3. MOVIMIENTO HOTELERO DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES HACIA ANDALUCÍA

Los viajeros procedentes de España, Reino Unido y Alemania realizaron conjuntamente el 68,7% del total de pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía en 2016, clara muestra de la importancia de estos mercados para el movimiento hotelero de la Comunidad. Por separado, el turismo hotelero nacional representa el 46,7% del total, mientras que británicos y alemanes concentran el 13,9% y el 8,1% respectivamente. Así, el siguiente apartado recoge un análisis de las principales variables de estos mercados, así como de su evolución en los últimos años.

#### 3.1. Movimiento hotelero del mercado español en Andalucía

La Encuesta de Ocupación Hotelera cuantifica en 9,7 millones los viajeros españoles que durante 2016 se alojaron en establecimientos hoteleros andaluces, 320 mil más que en el año anterior, y realizaron un total de **24,1 millones de pernoctaciones**, cifra superior en 580 mil a la registrada en 2015, lo que supone un incremento en términos relativos del +2,5%. Esta cifra supone la continuación de la dinámica positiva iniciada en 2013, tras dos años consecutivos de descensos.

**Tasa de variación pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2000 – 2016**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El 44,2% de las pernoctaciones de españoles registradas en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2016 procedían de la propia Comunidad, seguidos a gran distancia de los madrileños, que representan el 17,7% de las pernoctaciones nacionales. La cuota de andaluces ha decrecido -2,6 puntos respecto al año 2015, mientras que la de madrileños ha crecido algo menos de medio punto, siendo el emisor nacional con mayor crecimiento junto a Castilla-León.

La siguiente tabla muestra como el número de pernoctaciones procedentes de los principales emisores de turismo nacional para Andalucía han presentado crecimientos respecto a 2015, los únicos resultados negativos han sido registrados por los propios andaluces y las comunidades de Extremadura y Cantabria.

***Pernoctaciones nacionales registradas en los establecimientos hoteleros andaluces.  
Distribución según CCAA de procedencia. Año 2016, % variación y cuota.***

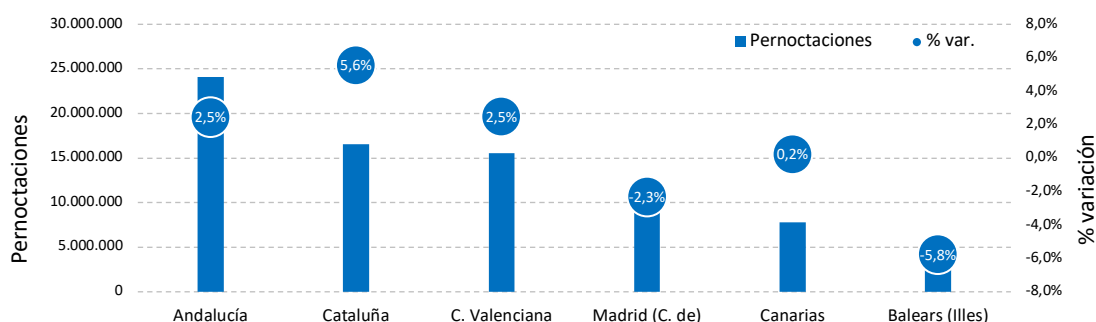
CCAA Origen	Pernoctaciones	% variación	CUOTA
Andalucía	10.624.454	-3,2%	44,2%
Madrid (C. de)	4.267.995	4,9%	17,7%
Cataluña	1.565.930	8,2%	6,5%
C. Valenciana	1.215.104	4,9%	5,0%
Castilla y León	986.857	12,5%	4,1%
País Vasco	897.361	4,7%	3,7%
Castilla-La Mancha	752.497	8,8%	3,1%
Extremadura	694.971	-0,2%	2,9%
Murcia (Región de)	668.018	7,5%	2,8%
Galicia	551.103	19,0%	2,3%
Asturias (P. de)	391.434	24,5%	1,6%
Aragón	361.935	21,2%	1,5%

Canarias	347.500	18,4%	1,4%
Balears (Illes)	215.320	11,9%	0,9%
Navarra (C. Foral de)	173.490	1,4%	0,7%
Cantabria	160.992	-9,2%	0,7%
Ceuta y Melilla	97.097	5,0%	0,4%
Rioja (La)	91.684	10,6%	0,4%
<b>España</b>	<b>24.063.743</b>	<b>2,5%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente. Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El crecimiento del turismo hotelero español en Andalucía se observa de manera generalizada a nivel nacional, ya que las principales CC.AA. turísticas, a excepción de Baleares y Comunidad de Madrid, registran en 2016 sendos crecimientos en las cifras de pernoctaciones nacionales. Por su parte, Cataluña vuelve a presentar, por segundo año consecutivo, los mejores resultados, con un incremento del +5,6%, seguido de Andalucía y la Comunidad Valenciana, que muestran crecimientos del +2,5% en ambos casos. En este contexto, la media de establecimientos hoteleros españoles ha cerrado el año con un incremento relativo del +3,1%.

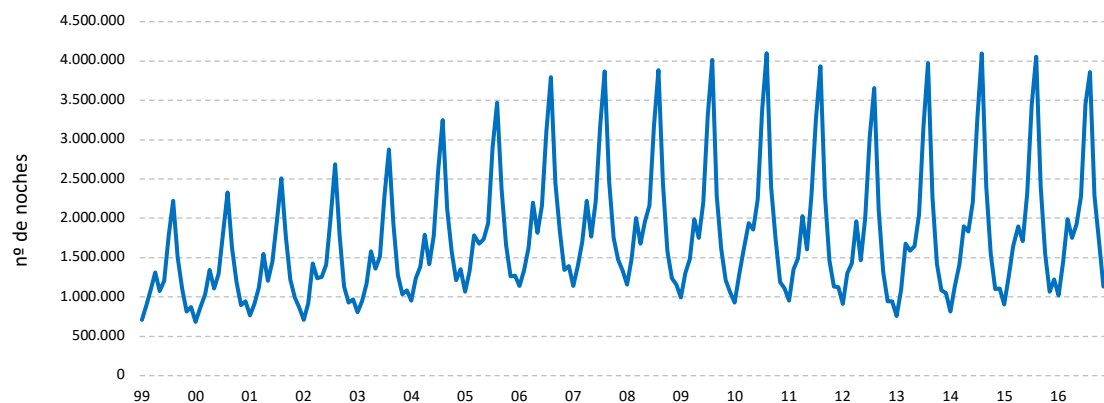
### **Pernoctaciones hoteleras de viajeros nacionales en CC.AA. turísticas. Año 2016 y tasa de variación 2016/2016**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

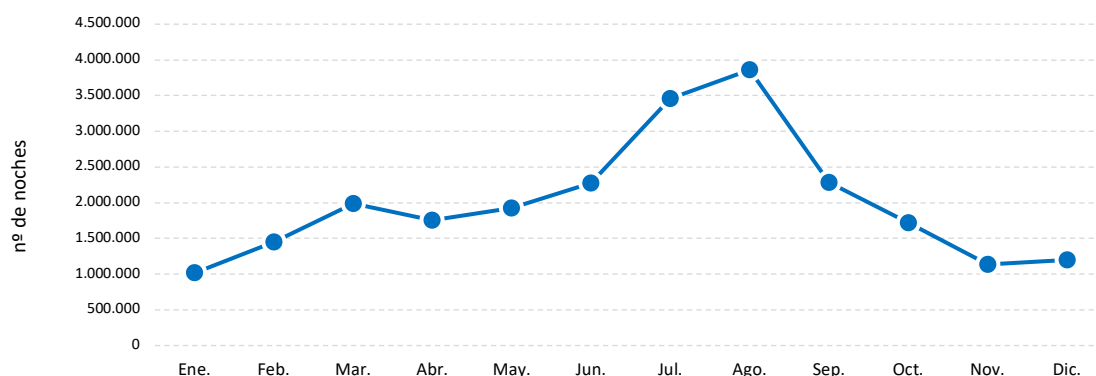
En cuanto a su distribución en el tiempo, las pernoctaciones de turistas españoles se concentran, principalmente, en los meses de verano. Concretamente entre junio y septiembre se han registrado en Andalucía algo menos de la mitad de las pernoctaciones hoteleras realizadas en el año. En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo que se caracteriza por la concentración de las pernoctaciones en Semana Santa y verano.

### **Número de pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 – 2016**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

### **Número de pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2016**



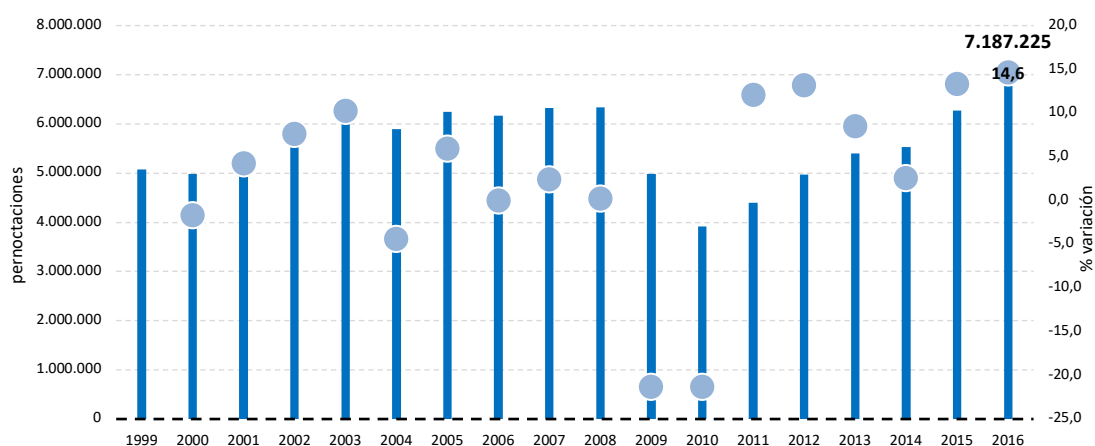
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

### **3.2. Movimiento hotelero del mercado británico en Andalucía**

Una de cada cuatro pernoctaciones de turistas extranjeros registradas en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2016 procedían del Reino Unido, consolidándose como el mercado extranjero que más pernoctaciones aporta. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, durante 2016 se alojaron en establecimientos hoteleros **1,5 millones de viajeros británicos**, que han realizado un total de **7,2 millones de pernoctaciones**, lo que ha supuesto un crecimiento respecto al año anterior del **+14,6%** en términos relativos, con 918 mil noches más.

Este resultado, además de ser el sexto incremento consecutivo, supone el mayor crecimiento interanual de la serie para este mercado emisor en Andalucía, confirmando la consolidación de las tasas de variación positivas, tras el comportamiento estable del 2008, y los descensos en 2009 y en 2010. Esta tendencia hace que la cifra de nivel se sitúe por primera vez por encima de las registradas en los años pre-crisis.

### **% Pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros andaluces. Años 1999 - 2016**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En el año 2016, el 12,4% del total de pernoctaciones británicas que se han registrado en establecimientos hoteleros españoles se han realizado en Andalucía, un crecimiento de 0,4 puntos respecto al 2015.

La siguiente tabla permite situar el turismo hotelero británico en el contexto general, situándola a la cabeza de un ranking en el que mercados como Países Nórdicos, Países Bajos o Irlanda presentan los mejores resultados en 2016 de entre los principales mercados emisores para Andalucía.

### **Pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según país de procedencia. Año 2016**

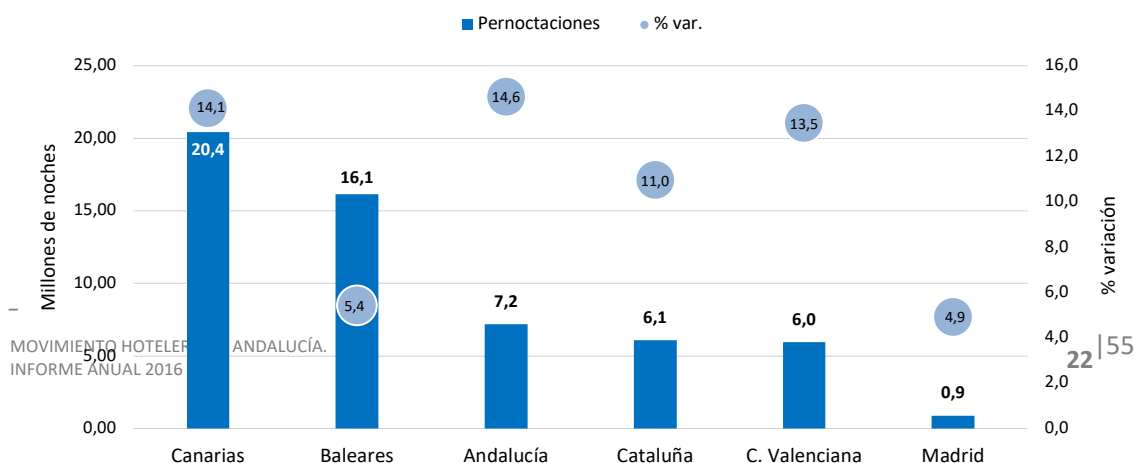
País de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Reino Unido	7.187.225	14,6%	26,2%
Alemania	4.161.448	9,9%	15,1%
Francia	2.661.597	8,5%	9,7%
Países Nórdicos	1.691.256	19,8%	6,2%

Países Bajos	1.443.836	27,5%	5,3%
Bélgica	1.182.099	11,8%	4,3%
Italia	1.069.018	10,5%	3,9%
Estados Unidos	1.010.015	9,1%	3,7%
Irlanda	811.704	27,6%	3,0%
Portugal	625.490	7,7%	2,3%
Polonia	505.663	21,9%	1,8%
Suiza	439.518	15,2%	1,6%
Resto de la UE*	428.216	8,5%	1,6%
Resto de Europa	376.761	12,9%	1,4%
Rusia	241.443	-1,6%	0,9%
Japón	227.438	-6,7%	0,8%
Austria	199.489	-1,9%	0,7%
República Checa	183.270	23,2%	0,7%
Luxemburgo	79.227	31,4%	0,3%
Grecia	44.084	39,0%	0,2%
Países africanos	449.522	39,9%	1,6%
Resto de América	905.802	17,8%	3,3%
Resto del mundo	1.548.561	1,1%	5,6%
<b>Extranjeros</b>	<b>27.472.670</b>	<b>13,1%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

El comportamiento del turismo hotelero británico en el resto de CC.AA. turísticas ha sido igualmente positivo, ya que se han incrementado en todas ellas las pernoctaciones británicas respecto a las registradas en el año 2015, entre los mejores resultados cabe destacar los crecimientos de la propia Andalucía (+14,6%), Canarias (+14,1%), Comunidad Valenciana (+13,5%) y Cataluña (+11%), seguidas de crecimientos más moderados de destinos como Madrid (+4,9%) o Baleares (+5,4%), que continúa ocupando el segundo lugar en el ranking, tras Canarias. Todo esto deriva en un saldo positivo del +11% para el total de pernoctaciones hoteleras británicas en el conjunto de establecimientos hoteleros de España.

### Pernoctaciones hoteleras de viajeros británicos en CC.AA. turísticas.

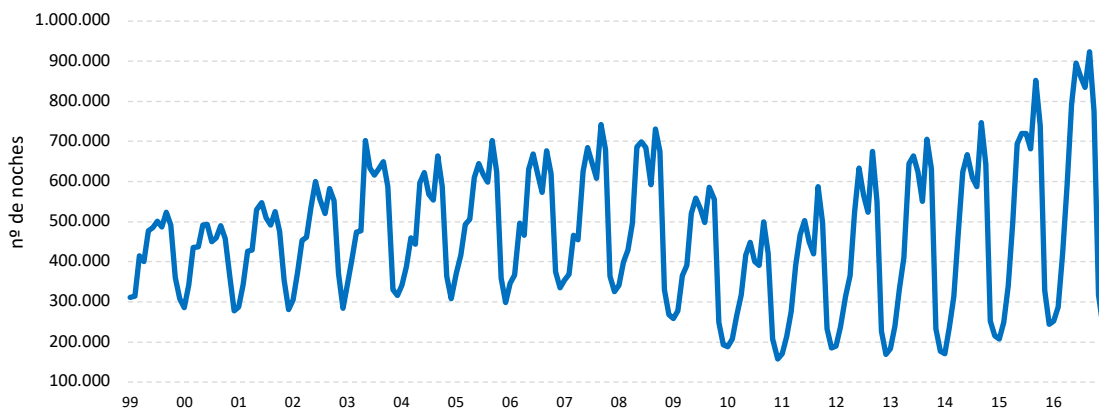


## Año 2016 y tasa de variación 2016/2015

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

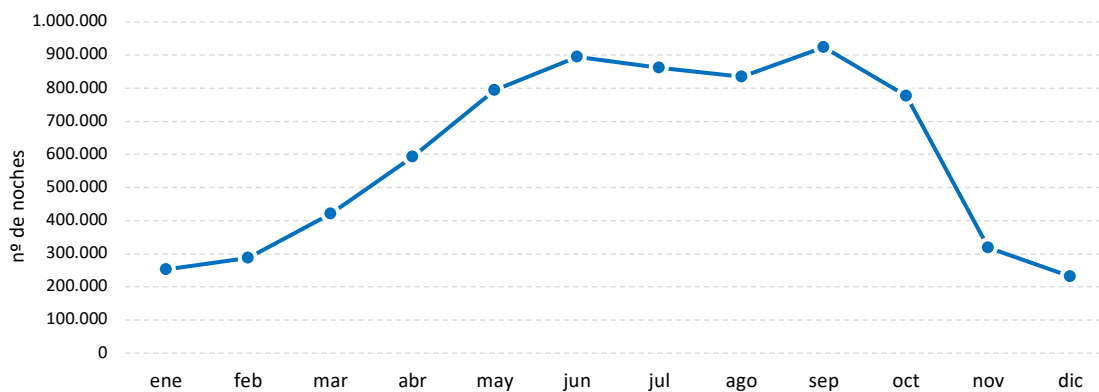
En la misma línea de años anteriores, el mayor número de pernoctaciones de turistas británicos se registra, principalmente, en los meses de junio y septiembre. En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo que se caracteriza por la concentración de las pernoctaciones en los citados meses.

### Número de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 – 2016



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

### Número de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2016



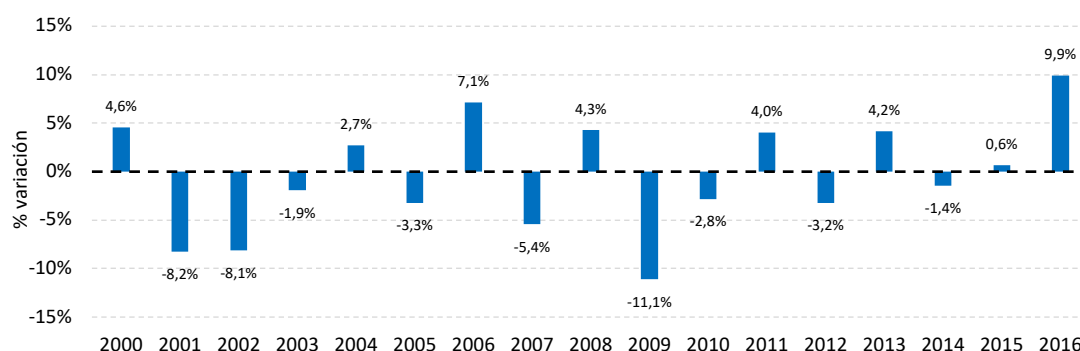
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

### 3.3. Movimiento hotelero del mercado alemán en Andalucía

A partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) para el año 2016, se cifran en **864 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 **+9,9%** respecto a las cifras registradas en el año anterior, con 376 mil noches más.

Esta cifra supone la recuperación de este mercado, después del descenso registrado en el año 2014 y el mantenimiento (+0,6%) del 2015. En un contexto más amplio, se puede observar como en los últimos años se viene registrando una evolución dispar en cuanto al número de pernoctaciones de los alemanes, de manera que se rompe con la alternancia de tasas de variación positivas y negativas que se venía observando consecutivamente desde 2003, y que se rompió en el periodo 2009-2010, siendo la primera vez que se suceden dos años consecutivos de crecimiento en este mercado, tal y como se muestra en el gráfico.

**% Variación pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces.  
Años 2000 – 2016**

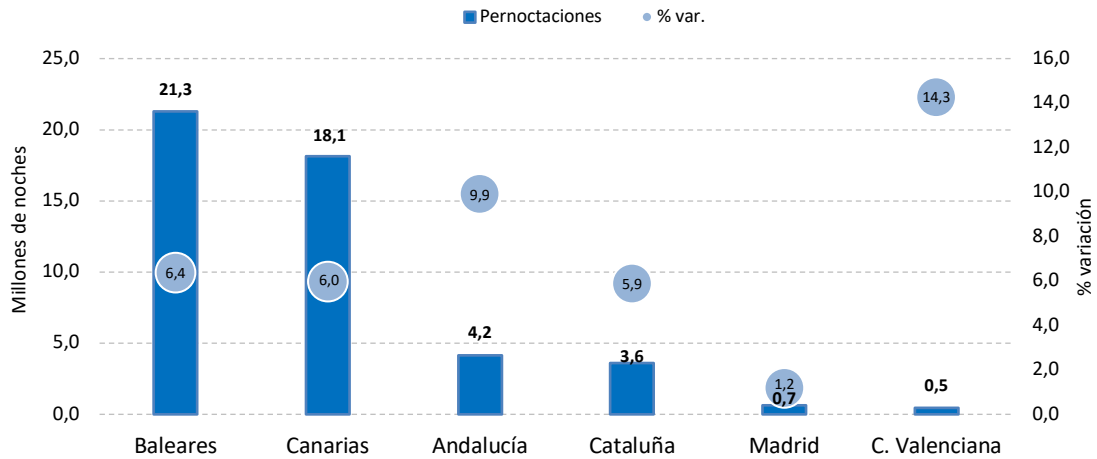


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El 15,1% de las pernoctaciones extranjeras registradas en alojamientos hoteleros de Andalucía son realizadas por viajeros alemanes, reduciéndose en medio punto esta cuota respecto al año anterior. Continúa siendo la segunda nacionalidad, tras la británica, predominante entre los viajeros extranjeros que visitan la comunidad andaluza alojándose en establecimientos hoteleros. Además, Andalucía capta el 8,5% de las pernoctaciones hoteleras que realizan los turistas alemanes en España.

El turismo hotelero alemán en España ha crecido un +6,6% respecto a las cifras registradas en el año 2015, gracias a los resultados positivos que han mostrado las principales Comunidades Autónomas turísticas, entre las que cabe destacar destinos como Comunidad Valenciana (+14,3%), la propia Andalucía (+9,9%), o Baleares, Canarias y Cataluña, que presentan incrementos en torno al +6%.

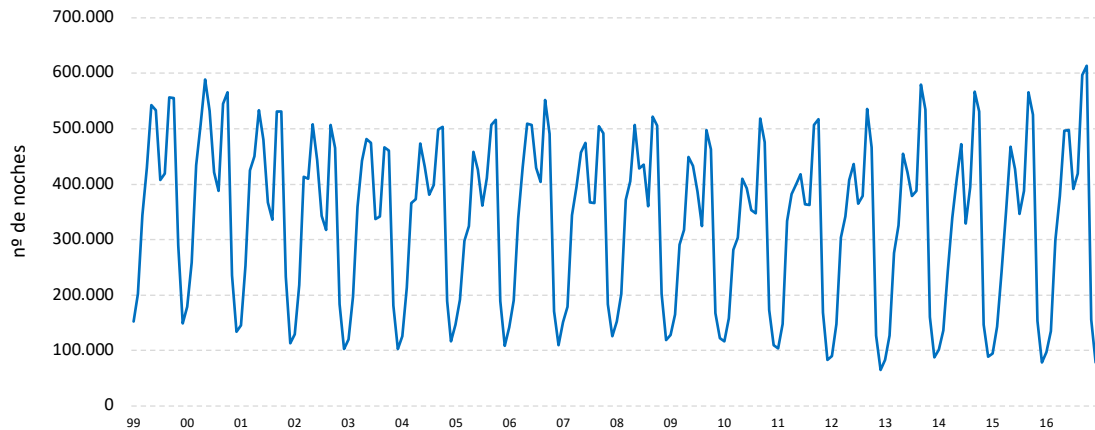
## Pernoctaciones hoteleras de viajeros alemanes en CC.AA. turísticas. Año 2016 y tasa de variación 2016/2015



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

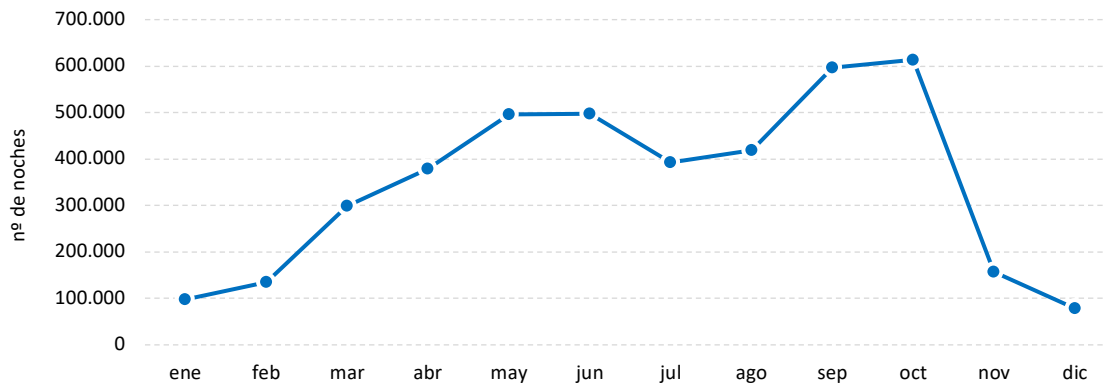
En la distribución de las pernoctaciones de turistas alemanes a lo largo del año, se observa una concentración mayor en los meses de mayo - junio, y septiembre - octubre, tal y como se observa en el gráfico, en el que se aprecia también un comportamiento uniforme en el tiempo caracterizado por la mayor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

## Número de pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 – 2016



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

### Número de pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2016



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

### 3.4. Movimiento hotelero de otros mercados en Andalucía

A tenor de las cifras de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE), merecen mención especial los buenos resultados que han registrado todos los mercados extranjeros secundarios en Andalucía. De hecho, en 2016 se han registrado tasas de variación positiva en las pernoctaciones procedentes de los principales mercados emisores a Andalucía, a excepción de Rusia, Japón y Austria.

Así, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado un total de 2,7 millones de pernoctaciones de viajeros **franceses**, lo que supone un incremento del **+8,5%** respecto a las cifras del año 2015, consolidando la tendencia positiva que venía registrando este mercado en Andalucía en los últimos años, con tres años de crecimientos consecutivos a dos dígitos en el periodo 2011-2013 y un crecimiento del +19% en 2015.

En el lado positivo se sitúan igualmente otros mercados como **Países Bajos, Bélgica, Italia, Estados Unidos, Irlanda y Portugal**, que han presentado en 2016 **sendos crecimientos** respecto al año anterior, destacando Países Bajos e Irlanda, ambos mercados con incrementos superiores al +27%.

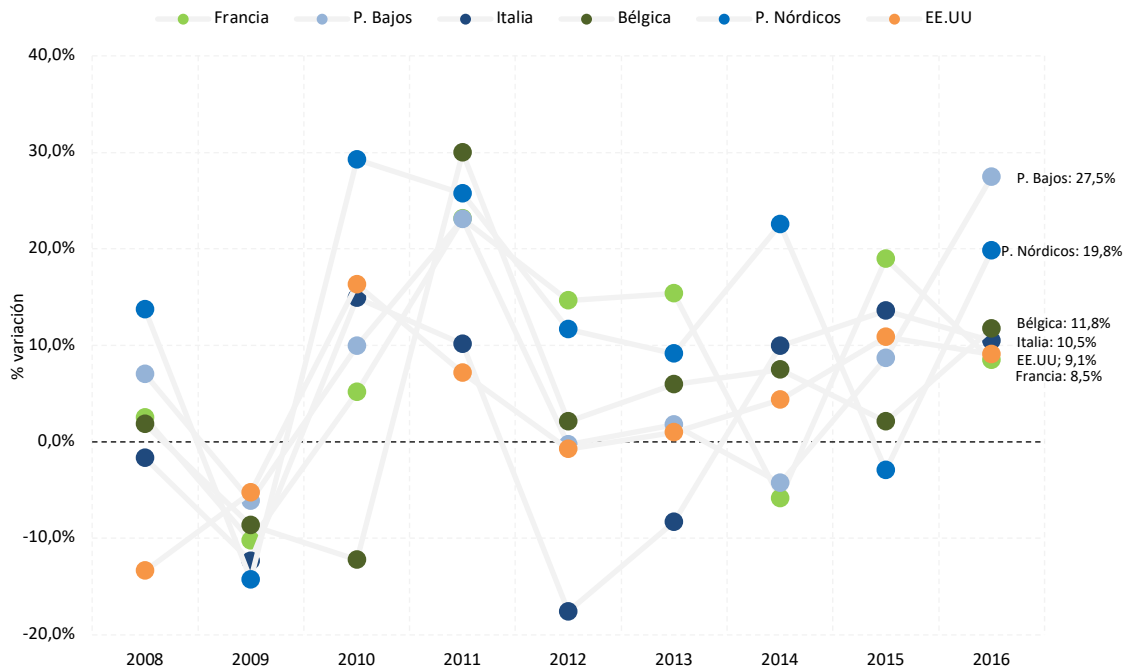
***Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía.  
Mercados secundarios. Año 2016***

País de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota s/total extranjeros
Francia	2.661.597	8,5%	9,7%
Países Nórdicos	1.691.256	19,8%	6,2%
Países Bajos	1.443.836	27,5%	5,3%
Bélgica	1.182.099	11,8%	4,3%
Italia	1.069.018	10,5%	3,9%
Estados Unidos	1.010.015	9,1%	3,7%
Irlanda	811.704	27,6%	3,0%
Portugal	625.490	7,7%	2,3%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

La evolución de estos mercados en los últimos años presenta comportamientos diferenciados, aunque cabe destacar la solidez que muestran mercados como Bélgica o Estados Unidos, que registran crecimientos interanuales consecutivos desde 2011 y 2013 respectivamente.

***% variación pernoctaciones en establecimientos hoteleros andaluces. Mercados secundarios con más de un millón de pernoctaciones anuales. Serie 2008 – 2016***



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Del resto de mercados con un menor peso en las pernoctaciones hoteleras extranjeras en Andalucía cabe destacar nuevamente el excelente resultado de Polonia en 2016, que registra un elevado crecimiento (+21,9%), el cuarto año consecutivo con tasa de crecimiento a dos dígitos, superando el medio millón de pernoctaciones. En el lado negativo se sitúan Rusia, Japón y Austria, tal y como se refleja en la siguiente tabla.

### ***Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía. Otros mercados. Año 2016***

País de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota s/total extranjeros
Polonia	505.663	21,9%	1,8%
Suiza	439.518	15,2%	1,6%
Rusia	241.443	-1,6%	0,9%
Japón	227.438	-6,7%	0,8%
Austria	199.489	-1,9%	0,7%
República Checa	183.270	23,2%	0,7%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

## 4. MOVIMIENTO HOTELERO EN LAS PROVINCIAS ANDALUZAS

### 4.1. Movimiento hotelero en la provincia de Almería

Durante el año 2016 se han registrado en los establecimientos hoteleros de Almería 5,5 millones de **pernoctaciones**, lo que supone un crecimiento en términos relativos del +15,1%, situándose como la provincia andaluza con mayor crecimiento en este año, gracias sobre todo al incremento que presenta en esta provincia el turismo extranjero (+38,5%), acompañado además de un resultado positivo del mercado nacional (+7%). Estos resultados se reflejan en la cuota sobre el total de pernoctaciones registradas en los hoteles de Andalucía, que se ha visto incrementada en +0,7 puntos, situándose en un 10,7%.

Como viene siendo habitual en los últimos años, Almería registra la **estancia media** más alta de Andalucía, situándose en torno a los 4 días. A diferencia de años anteriores, se observa un ligero incremento respecto al año anterior en esta variable, derivado en gran medida del incremento de las estancias extranjeras.

En 2016, el conjunto de los establecimientos hoteleros almerienses han **empleado** por término medio 3.091 personas, lo que ha supuesto un crecimiento del +12,1% respecto al año anterior, presentándose nuevamente como la segunda provincia andaluza con mejores resultados en esta variable, este año sólo por detrás de Sevilla.

Asimismo, muestran un **grado de ocupación** del 49,4%, situándose 5 puntos por encima del registrado en la provincia durante el año anterior, lo que supone el mayor incremento de entre todas las provincias andaluzas en 2016, gracias al aumento en la demanda y a un crecimiento más moderado de las plazas ofertadas (+2,8%).

### Principales cifras del movimiento hotelero en Almería. Año 2016

ALMERIA	Año 2016	% variación	Diferencias
<b>Viajeros alojados</b>			
Españoles	1.060.229	4,3	43.507
Extranjeros	316.280	32,8	78.079
<b>Total</b>	<b>1.376.509</b>	<b>9,7</b>	<b>121.586</b>
<b>Pernoctaciones</b>			
Españoles	3.835.695	7,0	252.395
Extranjeros	1.699.235	38,5	472.622
<b>Total</b>	<b>5.534.930</b>	<b>15,1</b>	<b>725.017</b>
<b>Estancia Media</b>			
Españoles	3,62	--	0,09
Extranjeros	5,37	--	0,22
<b>Total</b>	<b>4,02</b>	<b>--</b>	<b>0,19</b>
<b>Cuota (Pern. Andalucía=100%)</b>			
Españoles	15,94	--	0,68
Extranjeros	6,19	--	1,14
<b>Total</b>	<b>10,74</b>	<b>--</b>	<b>0,67</b>
<b>Empleo</b>	3.091	12,1	332,6
<b>Grado de ocupación</b>	49,41	--	5,0
<b>Plazas</b>	29.615	2,8	799

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

#### 4.2. Movimiento hotelero en la provincia de Cádiz

La provincia gaditana ha cerrado el año 2016 con un total de 7,4 millones de **pernoctaciones** hoteleras, lo que ha supuesto un incremento del +7,5% respecto a la cifra registrada en el año anterior, saldo que se deriva del resultado positivo que presentan tanto el turismo nacional (+2%), como sobre todo del mercado extranjero (+15,4%). La **estancia media** en los hoteles y pensiones de Cádiz se mantiene en torno a los 3 días, siendo superior la estancia del turista extranjero en algo más de un día.

Los establecimientos hoteleros gaditanos han captado en este año el 14,3% del total de pernoctaciones hoteleras andaluzas, **cuota** similar a la registrada en 2015.

En el año 2016, el **empleo** hotelero registrado ha sido superior al del año anterior, mostrando un incremento interanual del +7,9%, con una media de 5.225 personas empleadas.

El **grado de ocupación** en los establecimientos hoteleros de la provincia de Cádiz ha aumentado 2,9 puntos respecto al año 2015, fruto del incremento de pernoctaciones y del crecimiento más moderado de plazas ofertadas (+1,8%), situándose en un 52,7%.

### Principales cifras del movimiento hotelero en Cádiz. Año 2016

CÁDIZ	Año 2016	% variación	Diferencias
<b>Viajeros alojados</b>			
Españoles	1.582.440	2,6	40.401

Extranjeros	872.859	15,7	118.351
<b>Total</b>	<b>2.455.299</b>	<b>6,9</b>	<b>158.752</b>
<b>Pernoctaciones</b>			
Españoles	4.097.536	2,0	79.079
Extranjeros	3.281.300	15,4	437.543
<b>Total</b>	<b>7.378.836</b>	<b>7,5</b>	<b>516.622</b>
<b>Estancia Media</b>			
Españoles	2,59	--	-0,02
Extranjeros	3,76	--	-0,01
<b>Total</b>	<b>3,01</b>	<b>--</b>	<b>0,02</b>
<b>Cuota (Pern. Andalucía=100%)</b>			
Españoles	17,03	--	-0,08
Extranjeros	11,94	--	0,24
<b>Total</b>	<b>14,32</b>	<b>--</b>	<b>-0,04</b>
<b>Empleo</b>	<b>5.225</b>	<b>7,9</b>	<b>383,1</b>
<b>Grado de ocupación</b>	<b>52,66</b>	<b>--</b>	<b>2,9</b>
<b>Plazas</b>	<b>37.478</b>	<b>1,8</b>	<b>646</b>
<b>Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE</b>			

### 4.3. Movimiento hotelero en la provincia de Córdoba

Los hoteles y pensiones de Córdoba han registrado en 2016 un total de 1,9 millones de **pernoctaciones**, lo que supone un crecimiento del +4,4% respecto al año pasado. Este año, a diferencias de años anteriores, ha sido el mercado nacional el que ha contribuido con mayor fuerza a este resultado, con un incremento del +6,9%, mientras el mercado extranjero también ha crecido pero de forma más moderada (+0,7%). En cualquier caso, la provincia cordobesa ha captado en este año el 3,7% del total de pernoctaciones hoteleras andaluzas, **cuota** similar a la registrada en 2015.

La **estancia** de los turistas en los hoteles de Córdoba se ha situado en 1,6 días, similar a la cifra estimada en 2015, siendo ligeramente superior la de los viajeros españoles.

Una media de 1.317 personas se han **empleado** en el conjunto de los hoteles y pensiones de la provincia en 2016, cifra que se sitúa un +3,6% por encima de la registrada el año anterior. El ligero crecimiento de plazas ofertadas (+1,5%), unido al incremento en las pernoctaciones (+4,4%), conlleva un ajuste al alza del **grado de ocupación** en los hoteles y pensiones de Córdoba, incrementándose en algo más de un punto respecto al 2015, ya que han sido ocupadas el 46,9% de las plazas ofertadas.

#### **Principales cifras del movimiento hotelero en Córdoba. Año 2016**

CÓRDOBA	Año 2016	% variación	Diferencias
<b>Viajeros alojados</b>			
Españoles	692.657	6,4	41.809
Extranjeros	488.425	0,8	4.008
<b>Total</b>	<b>1.181.082</b>	<b>4,0</b>	<b>45.817</b>
<b>Pernoctaciones</b>			
Españoles	1.173.296	6,9	75.288
Extranjeros	755.348	0,7	5.313
<b>Total</b>	<b>1.928.644</b>	<b>4,4</b>	<b>80.601</b>
<b>Estancia Media</b>			
Españoles	1,69	--	0,01
Extranjeros	1,55	--	0,00
<b>Total</b>	<b>1,63</b>	<b>--</b>	<b>0,01</b>
<b>Cuota (Pern. Andalucía=100%)</b>			
Españoles	4,88	--	0,20
Extranjeros	2,75	--	-0,34
<b>Total</b>	<b>3,74</b>	<b>--</b>	<b>-0,13</b>
<b>Empleo</b>	<b>1.317</b>	<b>3,6</b>	<b>45,3</b>
<b>Grado de ocupación</b>	<b>46,94</b>	<b>--</b>	<b>1,2</b>
<b>Plazas</b>	<b>11.050</b>	<b>1,5</b>	<b>163</b>
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE			

#### 4.4. Movimiento hotelero en la provincia de Granada

Los establecimientos hoteleros granadinos registran en 2016 un total de 5,78 millones de **pernoctaciones**, lo que supone un crecimiento en términos relativos del +3,3%. Este resultado es fruto del resultado positivo observado tanto en el mercado nacional como en el extranjero, ya que en ambos casos se han registrado tasas de variación positivas en el entorno del +3%.

Este resultado no se ha dejado notar en la **cuota de participación** del movimiento hotelero de Granada sobre el total andaluz, ya que se ha producido un descenso de algo menos de un punto en la cuota de extranjeros, reduciéndose por tanto la cuota total en medio punto respecto a las cifras de 2015.

La **estancia media** en los hoteles y pensiones de Granada se mantiene en 2 días, siendo ligeramente superior la estancia del turista español, y no presentando variaciones significativas respecto al año anterior.

El año 2016 se ha cerrado en la provincia granadina con una media de 3.349 personas **empleadas**, lo que supone una subida del +1,1% respecto a las cifras del año anterior.

Los establecimientos hoteleros de Granada han **ocupado** el 49,9% de las plazas ofertadas en este año, situándose 1,2 puntos por encima de la registrada en 2015, hecho que se deriva del

crecimiento experimentado en el número de pernoctaciones (+3,3%), acompañado de un mantenimiento en las plazas ofertadas.

**Principales cifras del movimiento hotelero en Granada. Año 2016**

GRANADA	Año 2016	% variación	Diferencias
<b>Viajeros alojados</b>			
Españoles	1.530.257	6,0	85.975
Extranjeros	1.300.461	7,0	85.289
<b>Total</b>	<b>2.830.718</b>	<b>6,4</b>	<b>171.264</b>
<b>Pernoctaciones</b>			
Españoles	3.211.785	3,4	106.784
Extranjeros	2.568.530	3,0	75.670
<b>Total</b>	<b>5.780.315</b>	<b>3,3</b>	<b>182.454</b>
<b>Estancia Media</b>			
Españoles	2,10	--	-0,05
Extranjeros	1,98	--	-0,08
<b>Total</b>	<b>2,04</b>	<b>--</b>	<b>-0,06</b>
<b>Cuota (Pern. Andalucía=100%)</b>			
Españoles	13,35	--	0,12
Extranjeros	9,35	--	-0,91
<b>Total</b>	<b>11,22</b>	<b>--</b>	<b>-0,50</b>
<b>Empleo</b>	<b>3.349</b>	<b>1,1</b>	<b>36,1</b>
<b>Grado de ocupación</b>	<b>49,91</b>	<b>--</b>	<b>1,2</b>
<b>Plazas</b>	<b>31.177</b>	<b>0,1</b>	<b>27</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

#### 4.5. Movimiento hotelero en la provincia de Huelva

El balance del movimiento hotelero de la provincia onubense para el año 2016 se ha cerrado con 3,8 millones de **pernoctaciones** registradas, un aumento del +10,1% respecto al año anterior, derivado sobre todo del importante crecimiento observado en el mercado internacional (+26,2%), acompañado de un incremento, de menor intensidad, en el mercado nacional (+4%).

En 2016 los hoteles y pensiones de Huelva captaron el 7,4% del total de pernoctaciones registradas en Andalucía, ligeramente superior a la **cuota** del año anterior.

La **estancia media** en los hoteles y pensiones de Huelva se sitúa en torno a los 3,8 días, no presentando un ligero incremento respecto al año anterior, gracias al turismo extranjero, que aumenta su estancia en medio día respecto al año 2015, y compensa el descenso de la de los nacionales (-0,2), mayoritarios en esta provincia.

En lo que respecta a la variable **empleo**, el año 2016 muestra un aumento del +13,6% respecto al año anterior, registrando una media de 2.541 personas empleadas, situándose como la provincia andaluza con mayor crecimiento en esta variable en este año.

Un crecimiento en el número de plazas ofertadas en los establecimientos hoteleros onubenses (+8%), acompañado por un crecimiento más intenso de las pernoctaciones registradas durante el año 2016 (+10,1%), da como resultado un ajuste al alza del **grado de ocupación**, situándose en un 48,1%, +1,7 puntos por encima del registrado en 2015.

#### **Principales cifras del movimiento hotelero en Huelva. Año 2016**

<b>HUELVA</b>	<b>Año 2016</b>	<b>% variación</b>	<b>Diferencias</b>
<b>Viajeros alojados</b>			
Españoles	792.354	9,0	65.489
Extranjeros	215.070	15,4	28.772
<b>Total</b>	<b>1.007.424</b>	<b>10,3</b>	<b>94.261</b>
<b>Pernoctaciones</b>			
Españoles	2.623.337	4,0	101.545
Extranjeros	1.206.231	26,2	250.493
<b>Total</b>	<b>3.829.568</b>	<b>10,1</b>	<b>352.038</b>
<b>Estancia Media</b>			
Españoles	3,31	--	-0,16
Extranjeros	5,61	--	0,48
<b>Total</b>	<b>3,80</b>	<b>--</b>	<b>-0,01</b>
<b>Cuota (Pern. Andalucía=100%)</b>			
Españoles	10,90	--	0,16
Extranjeros	4,39	--	0,46
<b>Total</b>	<b>7,43</b>	<b>--</b>	<b>0,15</b>
<b>Empleo</b>	<b>2.541</b>	<b>13,6</b>	<b>304,6</b>
<b>Grado de ocupación</b>	<b>48,07</b>	<b>--</b>	<b>1,7</b>
<b>Plazas</b>	<b>20.989</b>	<b>8,0</b>	<b>1.562</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

#### **4.6. Movimiento hotelero en la provincia de Jaén**

En 2016, los hoteles y pensiones de Jaén han registrado un total de 910 mil pernoctaciones, lo que supone un incremento respecto al año pasado del +6,3%, gracias a los resultados positivos mostrados tanto por el mercado nacional, clave en esta provincia (+5,5%), como por el mercado extranjero (+11,9%). Las pernoctaciones hoteleras representan el 1,8% del total regional, alcanzando esta **cuota** el 3,3% en el mercado nacional (+0,1 puntos más que en 2015).

La **estancia media** se ha situado nuevamente en torno a 1,7 días, al igual que en el año anterior. Por procedencia, se observa que la estancia del turista nacional es ligeramente superior.

Los establecimientos hoteleros de Jaén han **empleado** por término medio 969 personas en 2016, lo que supone un incremento del +0,9% respecto al año anterior.

Los hoteles y pensiones de la provincia muestran un **grado de ocupación** del 29,4%, situándose +2,3 puntos por encima del registrado en el año 2015, fruto del crecimiento de pernoctaciones y del descenso de las plazas ofertadas (-2,6%).

#### **Principales cifras del movimiento hotelero en Jaén. Año 2016**

<b>JAÉN</b>	<b>Año 2016</b>	<b>% variación</b>	<b>Diferencias</b>
<b>Viajeros alojados</b>			
Españoles	441.830	6,0	25.175
Extranjeros	80.885	7,1	5.373
<b>Total</b>	<b>522.715</b>	<b>6,2</b>	<b>30.548</b>
<b>Pernoctaciones</b>			
Españoles	785.944	5,5	41.118
Extranjeros	123.678	11,9	13.123
<b>Total</b>	<b>909.622</b>	<b>6,3</b>	<b>54.241</b>
<b>Estancia Media</b>			
Españoles	1,78	--	-0,01
Extranjeros	1,53	--	0,06
<b>Total</b>	<b>1,74</b>	<b>--</b>	<b>0,00</b>
<b>Cuota (Pern. Andalucía=100%)</b>			
Españoles	3,27	--	0,09
Extranjeros	0,45	--	0,00
<b>Total</b>	<b>1,77</b>	<b>--</b>	<b>-0,03</b>
<b>Empleo</b>	<b>969</b>	<b>0,9</b>	<b>8,3</b>
<b>Grado de ocupación</b>	<b>29,35</b>	<b>--</b>	<b>2,3</b>
<b>Plazas</b>	<b>8.403</b>	<b>-2,6</b>	<b>-223</b>
<b>Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE</b>			

#### **4.7. Movimiento hotelero en la provincia de Málaga**

El movimiento hotelero de la provincia de Málaga ha cerrado el año 2016 con un total de 20,1 millones de **pernoctaciones**, casi 1,3 millones de noches más que en el año anterior, o lo que es lo mismo, un crecimiento en términos relativos de +7,2%. Esta situación es fruto del incremento mostrado por el mercado extranjero (+12%), que ha logrado compensar nuevamente el descenso registrado por la demanda turística nacional en esta provincia (-3,5%).

Este resultado, unido a los crecimientos superiores registrados en otras provincias de Andalucía, se refleja en la **cuota de participación** de las pernoctaciones en hoteles malagueños dentro del total andaluz. En 2016 la provincia de Málaga capta el 39% de las pernoctaciones en Andalucía, lo que supone un ligero descenso de -0,25 puntos en esta cuota, que disminuye en casi 1,5 puntos en el caso del turismo nacional.

La **estancia media** se mantiene en torno a los 3,8 días, siendo la del viajero extranjero superior en algo más de un día y medio a la del nacional.

El **empleo** presenta resultados positivos en relación al año anterior, de hecho, los hoteles y pensiones malagueñas han empleado a una media de 12.295 personas, un aumento en términos relativos del +7,5%.

El **grado ocupación** alcanzado en la provincia malagueña vuelve a ser el más elevado de todas las provincias andaluzas, se sitúa en un 63,9%, presentando un crecimiento de +2,8 puntos respecto al año 2015 y superando ampliamente la media andaluza (54,6%), fruto en gran medida del incremento en la demanda (+7,2%) y del incremento más moderado de las plazas ofertadas (+2%).

#### **Principales cifras del movimiento hotelero en Málaga. Año 2016**

<b>MÁLAGA</b>	<b>Año 2016</b>	<b>% variación</b>	<b>Diferencias</b>
<b>Viajeros alojados</b>			
Españoles	2.005.490	-4,1	-84.829
Extranjeros	3.241.958	11,5	333.577
<b>Total</b>	<b>5.247.448</b>	<b>5,0</b>	<b>248.748</b>
<b>Pernoctaciones</b>			
Españoles	5.629.522	-3,5	-206.221
Extranjeros	14.442.782	12,0	1.550.381
<b>Total</b>	<b>20.072.304</b>	<b>7,2</b>	<b>1.344.160</b>
<b>Estancia Media</b>			
Españoles	2,81	--	0,02
Extranjeros	4,45	--	0,02
<b>Total</b>	<b>3,83</b>	<b>--</b>	<b>0,08</b>
<b>Cuota (Pern. Andalucía=100%)</b>			
Españoles	23,39	--	-1,46
Extranjeros	52,57	--	-0,49
<b>Total</b>	<b>38,95</b>	<b>--</b>	<b>-0,25</b>
<b>Empleo</b>	<b>12.295</b>	<b>7,5</b>	<b>854,1</b>
<b>Grado de ocupación</b>	<b>63,85</b>	<b>--</b>	<b>2,8</b>
<b>Plazas</b>	<b>83.177</b>	<b>2,0</b>	<b>1.627</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

#### **4.8. Movimiento hotelero en la provincia de Sevilla**

Los hoteles y pensiones de la provincia hispalense cierran el año 2016 con 6,1 millones de **pernoctaciones** registradas, un crecimiento del +8,9. Este resultado es fruto del crecimiento mostrado tanto por el mercado extranjero como por el nacional, que presentan sendos incrementos del +12,2% y del +5,1% respectivamente.

Así, estas buenas cifras se reflejan en la **cuota** sobre el total de pernoctaciones registradas en Andalucía, que muestra un mantenimiento respecto al año anterior, situándose en el 11,8% del total.

La **estancia media** de los viajeros se vuelve a situar en torno a los 1,9 días y no presenta variación respecto al año anterior. La variable **empleo** también presenta resultados positivos en comparación con los registrados en el año anterior. Así, el conjunto de hoteles y pensiones sevillanos han empleado en 2016 a una media de 4.093 personas, un +2,6% más que en el año 2015.

En cuanto al **grado de ocupación**, los establecimientos hoteleros de Sevilla han ocupado el 55,5% de las plazas ofertadas en 2016, situándose +2,4 puntos por encima de la tasa registrada el año pasado. Esta cifra es fruto del crecimiento de la demanda (+8,9%), acompañado de un crecimiento más moderado de la oferta de plazas (+3,7%).

### Principales cifras del movimiento hotelero en Sevilla. Año 2016

SEVILLA	Año 2016	% variación	Diferencias
<b>Viajeros alojados</b>			
Españoles	1.547.182	7,1	102.526
Extranjeros	1.662.886	11,6	172.481
<b>Total</b>	<b>3.210.068</b>	<b>9,4</b>	<b>275.007</b>
<b>Pernoctaciones</b>			
Españoles	2.706.628	5,1	130.290
Extranjeros	3.395.580	12,2	368.139
<b>Total</b>	<b>6.102.208</b>	<b>8,9</b>	<b>498.429</b>
<b>Estancia Media</b>			
Españoles	1,75	--	-0,03
Extranjeros	2,04	--	0,01
<b>Total</b>	<b>1,90</b>	<b>--</b>	<b>-0,01</b>
<b>Cuota (Pern. Andalucía=100%)</b>			
Españoles	11,25	--	0,28
Extranjeros	12,36	--	-0,10
<b>Total</b>	<b>11,84</b>	<b>--</b>	<b>0,11</b>
<b>Empleo</b>	4.093	2,6	105,5
<b>Grado de ocupación</b>	55,45	--	2,4
<b>Plazas</b>	29.641	3,7	1.044

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

## 5. MOVIMIENTO HOTELERO EN ZONAS TURÍSTICAS DE ANDALUCÍA

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

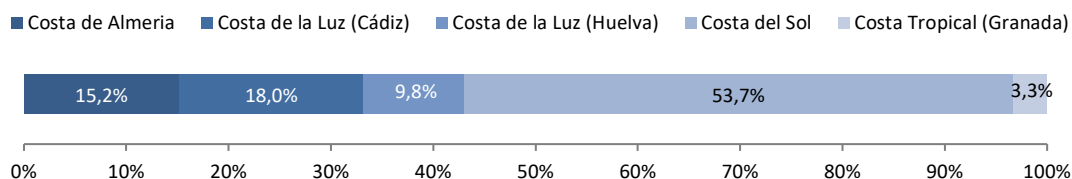
Concretamente, en Andalucía se contemplan las siguientes zonas turísticas, todas ellas de litoral, y cuya agrupación ha sido establecida por el Instituto Nacional de Estadística:

- **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 Tropical:** Almuñecar, Itrabo, Salobreña, Motril, Sorvilán, Gualchos, Lújar, Polopos, Albuñol.
- **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.

En el año 2016, las costas andaluzas captaron el 68,5% de las pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía, lo que refleja la importancia de estas áreas en cuanto a concentración turística, si bien se observa, con respecto a los niveles registrados en el año 2015, un ligero incremento en su participación de algo menos de medio punto porcentual.

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 2016***



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Un total de 35,3 millones de pernoctaciones se han registrado en el litoral andaluz durante el año 2016, lo que supone un crecimiento del +8,3% respecto a 2015, ligeramente superior al registrado en el total de Andalucía (+7,9%). Desagregando, cabe destacar el crecimiento del +15,6% registrado en la Costa de Almería, así como el descenso del -0,4% en la Costa Tropical, tras dos años consecutivos de crecimiento a dos dígitos, mientras el resto de Costas presentan crecimientos de menor intensidad, que van del +9,1% de la Costa de la Luz de Huelva al +7,9% y el +7% de la Costa de la Luz de Cádiz y de la Costa del Sol respectivamente.

### ***Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas. Año 2016 y % variación***

Costas Andaluzas	Año 2016	% variación
Costa de Almería	5.358.773	15,6%
Costa de La Luz (Cádiz)	6.352.188	7,9%
Costa de La Luz (Huelva)	3.460.467	9,1%
Costa del Sol (Málaga)	18.940.377	7,0%
Costa Tropical (Granada)	1.165.227	-0,4%
<b>Total Litoral Andalucía</b>	<b>35.277.032</b>	<b>8,3%</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En general, el buen comportamiento de las pernoctaciones en el litoral andaluz en 2016 es fruto de los resultados de ambos mercados, pero sobre todo, destaca el comportamiento del turismo **extranjero**, que presenta un balance positivo en todas las costas, excepto en la costa granadina, destacando la Costa de Almería, con un incremento superior al +39%. El turismo **nacional**, por su parte, ha registrado crecimientos más moderados, incluso se observa un nuevo descenso de pernoctaciones en la Costa del Sol (-4,1%).

### ***Pernoctaciones en establecimientos hoteleros del litoral andaluz. Distribución por procedencia. Año 2016 y % variación***

Costas Andalucía	Nacionales	% var. 16/15	Extranjeras	% var. 16/15
Costa de Almería	3.693.638	7,4%	1.665.135	39,2%
Costa de La Luz (Cádiz)	3.438.521	1,5%	2.913.667	16,5%
Costa de La Luz (Huelva)	2.310.882	2,1%	1.149.585	26,6%
Costa del Sol (Málaga)	5.158.101	-4,1%	13.782.276	11,9%
Costa Tropical (Granada)	728.873	1,0%	436.354	-2,6%
<b>Total Litoral Andalucía</b>	<b>15.330.015</b>	<b>0,9%</b>	<b>19.947.017</b>	<b>14,9%</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La **estancia media** presenta un comportamiento estable respecto al año anterior, situándose en 3,9 días. Asimismo, presenta valores muy similares en todas las costas andaluzas, oscilando entre los 4,4 días de Costa de la Luz de Huelva y los 3,3 de Costa de la Luz de Cádiz.

**Estancia media en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas. Año 2016 y diferencias**

Costas Andalucía	Año 2016	Diferencia
Costa de Almería	4,08	0,21
Costa de La Luz (Cádiz)	3,29	0,06
Costa de La Luz (Huelva)	4,35	0,11
Costa del Sol (Málaga)	4,03	0,06
Costa Tropical (Granada)	3,82	0,14
<b>Total Litoral Andalucía</b>	<b>3,90</b>	<b>0,09</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El número de personas **empleadas** como media a lo largo del año 2016 en los establecimientos hoteleros del litoral andaluz se sitúa en 20.942 personas, registrándose un incremento del +8,6% respecto al año anterior en esta variable, tasa que se sitúa casi dos puntos porcentuales por encima de la registrada en el total del territorio andaluz, presentando saldo positivo en todas las costas andaluzas.

**Personal empleado en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas. Año 2016 y % de variación**

Costas Andalucía	Año 2016	% variación
Costa de Almería	2.815	13,3%
Costa de La Luz (Cádiz)	4.366	8,2%
Costa de La Luz (Huelva)	2.208	14,7%
Costa del Sol (Málaga)	10.930	6,9%
Costa Tropical (Granada)	623	0,4%
<b>Total Litoral Andalucía</b>	<b>20.942</b>	<b>8,6%</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En cuanto al **grado de ocupación**, el litoral andaluz ha cerrado el 2016 con una tasa del 59,5%, mostrando un crecimiento de +3,1 puntos respecto a la registrada en el año anterior, fruto del incremento en la demanda (+8,3%), que ha venido acompañado de un aumento más moderado de las plazas (+2,6%).

Desagregando territorialmente se observa un comportamiento positivo para esta variable en todas las zonas analizadas (exceptuando la Costa de Granada donde se observa un mantenimiento respecto al año anterior en esta variable), destacando los incrementos de la Costa de Almería, con un incremento de ocupación superior a los 5 puntos.

**Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros.  
Distribución por costas andaluzas. Año 2016 y diferencias**

Costas andaluzas	Año 2016	DIF
Costa de Almería	51,65	5,40
Costa de La Luz (Cádiz)	55,98	3,22
Costa de La Luz (Huelva)	52,35	1,03
Costa del Sol (Málaga)	66,27	2,99
Costa Tropical (Granada)	50,05	-0,03
<b>Total Litoral Andalucía</b>	<b>59,54</b>	<b>3,07</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

## ANEXO. INDICADORES DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN HOTELES DE ANDALUCÍA

### Introducción

La industria turística andaluza ofrece una serie muy diversa de servicios entre los que se encuentran el transporte, alojamiento, restauración y otros muchos que van destinados a satisfacer la demanda turística. A su vez Andalucía está dotada de una gran serie de recursos naturales, culturales y sociales que junto a la infraestructura turística mencionada la convierten en un destino muy atractivo.

Con este apartado se persigue realizar un análisis sobre la satisfacción de los turistas que han **estado alojados en hoteles de Andalucía** con el fin de identificar tanto aquellas áreas donde no se estén cumpliendo las expectativas de este así como aquellas otras en las que sí se cumplen siendo por tanto del agrado de quien visita la Comunidad.

Los objetivos que se persiguen son:

1.- Identificar la importancia que tienen los recursos y los servicios demandados por el turista en su satisfacción global.

2.- Obtener una valoración de los mismos en función del cumplimiento de expectativas.

Para ello se analizan las siguientes áreas:

- Consulta y búsqueda de información
- Reserva
- Transporte
- Movilidad
- Alojamiento
- Oferta gastronómica
- Entorno cultural
- Entorno social
- Entorno natural
- Oros servicios

3.- Y de los servicios y áreas que configuran específicamente el apartado de alojamiento, conocer los puntos débiles y fuertes de cada uno de ellos para que así las empresas que conforman la oferta puedan detectar la posible insatisfacción y tomar medidas encaminadas a corregir las deficiencias halladas.

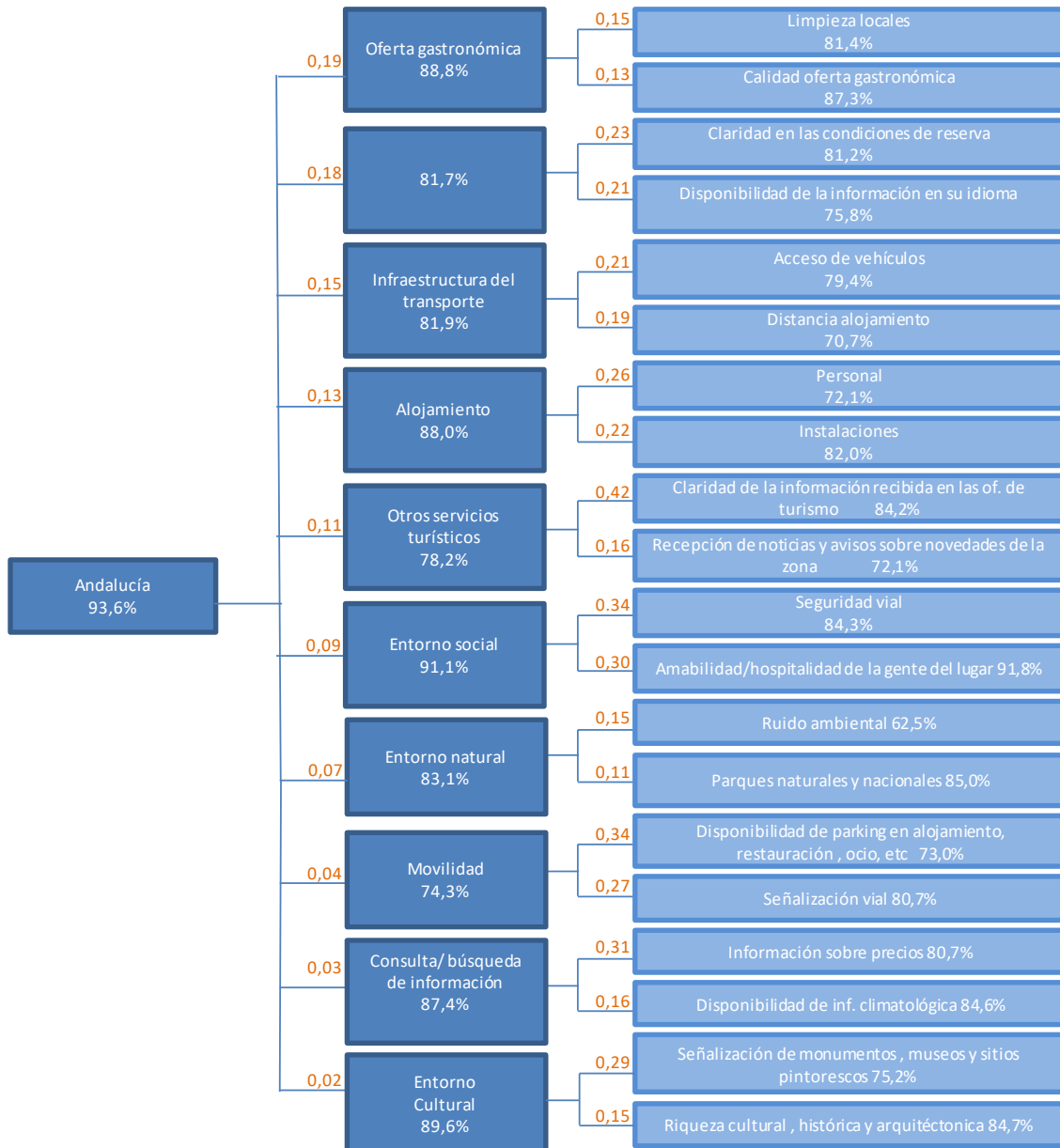
### Análisis de resultados

El 93,6% de los turistas que visitaron Andalucía durante 2016 y estuvieron alojados en los hoteles andaluces se consideraron satisfechos con su viaje (figura 1).

En esta figura, que se muestra a continuación, se resume la satisfacción de los turistas en base a la calificación que estos otorgan a cada ítem considerado y a la relevancia que cada uno tiene en el proceso final de satisfacción.

1. Sobre las flechas se indica el peso con que cada uno de los atributos o factores influye en el concepto analizado. Estos se expresan en tantos por uno, teniendo en cuenta que el total de atributos para ese concepto suma 1.
2. Para cada atributo o factor se indica el porcentaje de satisfacción. Este porcentaje representa la proporción de turistas que se han sentido satisfechos, es decir, que han otorgado una valoración de 4 ó 5 puntos a los atributos especificados.
3. La satisfacción global del área se puntúa de forma independiente, en ningún caso es la media de los atributos que la engloban, es por ello que la percepción de la calidad en su conjunto, en algunos casos dista de la de los factores que la conforman, es decir, puede darse el caso de la existencia de un grado de satisfacción global superior a cualquiera de los atributos que lo incluyen.

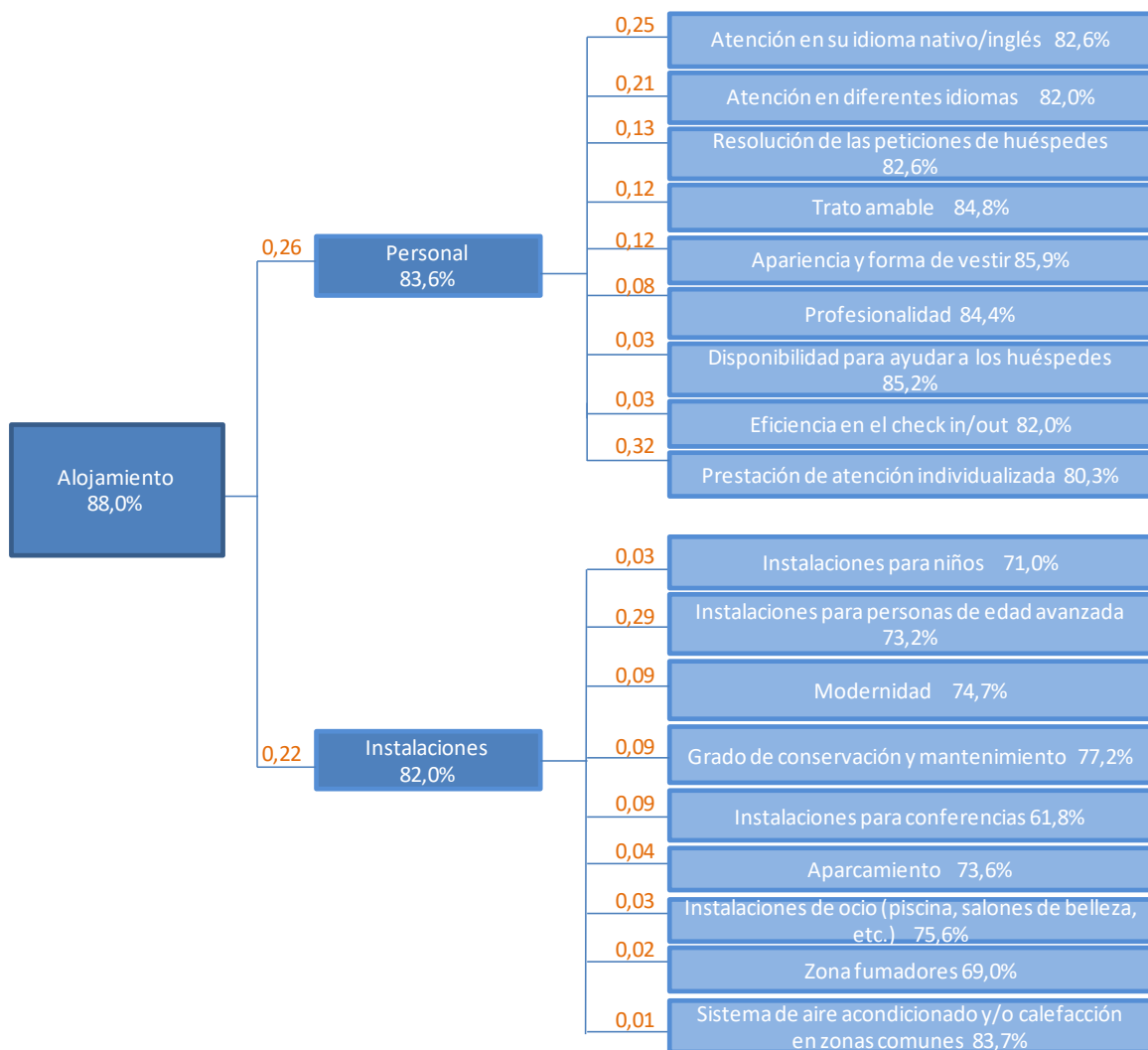
**Figura 1. Principales áreas de influencia y nivel de satisfacción. Año 2016**



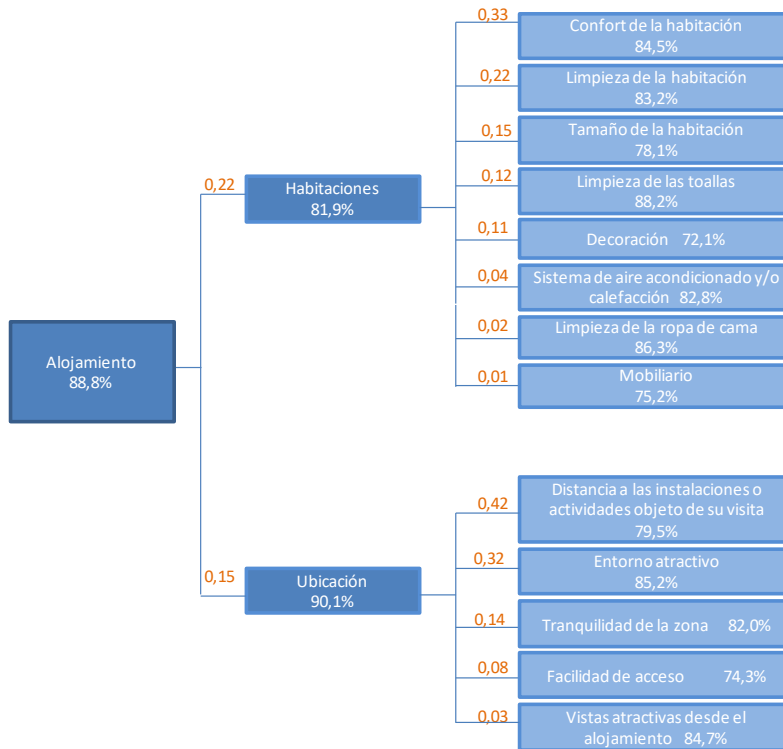
Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Al tratarse de un informe sobre la demanda turística que se aloja en hoteles de Andalucía cabe hacer un análisis pormenorizado de cada una de las áreas que forman la oferta hotelera para comprobar si se cumplen las expectativas de los turistas. Las **figura 2, 3 y 4**, resumen la importancia de cada atributo o factor en la imagen final de los hoteles andaluces así como la satisfacción proporcionada a los turistas que se han alojado en ellos. Se observa que los factores que más pesan en la imagen final son el personal, las instalaciones y las habitaciones, entre los tres representan el 70%.

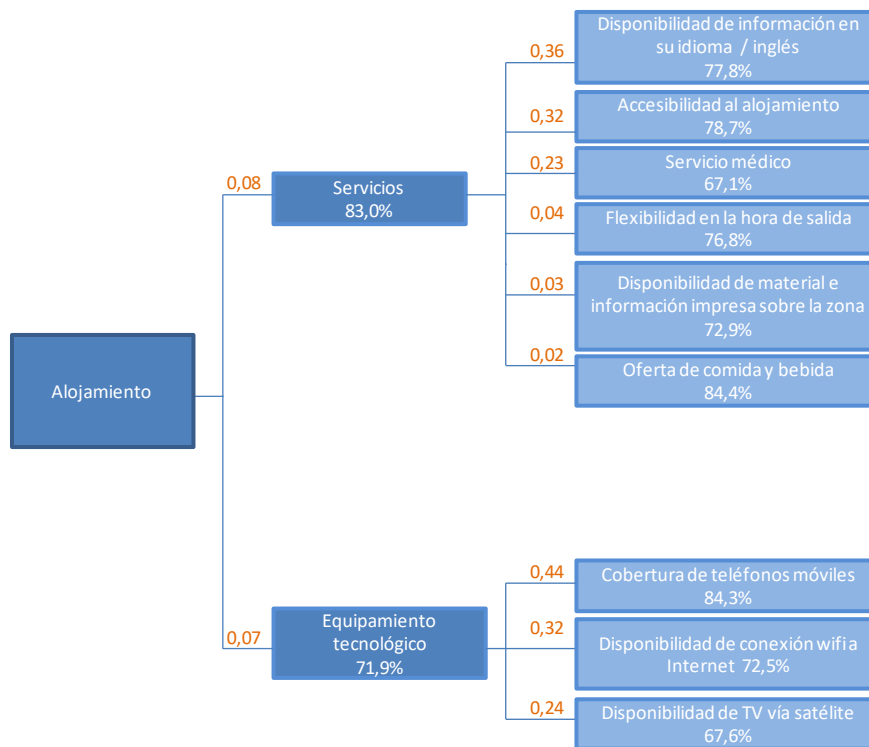
**Figura 2. Habitaciones y instalaciones**



**Figura 3. Habitaciones y ubicación**



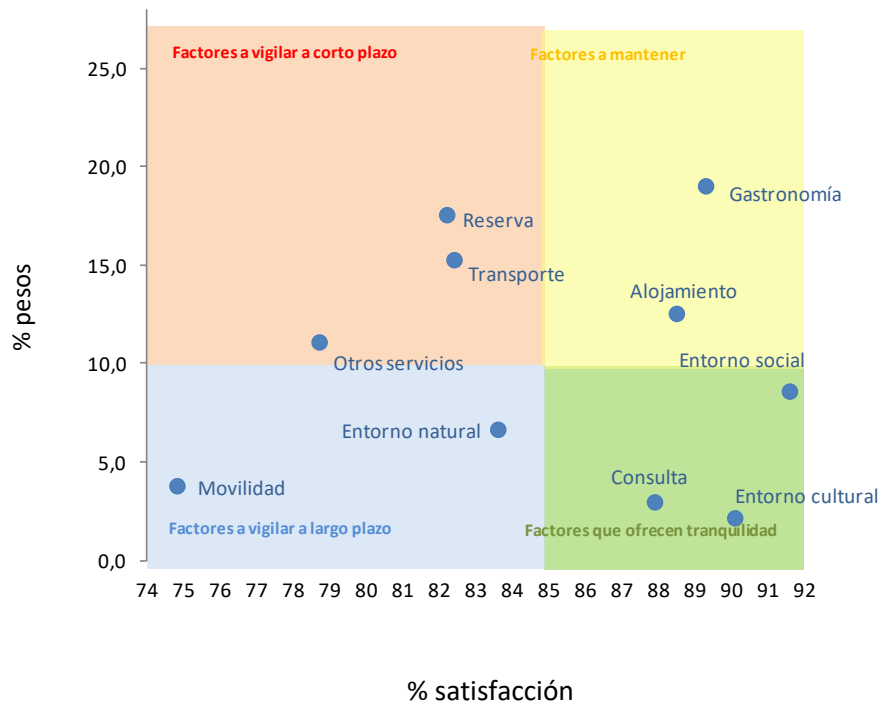
**Figura 4. Servicios y equipamiento tecnológico**



Con el objeto de **visualizar de manera rápida y gráfica la situación del servicio en cuanto a la calidad ofrecida**, se generan matrices de actuación en las que sobre el eje vertical se representa la importancia relativa de cada factor en la imagen global analizada y en el horizontal la satisfacción de cada una de ellas. Cada matriz tiene cuatro cuadrantes y cada uno de ellos conforma un área:

- **Área de factores a vigilar a largo plazo.** Se sitúan los aspectos que se encuentran por debajo de la media de importancia y satisfacción. Son aspectos que deben mejorarse, pero no son prioritarios para el usuario/a, por lo que su mejora no tiene que ser inmediata.
- **Área de factores a vigilar a corto plazo.** Este cuadrante engloba aquellos aspectos situados por encima de la media de importancias, pero se encuentran por debajo de la media en satisfacción. Son aspectos relevantes para el/la usuario/a pero en los que no se alcanza el nivel de satisfacción esperado, por ello es importante mantener al usuario/a satisfecho/a con ellos.
- **Área de factores que ofrecen tranquilidad.** Se agrupan aquellos aspectos que se sitúan por debajo de la media en importancia pero por encima de la media en satisfacción. Son recursos en los que se está invirtiendo más recursos de los necesarios.
- **Área de factores a mantener, área óptima.** Se encuentran los aspectos cuya importancia y satisfacción, superan la media. Son aspectos para los cuales se debe mantener su posición.

## Andalucía



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

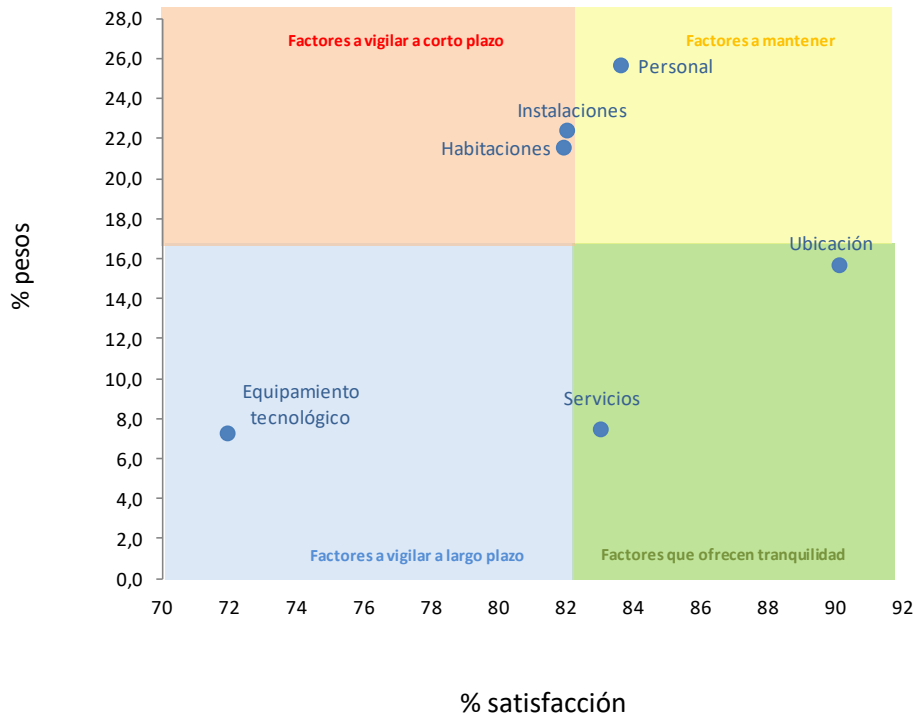
Entre los factores que hay que vigilar a corto plazo, **área roja**, se encuentra la **infraestructura del transporte**, el proceso de realizar la **reserva** de algún servicio como el alojamiento, transporte, etc. y **otros servicios**, estos tienen gran influencia en la imagen global de Andalucía y sin embargo son los conceptos que reportan menos satisfacción, situándose por debajo de la media, aunque en todos los casos para el 80% de los encuestados se cumplen las expectativas que tenían sobre estos conceptos antes de comenzar el viaje. En esta área se sitúan aquellos factores que teniendo cierta importancia a la hora de formarse una imagen global del destino andaluz proporcionan una satisfacción por debajo de la media.

El **área verde**, que corresponde a factores que ofrecen tranquilidad, está poblada por el **entorno social**, **entorno cultural** y la **consulta**, estos tienen una importancia relativa en la imagen global de Andalucía ya que están por debajo de la media de influencia, aunque son conceptos muy bien valorados por los turistas. Satisfacción que se debería mantener en el tiempo ante la posibilidad de que adquirieran más importancia.

En el **área azul** se sitúa el **entorno natural** y la **movilidad**, factores a vigilar a largo plazo que tienen influencias inferiores a la media y están ofreciendo satisfacción a un porcentaje de turistas menor que el promedio.

Sobre el **área amarilla** que engloba a aquellos factores que más pesan en la imagen total de Andalucía y que presentan un nivel de satisfacción superior a la media, se sitúan la **gastronomía** y el **alojamiento** considerándose como factores que hay que mantener.

## Hoteles



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

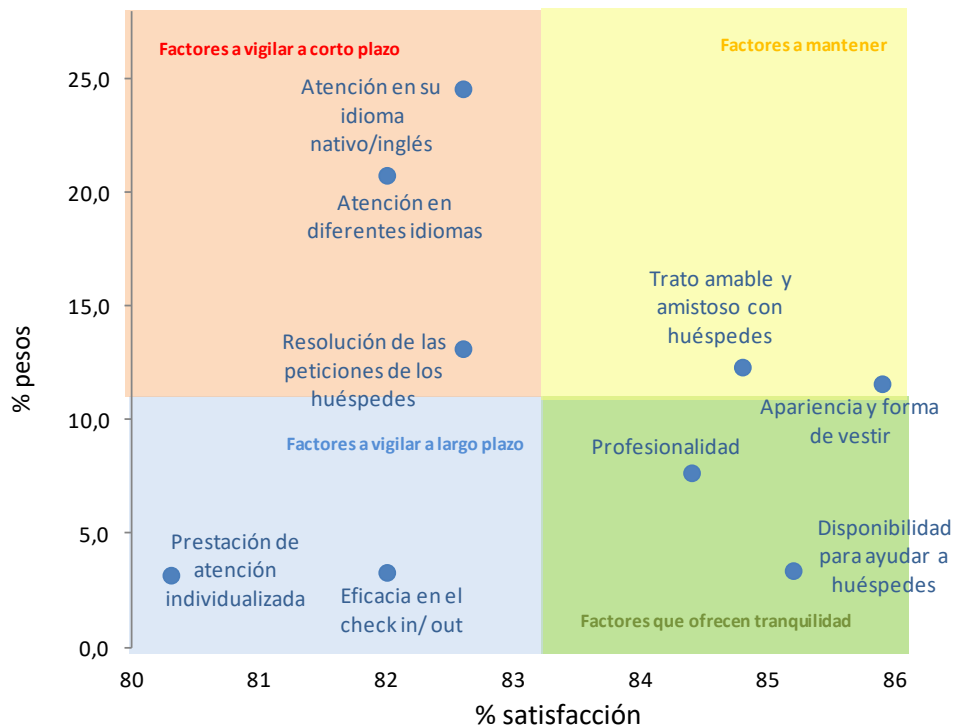
Se observa como el **personal**, las **instalaciones** y las **habitaciones** son los factores que más influyen en los turistas, situándose por encima de la media, a la hora de valorar su satisfacción con el hotel elegido. El situarse en el **área amarilla**, como es el caso del **personal** indica que además de tener cierta relevancia en la imagen final, este ofrece una satisfacción alta ya que entre 8,4 personas de cada 10 así lo manifiesta.

Sin embargo entre los factores a vigilar a corto plazo hay que ocuparse de las **habitaciones** y las **instalaciones** que al situarse sobre el **área roja** son factores de gran influencia pero la satisfacción que proporcionan se sitúan por debajo de la media, aún así que hay que destacar que para el 82,0% de los encuestados se han cumplido sus expectativas.

El **equipamiento tecnológico** es un factor que hay que vigilar a largo plazo, está situado sobre el **área azul**, este tiene una relevancia en la imagen final de los hoteles por debajo de la media y es el que menos cumple con las expectativas de los turistas, tan solo el 72,0% declara sentirse satisfecho o muy satisfecho.

Tanto la **ubicación** como los **servicios**, situados sobre el **área verde**, son factores que ofrecen tranquilidad y satisfacen al 90,1% y 84,7% de los turistas respectivamente.

## Personal



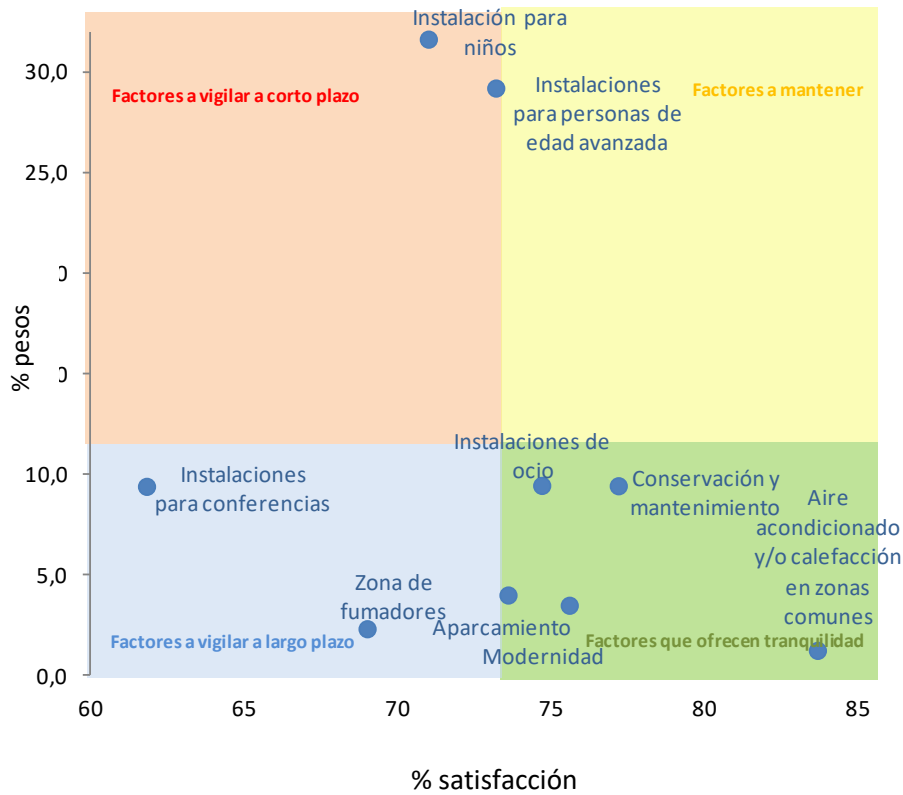
Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

El **personal** empleado en los hoteles andaluces cumple las expectativas del 83,6% de los turistas, todos los factores analizados en esta variable, satisface a más del 80% de ellos. Los ítems más relevantes son la **atención recibida en su idioma o en inglés** y la **atención en varios idiomas**, lo que pone en evidencia la importancia de este a la hora de valorar la profesionalidad en el sector. Esto unido a la **resolución de las peticiones de los huéspedes**, conforman el **área roja**, lo que implica que son factores que hay que cuidar a corto plazo por la especial importancia que aportan y sin embargo satisfacen a un porcentaje inferior a la media.

La **prestación de atención individualizada**, y la **eficacia en el check in/ out** son factores que hay que vigilar a largo plazo, porque aunque ahora no tengan cierto peso en la imagen final del personal, esto puede cambiar y habría que estar preparado para prestar un mejor servicio.

Destaca en el **área amarilla**, la **aparencia en el vestir** y el **trato amable** recibido por los huéspedes son de gran influencia en la imagen global que los turistas se hacen en cuanto al personal que les ha atendido y que ha satisfecho en ambos casos a alrededor del 85,0% de los encuestados.

## Instalaciones

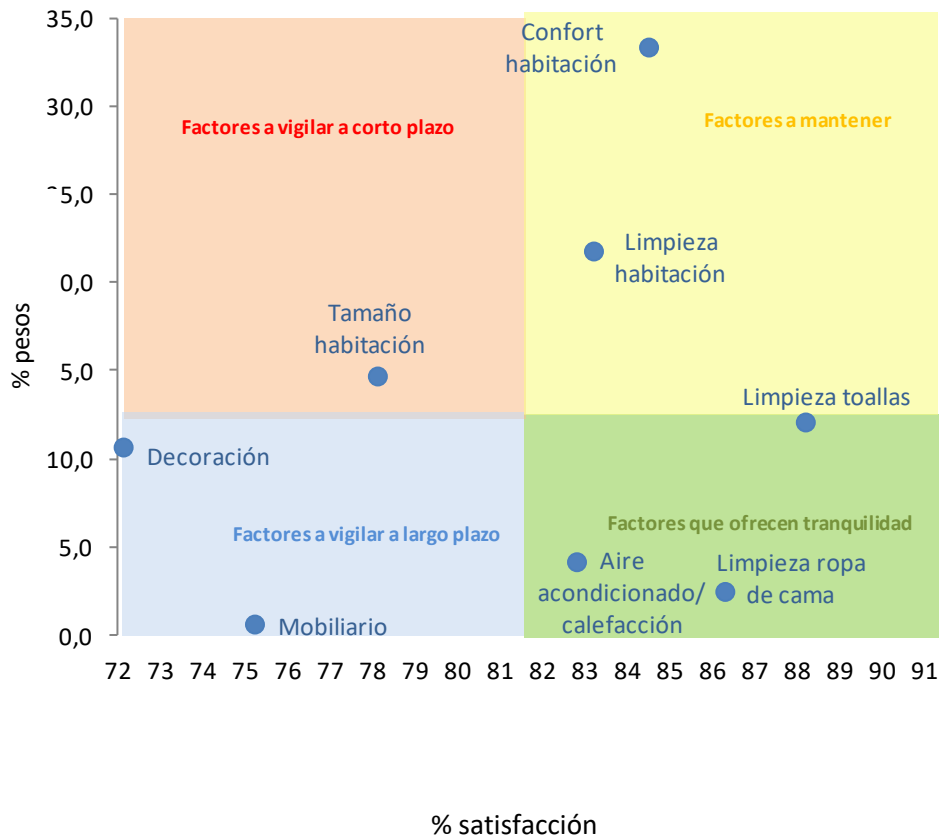


Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Las **instalaciones para niños** y las destinadas a **personas de edad avanzada** deben de ser vigiladas ya que son de gran relevancia en la imagen general de las instalaciones y sin embargo cumple con las expectativas de un porcentaje de huésped que está por debajo de la media, por lo que habría que tomar medidas a corto plazo. Las **instalaciones para conferencias** y la **zona de fumadores** se sitúan en el **área azul**, lo que significa que hay que estar alerta a largo plazo.

El resto de factores relacionados con el **ocio**, el **aparcamiento**, el **aire acondicionado**, la **modernidad**, la **conservación** y el **mantenimiento de las instalaciones** son factores que tiene una importancia relativa, ya que se sitúan por debajo de la media en cuanto al peso que tienen en la imagen final de las Instalaciones pero que cumplen con las expectativas de más del 73% de los huéspedes. Es decir se sitúan en un área de tranquilidad: **área verde**.

## Habitaciones



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

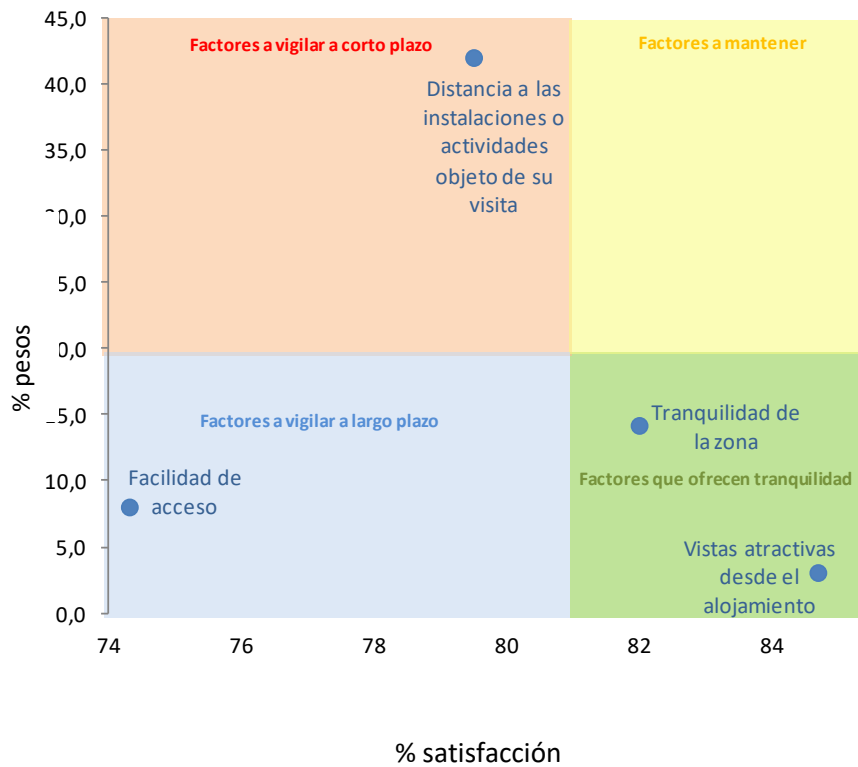
En las habitaciones, la **limpieza** y el **confort** de la misma, situados sobre el **área amarilla** son los factores de mayor relevancia, por lo que se sugiere prestarles atención y mantenerlos con un grado de satisfacción elevado. En este caso ambos factores cumplen con las expectativas del 84,5% y 83,2% de los turistas, colocándolos por encima de la media de satisfacción.

Si bien no ocurre lo mismo con el **tamaño** de la habitación, **área roja**, que teniendo gran peso en la imagen final que los turistas se llevan de la misma, el grado de satisfacción está por debajo de la media, no llegan a 8 de cada 10 para los que las dimensiones de la habitación sean de su agrado.

La **decoración** y el **mobiliario**, situados sobre el **área azul** cumplen con las expectativas de un porcentaje bajo (72,1% y 75,2% respectivamente) aunque son de los que menos relevancia tienen por lo que son factores que hay que vigilar a largo plazo porque aunque ahora tengan poca importancia pueden adquirirla en el futuro y no están muy bien valorados.

El **aire acondicionado** y la **limpieza de la ropa de cama**, cumple con las expectativas de más del 82% de los encuestados y al no aportar mucho peso en la imagen global de las habitaciones hacen que se sitúen en el área de factores que ofrecen tranquilidad (**área verde**).

## Ubicación

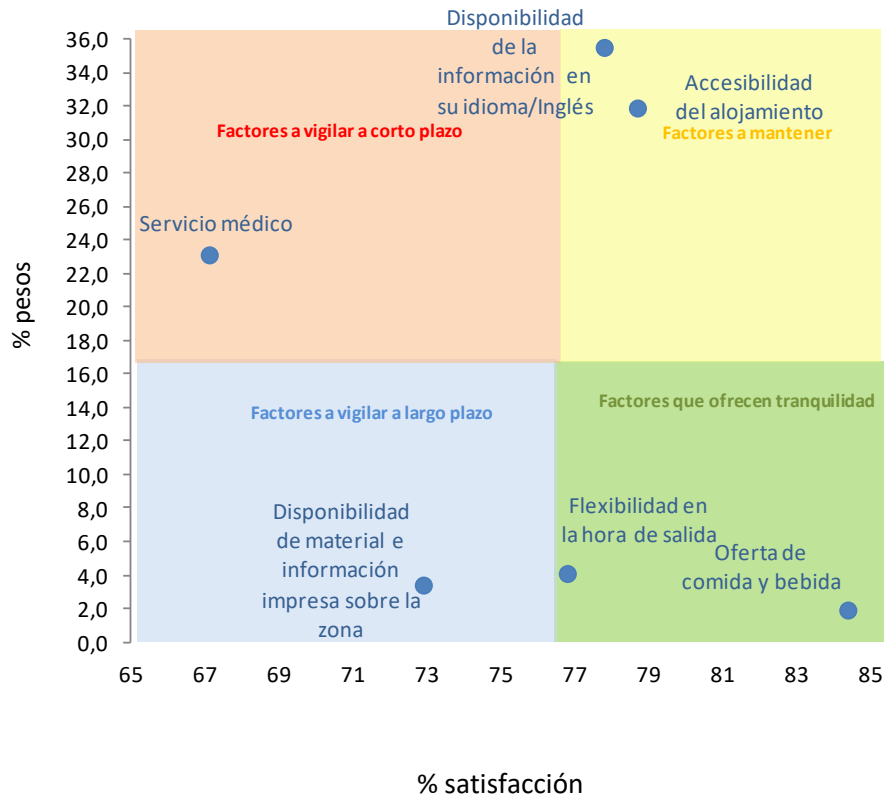


Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

El 90,1% de los turistas alojados en hoteles declaran sentirse satisfechos con la ubicación del establecimiento elegido. El aspecto que habría que cuidar a corto plazo es la **distancia hasta las actividades que son objeto de su visita**, y a largo plazo la **facilidad de acceso**.

En cuanto a la ubicación de los establecimientos, tanto la **tranquilidad de la zona** como las **vistas atractivas desde el alojamiento** son dos aspectos que pueden mantenerse en el tiempo, porque no son los que más importancia tienen en cuanto a la imagen global de la ubicación y aún así son los mejor valorados.

## Servicios



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

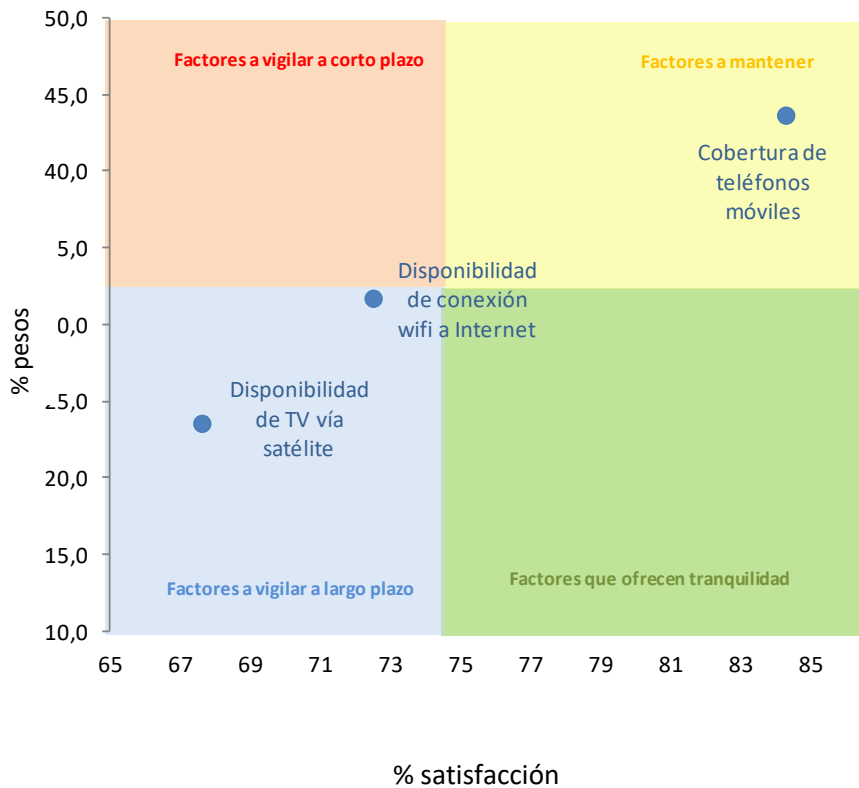
Para el 83% de los huéspedes se cumplen las expectativas en cuanto a los servicios prestados por los alojamientos, el mejor valorado es la **oferta de comidas y bebidas** aunque es el de menor influencia en el conjunto de los servicios que presta el hotel, este junto con la **flexibilidad en la hora de salida** son factores que ofrecen tranquilidad y por ello están situados en el **área verde**.

Sobre el **área amarilla** se sitúan la **disponibilidad en su idioma/ inglés** y la **accesibilidad al alojamiento** factores que ejercen una fuerte influencia en la valoración de los servicios, el 68% de la satisfacción de los mismos se debe a estos conceptos (36% a la disponibilidad de la información y 32% a la accesibilidad).

En el **área roja** que engloba a aquellos servicios que habría que vigilar a corto plazo se encuentra el **servicio médico**, servicio que habría que cuidar porque satisface sólo al 67% de los huéspedes y tiene una influencia global de gran relevancia.

La **disponibilidad de material e información impresa sobre la zona** se considera un factor a vigilar a largo plazo.

## Equipamiento tecnológico



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

El **equipamiento tecnológico** es el que menos satisfacción proporciona a los huéspedes, el 71,9% declara que se han cumplido sus expectativas. Este porcentaje viene influenciado fuertemente por la **cobertura de móviles**, cuya satisfacción influye en el 44% de la imagen global del turista que se hospeda en los hoteles andaluces y que se sitúa en el área de factores a mantener, además de por la fuerte influencia que ejerce, por satisfacer al 84% de los encuestados.

Si bien la **disponibilidad de wifi** o de **televisión vía satélite** se sitúan en el **área azul**, siendo los de más baja satisfacción pero con una influencia relativa en la imagen global de la tecnología de los hoteles, lo que los hace susceptibles de vigilancia a largo plazo, ante la posibilidad de que esta situación pudiera cambiar y adquirieran mayor importancia.