

Coyuntura del movimiento hotelero de Andalucía

Informe anual 2019

Coyuntura Turística de Andalucía



COYUNTURA DEL MOVIMIENTO HOTELERO DE ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

COLECCIÓN

Coyuntura turística de Andalucía

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/servicios/app/csu-peticion.html?cat_servicio_id=22

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, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

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

—

ÍNDICE DE CONTENIDOS

- **INTRODUCCIÓN**
- **DEMANDA EN ALOJAMIENTOS REGLADOS DE ANDALUCÍA**
- **MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA**
- **MOVIMIENTO HOTELERO DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES**
- **MOVIMIENTO HOTELERO EN LAS PROVINCIAS ANDALUZAS**
- **MOVIMIENTO HOTELERO EN ZONAS TURÍSTICAS DE ANDALUCÍA**
- **ANEXO. INDICADORES DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN HOTELES DE ANDALUCÍA.**

INTRODUCCIÓN

El presente informe se inicia con un análisis de la demanda turística que, en el año 2019, 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 mensual¹.

A continuación se analiza en detalle el movimiento hotelero andaluz en base a los principales resultados que han presentado para el año 2019 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.

DEMANDA EN ALOJAMIENTOS REGLADOS DE ANDALUCÍA

Durante el año 2019, la oferta reglada de Andalucía ha alojado a un total de **24 millones de viajeros**, de los que 12,8 millones fueron españoles (53,2%). Tras varios años en descenso, esta cuota encadena un segundo incremento consecutivo, este año de +0,7 puntos respecto al año 2018, y sigue siendo superior a la que presenta el conjunto de alojamientos en España (49,7%), mostrando la importancia del turismo nacional en la Comunidad andaluza.

Respecto al año anterior, se observa un **crecimiento** en el número de viajeros alojados del +6,0%, 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 2019 / Año 2018

VIAJEROS	Año 2018	Año 2019	% var.	Cuota
Hoteles	18.838.408	19.855.348	5,4%	82,6%
Apartamentos	2.463.702	2.684.953	9,0%	11,2%
Campings	988.646	1.092.449	10,5%	4,5%
Turismo rural	369.422	395.743	7,1%	1,6%
Total extrahotelero	3.821.770	4.173.145	9,2%	17,4%
Total reglado	22.660.178	24.028.493	6,0%	100,0%

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

¹ Los datos que se han utilizado para la elaboración de este informe son los publicados por el Instituto Nacional de Estadística a 24 de agosto de 2020.

Estos datos positivos que presenta la variable viajeros en los alojamientos turísticos reglados de Andalucía se registran también a nivel nacional, aunque en menor intensidad (+3,1%). 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 25,8 millones de viajeros y un crecimiento del +3,8% lidera este ranking en el que la Comunidad andaluza presenta el mayor crecimiento respecto a 2018.

***Viajeros en alojamientos reglados.
Distribución por CC.AA. turísticas. Año 2019 / Año 2018***

VIAJEROS	Año 2018	Año 2019	% var.	Cuota
Cataluña	24.821.545	25.759.468	3,8%	19,3%
Andalucía	22.660.178	24.028.493	6,0%	18,0%
Madrid	13.347.702	13.689.665	2,6%	10,2%
Canarias	13.591.647	13.426.454	-1,2%	10,0%
Baleares	12.179.704	12.373.477	1,6%	9,2%
C. Valenciana	11.832.797	12.241.421	3,5%	9,2%
España	129.728.383	133.781.996	3,1%	100,0%

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

El número de pernoctaciones registradas en los alojamientos reglados de Andalucía se ha situado en **71,6 millones de noches**, y presentan resultados positivos en todas las tipologías de alojamiento reglado, arrojando igualmente un balance positivo del +3,6% para esta variable.

***Pernoctaciones registradas en alojamientos reglados de Andalucía.
Distribución por tipología. Año 2019 / Año 2018***

PERNOCTACIONES	Año 2018	Año 2019	% var.	Cuota
Hoteles	53.280.102	54.918.247	3,1%	76,8%
Apartamentos	10.313.531	10.778.482	4,5%	15,1%
Campings	4.192.847	4.492.236	7,1%	6,3%
Turismo rural	1.308.138	1.361.973	4,1%	1,9%
Total extrahotelero	15.814.516	16.632.691	5,2%	23,2%
Total reglado	69.094.618	71.550.938	3,6%	100,0%

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

Andalucía ha captado en 2019 el 15,3% del total de las pernoctaciones registradas en España, cuota que vuelve a presentar un ligero incremento respecto a 2018 (+0,4 puntos), situándose este año como la tercera Comunidad Autónoma en importancia, tras Canarias y Cataluña, superando a Baleares, según esta variable de análisis. Para el total de **España**, las pernoctaciones en alojamientos reglados han crecido un +0,5% en 2019, mientras las principales CC.AA. turísticas presentan resultados dispares, destacando Madrid, Andalucía y Cataluña en el lado positivo.

**Pernoctaciones en alojamientos reglados.
Distribución por CC.AA. turísticas. Año 2019 / Año 2018**

PERNOCTACIONES	Año 2018	Año 2019	% var.	Cuota
Canarias	99.733.812	95.976.197	-3,8%	20,6%
Cataluña	80.855.992	83.145.128	2,8%	17,8%
Andalucía	69.094.618	71.550.938	3,6%	15,3%
Baleares	70.184.088	68.284.848	-2,7%	14,6%
C. Valenciana	49.470.220	49.663.794	0,4%	10,6%
Madrid	27.505.154	28.793.688	4,7%	6,2%
España	464.034.462	466.569.890	0,5%	100,0%

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

El 45,9% de las pernoctaciones en Andalucía han sido realizadas por **turistas nacionales**, captando así el 19,5% de las pernoctaciones nacionales en España, afianzando su liderazgo en la clasificación de este mercado, por delante de Cataluña (16,1%) y Comunidad Valenciana (14,2%).

En un análisis por mercados se observa, respecto al año 2018, un comportamiento positivo tanto en españoles como en extranjeros. Así, para el mercado nacional, las pernoctaciones presentan incrementos en todas las tipologías de alojamiento reglado, cerrando con un saldo de +5,9% en el total de alojamientos. Mientras, en el caso de las pernoctaciones internacionales se registra un incremento generalizado, únicamente en la tipología de alojamiento de turismo rural se observa un descenso (-2,5%), mostrando un +1,6% de crecimiento en el saldo total.

**Pernoctaciones en alojamientos reglados.
Distribución por tipología y procedencia. Tasa variación 2019 / 2018**

PERNOCTACIONES	Nacionales		Extranjeros	
	Año 2019	% var.	Año 2019	% var.
Hoteles	25.535.688	4,8%	29.382.560	1,6%
Apartamentos	3.983.848	10,4%	6.794.632	1,3%
Campings	2.706.755	9,2%	1.785.480	4,1%
Turismo rural	642.205	12,7%	719.766	-2,5%
Total extrahotelero	7.332.808	10,2%	9.299.878	1,5%
Total reglado	32.868.496	5,9%	38.682.438	1,6%

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

En el año 2019 la **estancia media** registrada en los alojamientos reglados de Andalucía vuelve a situarse en torno a los 3 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 campings es la mayor entre las tipologías de alojamiento reglado, seguida de cerca por los apartamentos, 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 2019 / Año 2018**

ESTANCIA MEDIA	Año 2018	Año 2019	Diferencia
Hoteles	2,83	2,77	-0,06
Apartamentos	4,19	4,01	-0,17
Campings	4,24	4,11	-0,13
Turismo rural	3,54	3,44	-0,10
Total extrahotelero	4,14	3,99	-0,15
Total reglado	3,05	2,98	-0,07

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

En el ámbito nacional, se observa el mismo comportamiento estable, con ligeros descensos 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 2019 / 2018**

ESTANCIA MEDIA	Año 2018	Año 2019	Diferencia
Canarias	7,34	7,15	-0,19
Baleares	5,76	5,52	-0,24
C. Valenciana	4,18	4,06	-0,12
Cataluña	3,26	3,23	-0,03
Andalucía	3,05	2,98	-0,07
Madrid	2,06	2,10	0,04
España	3,58	3,49	-0,09

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

La estancia media del viajero extranjero se presenta superior en algo menos 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 2019 / 2018**

ESTANCIA MEDIA	Nacionales		Extranjeros	
	Año 2019	Diferencia	Año 2019	Diferencia
Hoteles	2,43	-0,03	3,14	-0,09
Apartamentos	3,16	-0,08	4,77	-0,19
Campings	3,57	-0,09	5,36	-0,15
Turismo rural	2,48	0,02	5,28	-0,10
Total extrahotelero	3,22	-0,08	4,91	-0,18
Total reglado	2,57	-0,03	3,44	-0,10

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA

Según la Encuesta de Ocupación Hotelera que elabora el Instituto Nacional de Estadística, Andalucía cierra el año 2019 con **19,9 millones de viajeros**, que realizaron un total de **54,9 millones de pernoctaciones** hoteleras, 1,6 millones más que en 2018, lo que supone un crecimiento en términos relativos del +3,1%.

Este resultado es fruto del comportamiento positivo mostrado tanto por el turismo hotelero nacional como del mercado internacional. Así, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado un total de 25,5 millones de pernoctaciones nacionales, 1,2 millones más que en 2018, lo que supone un incremento relativo del +4,8%, mientras que los extranjeros por su parte muestran un crecimiento del +1,6%, situándose en 29,4 millones de noches, lo que supone 471 mil más que en el año anterior.

Pernoctaciones hoteleras en Andalucía. Total, españoles y extranjeros. Año 2018, 2019 y % variación

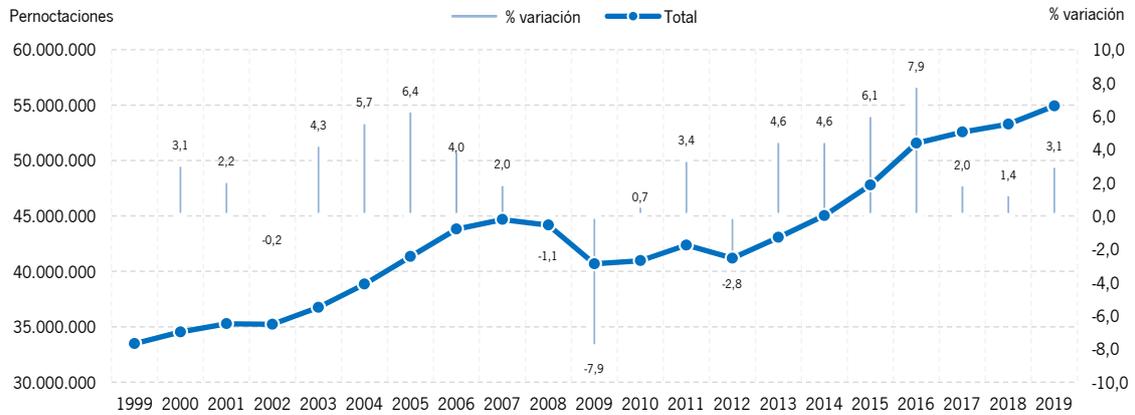


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Un nuevo crecimiento en 2019 supone un año más en la consolidación de la tendencia positiva en las pernoctaciones hoteleras de Andalucía², 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 1,6 millones de pernoctaciones el anterior record establecido en el año 2018.

² 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 CC.AA., 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.

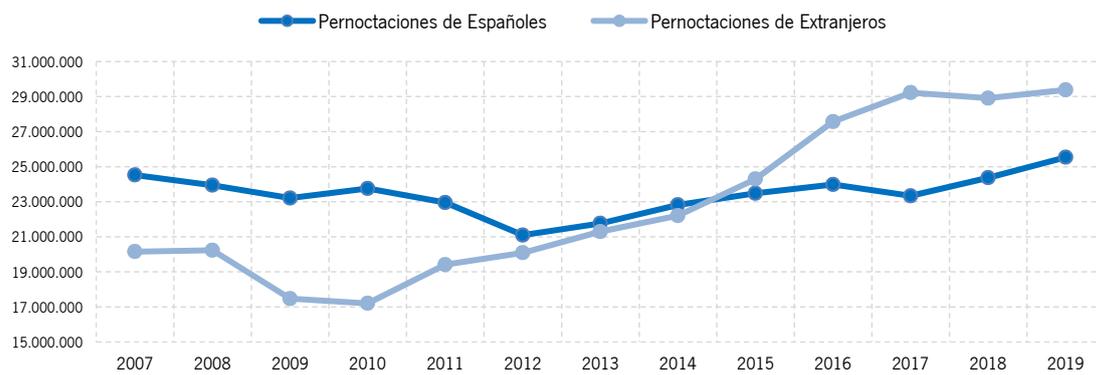
Evolución del movimiento hotelero en Andalucía (total pernoctaciones) Años 1999 – 2019. % variación



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El mercado extranjero recupera en 2018 la tendencia positiva iniciada en 2011 e interrumpida en 2018, en la que había acumulado siete años consecutivos con mejor resultado que el mercado nacional. Pese a que el incremento ha sido de menor intensidad que el del mercado nacional, el número de pernoctaciones de extranjeros supera por quinto año consecutivo el nivel de las realizadas por los viajeros españoles manteniéndose ampliamente por encima del nivel anterior a la crisis, mientras que el mercado español logra este año recobrar todo el terreno perdido.

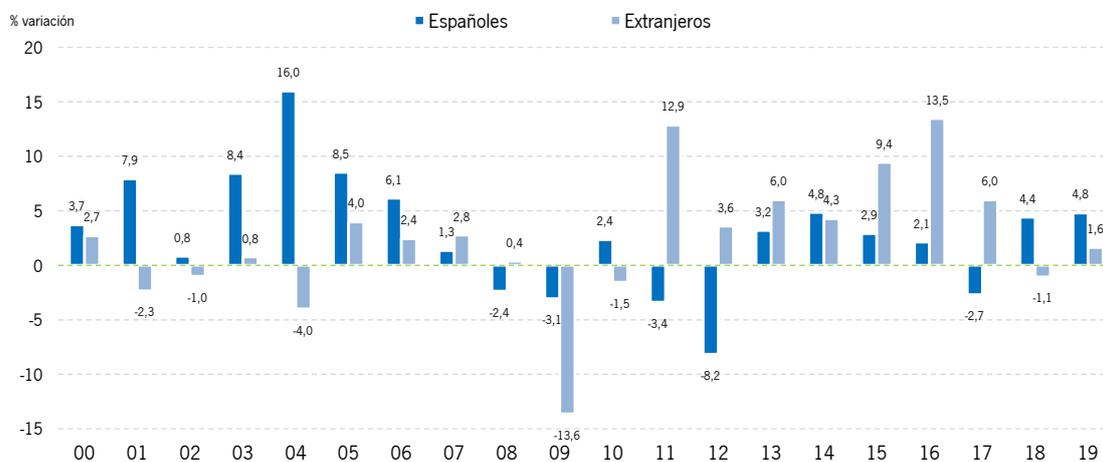
Pernoctaciones hoteleras en Andalucía según procedencia. Años 2007-2019



FUENTE: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

No obstante, en 2019 se registran tasas de variación positivas en las pernoctaciones de ambos mercados, cosa que no ocurría desde 2016.

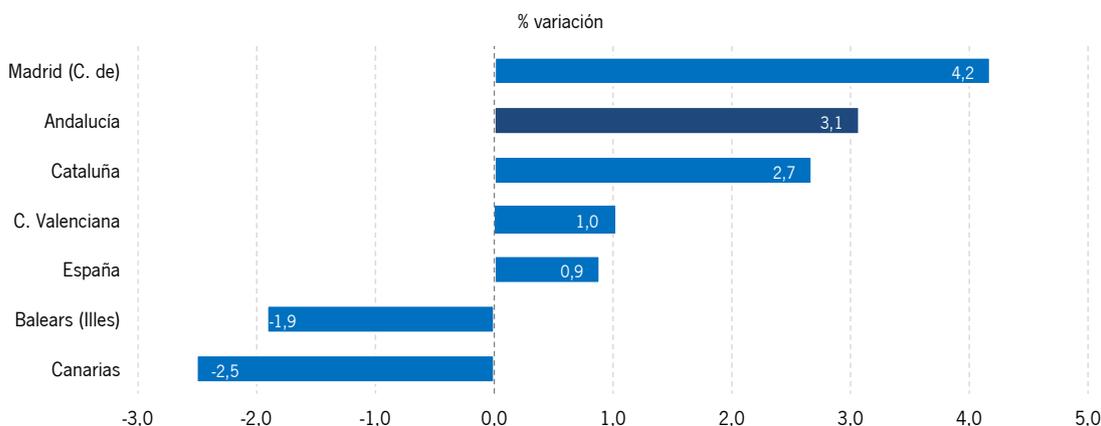
**Evolución del movimiento hotelero en Andalucía.
% variación pernoctaciones españolas y extranjeras. Años 2000 – 2019**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Asimismo, en el panorama español, las pernoctaciones hoteleras se han caracterizado en 2019 por mostrar un incremento, concretamente se han producido un total de 343 millones de pernoctaciones, lo que ha supuesto un crecimiento del +0,9% respecto al año anterior, o lo que es lo mismo, 3 millones de pernoctaciones más. Estas cifras son fruto de los crecimientos registrados en la mayoría de las principales CC.AA. turísticas en este año, entre los que cabe destacar los resultados de Comunidad de Madrid (+4,2%), Andalucía (+3,1%) y Cataluña (+2,7%), mientras Baleares y Canarias presentan saldo negativo.

**Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Principales CC.AA. turísticas.
% variación Año 2019 / Año 2018**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Las pernoctaciones de viajeros **extranjeros** han registrado resultados dispares en los principales destinos turísticos. Así, Canarias, que lidera el ranking, vuelve a presentar un descenso, este año del -4,1%, siendo junto a Baleares y Comunidad Valenciana las CC.AA turísticas con saldo negativo. En el lado positivo se sitúan Cataluña, Andalucía y Comunidad de Madrid. Concretamente, los hoteles andaluces han registrado un total de 29,4 millones de pernoctaciones extranjeras, lo que supone un incremento relativo del +1,6%. Este resultado supone la recuperación de la tendencia positiva que muestra este mercado en Andalucía en los últimos años, interrumpida en 2018.

***Pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas extranjeros.
España y principales CC.AA. turísticas. Año 2019 y % de variación***

Pernoctaciones de extranjeros	Año 2019	% variación
Canarias	58.235.364	-4,1%
Balears (Illes)	53.346.380	-1,7%
Cataluña	42.675.102	4,0%
Andalucía	29.382.558	1,6%
Madrid (C. de)	14.354.992	7,6%
C. Valenciana	13.635.001	-2,8%
España	223.423.744	0,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En cuanto al **turismo nacional**, los establecimientos hoteleros de Andalucía mantienen su liderazgo aventajado en este mercado, aumentando incluso las diferencias con el resto, gracias a un incremento de las pernoctaciones nacionales del +4,8% respecto al 2018, mientras la media de alojamientos españoles crece un +2,6%. Estos resultados positivos registrados en Andalucía se han registrado igualmente en algunas CC.AA. turísticas como Comunidad Valenciana o Canarias, mientras otras como Cataluña o Baleares muestran saldo negativo en 2019 en lo que a pernoctaciones hoteleras nacionales se refiere.

***Pernoctaciones hoteleras realizadas por turistas nacionales.
España y principales CC.AA. turísticas. Año 2019 y % de variación***

Pernoctaciones de nacionales	Año 2019	% variación
Andalucía	25.535.691	4,8%
C. Valenciana	16.204.429	4,4%
Cataluña	15.588.144	-0,8%
Madrid (C. de)	11.204.493	0,1%
Canarias	9.041.684	8,9%
Balears (Illes)	4.693.939	-4,6%
España	119.580.362	2,6%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En 2019 Andalucía continúa manteniendo el liderazgo en lo que a turismo nacional se refiere, (captando el 21,4% del total, 0,5 puntos más que en 2018) y la cuarta posición en el ranking tanto en turismo extranjero (13,2%) como en el total de pernoctaciones, con una cuota del 16,0%, ligeramente superior a la registrada en 2018. 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, más allá de la confirmación de Galicia en el sexto puesto del mercado nacional, tras su aparición en este ranking en 2017, a costa de Baleares.

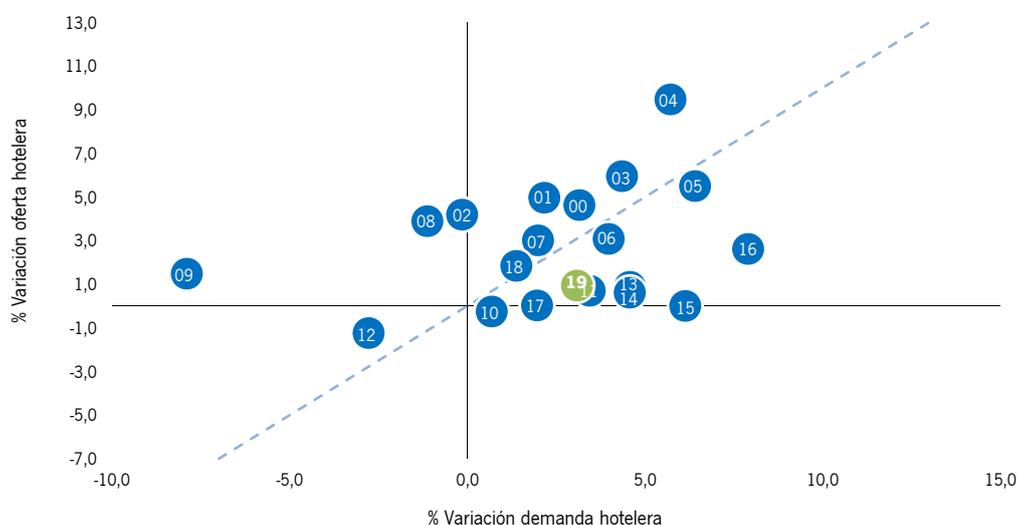
**Ranking por Comunidades Autónomas en el movimiento hotelero español.
Total, españoles y extranjeros. Año 2019**

Ranking	Total	Españoles	Extranjeros
1	Canarias 19,6%	Andalucía 21,4%	Canarias 26,1%
2	Cataluña 17,0%	C. Valenciana 13,6%	Balears (Illes) 23,9%
3	Balears (Illes) 16,9%	Cataluña 13,0%	Cataluña 19,1%
4	Andalucía 16,0%	Madrid (C. de) 9,4%	Andalucía 13,2%
5	C. Valenciana 8,7%	Canarias 7,6%	Madrid (C. de) 6,4%
6	Madrid (C. de) 7,2%	Galicia 5,7%	C. Valenciana 6,1%

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 – 2019



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En el año 2019, las pernoctaciones hoteleras han crecido un +3,1%, y la oferta de plazas ha aumentado igualmente, aunque a menor intensidad respecto al año anterior (+0,9%). Este comportamiento de ambas variables, hace que el ajuste ofrezca un efecto al alza en el grado de ocupación, que se sitúa en el 56,6%, algo más de un punto por encima del registrado el año anterior.

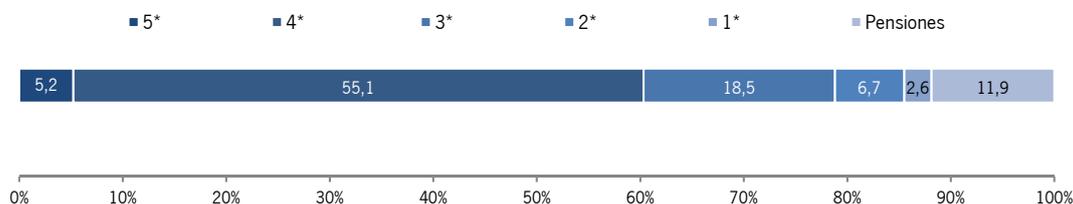
Pernoctaciones, plazas y grado de ocupación en establecimientos hoteleros andaluces. Año 2019 y tasa de variación

Andalucía	Pernoctaciones	Plazas	Grado de Ocupación
Año 2019	54.918.249	259.315	56,60%
Variación	3,1%	0,9%	1,1

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 60,3% del total de plazas hoteleras disponibles en la Comunidad andaluza, manteniéndose constante este peso respecto al año 2018.

Distribución de las plazas hoteleras según categorías. Andalucía. Año 2019

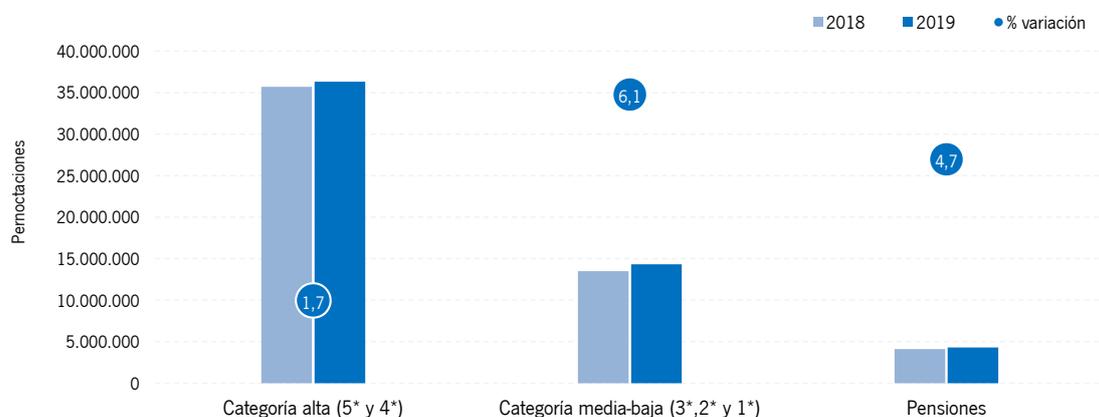


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En 2019 los hoteles de cuatro y cinco estrellas superan las 156 mil plazas, y registran un crecimiento del +0,7%, mientras que en las categorías hoteleras más bajas se han incrementado las plazas ofertadas en un +1,6%, y en las pensiones crecen ligeramente (+0,4%). En este contexto, cabe destacar a los hoteles de cinco estrellas, en los que el incremento ha sido del +3,0%, y ya suponen el 5,2% del total de plazas.

En cuanto a la demanda, el número de pernoctaciones en establecimientos de cuatro y cinco estrellas supone el 66,1% del total y muestran un crecimiento del +1,8% respecto al año anterior. Las pernoctaciones en el resto de categorías hoteleras han registrado un aumento de mayor intensidad (+6,1%), mientras que en las pensiones crecen en torno al +4,7%, tal y como se muestra en el gráfico.

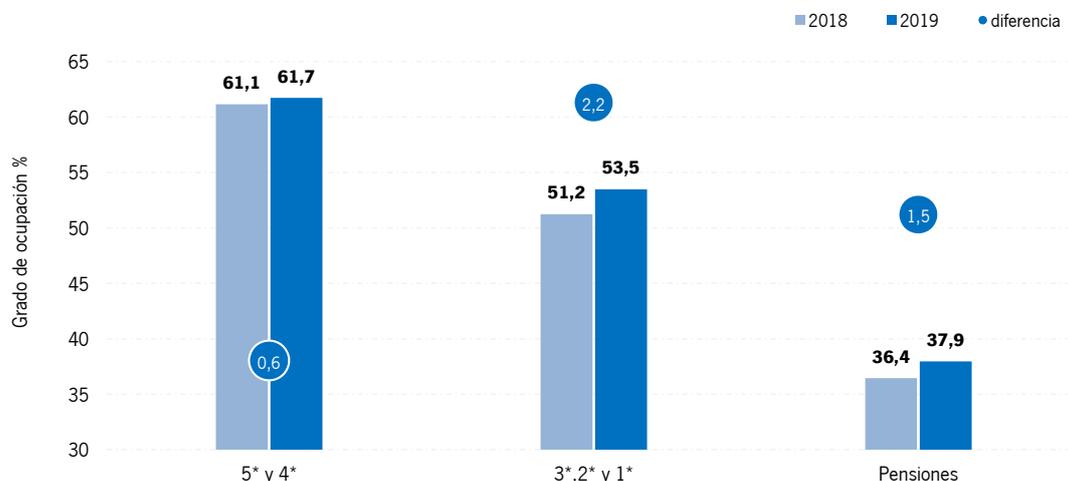
Pernoctaciones en los establecimientos hoteleros andaluces por categorías. Años 2018, 2019 y % de variación



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Todas las categorías hoteleras y las pensiones presentan en 2019 un resultado positivo en el grado de ocupación, ya que el crecimiento de pernoctaciones registrado en ambos casos ha venido acompañado de incrementos de menor intensidad en las plazas ofertadas.

**Grado de ocupación (%) en los establecimientos hoteleros andaluces según categorías.
Año 2018, 2019 y diferencias**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La distribución de las pernoctaciones a lo largo del año presenta una concentración similar a la observada el año pasado, manteniéndose tras cinco años consecutivo de descenso, tal y como se ve en las cifras que presenta el Índice de Gini³ en 2019.

**Estacionalidad del turismo hotelero en Andalucía. Índice de Gini 2019 / 2018
Total, españoles y extranjeros**

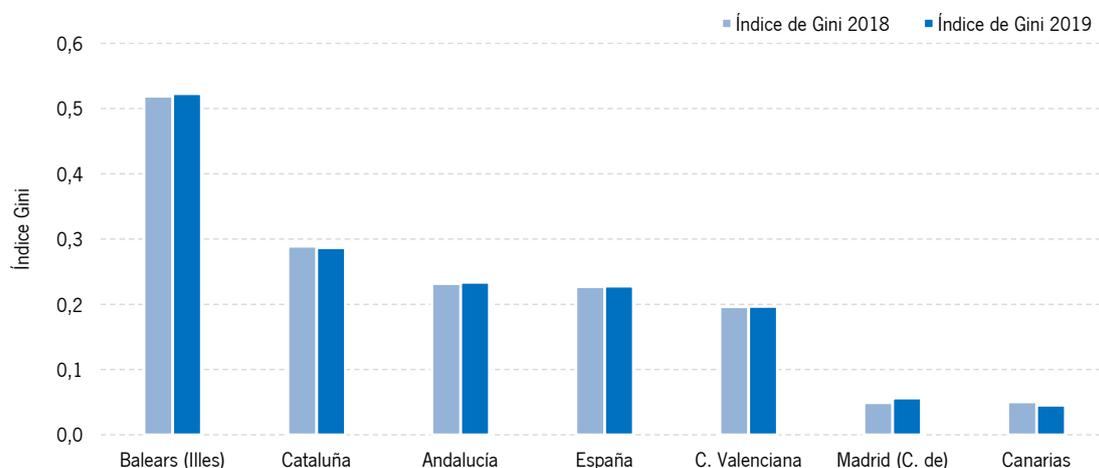
ANDALUCÍA	Total	Espanoles	Extranjeros
Año 2019	0,2338	0,2637	0,2338
Diferencia	0,0020	0,0152	0,0020

FUENTE: SAETA a partir de datos INE (EOH)

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

³ 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.

Estacionalidad en establecimientos hoteleros. España y principales CC.AA. turísticas. Años 2018 y 2019



Fuente: SAETA a partir de datos INE (EOH)

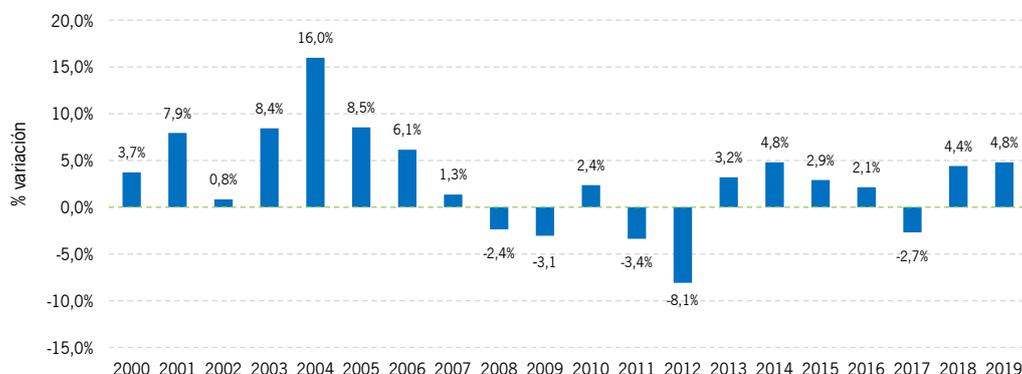
MOVIMIENTO HOTELERO DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES HACIA ANDALUCÍA

Los viajeros procedentes de España, Reino Unido y Alemania realizaron conjuntamente el 66,3% del total de pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía en 2019, clara muestra de la importancia de estos mercados para el movimiento hotelero de la Comunidad. Por separado, el turismo hotelero nacional representa el 46,5% del total, mientras que británicos y alemanes concentran el 12,9% y el 6,9% respectivamente. Así, el siguiente apartado recoge un análisis de las principales variables de estos mercados, así como de su evolución en los últimos años.

Movimiento hotelero del mercado español en Andalucía

La Encuesta de Ocupación Hotelera cuantifica en 10,5 millones los viajeros españoles que durante 2019 se alojaron en establecimientos hoteleros andaluces, 605 mil más que en el año anterior, y realizaron un total de **25,5 millones de pernoctaciones**, cifra superior en 1,2 millones a la registrada en 2018, lo que supone un incremento en términos relativos del +4,8%. Esta cifra supone la consolidación de la dinámica positiva iniciada en 2013, y que se vio interrumpida en 2017.

Tasa de variación pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2000 – 2019



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El 45,4% de las pernoctaciones de españoles registradas en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2019 procedían de la propia Comunidad, seguidos a gran distancia de los madrileños, que representan el 18,1% de las pernoctaciones nacionales. La cuota de andaluces ha crecido +0,4 puntos respecto al año 2018, mientras que la de madrileños se ha mantenido en las mismas cifras.

La siguiente tabla muestra como el número de pernoctaciones procedentes de los mercados emisores de turismo nacional para Andalucía han presentado, en su mayoría, crecimientos respecto a 2018, destacando los resultados registrados por los propios andaluces (+5,8%), madrileños (+6,9%), castellano-manchegos (+5,4%) o extremeños (+13,5%).

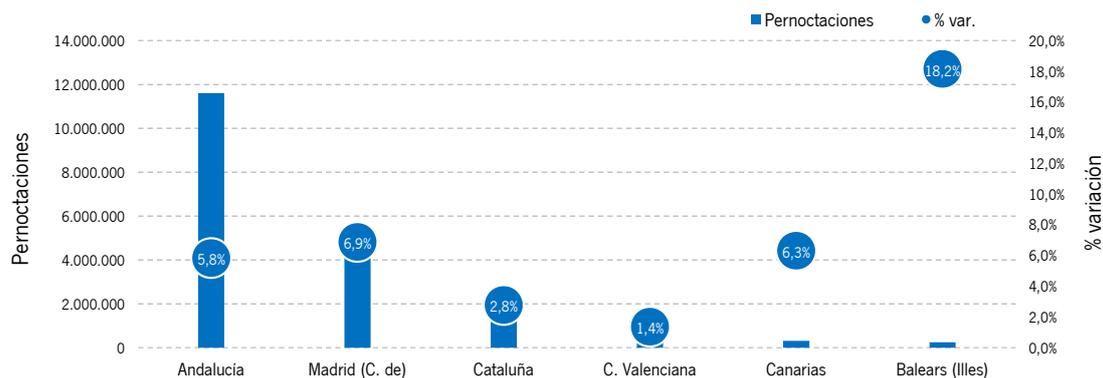
Pernoctaciones nacionales registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según CC.AA. de procedencia. Año 2019, % variación y cuota.

CC.AA. Origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Andalucía	11.605.615	5,8%	45,4%
Madrid (C. de)	4.620.527	6,9%	18,1%
Cataluña	1.515.678	2,8%	5,9%
C. Valenciana	1.263.745	1,4%	4,9%
Castilla y León	1.004.640	1,6%	3,9%
Castilla-La Mancha	893.764	5,4%	3,5%
Extremadura	886.865	13,5%	3,5%
País Vasco	736.545	-3,1%	2,9%
Murcia (Región de)	628.814	-3,1%	2,5%
Galicia	534.892	-2,0%	2,1%
Asturias (P. de)	389.714	-1,0%	1,5%
Aragón	323.486	-0,9%	1,3%
Canarias	309.144	6,3%	1,2%
Balears (Illes)	243.230	18,2%	1,0%
Cantabria	191.577	5,4%	0,8%
Navarra (C. Foral de)	169.854	-1,8%	0,7%
Ceuta y Melilla	115.534	-4,3%	0,5%
Rioja (La)	102.067	9,8%	0,4%
España	25.535.691	4,8%	100,0%

Fuente. Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

A nivel nacional, el incremento del turismo hotelero español en Andalucía se observa igualmente en las principales CC.AA. turísticas, destacando Baleares, Madrid y Canarias, que presentan sendas crecimientos del +18,2%, +6,9% y +6,3% respectivamente. En este contexto, la media de establecimientos hoteleros españoles ha cerrado el año con un incremento relativo del +4,8%.

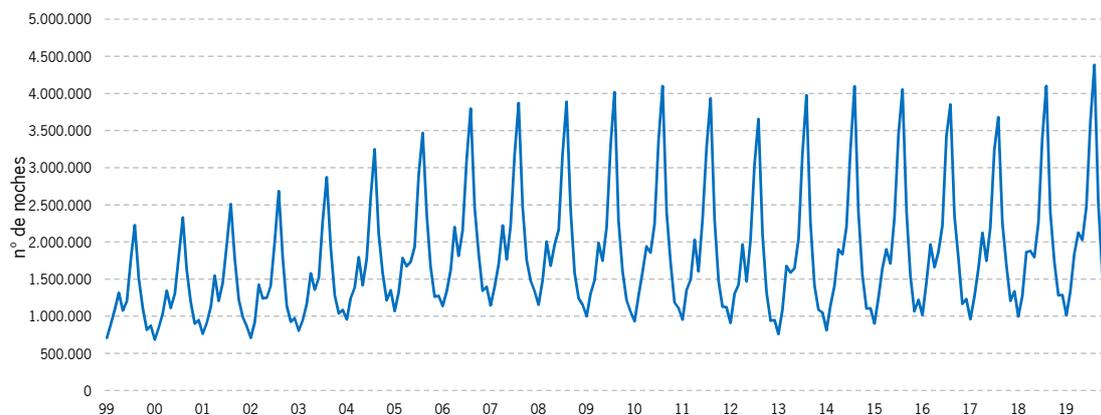
Pernoctaciones hoteleras de viajeros nacionales en CC.AA. turísticas. Año 2019 y tasa de variación 2019/2018



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

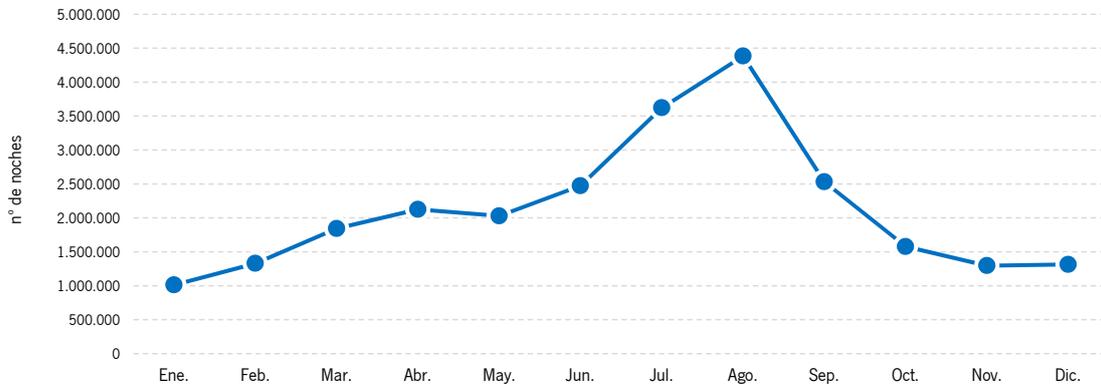
En cuanto a su distribución en el tiempo, las pernoctaciones de turistas españoles se concentran, principalmente, en los meses de verano. Concretamente entre junio y septiembre se han registrado en Andalucía algo más de la mitad de las pernoctaciones hoteleras realizadas en el año. En el siguiente gráfico 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 – 2019



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Número de pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2019



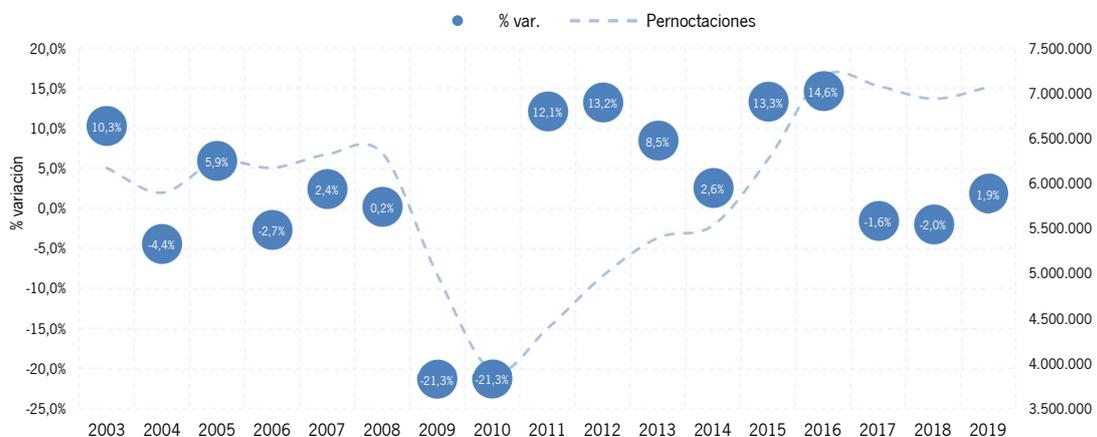
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

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 2019 procedían del Reino Unido, manteniéndose 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 este año se alojaron en establecimientos hoteleros **1,6 millones de viajeros británicos**, que han realizado **7,1 millones de pernoctaciones**, lo que ha supuesto un aumento respecto al año anterior del **+1,9%** en términos relativos, con 130 mil noches más.

Este resultado supone el regreso a la senda alcista iniciada en 2011 y que se vio interrumpida por los descensos de 2017 y 2018.

Pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros andaluces. Años 1999 – 2019



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En el año 2019, el 12,5% del total de pernoctaciones británicas que se han registrado en establecimientos hoteleros españoles se han realizado en Andalucía, registrándose un ligero aumento de esta cuota respecto al 2018 (+0,2 puntos).

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 Italia, Estados Unidos o Portugal presentan los mejores resultados en 2019 de entre los principales mercados emisores para Andalucía.

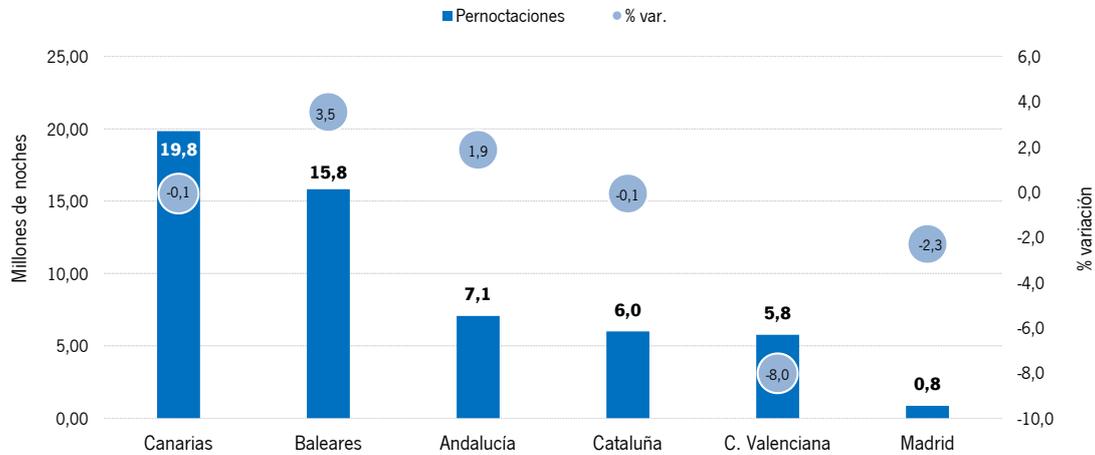
***Pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros andaluces.
Distribución según país de procedencia. Año 2019***

País de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Reino Unido	7.062.825	1,9%	24,0%
Alemania	3.786.380	-8,2%	12,9%
Francia	2.539.153	-2,5%	8,6%
Países nórdicos	1.988.198	-4,2%	6,8%
Holanda	1.424.787	-4,9%	4,8%
Italia	1.327.471	11,8%	4,5%
EE.UU.	1.326.936	13,1%	4,5%
Bélgica	1.111.291	-5,4%	3,8%
Irlanda	1.038.733	9,2%	3,5%
Otros países	980.135	-14,2%	3,3%
Portugal	851.481	16,2%	2,9%
Resto de U.E.	609.666	12,9%	2,1%
Países africanos	602.754	7,9%	2,1%
Polonia	596.125	-0,1%	2,0%
Resto de América	554.020	7,2%	1,9%
Suiza	445.090	2,9%	1,5%
Otros países europeos	389.140	2,6%	1,3%
Rusia	263.588	7,5%	0,9%
Japón	215.282	13,8%	0,7%
Austria	208.671	0,2%	0,7%
República Checa	188.317	-3,7%	0,6%
Luxemburgo	66.460	-14,7%	0,2%
Grecia	48.948	-2,5%	0,2%
Extranjero	29.382.558	1,6%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

El saldo del turismo hotelero británico en el resto de CC.AA. turísticas ha sido igualmente positivo únicamente en Baleares, de manera que en el resto de ellas, como Comunidad Valenciana o Madrid, se han reducido las pernoctaciones británicas respecto a las registradas en el año 2018, mientras que en otras como Canarias o Cataluña se han mantenido en los mismos niveles. Todo esto deriva en un mantenimiento en el total de pernoctaciones hoteleras británicas en el conjunto de establecimientos hoteleros de España.

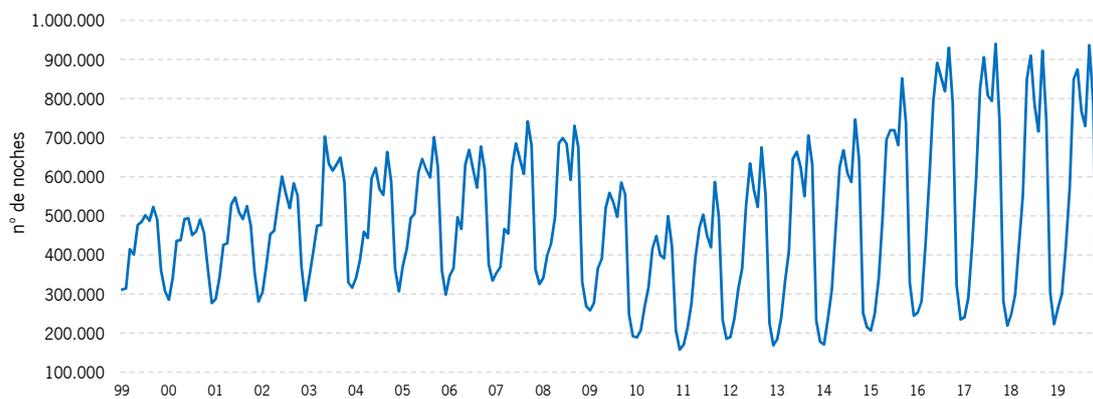
Pernoctaciones hoteleras de viajeros británicos en CC.AA. turísticas. Año 2019 y tasa de variación 2019/2018



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

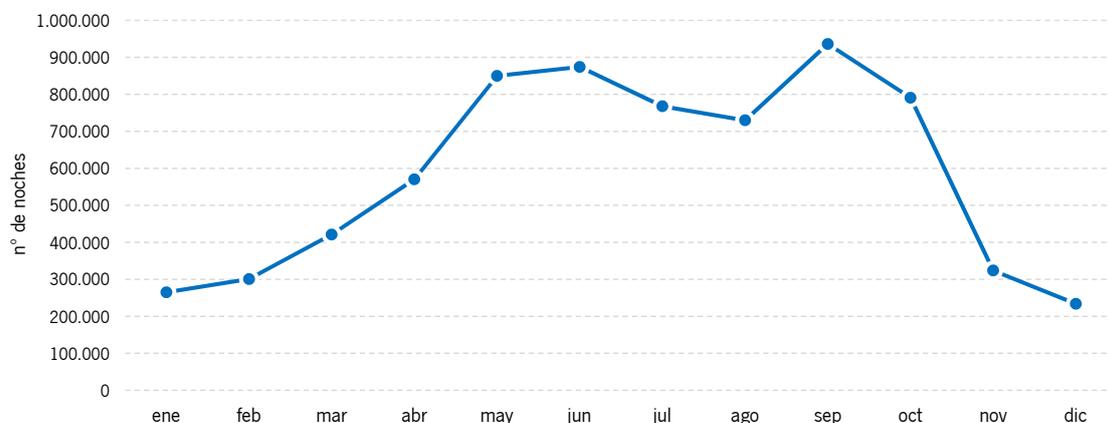
En la misma línea de años anteriores, el mayor número de pernoctaciones de turistas británicos se registra, principalmente, en los meses de junio y septiembre. En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo que se caracteriza por la concentración de las pernoctaciones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

Número de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 – 2019



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

**Número de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces.
Distribución mensual. Año 2019**



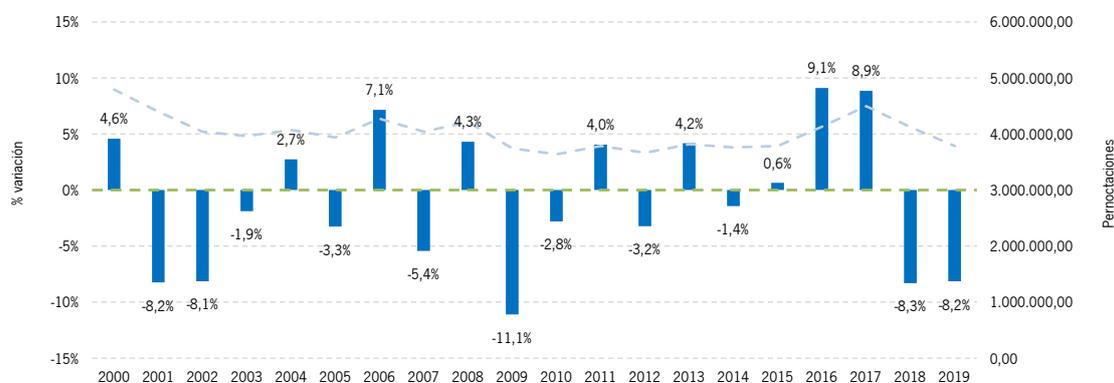
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero del mercado alemán en Andalucía

A partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) para el año 2019, se cifran en **830 mil los viajeros alemanes** que realizaron un total de **3,8 millones de pernoctaciones** en establecimientos hoteleros de Andalucía, lo que supone un nuevo descenso del **-8,2%** respecto a las cifras registradas en el año anterior, con 336 mil noches menos.

En un contexto más amplio, este resultado supone el segundo descenso consecutivo tras tres años con saldo positivo, después del descenso registrado en el año 2014, y supone volver a niveles de 2015, tal y como se muestra en el gráfico.

**% Variación pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces.
Años 2000 – 2019**

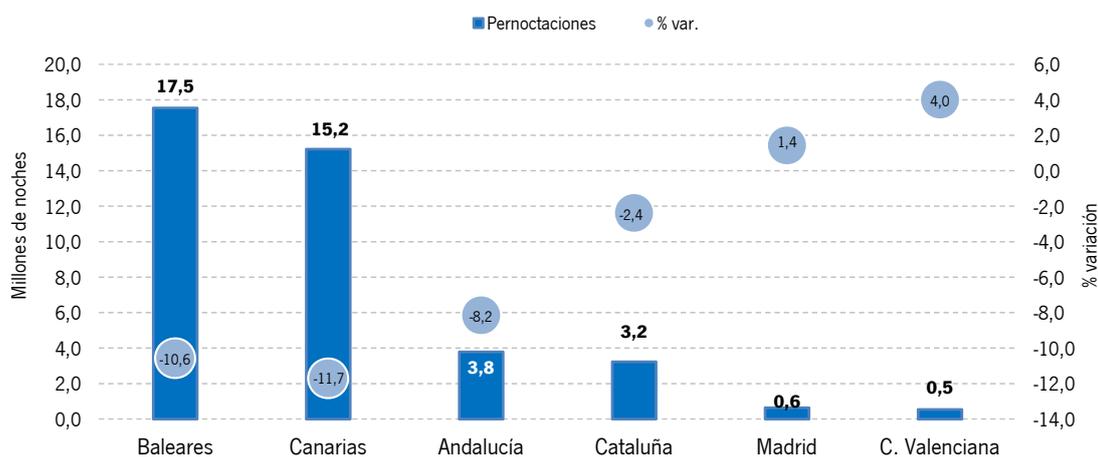


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El 12,9% de las pernoctaciones extranjeras registradas en alojamientos hoteleros de Andalucía son realizadas por viajeros alemanes, descendiendo en -1,4 puntos 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 sigue captando el 9,0% de las pernoctaciones hoteleras que realizan los turistas alemanes en España.

Al igual que en Andalucía, el turismo hotelero alemán en España ha descendido un -9,6% respecto a las cifras registradas en el año 2018, debido a los resultados negativos que han mostrado la mayoría de los principales destinos turísticos para este mercado a nivel nacional, entre los que destacan las Comunidades insulares: Baleares (-10,6%) y Canarias (-11,7%). Únicamente la Comunidad Valenciana (+4,0%) y Madrid (+1,4%) han cerrado el año con saldo positivo en lo que a pernoctaciones hoteleras de viajeros alemanes se refiere.

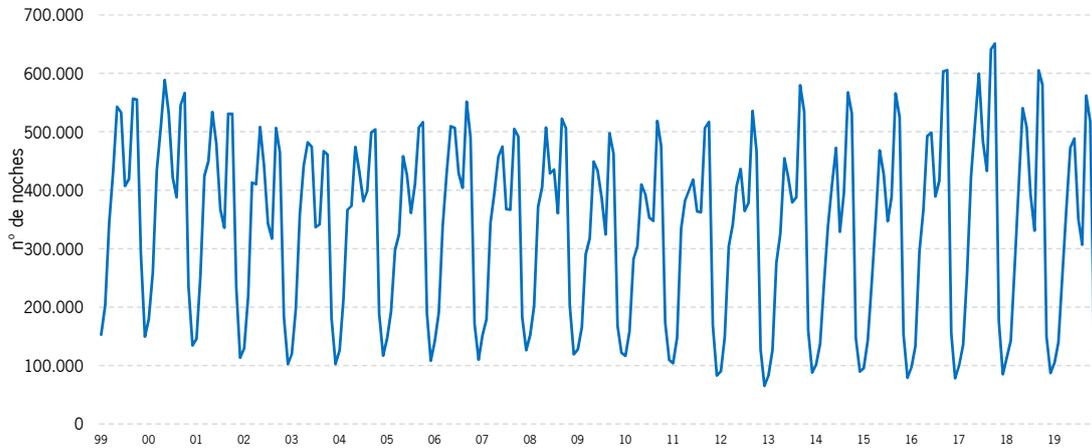
**Pernoctaciones hoteleras de viajeros alemanes en CC.AA. turísticas.
Año 2019 y tasa de variación 2019/2018**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

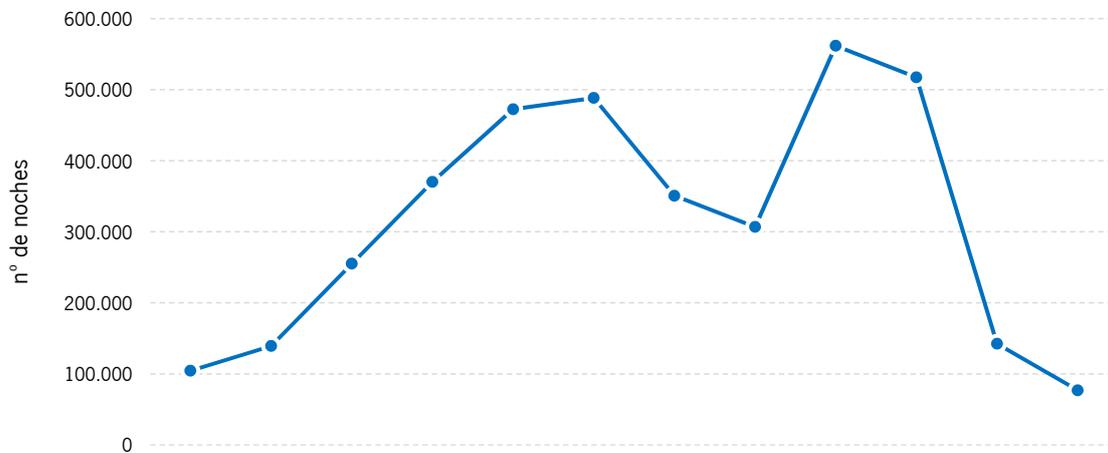
En la distribución de las pernoctaciones de turistas alemanes a lo largo del año, se observa una concentración mayor en los meses de mayo-junio, y septiembre-octubre, tal y como se observa en el gráfico, en el que se aprecia también un comportamiento uniforme en el tiempo caracterizado por la mayor afluencia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

Número de pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 1999 – 2019



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Número de pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Año 2019



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Movimiento hotelero de otros mercados en Andalucía

A tenor de las cifras de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE), merecen mención especial los resultados tan dispares que han registrado la mayoría de los mercados extranjeros secundarios en Andalucía. De hecho, en 2019 se han registrado tasas de variación positiva en las pernoctaciones procedentes de Italia, Estados Unidos, Irlanda o Portugal, y negativas en mercados como Francia, Países Nórdicos, Holanda o Bélgica.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía. Mercados secundarios. Año 2019

Pais de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Francia	2.539.153	-2,5%	8,6%
Países nórdicos	1.988.198	-4,2%	6,8%
Holanda	1.424.787	-4,9%	4,8%
Italia	1.327.471	11,8%	4,5%
Estados Unidos	1.326.936	13,1%	4,5%
Bélgica	1.111.291	-5,4%	3,8%
Irlanda	1.038.733	9,2%	3,5%
Portugal	851.481	16,2%	2,9%

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 Estados Unidos, que registra crecimientos interanuales consecutivos desde 2013, o Italia e Irlanda, que con el de este año encadenan seis y ocho años de crecimientos consecutivos de pernoctaciones en Andalucía, respectivamente.

Del resto de mercados con un menor peso en las pernoctaciones hoteleras extranjeras en Andalucía cabe destacar los buenos resultados de Rusia y Japón, que en 2019 registran tasas de variación positiva del +7,5% y del +13,8% respectivamente.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía. Otros mercados. Año 2019

Pais de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Polonia	596.125	-0,1%	2,0%
Suiza	445.090	2,9%	1,5%
Rusia	263.588	7,5%	0,9%
Japón	215.282	13,8%	0,7%
Austria	208.671	0,2%	0,7%
República Checa	188.317	-3,7%	0,6%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

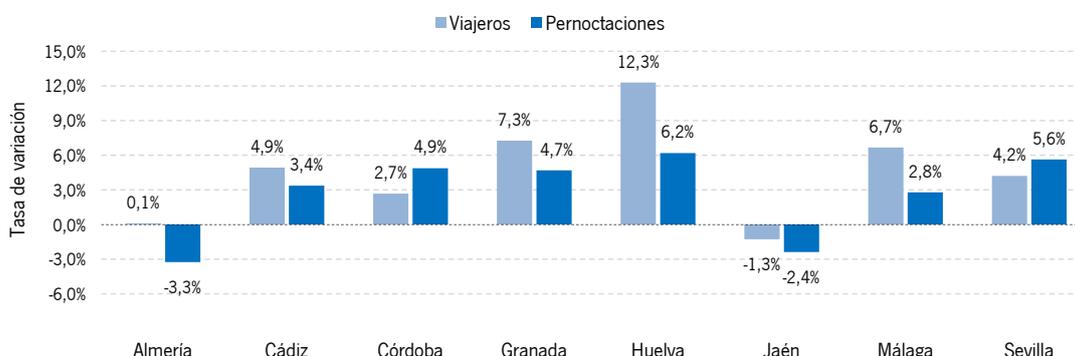
MOVIMIENTO HOTELERO EN LAS PROVINCIAS ANDALUZAS

En el **año 2019**, son mayoría las provincias andaluzas que **presentan tasas de variación positivas** en las variables más relevantes del movimiento hotelero, únicamente Almería y Jaén cierran el ejercicio con mantenimiento o moderados descensos. Las provincias de Huelva y Granada han registrado los mayores crecimientos de viajeros (+12,3% y +7,3%, respectivamente), mientras que en pernoctaciones, destacan los incrementos de Huelva y Sevilla, en torno al +6%, así como los de Córdoba y Granada, en torno al +5%. En estas cuatro provincias, han crecido más las pernoctaciones de extranjeros que las de españoles.

El buen comportamiento del mercado nacional ha sido decisivo para que las provincias de Cádiz y de Málaga cierren el ejercicio 2019 con tasas de pernoctaciones positivas. En el caso de Cádiz, han contrarrestado el descenso de pernoctaciones de extranjeros, y en el de Málaga, ha sido el responsable del crecimiento de pernoctaciones de la provincia, ya que el mercado extranjero prácticamente ha repetido las cifras del año anterior.

Del siguiente gráfico también se extrae que únicamente las provincias de Córdoba y Sevilla han logrado aumentar ligeramente la **estancia media** registrada en sus establecimientos hoteleros en 2019, al registrar un mayor incremento de pernoctaciones que de viajeros a lo largo del año.

Tasas de variación de viajeros y pernoctaciones registradas en las provincias andaluzas. Año 2019 / Año 2018



FUENTE: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

También son mayoría las provincias andaluzas que han registrado en 2019 un crecimiento del **empleo hotelero** respecto al año anterior, exceptuando Granada, con un ligero descenso (-0,4%), y Jaén (-3,4%). Las tasas de crecimiento más elevadas de este indicador se han registrado en las provincias de Córdoba, Málaga y Huelva, que oscilan entre el +5% y el +6%.

Casi todas provincias andaluzas, excepto Almería, han alcanzado en 2019 unos **grados de ocupación** superiores a los registrados el año anterior, destacándose la provincia de Huelva, al registrar un incremento de ocupación en el año de +3,8 puntos porcentuales. Solo los establecimientos hoteleros de Jaén y Almería no han aumentado el número de **plazas** durante el año 2019. El resto ha registrado crecimientos moderados, correspondiéndole a Sevilla el mayor aumento de plazas hoteleras.

**Principales métricas de demanda y oferta en establecimientos hoteleros andaluces.
Distribución provincial. Año 2019**

Provincias andaluzas	Almería		Cádiz		Córdoba		Granada		Huelva		Jaén		Málaga		Sevilla	
Año 2019	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif								
Viajeros alojados																
Españoles	1.150.387	1,2%	1.790.535	7,1%	720.801	2,6%	1.709.066	5,1%	836.616	10,4%	461.313	-1,6%	2.210.551	11,3%	1.618.731	4,0%
Extranjeros	343.807	-3,4%	988.503	1,3%	491.563	2,7%	1.556.006	9,9%	267.180	18,8%	73.284	0,1%	3.619.793	4,1%	2.014.416	4,4%
Total	1.494.194	0,1%	2.779.038	4,9%	1.212.364	2,7%	3.265.072	7,3%	1.103.796	12,3%	534.597	-1,3%	5.830.344	6,7%	3.633.147	4,2%
Pernoctaciones																
Españoles	3.738.346	-1,4%	4.612.287	7,3%	1.246.245	2,2%	3.534.143	2,4%	2.905.589	5,5%	828.410	-2,3%	5.749.684	9,6%	2.856.067	3,3%
Extranjeros	1.650.404	-7,3%	3.419.457	-1,5%	805.917	9,3%	3.047.969	7,5%	1.388.144	7,6%	116.674	-2,8%	14.638.877	0,4%	4.385.550	7,2%
Total	5.388.750	-3,3%	8.031.744	3,4%	2.052.162	4,9%	6.582.112	4,7%	4.293.733	6,2%	945.084	-2,4%	20.388.561	2,8%	7.241.617	5,6%
Estancia Media																
Españoles	3,25	-0,08	2,58	0,00	1,73	-0,01	2,07	-0,05	3,47	-0,16	1,80	-0,01	2,60	-0,04	1,76	-0,01
Extranjeros	4,80	-0,20	3,46	-0,10	1,64	0,10	1,96	-0,04	5,20	-0,54	1,59	-0,05	4,04	-0,15	2,18	0,06
Total	3,61	-0,12	2,89	-0,04	1,69	0,04	2,02	-0,05	3,89	-0,22	1,77	-0,02	3,50	-0,13	1,99	0,03
Cuota (Pern. Andalucía=100%)																
Españoles	14,68	-0,87	18,11	0,46	4,89	-0,11	13,88	-0,28	11,41	0,11	3,25	-0,23	22,57	1,06	11,21	-0,13
Extranjeros	5,60	-0,56	11,61	-0,39	2,74	0,19	10,35	0,55	4,71	0,25	0,40	-0,02	49,70	-0,75	14,89	0,74
Total	9,81	-0,64	14,62	0,04	3,74	0,06	11,98	0,19	7,82	0,23	1,72	-0,10	37,12	-0,10	13,18	0,32
Empleo	3.141	0,8%	5.768	1,9%	1.360	6,0%	3.643	-0,4%	2.794	5,4%	896	-3,4%	14.059	5,9%	4.679	4,1%
Grado de ocupación	47,88	-1,28	54,01	0,73	48,92	1,02	55,24	2,20	54,75	3,78	31,54	0,45	63,41	1,21	62,28	1,53
Plazas	29.740	-0,8%	39.739	1,4%	11.298	2,3%	31.952	0,2%	20.855	0,1%	8.117	-4,0%	85.731	0,9%	31.475	2,9%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

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.

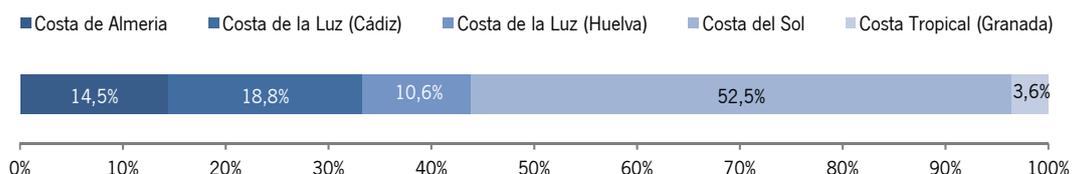
Concretamente, en Andalucía se contemplan las siguientes zonas turísticas, todas ellas de litoral, y cuya agrupación ha sido establecida por el Instituto Nacional de Estadística:

- **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 2019, las costas andaluzas captaron el 66,3% 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 2018, un descenso de -0,7 puntos en su participación.

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 2019



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Un total de 36,4 millones de pernoctaciones se han registrado en el litoral andaluz durante el año 2019, lo que supone un incremento del +2,1% respecto a 2018, un resultado un punto por debajo del registrado en el total de Andalucía (+3,1%). Desagregando, cabe destacar los crecimientos registrados en la Costa de la Luz de Huelva y Cádiz, así como en la Costa del Sol, mientras la Costa de Almería y la Costa Tropical saldan el año 2019 con un resultado negativo en lo que a pernoctaciones se refiere.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas. Año 2019 y % variación

Costas Andaluzas	Año 2019	% variación
Costa de Almería	5.267.424	-2,9%
Costa de La Luz (Cádiz)	6.843.803	3,8%
Costa de La Luz (Huelva)	3.866.864	6,0%
Costa del Sol (Málaga)	19.119.227	2,4%
Costa Tropical (Granada)	1.303.199	-1,6%
Total Litoral Andalucía	36.400.517	2,1%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En general, este incremento de pernoctaciones en el litoral andaluz en 2019 se deriva de los resultados positivos registrados por el turismo **nacional**, que presenta un balance positivo en la mayoría de las costas, destacando la Costa del Sol con un incremento a dos dígitos, ofreciendo un saldo para todo el litoral del +5,9%. El turismo **extranjero**, por su parte, ha registrado descensos en la mayoría de las costas y cierra el año con un descenso del -0,8% en las costas de Andalucía.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros del litoral andaluz. Distribución por procedencia. Año 2019 y % variación

Costas Andalucía	Nacionales	% var. 19/18	Extranjeras	% var. 19/18
Costa de Almería	3.652.531	-0,7%	1.614.893	-7,5%
Costa de La Luz (Cádiz)	3.865.629	7,8%	2.978.174	-0,9%
Costa de La Luz (Huelva)	2.582.177	6,5%	1.284.687	5,0%
Costa del Sol (Málaga)	5.259.901	10,9%	13.859.326	-0,5%
Costa Tropical (Granada)	759.207	-3,0%	543.992	0,6%
Total Litoral Andalucía	16.119.445	5,9%	20.281.072	-0,8%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La **estancia media** presenta un ligero descenso respecto al año anterior, situándose en 3,6 días. Asimismo, como viene siendo habitual, presenta valores muy similares en todas las costas andaluzas, oscilando entre los 4,4 días de Costa de la Luz de Huelva y los 3,1 de Costa de la Luz de Cádiz.

**Estancia media en establecimientos hoteleros. Distribución por costas andaluzas.
Año 2019 y diferencias**

Costas Andalucía	Año 2019	Diferencia
Costa de Almería	3,69	-0,11
Costa de La Luz (Cádiz)	3,10	-0,12
Costa de La Luz (Huelva)	4,44	-0,25
Costa del Sol (Málaga)	3,67	-0,15
Costa Tropical (Granada)	3,52	-0,21
Total Litoral Andalucía	3,61	-0,15

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En cuanto al **grado de ocupación**, el litoral andaluz ha cerrado el 2019 con una tasa del 59,4%, mostrando un aumento de +0,7 puntos respecto a la registrada en el año anterior, derivado de que el aumento en la demanda ha venido acompañado de un incremento de las plazas ofertadas de menor intensidad (+0,8% frente al +2,1% de las pernoctaciones).

Desagregando territorialmente se observa un ajuste al alza para esta variable en la mayoría de las zonas analizadas, destacando la Costa de la Luz de Huelva, con un crecimiento del +3,24% y exceptuando la Costa de Almería, donde se observa un descenso respecto al año anterior en esta variable.

**Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros.
Distribución por costas andaluzas. Año 2019 y diferencias**

Costas andaluzas	Año 2019	Diferencia
Costa de Almería	50,09	-1,24
Costa de La Luz (Cádiz)	55,85	0,65
Costa de La Luz (Huelva)	57,53	3,24
Costa del Sol (Málaga)	64,94	0,82
Costa Tropical (Granada)	54,72	0,78
Total Litoral Andalucía	59,39	0,72

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 estos, 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.

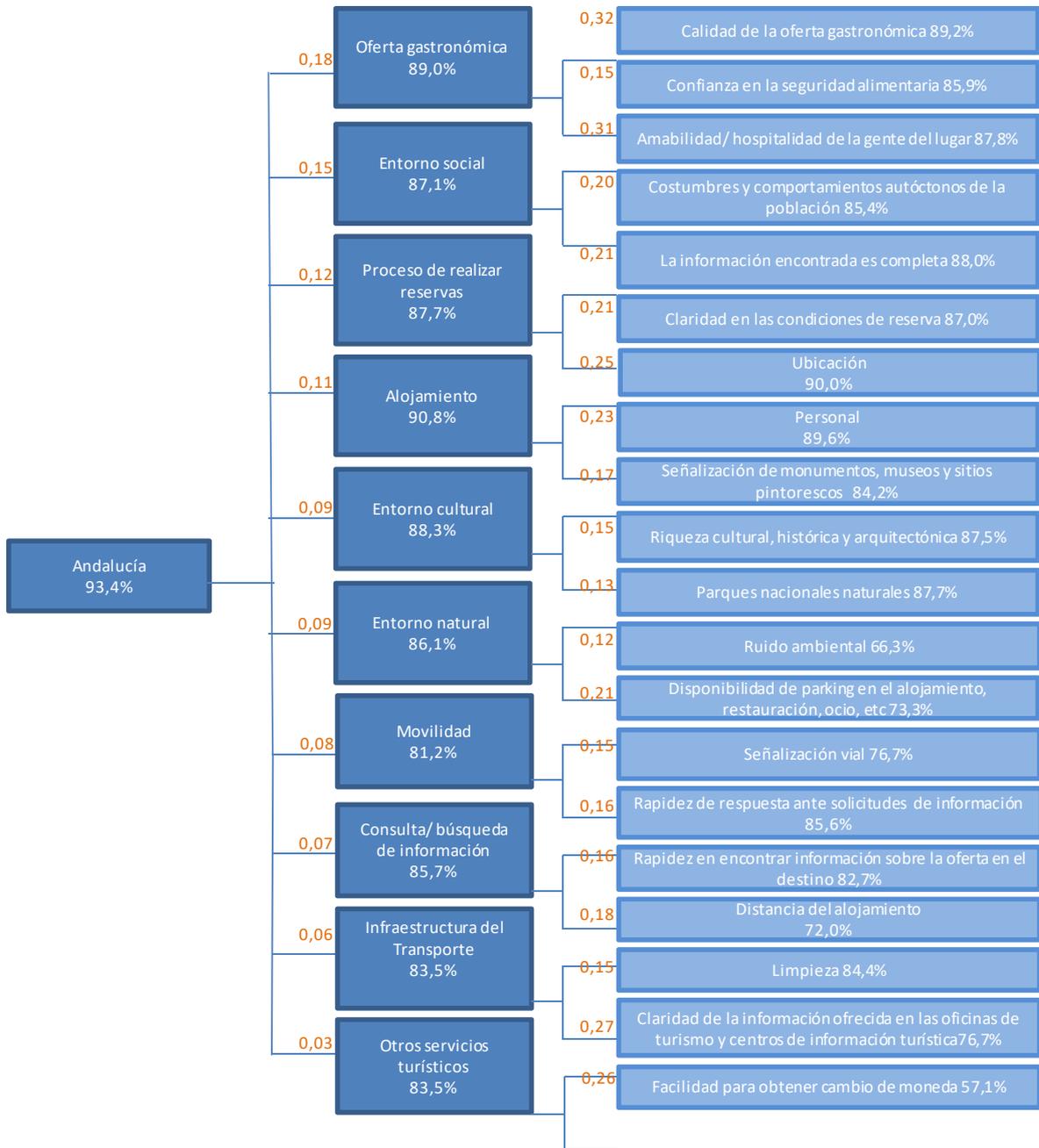
Análisis de resultados

El 93,4% de los turistas que visitaron Andalucía durante 2019 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 2019



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 **figuras 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 habitaciones y los servicios, entre los tres representan alrededor del 70%.

Figura 2. Ubicación y personales

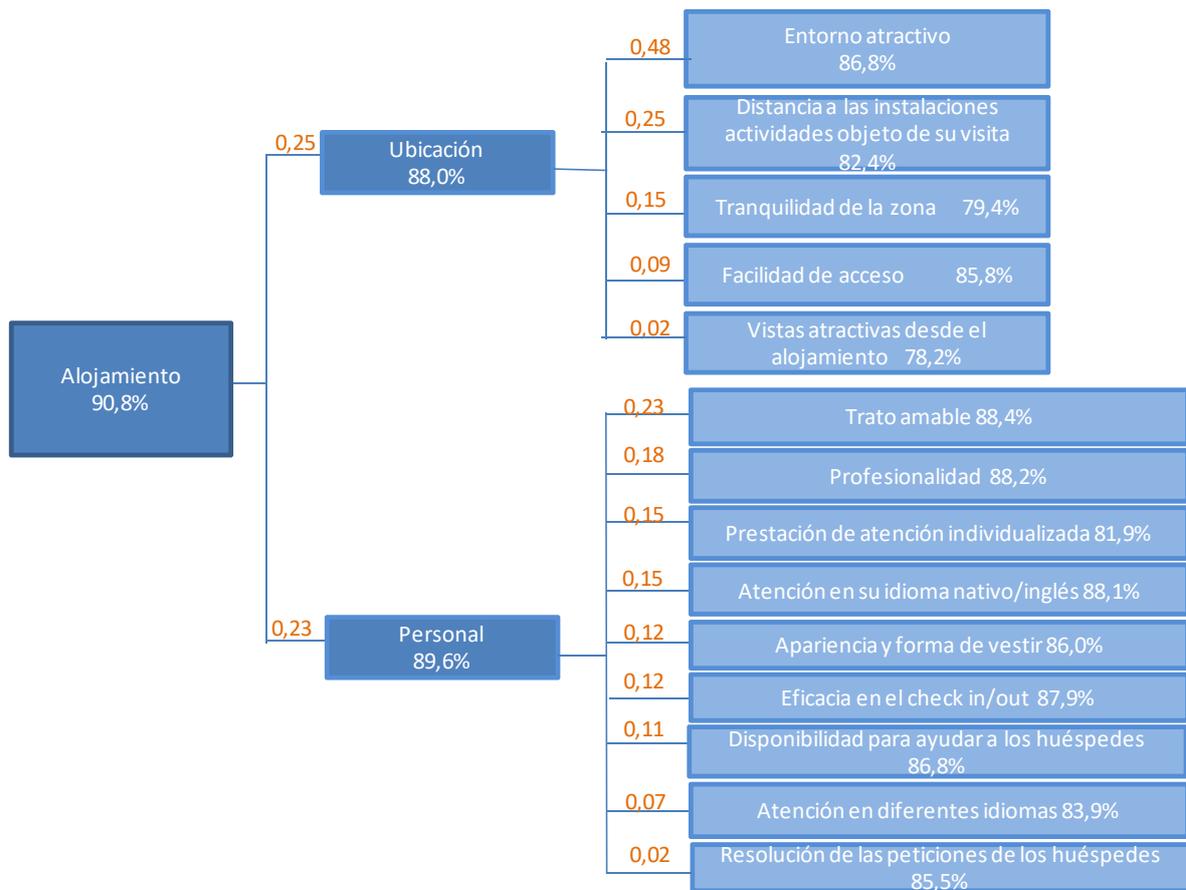


Figura 3. Servicios e instalaciones

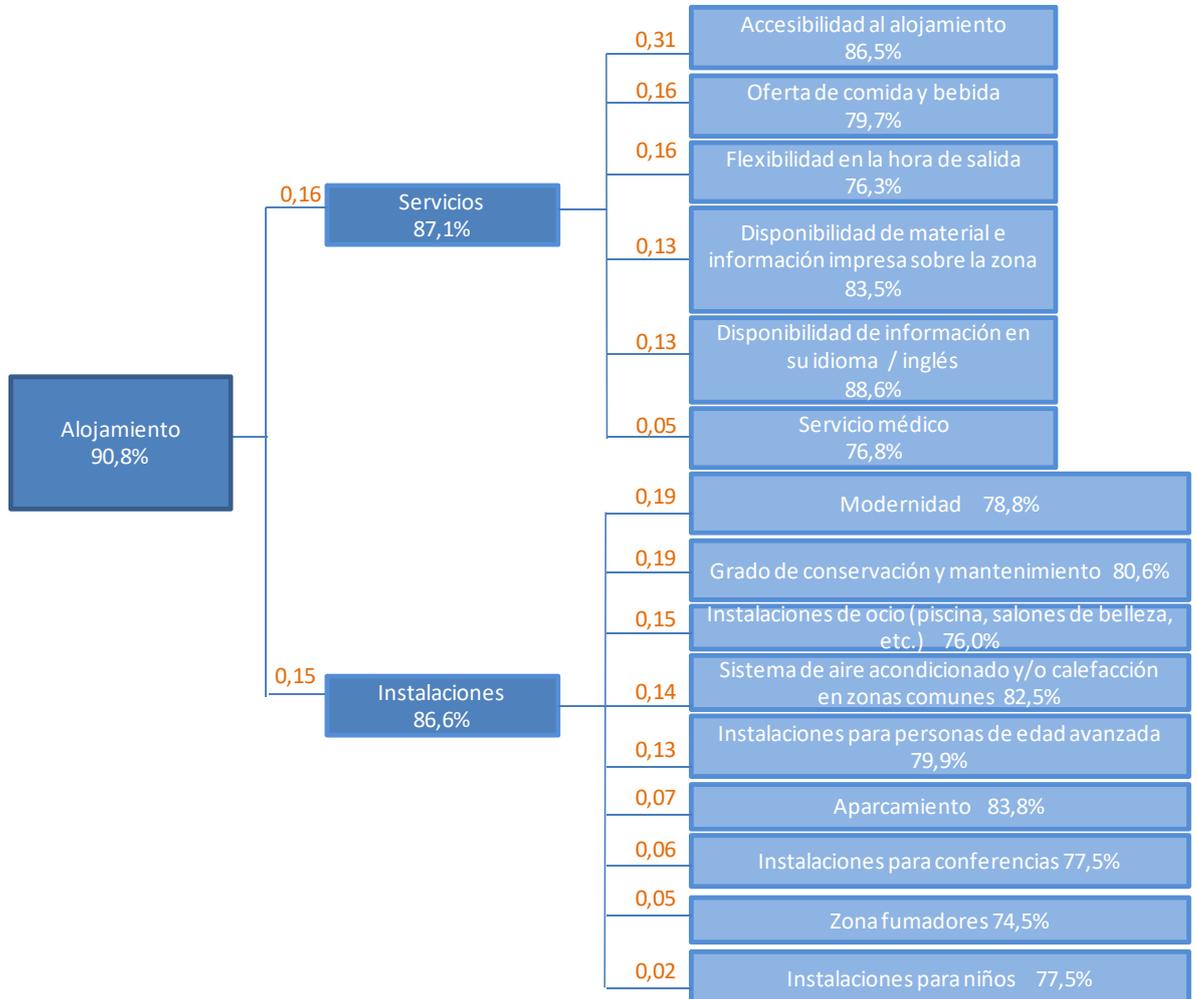
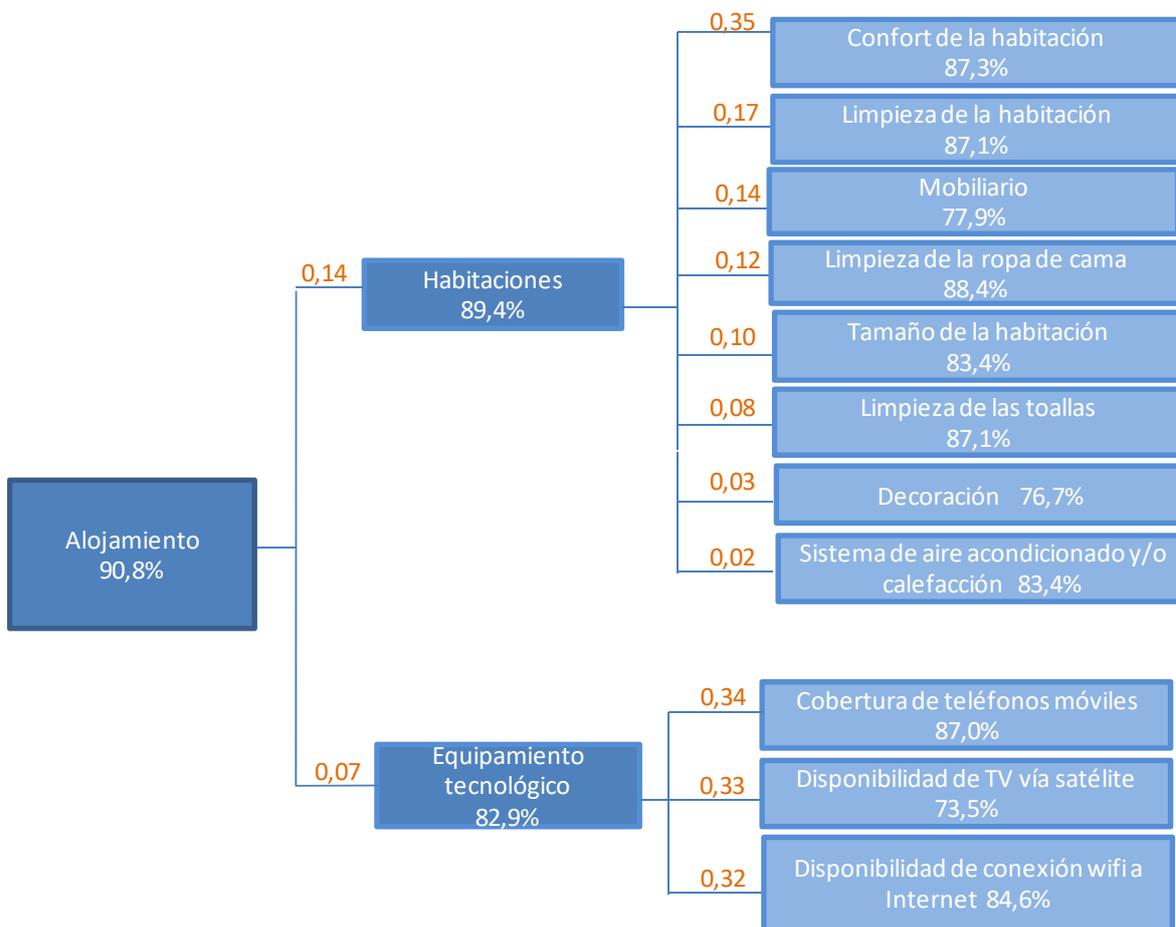


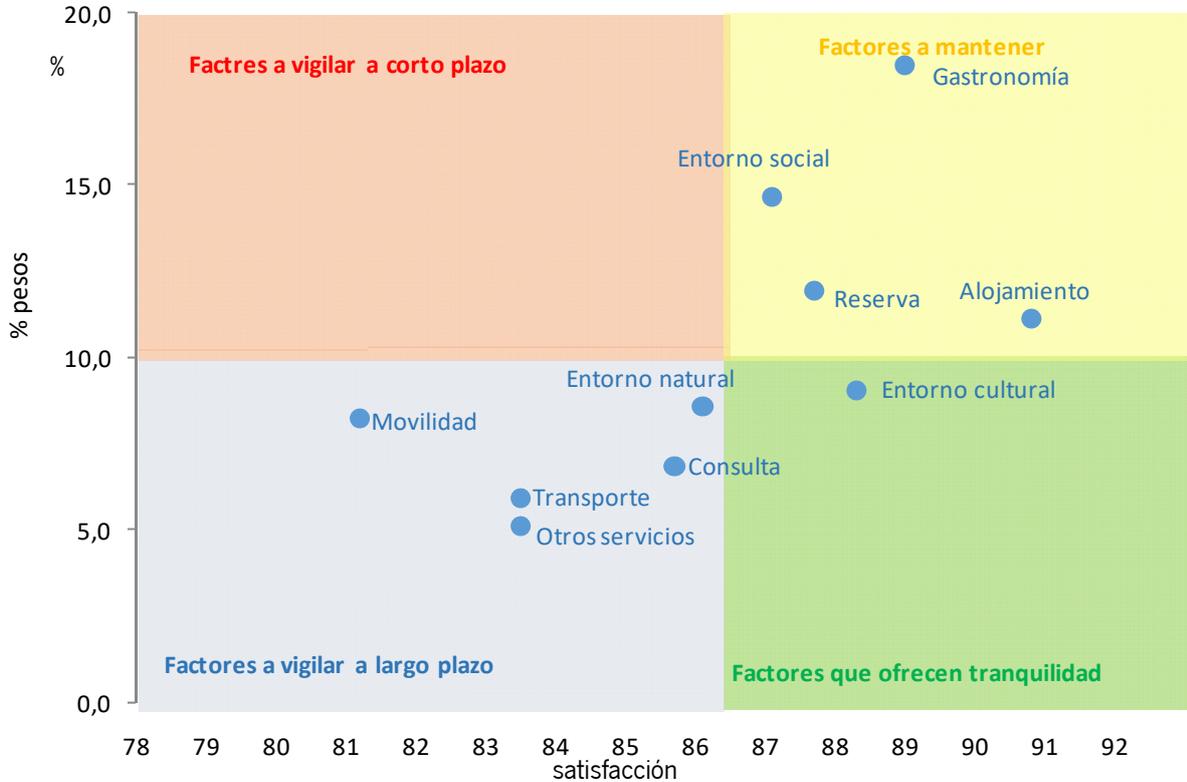
Figura 4. Habitaciones y equipamiento tecnológico



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 factores 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

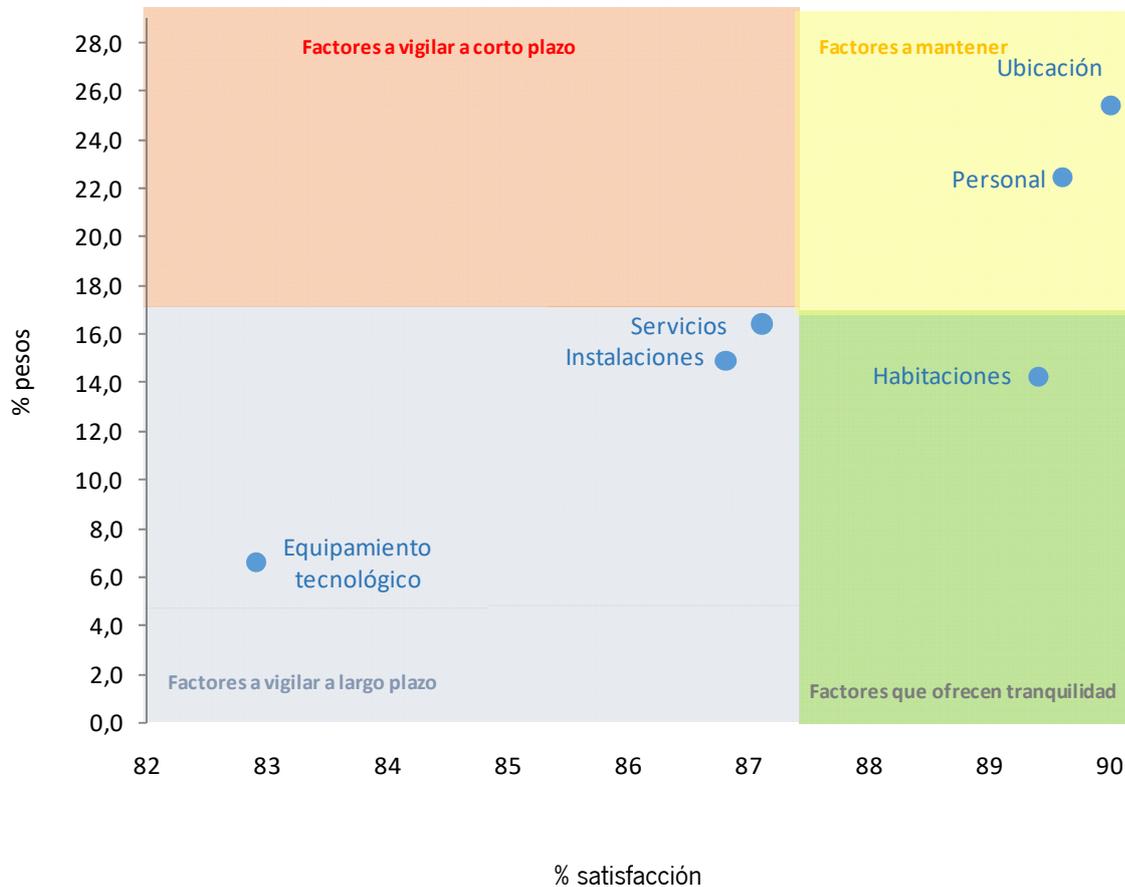
El **área roja** se corresponde con el de factores a vigilar a corto plazo, y en ella que se colocan aquellos factores que tienen gran influencia en la imagen global de Andalucía y que sin embargo son los conceptos que reportan menos satisfacción, situándose por debajo de la media. Durante 2019 esta área permanece desierta lo cual reporta cierta tranquilidad debido a la no necesidad de actuar rápidamente pero hay que estar alerta para que esta situación continúe.

El **área verde**, que corresponde a factores que ofrecen tranquilidad, está poblada por el **entorno cultural**, el cual tienen una importancia relativa en la imagen global de Andalucía ya que están por debajo de la media de influencia, pero es un concepto muy bien valorado 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 la **movilidad**, el **transporte**, el **entorno natural**, la **consulta** y los **otros servicios turísticos**, factores a vigilar a largo plazo que tiene una influencia inferior a la media y está 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 el **entorno social**, el proceso de **reserva**, la **gastronomía** y el **alojamiento** considerándose como factores que hay que mantener.

Hoteles



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

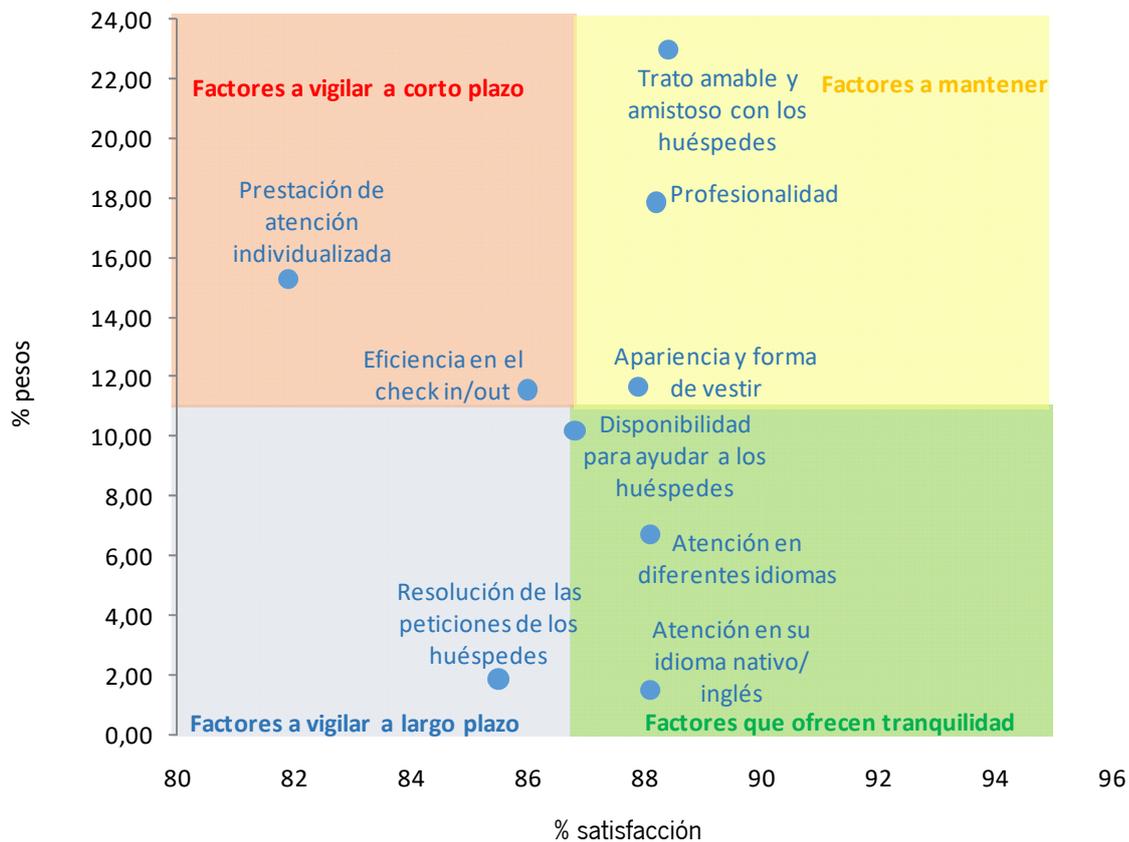
Se observa como la **ubicación** y el **personal** son los factores que más influyen en los turistas, situándose por encima de la media, a la hora de valorar su satisfacción con el hotel elegido. El situarse en el **área amarilla**, indica que además de tener cierta relevancia en la imagen final, ofrecen una satisfacción alta, así se observa cómo se cumplen las expectativas del 89,6% de los turistas en cuanto al personal empleado en los hoteles andaluces y del 84,3% en relación a la **ubicación** de estos establecimientos.

Sin embargo, entre los factores a vigilar a corto plazo se observa que no hay que ocuparse de momento de ningún factor ya que el **área roja** se muestra vacía. Aunque se debe seguir trabajando sin bajar la guardia para que esta situación continúe en el tiempo.

El **equipamiento tecnológico**, los servicios y las **instalaciones** son factores que hay que vigilar a largo plazo ya que están situados sobre el **área azul**, estos tienen una relevancia inferior a la media en la imagen final de los hoteles. El equipamiento tecnológico es el factor que menos expectativas cumple y aun así satisface al 82,9% de los turistas.

Las **habitaciones**, están situadas sobre el **área verde**, por lo que es un factor que ofrece tranquilidad y satisface al 89,4% de los turistas.

Personal



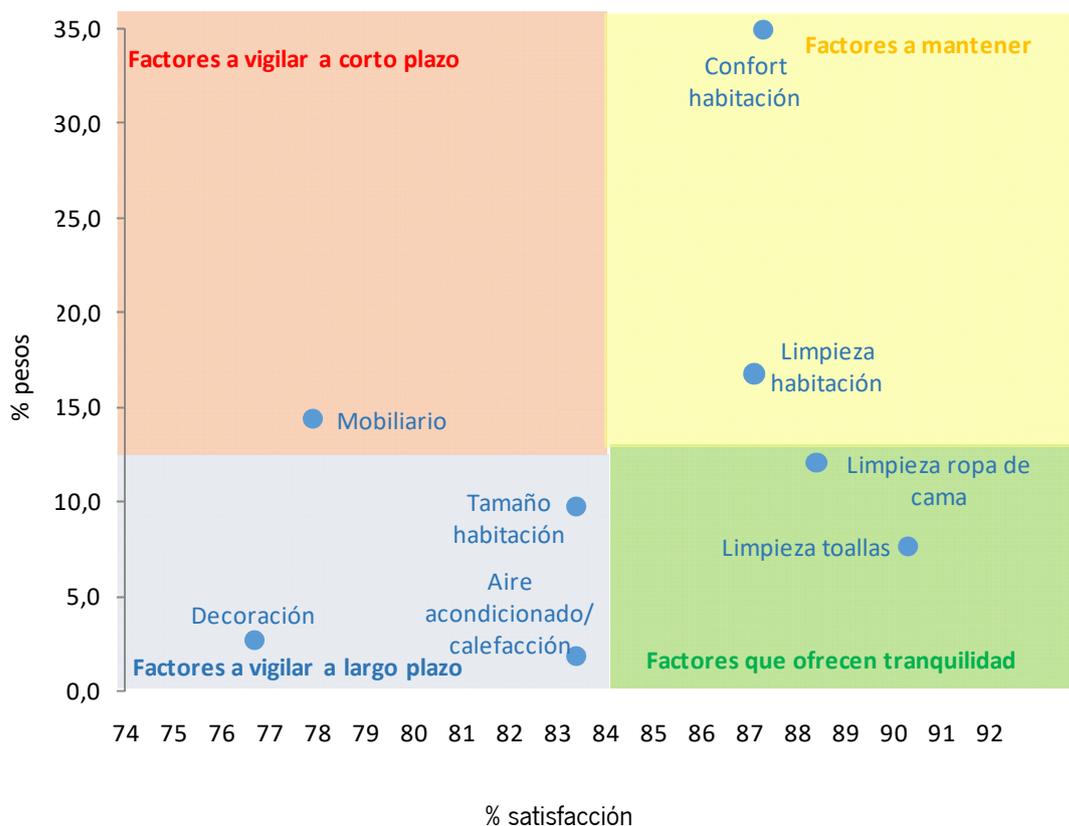
Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

El **personal** empleado en los hoteles andaluces cumple las expectativas del 89,6% de los turistas, **todos** los factores analizados en esta variable, satisface a más del 80% de ellos. Los ítems más relevantes son la **prestación de una atención individualizada**, la **eficacia en el check in/out**, el **trato amable y amistoso con los huéspedes**, la **profesionalidad** y la **apariencia y forma de vestir**, lo que pone en evidencia la importancia de estos a la hora de valorar la profesionalidad en el sector. Estos conforman el **área amarilla** y el **área roja**, lo que implica que son factores que hay que cuidar a corto plazo o mantener por la gran relevancia que tienen. Especial cuidado hay que poner en los situados en el área roja porque el grado de satisfacción que proporcionan está por debajo de la media, aunque cumplen las expectativas de más del 80% de la población encuestada.

La **resolución de las peticiones de los huéspedes**, es un factor que hay que vigilar a largo plazo (**área azul**), porque, aunque ahora no tenga cierto peso en la imagen final del personal que trabaja en los hoteles andaluces, estos pueden cambiar y habría que estar preparado para prestar un mejor servicio.

La **disponibilidad para ayudar a los huéspedes**, la **atención en diferentes idiomas**, y la **atención en su idioma nativo/inglés**, se posicionan en el **área verde**, lo que indica que cumple con las expectativas de los huéspedes proporcionando una satisfacción que está por encima de la media, aunque es un factor de baja influencia en la imagen global.

Habitaciones



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

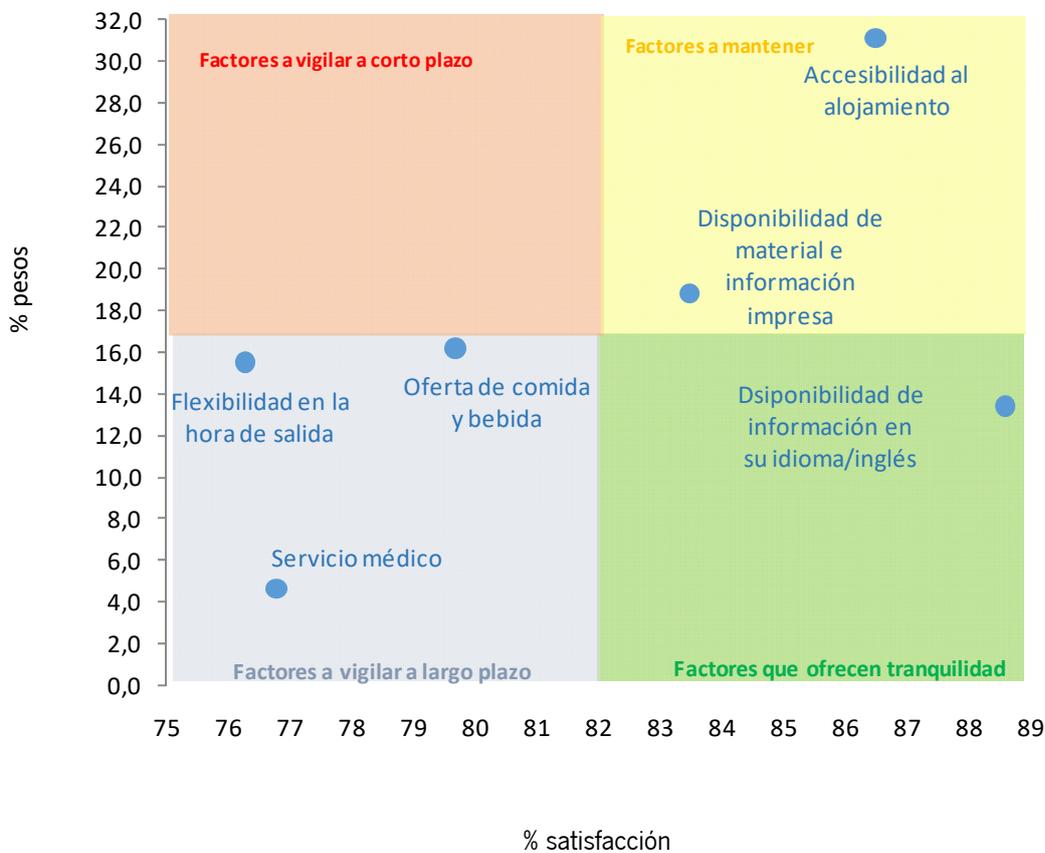
En las habitaciones, el **confort** de la habitación y la **limpieza de la ropa de cama**, situados sobre el **área amarilla** son los factores de mayor relevancia, por lo que se sugiere prestarles atención y mantenerlos con un grado de satisfacción elevado. En este caso estos factores cumplen con las expectativas del 87,3% y del 90,3% de los turistas, colocándolos por encima de la media de satisfacción.

La **decoración**, el **sistema de aire acondicionado/calefacción** y el **tamaño de la habitación**, situados sobre el **área azul** cumplen con las expectativas de un porcentaje inferior a la media, aun siendo los factores que menos relevancia tienen, son factores que hay que vigilar a largo plazo ya que, aunque ahora tengan poca importancia pueden adquirirla en el futuro y son los menos valorados.

La **limpieza de la ropa de cama**, y la **limpieza de las toallas**, cumplen con las expectativas de más del 85,0% 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**).

En el **área roja**, se posiciona el **mobiliario**, como un factor que tiene gran relevancia en la imagen y sin embargo cumple con las expectativas de un conjunto de turistas que está por debajo de la media. El 77,9% se siente satisfecho con el conjunto de muebles de las habitaciones.

Servicios



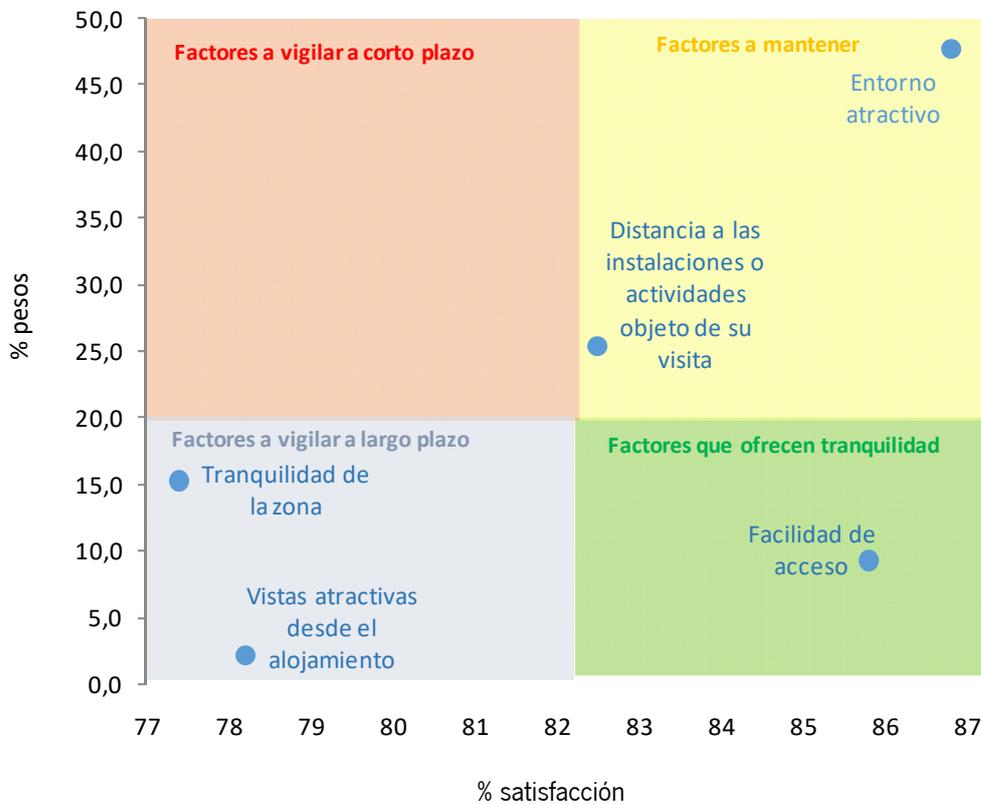
Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Para el 87,1% de los huéspedes se cumplen las expectativas en cuanto a los servicios prestados por los alojamientos, el de mayor influencia es la **accesibilidad al alojamiento** que se sitúa junto con la **disponibilidad de material e información impresa** en el **área amarilla**, factores que ejercen una fuerte influencia en la valoración de los servicios y que proporcionan gran satisfacción entre los huéspedes, por lo que habría que favorecer el mantenimiento de la calidad de los mismos.

Sobre el **área azul** se sitúan el **servicio médico**, la **oferta de comida y bebida** y la **flexibilidad en la hora de salida**, factores que ejercen una baja influencia en la valoración de los servicios y que además son los que menos satisfacen a los huéspedes. Habría que mejorar la calidad de los mismos por si pasaran a tener mayor importancia en el largo plazo.

En el **área roja** que engloba a aquellos servicios que habría que vigilar a corto plazo se observa que no se sitúa ningún factor, lo que implica que actualmente no hay ningún servicio que haya que cuidar a corto plazo.

Ubicación



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

El 90,0% de los turistas alojados en hoteles declaran sentirse satisfechos con la ubicación del establecimiento elegido. Los aspectos que se deberían cuidar a largo plazo son las **vistas atractivas desde el alojamiento** y la **tranquilidad de la zona**, habría que conseguir un mayor grado de satisfacción en las mismas por si en el futuro estos aspectos tuvieran más relevancia en la imagen final de la ubicación (**área azul**).

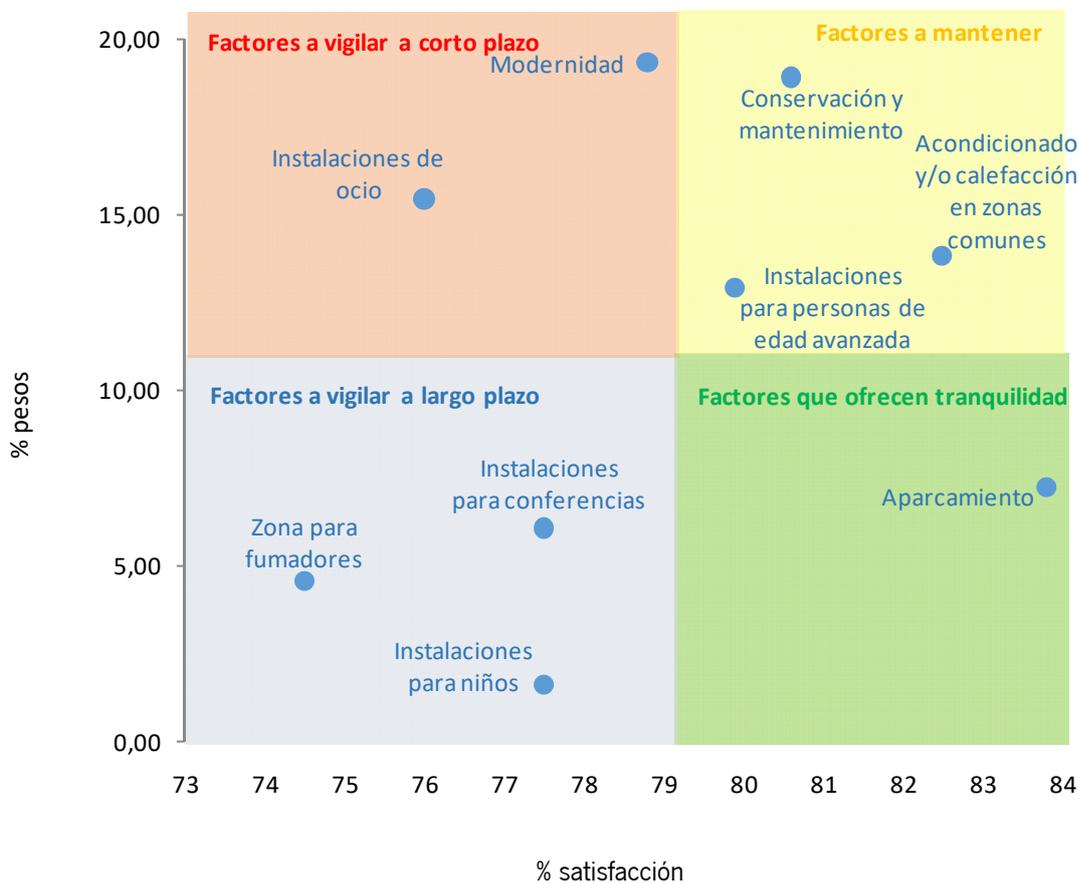
El **entorno atractivo** y la **distancia a las instalaciones o actividades objeto de la visita**, son los factores de mayor influencia y cumplen con las expectativas del 86,8% y del 82,5% de los turistas

respectivamente. de los turistas, lo que lo sitúa en el **área amarilla**. Son factores a mantener por ejercer una gran influencia en la imagen general de la ubicación.

En este caso el **área roja**, vuelve a quedar desierta lo que hace pensar que no hay nada urgente en cuanto a la ubicación de los alojamientos sobre lo que haya que actuar.

En el **área verde**, se sitúa la **facilidad de acceso**, área que ofrece tranquilidad porque está poblada con aquellos factores que ejercen poca influencia en la imagen general y cumplen con las expectativas de un gran número de huéspedes.

Instalaciones



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

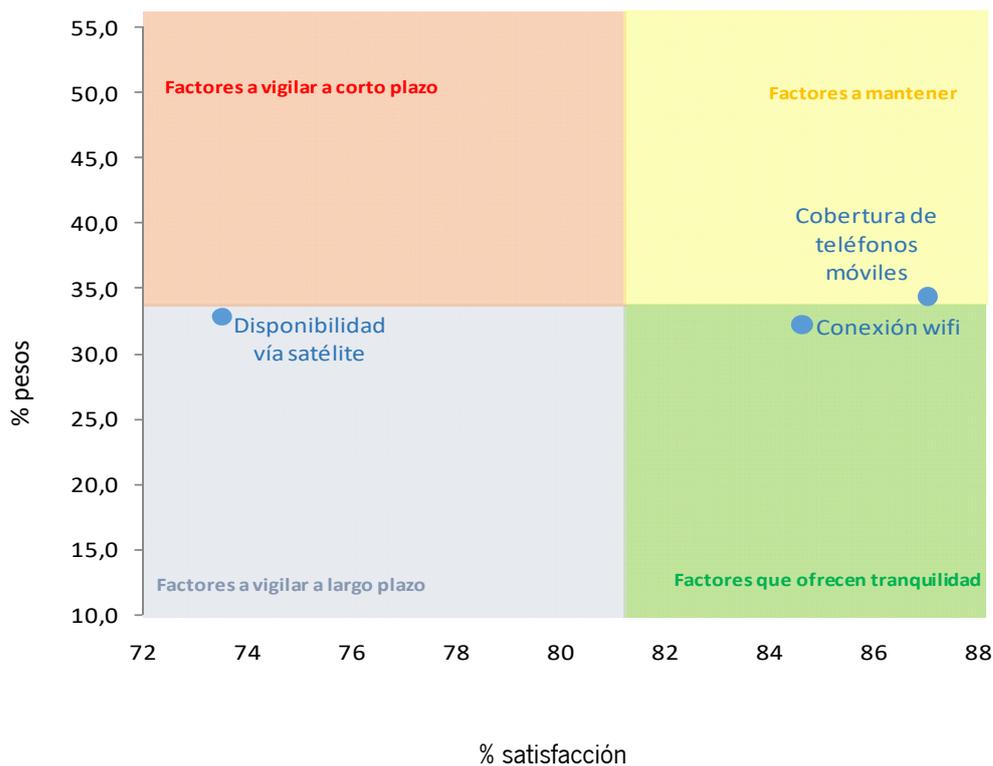
Las **instalaciones para niños y para conferencias**, junto con las **zonas de fumadores**, se sitúan en el **área azul** ya que tienen una valoración inferior a la media y aunque tienen baja influencia sobre la imagen total de las instalaciones, pero hay que tener cuidado con ellas porque en el futuro estas pueden cambiar.

La **conservación y mantenimiento** del hotel junto con el **sistema de acondicionamiento de la temperatura** la **modernidad** y las **instalaciones para edad avanzadas**, se posicionan en el **área amarilla**, por cumplir con las expectativas de la mayoría de los huéspedes y por estar muy bien valoradas.

En el **área roja**, se posiciona las **instalaciones de ocio** y la **modernidad** de las instalaciones de los hoteles andaluces como dos factores que tienen gran relevancia en la imagen y sin embargo cumple con las expectativas de un conjunto de turistas que está por debajo de la media. Estos factores son susceptibles de mejora para que se desplacen al área amarilla.

El **aparcamiento**, es un factor con baja influencia en la imagen global de las instalaciones que ofrecen una satisfacción superior a la media, sería interesante seguir manteniendo este bienestar y no bajar la calidad de los mismos por si alguno de ellos, que están situados ahora en el **área verde**, cambian de área de influencia.

Equipamiento tecnológico



Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

El **equipamiento tecnológico** es el que menos satisfacción proporciona a los huéspedes, pero aún así es alto ya que más de ocho personas de cada cien, el 82,9% declara que se han cumplido sus expectativas. Este porcentaje viene influenciado prácticamente de la misma forma por los tres conceptos o factores que lo componen. El gráfico nos muestra que es la **disponibilidad de la red wifi**, sobre lo que debe caer la mayor actuación, ya que obtiene una valoración por debajo de la media.