II Plan de Actuaciones Estratégicas
Provincia de Málaga

Dictamen
Turismo

MADECA
Fundación
Málaga Desarrollo
y Calidad

PROGRAMA
Cooperación
Transfronteriza
España-Fronteras Exteriores

Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo
Regional

Invertimos en su futuro

idara

DICTAMEN TURISMO de la PROVINCIA DE MÁLAGA 2014

Autor:

Marcelino Méndez-Trelles Juárez

Edita:

Fundación MADECA

C/Pacífico 54

Edificio B de la Diputación de Málaga

Planta Baja

29004 Málaga (España)

www.fundacionmadeca.es

info@fundacionmadeca.es

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN

2.- DEMANDA

2.1.- Número de turistas

2.2.- Número de turistas por provincias

2.3.- Número de turistas por sexo

2.4. Número de turistas por procedencia

2.5.- Motivo principal del viaje

2.6.- Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces

2.7.- Gasto medio del turista en Andalucía por nacionalidad

2.8.- Gasto medio del turista en Málaga

2.9.- Viajeros alojados en establecimientos hoteleros

2.10.- Pernoctaciones de viajeros en establecimientos hoteleros

2.11.- Grado de ocupación por plazas de los establecimientos hoteleros de las provincias andaluzas

2.12.- Estancia media de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros

2.13.- Estancia Media de los turistas en Andalucía (cualquier tipo de alojamiento)

2.14.- Población ocupada en el sector turístico de Andalucía. Años 2008-2013

2.15.- Distribución provincial de ocupados en la Industria Turística andaluza. Años 2008-2013

2.16.- Personal ocupado en establecimientos hoteleros

2.17.- Demandas de empleo pendientes de demandantes parados en hostelería

2.18.- Valoración Del viaje

3.- OFERTA

3.1.- Número total de hoteles

3.1.1 Número de hoteles de 5 estrellas

3.1.2 Número de hoteles de 4 estrellas

3.1.3 Número de hoteles de 3 estrellas

3.1.4 Número de hoteles de 2 estrellas

3.1.5 Número de hoteles de 1 estrella

3.2.- Número total de pensiones y hostales

3.2.1 Número de pensiones y hostales de 3 y 2 estrellas

3.2.2 Número de pensiones y hostales de 1 estrella

3.3.- Número total de plazas de hoteles

3.3.1 Número de plazas ofertadas en hoteles de 5 estrellas

3.3.2 Número de plazas ofertadas en hoteles de 4 estrellas

3.3.3 Número de plazas ofertadas en hoteles de 3 estrellas

3.3.4 Número de plazas ofertadas en hoteles de 2 estrellas

3.3.5 Número de plazas ofertadas en hoteles de 1 estrella

3.4.- Número total de plazas ofertadas de pensiones y hostales

3.4.1 Número total de plazas ofertadas de pensiones y hostales de 3 y 2 estrellas

3.4.2 Número total de plazas ofertadas de pensiones y hostales de 1 estrella

3.5.- Oferta de campos de Golf en Andalucía año 2013

3.6.- Estacionalidad

4.- CONCLUSIONES

1.- INTRODUCCIÓN

Con el objeto de contar con un diagnóstico de la situación actual del sector turístico en la Provincia de Málaga que sirva como base para el debate dentro del Plan de Actuaciones Estratégicas para la Provincia de Málaga, conocido como Madeca, se elabora el siguiente informe.

Para su elaboración se ha partido de las bases que señala la propia metodología de Madeca en cuanto a presentar el diagnóstico de la situación del turismo en nuestra Provincia, los cambios de las tendencias detectadas, el diagnóstico cualitativo de la situación actual y los retos futuros por los que debe avanzar para la cualificación de este sector. Tratándose de uno de los sectores más importantes de la economía andaluza quizás se necesitaría un poco más de tiempo para poder analizar con profundidad otros aspectos influyentes del sector turístico en Málaga y Andalucía.

El informe/dictamen se presenta en un formato que sea útil y además que sirva como base para que en la mesa de expertos a celebrar puedan completarse con la integración de nuevas ideas.

Toda la información para la realización de las tablas y gráficas se ha tomado de informes anuales que Saeta elabora para la consejería de turismo de la Junta de Andalucía además del INE (Instituto Nacional de Estadística), la web de la empresa pública para la gestión del turismo, AENA, IECA (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía), ECTA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía), EOH (Encuesta de Ocupación Hotelera) y EPA (Encuesta de Población Activa).

A partir de estas fuentes de información, el autor del dictamen ha elaborado su opinión sobre la evolución y situación actual del sector turístico en la Provincia tal y como se indicaba desde Madeca con el fin de poder obtener un documento base que sirva para el debate en la mesa de expertos y poder así elaborar un documento final conjunto entre los diferentes agentes. Por este motivo, queremos incidir en que en muchos de los epígrafes, la opinión del autor es con objeto de que sirva de debate y jamás como criterios cerrados a seguir.

Para la realización de estudio se ha decido contar con la siguiente estructura:

1. Demanda. El objetivo es analizar la evolución de la demanda del turismo en la provincia de Málaga comprando el peso que esta tiene en el total de la región.

2. Oferta. En este punto se pretende analizar la oferta turística de la provincia malagueña comparándola con la de la región, así como la tendencia de la misma.

3. Conclusiones. Este apartado sirve como reflexión y análisis tanto de la demanda como de la oferta además de presentar un diagnóstico DAFO y de exponer ideas y opiniones personales que sirvan como base para el diseño de un Plan Estratégico provincial. Además, las estrategias que a juicio del autor se deben seguir tanto por organismo públicos como privados para que el turismo en la provincia siga liderando el de la región y como referente para que la población joven siga y/o se instale en nuestro ámbito territorial.

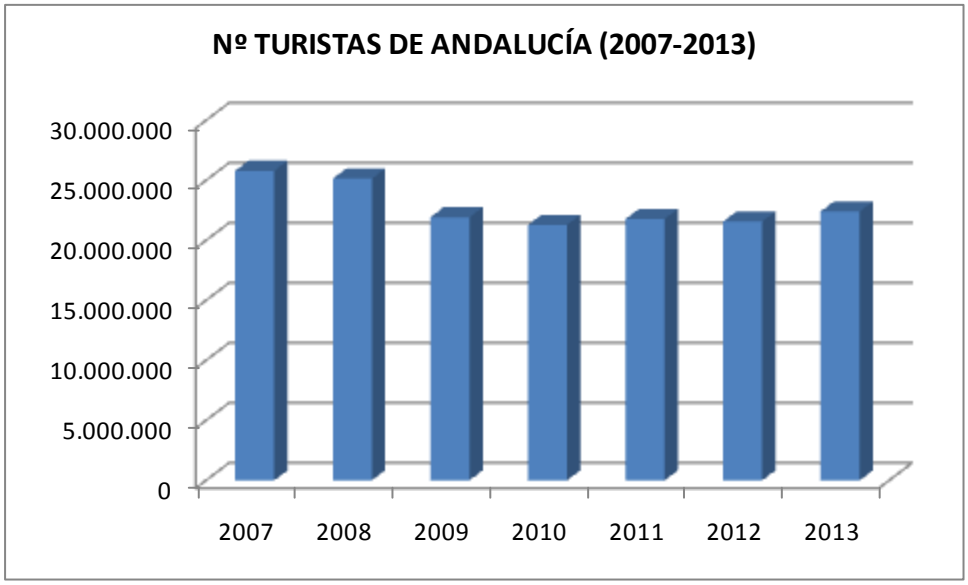
2. DEMANDA

2.1.- NÚMERO DE TURISTAS

En el intervalo 2007-2013 que hemos escogido para la realización del análisis, se observa como el número de turistas llegados a la comunidad autónoma andaluza ha ido descendiendo. Mientras en 2007 el número de turistas que recibió Andalucía fue de 25.801.467, en 2013 ha descendido a 22.414.728. Este descenso ha significado un decremento del 13,13% en el número de turistas recibidos por la comunidad autónoma andaluza.

	ANDALUCÍA
2007	25.801.467
2008	25.146.117
2009	21.926.400
2010	21.293.968
2011	21.785.012
2012	21.574.869
2013	22.414.728

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de IECA



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de IECA

2.2.- NÚMERO DE TURISTAS POR PROVINCIAS

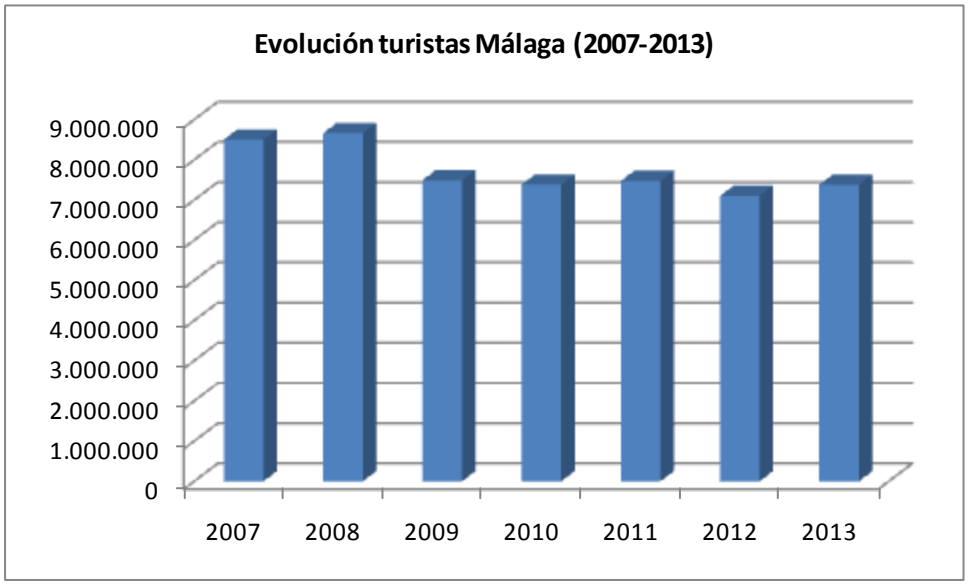
La siguiente tabla nos muestra el número de turistas que cada provincia andaluza ha recibido en el intervalo 2007-2013.

Turistas por provincias (2007-2013)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	2.496.067	2.225.479	1.876.563	1.597.388	1.699.342	1.836.684	1.961.946
Cádiz	3.885.468	3.769.916	3.374.545	3.107.345	3.265.111	3.227.405	3.506.592
Córdoba	1.298.898	1.284.367	1.102.449	1.069.795	1.151.234	1.318.713	1.332.088
Granada	3.561.813	3.495.911	2.992.656	2.999.479	3.352.996	3.251.988	3.377.640
Huelva	2.178.822	2.023.330	1.764.377	1.699.413	1.494.018	1.567.141	1.708.173
Jaén	994.816	842.327	763.215	715.562	615.390	543.654	510.866
Málaga	8.505.640	8.662.779	7.490.912	7.383.244	7.473.987	7.103.039	7.380.622
Sevilla	2.879.943	2.842.008	2.561.683	2.721.742	2.732.934	2.726.246	2.636.801
Total Andalucía	25.801.467	25.146.117	21.926.400	21.293.968	21.785.012	21.574.869	22.414.728

Fuente: ECTA - IECA

Como se puede apreciar, Málaga lidera a las provincias andaluzas en cuanto al número de turistas que recibe, aunque siguiendo la tendencia de toda la comunidad autónoma desciende el número de turistas en el intervalo estudiado como podemos apreciar en la siguiente gráfica:



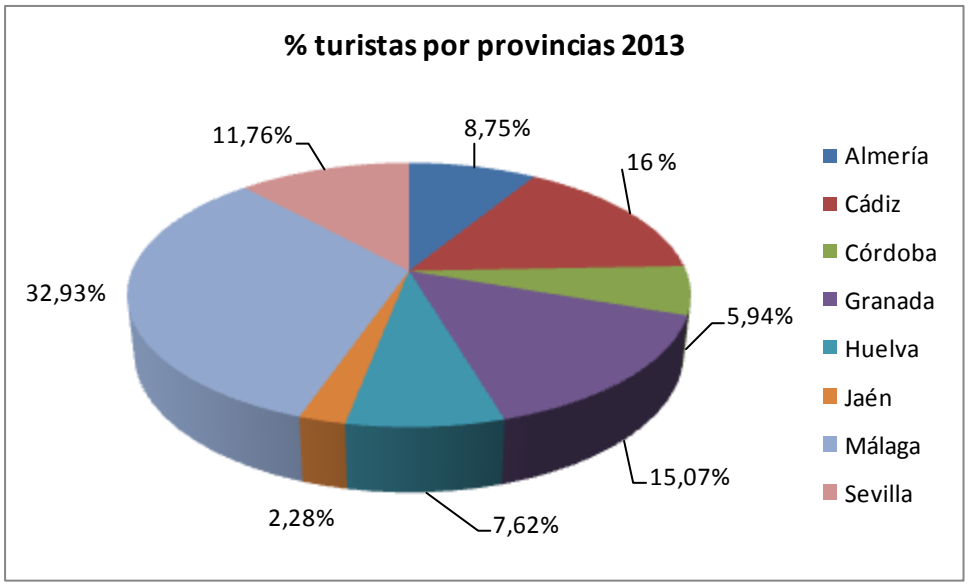
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ECTA - IECA

Málaga ha pasado de recibir 8.505.640 turistas en el año 2007 a los 7.380.622 que registró durante el 2013. Aún así, cabe destacar que la provincia malagueña es la que más turistas recibe del total de las provincias andaluzas.

En el periodo analizado, Andalucía experimentó un descenso del 13,12% en el número de turistas siendo este dato muy similar al experimentado en la provincia de Málaga 13,22%. Además, este dato tiene un aspecto positivo dado que al ser Málaga la provincia andaluza que más turistas recibe lo lógico hubiese sido que el descenso experimentado hubiese sido mayor.

Durante el año 2013, el número de turistas llegados a Andalucía alcanzó los 22.414.728 turistas, de los cuales según el IECA (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía), 7.380.622 turistas llegaron a la provincia de Málaga, lo que supone una cuota de participación del 32,93%.

Por tanto, la provincia malagueña es la que aglutina mayor porcentaje de turistas de la comunidad autónoma, seguida de la gaditana y la granadina.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ECTA - IECA

Obsérvese el brusco descenso experimentado en el número de turistas en Andalucía (3.219.717) entre el año 2008 y 2009 lo que supone un porcentaje de pérdida de turistas del 12,80% que es algo inferior al descenso experimentado en la provincia de Málaga (13,52%).

Igualmente, el aumento experimentado en el año 2013 con respecto al año 2012 supone para toda Andalucía un 3,81%siendo Málaga con el 1,29% la que más aporta en esta subida.

2.3.- NÚMERO DE TURISTAS POR SEXO

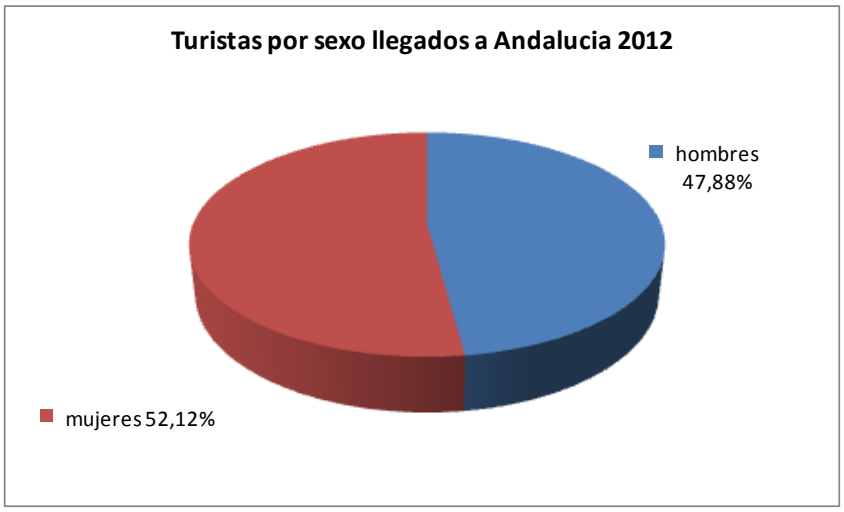
Los datos del número de turistas llegados a la comunidad andaluza por sexo no están disponibles para el año 2013 por lo que el análisis lo efectuaremos para el intervalo 2008-2012. Del mismo modo tan solo analizaremos Andalucía ya que los datos por provincias tampoco están disponibles.

	hombres	mujeres
2008	48,00	52,00
2009	48,40	51,60
2010	48,60	51,40
2011	48,00	52,00
2012	47,88	52,12

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ECTA

Con estos datos podemos concluir que los turistas que eligen como destino la comunidad autónoma de Andalucía son en su mayoría mujeres, ya que durante el intervalo analizado, el número de éstas ha sido siempre mayor con respecto al de hombres.

Gráficamente, con los datos del año 2012 podemos aportar el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ECTA

2.4. NÚMERO DE TURISTAS POR PROCEDENCIA

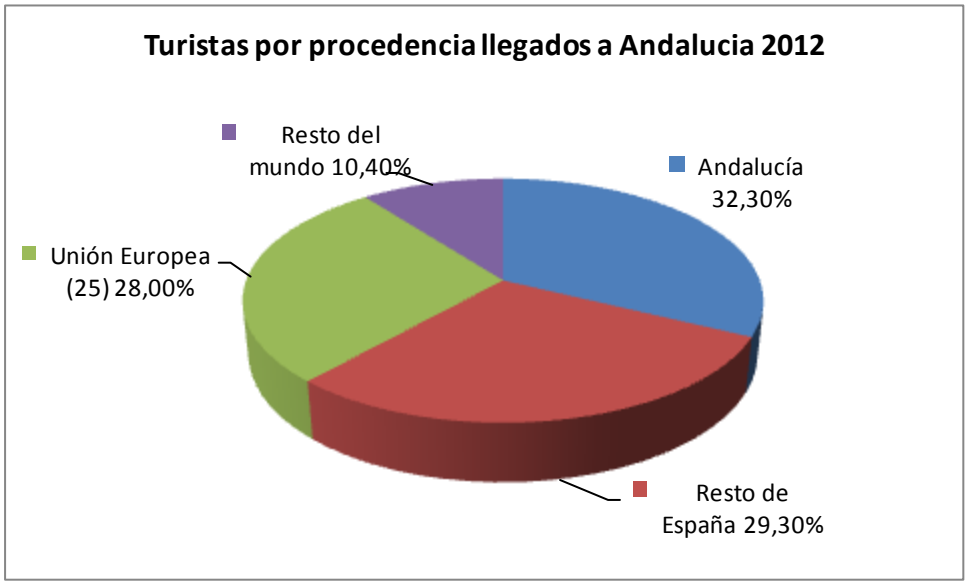
Los datos del número de turistas llegados a la comunidad andaluza por su procedencia no están disponibles para el año 2013 por lo que el análisis lo efectuaremos para el intervalo 2008-2012. Del mismo modo tan solo analizaremos Andalucía ya que los datos por provincias tampoco están disponibles.

	Andalucía	Resto de España	Unión Europea (25)	Resto del mundo
2008	31,60	29,60	29,20	9,60
2009	33,80	29,40	27,10	9,70
2010	33,10	29,00	27,00	10,80
2011	32,60	28,30	28,40	10,70
2012	32,30	29,30	28,00	10,40

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ECTA

Como puede observarse, el mayor número de turistas de Andalucía proceden de la misma región, seguidos del resto de España y la Unión Europea. Del resto del mundo, el número de turistas es considerablemente inferior a los anteriormente citados.

La distribución por procedencia de los turistas para el año 2012 fue la siguiente:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ECTA

2.5.- MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE

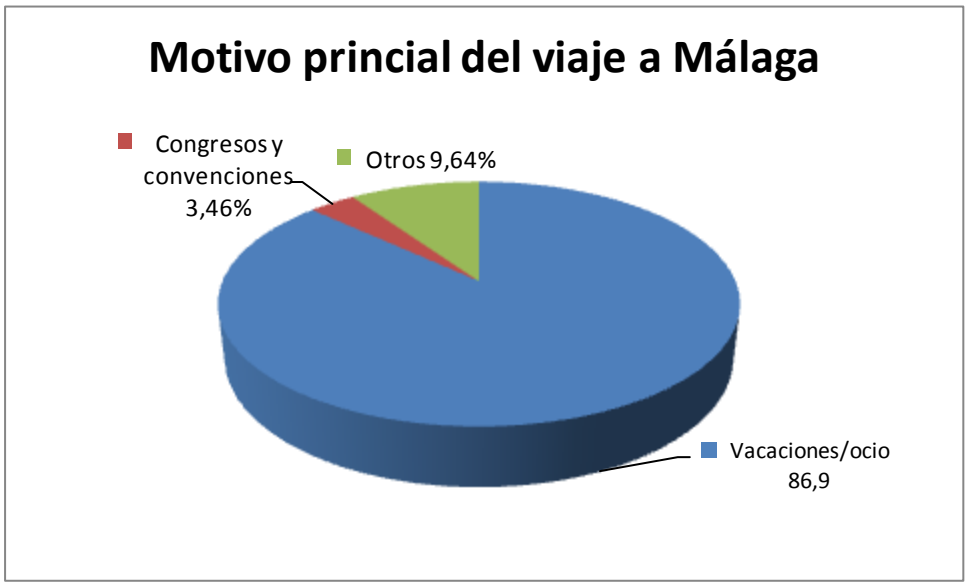
Para analizar el principal motivo del viaje de los turistas a Andalucía nos hemos basado en los datos de ECTA. A partir de estos datos hemos hecho un promedio de los mismos para el intervalo 2007-2013, obteniendo los siguientes resultados:

Motivo principal del viaje	**Málaga**	**Andalucía**
Vacaciones/ocio	86,9	84,23
Congresos y convenciones	3,46	4,72
Otros	9,64	11,05

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ECTA

Como puede observarse, la provincia de Málaga recibe al 86,9% del total de los turistas para sus vacaciones/ocio un dato superior a la media andaluza. Por el contrario, el turismo de congresos y convenciones es inferior en la provincia malagueña al del resto andaluz, exactamente el 3,46% de los turistas llegados a Málaga lo hacen por este motivo.

A continuación mostramos la distribución del viaje según el motivo principal para la provincia de Málaga:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ECTA

2.6.- LLEGADAS DE PASAJEROS A LOS AEROPUERTOS ANDALUCES

Para el análisis de este epígrafe hemos recopilado los datos de AENA y a partir de ellos hemos elaborado nuestras tablas y gráficas.

Partimos de la base que para el estudio hemos considerado los siguientes aeropuertos en la comunidad autónoma de Andalucía:

Almería, Córdoba, Granada-Jaén, Jerez de la Frontera / La Parra, Málaga y Sevilla / San Pablo.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	598.434	503.847	389.609	386.997	382.527	363.616	346.991
Córdoba	218	1.154	96	66	52	109	53
Granada-Jaén	720.035	698.152	581.616	479.200	429.374	358.664	313.948
Jerez de la Frontera/ La Parra	762.463	606.413	501.250	491.474	473.155	411.486	359.475
Málaga	6.720.709	6.331.083	5.747.683	5.981.671	6.354.114	6.240.287	6.413.545
Sevilla/San Pablo	2.236.459	2.182.485	2.019.330	2.106.185	2.468.652	2.131.318	1.834.759
Total Andalucía	11.038.318	10.323.134	9.239.584	9.445.593	10.107.874	9.505.480	9.268.771

Fuente: Elaboración propia a partir de AENA

Con estos datos, podemos concluir que el número total de llegadas de pasajeros en los aeropuertos andaluces durante el periodo 2007-2013 ha descendido considerablemente. La llegada por ferrocarril y por vía marítima se ha convertido en una voraz competencia para el sector aeronáutico en Andalucía.

Málaga a pesar de sufrir el mayor descenso se sigue consolidando como el aeropuerto de referencia en Andalucía, ya que aglutina la gran mayoría de las llegadas a la comunidad.

Porcentualmente hablando, Málaga representó en el año 2013 el 69,20% del total e las llegadas aeroportuarias de Andalucía. Si a estos datos le sumamos los del aeropuerto sevillano de San Pablo, nos encontramos que más del 90% de las llegadas a Andalucía se realizan a través de estos dos aeropuertos andaluces como demuestra la siguiente tabla:

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	5,42	4,88	4,22	4,10	3,78	3,83	3,74
Córdoba	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Granada-Jaén	6,52	6,76	6,29	5,07	4,25	3,77	3,39
Jerez de la Frontera/ La Parra	6,91	5,87	5,43	5,20	4,68	4,33	3,88
Málaga	60,89	61,33	62,21	63,33	62,86	65,65	69,20
Sevilla/San Pablo	20,26	21,14	21,86	22,30	24,42	22,42	19,80
Total Andalucía	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

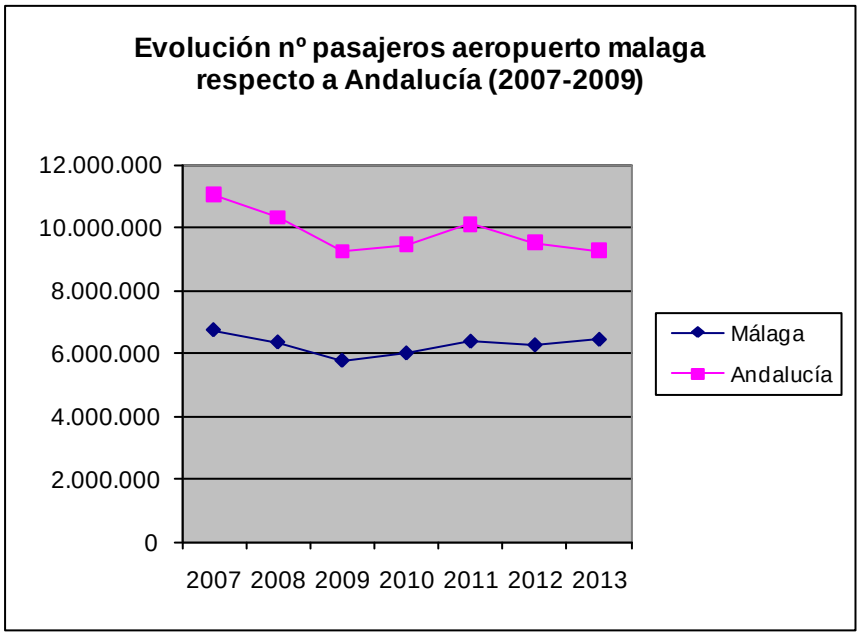
Fuente: Elaboración propia a partir de AENA

Hay que destacar que a pesar del descenso del número de pasajeros en este periodo, el aeropuerto malagueño ha estado presentando ascensos y descensos del número de pasajeros durante toda la serie analizada, al igual que Andalucía.

Las llegadas al aeropuerto malagueño marcan año tras año el devenir el total de Andalucía siendo éste un reflejo de lo que acontece en el aeropuerto malagueño.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Málaga	6.720.709	6.331.083	5.747.683	5.981.671	6.354.114	6.240.287	6.413.545
Total Andalucía	11.038.318	10.323.134	9.239.584	9.445.593	10.107.874	9.505.480	9.268.771

Fuente: Elaboración propia a partir de AENA



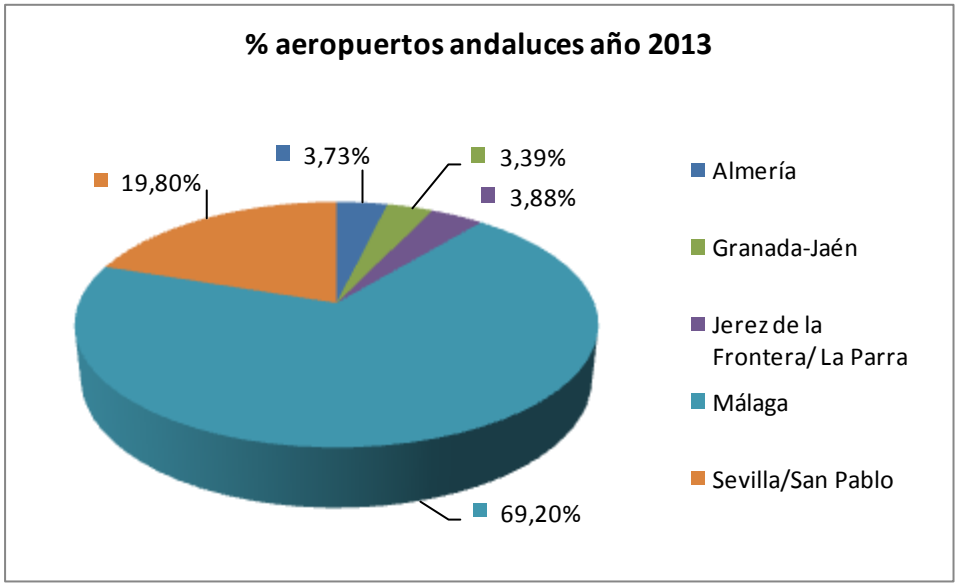
Fuente: Elaboración propia a partir de AENA

Podemos también analizar la cuota que representa cada aeropuerto andaluz en el número de llegadas de pasajeros durante el año 2013.

	% AÑO 2013
Almería	3,73
Córdoba	0,00
Granada-Jaén	3,39
Jerez de la Frontera/ La Parra	3,88
Málaga	69,20
Sevilla/San Pablo	19,80
Total Andalucía	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de AENA

Observamos que los aeropuertos de Málaga y Sevilla aglutinan casi la totalidad de las llegadas en Andalucía y que por ejemplo en el aeropuerto de Córdoba apenas hay actividad. Jerez, Granada y Almería completan el resto de las llegadas a Andalucía.



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA

2.7.- GASTO MEDIO DEL TURISTAS EN ANDALUCÍA POR NACIONALIDAD

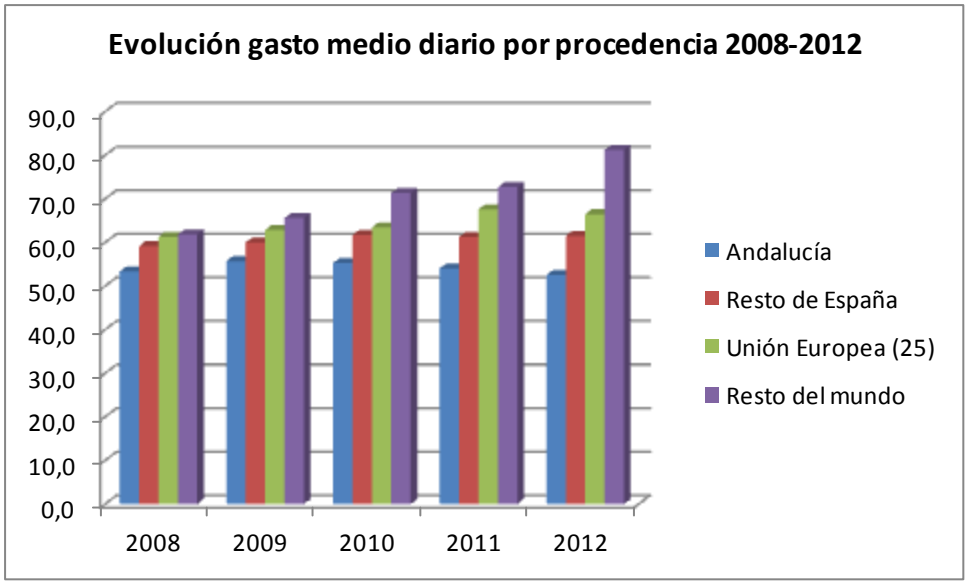
Para el análisis del gasto medio del turista en Andalucía hemos utilizado los datos del IECA como fuente, por lo que el intervalo analizado es de 2008-2012 ya que los datos de 2013 no están disponibles.

	Andalucía	Resto de España	Unión Europea (25)	Resto del mundo	Total
2008	53,36	59,15	61,28	61,86	58,65
2009	55,7	60,01	62,89	65,63	59,85
2010	55,27	61,69	63,44	71,34	60,38
2011	54,06	61,26	67,6	72,69	60,2
2012	52,52	61,51	66,48	81,23	60,39

Fuente: Elaboración propia a partir de IECA

Como puede apreciarse, los turistas del resto del mundo son los que mayor gasto medio diario tienen en la comunidad andaluza, seguido de los provenientes del resto de Europa. Los procedentes de Andalucía son los turistas que menor gasto medio diario realizan en sus estancias.

A continuación, mostramos una gráfica que representa la evolución del gasto medio diario en el intervalo analizado.



Fuente: Elaboración propia a partir de IECA

2.8.- GASTO MEDIO DEL TURISTA EN MÁLAGA

Para el análisis del gasto medio del turista en la provincia de Málaga, hemos utilizado los datos del IECA como fuente, por lo que el intervalo analizado es de 2008-2012 ya que los datos de 2013 no están disponibles.

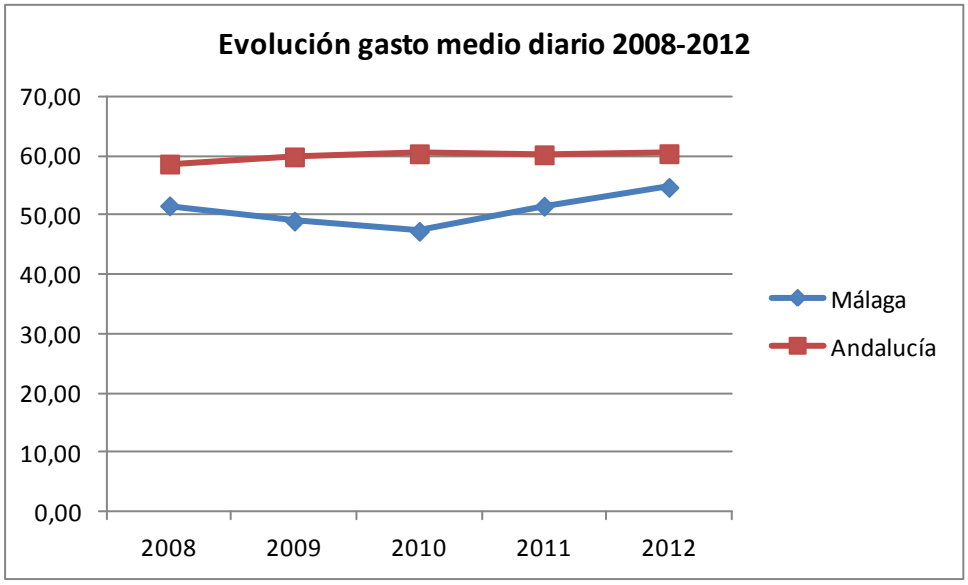
	2008	2009	2010	2011	2012
Málaga	51,60	49,03	47,31	51,53	54,71
Andalucía	58,65	59,85	60,38	60,20	60,39

Fuente: Elaboración propia a partir de IECA

El gasto medio se ha visto incrementado en la provincia de Málaga en el intervalo analizado en 3,11 euros de media ya que en el año 2008 el gasto fue de 51,60 euros y en 2012 fue de 54,71 euros.

Hay que destacar que la provincia malagueña está por debajo del gasto medio en el resto de la comunidad durante todo el intervalo analizado aunque es cierto que en el año 2012 se ha visto reducida esa diferencia con respecto a los años anteriores.

Vamos a mostrar la evolución del gasto medio diario comprando la provincia de Málaga con el resto de Andalucía:



Fuente: Elaboración propia a partir de IECA

2.9.- VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Para poder analizar el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros en Andalucía y el peso de la provincia de Málaga, es necesario mostrar los datos del periodo a analizar en las diferentes provincias andaluzas.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	1.289.824	1.296.726	1.174.232	1.170.131	1.112.344	1.015.063	1.057.693
Cádiz	2.605.380	2.457.303	2.295.561	2.175.006	2.142.299	2.090.144	2.179.586
Córdoba	997.418	928.934	824.034	872.283	981.133	982.107	988.793
Granada	2.296.822	2.256.910	2.044.723	2.133.020	2.292.934	2.221.899	2.388.831
Huelva	1.067.012	1.099.907	1.066.307	1.068.296	1.060.977	944.441	971.449
Jaén	621.732	534.660	504.575	485.514	483.666	452.469	435.844
Málaga	4.824.824	4.917.796	4.137.987	4.096.569	4.361.125	4.323.141	4.575.701
Sevilla	2.428.605	2.277.104	2.158.183	2.343.070	2.460.022	2.422.319	2.346.217
Total Andalucía	**16.131.617**	**15.769.340**	**14.205.602**	**14.343.889**	**14.894.500**	**14.451.583**	**14.944.114**

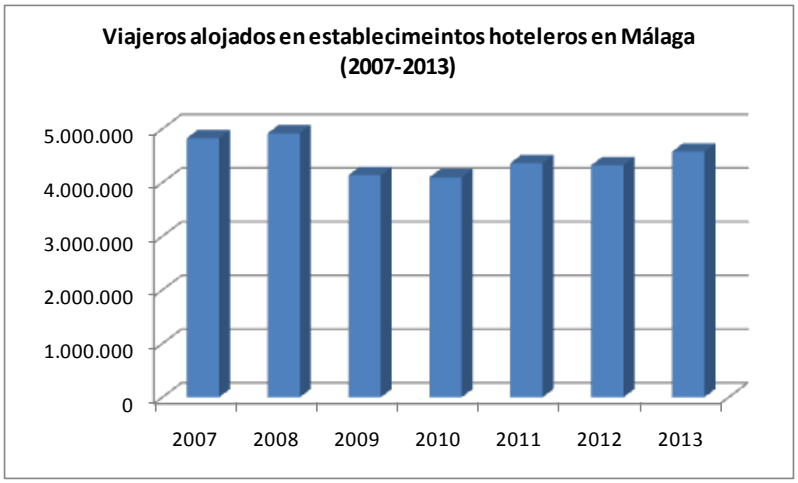
Fuente: EOH - INE

Como se puede apreciar, el número de número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros en Andalucía ha descendido en este periodo. El número total de viajeros alojados en establecimientos hoteleros en Andalucía en el año 2007 era de 16.131.617 pasando a los 14.944.114 del año 2013 por lo que la pérdida de viajeros alojados en establecimientos hoteleros en el total de provincias de Andalucía ha sido de 1.187.503 viajeros.

En términos porcentuales, Andalucía pierde un 7,36% de viajeros mientras que Málaga tan sólo pierde el 5,16% de éstos.

Destacar que todas las provincias andaluzas han sufrido un descenso en el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros excepto Granada que ha aumentado el número en 92.009 viajeros.

En el caso de Málaga, el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros aumentó hasta el año 2010, en el que sufrió un leve descenso para volver a aumentarlo en 2011. Durante el año 2012, los registros de la provincia malagueña fueron prácticamente iguales al año anterior y habría que destacar el aumento de los mismos durante el año 2013 alcanzando un valor de 4.575.701 viajeros alojados en establecimientos hoteleros en esta provincia.



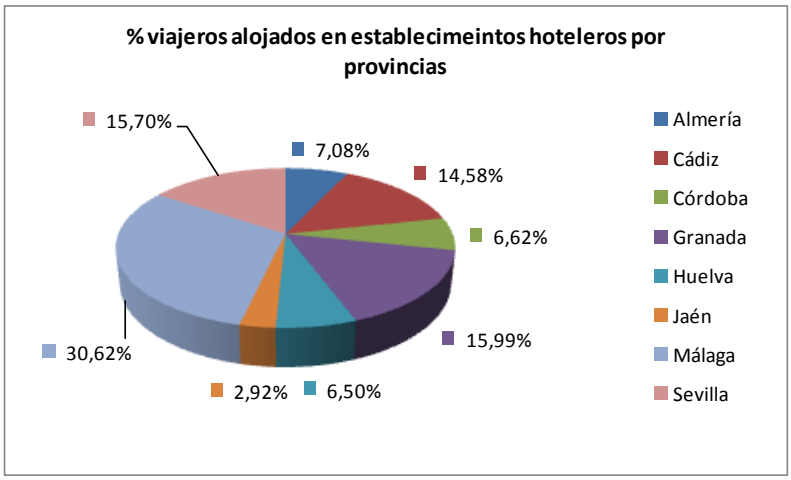
Fuente: EOH - INE

Durante el año 2013 se alojaron en establecimientos hoteleros malagueños un total de 4.575.701 viajeros, indicándonos este dato que la cuota de participación malagueña (30,62%) es la más elevada de las provincias andaluzas.

	2013	%
Almería	1.057.693	7,08
Cádiz	2.179.586	14,58
Córdoba	988.793	6,62
Granada	2.388.831	15,99
Huelva	971.449	6,50
Jaén	435.844	2,92
Málaga	4.575.701	30,62
Sevilla	2.346.217	15,70

Fuente: EOH - INE

Por tanto, Málaga lidera el ranking de provincias andaluzas en cuanto al número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros en el año 2013. Esta tendencia se ha mantenido durante todo el periodo analizado 2007-2013.



Fuente: EOH - INE

2.10.- PERNOCTACIONES DE VIAJEROS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

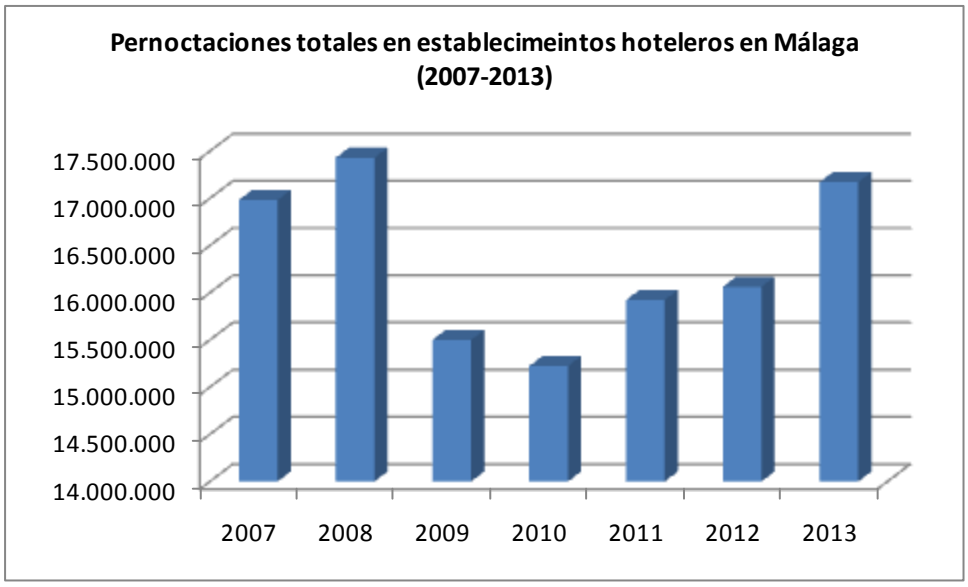
Tal y como nos muestra la siguiente tabla de datos, el número de pernoctaciones de viajeros ha disminuido en el período analizado 2007-2013 en la comunidad andaluza. En 2007 fueron 44.677.632 pernoctaciones las que se produjeron en Andalucía mientras que en 2013 fueron 43.061.931 el número de las mismas significando esto la pérdida de 1.615.701 pernoctaciones en la comunidad autónoma andaluza.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	4.875.465	4.915.761	4.417.118	4.568.699	4.394.411	4.105.708	4.413.892
Cádiz	7.153.634	6.756.039	6.535.905	6.290.647	6.434.695	6.174.465	6.360.754
Córdoba	1.589.627	1.517.931	1.338.659	1.408.056	1.602.416	1.608.835	1.591.339
Granada	4.984.854	4.762.289	4.433.331	4.549.841	4.855.770	4.639.702	4.969.203
Huelva	3.541.201	3.658.863	3.646.309	3.801.989	3.789.515	3.327.307	3.439.490
Jaén	1.065.700	927.264	856.211	831.353	815.993	772.216	769.674
Málaga	16.982.486	17.430.627	15.500.661	15.223.453	15.923.031	16.062.934	17.172.499
Sevilla	4.484.665	4.202.788	3.953.012	4.282.928	4.547.501	4.490.596	4.345.080
Total Andalucía	**44.677.632**	**44.171.562**	**40.681.206**	**40.956.966**	**42.363.332**	**41.181.763**	**43.061.931**

Fuente: EOH – INE

Málaga vuelve a ser la provincia que lidera el número de pernoctaciones de viajeros en establecimientos hoteleros con un total de 17.172.499 en el año 2013. El incremento de la provincia de Málaga con respecto al año 2012 ha sido del 6,91%.

También habría que hacer mención a que la provincia de Málaga ha conseguido situarse durante el año 2013 en valores superiores a los existentes antes del comienzo de la crisis financiera, allá por el 2007.



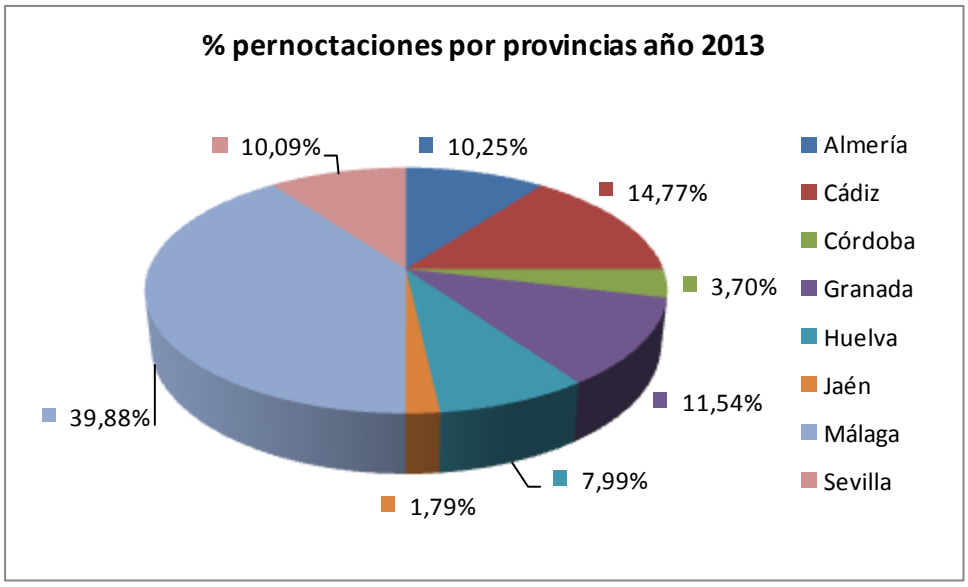
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EOH – INE

En la gráfica puede observarse como la provincia malagueña acusó la crisis financiera reduciendo considerablemente el número de pernoctaciones en establecientes hoteleros en los años 2009 y 2010 aunque se observa la tendencia de crecimiento en los años posteriores, tendencia que además sitúa a la provincia mejorando los datos de pernoctaciones anteriores a la crisis financiera.

Málaga continúa liderando las provincias andaluzas en el número de pernoctaciones de viajeros en establecimientos hoteleros aglutinando casi el 40% del total de las mismas de la comunidad como nos indican la siguiente tabla y gráfica:

	2013	%
Almería	4.413.892	10,25
Cádiz	6.360.754	14,77
Córdoba	1.591.339	3,70
Granada	4.969.203	11,54
Huelva	3.439.490	7,99
Jaén	769.674	1,79
Málaga	17.172.499	39,88
Sevilla	4.345.080	10,09

Fuente: EOH – INE



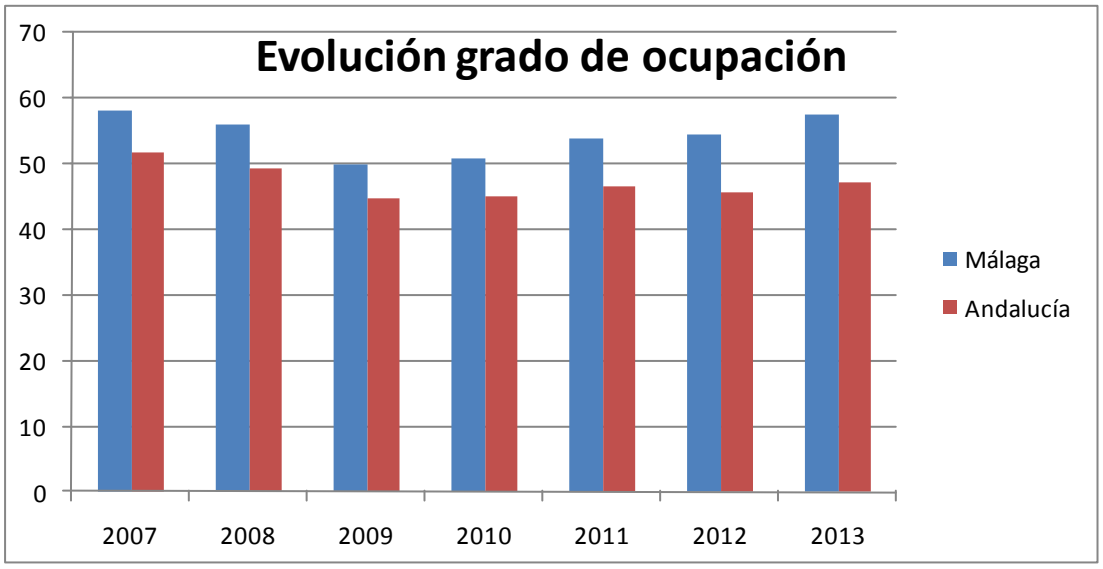
Fuente: EOH – INE

2.11.- GRADO DE OCUPACIÓN POR PLAZAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LAS PROVINCIAS ANDALUZAS

Durante el año 2013 el grado de ocupación hotelera que registro Andalucía se elevó a un 47,18%, mientras que en Málaga supuso un 57,50%, podemos comprobar que Málaga tiene un grado de ocupación superior a la media andaluza en el año 2013 por un valor del 10,32%.

Se observa que esta tendencia se da en todo el periodo analizado 2007-2013, por lo que Málaga se convierte así en la provincia andaluza con mayor grado de ocupación por plazas de los establecimientos hoteleros.

Tras la provincia malagueña, Granada, Cádiz y Sevilla son las provincias andaluzas con mayor grado de ocupación. Por el contrario, Jaén, se convierte con el 23,85% en la provincia andaluza con menor grado de ocupación por plazas de los establecimientos hoteleros.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

2.12.- ESTANCIA MEDIA DE LOS VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Los viajeros que se han alojado en los hoteles de la comunidad autónoma andaluza durante el año 2013 han permanecido una media de 2,88 días, esto implica que en Málaga con una media de 3,75 días los turistas permanecen casi un día más que en la media de la región.

La estancia media de los viajeros en la provincia malagueña sigue la tendencia de la región, que no es otra que la estabilidad, a pesar de la actual crisis financiera. Sin embargo, Almería es la provincia andaluza que según el Instituto Nacional de Estadística (INE) lidera las estancias medias de los turistas en Andalucía.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
2007	3,78	2,75	1,59	2,17	3,32	1,71	3,52	1,85	2,77
2008	3,79	2,75	1,63	2,11	3,33	1,73	3,54	1,85	2,80
2009	3,76	2,85	1,62	2,17	3,42	1,70	3,75	1,83	2,86
2010	3,90	2,89	1,61	2,13	3,56	1,71	3,72	1,83	2,86
2011	3,95	3,00	1,63	2,12	3,57	1,69	3,65	1,85	2,84
2012	4,04	2,95	1,64	2,09	3,52	1,71	3,72	1,85	2,85
2013	4,17	2,92	1,61	2,08	3,54	1,77	3,75	1,85	2,88

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Los datos que el Instituto Nacional de Estadística (INE) nos aporta, revelan que tanto Almería, como Málaga y Huelva están muy por encima de la media andaluza.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

2.13.- ESTANCIA MEDIA DE LOS TURISTAS EN ANDALUCÍA (cualquier tipo de alojamiento)

Para comenzar hay que destacar que los datos a analizar han sido obtenidos de la ECTA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía) y el IECA (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía).

Además debemos también mencionar que los alojamientos considerados en esta encuesta son: Hotel, apartahotel, Hostal, pensión, apartamento, piso o chalet en alquiler, apartamento, piso o chalet en propiedad, apartamento, piso o chalet de amigos, familiares..., camping, albergue y otros.

Con todo ello los datos que nos ofrecen son los siguientes en el intervalo 2007-2013 para cada provincia y para el total de la comunidad autónoma andaluza.

	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA	ANDALUCÍA
2007	8,3	6,9	3,1	5,5	9,5	4,4	10,4	4,1	8,6
2008	7,2	7,0	3,0	5,4	7,5	4,4	11,1	4,0	8,6
2009	7,5	7,5	3,0	5,6	7,5	3,3	11,9	3,7	8,8
2010	7,8	7,3	3,3	5,5	6,9	3,6	11,9	3,4	9,0
2011	8,2	7,2	3,8	6,3	7,5	2,9	11,4	3,3	9,1
2012	9,7	8,0	3,7	5,5	8,6	2,7	12,3	3,6	9,4
2013	9,2	9,1	3,9	5,0	7,9	2,4	10,7	3,5	9,1

Fuente: ECTA – IECA

Como podemos observar, Málaga vuelve a ser la provincia que lidera el ranking de la estancia media de los turistas en cualquier tipo de alojamiento con una media en al año 2013 de 10,7. Hay que destacar que esta cifra se visto reducida con respecto al año 2012 en 1,6 días. No obstante la provincia malagueña es la provincia de referencia año tras año ya que en todo el periodo analizado se sitúa por encima y a la cabeza de la comunidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ECTA – IECA

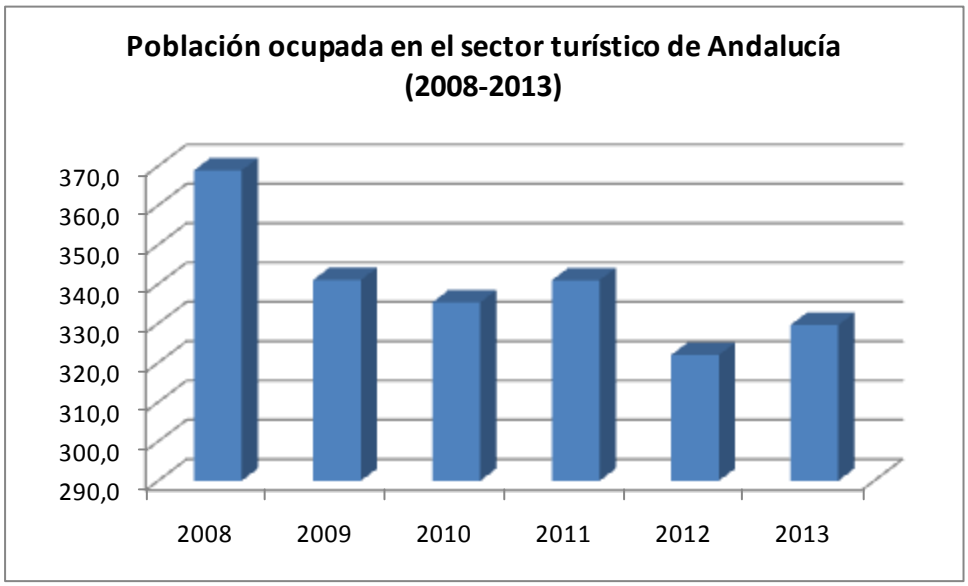
2.14.- POBLACIÓN OCUPADA EN EL SECTOR TURÍSTICO DE ANDALUCÍA. AÑOS 2008-2013

Debemos comenzar comunicando que debido a cambios metodológicos introducidos en la EPA, los datos de 2007 y anteriores no son comparables con los datos de la serie 2008-2013, por ese motivo no se han consignado y hemos analizado los datos de este periodo 2008-2013.

Los datos que mostramos a continuación son en miles y reflejan un descenso de la población ocupada en el sector turístico en la comunidad andaluza en el periodo 2008-2012 mientras que se aprecia un aumento de la misma en el año 2013 con respecto al año 2012.

	Andalucía
2008	368,9
2009	341,1
2010	335,4
2011	341,0
2012	322,0
2013	329,6

Fuente: Empleo turístico en Andalucía. Explotación propia a partir de la Encuesta de Población Activa (EPA), del INE.



Fuente: Empleo turístico en Andalucía. Explotación propia a partir de la Encuesta de Población Activa (EPA), del INE.

2.15.- DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DE OCUPADOS EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA ANDALUZA. AÑOS 2008-2013

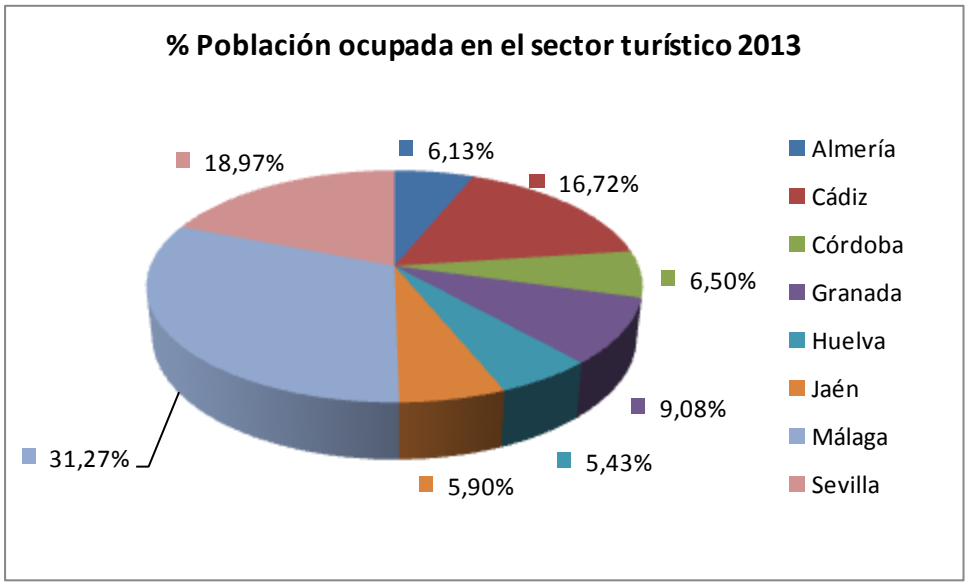
Al igual que en el epígrafe anterior, debido a cambios metodológicos introducidos en la EPA, los datos de 2007 y anteriores no son comparables con los datos de la serie 2008-2013, por ese motivo no se han consignado y hemos analizado los datos de este periodo 2008-2013.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
2008	8,0%	16,8%	5,9%	9,4%	4,5%	5,0%	29,3%	21,1%
2009	7,6%	16,2%	6,8%	8,6%	4,9%	4,8%	30,3%	20,8%
2010	6,4%	16,2%	8,0%	10,0%	6,0%	4,7%	27,3%	21,5%
2011	6,5%	16,1%	7,8%	10,4%	5,4%	4,9%	28,0%	20,8%
2012	6,5%	17,4%	7,7%	9,3%	4,9%	6,0%	30,3%	18,0%
2013	6,1%	16,7%	6,5%	9,1%	5,4%	5,9%	31,3%	19,0%

Fuente: Empleo turístico en Andalucía. Explotación propia a partir de la Encuesta de Población Activa (EPA), del INE.

Málaga es la provincia andaluza que lidera la distribución provincial de ocupados en la industria turística andaluza durante los años 2008-2013. Conjuntamente con la provincia malagueña encontramos a la sevillana que entre ambas aglutinan la mitad de los ocupados en la industria turística.

Si analizamos el año 2013, observamos como Málaga representa casi un tercio del total de ocupados (31,3%), seguida de Sevilla con el 19,0%. La provincia que menos ocupados aporta a la industria turística es Huelva con el 5,4%.



Fuente: Empleo turístico en Andalucía. Explotación propia a partir de la Encuesta de Población Activa (EPA), del INE.

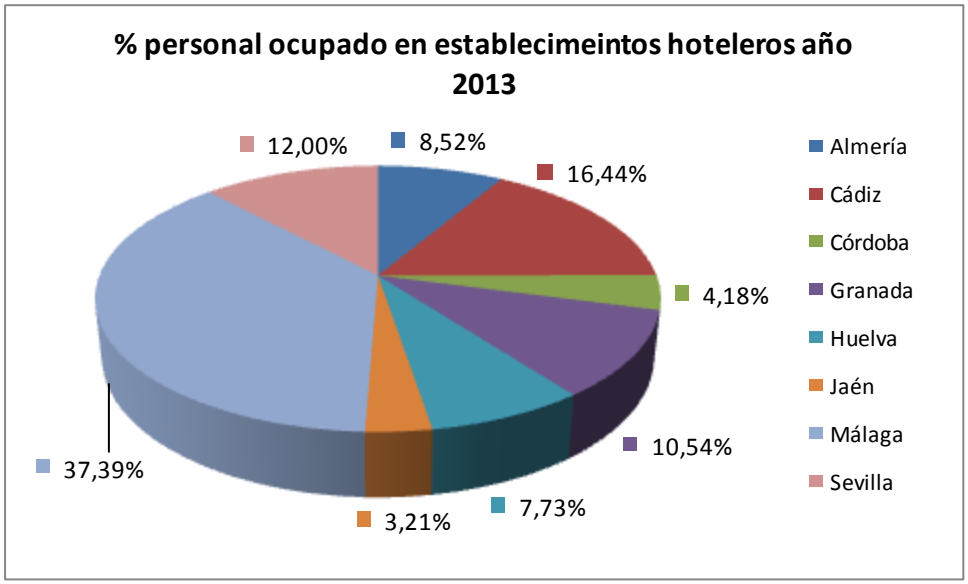
2.16.- PERSONAL OCUPADO EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

La provincia malagueña, aglutina el 37,39% del número de empleados en establecimientos hoteleros de Andalucía durante el año 2013. En valores absolutos, la provincia de Málaga tiene un total de 10.471 empleados frente a los 28.725 trabajadores que presentó Andalucía en su conjunto.

	2013	%
Almería	2.446	8,52
Cádiz	4.722	16,44
Córdoba	1.201	4,18
Granada	3.027	10,54
Huelva	2.220	7,73
Jaén	921	3,21
Málaga	10.741	37,39
Sevilla	3.448	12,00
Andalucía	28.725	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Estos valores muestran la importancia del sector hotelero para el empleo de la provincia de Málaga y la relevancia que toma dicha provincia en la comunidad autónoma andaluza.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

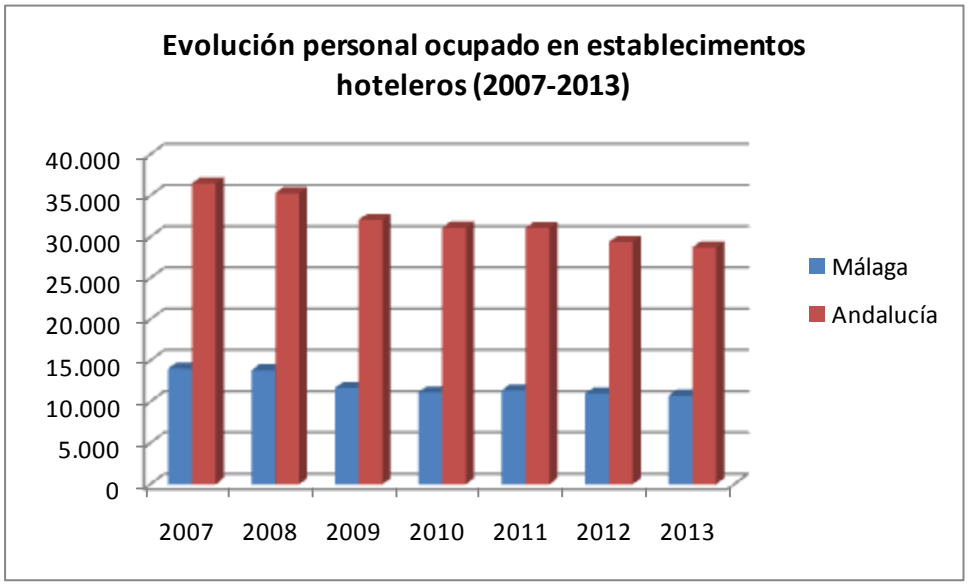
Analizando los empleados en el sector durante el periodo 2007-2013, observamos cómo debido a la fuerte crisis financiera se han perdido empleos en el sector. La provincia de Málaga ha perdido un total de 3.282 empleos en este sector en el periodo analizado. Estas pérdidas de empleo de la provincia malagueña se extrapolan también al total de la región, siendo la pérdida en ésta de 7.778 empleos.

	Málaga	Andalucía
2007	14.023	36.503
2008	13.834	35.305
2009	11.671	32.056
2010	11.131	31.107
2011	11.387	31.095
2012	10.992	29.384
2013	10.741	28.725

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Hay que mencionar que el decremento de la provincia de Málaga en este periodo ha sido mayor que el de la totalidad de la región. En la provincia malagueña ha ascendido a la cifra de 23,40% mientras que el del total de Andalucía ha sido de 21,31%. A pesar de ello, tanto en Málaga como en el resto de Andalucía se aprecia como desde el año 2012 esta pérdida es mínima lo que hace pensar que la recuperación del empleo en el sector está muy próxima.

Gráficamente, si comparamos la evolución en este periodo de la provincia de Málaga con respecto al total de Andalucía es muy significativa, ya que ambas son muy similares, lo que demuestra una vez más que la provincia de Málaga es un buen termómetro del sector turístico de Andalucía.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

2.17.- DEMANDAS DE EMPLEO PENDIENTES DE DEMANDANTES PARADOS EN HOSTELERÍA

El sector de la hostelería, al igual que el resto de sectores de la economía española se ha visto en vuelto en la actual crisis financiera por lo que el número de demandantes de empleo en el sector se ha disparado en el intervalo analizado.

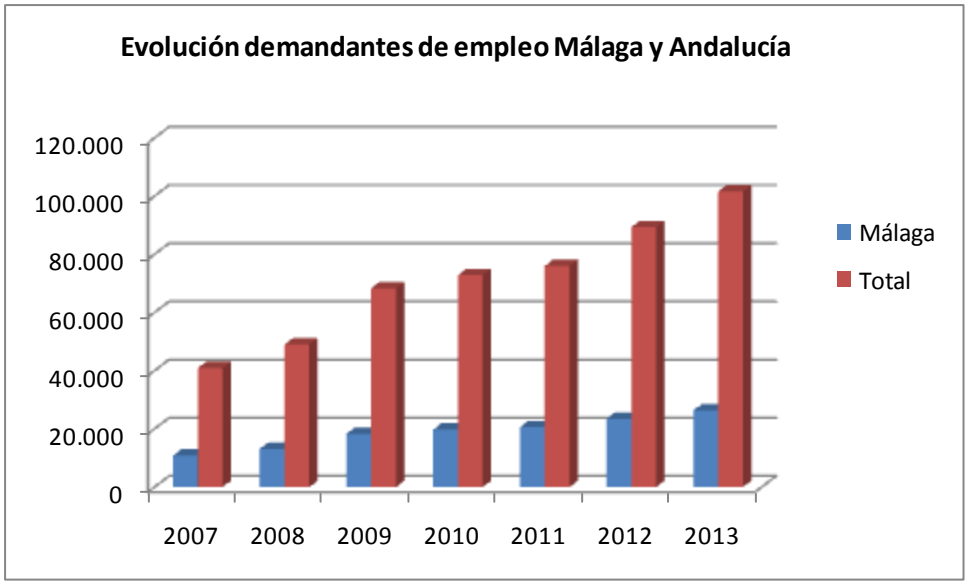
En términos absolutos, los demandantes de empleo en el sector de la hostelería en la provincia de Málaga han aumentado en el periodo 2007-2013 en un total de 15.487 personas. En toda la comunidad autónoma la tendencia al aumento es la misma aunque hay provincias en las que se han acusado más como son los casos de las provincias de Huelva y Almería donde el incremento de demandantes ha sido mayor que en el resto de provincias.

La evolución de la provincia malagueña y del total de la región en términos absolutos en este periodo es la siguiente:

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Málaga	10.844	13.141	18.317	19.777	20.599	23.506	26.331
Total	40.908	49.003	68.364	72.855	75.976	89.364	101.605

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Sepe

Como puede observarse, entre los años 2007 y 2010, la provincia malagueña sufre un fortísimo aumento del número de demandantes. Entre el año 2010 y 2011 el aumento se produce pero en menor medida aunque en 2012 y 2013 vuelve a producirse un aumento importante del número de demandantes de empleo en el sector de la hostelería.



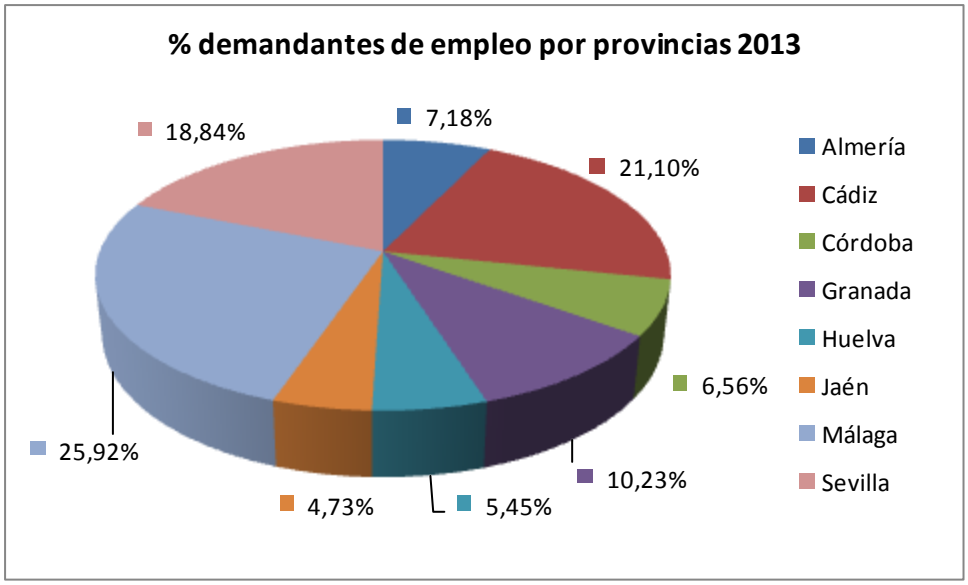
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sepe

Analizando el año 2013, observamos como Málaga significa algo más del 25% del total de los demandantes en la comunidad autónoma andaluza.

	2013	%
Almería	7.299	7,18
Cádiz	21.436	21,10
Córdoba	6.662	6,56
Granada	10.395	10,23
Huelva	5.538	5,45
Jaén	4.803	4,73
Málaga	26.331	25,92
Sevilla	19.141	18,84
Total	101.605	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sepe

El número total de demandantes en Andalucía en el año 2013 asciende a 101.605, de los que el 25,92% corresponden a la provincia de Málaga. Por el contrario, la provincia andaluza con menso demandantes e empleo en el sector es la de Jaén con un total de 4.803 personas, lo que significa el 4,75% del total.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sepe

El incremento medio en la comunidad andaluza en este periodo 2007-2013 ha sido de 148,37%, lo que significa que tan solo las provincias de Málaga, Córdoba y Granada están por debajo de este valor.

	2007	2013	Incremento 07-13
Almería	2.464	7.299	196,23
Cádiz	8.550	21.436	150,71
Córdoba	3.084	6.662	116,02
Granada	4.503	10.395	130,85
Huelva	1.850	5.538	199,35
Jaén	1.928	4.803	149,12
Málaga	10.844	26.331	142,82
Sevilla	7.685	19.141	149,07
Total Andalucía	40.908	101.605	148,37

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sepe

2.18.- VALORACIÓN DEL VIAJE

A continuación mostramos una tabla con las valoraciones de los turistas en Málaga y en la media andaluza.

	Año 2008		Año 2013	
	Málaga	Andalucía	Málaga	Andalucía
Alojamiento	8,1	7,9	8,5	8,3
Restauración	7,6	7,4	8,1	8,0
Ocio-diversión	6,8	7	8,4	8,0
Transportes públicos: Autobuses	6,9	7,1	8,5	8,0
Transportes públicos: Trenes	6,2	6,5	8,7	8,2
Transportes públicos: Taxis	5,8	6,1	8,4	7,9
Transportes públicos: Alquiler de coches	5,9	6,6	8,4	8,1
Calidad de la oferta turística: Playas	7,4	7,2	8,2	7,9
Calidad de la oferta turística: Paisajes y Parques naturales	7,9	8	8,0	8,3
Calidad de la oferta turística: Entornos urbanos	7,6	7,4	8,2	7,9
Seguridad ciudadana	7	7,1	8,4	8,2
Asistencia sanitaria	6,6	6,7	8,0	8,0
Atención y trato	8,2	7,8	8,6	8,5
Relación precio/servicio	7,1	7,4	8,2	8,1
Red de comunicaciones	7	7,1	8,6	8,1
Limpieza	5,9	6,6	8,2	7,9
Nivel del tráfico	6	6,4	8,4	7,9
Señalización turística	6,5	6,8	8,5	8,0
Información turística	6,9	7	8,6	8,3
Patrimonio cultural	7	7,3	8,1	8,3
Infraestructura para la práctica del golf	5,9	6,4	8,4	8,2
Puertos y actividades nauticas	7,2	7,3	9,3	8,6
Índice sintético de percepción (Calificación media)	**6,8**	**7**	**8,4**	**8,1**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del IECA

Como podemos observar, la valoración de todas y cada una de las variables que se han analizado en el periodo 2008-2013 por los turistas han sido muy positivas tanto para la provincia de Málaga como para el total de Andalucía.

Hay que destacar que la provincia de Málaga estaba en el año 2008 por debajo de la valoración media andaluza con 6,8 respecto a la media de 7,0 de la comunidad, mientras que en el año 2013 esta valoración ha dado un giro, estando la provincia malagueña (8,4) por encima de la media andaluza (8,1).

También hay que destacar que tanto Andalucía como Málaga han aumentado la valoración de los turistas ya que Málaga ha pasado de 6,8 a 8,4 y Andalucía de 7 a 8,1.

Para el estudio de la oferta hotelera en la provincia de Málaga y poder compararla con Andalucía hemos obtenido los datos del INE (Instituto Nacional de Estadística).

Hay que destacar que en los establecimientos de 5 estrellas el total de los establecimientos ofertados no coinciden las cantidades y esto es porque el tamaño de la muestra en esta categoría no permite al INE facilitar resultados desagregados para las mismas, con el fin de preservar el secreto estadístico. No obstante, en el total están incluidos los datos correspondientes a dichas categorías.

Además el número de establecimientos es un promedio de los datos mensuales ya que la cifra anual no se recoge y existe un alto índice de estacionalidad lo que nos lleva a tener un número de hoteles abiertos diferente en función de los meses que se analicen.

3.- OFERTA

3.1.- NÚMERO TOTAL DE HOTELES

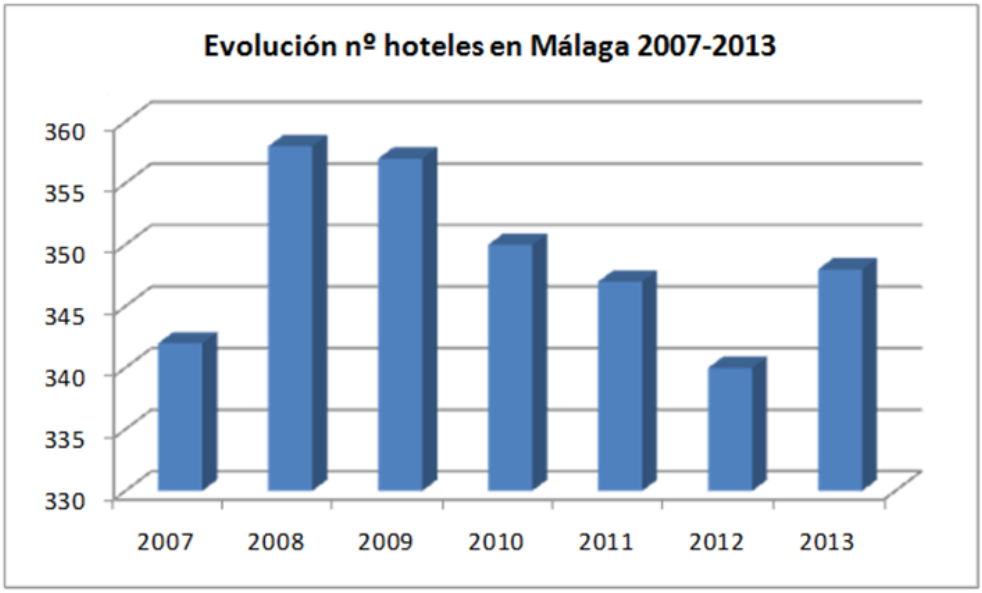
Comenzaremos el análisis del número total de hoteles exponiendo el número de los mismos en cada provincia en el periodo comprendido desde 2007 hasta 2013 ambos incluidos.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	89	90	93	93	93	91	90
Cádiz	218	219	222	219	214	213	216
Córdoba	77	78	79	82	89	95	94
Granada	201	208	216	221	226	222	222
Huelva	69	73	72	72	71	70	70
Jaén	105	107	110	111	114	111	109
Málaga	342	358	357	350	347	340	348
Sevilla	147	154	162	166	170	173	171
Total Andalucía	**1248**	**1287**	**1311**	**1314**	**1324**	**1315**	**1320**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Se aprecia como el número total de los hoteles en Andalucía comenzó la serie en ascenso y tan solo ha habido un pequeño retroceso en el año 2012, aunque al año siguiente, en 2013, el crecimiento volvió a la comunidad andaluza.

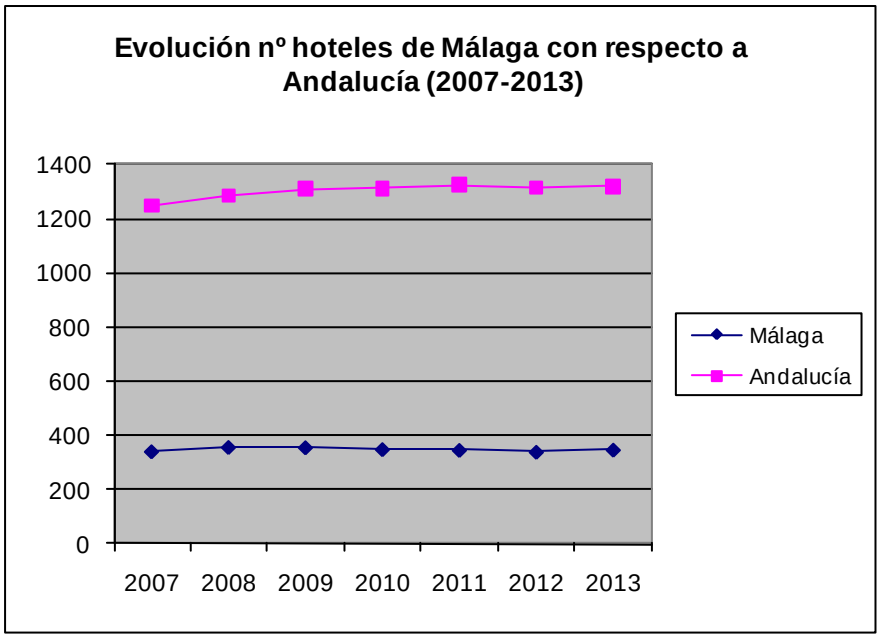
Málaga, Granada Cádiz y Sevilla lideran la oferta hotelera de Andalucía. La provincia malagueña es la que mayor número de hoteles aporta a la oferta de la comunidad autónoma. Por el contrario, Huelva se convierte durante todo el periodo analizado en la provincia andaluza que menor número de hoteles aporta al total de la comunidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

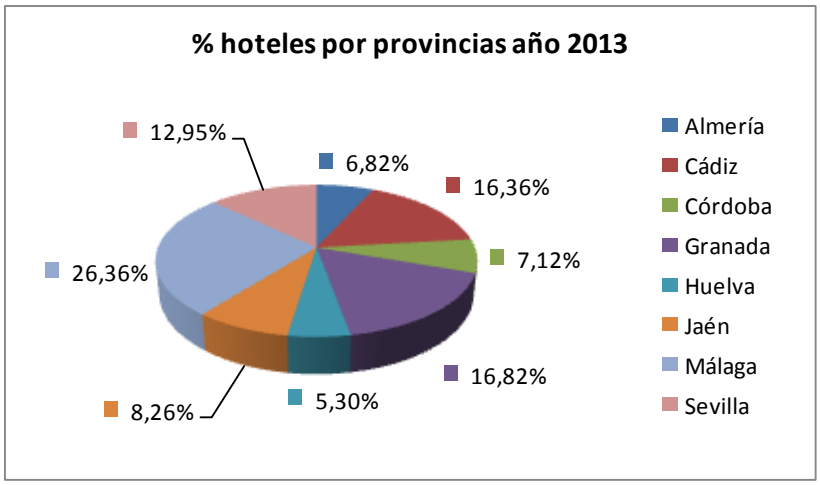
La provincia malagueña ha incrementado en este periodo su oferta hotelera pasando de los 342 establecimientos en 2007 a los 348 del año 2013.

Comparándola con el resto de Andalucía, el comportamiento en este periodo ha sido muy similar ya que el crecimiento de la provincia malagueña se extrapola al total de la comunidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

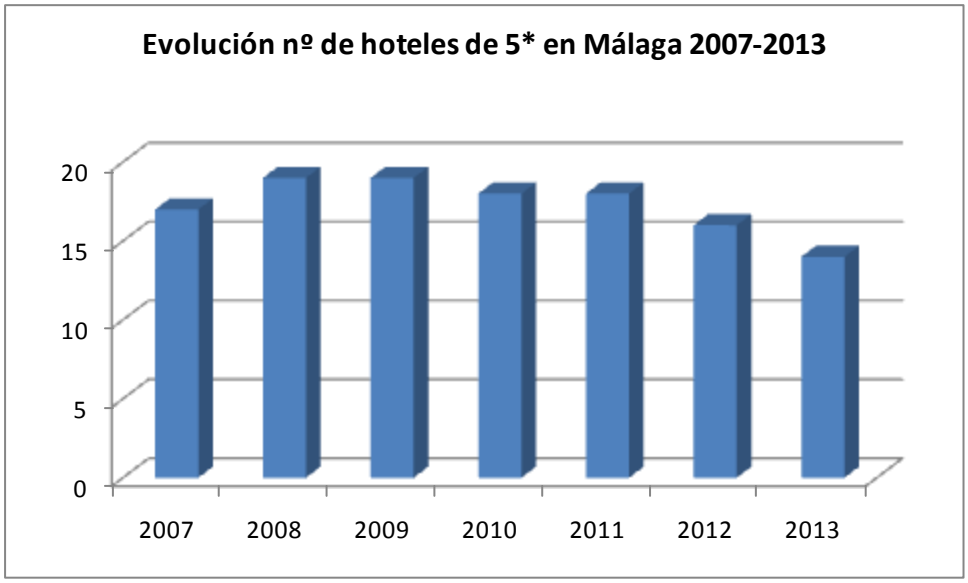
Porcentualmente hablando, Málaga aglutina algo más de un cuarto, concretamente el 26,36%, de la oferta hotelera de Andalucía. El peso de la provincia malagueña en la oferta hotelera andaluza incrementa año tras año.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.1.1 NÚMERO DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS

La oferta en establecimientos hoteleros de 5 estrellas en la comunidad andaluza se ha incrementado en cuatro establecimientos durante el periodo analizado. Por el contario, en la provincia malagueña, ha disminuido el número de esta tipología de establecimientos en el mismo periodo en el número de tres establecimientos.



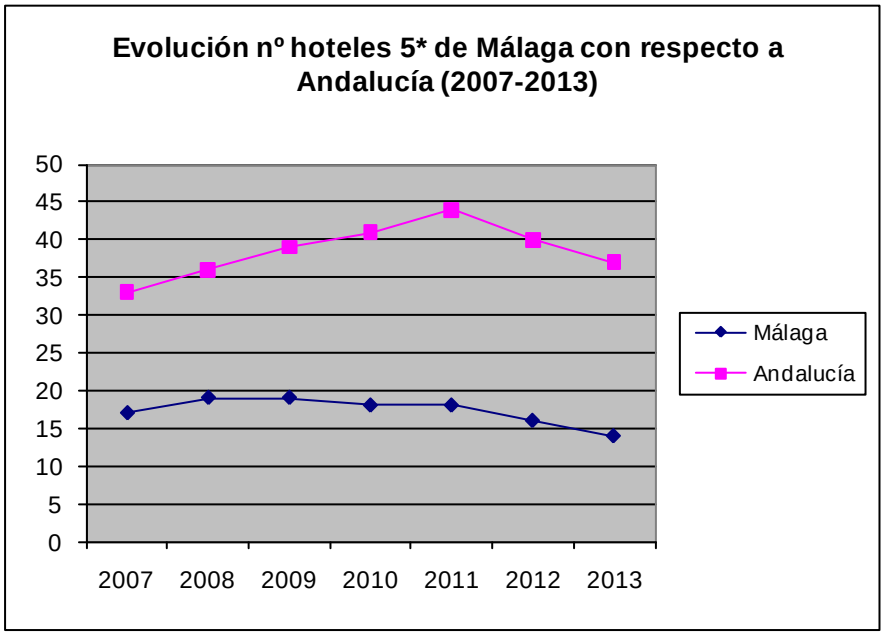
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Si analizamos conjuntamente el total de la oferta de la comunidad y el de la provincia malagueña se observa como el número de hoteles a partir del año 2009 comienza a disminuir en la provincia malagueña y en la comunidad comienza a ascender. Aún así, Málaga es la provincia andaluza que más establecimientos de esta tipología aporta al total de la oferta de la comunidad.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Málaga	17	19	19	18	18	16	14
Andalucía	**33**	**36**	**39**	**41**	**44**	**40**	**37**

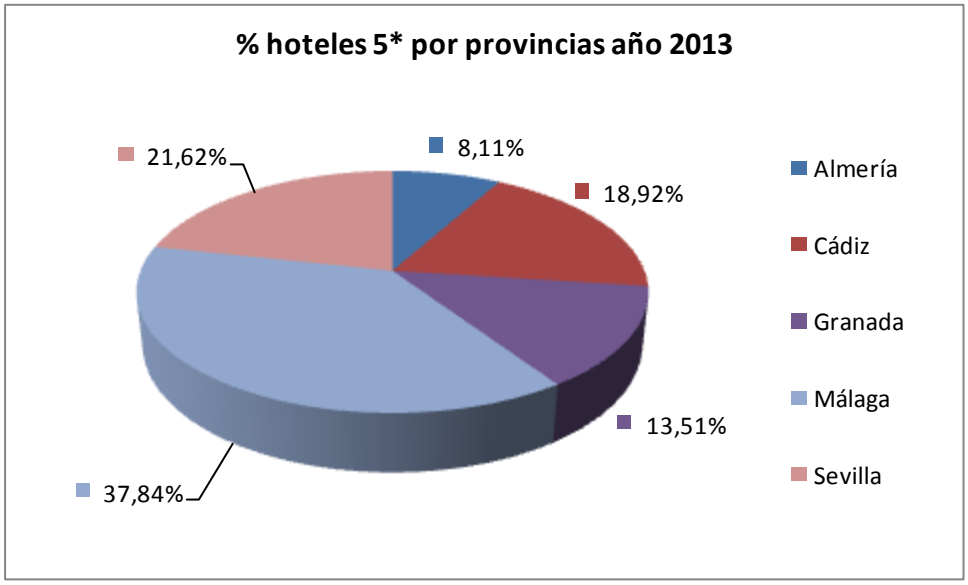
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Estos datos podemos visualizarlos en la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Porcentualmente hablando, la provincia malagueña lidera en el año 2013 el número de establecimientos de esta tipología en Andalucía, ya que con sus 14 establecimientos abiertos en el año 2013 aglutina el 37,84% del total de la oferta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.1.2 NÚMERO DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS

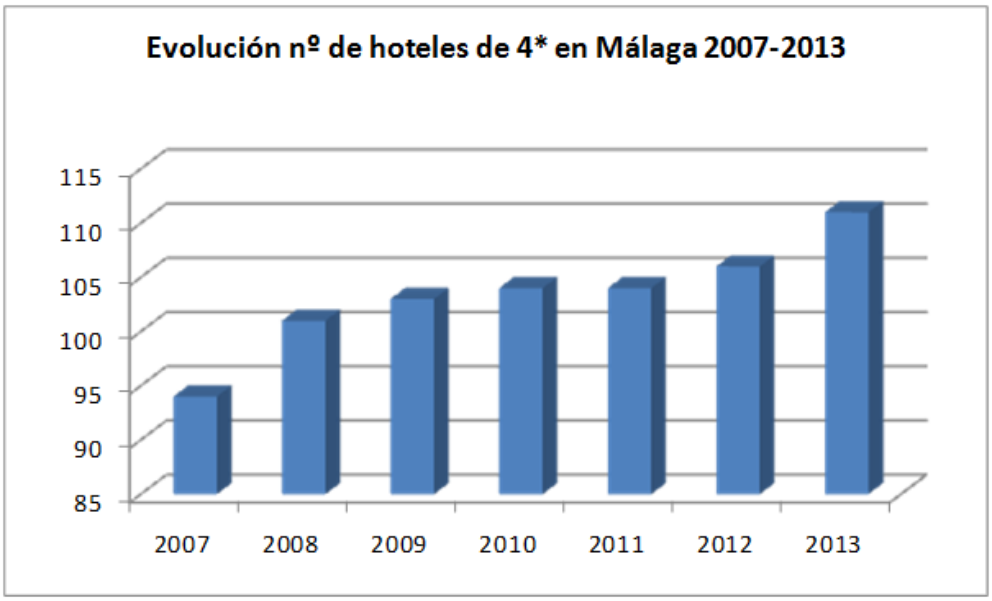
El número de hoteles de 4 estrellas ha sufrido un continuo crecimiento durante todo el periodo de análisis en la comunidad andaluza.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	35	38	38	42	41	41	38
Cádiz	55	56	55	53	55	54	59
Córdoba	14	14	14	17	18	20	21
Granada	36	37	40	44	46	46	47
Huelva	23	25	25	24	25	25	25
Jaén	12	12	15	16	17	17	16
Málaga	94	101	103	104	104	106	111
Sevilla	42	43	45	45	49	51	52
Total Andalucía	**311**	**326**	**335**	**345**	**355**	**360**	**369**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

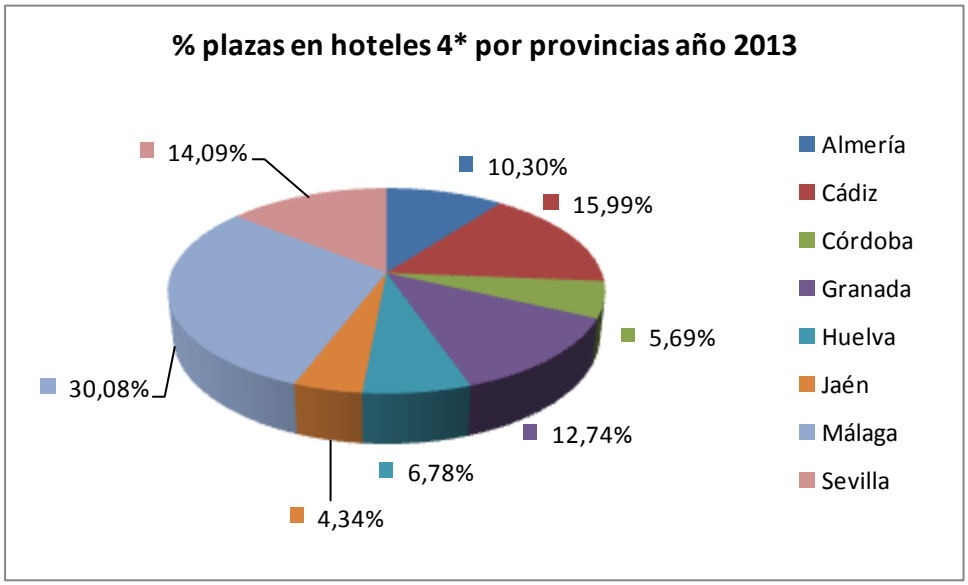
Este continuo crecimiento ha llevado a la comunidad a pasar de un total de 311 establecimientos en el año 2007 a los 369 existentes en el año 2013, lo que supone un incremento del 18,65% en la región andaluza durante el periodo analizado.

En la provincia malagueña, el crecimiento de este tipo de establecimientos ha sido muy similar al de la comunidad ya que el incremento ha sido del 18,09%, pasando de los 94 que existían en 2007 a los 111 del año 2013, como podemos observar en la siguiente grafica.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En términos porcentuales, la provincia malagueña lidera en esta ocasión a los establecimientos de 4 estrellas de la comunidad ya que los 111 establecimientos del año 2013 suponen casi un tercio del total de la oferta de Andalucía, concretamente el 30,08%. Tras Málaga, Cádiz y Sevilla con 15,99% y 14,09% respectivamente son las provincias que mayor número de establecimientos aportan a la comunidad andaluza.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.1.3 NÚMERO DE HOTELES DE 3 ESTRELLAS

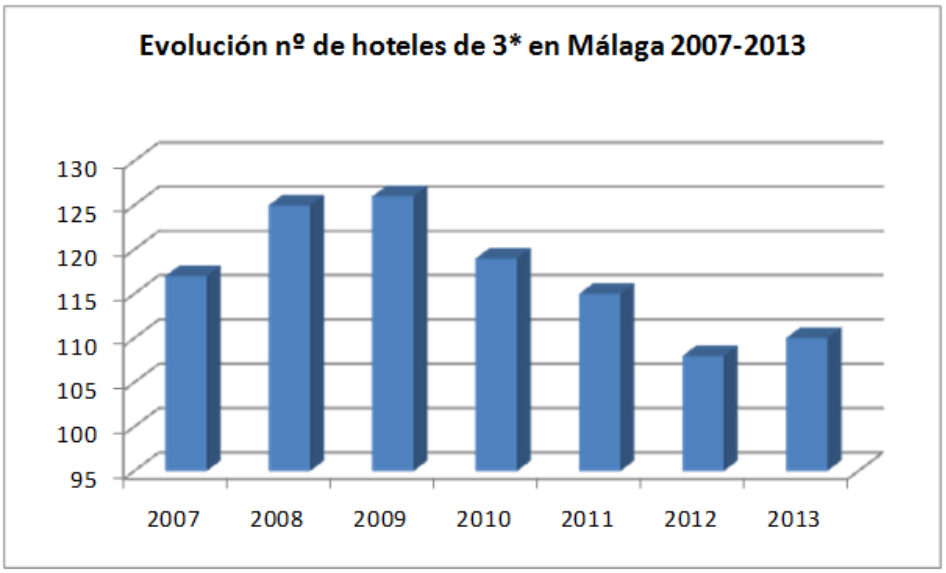
La oferta en establecimientos hoteleros de 3 estrellas en la comunidad andaluza se ha incrementado en catorce establecimientos durante el periodo analizado, aunque también es cierto que en el año 2011 se alcanzó la cuota más alta con 405 establecimientos, pero que en la actualidad se han visto reducidos a 389.

Por el contario, en la provincia malagueña, ha disminuido el número de esta tipología de establecimientos en el mismo periodo en el número de siete establecimientos, pasando de los 117 de 2007 a los 110 del año 2013, tal como podemos observar en la tabla.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	21	19	20	19	19	17	17
Cádiz	57	56	59	63	64	65	64
Córdoba	18	19	20	22	24	25	25
Granada	69	71	75	75	77	75	74
Huelva	10	9	9	8	7	7	7
Jaén	41	43	43	43	47	46	45
Málaga	117	125	126	119	115	108	110
Sevilla	42	45	48	49	52	50	47
Total Andalucía	**375**	**387**	**400**	**398**	**405**	**393**	**389**

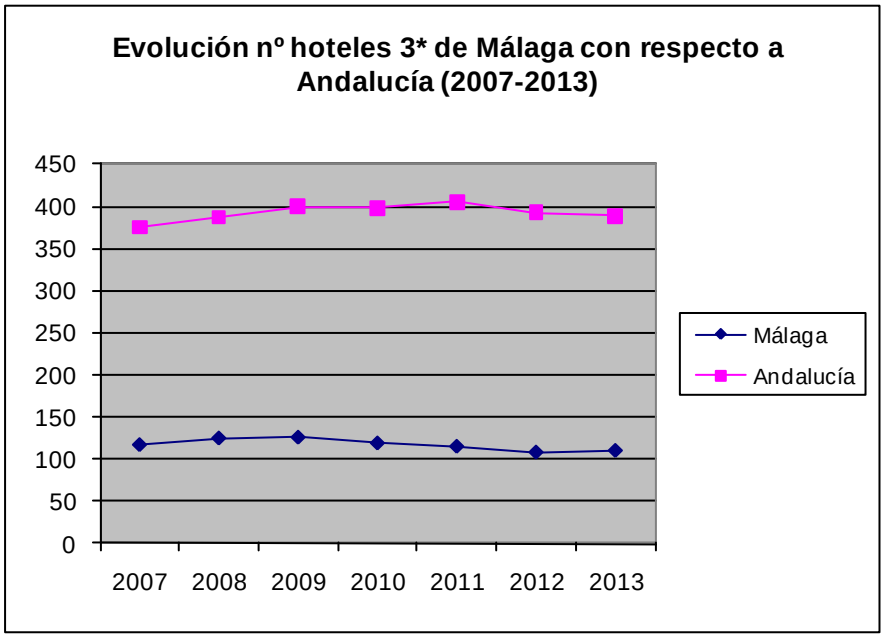
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Gráficamente mostramos la evolución de la provincia malagueña en este periodo de análisis.



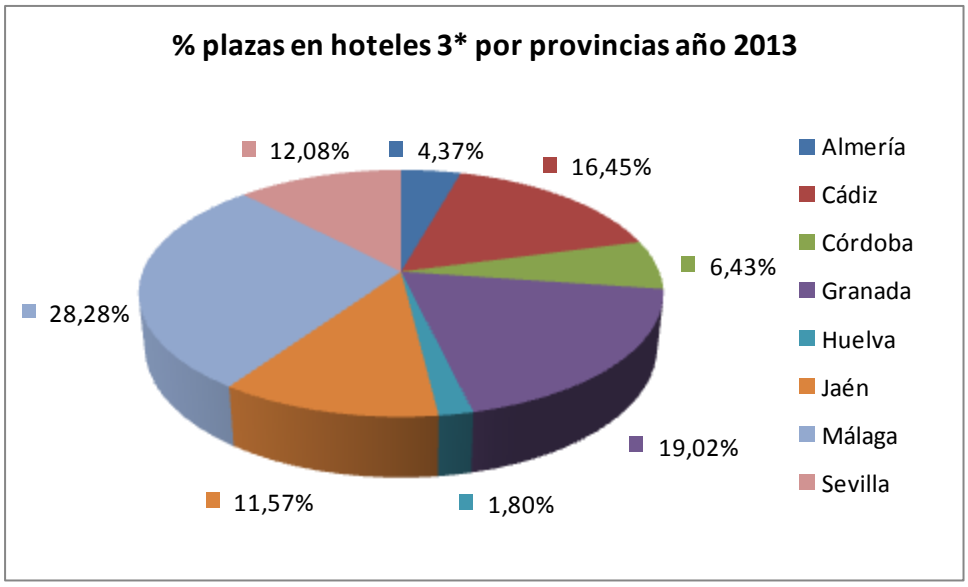
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Al analizar conjuntamente la provincia malagueña y el total de los establecimientos ofertados en Andalucía, se observa como son muy diferentes en la serie.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

A pesar de haber visto reducida su aportación en el total de la oferta de la comunidad, la provincia malagueña sigue liderando el número de establecimientos de esta tipología, ya que con sus 110 establecimientos del año 2013 aporta el 28,28% del total de los hoteles ofertados por Andalucía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

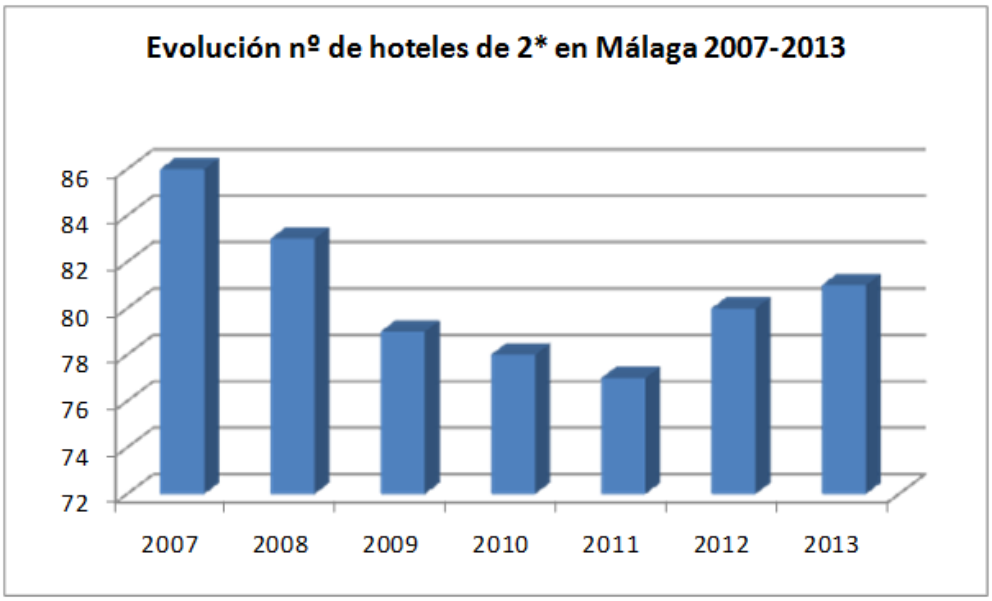
3.1.4 NÚMERO DE HOTELES DE 2 ESTRELLAS

Para comenzar el análisis de este tipo de alojamientos en Andalucía mostramos una tabla con los datos de las provincias en el periodo que estamos analizando.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	25	25	27	26	28	27	28
Cádiz	57	59	61	56	52	50	47
Córdoba	28	29	28	27	31	33	33
Granada	63	66	67	66	68	70	71
Huelva	28	31	31	32	31	31	32
Jaén	33	33	34	34	33	30	32
Málaga	86	83	79	78	77	80	81
Sevilla	35	37	38	39	40	40	40
Total Andalucía	**355**	**363**	**365**	**358**	**360**	**361**	**364**

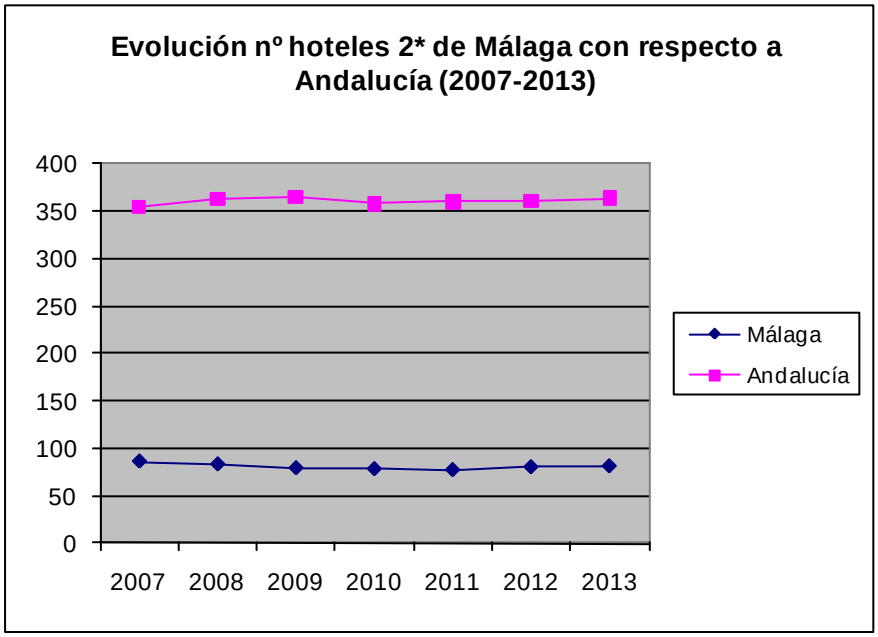
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

El análisis de esta tipología es muy similar al anterior ya que la provincia malagueña ha visto reducida su aportación de establecimientos pero el total de la oferta andaluza ha crecido. Málaga ha visto reducido en 5 el número de hoteles de tres estrellas en el periodo tal y como nos muestra la siguiente gráfica de la evolución de estos establecientes en la provincia malagueña.



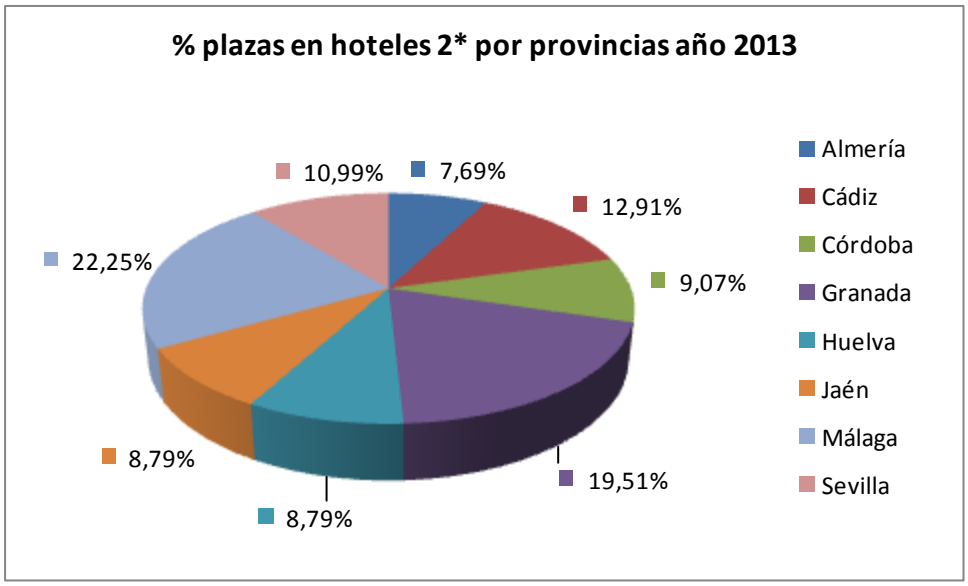
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Si analizamos conjuntamente los establecimientos ofertados en Málaga con respecto a la comunidad autónoma andaluza obtenemos la siguiente evolución para el periodo 2007-2013:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Tal y como sucedía en los hoteles analizados en el apartado anterior (3 estrellas), la provincia de Málaga lidera el número de establecimientos de dos estrellas de Andalucía en el año 2013, aportando al total de la oferta 81 establecimientos en el año 2013 lo que supone que dicha provincia representa el 22,25% del total de la oferta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

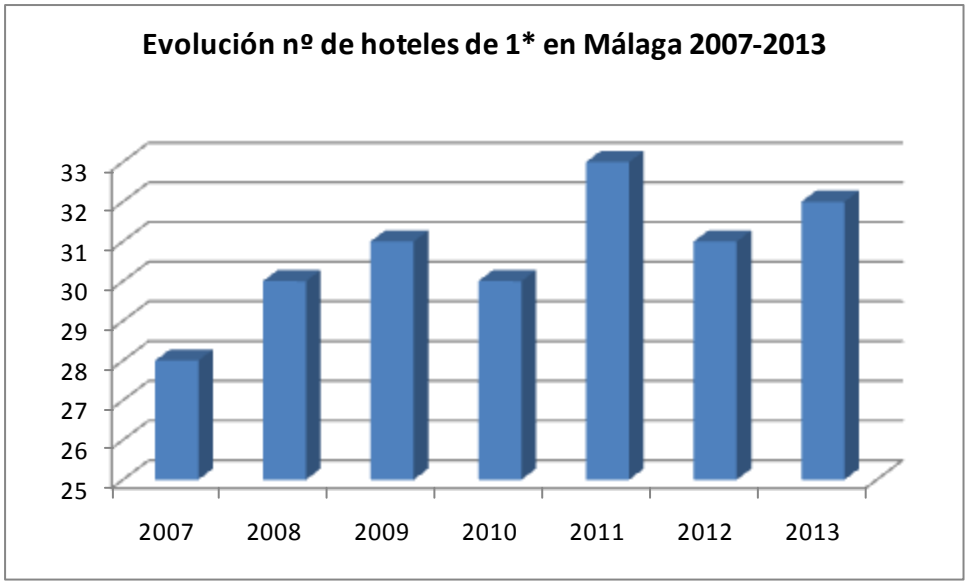
3.1.5 NÚMERO DE HOTELES DE 1 ESTRELLA

Los establecimientos de esta tipología han disminuido su número total en la comunidad andaluza en el periodo analizado.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	9	8	8	7	5	6	7
Cádiz	42	40	39	39	36	37	39
Córdoba	18	17	17	17	15	16	16
Granada	29	29	30	30	31	27	25
Huelva	8	8	7	6	7	7	7
Jaén	19	19	18	18	18	18	16
Málaga	28	30	31	30	33	31	32
Sevilla	23	24	25	25	23	24	24
Total Andalucía	**176**	**175**	**175**	**172**	**168**	**166**	**166**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En el año 2007 el número de establecimientos en Andalucía alcanzaban los 176 mientras que en el año 2013 los registros indican el descenso a 166 establecimientos. En contraposición, la provincia malagueña ha incrementado su oferta en un total de 4 establecimientos, llegando en 2013 a los 32.



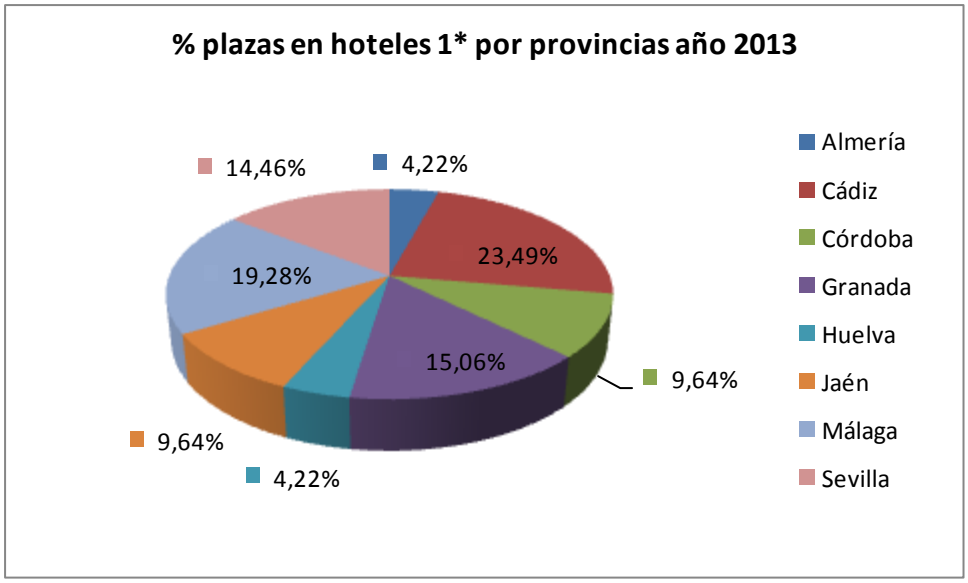
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Hay que mencionar que se da el caso en esta tipología, que la provincia malagueña no es la que mayor número de establecimientos aporta, siendo Cádiz con 39 establecimientos la que lidera la oferta andaluza para esta tipología.

	2013	%
Almería	7	4,22
Cádiz	39	23,49
Córdoba	16	9,64
Granada	25	15,06
Huelva	7	4,22
Jaén	16	9,64
Málaga	32	19,28
Sevilla	24	14,46

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En el año 2013, Cádiz, Málaga, Granada y Sevilla aglutinan la mayoría de la oferta de establecimientos de una estrella en Andalucía con el 23,49%, 19,28%, 15,06% y 14,46% respectivamente.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.2.- NÚMERO TOTAL DE PENSIONES Y HOSTALES

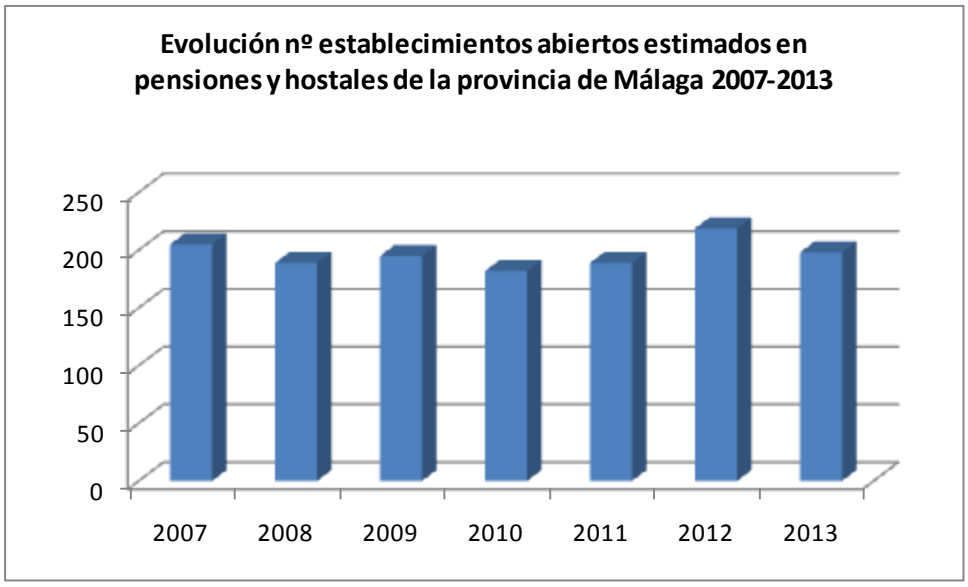
A continuación analizamos el número total de pensiones y hostales conjuntamente, tanto para Andalucía como para la provincia malagueña. De acuerdo con la tabla de datos que mostramos a continuación, el número de establecimientos ha disminuido considerablemente en la comunidad autónoma, pasando de 1146 en el año 2007 a los 1060 del año 2013.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	105	108	110	99	87	86	82
Cádiz	228	214	214	202	202	204	185
Córdoba	100	104	102	102	108	102	101
Granada	188	177	198	187	200	185	179
Huelva	83	84	77	74	79	76	73
Jaén	80	81	77	72	68	72	76
Málaga	205	189	195	182	189	219	198
Sevilla	157	150	153	150	147	162	166
Total Andalucía	**1146**	**1107**	**1126**	**1068**	**1080**	**1106**	**1060**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En la provincia malagueña el número de establecimientos de esta tipología también se ha visto reducido en el periodo analizado, pasando de 205 establecimientos en el año 2007 a los 198 del año 2013. Este decremento ha sido generalizado en todas las provincias andaluzas a excepción de Córdoba y Sevilla donde han incrementado el número de establecimientos en 1 y 9 respectivamente.

Mostramos la evolución de la provincia malagueña en el periodo de análisis.

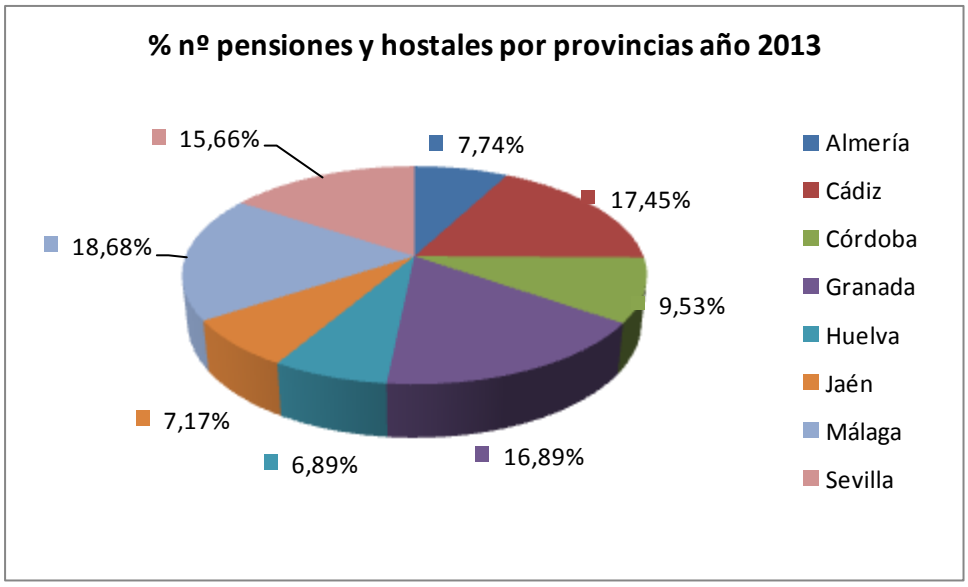


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Aún con la pérdida de establecimientos, Málaga sigue liderando el número de establecimientos de la oferta andaluza, aglutinando en términos porcentuales el 18,68% del total de la oferta, tal como nos muestra la siguiente tabla que nos indican los datos correspondientes al año 2013 y la posterior gráfica en la que podemos observar la representación de cada provincia en el total de la oferta.

	2013	%
Almería	82	7,74
Cádiz	185	17,45
Córdoba	101	9,53
Granada	179	16,89
Huelva	73	6,89
Jaén	76	7,17
Málaga	198	18,68
Sevilla	166	15,66

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.2.1 NÚMERO DE PENSIONES Y HOSTALES DE 3 Y 2 ESTRELLAS

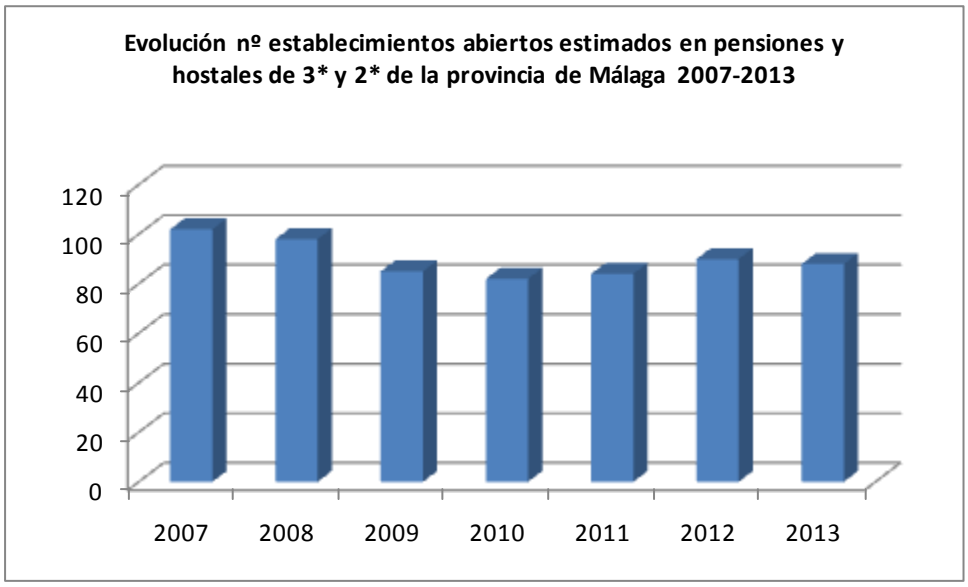
Para el análisis del número de establecimientos de esta tipología, mostramos una tabla con los datos registrados en cada provincia en el intervalo analizado 2007-2013, además del total de Andalucía.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	29	30	32	32	32	32	31
Cádiz	59	59	58	60	63	61	59
Córdoba	36	35	34	35	36	36	35
Granada	73	70	71	71	71	68	66
Huelva	23	22	22	21	23	24	23
Jaén	18	17	19	20	20	19	20
Málaga	102	98	85	82	84	90	88
Sevilla	57	56	54	53	55	53	52
Total Andalucía	**397**	**387**	**375**	**374**	**384**	**383**	**374**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

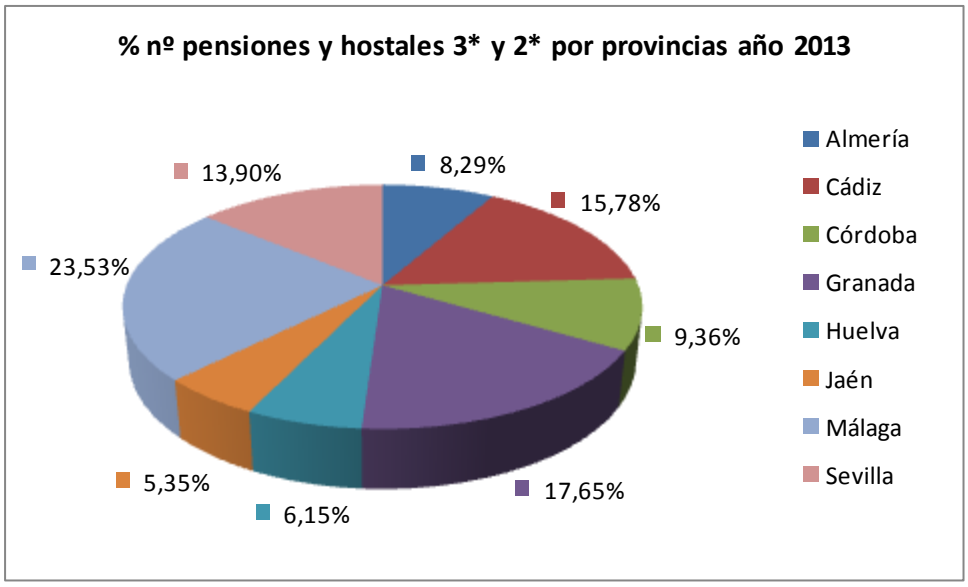
Podemos observar que el número de establecimientos de 3 y 2 estrellas de pensiones y hostales ha disminuido en el total de la comunidad, pasando de los 397 del año 2013 a los 374 del 2013.

La provincia malagueña ha sido la provincia que mayor número de estos establecimientos ha perdido, pasando de 102 a 88 en el periodo analizado. Almería y Jaén son las únicas provincias andaluzas que han conseguido incrementar el número de establecimientos en este periodo.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Porcentualmente hablando y a pesar de esta considerable pérdida de establecimientos, Málaga sigue al frente de este tipo de alojamientos en Andalucía, aportando el 23,53% del total de la oferta andaluza.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.2.2 NÚMERO DE PENSIONES Y HOSTALES DE 1 ESTRELLA

Al igual que ocurre en los establecimientos de 3* y 2*, el número de pensiones y hostales de 1 estrella ha disminuido en la comunidad andaluza en el periodo del análisis. Si los anteriores perdían 23 establecimientos en esta tipología el descenso es más acusado ya que en términos absolutos se han perdido en Andalucía 61 establecimientos.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	77	78	78	67	55	54	51
Cádiz	169	156	156	142	139	143	127
Córdoba	64	69	68	68	72	66	66
Granada	115	107	127	117	129	117	113
Huelva	60	62	56	53	56	51	51
Jaén	62	64	58	52	48	52	57
Málaga	103	91	110	101	105	130	111
Sevilla	100	95	99	97	92	109	113
Total Andalucía	**750**	**722**	**752**	**697**	**696**	**722**	**689**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

La provincia de Cádiz, tradicionalmente ha sido la provincia andaluza con mayor número de estos establecimientos aunque durante el periodo de análisis ha perdido la friolera de 42 establecimientos pero aún así sigue siendo la provincia de referencia en esta tipología con un total 127 establecimientos.

Málaga, al contrario de la tendencia regional, ha sido junto con Sevilla y Córdoba las únicas provincias que han conseguido incrementar el número de estos alojamientos.

La provincia malagueña ha conseguido aumentar en 8 el número de establecimientos ya que ha pasado de los 103 en 2007 a los 111 que registró durante el 2013.

El incremento malagueño ha sido del 7,77%, mientras que el decremento andaluz durante el mismo periodo ha sido del 8,31%.

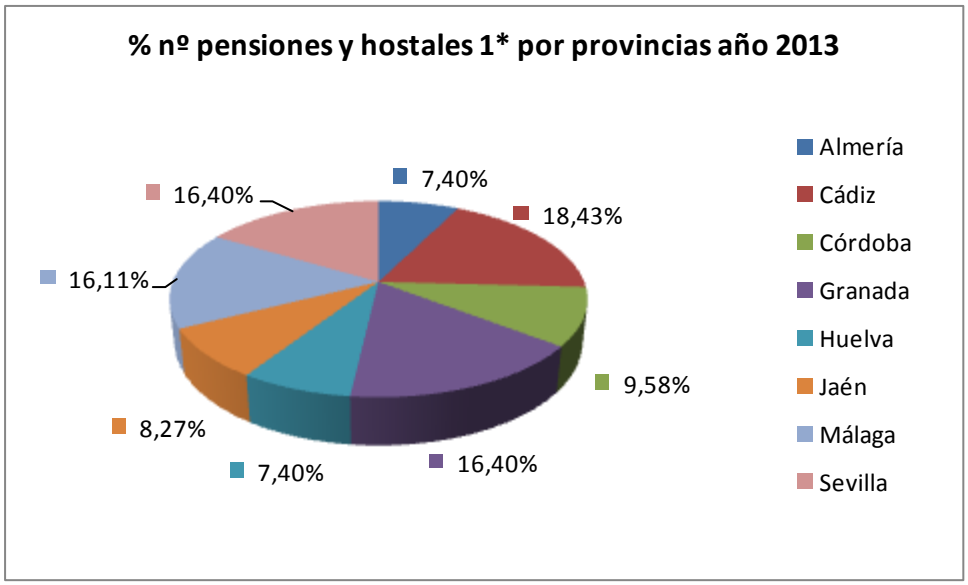
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Analizamos ahora en términos porcentuales la cuota de la provincia malagueña con respecto al resto de provincias andaluzas.

	2013	%
Almería	51	7,40
Cádiz	127	18,43
Córdoba	66	9,58
Granada	113	16,40
Huelva	51	7,40
Jaén	57	8,27
Málaga	111	16,11
Sevilla	113	16,40

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Hay que destacar que la provincia gaditana a pesar de las pérdidas de establecimientos continúa liderando la oferta andaluza en esta topología de alojamientos, con un 18,43% del total durante el año 2013. Tras Cádiz se encuentran Sevilla y Granada ambas con el 16,40% y Málaga que representa el 16,11% del total de la oferta andaluza.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.3.- NÚMERO TOTAL DE PLAZAS DE HOTELES

Hay que destacar que en los establecimientos de 5 estrellas el total de las plazas ofertadas no coinciden las cantidades y esto es debido a que el tamaño de la muestra en esta categoría no permite al INE facilitar resultados desagregados para las mismas, con el fin de preservar el secreto estadístico. No obstante, en el total están incluidos los datos correspondientes a dichas categorías.

Además el número de plazas es un promedio de los datos mensuales ya que la cifra anual no se recoge.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	24.796	25.437	25.585	26.864	26.389	25.235	25.574
Cádiz	32.761	33.764	33.383	33.546	33.652	32.465	33.640
Córdoba	6.827	6.854	6.939	7.402	7.980	8.392	8.196
Granada	21.087	22.177	23.484	24.394	24.919	24.514	24.980
Huelva	16.431	17.660	17.992	18.065	19.129	19.049	18.819
Jaén	6.609	6.613	6.907	7.041	7.264	7.129	6.887
Málaga	73.022	78.717	78.702	75.626	74.517	73.003	74.284
Sevilla	20.715	20.777	21.645	22.265	22.516	22.781	22.778
Total Andalucía	**202.248**	**211.999**	**214.638**	**215.202**	**216.366**	**212.567**	**215.158**

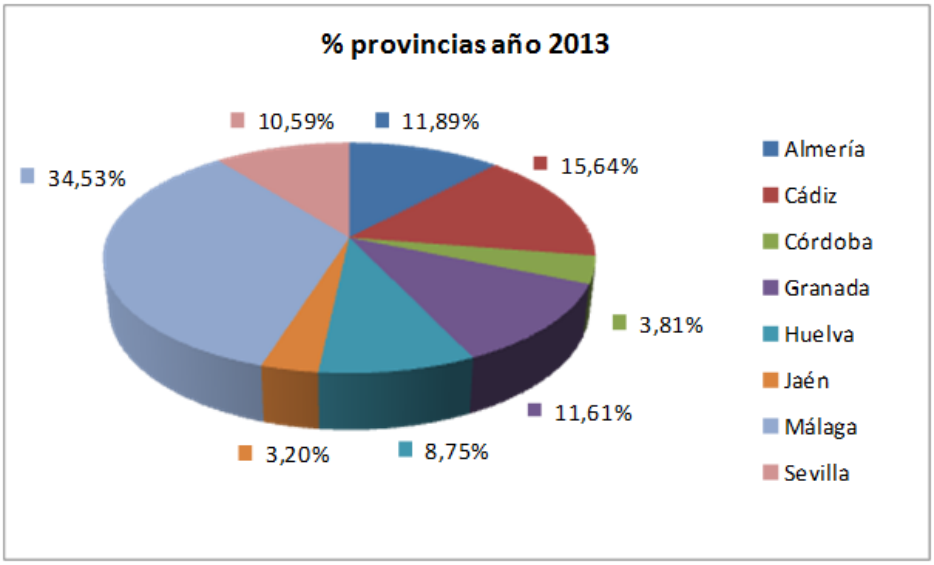
La tabla anterior recoge los datos de las plazas de los hoteles de las diferentes provincias andaluzas en el periodo 2007-2013.

Como se puede apreciar, el total de la oferta hotelera andaluza ha experimentado un crecimiento en este periodo, pasando de las 202.248 plazas existentes en 2007 en Andalucía a las 215.158 que se registraron en 2013. Este incremento del número de plazas ha sido generalizado en todas las provincias andaluzas en este periodo.

	2007	2013	Incremento 07-13
Almería	24.796	25.574	3,14
Cádiz	32.761	33.640	2,68
Córdoba	6.827	8.196	20,05
Granada	21.087	24.980	18,46
Huelva	16.431	18.819	14,53
Jaén	6.609	6.887	4,21
Málaga	73.022	74.284	1,73
Sevilla	20.715	22.778	9,96
Andalucía	**202.248**	**215.158**	6,38

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

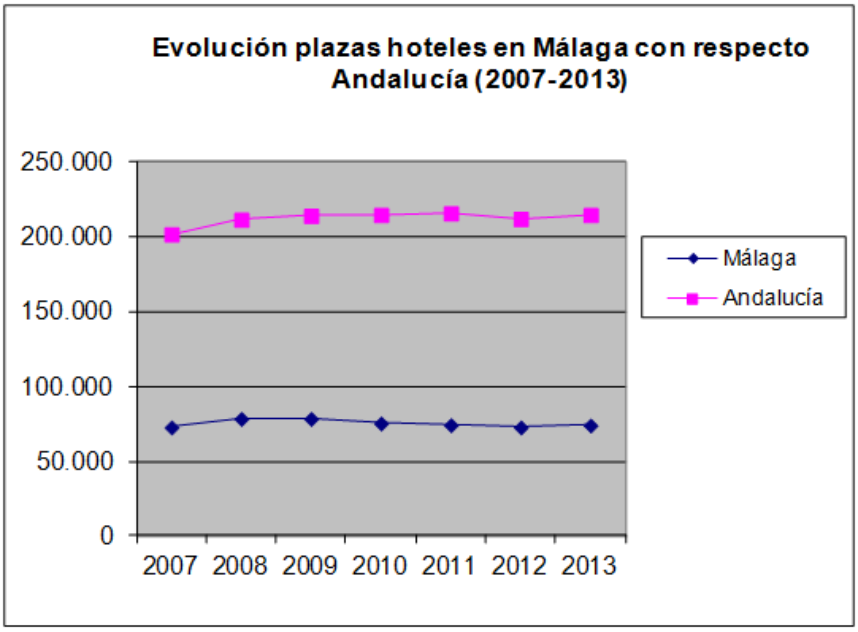
Como observamos en la tabla, Córdoba es la provincia que ha experimentado un mayor incremento, y Málaga aparece como la provincia que menos ha incrementado su oferta de plazas hoteleras. El motivo es que la provincia malagueña lidera el ranking de oferta de plazas hoteleras en Andalucía durante el año 2013, aglutinando algo más de un tercio del total, por lo que el margen de crecimiento en esta provincia es menor.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Tras el liderazgo malagueño (34,53%), aparece la provincia de Cádiz con el 14,65% del total de plazas de la oferta hotelera como la segunda provincia en cuanto al número de plazas hoteleras ofertadas.

Si comparamos el crecimiento en el intervalo analizado de la provincia de Málaga con respecto al total de Andalucía obtenemos la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.3.1 NÚMERO DE PLAZAS OFERTADAS EN HOTELES DE 5 ESTRELLAS

Tal como ya hemos advertido, en los establecimientos de 5 estrellas el total de las plazas ofertadas no coinciden las cantidades totales y esto es debido a que el tamaño de la muestra en esta categoría no permite al INE facilitar resultados desagregados para las mismas, con el fin de preservar el secreto estadístico. No obstante, en el total están incluidos los datos correspondientes a dichas categorías.

Además el número de plazas es un promedio de los datos mensuales ya que la cifra anual no se recoge.

A continuación mostramos una tabla que contiene los datos del intervalo 2007-2013 en la provincia de Málaga y el total de Andalucía.

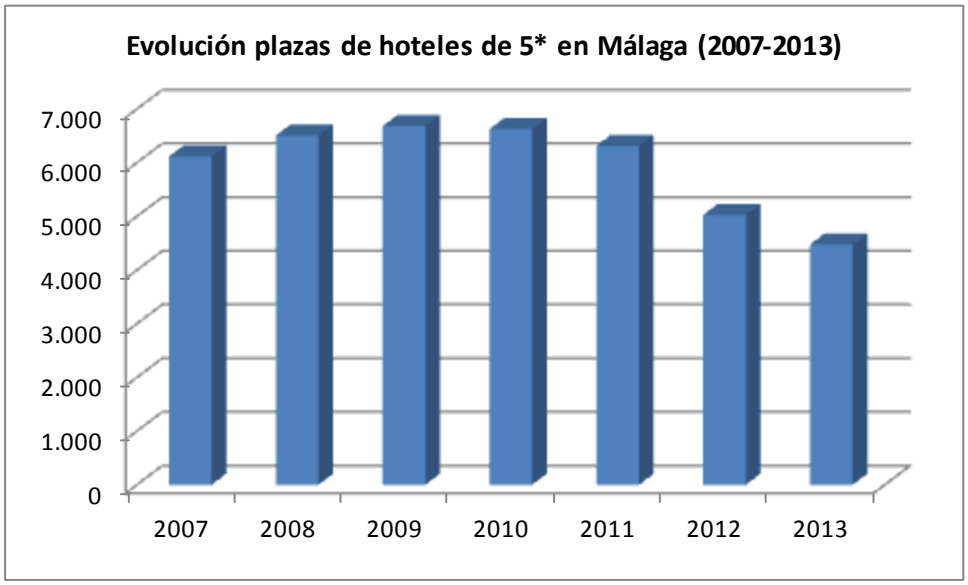
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Málaga	6.116	6.505	6.681	6.624	6.314	5.026	4.476
Total Andalucía	**9055**	**10594**	**11333**	**11459**	**11890**	**9907**	**9604**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Tras el análisis de estos datos, podemos concluir que la provincia de Málaga ha perdido un total de 1640 plazas hoteleras de esta tipología durante el periodo que estamos analizando. El

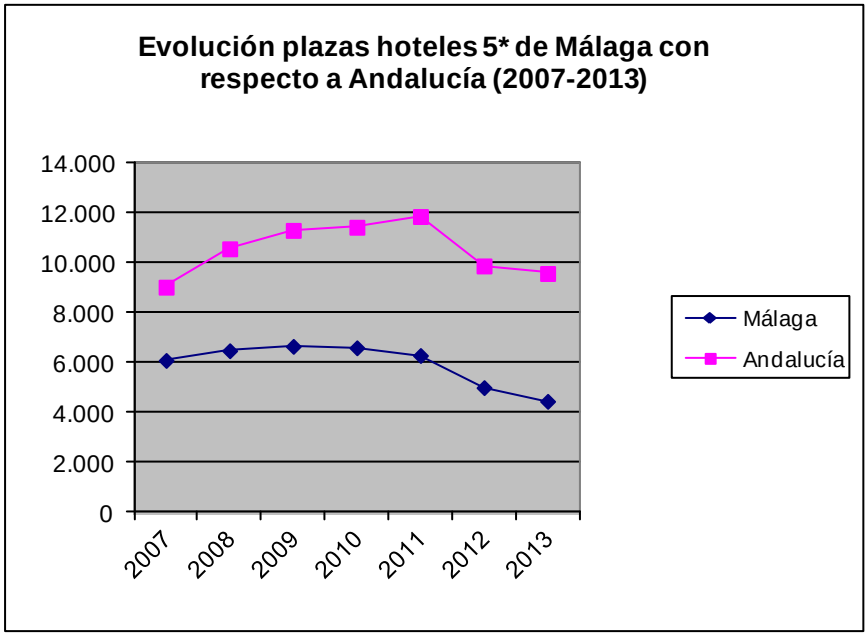
decremento ha sido del 26,82% un hecho a tener en cuenta ya que el total de la comunidad andaluza se ha visto incrementado en un 6,06%.

La evolución de las plazas ofertadas en la provincia de Málaga ha sido la siguiente:



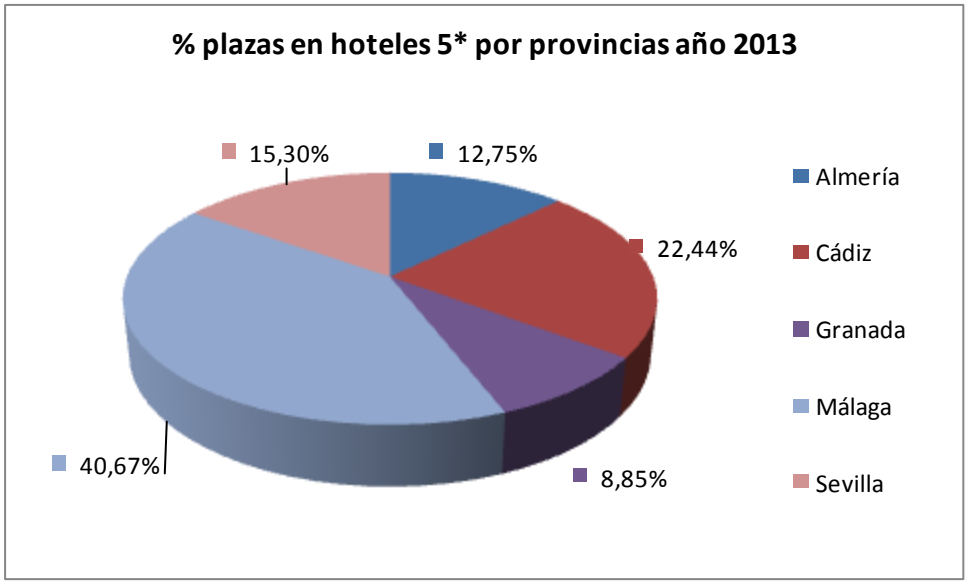
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Si comparamos el comportamiento de la provincia malagueña con respecto a la suma de las provincias andaluzas obtenemos la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

A pesar de la pérdida de plazas en la provincia de Málaga, ésta sigue liderando la oferta andaluza durante el año 2013, ya que aglutina casi a al mitad del total de las plazas ofertadas en la región, concretamente el 40,67% de las plazas.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.3.2 NÚMERO DE PLAZAS OFERTADAS EN HOTELES DE 4 ESTRELLAS

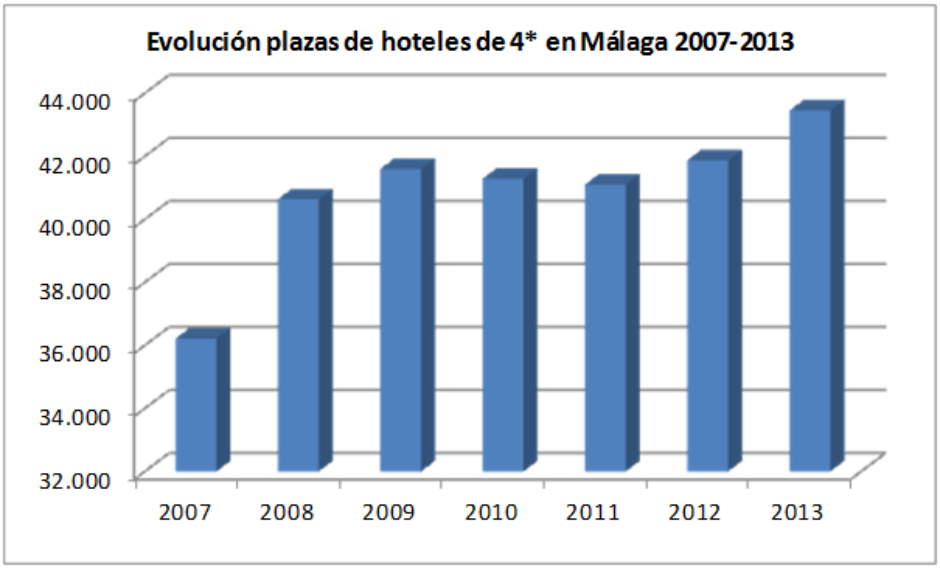
El análisis de esta tipología lo comenzamos con la tabla que contiene los datos provinciales, que volvemos a repetir son una media mensual.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	16.796	17.913	18.337	19.765	19.888	19.186	18.459
Cádiz	20.284	20.905	20.295	20.465	20.850	20.182	21.136
Córdoba	2.669	2.632	2.740	3.140	3.316	3.574	3.660
Granada	8.612	9.233	10.546	11.149	11.215	11.147	11.927
Huelva	11.376	12.894	13.175	13.258	14.911	15.624	15.337
Jaén	1.489	1.529	1.879	2.026	2.087	2.029	1.934
Málaga	36.217	40.636	41.595	41.285	41.099	41.869	43.453
Sevilla	11.751	11.765	11.867	12.061	12.542	12.809	13.194
Total Andalucía	**109.194**	**117.507**	**120.434**	**123.149**	**125.908**	**126.420**	**129.100**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

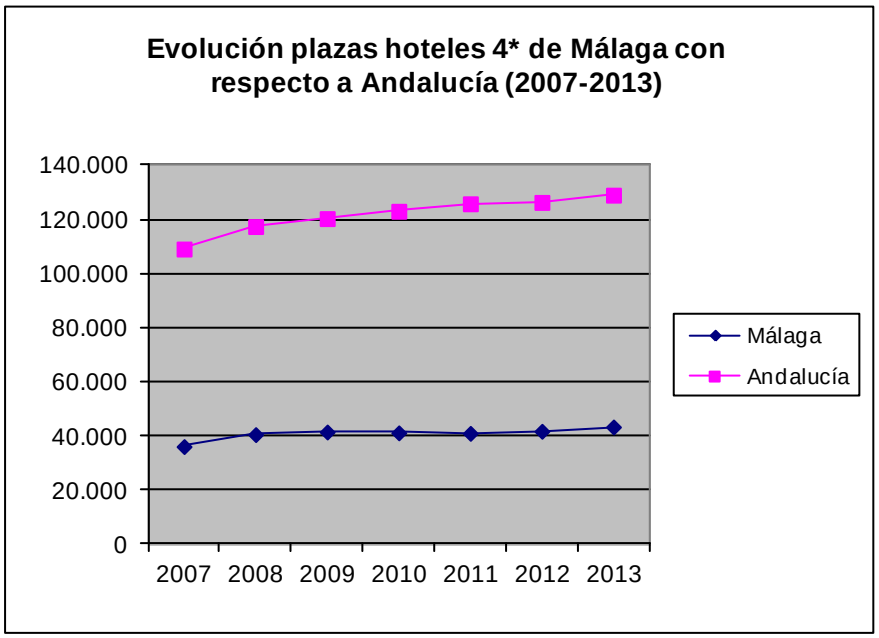
Como podemos apreciar, el Número de plazas ofertadas en hoteles de 4 estrellas en Andalucía se ha incrementado en este periodo. Se han pasado de las 109.194 que había en el 2007 a las 129.100 con las que se cerró 2013.

Málaga ha sido la provincia andaluza que ha presentado un mayor crecimiento en este tipo de plazas, exactamente ha aumentado en 7.236 plazas su oferta.



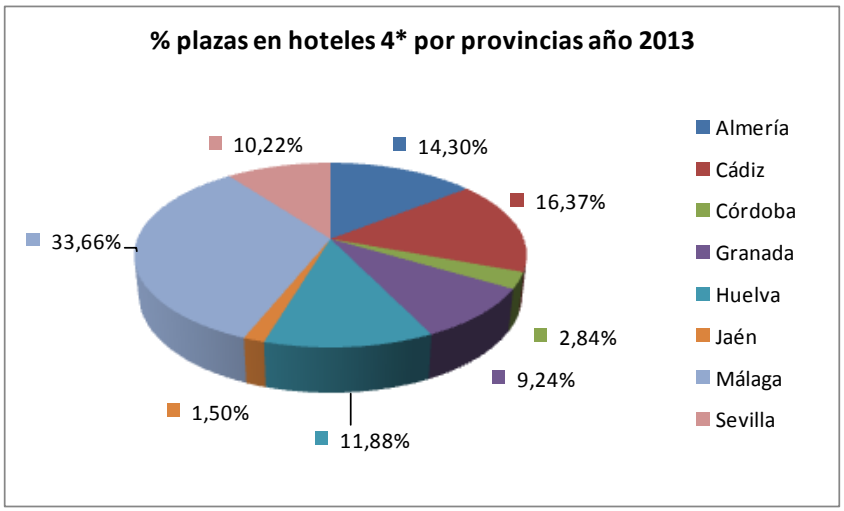
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Si hacemos un análisis comparativo ente la provincia malagueña y el total de las plazas ofertadas en Andalucía durante el periodo de análisis, obtenemos la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Como comentábamos, Málaga es la provincia que lidera el aumento de plazas de esta tipología, significando en el año 2013 prácticamente un tercio del total de la oferta andaluza, concretamente el 33,66% de las ofertadas se encuentran en la provincia malagueña.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

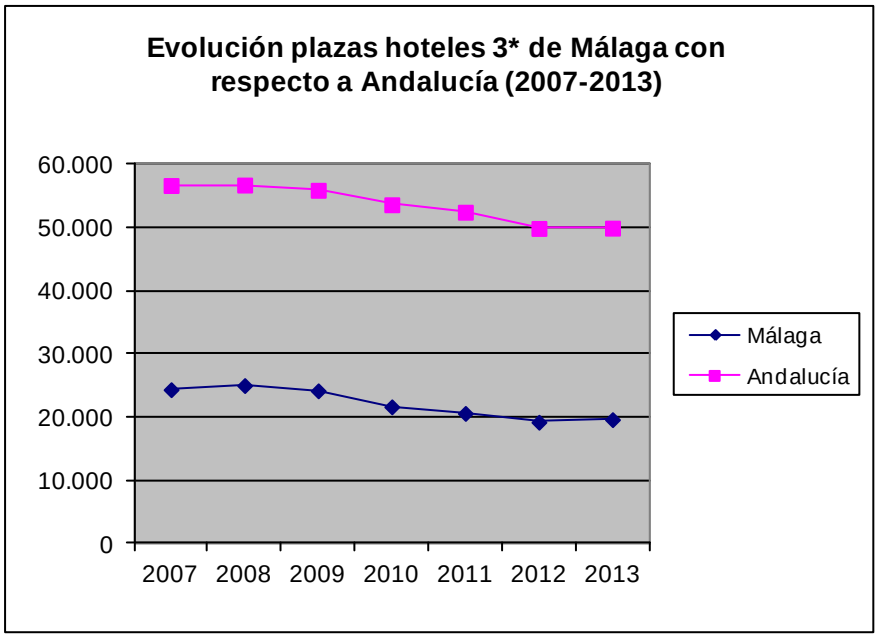
3.3.3 NÚMERO DE PLAZAS OFERTADAS EN HOTELES DE 3 ESTRELLAS

Al contrario de lo que ocurre en los establecimientos de cuatro estrellas, en los de tres estrellas se ha disminuido el número de plazas ofertadas en la comunidad autónoma de Andalucía durante el intervalo analizado.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	6.267	5.788	5.421	5.344	4.917	4.496	4.849
Cádiz	6.063	5.971	6.184	6.352	6.442	6.613	6.487
Córdoba	1.855	1.971	2.000	2.064	2.222	2.198	2.129
Granada	7.093	7.130	7.050	7.240	7.439	7.302	7.024
Huelva	2.884	2.514	2.586	2.328	1.759	1.405	1.564
Jaén	3.336	3.395	3.314	3.310	3.525	3.493	3.332
Málaga	24.423	25.077	24.242	21.708	20.668	19.273	19.679
Sevilla	4.832	4.979	5.198	5.358	5.553	5.174	4.937
Total Andalucía	**56.753**	**56.825**	**55.995**	**53.704**	**52.525**	**49.954**	**50.001**

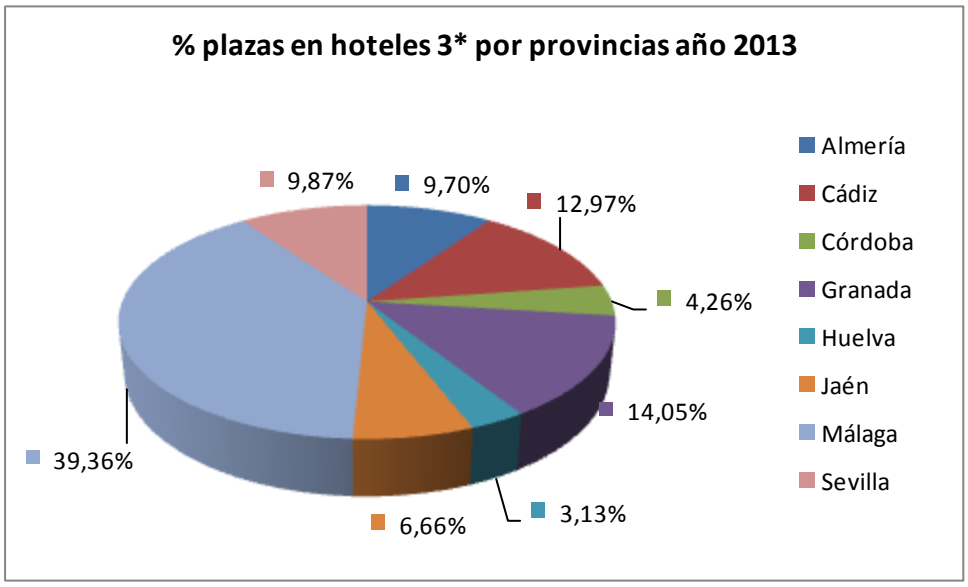
El número de plazas disminuidas en Andalucía son de 6.752 y si observamos la provincia de Málaga, ahí es donde se producen casi la totalidad de esta disminución. La provincia malagueña ha dejado de aportare al total andaluz 4.744 plazas, en términos porcentuales, Málaga supone el 70,26% del total de las plazas perdidas.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Málaga	24.423	25.077	24.242	21.708	20.668	19.273	19.679
Andalucía	**56.753**	**56.825**	**55.995**	**53.704**	**52.525**	**49.954**	**50.001**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

A pesar de estas cifras, la provincia malagueña abarca durante el año 2013 el 39,36% del total de la oferta de plazas de establecimientos de hoteleros de tres estrellas de la comunidad andaluza, convirtiéndose así en la provincia de referencia en esta tipología. Granada con el 14,05% y Cádiz con el 12,97% son las provincias que siguen a la malagueña en cuanto a aportación en número de plazas de estos establecimientos.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

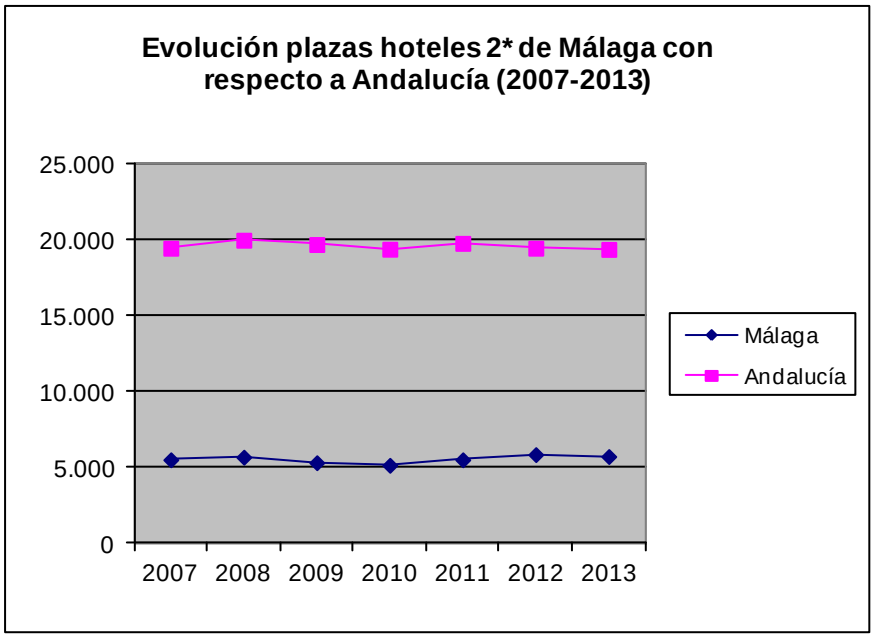
3.3.4 NÚMERO DE PLAZAS OFERTADAS EN HOTELES DE 2 ESTRELLAS

El número de plazas para esta tipología en Andalucía ha disminuido en el periodo analizado mínimamente, ya que en el año 2007 en Andalucía se registraban 19.510 plazas ofertadas y en el 2013 los datos existentes son de 19.433 plazas, por lo que teniendo en cuenta el momento de crisis financiera no puede considerarse una gran pérdida.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	1.246	1.255	1.309	1.329	1.385	1.342	1.354
Cádiz	3.134	3.210	3.193	3.047	2.869	2.120	2.043
Córdoba	1.384	1.386	1.315	1.322	1.512	1.568	1.505
Granada	3.452	3.583	3.595	3.632	3.732	3.885	3.945
Huelva	1.793	1.877	1.866	1.725	1.685	1.657	1.647
Jaén	1.202	1.158	1.212	1.253	1.214	1.160	1.238
Málaga	5.553	5.724	5.359	5.188	5.552	5.894	5.767
Sevilla	1.746	1.844	1.905	1.948	1.882	1.885	1.934
Total Andalucía	**19.510**	**20.037**	**19.754**	**19.444**	**19.831**	**19.511**	**19.433**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

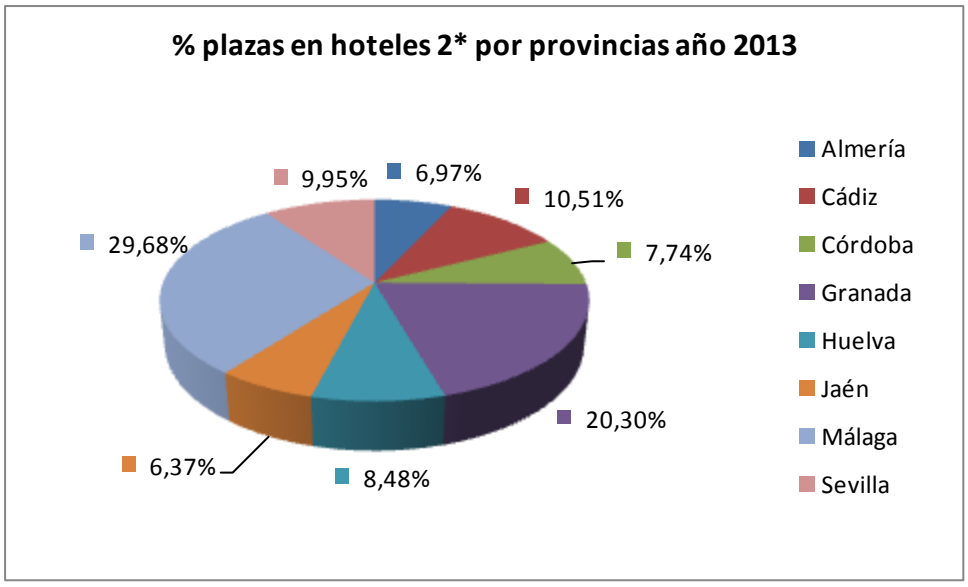
Málaga, ha aumentado en este periodo en 214 el número de plazas ofertadas, por lo que si analizamos el total de plazas ofertadas en Andalucía con el existente en Málaga obtenemos la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En términos porcentuales, durante el año 2013 la provincia de Málaga lidera las provincias andaluzas en número de plazas de hoteles de 2 estrellas ya que la provincia malagueña aporta el 29,68% del total de la oferta.

Tras Málaga encontramos a las provincias de Granada y Cádiz con un 20,30% y 10,51% del total de la oferta respectivamente.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

3.3.5 NÚMERO DE PLAZAS OFERTADAS EN HOTELES DE 1 ESTRELLA

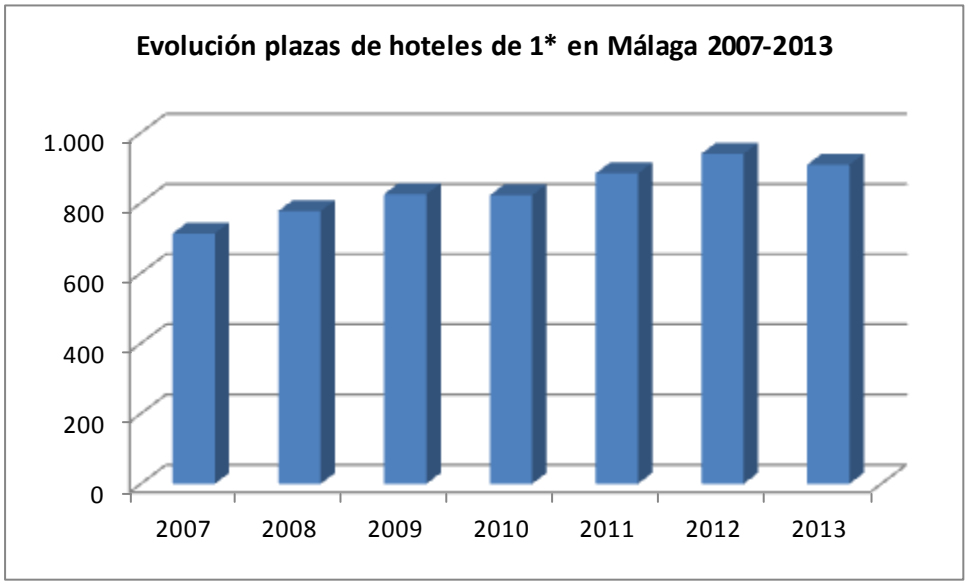
Los hoteles de 1 estrella han sufrido también una disminución de la oferta de plazas en la comunidad autónoma andaluza en el periodo de análisis.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	486	481	518	426	200	210	252
Cádiz	1.579	1.576	1.570	1.643	1.459	1.479	1.504
Córdoba	918	865	884	875	839	911	903
Granada	1.263	1.288	1.317	1.342	1.548	1.177	1.110
Huelva	379	375	365	333	364	363	325
Jaén	583	531	503	453	437	447	384
Málaga	713	777	825	822	884	940	909
Sevilla	1.148	1.145	1.141	1.134	1.090	1.106	1.028
Total Andalucía	**7.069**	**7.038**	**7.123**	**7.028**	**6.821**	**6.633**	**6.415**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

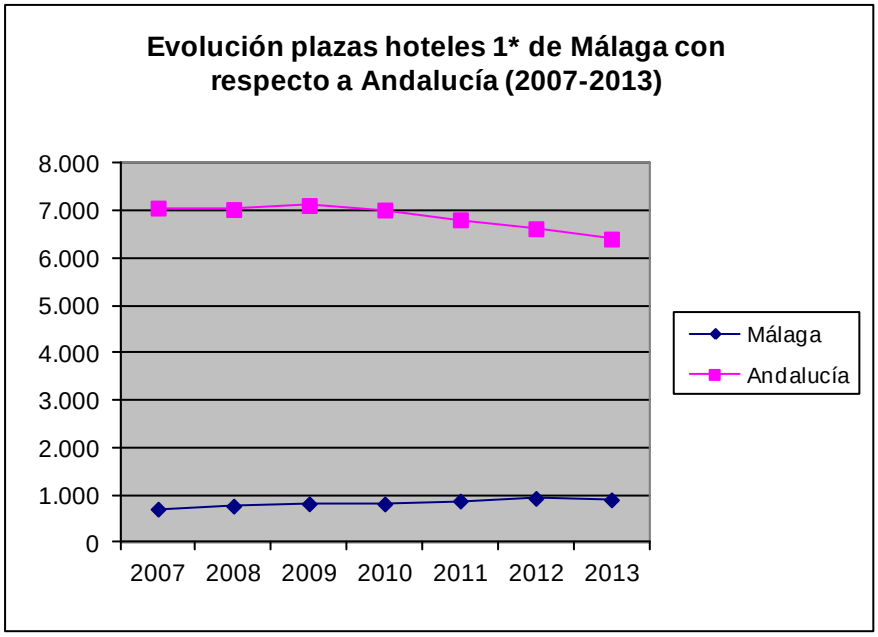
Se ha pasado de las 7.069 plazas que se ofertaban en 2007 a los 6.415 que se ofertaron en 2013. Esta caída generalizada en Andalucía excepto en la provincia de Málaga, que ha sido la única que ha aumentado sus plazas ofertadas en este periodo 2007-2013.

Vamos a ver la evolución de la provincia malagueña en estos años:



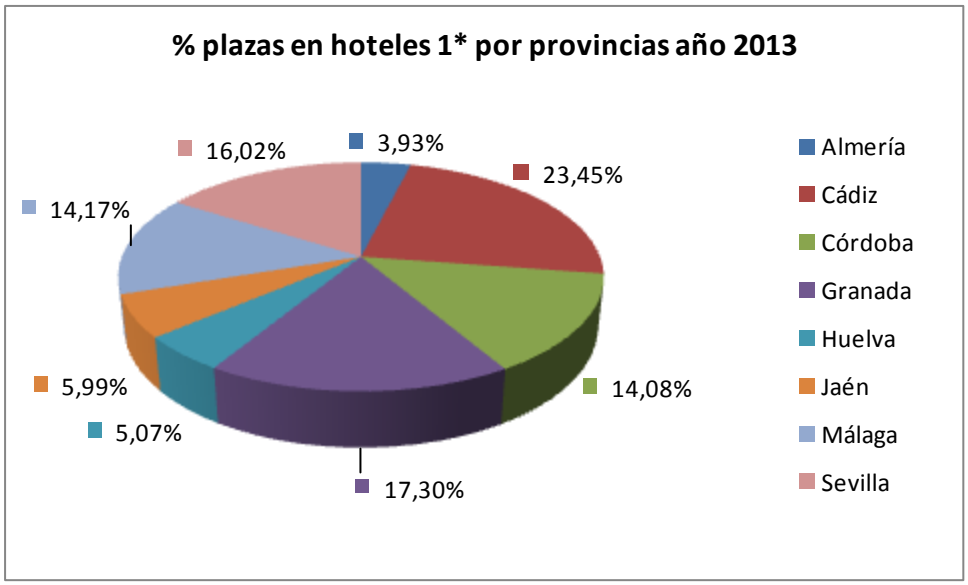
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Si comparamos la oferta malagueña con respecto a la andaluza se parecía como el total de Andalucía va disminuyendo año tras año (excepto en 2009) mientras que en la provincia malagueña se incrementa.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En 2013, Cádiz, Granada y Sevilla aglutinan un mayor número de plazas en la oferta andaluza, apareciendo Málaga en la cuarta posición con un total del 14,17% de las plazas ofertadas en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

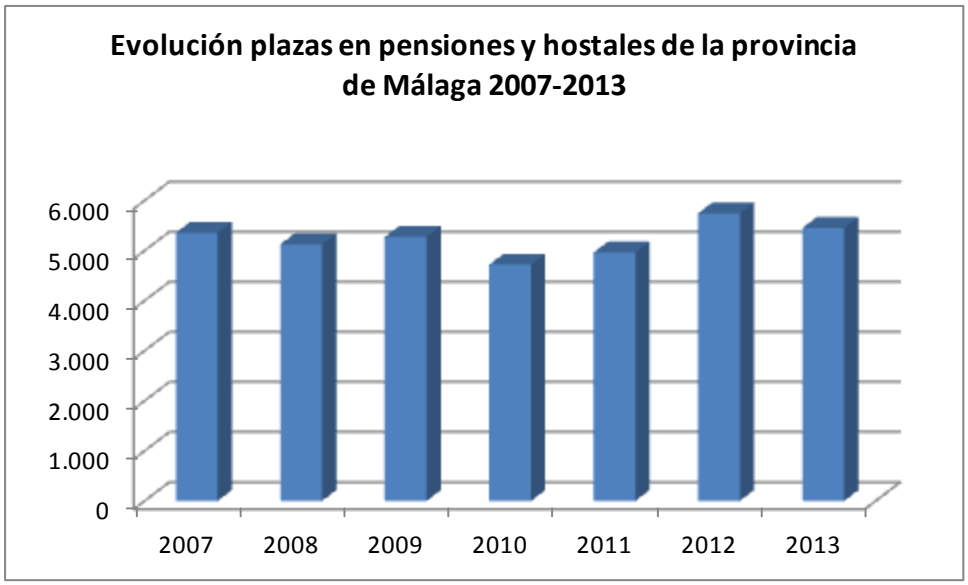
3.4.- NÚMERO TOTAL DE PLAZAS OFERTADAS EN PENSIONES Y HOSTALES

El número de plazas ofertadas en la provincia de Málaga en esta tipología de establecimientos se ha incrementado en el periodo de análisis. Del mismo modo la provincia malagueña también lo ha incrementado.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	3.029	3.143	3.273	3.125	2.901	2.788	2.737
Cádiz	6.345	5.787	5.822	5.716	5.867	5.858	5.598
Córdoba	2.314	2.424	2.518	2.513	2.635	2.642	2.572
Granada	4.661	4.479	4.960	4.619	4.972	4.654	4.620
Huelva	2.106	2.235	2.125	2.132	2.169	2.026	2.080
Jaén	1.884	1.865	1.887	1.801	1.773	1.917	1.900
Málaga	5.357	5.127	5.274	4.719	4.962	5.745	5.453
Sevilla	3.868	3.745	3.853	3.885	3.740	4.127	4.313
Total Andalucía	**29.564**	**28.803**	**29.711**	**28.509**	**29.020**	**29.756**	**29.273**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

La evolución del número de plazas ofertas en la provincia de Málaga en este periodo ha sido la siguiente:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En términos absolutos la evolución malagueña y andaluza en el periodo 2007-2013 ha sido:

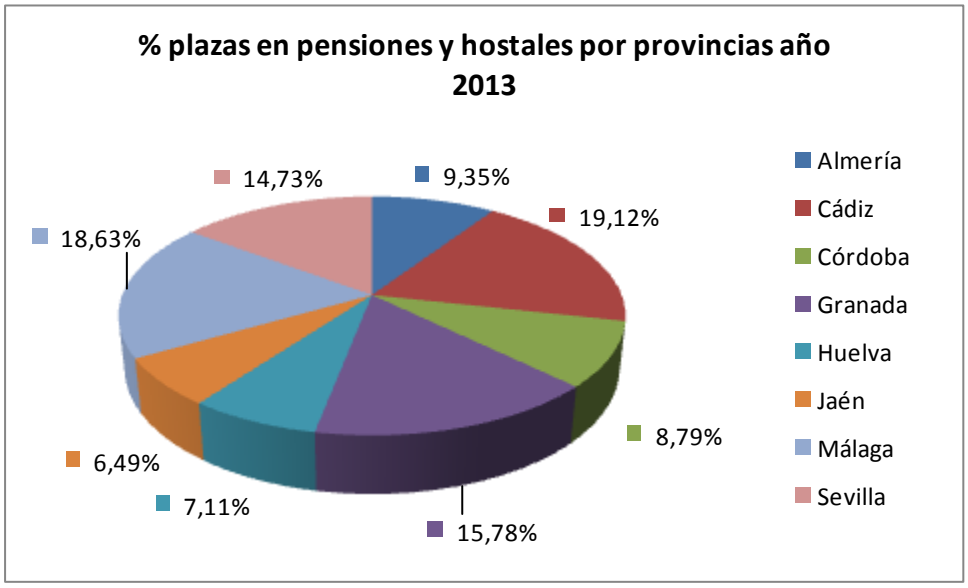
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Málaga	5.357	5.127	5.274	4.719	4.962	5.745	5.453
Total Andalucía	**29.564**	**28.803**	**29.711**	**28.509**	**29.020**	**29.756**	**29.273**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En términos porcentuales, durante el año 2013, Cádiz es la provincia andaluza que lidera el total de plazas ofertadas en pensiones y hostales en la comunidad andaluza, aglutinando el 19,12% del total de la oferta. La sigue Málaga con el 18,63% del total y Granada con el 15,78%.

	2013	%
Almería	2.737	9,35
Cádiz	5.598	19,12
Córdoba	2.572	8,79
Granada	4.620	15,78
Huelva	2.080	7,11
Jaén	1.900	6,49
Málaga	5.453	18,63
Sevilla	4.313	14,73
Total Andalucía	**29.273**	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

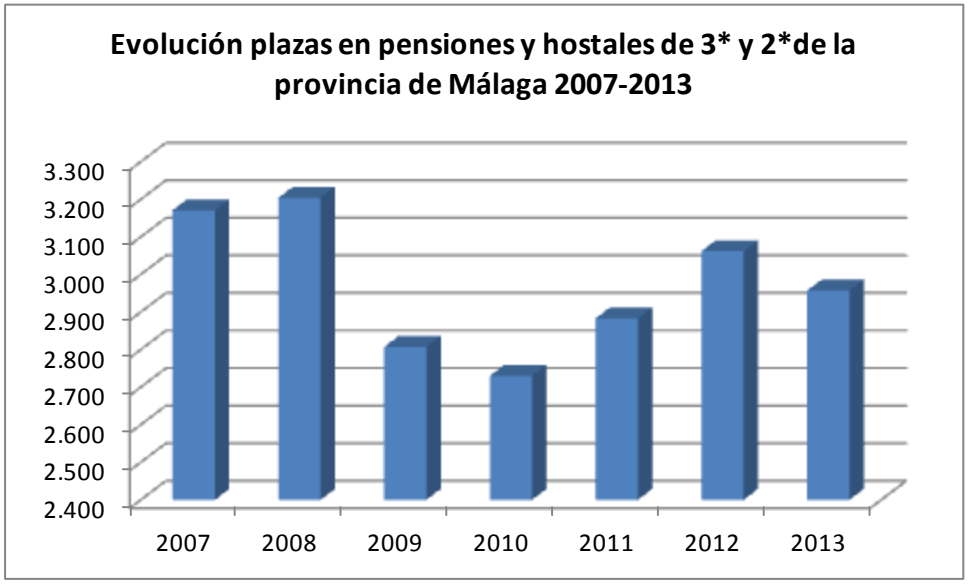
3.4.1 NÚMERO TOTAL DE PLAZAS OFERTADAS DE PENSIONES Y HOSTALES DE 3 Y 2 ESTRELLAS

En esta tipología de establecimientos, la oferta andaluza ha sufrido un leve descenso en el intervalo estudiado. En el año 2007 había un total de 12.762 plazas ofertadas mientras que en 2013 el número total en Andalucía descendió hasta los 12.454.

Pensiones y Hostales 3* y 2*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	1.119	1.166	1.225	1.199	1.199	1.175	1.154
Cádiz	2.148	2.140	2.150	2.221	2.248	2.064	2.009
Córdoba	1.172	1.174	1.167	1.187	1.197	1.215	1.151
Granada	2.255	2.222	2.277	2.172	2.216	2.197	2.117
Huelva	686	677	677	683	719	768	737
Jaén	507	451	527	590	621	606	582
Málaga	3.171	3.204	2.807	2.730	2.883	3.062	2.957
Sevilla	1.704	1.683	1.702	1.702	1.730	1.729	1.747
Total Andalucía	**12.762**	**12.717**	**12.532**	**12.484**	**12.813**	**12.816**	**12.454**

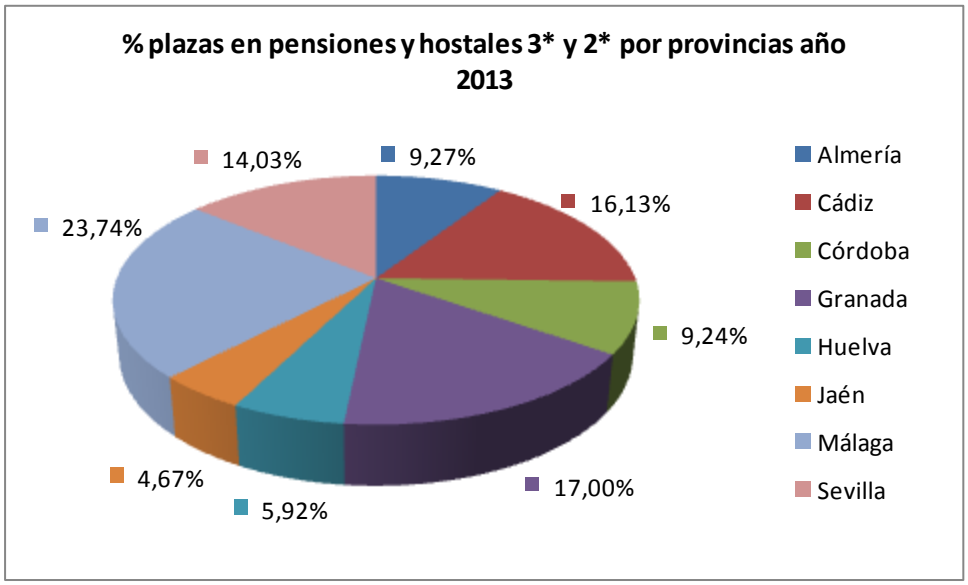
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

La provincia malagueña ha experimentado el mismo descenso que el total de la comunidad, aunque hay que mencionar que durante el intervalo analizado, Málaga ha experimentado subidas y bajadas en el número de plazas ofertadas.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

En términos porcentuales, la provincia malagueña con el 23,74% del total de las ofertadas es la provincia que lidera la oferta en Andalucía. Granada (17%), Cádiz (16,13%) y Sevilla (14,03%) se convierten así con la provincia malagueña en los destinos que ofertan mayor número de plazas para esta tipología durante el año 2013.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

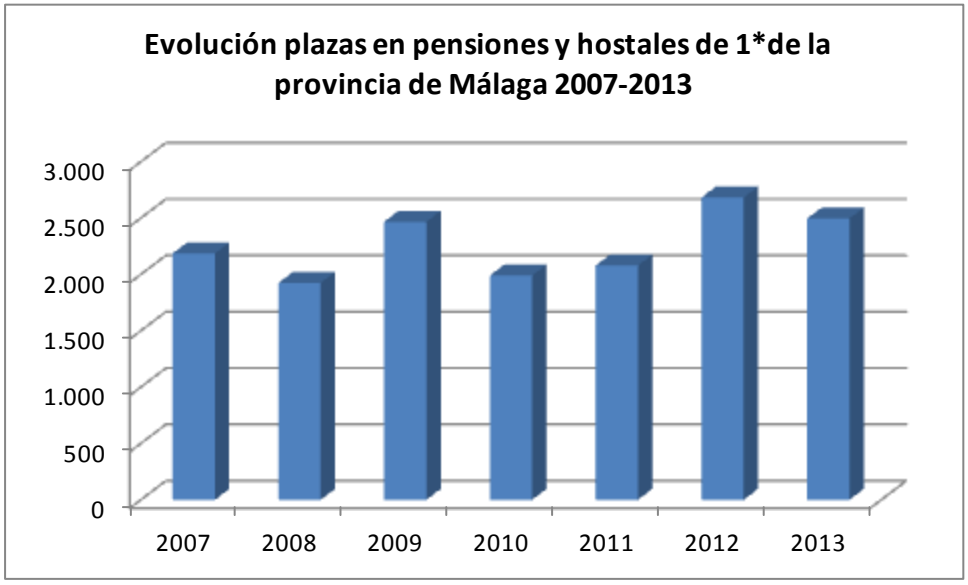
3.4.2 NÚMERO TOTAL DE PLAZAS OFERTADAS DE PENSIONES Y HOSTALES DE 1 ESTRELLA

La oferta de plazas de pensiones y hostales de 1 estrella se ha mantenido en Andalucía en el periodo del análisis. En 2007 existían un total de 16.803 plazas ofertadas por las 16.820 registradas en 2013.

Pensiones y Hostales 1*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Almería	1.910	1.977	2.048	1.926	1.703	1.613	1.583
Cádiz	4.197	3.646	3.672	3.495	3.619	3.793	3.589
Córdoba	1.142	1.249	1.352	1.326	1.438	1.427	1.420
Granada	2.406	2.257	2.682	2.446	2.757	2.457	2.503
Huelva	1.420	1.558	1.447	1.448	1.450	1.259	1.344
Jaén	1.378	1.414	1.360	1.211	1.152	1.311	1.318
Málaga	2.186	1.924	2.467	1.990	2.079	2.683	2.496
Sevilla	2.164	2.062	2.151	2.183	2.010	2.397	2.567
Total Andalucía	**16.803**	**16.087**	**17.179**	**16.025**	**16.208**	**16.940**	**16.820**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

La provincia de Málaga ha experimentado un incremento del número de plazas en este periodo del 14,18% pasando de las 2.186 en 2007 a las 2.496 de 2013. El incremento en Andalucía para el mismo periodo ha sido del 0,10%.

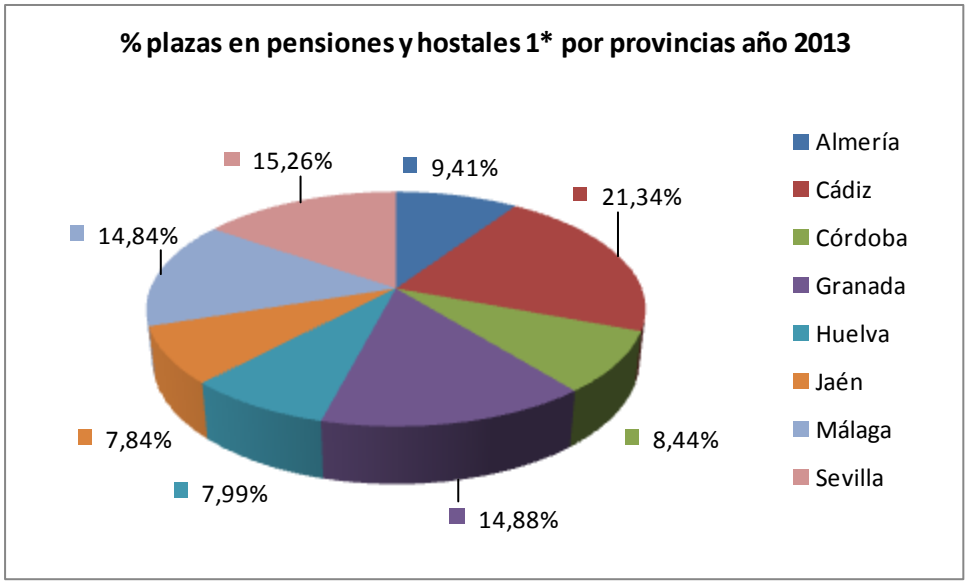


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Pensiones y Hostales 1*	2013	%
Almería	1.583	9,41
Cádiz	3.589	21,34
Córdoba	1.420	8,44
Granada	2.503	14,88
Huelva	1.344	7,99
Jaén	1.318	7,84
Málaga	2.496	14,84
Sevilla	2.567	15,26
Total Andalucía	**16.820**	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Porcentualmente hablando, en el año 2013, la provincia de Cádiz es la que lidera la oferta de plazas de esta tipología de alojamientos en Andalucía con el 21,34% del total de las plazas. Sevilla con el 15,26%, Granada con el 14,88% y Málaga con el 14,84% de la oferta encabezan el total de las plazas ofertadas por los establecimientos andaluces.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

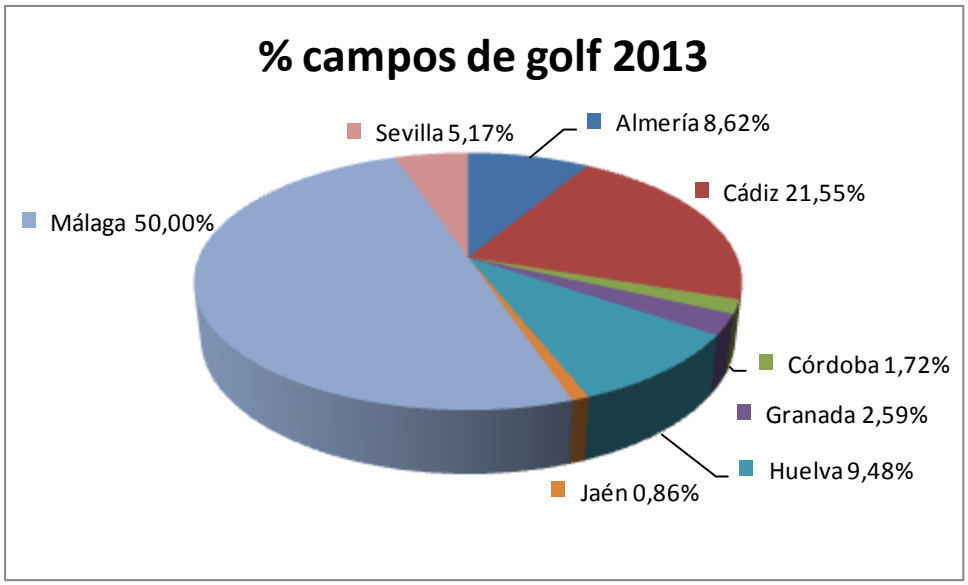
3.5.- OFERTA DE CAMPOS DE GOLF EN ANDALUCÍA AÑO 2013

La oferta de campos de golf en la comunidad autónoma de Andalucía es muy diversa. Según los datos de www.andalucia.org, en el año 2013 todas las provincias andaluzas disponían de algún campo de golf que ofertar.

	2013	%
Almería	10	8,62
Cádiz	25	21,55
Córdoba	2	1,72
Granada	3	2,59
Huelva	11	9,48
Jaén	1	0,86
Málaga	58	50,00
Sevilla	6	5,17
Total Andalucía	116	100,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de www.andalucia.org

Málaga se ha coinvertido en la provincia andaluza líder en la oferta de campos de golf, aglutinando el 50% del total de la oferta andaluza con sus 58 campos. Cádiz con el 21,55% el total de los campos ofertados en Andalucía ocupa el segundo lugar. Jaén, Córdoba y Granada son las provincias que menos campos de golf aportan a la oferta andaluza no llegando ninguna de ellas al 3% del total.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de www.andalucia.org

3.6.- ESTACIONALIDAD

Una de las características del turismo de la provincia de Málaga es su marcada estacionalidad dato este muy propio de los destinos considerados de sol y playa como es el caso de nuestra provincia.

La estacionalidad es una de las luchas que el sector turístico mantiene desde prácticamente sus orígenes. Cualquier dato tanto de pernoctaciones, ocupaciones hoteleras, número de viajeros que llegan al aeropuerto de Málaga, etc, etc, nos llevan a la conclusión de que existe en Málaga una marcada estacionalidad en los periodos comprendidos entre mayo y octubre y el resto del año, siendo el mes de agosto el que mayor índice refleja.

En los diferentes estudios que se realizan para demostrar esta estacionalidad se suele utilizar las pernoctaciones o la ocupación hotelera, nosotros hemos preferido a pesar de su complejidad hacerlo en función del tránsito de pasajeros en el aeropuerto de Málaga ya que creemos refleja mucho mejor este dato al ser la puerta principal de entrada de los extranjeros.

Para ello, disponemos de la información de AENA que nos da el tráfico total de pasajeros en el aeropuerto de Málaga, es decir, los pasajeros que se quedan en Málaga y los de tránsito para otros destinos y los datos facilitados por SAETA de los que realmente se quedan en nuestro aeropuerto, que son entorno al 50% de ellos.

Veamos el primer dato de AENA

PASAJEROS	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
ENERO	699.348	566.965	545.919	589.994	550.781	537.657
FEBRERO	771.347	610.616	603.501	639.460	598.215	574.380
MARZO	1.002.334	793.547	795.201	868.628	824.726	833.488
TOTAL 1ER TRIMESTRE	**2.473.029**	**1.971.128**	**1.944.621**	**2.098.082**	**1.973.722**	**1.945.525**
ABRIL	1.080.936	1.025.824	896.547	1.200.742	1.167.237	1.120.048
MAYO	1.258.771	1.140.871	1.129.851	1.240.106	1.215.532	1.283.971
JUNIO	1.290.007	1.177.361	1.203.350	1.305.032	1.331.302	1.366.078
TOTAL 2º TRIMESTRE	**3.629.714**	**3.344.056**	**3.229.748**	**3.745.880**	**3.714.071**	**3.770.097**
JULIO	1.439.193	1.342.972	1.479.349	1.525.064	1.529.286	1.551.237
AGOSTO	1.514.199	1.380.435	1.502.305	1.531.782	1.547.217	1.589.476
SEPTIEMBRE	1.271.614	1.201.654	1.305.033	1.374.463	1.375.735	1.414.900
TOTAL 3ER TRIMESTRE	**4.225.006**	**3.925.061**	**4.286.687**	**4.431.309**	**4.452.238**	**4.555.613**
OCTUBRE	1.166.277	1.101.674	1.278.713	1.271.371	1.214.067	1.277.955
NOVIEMBRE	701.607	656.390	718.655	669.047	646.301	723.003
DICIEMBRE	617.839	624.120	606.097	607.428	581.545	650.210
TOTAL 4º TRIMESTRE	**2.485.723**	**2.382.184**	**2.603.465**	**2.547.846**	**2.441.913**	**2.651.168**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de AENA

Esta tabla nos muestra los datos de llegadas de pasajeros al aeropuerto de Málaga. En ella se observa como durante el periodo de análisis la provincia malagueña sufre un descenso brutal del número de pasajeros en el último trimestre de cada año así como en el primero. El último trimestre coincide con el otoño-invierno pero los datos del primer trimestre son muy significativos ya que entre los meses de marzo y abril hay una alternancia en el número de pasajeros llegados a Málaga y el motivo es por la celebración de la Semana Santa.

Los datos del tercer trimestre son espectaculares año tras año ya que se multiplica por algo más del doble los pasajeros llegados al aeropuerto malagueño durante el primer trimestre.

Estudiemos los datos de los meses de mayo a octubre ambos incluidos y el resto del año:

PASAJEROS	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
MAYO	1.258.771	1.140.871	1.129.851	1.240.106	1.215.532	1.283.971
JUNIO	1.290.007	1.177.361	1.203.350	1.305.032	1.331.302	1.366.078
JULIO	1.439.193	1.342.972	1.479.349	1.525.064	1.529.286	1.551.237
AGOSTO	1.514.199	1.380.435	1.502.305	1.531.782	1.547.217	1.589.476
SEPTIEMBRE	1.271.614	1.201.654	1.305.033	1.374.463	1.375.735	1.414.900
OCTUBRE	1.166.277	1.101.674	1.278.713	1.271.371	1.214.067	1.277.955
	7.940.061	7.344.967	7.898.601	8.247.818	8.213.139	8.483.617

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de AENA

PASAJEROS	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
ENERO	699.348	566.965	545.919	589.994	550.781	537.657
FEBRERO	771.347	610.616	603.501	639.460	598.215	574.380
MARZO	1.002.334	793.547	795.201	868.628	824.726	833.488
ABRIL	1.080.936	1.025.824	896.547	1.200.742	1.167.237	1.120.048
NOVIEMBRE	701.607	656.390	718.655	669.047	646.301	723.003
DICIEMBRE	617.839	624.120	606.097	607.428	581.545	650.210
	4.873.411	4.277.462	4.165.920	4.575.299	4.368.805	4.438.786

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de AENA

Como se puede apreciar de estas tablas, en el año 2008 el número de pasajeros que llegaban a nuestro aeropuerto en el periodo mayo-octubre era del 62% mientras que en igual periodo de 2013 es del 65,65%, es decir, que a la estacionalidad prácticamente sigue constante en el periodo analizado (2008-2013) e incluso con una leve subida en la estacionalidad.

Como hemos comentado disponemos de los datos de SAETAS que nos reflejan el número de pasajeros que realmente se quedan en Málaga haciendo un estudio porcentual de ellos (prácticamente es el 50% como hemos mencionado) tenemos la siguiente tabla:

PASAJEROS	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
ENERO	345.545	280.383	270.670	292.354	273.172	266.846
FEBRERO	381.119	301.970	299.220	316.865	296.698	285.072
MARZO	495.249	392.436	394.266	430.423	409.041	413.670
ABRIL	534.086	507.305	444.514	594.992	578.916	555.893
MAYO	621.953	564.199	560.188	614.498	602.869	637.250
JUNIO	637.387	582.245	596.629	646.670	660.288	678.001
JULIO	711.099	664.145	733.471	755.700	758.482	769.898
AGOSTO	748.159	682.672	744.853	759.029	767.376	788.876
SEPTIEMBRE	628.299	594.258	647.044	681.074	682.326	702.232
OCTUBRE	576.253	544.815	633.995	629.990	602.143	634.265
NOVIEMBRE	346.661	324.607	356.314	331.526	320.547	358.835
DICIEMBRE	305.272	308.648	300.507	300.993	288.430	322.707
	6.331.083	5.747.683	5.981.671	6.354.114	6.240.287	6.413.545

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SAETA y AENA

Volviendo a hacer el estudio de los mismos periodos nos encontramos los mismos resultados porcentuales anteriormente dados.

La estacionalidad se centra aún más en los típicos o denominados meses de verano, julio y agosto.

En las propuestas finales hacemos algunas sugerencias para luchar contra la estacionalidad.

4.- CONCLUSIONES

DEMANDA

Hay que hacer mención que el presente estudio se ha realizado en un periodo comprendido entre los años 2007 y 2013. El motivo no es otro que poder trabajar sobre unos números lo más reales posibles y por ello se ha tomado 2007 como año de referencia de inicio ya que es el año que precede al comienzo de la crisis económica que nos "invade" o ha "invadido" durante estos años y de la que parece haber algún repunte o ápice de su finalización. Al analizar el 2007 tenemos una visión de donde se estaba y al menos hasta donde tenemos que llegar y sobre todo como poder superar los registros turísticos de esos años.

En la provincia malagueña el número de turistas ha disminuido en este periodo pero en menor porcentaje que en el total de andaluz lo que nos da que pensar que nuestra provincia ha sabido buscar nuevos incentivos para que el turista nos visite, llámese turismo de cruceros, de golf, de interior, de congresos, etc..Por otra parte Málaga sigue siendo la provincia que mayor número de turistas recibe de nuestra comunidad.

En este periodo el descenso comenzó en 2009 y en 2013 ya hay registros alentadores que vuelven a señalar un ascenso en el número de estos en nuestra provincia. Como no podía ser de otra forma, la provincia malagueña marca el ritmo de crecimiento o recuperación de la región.

Como en épocas pasadas, el principal motivo por el que nos visitan los turistas son las vacaciones y el ocio confiando así a nuestra provincia algo tan importante y valioso como es el descanso y ocio durante las vacaciones. Aquí encontramos uno de los principales motivos para seguir buscando nuevos incentivos para esos turistas ya que cada vez son más los que nos visitan no solo buscando sol y playa sino deseando conocer otros aspectos como los culturales, deportivos, etc…

Un aspecto llamativo es que a pesar del comienzo de la crisis económica, el aeropuerto malagueña no ha cesado de recibir año tras año un número mayor de turistas, lo que lo convierte en uno de los más transitados de España además de ser con el 69,20% el que más turistas recibe de nuestra comunidad.

Económicamente hablando, el presente estudio nos deja datos para la reflexión como puede ser que los turistas andaluces son los que menos dinero gastan en sus viajes a Andalucía y los turistas europeos y procedentes del resto del mundo son los que más gasto realizan en nuestra comunidad. Siguiendo con el gasto de los turistas debemos también mencionar que la media de gasto de los turistas en nuestra provincia es menor que la media de Andalucía, este hecho puede tener su explicación en que la estancia media de los turistas en nuestra provincia también es mayor que en el resto de las otras provincias andaluzas, por lo que ante un mismo presupuesto tienen que reducir el gasto. Otra explicación podría ser que tradicionalmente el turismo malagueño es un turismo de sol y playa por lo que el turista suele pagar en origen un paquete al que muy pocas cosas se le pueden añadir en destino. Además podríamos decir que

no es el mismo gasto el que se produce por parte de los turistas en ciudades o provincias con muchos recursos culturales que el que se produce paseando por la playa o tumbado al sol. Una prueba de esto está en la propia capital malagueña donde según los últimos datos dada la fuerte apuesta cultural de la ciudad hacen que el gasto medio se esté incrementando.

La provincia malagueña aglutina casi un tercio del total de los alojamientos de la región y aunque en el año 2013 aún no se alcanzaban los registros de 2007 si se aprecia una tendencia creciente en este sentido tanto en nuestra provincia como en el total de la comunidad.

Esta tendencia de crecimiento se refleja también en las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros ya que a nivel regional la comunidad ha cambiado la tendencia negativa (2007-2010) y está incrementando las pernoctaciones pero en la provincia de Málaga este incremento del número de pernoctaciones viene desde el año 2010 tras el fuerte descenso que se sufrió en el año 2009 registrando en 2013 un número mayor de pernoctaciones que en el año 2007 antes del comienzo de la crisis económica.

La estancia media de los turistas en nuestra comunidad se ha mantenido en este periodo de análisis al igual que en la provincia malagueña.

La población ocupada en el sector turístico en nuestra comunidad ha descendido durante este periodo, alcanzando en 2012 la cota más baja. Los datos registrados durante 2013 reflejan un incremento de población ocupada en este sector por lo que habrá que esperar a conocer los datos de 2014 para poder comenzar a hablar de una recuperación de puestos de trabaos en el sector turístico andaluz. Estos datos de población ocupada lo lidera Málaga, cuya aportación al total andaluz es de casi un tercio de los puestos de trabajo del sector.

Los demandantes de empleo han ido en aumento en este periodo de análisis en este sector, tanto en Andalucía como en Málaga.

La valoración del viaje ha experimentado un aumento significativo en la mayoría de los aspectos valorados por los turistas destacando que la provincia malagueña está por encima de la media de valoración andaluza, hecho que sucede en 2013 por primera vez en el periodo de análisis. Hay que destacar que en nuestra provincia no hay ninguno de los aspectos valorados que obtenga una puntuación inferior a 8.

OFERTA

La oferta andaluza es muy diversa por lo que en nuestra comunidad recibimos turistas de muy diversa índole, tanto de orígenes muy diferentes como de poderes adquisitivos muy distintos. Además uno de los principales impulsores de la oferta andaluza han sido las diferentes actuaciones en materia de apoyos que ha tenido el sector turístico por parte de las administraciones públicas.

El número de hoteles de la comunidad se ha incrementado en este periodo de análisis pero es cierto que durante el 2012 el número de éstos descendió en Andalucía aunque ya en 2013 los datos reflejan una recuperación de esos establecimientos perdidos.

Málaga por su parte es el fiel reflejo de lo acontecido en el total andaluz, ya que también sufrió un descenso del número de hoteles en 2012 pero ya en 2013 se han recuperado algunos. Hay que destacar que la provincia malagueña lidera a la comunidad en cuanto al número de establecimientos hoteleros abarcando el 26,36% del total de la oferta andaluza.

Si desagregamos los hoteles en función de su categoría, encontramos que Málaga es la provincia andaluza que lidera el número de establecimientos hoteleros en todas las categorías excepto en los establecimientos de una estrella donde Cádiz es la que presenta un mayor número de establecimientos. Estos datos nos llevan a pensar que Málaga sigue siendo la provincia de referencia en el sector turístico andaluz además de contener una muy diversa y rica oferta hotelera aumentando así las posibilidades de visitas. Si es cierto que Málaga lidera la oferta de establecimientos hoteleros no es menos cierto que durante este periodo de análisis se han perdido establecimientos también en nuestra provincia como consecuencia de la fuerte crisis económica que nos azota estos años. Aún así los datos de 2013 son alentadores si se confirman en 2014, ya que se observa cómo se comienzan a recuperar establecimientos.

Si el número de hoteles tiene un claro exponente en Andalucía el número de plazas también sitúa a Málaga como referente andaluz ya que la provincia malagueña aporta más de un tercio del total de plazas hoteleras de la comunidad andaluza. Hay que destacar que el total de plazas en Andalucía sufrió un significativo descenso en 2012 pero durante 2013 este descenso se alivió encontrándonos en la actualidad en número similares a 2010 (año de máximo número de plazas hoteleras ofertadas en Andalucía).

Los establecimientos de cinco y tres estrellas son los que han sufrido un mayor descenso del número de plazas en Málaga en este periodo. De igual manera los de cuatro estrellas son los que han experimentado un mayor crecimiento en este periodo en la provincia malagueña. Con respecto a Andalucía, Málaga lidera toda la oferta hotelera de Andalucía en cuanto al número de plazas excepto en los establecimientos hoteleros de una estrella donde Cádiz y Granada se sitúan por delante de nuestra provincia. Llama la atención la aportación de los de cinco estrellas donde Málaga aglutina casi la mitad del número de plazas que oferta Andalucía.

El número total de pensiones y hostales ha descendido en Andalucía durante el periodo de análisis de igual modo que en la provincia malagueña. Aún así, Málaga es la provincia andaluza que contiene un mayor número de establecimientos de esta tipología. Málaga lidera la oferta andaluza para las pensiones y hostales de 2 y 3 estrellas mientras que ocupa el cuarto lugar tras Cádiz, Sevilla y Granada en las de una estrella. Estos datos se extrapolan al número de plazas donde sucede prácticamente lo mismo que en el número de establecimientos a excepción del liderazgo del total de plazas para hostales y pensiones donde Cádiz supera a Málaga.

Por último hemos decidido incluir la oferta de campos de golf de Andalucía ya que hemos considerado esta oferta importante para nuestra comunidad y nuestra provincia ya que los campos de golf atraen a nuestra región y provincia un tipo de turista de alto poder adquisitivo

lo que demuestra que la existencia de estos campos y este tipo de turismo refuerzan el liderazgo malagueña en establecimientos hoteleros de cinco estrellas. La provincia malagueña lidera la oferta de campos de golf en Andalucía aportando en 2013 el 50% el total de los campos de nuestra comunidad.

DIAGNÓSTICO DAFO DE LA PROVINCIA MALAGUEÑA

DEBILIDADES

La suciedad en las playas.

La estacionalidad.

La falta de profesionalización en el sector.

Tráfico.

Red de comunicaciones viarias en el interior de las comarcas muy débil.

Escasas oficinas de turismo en municipios de interior y baja formación de los profesionales.

Falta de apoyos económicos de capital privado al sector.

Urbanización de prácticamente todo el litoral por lo que se han destruido espacios vírgenes o de gran valor ecológico.

Escasez de empresas que complementen la oferta de ocio.

Descoordinación de la promoción de la provincia.

Innumerables productos turísticos con marcas y eslóganes propios que desvían la atención de las potentes marcas Málaga y Costa del Sol.

La poca o la escasa implicación de algunos organismos públicos y privados como actores de la promoción de la provincia en el Patronato de Turismo.

La competencia desleal de la oferta no reglada de establecimientos turísticos que resta competitividad a aquellos si reglados y que pagan sus impuestos.

Falta de taxímetro en los taxis.

Cierre casi completo de la oferta complementaria en invierno (parques de atracciones, salas de fiestas, etc…).

AMENAZAS

Los AVE a Valencia y Barcelona desde Madrid nos obliga a estar alerta cara al mercado madrileño. Estas buenas comunicaciones nos obliga a hacer esfuerzos mayores en la capital por ser un foco importante dentro del mercado nacional.

Cercanía de otros destinos emergentes con una relación calidad-precio muy buenas como es el caso del norte de Marruecos.

Crecimiento del número de establecimientos en otros destinos andaluces competidores.

La competencia que supondrán otros destinos cercanos cuando solucionen su situación de inestabilidad política (Argelia, Túnez, Egipto, etc..).

Buen desarrollo internacional de destinos como la Costa de la Luz o el Algarve.

Se está detectando que algunos touroperadores están cambiando de provincias algunos de sus programas. Por ejemplo el touroperador islandés Heimsferdir (heimsferdir.is), hasta el verano 2.012 el programa de Golf lo desarrollaba en la Costa del Sol. Desde el 2.013 lo desarrolla en la provincia de Cádiz (Sancti Petri+Costa Ballena), eso a pesar de ser Málaga la de mayor oferta de campos de golf (lo cual debería ser una fortaleza).

En cuanto a turismo interior las provincias colindantes pueden ser una posible amenaza destacando Cazorla, Grazalema, etc, etc…

La falta de financiación para la reforma de la planta hotelera que unido a la falta de beneficios de estos años puede acabar con una parte de la oferta hotelera no actualizada.

La pérdida de muchos rasgos de la identidad cultural de nuestros pueblos y ciudades que tanto atractivo mantienen en nuestros visitantes.

El gran número de microempresas del sector que encuentran por su propia naturaleza grandes inconvenientes de financiación.

La degradación medioambiental que se produce en buena parte de la provincia fundamentalmente por el desarrollo urbanístico desordenado.

FORTALEZAS

Calidad de la oferta aunque no debe descuidarse ya que como comentamos existe riesgo real de quedarse obsoleta.

Hospitalidad y cercanía de la población local, debido a la conciencia cada vez mayor que se está tomando de la importancia del sector turístico en la economía provincial.

Buena infraestructura de comunicaciones con el exterior (ferrocarril, AVE, aeropuertos, puertos).

Buena señalización turística.

Excelente oferta deportiva (campos de golf, equipos en la élite deportiva, puertos deportivos, deportes náuticos).

Diversificación de segmentos, turismo de congresos y reuniones, turismo cultural, turismo de interior, turismo sanitario, turismo gastronómico, turismo deportivo.

El clima de nuestra provincia donde los inviernos son suaves y el sol permanece visible la mayoría de los 365 días del año.

Buena conexión con las cabeceras de comarcas de interior, lo que está enriqueciendo la oferta malagueña por la diversidad de recursos que ofrecen al turista.

Gran cantidad de espacios naturales protegidos que dan un valor superlativo a la oferta malagueña.

Excelente patrimonio cultural en los municipios de interior.

La marca costa del Sol está muy consolidad tanto nacional como internacionalmente quizás sea conveniente estudiar el ponerle apellidos a la marca Costa del Sol. Ejemplo: Costa del Sol Málaga Cultural, Costa del Sol Sport destination.

Los centros de formación a profesionales del sector existentes en la provincia: CIO Mijas, la Ménsula, la Cónsula, el Centro de Santo Domingo, la escuela la Roches de Marbella.

OPORTUNIDADES

Limpieza del agua de las playas con construcción de depuradoras de aguas residuales.

Clima y ubicación geográfica.

Excelentes conexiones con el exterior.

Fidelización del turista.

Acercamiento entes públicos y privados.

Potencialidades en diversos segmentos importantes como el golf, congresos, naturaleza, cultural, gastronómico, etc, alguno de ellos en fase de puesta en valor.

Las nuevas tecnologías tendrán que jugar un papel fundamental en la promoción y comercialización.

Se hace necesaria la potenciación de la oferta complementaria al sol y playa así como darla a conocer.

REFLEXIONES DE FUTURO

EMPLEO:

Del presente estudio se deduce que hay una recuperación de viajeros en el aeropuerto de Málaga, un incremento en la ocupación hotelera, en la estancia media e incluso en el gasto medio por turista y día y sin embargo todos estos datos positivos no se reflejan en un incremento de empleo en el sector. Todo esto nos lleva a pensar en la necesidad de una reflexión sobre este hecho fuera del ámbito de este estudio.

En los sucesivos párrafos intentamos con las medidas que proponemos combatir este hecho.

DIVERSIFICACIÓN DE ORIGEN:

Lo básico es hacer una segmentación de la oferta, de forma que dicha oferta pueda ser dirigida a distintos segmentos de la demanda en su país de origen. Tenemos las típicas segmentaciones como sol y playa, interior, cultural, city-breaks-salud etc etc etc a las cuales en nuestra opinión deben ser actualizadas y mejoradas (esto lo está haciendo muy bien el Patronato de Turismo Costa del Sol).

Así, entendemos que se deberían crear micro productos dentro de cada segmento de la oferta, se podrían hacer acciones que permitan mejorar la estancia media y el volumen de la demanda. Por ejemplo:

Dentro de la oferta Sol y Playa, se pueden crear paquetes de larga estancia en los meses de invierno (que además serviría para desestacionalizar el destino) combinando paquetes de salud y visitas culturales a las principales capitales de Andalucía. Algunos touroperadores ya lo hacen y con éxito con paquetes de 7 y 14 noches adjunto el link de Trendtour, uno de estos touroperadores: http://www2.trendtours-touristik.de/kurreisen/%28k%29urlaub-in-andalusien/

MEDIDAS QUE FAVOREZCAN EL INCREMENTO DE LA ESTANCIA MEDIA:

Fundamentalmente consistiría en ofertar los recursos necesarios al cliente final de sol y playa de los países europeos para que opten por venir un número mayor de noches.

Este tipo de cliente no suele tener una estancia media inferior de 7 noches pero si se pone a su disposición los muchos recursos que tiene la provincia de Málaga y las provincias colindantes pueden aumentar esta estancia.

Se trataría pues de atacar ese nicho de clientes con ofertas combinadas al sol y playa. Ejemplo: Hay un touroperador danés (Spanien Nichen) que está combinando el sol y playa con visitas culturales y un día en Alfarnatejo con comida en casas particulares con familias del pueblo. Según nos consta con mucho éxito.

Este es el link de la agencia:
http://www.spaniens-nichen.dk/index.asp?pageID=118

Este tipo de oferta merecería un estudio en profundidad potenciando en cada uno de ellos la singularidad de nuestros pueblos con el fin último de alargar la estancia y favorecer la desestacionalización además de diversificar los destinos y potenciar la implicación de la juventud en el sector con la creación de puestos de trabajo tales como conductores, guías, restauración, hostelería, etc, tras la lógica formación de éstos.

Estas actuaciones aumentaría además el potencial turístico de zonas de la provincia de Málaga que no son muy demandadas a día de hoy.

Así mismo se hace necesaria una promoción conjunta de la de la provincia o como mínimo a nivel comarcal. Hay que mentalizar a los poderes públicos que salvo Ronda, Nerja y los emblemáticos núcleos de sol y playa, Torremolinos, Benalmádena y la mundialmente conocida Marbella no hay pueblo que por sí mismo sean capaces de atraer a la demanda.

Es un error común de la mayoría de nuestros pueblos el querer dotarse de oferta hotelera cuando la oferta existente en la costa y capital es más que suficiente. Lo que si se podría hacer es potenciar las excursiones de un día para conocer estos puntos no tan desarrollados turísticamente y que por sí mismo no atraen a la demanda.

Esto no quita que no se potencien los alojamientos rurales como eje fundamental de la oferta turística del interior.

Habría que realizar un plan que se podría denominar “la provincia a la carta” ó “Málaga a la carta” (estos nombres no dejan de ser una simple sugerencia) donde se ofrezcan al menos 15 o 20 excursiones de medio día o día completo. Estas excursiones podrán ser comercializadas tanto por los touroperadores en los países de origen como por las empresas locales de ventas de excursiones en destino.

Por supuesto que habría que crear toda esta oferta y luego comercializarla.

Los países del norte de Europa y Alemania cada vez buscan más conocer lo genuino y exclusivo de Andalucía, las comidas típicas y un nuevo modelo social que se va abriendo paso que es interactuar con la población local del destino. Todo esto supondría la formación de jóvenes y mayores que sean capaces de desarrollar todas estas actividades e inversores dispuestos a apostar por este tipo de actuaciones que no requieren de entrada una elevada inversión.

Por otro lado, en la actualidad hay una tendencia generalizada a buscar nuevos segmentos de la demanda, lo que nos debía llevar a hacer un estudio en los países de origen para saber de éstas necesidades que están surgiendo (hace unos años nadie pensaba en el nicho de mercado tan potente existente en el denominado “turismo de fin de estudios, turismo de viajes de fiesta, viajes jóvenes o viajes de discoteca” que se da ya en algunas poblaciones de la Costa Brava y que es a veces tan denostado por la opinión pública pero tan alabado por la población local que han visto en él una gran vía para el mantenimiento de la económica local). Hay otros ejemplos más como el turismo gay, de festivales musicales, grandes eventos, etc. Ya hay

touroperadores que se están especializando en estos segmentos por ejemplo, el touroperador alemán: http://www.jam-reisen.de/

Con objeto de mejorar la comercialización y visualización de nuestra oferta turística habría que variar el concepto actual de promoción basándola fundamentalmente en el contacto con el cliente final promocionando in situ en los países de orígenes las cosas que más valoren y que sean más típicas de nuestra tierra, así como forzar a los touroperadores en los acuerdos que se establezcan en seguir con esta línea de promoción. Con esto se obtendría un alto grado de fidelización.

En la actualidad, existen unas caravanas promocionales que recorren los principales puntos de los países de origen tras hacer una buena selección de "que enseñar".

Por tanto, hay que incrementar aún más si cabe, la promoción en los países escandinavos de la provincia en los meses de invierno y la colaboración con los touroperadores en destino. Ya hay touroperadores de estos países que venden el invierno con larga estancia. Ejemplos:

Albatros Travel con estancias de 21 y 28 noches: http://www.albatros-travel.dk/rejser/langtidsferie-i-andalusien-med-malaga-mijas-og-cordoba

Al igual que usan Mijas, se podrían ofertar las otras posibles excursiones de 1 día en la provincia.

Para la mejora de la competitividad de nuestra oferta turística es fundamental la reducción de costos ya que nuestros competidores más cercanos del norte de África y el Algarve portugués son en comparación a nosotros más baratos. Esta reducción de costos no debe de ir nunca con reducción de los salarios ya que lo que debería buscarse es la mejora de la productividad ya que lo primero traería una disminución en la calidad de los servicios, una peor profesionalización y como consecuencia de ello una peor imagen para nuestro destino.

Por otro lado hay que destacar lo costosas que son las tasas aeroportuarias en nuestros aeropuertos y el consiguiente perjuicio en el precio final del viaje. Por ejemplo, el touroperador danés Bravo Tours (histórico de la Costa del Sol) ha cancelado su programa en la Costa del Sol para desarrollarlo en la provincia de Almería. Parece ser que los principales motivos han sido: las tasas aeroportuarias de Almería, que son más bajas que las de Málaga y debido a que los precios de la oferta hotelera son más competitivos.

Otro aspecto a tener en cuenta es que hay touroperadores muy fuertes que no operan el destino Costa del Sol en invierno y sin embargo Canarias está repleto de sus clientes. Por ejemplo TUI Nordic.

Otro factor a tener en cuenta es la baja frecuencia de vuelos diarios con algunos países de origen lo que dificulta el viaje por las escalas Mallorca o Barcelona que hay que realizar, como es el caso de Alemania.

Permanencia de la oferta complementaria en invierno. Es muy difícil poder vender un destino en el que durante seis meses la práctica totalidad de la oferta complementaria está cerrada. Por ello, habría que tomar algunas medidas, por ejemplo:

LOS CHIRINGUITOS:

Habría que establecer un turno de invierno rotativo en el que durante la época de invierno (noviembre-marzo) hubiera abierto uno de cada tres, de forma que hay una oferta mínima. A los que les tocase quedarse abierto ese año se podría estudiar excepciones en los impuestos tanto municipales como estatales así como en el canon obligatorio que les exige Costas.

Esta propuesta se consensuaría con los ayuntamientos y con la Asociación de Empresarios de Playa, convienen recordar que estos establecimientos tienen una concesión administrativa por lo que el acuerdo puede no ser difícil en principio.

Es importante dada la gran aceptación que este tipo de establecimientos tienen entre nuestros visitantes.

PARQUE DE ATRACCIONES:

Habría que intentar también mantener estos establecimientos abiertos en invierno. Máxime si tienen subvenciones por parte de la Junta de Andalucía. Algunos de estos establecimientos están perfectamente dotados y no son al aire libre aunque también cierran en invierno como es el caso del SeaLife en Puerto Marina.

Además tanto Selwo Aventura como Selwo Estepona podrían adaptar sus servicios y espectáculos a los meses de invierno por lo que la oferta de la Costa el Sol sería mucho más atractiva en estos meses consiguiendo así evitar la estacionalidad además de incrementar el número de puestos de trabajo en el sector.

EL FLAMENCO:

Es sin duda uno de los grandes atractivos de Andalucía y uno de los menos desarrollados en la provincia de Málaga. La carencia de establecimientos dedicados a este género es prácticamente nula. Sería interesante organizar una red de establecimientos de flamenco en la provincia, sobre todo en invierno.

Para este tipo de actividades no se requieren grandes superficies y de hecho hay ya pequeños restaurantes que organizan algunas vísperas de fiestas recitales de cante flamenco y baile con gran éxito. Desde la Diputación Provincial u otro organismo se pueden establecer unos acuerdos con los muchos artistas y grupos que hay en nuestra provincia para ir rotándoles por los establecimientos que se acojan a este plan de promoción turística.

Estamos seguros que además de una gran acogida sería una buena fuente de creación de empleo y ayuda no solo a los artistas sino también al empresariado que se acoja a esta actividad.

AMPLIACIÓN DEL USO DEL MAR:

El Mar sólo lo explotamos como playa pura y dura y nos olvidamos que las distintas actividades que se podrían desarrollar tanto dentro del Mar como en la playa. Tenemos que llegar a la idea de mantener el Mar y la playa abiertos todo el año. Son muchos los de programas de deportes náuticos que se pueden desarrollar en invierno y no hay oferta ninguna de este tipo. Conviene

destacar que en muchos países de Europa con un clima infernal en invierno funcionan programas relacionados con el Mar.

Se podrían utilizar la oferta de fauna marina para desarrollar paquetes turísticos en los meses de invierno.

La importante zona de Maro por ejemplo está sin explotar.

Los deportes tipo vela pueden tener también un buen desarrollo en invierno al igual que el wakeboard, surf y el submarinismo.

Del mismo modo que se puede y debe aprovechar el Mar no estaría de más el aprovechamiento de la arena para la realización de actividades deportivas como es el caso del Volley-playa, fútbol playa, etc...

GRANDES EVENTOS:

Hay que conseguir que vengan grandes eventos en invierno, fundamentalmente de folcklore internacional. Se da la circunstancia de que algunas agencias de viajes como la irlandesa Enjoy Travel desarrollan en Costa del Sol varios programas relacionados con el baile típico irlandés. Todos ellos en temporada baja (Navidades) y temporada media (marzo-abril). Con esto la agencia irlandesa trae a la Costa del Sol ciudadanos irlandeses no solo de Irlanda sino también de otras partes del mundo donde están afincados. Cerrar acuerdos o llegar a acuerdos con otros agentes en esta línea serviría para tener más atractivo en invierno ayudar a luchar contra la estacionalidad y ocuparía además las salas de los hoteles suponiendo esto un ingreso extra para establecimientos además de mantener puestos de trabajo.

La celebración de las fiestas nacionales de esos países también es un buen reclamo turístico. Esta misma agencia irlandesa organiza en marzo las fiestas de San Patricks.

http://enjoytravel.co.uk/

http://enjoytravel.co.uk/?q=node/194

http://enjoytravel.co.uk/?q=April_In_Andalucia

CONCENTRACIONES DE EQUIPOS DEPORTIVOS DURANTE EL INVIERNO:

Son muchos los equipos europeos que buscan el buen clima para hacer sus pretemporadas y mini stage durante el crudo invierno de sus respectivos países.

Habría que hacer una promoción directa con los principales clubes de Europa tanto de fútbol como de otras competiciones y ofrecerles las muchas posibilidades que tiene la Costa el Sol. Los equipos holandeses acuden con cierta frecuencia a Torremolinos y Estepona.

VUELOS DIRECTOS DESDE LOS PRINCIPALES PAÍSES EMISORES Y CON OTRAS COMUNIDADES ESPAÑOLAS:

Esta medida sería crucial en los meses de invierno con el objeto de poder romper con la estacionalidad y por supuesto para poder mantener e incluso crear puestos de trabajo en el sector.

Un vuelo directo a Galicia, Asturias, País Vasco, etc tendría una duración de una hora aproximadamente. La actualidad, es imposible volar por una duración menor a seis horas, igual problema hay con los principales mercados extranjeros hacia la Costa del Sol.

Competidores andaluces de la Costa del Sol, Granada, Jerez, Almería....están apostando fuerte por esto. Además del beneficio de la facilidad y cercanía hay una publicidad adicional por el interés que tienen en la prensa internacional este tipo de actuaciones. Ver por ejemplo esta noticia publicada recientemente en medios alemanes:

http://www.touristik-aktuell.de/index.php?id=84&tx_ttnews%5Byear%5D=2014&tx_ttnews%5Bmonth%5D=06&tx_ttnews%5Bday%5D=03&tx_ttnews%5Btt_news%5D=52274&cHash=ee5df8b28564aec45df830470b741efc

Ni que decir tiene el papel fundamental que las nuevas tecnologías están jugando en la promoción y conocimiento del destino, lo que hace que se deba prestar la debida importancia a estos medios.

El autor de este estudio, se pone a disposición de la mesa de expertos si lo consideran oportuno, a presentar un estudio basado en una amplia cartera propia de touroperadores de diversos países de origen.