OBSERVATORIO TURISTICO DE LA PROVINCIA DE SEVILLA

DIPUTACION DE SEVILLA

PRESIDENCIA
Análisis y Prospección

DIRECCIÓN
DIPUTACIÓN DE SEVILLA. PRESIDENCIA

PRESIDENTE
Fernando Rodríguez Villalobos

COORDINACIÓN Y REALIZACIÓN
Análisis y Prospección

Responsable técnico:
Mª del Carmen Jardo Esquembre

Colaboradoras:
Mª Jesús Cuadrado Estévez
Elena Gañán Palacios
Lourdes Ojeda Bonilla

INVESTIGACIÓN SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS, PERCEPCIONES Y COMPORTAMIENTO DE LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA 2011

Elaboración: Analistas Económicos de Andalucía
Dirección Técnica: José Antonio Muñoz López
Consultores: Mercedes Álvarez Gallego
Felisa Becerra Benítez
Felipe Cebrino Casquero
Cristina Delgado Reina
Esperanza Nieto Lobo

Tratamiento y análisis estadístico encuestas:
María Luz Román Jobacho
Alberto Pérez Guirado
Trabajo de campo:
Insoga Consulting SLU

EDITA
DIPUTACIÓN DE SEVILLA
Avda. Menéndez y Pelayo, 32
41071 Sevilla
http://www.dipusevilla.es

Dep.Legal:

DISEÑO Y PRODUCCIÓN
TRAMA GESTIÓN S.L.

Nota: El informe 2011 del Observatorio Turístico de la Provincia de Sevilla, se ha elaborado con la información disponible a 15 de febrero de 2012.

Las fotografías han sido cedidas por PRODETUR, S.A.

índice

Presentación 5

0 Contexto económico general de la actividad turística 6

1 Contrataciones en el sector turístico de la provincia de Sevilla en 2011 22

1.1 Contrataciones en el sector turístico por ramas de actividad y por género 22

1.2 Contrataciones en el sector turístico por comarcas y por género 28

2 Análisis de la actividad turística hotelera en la provincia de Sevilla 36

2.1 Perfil del sector hotelero en la provincia de Sevilla sin la capital 36

2.2 Perfil del sector hotelero en las comarcas de la provincia de Sevilla 47

3 Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla 64

3.1 Características de la encuesta y perfil de los encuestados 64

3.2 La demanda turística en la provincia sin la capital: motivaciones y percepciones 73

3.3 Presupuesto y gasto de los turistas 90

4 Aspectos técnicos y Metodológicos 92

Presentación

El presente Informe Turístico de la Provincia de Sevilla analiza datos sobre la evolución de esta actividad en un ejercicio tan difícil como el de 2011.

Y es que la complejidad y dificultad de los tiempos que atravesamos hace necesario disponer, a tiempo real, de información precisa y fiable sobre los principales sectores de actividad de la provincia de Sevilla. Y entre ellos, viene destacando el sector turístico como uno de los pilares que se han mantenido firmes en estos tiempos de crisis económica.

Así lo promulga en su Exposición de Motivos la recién aprobada Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, que dice textualmente: "el turismo se configura como la actividad del sector servicios que mayores repercusiones, en términos de renta y empleo, genera en Andalucía, constituyendo un recurso de primer orden que se encuentra en constante dinamismo y siendo, durante las últimas décadas, una de las principales palancas dinamizadoras de su crecimiento y desarrollo socioeconómico".

Por otro lado, y según la principal asociación privada del sector turístico a nivel nacional, Exceltur, el PIB turístico en España se ha incrementado un 2,6% en términos reales en 2011, lo que ha supuesto 2.678 millones de euros más que en 2010 en términos absolutos, y 17.000 puestos de trabajo más en términos interanuales, generados directamente por este sector.

Es en ese contexto donde los datos de la provincia de Sevilla, sin la capital, también confirman la bonanza de este sector en momentos en los que el paro se ha convertido en el principal azote de la sociedad. Y así, según los datos proporcionados por el Observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo, relativos a la contratación en el campo turístico en la provincia de Sevilla sin la capital, se constata que en las principales comarcas sevillanas, en 2011, ha habido un crecimiento notable en el número de contratos. En concreto, para el conjunto del año, el número de contratos registrados en la provincia, sin la capital, ascendió hasta los 43.655, un 29,1% más que en 2010.

Asimismo, las perspectivas de la actividad turística de la provincia sin la capital, para el conjunto del año 2012, son positivas según el 'Indicador Sintético de Actividad Turística', elaborado por Analistas Económicos de Andalucía para la Diputación de Sevilla, con una previsión de crecimiento del 0,7%.

Datos todos, en definitiva, que hacen que desde esta institución, y con la colaboración de todos los actores tanto públicos como privados que trabajan en favor del turismo en la provincia de Sevilla, sigamos esforzándonos para consolidar el turismo como uno de los pilares fundamentales para la dinamización de la actividad económica en los pueblos sevillanos. De esa manera conseguiremos que éstos se conviertan en un referente de sostenibilidad, creatividad y rentabilidad económica y social.

Fernando Rodríguez Villalobos
Presidente Diputación de Sevilla

00

Contexto económico general de la actividad turística

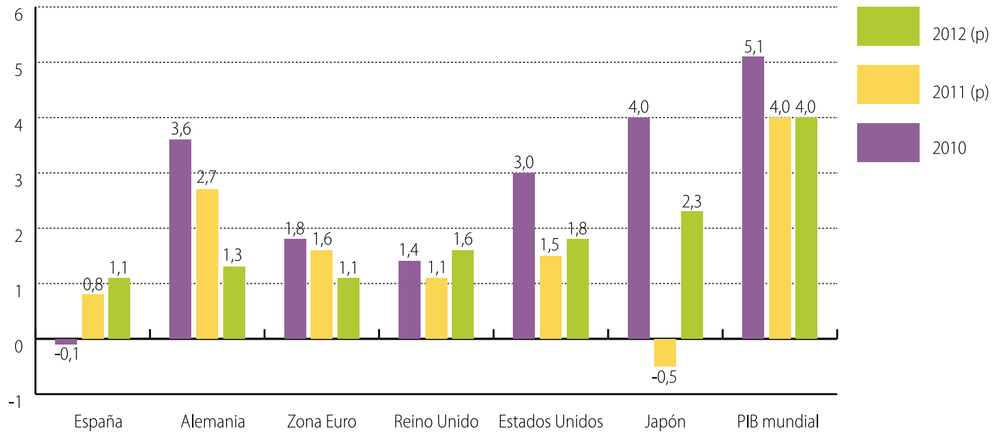
Las perspectivas de la actividad turística de la provincia sin la capital, para el conjunto del año 2012, son positivas según el "Indicador Sintético de Actividad Turística", elaborado por Analistas Económicos de Andalucía para la Diputación de Sevilla, con una previsión de crecimiento del 0,7%.

Los meses finales de 2011 se han visto marcados por un agravamiento de las tensiones en los mercados financieros en el panorama internacional, donde el riesgo soberano, el riesgo bancario y la pérdida de impulso económico ha ido afectando cada vez a más países de la Zona Euro.

La prolongación de esta situación ha implicado complicaciones para el acceso de la banca a la financiación en los mercados mayoristas, acarreando una revisión de la calidad crediticia de los bonos públicos en un amplio número de países de la Zona Euro.

GRÁFICO 0.1 LAS PREVISIONES DE CRECIMIENTO PARA ESPAÑA SE SITÚAN POR DEBAJO DE LAS PROYECCIONES PARA LA ZONA EURO

(Tasas de variación interanual en %, a precios constantes)



Fuente: Perspectivas de la economía mundial, Enero de 2011. Fondo Monetario Internacional.

En el ámbito económico financiero, el año 2011 ha sido muy negativo, en particular en la Zona Euro y, sin duda, en España. Las perspectivas que se tenían de que pudieran corregirse algunos desequilibrios y sentar las bases para la recuperación, se fueron diluyendo conforme avanzaba el año, conformándose así un escenario poco propicio para la actividad económica.

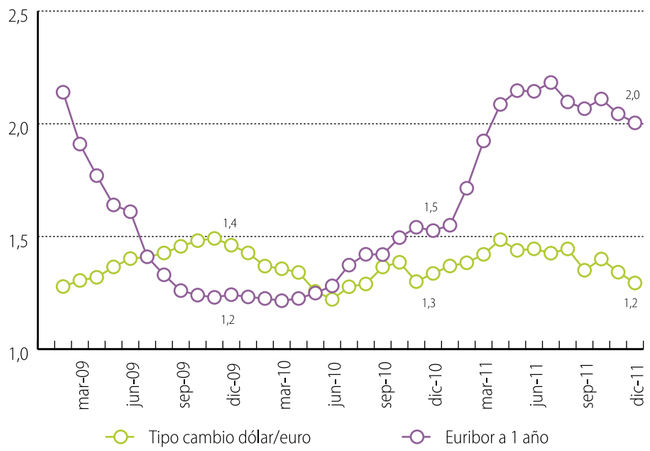
En el mercado interbancario, el Euribor a doce meses se situó en el 2% en el mes de diciembre, 0,5 puntos porcentuales por encima del valor registrado en el mismo mes de 2010. Por otra parte, y con relación al mercado de divisas, la evolución del euro a finales de 2011, en líneas generales, sigue una trayectoria similar a la de la aversión al riesgo, depreciándose durante a finales de año, hasta situarse en 1,29 dólares en diciembre frente al 1,40 del mes de octubre. En definitiva, las condiciones financieras siguen siendo muy incómodas para las familias dado el endeudamiento de los hogares españoles, retrayendo la demanda y, en general, el consumo de los servicios turísticos, culpa del deterioro de la renta disponible.

En lo que concierne a la economía española, y tras el estancamiento de la actividad en el tercer trimestre, se estima una caída intertrimestral del PIB del 0,3% en el cuarto trimestre, según la Contabilidad Nacional Trimestral de España (CNTR). En términos interanuales, se ha producido un aumento del 0,3%, cinco décimas inferior a la tasa del período anterior. Por el lado del gasto, la demanda nacional ha retrocedido a una tasa ligeramente superior a la del tercer trimestre (-0,5% en tasa inter-trimestral), mientras que la aportación positiva de la demanda exterior ha sido algo inferior a la del trimestre previo (0,3 puntos porcentuales), reflejando la ralentización de los mercados de exportación en los meses finales del ejercicio. En términos anuales y según el avance de la CNTR, el crecimiento del PIB para 2011 se estima en un 0,7%, tras el retroceso de los dos años precedentes, si bien, continúa la brecha de crecimiento con respecto a los países centrales de la Zona Euro.

Así, se estima una nueva contracción de la demanda interna (-1,3%), que se explica casi en su totalidad por la contribución negativa de la inversión en construcción y por el retroceso del consumo público, que no han podido ser contrarrestados por el consumo de los hogares y la inversión en equipo. En cambio, la demanda exterior neta sí ha contribuido de forma positiva (2 puntos porcentuales), dada la fortaleza de las exportaciones y la debilidad de las importaciones, en un contexto caracterizado por una débil demanda final. Por el lado de la oferta, el valor añadido de todas las ramas productivas, excepto el de la construcción, registró avances ligeramente positivos en el promedio de 2011, aunque en la segunda mitad del año se observa una ralentización en el ritmo de crecimiento.

GRÁFICO 0.2 TIPO DE CAMBIO Y EURIBOR A 12 MESES

(En % y dólares por euro)



Fuente: Perspectivas de la economía mundial, Enero de 2011. Fondo Monetario Internacional.

CUADRO 0.1 MERCADO DE TRABAJO EN ESPAÑA (MILES DE PERSONAS)

Periodos	Activos	Ocupados	Parados	Tasa de paro	Tasa de actividad
I trim 10	23.006,90	18.394,20	4.612,70	20	59,8
II Trim 10	23.122,30	18.476,90	4.645,50	20,1	60,1
III Trim 10	23.121,50	18.546,80	4.574,70	19,8	60,1
IV Trim 10	23.104,80	18.408,20	4.696,60	20,3	60
2010	**23.088,90**	**18.456,50**	**4.632,40**	**20,1**	**60**
I trim 11	23.061,80	18.151,70	4.910,20	21,3	59,9
II Trim 11	23.136,70	18.303,00	4.833,70	20,9	60,1
III Trim 11	23.134,60	18.156,30	4.978,30	21,5	60,1
IV Trim 11	23.081,20	17.807,50	5.273,60	22,8	59,9
2011	**23.103,60**	**18.104,60**	**4.999,00**	**21,6**	**60**
Tasas de variación interanual en %					
I trim 11	0,24	-1,32	6,45	1,24	0,05
II Trim 11	0,06	-0,94	4,05	0,8	0,01
III Trim 11	0,06	-2,11	8,82	1,73	0,03
IV Trim 11	-0,1	-3,26	12,29	2,52	-0,05
2011	**0,06**	**-1,91**	**7,91**	**1,57**	**0,01**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Población Activa, INE.

Con relación al mercado de trabajo, los indicadores mensuales disponibles han mostrado una intensificación de la destrucción de empleo en 2011, con una caída interanual de la afiliación a la Seguridad Social de en torno el 2% en el mes de diciembre. Según la Encuesta de Población Activa del INE, los datos del cuarto trimestre han mostrado un empeoramiento, con una destrucción de empleo del 3,3%, 1,2 puntos porcentuales superior a la registrada el tercer trimestre. En el conjunto de año, el número de ocupados ha ascendido a 18.104,6 mil empleados en términos medios, un 1,9% menos respecto a 2010. Respecto al desempleo, el número de parados ha crecido en 366,6 mil personas, un 7,9% más en términos interanuales. Así, y dado el mantenimiento prácticamente estable del nivel de activos, la tasa de paro se ha situado en el 21,5% en el conjunto nacional, 1,6 puntos por encima de la tasa registrada en 2010. Sin duda, la negativa trayectoria del mercado de trabajo nacional, y las previsiones nada optimistas que se barajan para 2012, tienen un efecto desalentador sobre la demanda turística.

En el caso de Andalucía, donde los resultados de la Contabilidad Regional Trimestral correspondientes al último trimestre de 2011 y el conjunto del año, aún no se encuentran disponibles, las expectativas no son mucho más favorables, dado los últimos datos publicados, y en especial los relativos al mercado laboral, con una destrucción de empleo muy intensa en los meses finales del año.

CUADRO 0.2 MERCADO DE TRABAJO EN ANDALUCÍA (MILES DE PERSONAS)

Periodos	Activos	Ocupados	Parados	Tasa de paro	Tasa de actividad
I trim 10	3.972,10	2.891,20	1.080,90	27,2	58,9
II Trim 10	3.974,20	2.870,10	1.104,10	27,8	58,8
III Trim 10	3.956,30	2.826,80	1.129,50	28,5	58,5
IV Trim 10	3.976,50	2.849,10	1.127,40	28,4	58,7
2010	**3.969,80**	**2.859,30**	**1.110,50**	**28**	**58,7**
I trim 11	4.001,30	2.813,80	1.187,60	29,7	59
II Trim 11	3.967,70	2.788,90	1.178,90	29,7	58,5
III Trim 11	3.985,70	2.752,70	1.232,90	30,9	58,7
IV Trim 11	3.998,10	2.749,60	1.248,50	31,2	58,9
2011	**3.988,20**	**2.776,30**	**1.212,00**	**30,4**	**58,8**
Tasas de variación interanual en %					
I trim 11	0,74	-2,68	9,87	2,47	0,12
II Trim 11	-0,16	-2,83	6,77	1,93	-0,31
III Trim 11	0,74	-2,62	9,15	2,38	0,24
IV Trim 11	0,54	-3,49	10,74	2,88	0,13
2011	**0,46**	**-2,9**	**9,14**	**2,41**	**0,04**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Población Activa, INE

De este modo, y según la Encuesta de Población Activa, en Andalucía se ha intensificado la caída del empleo en el último trimestre del año, con una tasa interanual del -3,5%, de forma que en el conjunto del año el número medio de ocupados ha ascendido a 2.776,3 mil personas, un 2,9% menos que en 2010. De otra parte, el aumento de la población activa en 2011 (0,5%) unido al del número de parados (9,1%), ha situado la tasa de paro andaluza en el 30,4% en 2011, 2,4 puntos porcentuales más que en 2010. Atendiendo al número de afiliados en la región andaluza, en el mes de diciembre se ha reducido en 33.971 personas respecto al mismo mes del año anterior, un -1,2% en términos interanuales, caída menos intensa que en el conjunto nacional.

Frente a estas cifras tan dramáticas, las relativas al sector turístico son muy alentadoras. Centrando el análisis en la actividad turística, el número de turistas internacionales ascendió a 980 millones en 2011, un 4,4% más que en 2010, según la Organización Mundial del Turismo (OMT). Concretamente, Europa alcanzó los 503 millones en 2011, lo que supone 28 de los 41 millones de llegadas internacionales adicionales registradas en el mundo, registrándose en Europa Central y del Este y los países del Mediterráneo los mejores resultados, con una tasa de crecimiento interanual del 8% en ambos casos. Aunque parte del crecimiento en la Europa Meridional se debió al cambio de destino del turismo de Oriente Medio y el Norte de África.

Realizando un breve análisis de los principales mercados emisores europeos, se espera que en 2012 el británico mantendrá los niveles de afluencia en España registrados en 2011 ayudado por las condiciones geopolíticas respecto a destinos del norte de África, según el último informe de Exceltur (Alianza para la Excelencia Turística). En cambio, el mercado alemán verá mermada su aportación a la actividad turística en España, debido al empeoramiento de sus perspectivas económicas, ya que entró en recesión en el cuarto trimestre con una contracción del 0,25%. No obstante, se prevé un mantenimiento positivo del gasto turístico, aunque algo más debilitado, gracias a la estabilidad del mercado de trabajo alemán. En lo que concierne al mercado francés, la baja confianza de los agentes económicos se verá compensada por el turismo de proximidad y la redirección hacia España del turismo de Túnez y Egipto. La situación de las finanzas públicas y el fuerte incremento de la prima de riesgo, han propiciado cambios radicales en la economía italiana por lo que las perspectivas turísticas para 2012 como mercado emisor son negativas. En cambio, las mejores perspectivas se han reservado al mercado ruso, donde se espera un amplio dinamismo asociado al crecimiento de su economía, ya que se prevé una tasa del 3,3% para 2012.

En España, según Exceltur, el año 2011 se ha caracterizado por un notable incremento de la actividad turística, pese a la desaceleración experimentada en el último trimestre del año, en un contexto de inestabilidad dada la crisis de deuda de la Zona Euro y la contracción del consumo de los españoles. Así, el PIB turístico estimado por dicha institución se ha incrementado un 2,6% en términos reales en 2011, lo que supone 2.678 millones de euros más que en 2010 en términos absolutos, con 17.000 puestos de trabajo más en términos interanuales. No obstante, la actividad se encuentra un 5,4% por debajo de los valores de PIB turístico estimados en 2007.

El 64,1% de las empresas turísticas españolas han elevado sus ventas gracias al avance de la actividad turística en 2011, si bien, la mejora en facturación no se ha traducido en una mejoría de resultados empresariales, ya que sólo el 44,8% empresas turísticas españolas han mejorado los beneficios respecto a 2010, casi en su totalidad con incrementos inferiores al 10%, debido al fuerte aumento de los costes y la presión sobre los precios, mientras que un 55,2% refleja nuevas caídas en 2011.

En el campo del sector hotelero, los hoteles de costa especializados en sol y playa y dependientes de la demanda extranjera, cierran 2011 con un positivo balance en lo que a ventas se refiere (67,9% de los casos) y algo menos intensos en resultados (57,8% de los casos mejora), según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Por otro lado, los hoteles de interior, los del Norte de España y los urbanos (salvo los localizados en Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla y Madrid), presentan un balance del conjunto del año negativo. La atonía del consumo de los españoles y la debilidad del turismo de negocios han provocado que el 56,8% de los hoteles urbanos españoles, registraran un descenso en sus ventas en 2011, con un 59,3% que sufren una nueva caída en las tarifas, lo que ha provocado que los resultados desciendan en el 58,1% de los casos, con un 27,1% en los que la caída ha superado el 10%, según la Encuesta.

El escenario macroeconómico actual anticipa un empeoramiento de la actividad turística en 2012, con un crecimiento del PIB sectorial del 0,2%. Esto se debe al entumecimiento del mercado doméstico y a un mercado extranjero que mantendrá la tendencia positiva de 2010, si bien, crecerá a tasas bastante más moderadas por la recuperación de los competidores del norte de África.

A tenor de la información aportada por la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros ascendió a 85,4 millones de viajeros, mostrando una favorable trayectoria, con 3,5 millones más que en 2010 en términos absolutos, o lo que es lo mismo, un 4,3 por ciento más en términos relativos. Atendiendo al origen de la demanda, esta positiva evolución se ha dado gracias a los viajeros residentes en el extranjero que han aumentado en 2011 un 11,3 por ciento en tasa interanual, frente al descenso de la demanda nacional (-1,1 por ciento).

Asimismo, las pernoctaciones en hoteles alcanzaron la cifra de 286,6 millones en 2011, con un aumento del 6,4% respecto al año anterior. Esta tasa de crecimiento ha sido 0,9 puntos porcentuales superior a la registrada en 2010. Este aumento se ha debido a la favorable evolución de las pernoctaciones de los viajeros extranjeros, que han crecido un 12,7% en términos interanuales, mientras que las de residentes han caído un 2,2%. Atendiendo a la oferta, los hoteles españoles ofrecieron una media de 1,4 millones de plazas de alojamiento a lo largo del año 2011, con un incremento del 1,0% respecto a 2010. El grado de ocupación por plazas alcanzó el 53,6% de media, lo que supuso un incremento de 2,4 puntos respecto a 2010.

CUADRO 0.3 NÚMERO DE VIAJEROS EN ESPAÑA EN 2011

	Residentes en España			Residentes en el extranjero			Total viajeros		
	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en %	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en%	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en %
Enero	2.348.195	-3.112	-0,13	1.574.350	158.498	11,19	3.922.545	155.386	4,12
Febrero	2.978.765	35.675	1,21	1.835.498	167.634	10,05	4.814.263	203.309	4,41
Marzo	3.376.372	-167.237	-4,72	2.452.622	289.731	13,4	5.828.994	122.494	2,15
1er trimestre	**8.703.332**	**-134.674**	**-1,52**	**5.862.470**	**615.863**	**11,74**	**14.565.802**	**481.189**	**3,42**
Abril	4.087.408	209.840	5,41	3.342.256	433.560	14,91	7.429.664	643.400	9,48
Mayo	3.732.852	-309.296	-7,65	4.060.752	292.879	7,77	7.793.604	-16.417	-0,21
Junio	4.422.299	35.337	0,81	4.397.044	696.688	18,83	8.819.343	732.025	9,05
2º trimestre	**12.242.559**	**-64.119**	**-0,52**	**11.800.052**	**1.423.127**	**13,71**	**24.042.611**	**1.359.008**	**5,99**
Julio	5.098.188	95.584	1,91	4.990.790	593.840	13,51	10.088.978	689.424	7,33
Agosto	5.597.983	-1.485	-0,03	4.992.231	577.231	13,07	10.590.214	575.746	5,75
Septiembre	4.405.447	97.546	2,26	4.513.723	421.524	10,3	8.919.170	519.070	6,18
3er trimestre	**15.101.618**	**191.645**	**1,29**	**14.496.744**	**1.592.595**	**12,34**	**29.598.362**	**1.784.240**	**6,41**
Octubre	3.895.484	-291.392	-6,96	3.781.132	288.013	8,25	7.676.616	-3.379	-0,04
Noviembre	2.873.387	-117.499	-3,93	2.035.837	50.705	2,55	4.909.224	-66.794	-1,34
Diciembre	2.892.681	-108.230	-3,61	1.709.056	59.446	3,6	4.601.737	-48.784	-1,05
4º trimestre	**9.661.552**	**-517.121**	**-5,08**	**7.526.025**	**398.164**	**5,59**	**17.187.577**	**-118.957**	**-0,69**
Anual	**45.709.061**	**-524.269**	**-1,13**	**39.685.291**	**4.029.749**	**11,3**	**85.394.352**	**3.505.480**	**4,28**

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

Según la Encuesta de Movimientos en Frontera (Frontur), el número de turistas llegados a España ascendió a 56,7 millones, un 7,6% más que en 2010, destacando el importante papel que han jugado los principales mercados europeos, especialmente Reino Unido, con una subida interanual del 9,4% en la entrada de turistas británicos. Este país continúa siendo el principal emisor de turistas hacia España, con un total de 13,6 millones de británicos en 2011, por lo que la evolución del tipo de cambio £/€ es un factor importante. El segundo mercado emisor de turistas fue Alemania, con más de 9 millones los turistas que vinieron a España y una variación interanual positiva del 2,5%. Francia ocupa el tercer lugar, con casi 8,5 millones de turistas, lo que supone una cuota de mercado del 15%. Cataluña ha sido el principal destino de los turistas internacionales en 2011 con el 24,3% de las visitas y 13,7 millones de turistas. Los turistas extranjeros llegados a España realizaron un gasto total en 2011 de 52.795,7 millones de euros, un 7,9% más que en 2010, según la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Por su parte, el avance de la Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) estima en 160,5 millones los viajes realizados por los residentes en España en 2011, un 1,7% más que en 2010, siendo más intenso el aumento de los viajes efectuados en el extranjeros (6,1%), cuyo peso relativo sobre el total de viajes fue del 7%, mientras que los viajes realizados en España han crecido un 1,3% en tasa interanual.

Continuando con el ámbito andaluz, el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros ascendió a 14,8 millones de viajeros en 2011, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, lo que supone un incremento relativo del 3,5% respecto a 2010. Atendiendo al origen de los viajeros, han sido los extranjeros los que han registrado un aumento del 10,9%, mientras que los residentes en España han experimentado un descenso del 0,9%. Por su parte, las pernoctaciones ascendieron a 42,2 millones, un 3,1 por ciento más respecto a 2010, destacando las de los viajeros residentes en el extranjero, con una tasa interanual del 12,7 por ciento, frente al descenso de las de los viajeros residentes en España (-3,8 por ciento respecto a 2010). Desde el punto de la oferta, el número de plazas medias en 2011 ascendió a 244.292, un 0,2% por encima de la disponibilidad estimada en 2010. Así, el grado de ocupación hotelera en la región andaluza ha crecido 1,3 puntos en términos interanuales, situándose en el 46,5% en 2011.

El número de turistas extranjeros llegados a Andalucía ha evolucionado favorablemente a lo largo del año, situándose en torno a 7,9 millones de personas en 2011, un 13,9% del

total de turistas llegados a España. Esto supone un aumento absoluto de 444.000 turistas respecto a 2010, o lo que es lo mismo un incremento interanual del 6%. Comparando con el resto de Comunidades, Andalucía ocupa el cuarto puesto del ranking de Comunidades con mayor llegada de turistas extranjeros, detrás de Cataluña, Canarias y Baleares. Asimismo, el gasto turístico en la región andaluza ascendió a 8.069 millones de euros en 2011, un 3,1% más que en 2010, con un peso sobre el gasto total en España del 15,3%.

CUADRO 0.4 NÚMERO DE VIAJEROS EN ANDALUCÍA EN 2011

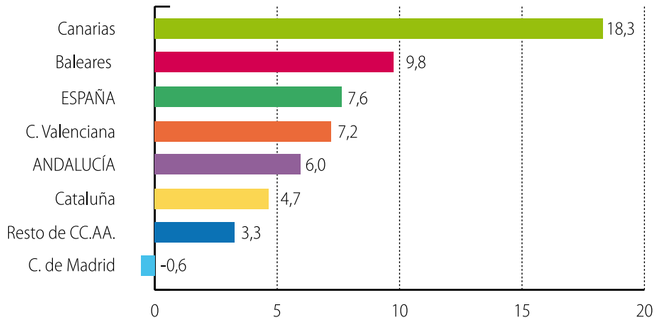
	Residentes en España			Residentes en el extranjero			Total viajeros		
	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en %	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en%	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en %
Enero	426.216	14.523	3,53	207.722	16.594	8,68	633.938	31.117	5,16
Febrero	620.736	34.702	5,92	259.132	19.408	8,1	879.868	54.110	6,55
Marzo	657.707	-26.041	-3,81	432.026	55.257	14,67	1.089.733	29.216	2,75
1er trimestre	**1.704.659**	**23.184**	**1,38**	**898.880**	**91.259**	**11,3**	**2.603.539**	**114.443**	**4,6**
Abril	801.188	38.596	5,06	632.642	80.853	14,65	1.433.830	119.449	9,09
Mayo	747.997	-49.614	-6,22	678.393	72.713	12,01	1.426.390	23.099	1,65
Junio	928.922	34.354	3,84	609.232	96.982	18,93	1.538.154	131.336	9,34
2º trimestre	**2.478.107**	**23.336**	**0,95**	**1.920.267**	**250.548**	**15,01**	**4.398.374**	**273.884**	**6,64**
Julio	1.022.239	-23.502	-2,25	584.428	60.979	11,65	1.606.667	37.477	2,39
Agosto	1.113.581	-41.838	-3,62	587.769	24.561	4,36	1.701.350	-17.277	-1,01
Septiembre	871.984	-5.421	-0,62	704.883	71.766	11,34	1.576.867	66.345	4,39
3er trimestre	**3.007.804**	**-70.761**	**-2,3**	**1.877.080**	**157.306**	**9,15**	**4.884.884**	**86.545**	**1,8**
Octubre	710.819	-58.910	-7,65	636.616	57.993	10,02	1.347.435	-917	-0,07
Noviembre	518.908	-10.928	-2,06	299.869	1.566	0,52	818.777	-9.362	-1,13
Diciembre	537.959	12.794	2,44	247.743	17.435	7,57	785.702	30.229	4
4º trimestre	**1.767.686**	**-57.044**	**-3,13**	**1.184.228**	**76.994**	**6,95**	**2.951.914**	**19.950**	**0,68**
Anual	**8.958.256**	**-81.285**	**-0,9**	**5.880.455**	**576.107**	**10,86**	**14.838.711**	**494.822**	**3,45**

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

En cuanto a los precios, el Índice de Precios Hoteleros medio en Andalucía en 2011 ha sido del 92,1 (Base 100 en 2008), un 1,8% menos que en 2010, caída más intensa que la registrada en el conjunto nacional (-0,1%). Pese a ello, los indicadores de rentabilidad muestran una modesta mejora en el conjunto andaluz, como muestran los ingresos por habitación disponible que con 35,8 euros han aumentado la media de 2010 en un 1,4%, siendo superior la tasa registrada en el conjunto nacional (6%).

GRÁFICO 0.3 LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS EN 2011

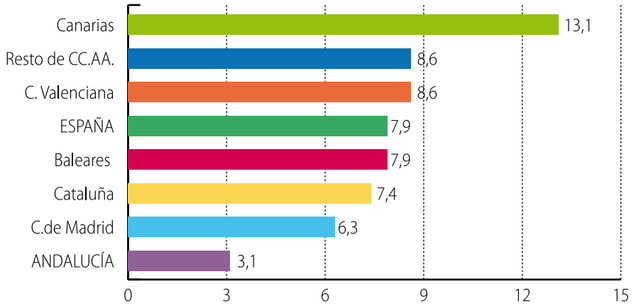
(Tasas de variación interanual en %)



Fuente: Analisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de Frontur, Instituto de Estudios Turísticos.

GRÁFICO 0.4 COMPARATIVA DEL GASTO TURÍSTICO EN 2011

(Tasas de variación interanual en %)



Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de Egatur, Instituto de Estudios Turísticos.

Desde el punto de vista provincial, en Sevilla se estimaron en 2011 en torno a 2,5 millones de viajeros alojados en establecimientos hoteleros, un 5,2% más que en 2010. Esta cuantía supone el 16,6% del total de viajeros llegados a Andalucía. Atendiendo a la procedencia, cabe destacar la favorable evolución de los extranjeros, que han aumentado en 120.451 viajeros respecto al número estimado en 2010 (11,2% en tasa interanual), mientras que la demanda nacional continúa rezagada ya que los viajeros residentes en España se han mantenido prácticamente estables respecto a 2010 (en torno a 1,3 millones de viajeros). Similar evolución han seguido las pernoctaciones (4,5 millones en 2011 en la provincia de Sevilla), que se han incrementado un 5,8 por ciento en términos interanuales, gracias a la demanda extranjera (11,6 por ciento respecto a 2010), y a la demanda nacional, si bien, estos últimos han registrado una tasa de crecimiento modesta (0,2 por ciento en términos interanuales). En cuanto a la oferta hotelera, el número de plazas estimadas en la provincia de Sevilla se ha incrementado en 86 respecto a la cuantía estimada en 2010, alcanzando en 2011 la cifra de 26.236.

CUADRO 0.5 NÚMERO DE VIAJEROS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA EN 2011

	Residentes en España			Residentes en el extranjero			Total viajeros		
	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en %	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en%	Número	Diferencia absoluta	Tasa de variación interanual en %
Enero	82.973	4.408	5,61	55.510	9.311	20,15	138.483	13.719	11
Febrero	97.606	5.814	6,33	61.420	13.355	27,79	159.026	19.169	13,71
Marzo	118.994	-2.641	-2,17	92.048	9.962	12,14	211.042	7.321	3,59
1er trimestre	**299.573**	**7.581**	**2,6**	**208.978**	**32.628**	**18,5**	**508.551**	**40.209**	**8,59**
Abril	123.402	-4.708	-3,67	121.316	8.226	7,27	244.718	3.518	1,46
Mayo	120.348	3.241	2,77	136.235	20.122	17,33	256.583	23.363	10,02
Junio	116.070	6.250	5,69	110.146	14.737	15,45	226.216	20.987	10,23
2º trimestre	**359.820**	**4.783**	**1,35**	**367.697**	**43.085**	**13,27**	**727.517**	**47.868**	**7,04**
Julio	86.823	-1.461	-1,65	97.230	13.209	15,72	184.053	11.748	6,82
Agosto	83.491	3.042	3,78	119.107	13.206	12,47	202.598	16.248	8,72
Septiembre	114.582	-2.095	-1,8	130.162	6.584	5,33	244.744	4.489	1,87
3er trimestre	**284.896**	**-514**	**-0,18**	**346.499**	**32.999**	**10,53**	**631.395**	**32.485**	**5,42**
Octubre	116.553	-16.048	-12,1	134.473	18.933	16,39	251.026	2.885	1,16
Noviembre	103.672	-1.560	-1,48	73.307	-4.860	-6,22	176.979	-6.420	-3,5
Diciembre	106.434	5.918	5,89	61.779	-2.334	-3,64	168.213	3.584	2,18
4º trimestre	**326.659**	**-11.690**	**-3,46**	**269.559**	**11.739**	**4,55**	**596.218**	**49**	**0,01**
Anual	**1.270.948**	**160**	**0,01**	**1.192.733**	**120.451**	**11,23**	**2.463.681**	**120.611**	**5,15**

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

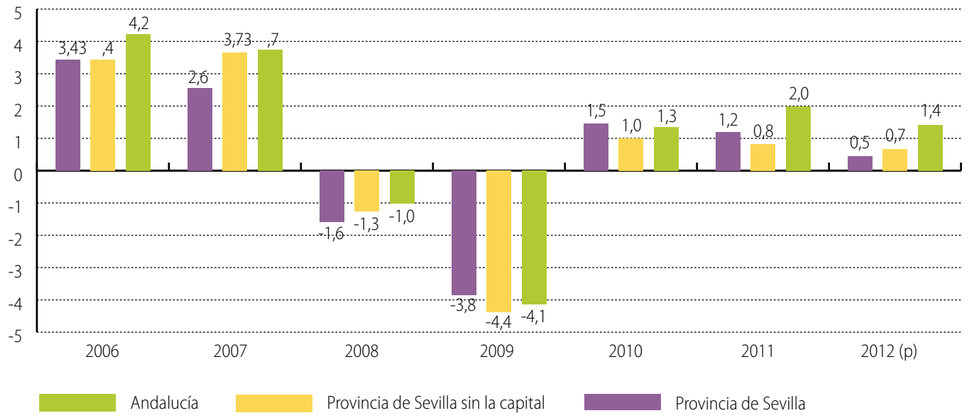
De otra parte, resulta interesante el análisis del transporte aéreo en la provincia a través de la información aportada por la Dirección General de Aviación Civil del Ministerio de Fomento. Así, el número de pasajeros total registrados en el aeropuerto de San Pablo superó los 4,9 millones de pasajeros, un 17,3% más respecto a 2010, lo que supone un peso del 24,3% sobre el total de pasajeros en Andalucía. Este incremento se ha debido tanto a la favorable evolución del transporte interior como internacional, ya que ambos han registrado tasas interanuales del 13,8 y 24,8%, respectivamente, si bien hay que destacar el mayor peso sobre el total de viajeros de los primeros (66,8%).

Resulta de especial interés el análisis del Indicador Sintético de Turismo elaborado por Analistas Económicos de Andalucía, que para 2012 prevé un crecimiento de la actividad turística en Andalucía del 1,4%, 3 décimas por encima de lo previsto para el conjunto nacional, y superior a lo esperado para el conjunto de la actividad económica tanto a nivel regional como nacional. De forma más detallada, las previsiones de crecimiento de la actividad turística en la provincia de Sevilla son más modestas que en el conjunto andaluz, con una tasa del 0,5%, aunque si excluimos la capital, este Indicador se sitúa en el 0,7% en 2012.

Las previsiones de crecimiento sobre la demanda hotelera reflejan un crecimiento de los viajeros en la provincia de Sevilla por encima del 2%, superior a lo esperado en el conjunto andaluz, donde se prevé un aumento inferior al 1%, si bien, por debajo a lo esperado en el conjunto nacional donde se prevé un aumento del número de viajeros superior al 6%. En definitiva, se espera que el comportamiento de la demanda hotelera continúe la tendencia emprendida en 2011, con un crecimiento de la demanda extranjera tanto en Andalucía como en España, mientras que para la demanda nacional se espera un crecimiento mucho más débil en Andalucía, llegando incluso a ser negativo en el conjunto de España.

GRÁFICO 0.5 LAS PERSPECTIVAS PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ANDALUCÍA PARA 2012 SON POSITIVAS, SEGÚN EL INDICADOR SINTÉTICO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, AUNQUE SE ESPERAN TASAS INFERIORES A LAS ESTIMADAS PARA 2011

(Tasas de variación interanual en %)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

Por último y referente al ámbito de la provincia de Sevilla sin la capital, el presente informe se compone de tres apartados. El primero, que analiza las contrataciones en el sector turístico de la provincia de Sevilla sin la capital en 2011 por ramas de actividad, por género y comarcas. En segundo lugar, se analiza el comportamiento de la actividad turística hotelera en la provincia de Sevilla sin la capital y por comarcas para profundizar en el comportamiento de los turistas que se alojan en establecimientos hoteleros, a partir de la información estadística disponible en los diferentes organismos oficiales. El tercer apartado de este informe, analiza la evolución de las 'Características, percepciones y comportamiento de los turistas en la provincia de Sevilla sin la capital para el año 2011', apartado que recoge los principales rasgos del perfil de la demanda.

A modo de síntesis destacar, de los diferentes apartados la siguiente información.

El número total de contrataciones efectuadas en la provincia de Sevilla, en actividades turísticas, durante 2011 ascendió a 43.655, lo que supone un incremento respecto al conjunto de 2010 superior al 29%. Esta variación supera ampliamente a la observada en el conjunto de la provincia (11,2%), lo que significa que en los ámbitos subcomarcales sevillanos el dinamismo en las contrataciones en dicho sector ha sido más intenso. Prueba de ello, es que las contrataciones inscritas en este espacio (provincia sin la capital) representan en 2011 el 43,3% del total de las contrataciones provinciales, frente al 38,4% que suponían en el año precedente. Este avance en las contrataciones en el sector turístico provincial se evidencia en todas las ramas o subsectores de los que se dispone información. También se constata de forma generalizada en las principales comarcas sevillanas, un crecimiento notable en el número de contratos en el sector turístico.

Por su parte y respecto al comportamiento de la actividad turística hotelera en la provincia de Sevilla (sin la capital) en 2011, se ha confirmado la desaceleración de los últimos meses del año, derivada de la convulsa situación económica tanto a nivel nacional como internacional. Los resultados anuales sobre la afluencia de viajeros alojados en los establecimientos hoteleros de la provincia se reducen ligeramente respecto a 2010 (-1,8%), año que, a pesar de estar inmerso en plena crisis, mostró claros síntomas de mejora de la actividad con un positivo cierre de año. Del análisis de la composición de esta demanda se desprende que la evolución de la demanda extranjera ha aumentado, y la todavía débil demanda nacional, ha atenuado los resultados generales registrados. En el caso de las pernoctaciones la trayectoria es homóloga a la señalada para los viajeros, si bien algo más atemperada (-1%). Desde el punto de vista de la oferta, 2011 registra, a pesar de la reducción de la demanda, un aumento casi generalizado del número de plazas en los alojamientos turísticos, propiciando a su vez la bajada de niveles de ocupación.

El tercer bloque de este informe, está configurado por la información obtenida mediante fuentes de elaboración propia, para investigar los principales rasgos de la demanda turística de la provincia de Sevilla sin la capital, a través de la "Encuesta sobre Características, percepciones y comportamientos de los turistas de la provincia de Sevilla en 2011". En el caso de la investigación sobre la demanda, entre los aspectos que configuran este análisis, se pueden destacar por su relevancia, los siguientes: procedencia del visitante, perfil socio-demográfico, tipos de alojamientos utilizados por el turista, estancia media, gasto medio diario y distribución del gasto, motivaciones, fidelidad al destino así como el grado de satisfacción.

En lo que a caracterización socio-demográfica como la edad, el perfil del turista que elige la provincia de Sevilla (sin la capital) como destino turístico evidencia una predominancia de personas entre 25 y 44 años, mientras que en lo que respecta al tipo de viaje, el 42,1% de los encuestados realiza el mismo con su pareja, por un 12,7% que prefiere viajar sólo. La procedencia de los turistas muestra un cierto equilibrio, aproximadamente el 56,7% de los encuestados en 2011 son residentes en España y el resto en el extranjero, siendo la propia provincia de Sevilla la que proporciona más turistas nacionales (52,3%), proviniendo del resto de Andalucía en torno a una cuarta parte de los mismos, seguida de Madrid (7,6%) y Cataluña (5,1%). En lo que se refiere a la nacionalidad de los residentes en el extranjero que visitan la provincia de Sevilla (sin la capital), se observa un predominio de franceses (6,3%), italianos (6,2%), ingleses (4,8%), alemanes (4,5%) y holandeses (4,1%).

El estatus socioeconómico, definido por el nivel de formación, empleo desarrollado y renta refleja cambios de consideración en 2011. El 40,7% de los turistas tienen un nivel de formación alto, al contar con estudios universitarios, siendo este porcentaje inferior al de 2010, mientras que lo que se refiere a la ocupación de los turistas, el 58,1% de los encuestados se encuentran trabajando, si bien se ha observado una disminución del peso de los ocupados en el total de entrevistas realizadas respecto a 2010, cuando cerca del 80% de los turistas se encontraban ocupados. En lo que respecta al poder adquisitivo de los turistas, es evidente un nivel más elevado en los turistas de la muestra de 2011 respecto a 2010, con un porcentaje de turistas con una renta por encima de los 1.500 euros que supera el 70,0%.

Por lo que se refiere a las motivaciones y elementos que configuran la elección del viaje se constata que los turistas tienen como principal motivo de elección de la provincia de Sevilla (sin la capital) como destino turístico "las visitas a familiares y amigos", elegida como primera opción por alrededor de un tercio del total. Tras ésta, destacan la asistencia a "fiestas populares" (11,5%) y las "visitas a monumentos" (10,6%). Realizando una análisis más genérico, se observa cómo el 57,2 de los entrevistados realiza su viaje por motivos "vacacionales o de ocio". Junto a ésta, destaca como motivación principal para más de una quinta parte de los encuestados, como ya se ha comentado, "las visitas a familiares y amigos", seguida por "asistencia a ferias comerciales, jornadas y congresos" (6,8%) y "eventos culturales" (5,8%). En consonancia con lo dicho anteriormente, alrededor de un tercio de los turistas eligió el destino por recomendación de amigos y familiares, siendo la otra opción mayoritaria la experiencia propia, mientras la elección a través de Internet ha sido elegida por un 12,4% de los turistas. Más de dos tercios de los encuestados utilizan Internet para realizar consultas acerca de alojamiento, trans-

porte, y lugares que visitar, siendo el porcentaje de turistas que realizan algún tipo de consulta superior al de 2010.

En lo que se refiere a las actividades realizadas por los turistas, las más frecuentes son "disfrutar del paisaje y la naturaleza" (en torno al 51,7% de los turistas), seguida por "asistir a fiestas populares", "la observación de la naturaleza", el "ir de compras (excluida alimentación)" y "las visitas a monumentos", todas por encima del 40% de los turistas, si bien, la más valoradas en una escala de 1 a 10, han sido "la observación de la naturaleza" (8,56).En segundo lugar, se encuentra "el ciclismo" con una puntuación de 8,54 , así como "la asistencia a eventos culturales" (8,51). En lo que respecta a la valoración de los elementos del viaje en 2011, la "atención y el trato recibido" obtiene la mayor puntuación de los turistas (8,44), siendo el "alojamiento" el siguiente elemento más valorado (8,32), seguido por "restauración", y "relación calidad/precio" ambos por encima de 8.

En lo que respecta a la forma empleada por los turistas para llegar a la provincia, más de la mitad utiliza como medio de transporte el coche particular, siendo esta participación inferior a la observada en 2010 (85,4%), al tiempo que crecen otros medios de transporte como el avión empleado por el 41,9% de los turistas en 2011.

El alojamiento tiene un especial interés en este estudio, observándose importantes diferencias en la estancia media en función del tipo de alojamiento seleccionado. Los hoteles son la principal opción de los turistas que visitan la provincia de Sevilla sin incluir su capital, aunque su estancia media, 3,3 días, es inferior a la de otras tipologías de alojamiento. El camping es el alojamiento que presenta una mayor estancia media en 2011, concretamente de 11,7 días, seguida por apartamentos, casas y chalets, ya sean en propiedad o alquilados.

En función de la procedencia de los turistas se constatan diferencias en el tipo de alojamiento elegido. Así, se observa cómo cerca de la mitad de los encuestados que residen en la propia provincia de Sevilla se alojan en apartamentos, casas o chalets de amigos o familiares, mientras que en los turistas residentes en el resto de España es menos significativo este porcentaje (24,8%) siendo, en este caso el hotel la opción más frecuente (46,9%). En lo que se refiere a turistas extranjeros, más de tres cuartas partes de los mismos se alojan en hoteles, siendo apartamentos, casas y chalets de amigos o familiares la siguiente tipología más usada (9,2%), aunque a bastante distancia de la hotelera.

De igual modo interesante resulta la valoración de la oferta turística por parte de aquellos que ya eligieron anteriormente como destino la provincia de Sevilla, pudiendo así apreciarse que aspectos han mejorado o empeorado con respecto a su anterior visita. Como sucediera en el año anterior, en 2011 destaca el "trato recibido", que mejora para un 25,6% de los turistas encuestados, así como la "calidad en el servicio de restauración", y los "precios", con una mejora para el 20,% y 17,0% de los turistas, respectivamente. De igual modo, los aspectos que han mejorado para un mayor número de entrevistados han sido la "calidad del alojamiento", las "actividades de ocio", la "limpieza y el medio ambiente", la "red de comunicaciones" y "la seguridad ciudadana".

En la fidelidad del destino, se observa como alrededor de la mitad de los turistas manifiesta haber visitado la zona o comarca en la que se hospedan en el último año, representando los turistas que han realizado anteriormente visitas a otros puntos de la provincia de Sevilla algo más de tres cuartas partes del total. De este modo, el turista ha realizado una media de 5,1 visitas anteriores a alguna de las comarcas de la provincia de Sevilla (excluyendo la capital).

El análisis de la demanda se complementa con el estudio del presupuesto y el gasto realizado por los viajeros que acuden a la provincia de Sevilla (sin incluir la capital) pudiendo destacarse que el gasto medio diario por turista en 2011 ha sido de 56,8 euros, siendo de mayor cuantía en el segundo semestre (63,9 euros), y superior al observado en el mismo período de 2010 (51,1 euros).

01

Contrataciones en el sector turístico de la provincia de Sevilla sin la capital en 2011

1.1 Contrataciones en el sector turístico por ramas de actividad y por género

De acuerdo con la información estadística que se puede extraer de las series elaboradas por el Servicio Andaluz de Empleo (Observatorio Argos), la trayectoria del mercado de trabajo en las ramas vinculadas al sector turístico de la provincia de Sevilla (excluido el municipio capitalino) tendría un perfil claramente positivo en 2011, ya que el número de contrataciones ha registrado un aumento en todos los subgrupos de actividades (alojamiento, restauración y otros servicios) respecto al año anterior, siendo esta favorable tendencia observable tanto para los hombres como las mujeres. Cabe tener en consideración que no todo este incremento de los contratos realizados en las oficinas de empleo supone un ascenso de la ocupación laboral, pues en muchos casos un mismo puesto de trabajo puede traducirse en varios contratos (por altas y bajas temporales), por distintas circunstancias vinculadas a la estacionalidad de la actividad.

En cualquier caso, el número total de contrataciones efectuadas en la provincia de Sevilla, en actividades turísticas, durante 2011 ascendió a 43.655, lo que supone un incremento respecto al conjunto de 2010 superior al 29%. Esta variación supera ampliamente a la observada en el conjunto de la provincia (11,2%), lo que supone que en los ámbitos subcomarcales sevillanos el dinamismo en las contrataciones en dicho sector ha sido más intenso. Prueba de ello es que las contrataciones inscritas en este espacio (provincia sin la capital) representan en 2011 el 43,3% del total de las contrataciones provinciales, frente al 38,4% que suponían en el año precedente.

Este avance en las contrataciones en el sector turístico provincial se evidencia en todas las ramas o subsectores de los que se dispone información, si bien en el caso del alojamiento el aumento interanual en las contrataciones laborales resulta especialmente significativo (casi del 87% respecto a 2010), cifrándose éstas en 3.012 contratos (un 60% de los cuales eran mujeres). Considerando que las ramas de la restauración son las que concentran un mayor número de empleados, en términos absolutos, el crecimiento en las contrataciones en estas actividades debería ser subrayado, ya que los 28.199 contratos registrados en el agregado de 2011 suponen un incremento cercano al 32% en comparación con 2010. En esta rama de actividad, la presencia de la mujer parece estar más emparejada a la masculina en el ámbito laboral (49,3% de los contratos firmados el pasado año eran de mujeres).

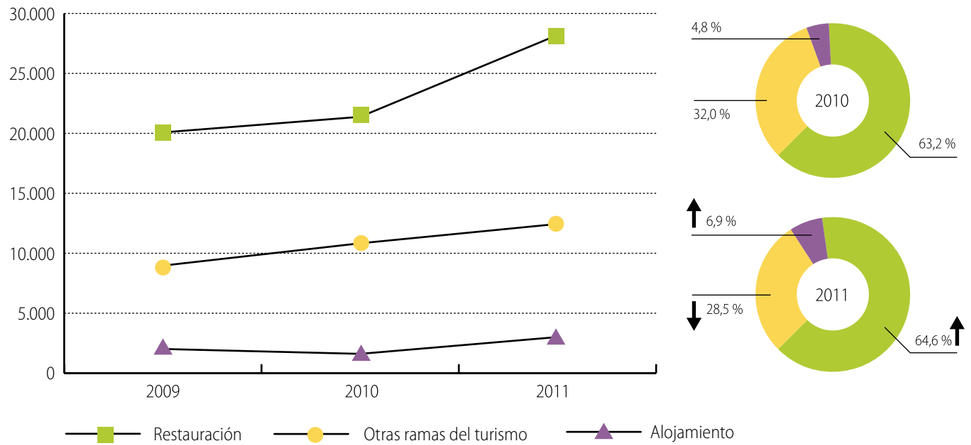
CUADRO 1.1.1 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CONTRATOS EN EL SECTOR TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL) POR GÉNEROS Y TRIMESTRES

		1er trim 2010	2º trim 2010	3er trim 2010	4º trim 2010	1er trim 2011	2º trim 2011	3er trim 2011	4º trim 2011	Total anual		
										2010	2011	Tasa variación % 2011/2010
Alojamiento	Hombre	137	185	193	158	239	364	331	267	673	1.201	78,45
	Mujer	197	259	276	206	323	532	521	435	938	1.811	93,07
	Total	**334**	**444**	**469**	**364**	**562**	**896**	**852**	**702**	**1.611**	**3.012**	**86,96**
Restauración	Hombre	1.643	3.368	2.790	2.579	1.921	4.159	3.890	4.333	10.380	14.303	37,79
	Mujer	1.971	3.174	3.048	2.807	2.151	3.913	3.869	3.963	11.000	13.896	26,33
	Total	**3.614**	**6.542**	**5.838**	**5.386**	**4.072**	**8.072**	**7.759**	**8.296**	**21.380**	**28.199**	**31,89**
Otros serv. del turismo	Hombre	1.241	1.780	1.872	1.642	1.392	2.222	2.077	1.738	6.535	7.429	13,68
	Mujer	873	1.108	1.105	1.210	985	1.414	1.301	1.315	4.296	5.015	16,74
	Total	**2.114**	**2.888**	**2.977**	**2.852**	**2.377**	**3.636**	**3.378**	**3.053**	**10.831**	**12.444**	**14,89**
TOTAL sector turismo	Hombre	3.021	5.333	4.855	4.379	3.552	6.745	6.298	6.338	17.588	22.933	30,39
	Mujer	3.041	4.541	4.429	4.223	3.459	5.859	5.691	5.713	16.234	20.722	27,65
	Total	**6.062**	**9.874**	**9.284**	**8.602**	**7.011**	**12.604**	**11.989**	**12.051**	**33.822**	**43.655**	**29,07**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

Por su parte, las contrataciones en otros servicios relacionados con el turismo (distintos del alojamiento y la restauración, principalmente las agencias de viaje, rent a-cars...), también han experimentado un notable aumento en el balance del último año, estimándose una tasa de variación del 14,9% respecto a 2010.

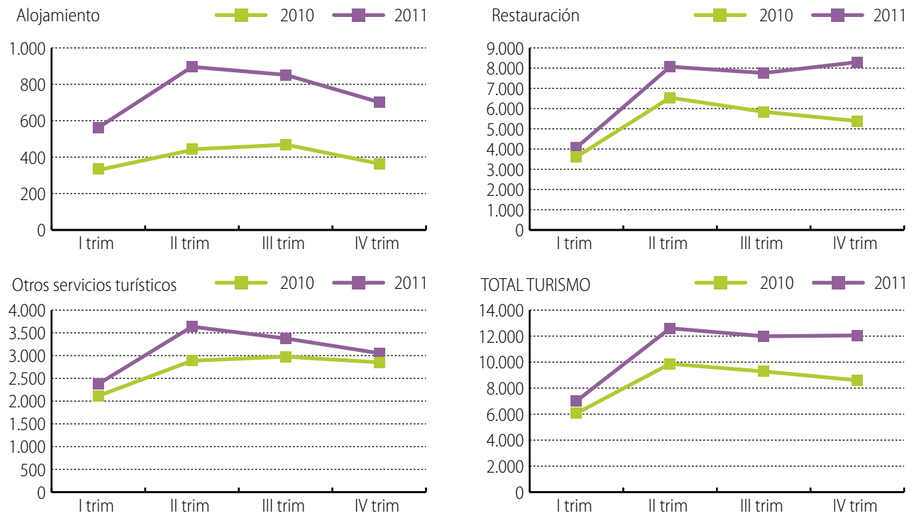
GRÁFICO 1.1.1 EVOLUCIÓN ANUAL DE LOS CONTRATOS POR SUBSECTORES DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

Desde una perspectiva temporal más amplia, la trayectoria de las contrataciones habría mostrado un perfil ascendente desde 2009, aunque ha sido en el último año 2011 cuando se ha hecho más evidente el crecimiento de la contratación. En el gráfico 1 se puede comprobar el positivo avance constatado en la actividad turística del alojamiento en el pasado 2011, a pesar de que esta rama tenga menor importancia relativa (6,9% en 2011 frente al 4,8% que significaba sobre las contrataciones en el total del sector turismo, en 2010). La segunda rama más relevante, en términos de empleo, es la de "otros servicios turísticos", que habría perdido peso (del 32% en 2010 al 28,5% en 2011), aunque haya observado un aumento en el número de contrataciones efectuadas. Mientras, que la restauración no solo es la rama más importante, sino que además ha experimentado el mayor incremento (absoluto) en las contrataciones satisfechas en el turismo, en el conjunto de la provincia.

GRÁFICO 1.1.2 COMPARATIVA 2010-2011 POR TRIMESTRES DE LAS CONTRATACIONES POR PRINCIPALES RAMAS DEL TURISMO (SIN LA CAPITAL)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

Atendiendo al comportamiento trimestral, resulta apreciable la bondad del año 2011 en lo que se refiere a contrataciones en el sector turístico de la provincia, al completo, afectando este signo favorable a todas las ramas ligadas al turismo. De este modo, como se puede comprobar en el gráfico 2, las diferencias más ostensibles respecto al mismo periodo del año precedente han correspondiendo a los últimos trimestres del año, después de que entre enero y marzo de 2011, las cifras en las contrataciones fuesen más próximas a las del primer trimestre de 2010. Solo en la rama de "otros servicios turísticos", el número de contrataciones ha tenido una evolución más moderada conforme avanzaba el año 2011, estrechándose en el cuarto trimestre las diferencias respecto al mismo periodo de 2010. Por el contrario, en la restauración las cifras de contratos en entre octubre y diciembre intensificaron su crecimiento interanual, coincidiendo con unos meses en los que aumenta el turismo de ocio en las comarcas de la provincia (finales de otoño y previo a las comidas navideñas, etc.). La repercusión positiva de las contrataciones en el sector de la restauración se deja ver en las cifras de contratos en el agregado del sector turismo de la provincia (sin la capital), que también agranda las diferencias positivas con respecto al cuarto trimestre de 2010.

CUADRO 1.1.2 COMPORTAMIENTO ANUAL DE LAS CONTRATACIONES EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR RAMAS DE ACTIVIDAD DEL TURISMO (SIN LA CAPITAL)

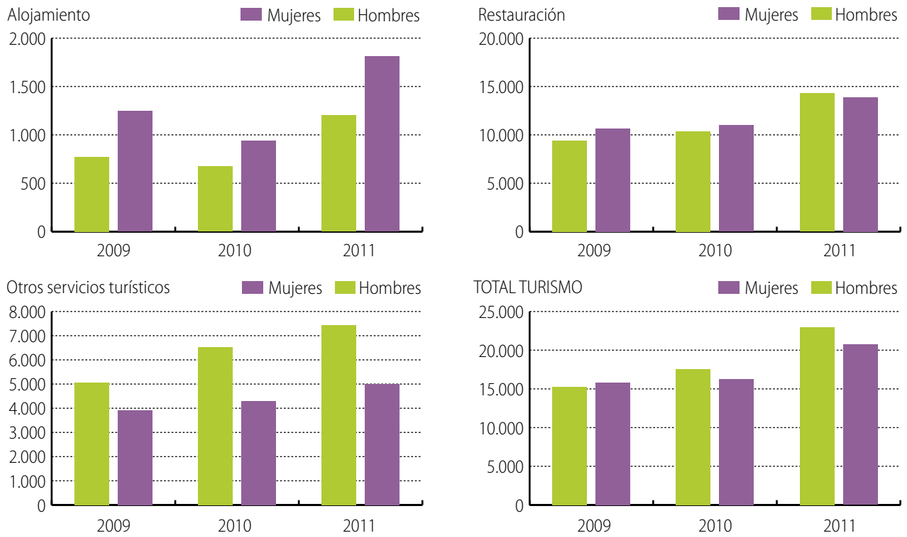
	Alojamiento			Restauración			Otros serv. del turismo			Total turismo		
	Contratos	Tasa variación 11/10	Variación absoluta	Contratos	Tasa variación 11-10	Variación absoluta	Contratos	Tasa variación 11/10	Variación absoluta	Contratos	Tasa variación 11/10	Variación absoluta
ene	179	73,79	76	972	14,49	123	554	-2,81	-16	1.705	12,02	183
feb	133	98,51	66	1.142	-3,06	-36	692	12,52	77	1.967	5,75	107
mar	250	52,44	86	1.958	23,38	371	1.131	21,74	202	3.339	24,59	659
I trim	**562**	**63,96**	**228**	**4.072**	**9,13**	**458**	**2.377**	**12,83**	**263**	**7.011**	**13,75**	**949**
abr	319	84,39	146	2.076	9,38	178	1.096	28,49	243	3.491	19,39	567
may	316	141,22	185	3.011	33,23	751	1.187	31,31	283	4.514	37	1.219
jun	261	86,43	121	2.985	25,21	601	1.353	19,63	222	4.599	25,83	944
II trim	**896**	**105,41**	**452**	**8.072**	**23,28**	**1.530**	**3.636**	**27,62**	**748**	**12.604**	**29,02**	**2.730**
jul	297	42,79	89	2.173	12,71	245	1.059	23,28	200	3.529	17,83	534
ago	251	107,44	130	2.043	56,31	736	953	9,16	80	3.247	41,11	946
sept	304	117,14	164	3.543	36,11	940	1.366	9,72	121	5.213	30,72	1.225
III trim	**852**	**88,77**	**383**	**7.759**	**26,94**	**1.921**	**3.378**	**17,74**	**401**	**11.989**	**28,49**	**2.705**
oct	327	130,28	185	3.846	73,01	1.623	1.236	17,38	183	5.409	58,25	1.991
nov	202	62,9	78	2.656	44,9	823	947	-13,67	-150	3.805	24,59	751
dic	173	76,53	75	1.794	34,89	464	870	23,93	168	2.837	33,19	707
IV trim	**702**	**111,17**	**338**	**8.296**	**41,18**	**2.910**	**3.053**	**8,68**	**201**	**12.051**	**35,28**	**3.449**
2011	**3.012**	**86,96**	**1.401**	**28.199**	**31,89**	**6.819**	**12.444**	**14,89**	**1.613**	**43.655**	**29,07**	**9.833**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

El análisis de la información mensual, asimismo, retrata el generalizado signo positivo que resume el balance de las contrataciones en el sector turístico provincial (excluida la capital) durante 2011. Así en alojamiento, el sector más reducido en términos absolutos, pero que es un buen referente para pulsar la coyuntura del sector turístico en general, destaca el fuerte aumento en todos los meses del año del número de contratos inscritos en las oficinas de empleo. En este sentido, no es casualidad que en los meses de mayo, septiembre y octubre, se observen los mayores incrementos interanuales en el número de contratos laborales en alojamiento (con una variación que supera al doble de los registrados en los mismos meses correspondientes a 2010).

En el subsector de la restauración, los aumentos más notables en el número de contratos coinciden con los meses de primavera (mayo y junio), también con agosto y septiembre y los últimos del año, destacando octubre, como mes en que comienza la temporada de actividad más fuerte en los establecimientos dedicados a la restauración en la provincia sevillana. Por su parte, en la rama de "otros servicios turísticos", dado que engloba a un grupo de actividades distintas, encontrar las causas de las oscilaciones mensuales resulta más difícil. En cualquier caso, mencionar que solo en los meses de enero y noviembre de 2011 se registraron un menor número de contrataciones que en los meses homónimos del año anterior. En el lado positivo, destacan las variaciones observadas en términos interanuales, tanto absolutas como relativas, en los meses de abril y mayo.

GRÁFICO 1.1.3 COMPARATIVA DE LAS CONTRATACIONES POR GÉNERO EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL) POR PRINCIPALES RAMAS DEL TURISMO



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

Para ahondar en la distinta significación del empleo, atendiendo al género, en las distintas ramas del sector turístico de la provincia sevillana, en el gráfico 3 se representa la información contenida en el cuadro 1, ampliando el periodo de análisis también al año 2009, para disponer de una visión más completa de la trayectoria en los últimos ejercicios. De este modo, puede comprobarse que el número de contrataciones ha aumentado en este periodo en todos los subsectores, tanto para el caso de hombres como de mujeres.

Atendiendo a la mayor importancia relativa de la rama ligada a la restauración, el mayor incremento ha correspondido a los hombres, con 3.923 contratos más que los registrados en el año anterior, frente a los 2.896 contratos femeninos más que en 2010 en el sector de la restauración. Por el contrario, en el caso de las ramas ligadas al alojamiento hotelero, las diferencias en los contratos han sido más favorables a las mujeres que a los hombres (93,1% frente al 78,5% en tasa de crecimiento interanual), manteniéndose así esta aparente mayor presencia de la mujer[1] en esta rama de actividad turística, ya que en 2010 también se constataba.

Por último, en el caso de las ramas encuadradas en "otros servicios del turismo", existe un cierto desequilibrio en el número de contrataciones registradas entre hombres y mujeres, con una mayor presencia de los primeros (60% de hombres, 40% de mujeres). No obstante, el número de contratos firmados por mujeres experimentó un avance interanual (16,7%) superior al de los hombres (13,7%) en este subsector del turismo. Estableciendo comparaciones en la estacionalidad por trimestres entre las contrataciones de hombres y mujeres, en todos los sectores se observa una trayectoria muy similar, sin apenas rasgos distintivos. Tan solo de la evolución a lo largo del tiempo, en la rama de "otros servicios del turismo", parece desprenderse un perfil más inestable en el caso de los contratos de hombres y mayor estabilidad (menor dispersión) en las cifras de contratos de mujeres.

1.2 Contrataciones en el sector turístico por comarcas y por género

En este contexto, cabe subrayar que el número de contratos registrados en el sector turístico de la provincia ascendió hasta los 43.655 en el conjunto de 2011, un 29,1% más que en 2010, correspondiendo los incrementos más significativos, en términos absolutos, a las comarcas del Aljarafe, Gualdalquivir-Doñana y La Campiña. No obstante, en términos relativos, el mayor crecimiento en el número de contratos de trabajo se ha observado en la comarca de la Vía de la Plata –con una variación del 154,2% en relación al año 2010–, donde por las características estacionales de la actividad turística, la demanda de trabajadores en el sector presenta menor estabilidad.

Tanto para la citada comarca, como para la de Sierra Norte, a pesar de que los contratos no sean muy cuantiosos, en términos absolutos, comparándolas con otras (1.955 y 307, respectivamente en 2011) se intuye la significación de la actividad turística para el empleo femenino, a juzgar por la información facilitada por este Observatorio Argos, contribuyendo así a la presencia de la mujer en el mercado laboral. Salvo en estas dos comarcas, en el resto de áreas subprovinciales de Sevilla, la mayor cifra de contratos corresponde a los hombres (52,5% del total), que además habría mostrado un incremento en 2011 ligeramente superior al de los contratos de mujeres.

Teniendo en cuenta los distintos subsectores turísticos, es el sector de la restauración el que más contratos genera en el conjunto de la provincia sin incluir la capital hispalense, con un 64,6% en el promedio de 2011. Mientras, el alojamiento (hotelero y extrahotelero) representaría 6,9% de los contratos que se realizaron el pasado año. Por último, el resto de actividades de los servicios relacionados con el turismo tendrían una quota del 28,5% de los contratos que se inscribieron en el pasado año.

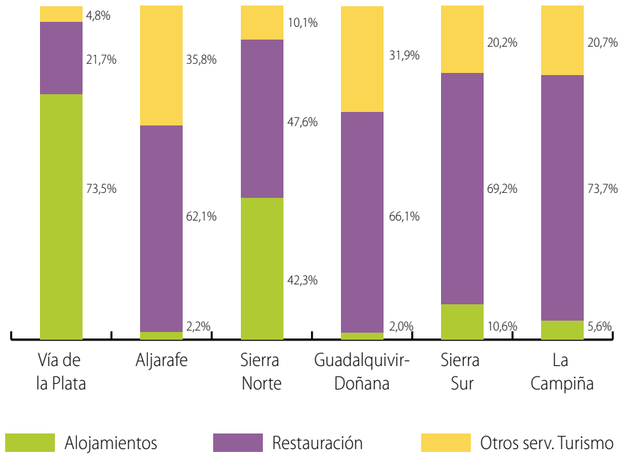
1 No se puede extrapolar que mayor número de contrataciones signifique mayor empleo, para que esta asimilación fuese cierta la tasa de rotación (nº de contratos/empleado) debería ser constante en el caso de hombres y mujeres.

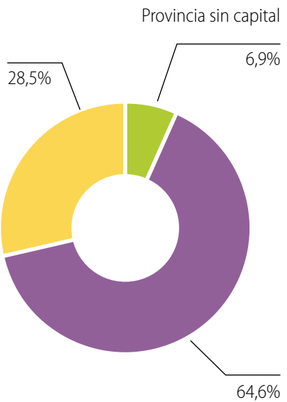
CUADRO 1.2.1 NÚMERO DE CONTRATOS EN EL SECTOR TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS

		1er trim 2010	2º trim 2010	3er trim 2010	4º trim 2010	1er trim 2011	2º trim 2011	3er trim 2011	4º trim 2011	Total anual 2010	Total anual 2011	Total anual Tasa variación % 2011/2010
Vía de la Plata	Hombre	66	103	99	69	166	271	220	115	337	772	129,08
	Mujer	99	110	135	88	216	346	362	259	432	1.183	173,84
	Total	**165**	**213**	**234**	**157**	**382**	**617**	**582**	**374**	**769**	**1.955**	**154,23**
Aljarafe	Hombre	1.128	1.673	1.637	1.663	1.504	2.665	2.402	2.555	6.101	9.126	49,58
	Mujer	941	1.296	1.452	1.440	1.191	2.119	1.961	2.178	5.129	7.449	45,23
	Total	**2.069**	**2.969**	**3.089**	**3.103**	**2.695**	**4.784**	**4.363**	**4.733**	**11.230**	**16.575**	**47,6**
Sierra Norte	Hombre	15	30	46	15	14	21	55	18	106	108	1,89
	Mujer	21	44	54	17	28	48	82	41	136	199	46,32
	Total	**36**	**74**	**100**	**32**	**42**	**69**	**137**	**59**	**242**	**307**	**26,86**
Guadalquivir-Doñana	Hombre	872	1.544	1.309	1.193	815	1.724	1.807	1.696	4.918	6.042	22,85
	Mujer	902	1.314	1.246	1.216	891	1.393	1.537	1.457	4.678	5.278	12,83
	Total	**1.774**	**2.858**	**2.555**	**2.409**	**1.706**	**3.117**	**3.344**	**3.153**	**9.596**	**11.320**	**17,97**
Sierra Sur	Hombre	211	399	337	222	210	341	327	228	1.169	1.106	-5,39
	Mujer	212	345	299	261	160	319	261	211	1.117	951	-14,86
	Total	**423**	**744**	**636**	**483**	**370**	**660**	**588**	**439**	**2.286**	**2.057**	**-10,02**
La Campiña	Hombre	729	1.584	1.427	1.217	843	1.723	1.487	1.726	4.957	5.779	16,58
	Mujer	866	1.432	1.243	1.201	973	1.634	1.488	1.567	4.742	5.662	19,4
	Total	**1.595**	**3.016**	**2.670**	**2.418**	**1.816**	**3.357**	**2.975**	**3.293**	**9.699**	**11.441**	**17,96**
Provincia (sin Sevilla capital)	Hombre	3.021	5.333	4.855	4.379	3.552	6.745	6.298	6.338	17.588	22.933	30,39
	Mujer	3.041	4.541	4.429	4.223	3.459	5.859	5.691	5.713	16.234	20.722	27,65
	Total	**6.062**	**9.874**	**9.284**	**8.602**	**7.011**	**12.604**	**11.989**	**12.051**	**33.822**	**43.655**	**29,07**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

GRÁFICO 1.2.1 COMPARATIVA DE LAS CONTRATACIONES POR GÉNERO EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL) POR PRINCIPALES RAMAS DEL TURISMO





Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

Sin duda, en esta distribución de los contratos por subsectores subyacen notables diferencias entre comarcas, ya que el 90,1% de las contrataciones en el sector turístico se concentran en tres comarcas, el Aljarafe, Gualdalquivir-Doñana y La Campiña. En estas tres se registraron en el sector turismo 39.336 contratos, en 2011, un 28,9% más que en 2010. De los cuales, 16.575 correspondieron a la comarca del Aljarafe, un 47,6% más que en 2010, en la que los contratos en alojamientos tiene menor importancia relativa (2,2%) que la restauración y otros servicios turísticos, probablemente con mayor estacionalidad. Mientras, en la comarca del Gualdalquivir-Doñana se alcanzaron los 11.320 contratos, un 18% más que en el año anterior, una variación similar a la de la comarca de La Campiña, donde el número de contratos totales también fue parecido, 11.441 en 2011, si bien es en esta área subprovincial donde la proporción de contratos en restauración es más abundante (73,7%).

Con la finalidad de ahondar en la información que ofrece el Observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo sobre las contrataciones en los subsectores dedicados a la actividad turística, en las distintas comarcas de la provincia, a continuación, en los cuadros se analiza con mayor detenimiento la trayectoria del sector a lo largo de los dos últimos años.

CUADRO 1.2.2 NÚMERO DE CONTRATOS EN ALOJAMIENTOS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS

		1er trim 2010	2º trim 2010	3er trim 2010	4º trim 2010	1er trim 2011	2º trim 2011	3er trim 2011	4º trim 2011	Total anual 2010	Total anual 2011	Total anual Tasa variación % 2011/2010
Vía de la Plata	Hombre	2	2	2	3	108	187	150	76	9	521	5.688,89
	Mujer	14	18	16	10	147	276	288	204	58	915	1.477,59
	Total	**16**	**20**	**18**	**13**	**255**	**463**	**438**	**280**	**67**	**1.436**	**2.043,28**
Aljarafe	Hombre	27	44	30	32	22	34	42	69	133	167	25,56
	Mujer	27	65	44	36	24	38	38	91	172	191	11,05
	Total	**54**	**109**	**74**	**68**	**46**	**72**	**80**	**160**	**305**	**358**	**17,38**
Sierra Norte	Hombre	5	16	19	2	3	8	16	5	42	32	-23,81
	Mujer	7	23	30	7	7	33	33	25	67	98	46,27
	Total	**12**	**39**	**49**	**9**	**10**	**41**	**49**	**30**	**109**	**130**	**19,27**
Guadalquivir-Doñana	Hombre	9	9	16	10	7	30	20	26	44	83	88,64
	Mujer	27	30	25	30	26	57	37	28	112	148	32,14
	Total	**36**	**39**	**41**	**40**	**33**	**87**	**57**	**54**	**156**	**231**	**48,08**
Sierra Sur	Hombre	62	83	92	56	45	10	35	25	293	115	-60,75
	Mujer	51	63	94	51	35	12	34	22	259	103	-60,23
	Total	**113**	**146**	**186**	**107**	**80**	**22**	**69**	**47**	**552**	**218**	**-60,51**
La Campiña	Hombre	32	31	34	55	54	95	68	66	152	283	86,18
	Mujer	71	60	67	72	84	116	91	65	270	356	31,85
	Total	**103**	**91**	**101**	**127**	**138**	**211**	**159**	**131**	**422**	**639**	**51,42**
Provincia (sin Sevilla capital)	Hombre	137	185	193	158	239	364	331	267	673	1.201	78,45
	Mujer	197	259	276	206	323	532	521	435	938	1.811	93,07
	Total	**334**	**444**	**469**	**364**	**562**	**896**	**852**	**702**	**1.611**	**3.012**	**86,96**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

En el sector del alojamiento es donde se ha observado un incremento relativo más notable en los contratos del sector turístico, dentro del ámbito de la provincia (sin incluir la capital), gracias a la favorable variación registrada en la mayoría de las comarcas, salvo en la de la Sierra Sur, en la que se ha registrado un descenso en 334 contratos respecto a 2010 (un 60,5% en tasa interanaual). En el conjunto del año 2011, el mayor incremento ha correspondido a la comarca de la Vía de la Plata, donde el aumento de la oferta de alojamientos y, previsiblemente, la rotación en las contrataciones por unidad de empleo, explicarían el espectacular crecimiento de este indicador laboral (2.043,3% respecto a 2010, dado que en este año se han contabilizado 1.436 contratos, frente a los 67 de 2010), con una mayor presencia de empleo femenino en esta rama del sector turístico de la comarca (915 contratos en el balance del año 2011, frente a 521 de hombres). Asimismo, en las tres comarcas con mayor peso de la actividad turística, se podría intuir una trayectoria positiva del empleo, de acuerdo con los incrementos del número de contratos en La Campiña (51,4% más que en 2010), Gualdalquivir-Doñana (48,1% en tasa interanual) y el Aljarafe (17,4%).

En el subsector de la restauración, la comarca de la Vía de la Plata es la única que en 2011 ha sufrido un descenso en el número de contratos, si bien en términos absolutos, dada la baja significación de esta comarca turística, supone solo 167 contratos menos que en 2010. Por el contrario, el aumento en el resto de las comarcas, especialmente en las del Aljarafe y la Campiña, las dos más importantes, con sendos incrementos del 54% y 30,4% explican el notable crecimiento del conjunto de la provincia (sin la capital), un 31,9% en 2011. Centrándonos en la comarca del Aljarafe, donde la oferta del sector es más destacada, el subrayable incremento en las contrataciones (un 54%), se ha debido principalmente a la rotación propia de la temporalidad del factor trabajo en estas actividades, pese a que en esta comarca el empleo en restauración resulta más estable que en otras comarcas de la provincia sevillana. Además, en este caso, el empleo masculino supera al femenino.

Por último, la coyuntura de la actividad, que se aproxima por las contrataciones en el subsector de otros servicios relacionados con el turismo (distintos del alojamiento y la restauración) principalmente las agencias de viaje, habría sido favorable en el conjunto de la provincia sevillana (sin la capital), acorde con el 14,9% de incremento interanual, en el balance de 2011. No obstante, en las comarcas de la Vía de la Plata y en la de La Campiña, se registraron sendos descensos próximos al 15%, que se vieron compensados por las positivas variaciones en el resto de comarcas, y en especial en las del Aljarafe y Guadalquivir-Doñana (39,6% y 10,1%, respectivamente en 2011 respecto a 2010).

CUADRO 1.2.3 NÚMERO DE CONTRATOS EN RESTAURACIÓN EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS

		1er trim 2010	2º trim 2010	3er trim 2010	4º trim 2010	1er trim 2011	2º trim 2011	3er trim 2011	4º trim 2011	Total anual 2010	Total anual 2011	Total anual Tasa variación % 2011/2010
Vía de la Plata	Hombre	39	82	89	56	42	60	57	30	266	189	-28,95
	Mujer	59	83	114	70	65	66	55	50	326	236	-27,61
	Total	**98**	**165**	**203**	**126**	**107**	**126**	**112**	**80**	**592**	**425**	**-28,21**
Aljarafe	Hombre	643	1.004	910	930	812	1.674	1.465	1620	3.487	5.571	59,76
	Mujer	595	825	876	897	742	1.392	1.234	1351	3.193	4.719	47,79
	Total	**1.238**	**1.829**	**1.786**	**1.827**	**1.554**	**3.066**	**2.699**	**2.971**	**6.680**	**10.290**	**54,04**
Sierra Norte	Hombre	8	14	16	13	9	12	26	12	51	59	15,69
	Mujer	12	20	17	9	19	13	42	13	58	87	50,00
	Total	**20**	**34**	**33**	**22**	**28**	**25**	**68**	**25**	**109**	**146**	**33,94**
Guadalquivir-Doñana	Hombre	412	976	800	709	457	984	1.141	1.175	2.897	3.757	29,69
	Mujer	593	929	917	829	570	936	1.140	1.080	3.268	3.726	14,01
	Total	**1.005**	**1.905**	**1.717**	**1.538**	**1.027**	**1.920**	**2.281**	**2.255**	**6.165**	**7.483**	**21,38**
Sierra Sur	Hombre	122	261	144	121	99	263	203	162	648	727	12,19
	Mujer	144	257	161	156	97	256	180	163	718	696	-3,06
	Total	**266**	**518**	**305**	**277**	**196**	**519**	**383**	**325**	**1.366**	**1.423**	**4,17**
La Campiña	Hombre	419	1.031	831	750	502	1.166	998	1.334	3.031	4.000	31,97
	Mujer	568	1.060	963	846	658	1.250	1.218	1.306	3.437	4.432	28,95
	Total	**987**	**2.091**	**1.794**	**1.596**	**1.160**	**2.416**	**2.216**	**2.640**	**6.468**	**8.432**	**30,36**
Provincia (sin Sevilla capital)	Hombre	1.643	3.368	2.790	2.579	1.921	4.159	3.890	4.333	10.380	14.303	37,79
	Mujer	1.971	3.174	3.048	2.807	2.151	3.913	3.869	3.963	11.000	13.896	26,33
	Total	**3.614**	**6.542**	**5.838**	**5.386**	**4.072**	**8.072**	**7.759**	**8.296**	**21.380**	**28.199**	**31,89**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

CUADRO 1.2.4 NÚMERO DE CONTRATOS EN OTRAS RAMAS DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS

		1er trim 2010	2º trim 2010	3er trim 2010	4º trim 2010	1er trim 2011	2º trim 2011	3er trim 2011	4º trim 2011	Total anual 2010	Total anual 2011	Total anual Tasa variación % 2011/2010
Vía de la Plata	Hombre	25	19	8	10	16	24	13	9	62	62	0,00
	Mujer	26	9	5	8	4	4	19	5	48	32	-33,33
	Total	**51**	**28**	**13**	**18**	**20**	**28**	**32**	**14**	**110**	**94**	**-14,55**
Aljarafe	Hombre	458	625	697	701	670	957	895	866	2.481	3.388	36,56
	Mujer	319	406	532	507	425	689	689	736	1.764	2.539	43,93
	Total	**777**	**1.031**	**1.229**	**1.208**	**1.095**	**1.646**	**1.584**	**1.602**	**4.245**	**5.927**	**39,62**
Sierra Norte	Hombre	2	0	11	0	2	1	13	1	13	17	30,77
	Mujer	2	1	7	1	2	2	7	3	11	14	27,27
	Total	**4**	**1**	**18**	**1**	**4**	**3**	**20**	**4**	**24**	**31**	**29,17**
Guadalquivir-Doñana	Hombre	451	559	493	474	351	710	646	495	1.977	2.202	11,38
	Mujer	282	355	304	357	295	400	360	349	1.298	1.404	8,17
	Total	**733**	**914**	**797**	**831**	**646**	**1.110**	**1.006**	**844**	**3.275**	**3.606**	**10,11**
Sierra Sur	Hombre	27	55	101	45	66	68	89	41	228	264	15,79
	Mujer	17	25	44	54	28	51	47	26	140	152	8,57
	Total	**44**	**80**	**145**	**99**	**94**	**119**	**136**	**67**	**368**	**416**	**13,04**
La Campiña	Hombre	278	522	562	412	287	462	421	326	1.774	1.496	-15,67
	Mujer	227	312	213	283	231	268	179	196	1.035	874	-15,56
	Total	**505**	**834**	**775**	**695**	**518**	**730**	**600**	**522**	**2.809**	**2.370**	**-15,63**
Provincia (sin Sevilla capital)	Hombre	1.241	1.780	1.872	1.642	1.392	2.222	2.077	1.738	6.535	7.429	13,68
	Mujer	873	1.108	1.105	1.210	985	1.414	1.301	1.315	4.296	5.015	16,74
	Total	**2.114**	**2.888**	**2.977**	**2.852**	**2.377**	**3.636**	**3.378**	**3.053**	**10.831**	**12.444**	**14,89**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

02

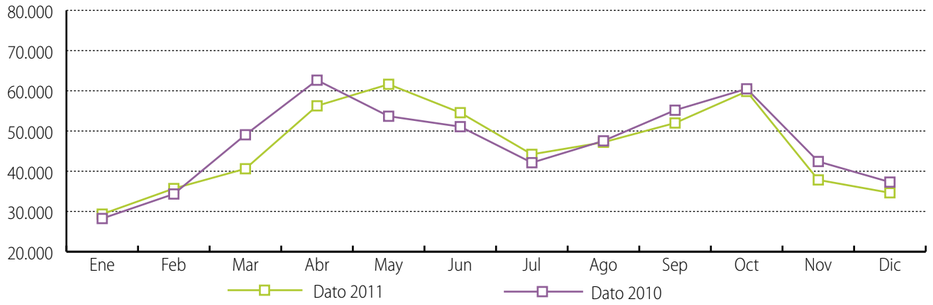
Análisis de la actividad turística hotelera en la provincia de Sevilla

El análisis que se presenta a continuación sobre el perfil turístico de la provincia de Sevilla se centrará principalmente en el comportamiento de los indicadores de demanda en 2011, atendiendo al alojamiento turístico en hoteles de la provincia de Sevilla, y excluyendo del análisis, siempre que sea posible, la información relativa a la capital hispalense, con objeto de poder profundizar más en la evolución de la demanda turística del resto de municipios que conforman la provincia.

2.1 Perfil del sector hotelero en la provincia de Sevilla sin la capital

Atendiendo a las cifras publicadas en la Encuesta de Ocupación Hotelera, del Instituto Nacional de Estadística (INE), el año 2011 se cierra con un total de 553.798 viajeros alojados en establecimientos hoteleros en la provincia de Sevilla (sin la capital), cifra que supone unos 10.300 viajeros menos que en 2010 (-1,8%). Estos datos confirman un comportamiento peor de la demanda en la provincia si se comparan con los resultados del conjunto regional y nacional, ya que para ambos ámbitos se incrementan los viajeros, con tasas de variación interanuales del 3,4% y del 4,3%, respectivamente. Analizando la evolución a lo largo del año en la provincia, el mejor resultado se registra en el segundo trimestre, con más de 170.000 viajeros alojados (3,0% de aumento), siendo el único trimestre que crece respecto al año anterior, frente al cuatro trimestre, que con un descenso del 5,6% cierra el año

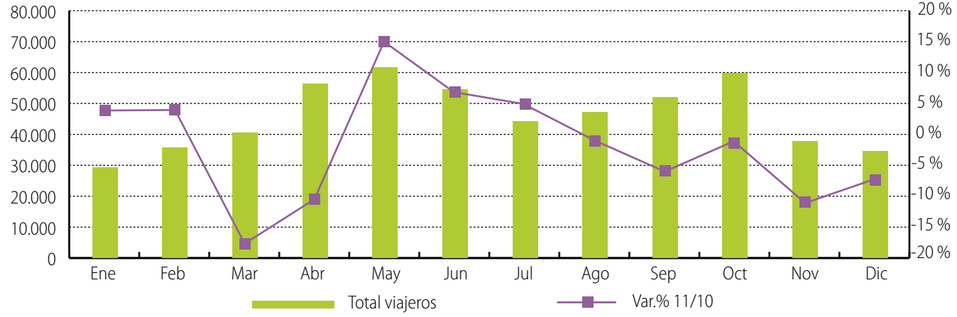
GRÁFICO 2.1.1 EVOLUCIÓN MENSUAL DEL NÚMERO DE VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA[1] (NÚMERO DE VIAJEROS)



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

GRÁFICO 2.1.2 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA[1] (NÚMERO Y TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL EN %)



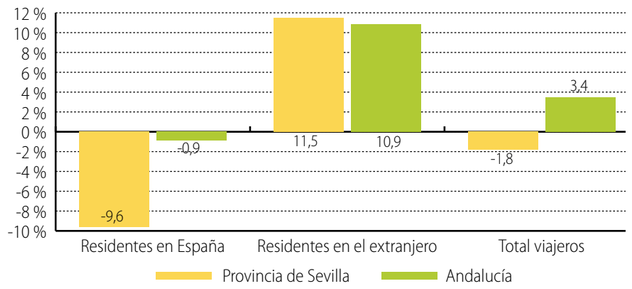
1 Los datos de la provincia no incluyen la capital

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

con un registro negativo, perdiendo casi 7.900 viajeros, respecto al mismo periodo de 2010. Profundizando más en el análisis, por meses, marzo es el que registra la mayor tasa de descenso (17,2%), mientras que por el contrario, mayo se posiciona con el mejor resultado con un aumento del 14,8%, lo que se traduce en casi 7.950 viajeros más que en el mismo periodo de 2010.

Según la procedencia de los viajeros, es importante destacar que el debilitamiento progresivo de la demanda nacional ha influido notablemente en los resultados generales de 2011. En este sentido, los viajeros nacionales cierran 2011 con un descenso del 9,6%, lo que supone aproximadamente unos 34.250 viajeros menos que en 2010, y durante el año, todos los trimestres obtienen tasas negativas, registrándose los mayores descensos en el primer y cuarto trimestre, con tasas del -14,7% y -11,3%, respectivamente. Un comportamiento totalmente diferente es el que se desprende de la demanda extranjera, que ha permitido paliar las bajadas causadas por la demanda interna. De este modo, el incremento registrado para 2011 es del 11,5% y a pesar de haber ido reduciendo el crecimiento a lo largo de los trimestres, todos ellos han obtenido tasas positivas, destacando el primer trimestre con un aumento del 17,8%, respecto al mismo trimestre de 2010.

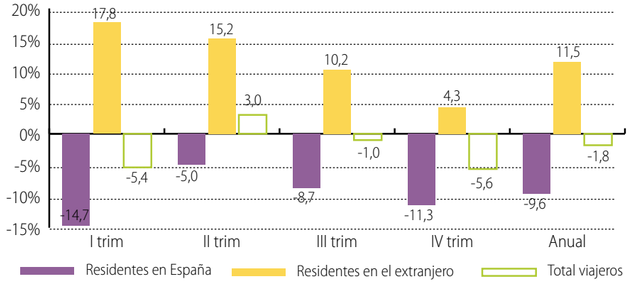
GRÁFICO 2.1.3 VARIACIÓN ANUAL DEL NÚMERO DE VIAJEROS DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN FUNCIÓN DE SU PROCEDENCIA EN 2011[1] (TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL EN %)



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

GRÁFICO 2.1.4 EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL NÚMERO DE VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA[1] (TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL EN %)



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

CUADRO 2.1.1 NÚMERO DE VIAJEROS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL)

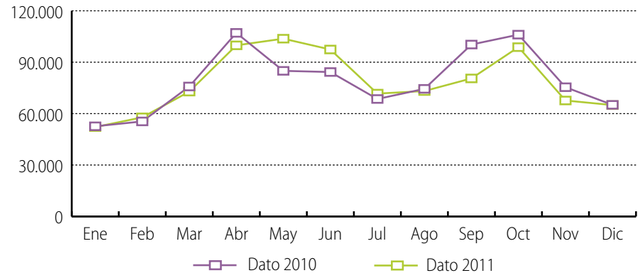
	Residentes en España			Residentes en el extranjero			Total viajeros		
	Número	Dif.	Var.%	Número	Dif.	Var.%	Número	Dif.	Var.%
Ene.	18.429	-2.299	-11,09	10.906	3.396	45,22	29.335	1.097	3,88
Feb.	23.597	-554	-2,29	12.100	1.916	18,81	35.697	1.362	3,97
Mar.	25.966	-8.819	-25,35	14.651	372	2,61	40.617	-8.447	-17,22
1º trimestre	**67.992**	**-11.672**	**-14,65**	**37.657**	**5.684**	**17,78**	**105.649**	**-5.988**	**-5,36**
Abr.	31.658	-6.990	-18,09	24.602	606	2,53	56.260	-6.384	-10,19
May.	31.975	461	1,46	29.644	7.482	33,76	61.619	7.943	14,8
Jun.	32.652	1.512	4,86	21.909	1.967	9,86	54.561	3.479	6,81
2º trimestre	**96.285**	**-5.017**	**-4,95**	**76.155**	**10.055**	**15,21**	**172.440**	**5.038**	**3,01**
Jul.	25.204	-2.276	-8,28	18.994	4.352	29,72	44.198	2.076	4,93
Ago.	25.510	-278	-1,08	21.690	-76	-0,35	47.200	-354	-0,74
Sep.	27.801	-4.925	-15,05	24.193	1.743	7,76	51.994	-3.182	-5,77
3º trimestre	**78.515**	**-7.479**	**-8,7**	**64.877**	**6.019**	**10,23**	**143.392**	**-1.460**	**-1,01**
Oct.	31.771	-3.039	-8,73	28.072	2.387	9,29	59.843	-652	-1,08
Nov.	23.389	-3.082	-11,64	14.450	-1.493	-9,36	37.839	-4.575	-10,79
Dic.	23.624	-3.958	-14,35	11.011	1.295	13,33	34.635	-2.663	-7,14
4º trimestre	**78.784**	**-10.079**	**-11,34**	**53.533**	**2.189**	**4,26**	**132.317**	**-7.890**	**-5,63**
Año 2011	**321.576**	**-34.247**	**-9,62**	**232.222**	**23.947**	**11,5**	**553.798**	**-10.300**	**-1,83**

Nota: Las diferencias absolutas y relativas son interanuales.

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

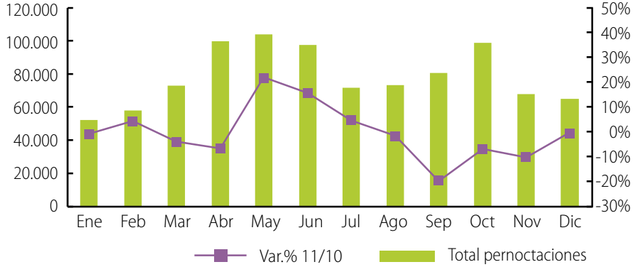
El resultado para las pernoctaciones es algo menos negativo, ya que en 2011 se contraen un 1,0% en la provincia de Sevilla, frente a los resultados de Andalucía y España, que al igual que ocurre con el número de viajeros, registran crecimientos positivos del 3,1 y 7,3%, respectivamente, en comparación con el 2010. Por periodos, el segundo trimestre recoge el mejor resultado, con unas 24.630 pernoctaciones más que en el mismo trimestre de 2010 (8,9%), como consecuencia de la evolución positiva del mes de mayo en el que se aprecia un aumento del 22,11%. En cuanto al resto de trimestres, todos registran descensos, siendo más intenso en el tercer trimestre (-7,4%), debido a que septiembre es el mes que soporta la caída más fuerte del año, con un tasa del -19,7% (19.771 pernoctaciones menos).

GRÁFICO 2.1.5 EVOLUCIÓN MENSUAL DEL NÚMERO DE PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA[1]



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

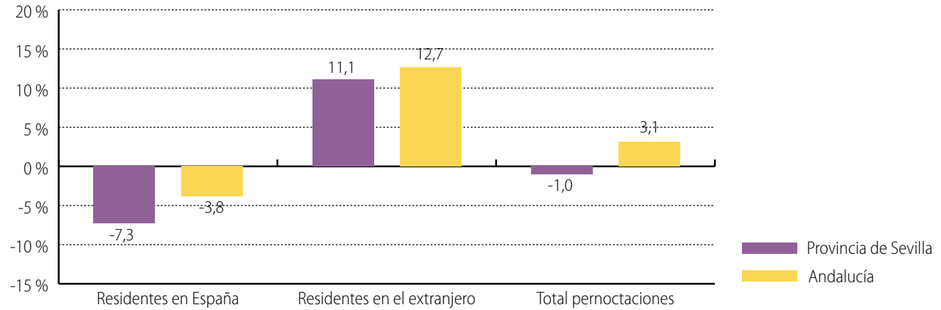
GRÁFICO 2.1.6 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA[1] (NÚMERO Y TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL EN %)



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

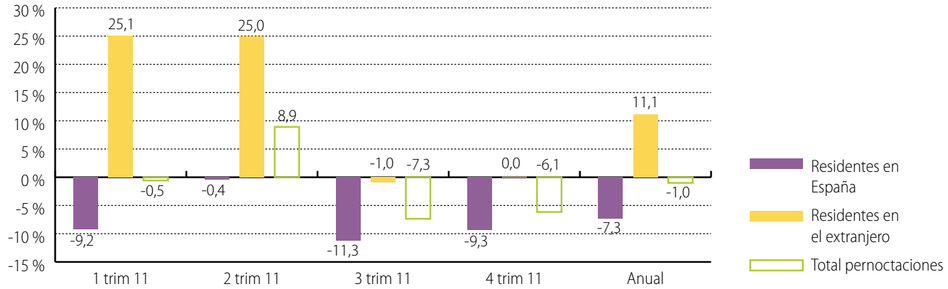
En cuanto a los resultados según procedencia, destacar que, a pesar de que la segunda mitad del año no ha mostrado un importante avance en las pernoctaciones extranjeras, éstas han crecido para el conjunto de 2011 un 11,1%, gracias a una muy buena primera mitad de año con crecimientos del 25,1 y 25,0% en el primer y segundo trimestre. Por su parte, las pernoctaciones nacionales no han conseguido mejorar al final de 2011, ya que respecto a 2010 se han estimado unas 45.600 menos, siguiendo la misma tendencia mostrada por el número de viajeros. La evolución mensual muestra que, en el caso de la demanda extranjera los únicos meses donde se han reducido las pernoctaciones han sido agosto (-8,0%), septiembre (-11,7%) y noviembre (-10,8%), mientras que para la demanda nacional, la situación es bien distinta, ya que sólo en febrero (0,7%), mayo (10,0%), junio (13,1%) y agosto (3,0%), se registran aumentos.

GRÁFICO 2.1.7 VARIACIÓN ANUAL DEL NÚMERO DE PERNOCTACIONES EN 2011 EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN FUNCIÓN DE SU PROCEDENCIA[1] (TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL EN %)



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

GRÁFICO 2.1.8 EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DE LAS PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA[1] (TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL EN %)



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

CUADRO 2.1.2 NÚMERO DE PERNOCTACIONES EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL)

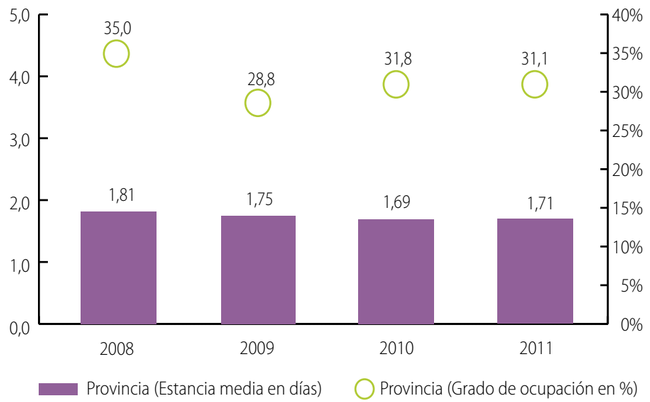
	Residentes en España			Residentes en el extranjero			Total pernoctaciones		
	Número	Dif.	Var.%	Número	Dif.	Var.%	Número	Dif.	Var.%
Ene.	36.793	-7.139	-16,25	15.357	6.686	77,11	52.150	-453	-0,86
Feb.	40.738	291	0,72	17.082	2.090	13,94	57.820	2.381	4,29
Mar.	47.176	-5.858	-11,05	25.667	2.877	12,62	72.843	-2.981	-3,93
1º trimestre	**124.707**	**-12.706**	**-9,25**	**58.106**	**11.653**	**25,09**	**182.813**	**-1.053**	**-0,57**
Abr.	56.330	-12.942	-18,68	43.505	5.661	14,96	99.835	-7.281	-6,8
May.	57.389	5.229	10,02	46.338	13.550	41,33	103.727	18.779	22,11
Jun.	60.176	6.969	13,1	37.232	6.168	19,86	97.408	13.137	15,59
2º trimestre	**173.895**	**-744**	**-0,43**	**127.075**	**25.379**	**24,96**	**300.970**	**24.635**	**8,91**
Jul.	42.336	-2.885	-6,38	29.332	6.031	25,88	71.668	3.146	4,59
Ago.	43.909	1.282	3,01	29.267	-2.555	-8,03	73.176	-1.273	-1,71
Sep.	47.509	-15.409	-24,49	33.020	-4.362	-11,67	80.529	-19.771	-19,71
3º trimestre	**133.754**	**-17.012**	**-11,28**	**91.619**	**-886**	**-0,96**	**225.373**	**-17.898**	**-7,36**
Oct.	55.393	-9.294	-14,37	43.398	2.008	4,85	98.791	-7.286	-6,87
Nov.	44.059	-4.888	-9,99	23.596	-2.857	-10,8	67.655	-7.745	-10,27
Dic.	47.808	-962	-1,97	17.166	824	5,04	64.974	-138	-0,21
4º trimestre	**147.260**	**-15.144**	**-9,32**	**84.160**	**-25**	**-0,03**	**231.420**	**-15.169**	**-6,15**
Año 2011	**579.616**	**-45.606**	**-7,29**	**360.960**	**36.121**	**11,12**	**940.576**	**-9.485**	**-1**

Nota: Las diferencias absolutas y relativas son interanuales.

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

Un indicador que aporta gran información para el análisis de la demanda es la estancia media, que se ha visto favorecida gracias a la menor caída de pernoctaciones que de viajeros. De este modo, la estancia media obtenida por los establecimientos hoteleros de la provincia ha sido de 1,7 días en el promedio anual de 2011, que aunque ligeramente superior a la de 2010, se sitúa aproximadamente un día por debajo de la obtenida por los del conjunto de Andalucía. Por periodos, la causa de que no se haya registrado un incremento de este indicador, es debido principalmente, a la reducción de días registrada en el tercer trimestre del año, frente al resto de trimestres que cierran con suaves aumentos.

GRÁFICO 2.1.9 EVOLUCIÓN ANUAL DE LA ESTANCIA MEDIA Y EL GRADO DE OCUPACIÓN EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA[1] (DÍAS Y PORCENTAJES)



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

CUADRO 2.1.3 ESTANCIA MEDIA EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL)

	Residentes en España		Residentes en el extranjero		Total viajeros	
	Media	Dif.	Media	Dif.	Media	Dif.
Ene.	2,00	-0,12	1,41	0,25	1,78	-0,09
Feb.	1,73	0,05	1,41	-0,06	1,62	0,01
Mar.	1,82	0,29	1,75	0,16	1,79	0,25
1º trimestre	**1,85**	**0,07**	**1,52**	**0,12**	**1,73**	**0,06**
Abr.	1,78	-0,01	1,77	0,19	1,77	0,06
May.	1,79	0,14	1,56	0,08	1,68	0,10
Jun.	1,84	0,13	1,70	0,14	1,79	0,14
2º trimestre	**1,81**	**0,09**	**1,68**	**0,14**	**1,75**	**0,10**
Jul.	1,68	0,03	1,54	-0,05	1,62	-0,01
Ago.	1,72	0,07	1,35	-0,11	1,55	-0,02
Sep.	1,71	-0,21	1,36	-0,30	1,55	-0,27
3º trimestre	**1,70**	**-0,04**	**1,42**	**-0,15**	**1,57**	**-0,10**
Oct.	1,74	-0,11	1,55	-0,07	1,65	-0,10
Nov.	1,88	0,03	1,63	-0,03	1,79	0,01
Dic.	2,02	0,26	1,56	-0,12	1,88	0,13
4º trimestre	**1,88**	**0,06**	**1,58**	**-0,07**	**1,77**	**0,01**
Año 2011	**1,81**	**0,05**	**1,55**	**0,01**	**1,71**	**0,02**

Nota: Las diferencias absolutas y relativas son interanuales.
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

Si prestamos atención a la procedencia, en esta ocasión la demanda nacional supera a la extranjera con un promedio anual para 2011 de 1,81 días, frente a los 1,55 días registrados por los foráneos. La evolución por trimestres muestra que el tercer trimestre supone descensos para ambos colectivos, si bien es cierto que la demanda extranjera continúa esta tendencia en el cuarto trimestre, mermando así el incremento de la estancia media para el total de viajeros en 2011, y haciendo sombra a los pequeños signos de mejora de la demanda nacional.

Los efectos derivados del débil comportamiento de la demanda, sobre todo de la nacional, se han reflejado también en el grado de ocupación de los alojamientos hoteleros. Así, en 2011 la ocupación se reduce en la provincia 0,7 puntos respecto a 2010, un descenso que aunque no muy acusado, la sitúa en el 31,1%. Este porcentaje se encuentra alejado del 45,5% que alcanza Andalucía, porcentaje que, además, se incrementa en un punto respecto al registrado en 2010.

CUADRO 2.1.4 GRADO DE OCUPACIÓN EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL)

	Residentes en España		
	Media	Dif.	Var.% 11/10
Ene.	20,40	-1,6	-7,08
Feb.	25,78	1,6	6,53
Mar.	28,90	-0,7	-2,49
1º trimestre	**25,02**	**-0,2**	**-0,94**
Abr.	39,38	-2,8	-6,60
May.	39,69	7,2	22,32
Jun.	38,15	4,9	14,62
2º trimestre	**39,07**	**3,1**	**8,65**
Jul.	28,05	1,0	3,79
Ago.	28,76	-2,3	-7,41
Sep.	32,16	-8,3	-20,50
3º trimestre	**29,66**	**-3,2**	**-9,71**
Oct.	38,18	-3,6	-8,58
Nov.	26,59	-4,6	-14,73
Dic.	27,04	0,8	2,99
4º trimestre	**30,61**	**-2,5**	**-7,45**
Año 2011	**31,09**	**-0,7**	**-2,19**

Nota: Las diferencias absolutas y relativas son interanuales.
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

CUADRO 2.1.5 NÚMERO DE PLAZAS ESTIMADAS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL)

	Plazas hoteleras		
	Media	Dif.	Var.% 11/10
Ene.	8.248	517	6,69
Feb.	8.010	-172	-2,10
Mar.	8.132	-122	-1,48
1º trimestre	**8.130**	**74**	**0,92**
Abr.	8.451	-18	-0,21
May.	8.431	-15	-0,18
Jun.	8.511	71	0,84
2º trimestre	**8.464**	**13**	**0,15**
Jul.	8.243	63	0,77
Ago.	8.207	476	6,16
Sep.	8.346	82	0,99
3º trimestre	**8.265**	**207**	**2,57**
Oct.	8.346	153	1,87
Nov.	8.480	421	5,22
Dic.	8.009	10	0,13
4º trimestre	**8.278**	**195**	**2,41**
Año 2011	**8.285**	**122**	**1,50**

Nota: Las diferencias absolutas y relativas son interanuales.
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

Desde el punto de vista de la oferta, el indicador de plazas hoteleras arroja para 2011 un total de 8.285 plazas ofertadas, cifra que se incrementa un 1,5% respecto a 2010, lo que en cifras absolutas supone 122 plazas más. El aumento de plazas ofertadas durante todo el año unido a la reducción de viajeros acogidos en la provincia ha potenciado los bajos niveles de ocupación e impedido una mejora de este indicador. Una muestra clara de ello son los resultados del tercer trimestre, ya que como consecuencia de ser el trimestre que más las aumenta (2,6%), es también el que mayor descenso de ocupación registra (-9,7%). A pesar del aumento de las plazas, el personal ocupado también se contrae en 2011 en un 10,28%, lo que supone unos 95 puestos ocupados menos que en el año anterior. El desarrollo del año nos muestra que el segundo trimestre es el periodo que más se resiente, con una tasa de variación del -15,6% respecto a 2010, disminuyendo en 164 personas el colectivo ocupado en establecimientos hoteleros de la provincia.

Es importante conocer la cuota de mercado que estamos analizando. Así, se estima que en 2011 los viajeros recibidos por los establecimientos hoteleros de la provincia de Sevilla (excluyendo la capital) suponen el 22,5% del total de la provincia, siendo el segundo trimestre del año el que más cuota en el mercado provincial obtiene (23,7%).

Respecto a la cuota provincial de las pernoctaciones, las registradas por los establecimientos hoteleros sevillanos (excluyendo las de la capital) en 2011 suponen el 20,8% del total de la provincia. Por trimestres, la cuota es similar en todos los periodos, aunque destaca el segundo trimestre, con el 22,1%.

Otra fuente que nos aporta información interesante para finalizar el análisis es la "Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)" elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), de la que trataremos tres aspectos principales de la demanda turística desde el punto de vista provincial, incluyendo en este caso la información relativa a la capital. De este modo, la encuesta mencionada nos muestra que el número de turistas llegados a la provincia de Sevilla ascendió en 2011 a 2.748.826 turistas, incrementándose en un 1,01% la cifra respecto al resultado de 2010. Desde el punto de vista regional, el número de turistas registrados en la provincia sevillana supone el 12,62% del total regional, que en 2011 se incrementa algo más que en la provincia, alcanzado la cifra de 21.781.023 turistas. Como muestra la evolución por trimestres, aunque el año empezó con incrementos de viajeros, los dos últimos trimestres se han contraído, de ahí que el aumento para el conjunto del año no haya sido muy elevado.

CUADRO 2.1.6 PERSONAL EMPLEADO EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL)

	Residentes en España		
	Media	Dif.	Var.% 11/10
Ene.	817	32	4,08
Feb.	811	-65	-7,42
Mar.	881	-57	-6,08
1º trimestre	**836**	**-30**	**-3,46**
Abr.	901	-140	-13,45
May.	872	-140	-13,83
Jun.	883	-212	-19,36
2º trimestre	**885**	**-164**	**-15,63**
Jul.	889	-36	-3,89
Ago.	808	-113	-12,27
Sep.	919	-95	-9,37
3º trimestre	**872**	**-81**	**-8,53**
Oct.	781	-165	-17,44
Nov.	751	-59	-7,28
Dic.	689	-96	-12,23
4º trimestre	**740**	**-107**	**-12,59**
Año 2011	**834**	**-95**	**-10,28**

Nota: Las diferencias absolutas y relativas son interanuales.
Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

CUADRO 2.1.7 INDICADORES DE DEMANDA (ECTA)

	Número turistas			Gasto medio			Estancia media		
	Número	Dif.	Var.%	Número	Dif.	Var.%	Número	Dif.	Var.%
1º trimestre	591.506	12.723	2,20	72,33	-2,82	-3,75	3,32	-0,03	-0,92
2º trimestre	816.235	24.051	3,04	82,09	-3,48	-4,06	3,18	-0,17	-5,05
3º trimestre	695.655	-2.407	-0,34	63,61	-1,17	-1,81	3,13	-0,18	-5,53
4º trimestre	645.430	-6.921	-1,06	75,36	-1,51	-1,97	3,55	0,15	4,50
Año 2011	**2.748.826**	**27.446**	**1,01**	**73,35**	**-2,25**	**-2,97**	**3,30**	**-0,06**	**-1,72**

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla y Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IECA.

Entre otros aspectos a destacar, la estancia media de los turistas que acuden a la provincia sevillana en 2011 se ha situado en los 3,3 días, prácticamente igual a la registrada en 2010, aunque algo más de 5 días inferior a la estancia media registrada en el conjunto regional (8,7 días). No obstante, en cuanto a la evolución, tanto la variación negativa en la provincia como la positiva en la región andaluza han sido mínimas. Por su parte, el gasto medio realizado por los turistas que visitan la provincia se ha situado en 2011 en 73,4 euros, 2,3 euros menos que en 2010, pero más de 12 euros por encima del gasto medio recogido en Andalucía (60,5 euros).

2.2 Perfil del sector hotelero en las comarcas de la provincia de Sevilla

El análisis de la información disponible para el sector turístico de la provincia sevillana, atendiendo exclusivamente al ámbito comarcal, se basa en las estadísticas periódicas que sobre los principales indicadores de demanda y oferta ofrecen el INE, a través de las Encuestas de Ocupación Hotelera (EOH).

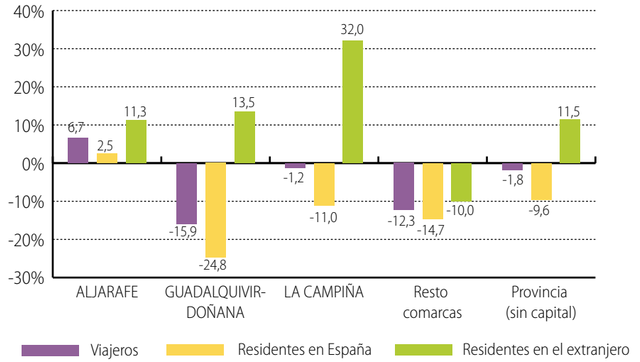
En este punto, conviene subrayar que las comarcas de las que se dispone mayor información –por tener significación estadística la desagregación de las encuestas oficiales – son las de Aljarafe, Guadalquivir-Doñana y La Campiña. Mientras, para otros ámbitos sub-provinciales, como la Sierra-Sur, la Sierra Norte y la comarca de la Vía de la Plata, a pesar de su indudable interés y recursos turísticos, resulta más difícil contar con un núcleo de indicadores válidos para realizar un seguimiento analítico a lo largo del tiempo.

Antes de detenernos en los resultados del sector hotelero en 2011, según cada uno de los referentes y aspectos analizados para las comarcas sevillanas, merece contextualizar la trayectoria del turismo, en general, en el ámbito regional y provincial. De este modo, destaca a grandes rasgos la relativa bondad de las cifras de alojamiento hotelero y de empleo en el sector turístico, con crecimientos evidentes respecto al balance de 2010. No obstante, esta positiva variación esconde una cierta disparidad entre la demanda nacional (de residentes españo-

les) que ha sido muy débil, con crecimientos muy modestos, casi estancamiento, respecto al ejercicio precedente, frente al notable incremento en las cifras de turismo extranjero. Este mejor comportamiento de la demanda foránea podría estar en parte, explicado, por el escenario convulso de algunos destinos turísticos de la competencia en el pasado año (tales como el Norte de África por el clima de inestabilidad). El mayor peso de la demanda nacional hace que las cifras de turismo hayan observado una variación modesta en 2011, ya que en términos absolutos la elección de la provincia de Sevilla como destino turístico por parte del segmento extranjero, es menor que la de los residentes en España..

Conviene tener presente que no se dispone de información estadística acerca del número de visitantes o excursionistas que pasan unas horas en los distintos municipios de la provincia sevillana, y que no pernoctan. La presencia de estas personas en los municipios de la que no se tiene una medición estadística precisa (se puede estimar, indirectamente, por las entradas a museos, visitas a conjuntos histórico-artísticos o peticiones de información en oficinas/sitios web de turismo), puede llegar a ser una fuente de ingresos nada despreciable, en forma de ingresos directos o indirectos, y que a menudo pueden pasar desapercibidos o minusvalorados.

GRÁFICO 2.2.1 EVOLUCIÓN DE LOS VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA PROVINCIA SEVILLANA EN EL BALANCE DE 2011[1]
(TASA DE VARIACIÓN INTERANUAL EN %)



1 Los datos de la provincia no incluyen la capital
Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Centrándonos en la información para el año 2011 de los indicadores de demanda, resulta claramente visible la dispar trayectoria en las cifras de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de origen nacional frente a los extranjeros. En este último caso, destaca una positiva variación anual respecto a 2010, en las principales comarcas sevillanas analizadas (Aljarafe, Guadalquivir-Doñana y La Campiña), así como en el agregado de la provincia (excluida la capital sevillana).

Por el contrario, el número de viajeros en establecimientos hoteleros, residentes en España, ha experimentado un descenso generalizado en el ámbito provincial, durante el balance del pasado año, 2011, salvo en el caso del Aljarafe, donde se observó un incremento interanual del 2,5%. Esta excepcionalidad es una muestra del atractivo turístico de la oferta hotelera de esta comarca sevillana, más cercana al área de la capital hispalense.

Asimismo, la relevancia de la infraestructura hotelera existente en la comarca del Aljarafe hace de ésta, principal receptora de viajeros en establecimientos hoteleros, fuera del municipio capitalino de Sevilla. En concreto, durante 2011, la EOH estima que un total de 273.525 viajeros se alojaron en hoteles establecidos en comarca del Aljarafe, un 6,7% más que en 2010, siendo la presencia de residentes españoles (138.688 en el total anual) ligeramente superior a la de viajeros extranjeros, si bien estos últimos experimentaron un incremento más significativo (11,3% frente al 2,5% de los residentes nacionales). Desde una fragmentación trimestral, este positivo avance del turismo extranjero se debería a los tres primeros trimestres del año, ya que en el cuarto se observó un descenso interanual en las cifras de viajeros foráneos alojados en establecimientos hoteleros.

Por el contrario, en los primeros meses del año 2011, de enero hasta abril, fue cuando se observaron peores resultados, en comparación con 2010, en la demanda de alojamiento hotelero de residentes españoles en el ámbito comarcal del Aljarafe.

Mientras, en la Comarca del Guadalquivir-Doñana, la trayectoria ha sido negativa de forma generalizada a lo largo de todo el año, a excepción de mayo y agosto. Esta menor demanda hotelera no ha afectado

al turismo extranjero, que habría crecido un 13,5% en el balance anual, pero que dada su menor relevancia en términos absolutos no ha podido compensar la caída de la demanda de alojamiento por parte de residentes nacionales (-24,8% interanual en el conjunto de 2011), siendo muy significativa que la variación negativa afecte a prácticamente todos los meses del pasado año, excepto al mes de mayo (con un incremento del 9,6% respecto al mismo mes de 2010), gracias al atractivo turístico de los actos ligados a la Romería de El Rocío, en Almonte.

CUADRO 2.2.1 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS EN 2011

	ALJARAFE			GUADALQUIVIR-DOÑANA			LA CAMPIÑA		
	Viajeros totales	Viajeros residentes en España	Viajeros residentes en el extranjero	Viajeros totales	Viajeros residentes en España	Viajeros residentes en el extranjero	Viajeros totales	Viajeros residentes en España	Viajeros residentes en el extranjero
Ene.	13.146	6.151	6.995	5.941	4.053	1.888	8.636	7.680	956
Feb.	15.664	8.542	7.121	7.314	5.098	2.215	8.554	7.291	1.263
Mar.	17.653	9.696	7.957	7.768	5.872	1.897	11.503	8.049	3.454
1º trimestre	**46.462**	**24.389**	**22.073**	**21.023**	**15.022**	**6.000**	**28.693**	**23.020**	**5.673**
Abr.	27.264	14.140	13.124	9.349	6.066	3.283	13.805	8.446	5.359
May.	32.276	13.573	18.702	11.904	7.805	4.099	12.616	7.863	4.753
Jun.	28.019	16.673	11.346	9.315	6.570	2.745	9.509	5.857	3.651
2º trimestre	**87.559**	**44.386**	**43.173**	**30.567**	**20.441**	**10.127**	**35.929**	**22.166**	**13.763**
Jul.	20.662	9.849	10.814	7.340	5.302	2.039	11.155	7.927	3.228
Ago.	23.344	11.288	12.057	7.333	5.001	2.332	9.140	6.052	3.088
Sep.	27.181	12.479	14.702	8.549	5.754	2.795	12.024	7.258	4.766
3º trimestre	**71.187**	**33.615**	**37.572**	**23.223**	**16.057**	**7.166**	**32.320**	**21.238**	**11.082**
Oct.	31.202	15.509	15.693	8.667	5.592	3.075	15.159	8.991	6.168
Nov.	19.360	10.087	9.273	7.475	5.050	2.425	9.514	7.653	1.861
Dic.	17.756	10.701	7.054	6.582	4.892	1.690	9.069	7.875	1.194
4º trimestre	**68.317**	**36.297**	**32.020**	**22.724**	**15.534**	**7.190**	**33.741**	**24.518**	**9.222**
Año 2011	**273.525**	**138.688**	**134.838**	**97.536**	**67.054**	**30.483**	**130.683**	**90.942**	**39.741**

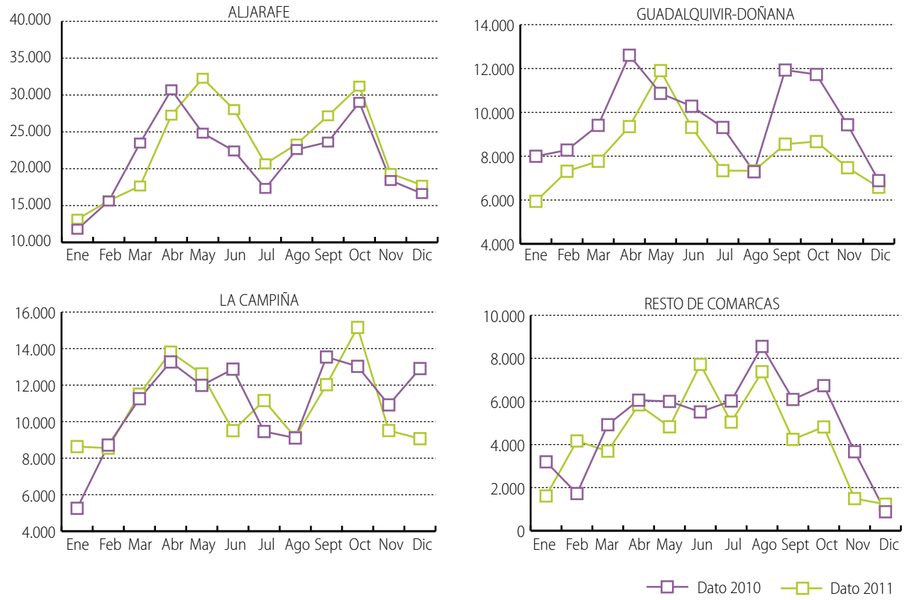
CUADRO 2.2.1 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS EN 2011

Tasa de variación interanual respecto al mismo periodo del año anterior

	ALJARAFE			GUADALQUIVIR-DOÑANA			LA CAMPIÑA		
	Viajeros totales	Viajeros residentes en España	Viajeros residentes en el extranjero	Viajeros totales	Viajeros residentes en España	Viajeros residentes en el extranjero	Viajeros totales	Viajeros residentes en España	Viajeros residentes en el extranjero
Ene.	11,53	-25,22	96,44	-25,71	-30,8	-11,8	64,27	86,3	-15,78
Feb.	0,32	-11,04	18,48	-11,66	-25,72	56,51	-1,89	4,13	-26,42
Mar.	-24,82	-39,05	5,07	-17,42	-23,32	8,45	2,18	-6,89	32,2
1º trimestre	**-8,69**	**-27,71**	**28,75**	**-18,14**	**-26,28**	**13,1**	**13,71**	**16,44**	**3,81**
Abr.	-11,22	-12,29	-10,04	-25,84	-36,96	10,03	4,04	-15,33	62,71
May.	30,02	14,85	43,81	9,56	-9,9	86,04	5,26	-3,69	24,38
Jun.	25,01	45,84	3,32	-9,39	-11,49	-3,93	-26,15	-35,19	-4,88
2º trimestre	**12,33**	**12,74**	**11,92**	**-9,43**	**-20,49**	**25,89**	**-5,77**	**-18,44**	**25,65**
Jul.	19,24	-0,13	44,83	-21,16	-32,15	36,17	17,9	7,3	55,69
Ago.	3,27	10,85	-2,95	0,61	-4,95	15,03	0,38	-10,52	31,83
Sep.	15,1	5	25,34	-28,33	-32,56	-17,72	-11,19	-29,39	46,18
3º trimestre	**12,02**	**5,28**	**18,83**	**-18,6**	**-25,69**	**3,53**	**0,66**	**-13,07**	**44,37**
Oct.	7,57	24,06	-4,91	-26,11	-36,64	5,89	16,35	-7,11	84,14
Nov.	5,23	26,16	-10,85	-20,77	-25,46	-8,82	-12,87	-16,5	6,14
Dic.	6,78	9,86	2,42	-4,4	-16,46	64,25	-29,74	-34,37	31,63
4º trimestre	**6,7**	**20,04**	**-5,25**	**-18,98**	**-27,6**	**9,07**	**-8,45**	**-20,51**	**53,46**
Total	**6,68**	**2,52**	**11,32**	**-15,92**	**-24,78**	**13,48**	**-1,24**	**-11,03**	**32,01**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

GRÁFICO 2.2.2 COMPARATIVA 2010-2011 POR COMARCAS DE LOS VIAJEROS ALOJADOS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (Nº DE VIAJEROS TOTALES)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

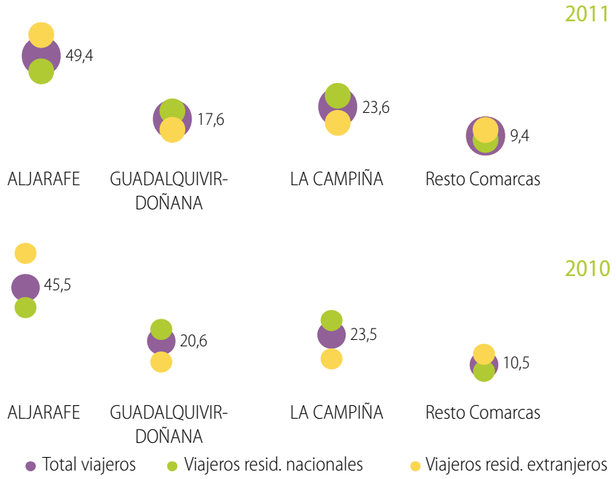
Por su parte, en la comarca de La Campiña, los resultados en la cifra de viajeros alojados en el balance del año 2011 también vienen determinados, aún en mayor medida que en la comarca del Guadalquivir-Doñana, por el mayor peso del turismo nacional (un 70% del total de los viajeros frente al 30% extranjero). En concreto, mientras el número de viajeros residentes en el conjunto nacional, el conjunto anual ha ascendido a 90.942, un 11% menos que en 2010, la cifra de viajeros extranjeros ha crecido un 32% en el último año. Resulta especialmente destacado el crecimiento experimentado por este segmento turístico de procedencia foránea en el segundo y tercer trimestre del pasado ejercicio, con aumentos interanuales excepcionales, como el correspondiente a octubre de 2011 (un 84% más que en el mismo mes de 2010).

En el resto de comarcas que comprenden la provincia sevillana, excluyendo la capital, el comportamiento de la cifra de viajeros ha sido muy similar al comentado. Solo en los meses de febrero y junio, el número de viajeros totales alojados en la provincia ha superado al del mismo periodo del año anterior, pero estas variaciones han sido insuficientes para compensar los descensos en el resto de meses, arrojando por tanto el balance anual un signo negativo.

Precisamente, desde un enfoque gráfico, la comparación de las principales comarcas turísticas sevillanas en la trayectoria de la demanda hotelera en 2011, frente a 2010, refleja el positivo comportamiento de la comarca del Aljarafe, donde las cifras de viajeros superan en casi todos los meses a los registros correspondientes a 2010, salvo en marzo y abril. Por el contrario, la que observa un perfil menos favorable sería la de Guadalquivir-Doñana, en la que solo en un mes (el de mayo, como ya se comentó anteriormente) se superó ampliamente la cifra de viajeros del mismo mes de 2010. Mientras, en La Campiña, el dibujo de la trayectoria mensual presentaría en los dos años una menor discrepancia, lo que explica que la tasa de variación en el conjunto anual sea negativa, pero tan solo del -1,24%.

Desde la perspectiva de la cuota de mercado, como ocurriera en el principal indicador de demanda hotelera, también puede comprobarse el protagonismo de la comarca del Aljarafe, que concentra en 2011 el 49,4% de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la provincia (excluyendo la capital sevillana). Asimismo, resulta evidente la mejor trayectoria de esta comarca en comparación con la de Gualdalquivir-Doñana, ya que la primera ha ganado significación (45,5% en 2010), frente a la pérdida de peso de la segunda (17,6% en 2011, frente al 20,6% que suponía en 2010). Por su parte, la comarca de La Campiña mantendría una representatividad muy similar a la del año anterior, en lo que a viajeros alojados se refiere (23,6% en 2011).

GRÁFICO 2.2.3 CUOTA DE MERCADO DEL ALOJAMIENTO HOTELERO POR COMARCAS SEVILLANAS (% DE VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS POR COMARCAS DE LA PROVINCIA, SIN SEVILLA)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

CUADRO 2.2.3 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS EN 2011

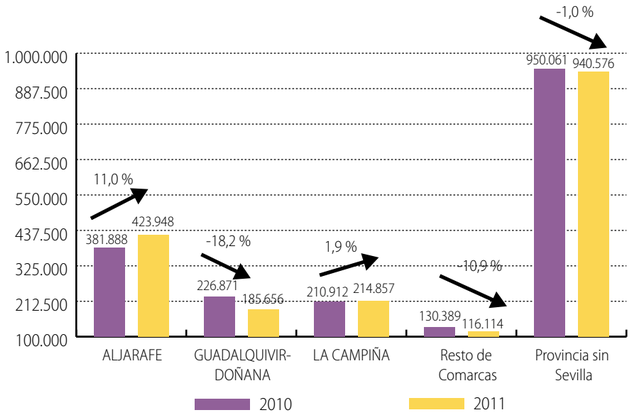
	ALJARAFE			GUADALQUIVIR-DOÑANA			LA CAMPIÑA		
	Pernoctaciones totales	Tasa variación 11/10	% Residentes españoles (2011)	Pernoctaciones totales	Tasa variación 11/10	% Residentes españoles (2011)	Pernoctaciones totales	Tasa variación 11/10	% Residentes españoles (2011)
Ene.	18.816	12,29	51,6	13.535	-27,38	80,3	13.019	50,01	87,8
Feb.	22.402	6,48	57,5	14.018	-1,53	78,1	13.184	-16,11	84,5
Mar.	31.825	8,38	54,3	15.012	-14,38	79,3	18.453	1,72	68,7
1º trimestre	**73.043**	**8,76**	**54,6**	**42.564**	**-15,56**	**79,3**	**44.656**	**4,99**	**78,9**
Abr.	40.397	-9,12	52,5	19.163	-27,35	64,6	26.116	27,10	58,6
May.	47.022	39,79	45,0	20.437	-0,48	71,8	19.918	2,46	59,2
Jun.	50.024	59,30	62,3	17.572	-8,13	77,4	16.268	-24,83	58,2
2º trimestre	**137.443**	**25,53**	**53,5**	**57.172**	**-13,43**	**71,1**	**62.303**	**1,09**	**58,7**
Jul.	31.336	26,01	51,5	11.847	-26,48	69,5	19.295	17,78	70,7
Ago.	29.017	-5,93	50,6	15.954	25,03	76,7	13.917	-6,39	62,8
Sep.	37.746	-5,16	50,5	16.260	-40,69	72,0	20.270	-0,18	58,8
3º trimestre	**98.099**	**2,71**	**50,8**	**44.061**	**-21,73**	**73,0**	**53.481**	**3,74**	**64,1**
Oct.	50.506	6,71	53,1	15.398	-34,58	74,0	24.148	13,10	52,0
Nov.	33.257	0,08	55,9	13.681	-23,41	76,6	15.176	-4,94	72,6
Dic.	31.600	8,36	67,3	12.780	0,33	82,6	15.094	-15,56	84,6
4º trimestre	**115.363**	**5,14**	**57,8**	**41.859**	**-22,68**	**77,5**	**54.418**	**-1,40**	**66,8**
Anual	**423.948**	**11,01**	**54,2**	**185.656**	**-18,17**	**74,9**	**214.857**	**1,87**	**66,3**

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE .

La evolución de las pernoctaciones hoteleras resulta algo más positiva que la comentada para el caso de los viajeros alojados en establecimientos, dando mejores promedios de estancia media. En cualquier caso, las diferencias entre las distintas comarcas son significativas. Así, en el conjunto de la provincia sevillana (sin incluir el municipio capitalino), la cifra de viajeros descendió en 2011 un -1,83%, frente al -1% que lo hizo las pernoctaciones, teniendo en ambos casos una tendencia contrapuesta la demanda nacional (descendente) de la extranjera (creciente). Sin embargo, en esta trayectoria del conjunto provincial (excluida la capital) conviene diferenciar el avance de la comarca del Aljarafe, donde se registró un crecimiento del 11% de las pernoctaciones totales, frente al descenso sufrido por las de la comarca del Guadalquivir-Doñana (-18,2%), la notable reducción del agregado restante (-10,9%) y el ligero incremento en la comarca de La Campiña (1,9%).

El análisis mensual revela que solo en los meses de abril, agosto y septiembre, las cifras de pernoctaciones en la comarca del Aljarafe descendieron respecto al mes homónimo del año precedente, mientras en los nueve meses restantes se observó una variación positiva. Asimismo, cabe destacar que, en este caso, la demanda nacional ha contribuido a este favorable avance en las cifras de pernoctaciones totales, si bien las pernoctaciones de extranjeros aún observaron un incremento más notable en el balance del año 2011, con un 16,9% de variación, frente al aumento de las pernoctaciones de residentes nacionales (6,5%). Este

GRÁFICO 2.2.4 COMPORTAMIENTO DE LAS PERNOCTACIONES POR COMARCAS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA EN 2011 (Nº DE PERNOCTACIONES TOTALES)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

coincidente comportamiento de las pernoctaciones por procedencia en la comarca del Aljarafe –positivo en ambos casos– evidencia la peculiaridad de ésta, en comparación con otros ámbitos comarcales de Sevilla, en la que el signo de las pernoctaciones ha sido contrario entre residentes y extranjeros.

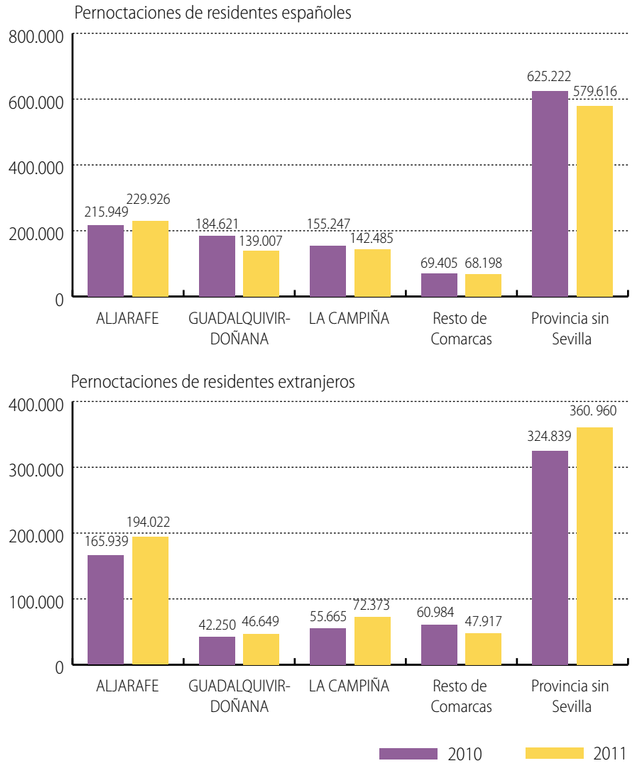
En concreto, en la comarca de Guadalquivir-Doñana se registra una disminución del número de pernoctaciones del 18,2% en el conjunto del año, del que es responsable la fuerte caída de la demanda nacional (-24,7%). Por el contrario, en las pernoctaciones de extranjeros se observa un crecimiento del 10,4% en comparación con 2010. Por último, en La Campiña las pernoctaciones ascendieron en 2011 un 1,9%, gracias al incremento de las correspondientes al alojamiento por parte de residentes en el extranjero, con un aumento del 30% en el balance anual.

Precisamente La Campiña, junto con la comarca del Aljarafe, son las únicas dos comarcas en las que en el conjunto del pasado año

crecieron las pernoctaciones, con una mayor significación turística en el caso de esta última. Gracias a esta positiva variación, La Campiña sevillana se ha convertido en la segunda comarca, en orden al número de pernoctaciones que concentra, superando a la comarca de Guadalquivir-Doñana. No obstante, el descenso en las cifras de pernoctaciones en esta última comarca mencionada y en el resto de comarcas de la provincia sevillana, hicieron que en el agregado de ésta (excluida la capital) se registrara una variación negativa en las cifras de pernoctaciones totales (casi diez mil menos que en el año 2010). En términos relativos, un 1% menos que en el balance del ejercicio anterior.

Sin duda, tal y como se puede comprobar en los cuadros adyacentes, la significación de la demanda nacional, en las distintas comarcas de la provincia, ha sido determinante para explicar la evolución de las pernoctaciones en alojamientos hoteleros en el balance del último año. De este modo, solo en la comarca del Aljarafe se ha registrado una variación positiva de la demanda nacional, que representa el 54,2% del total de las pernoctaciones. Mientras, en el resto de las comarcas sevillanas, donde la demanda de residentes españoles en establecimientos hoteleros resulta más elevada (75% en la del Guadalquivir-Doñana y en La Campiña un 66%), las pernoctaciones de nacionales descendieron significativamente.

GRÁFICO 2.2.5 COMPORTAMIENTO DE LAS PERNOCTACIONES POR COMARCAS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA EN 2011 (Nº DE PERNOCTACIONES TOTALES)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Una vez comentadas las cifras anuales de viajeros y pernoctaciones, cabe analizar cuál ha sido la evolución de la estancia media en establecimientos hoteleros de la provincia sevillana, durante 2011. Así, teniendo en cuenta que las pernoctaciones han tenido, en general, una variación menos negativa que la observada en el número de viajeros, la duración media del alojamiento en los hoteles de la provincia ha experimentado un ligero repunte, pasando a ser 1,71 días en 2011, frente a los 1,69 días de estancia media, correspondiente a 2010. El tiempo que permanecen alojados los turistas residentes en España suele ser más prolongado que en el caso de los residentes extranjeros (1,81 frente a 1,55 días, respectivamente), siendo destacable que en el último año ha mostrado una variación más evidente la estancia media de los turistas nacionales (cinco décimas superior a la de 2010).

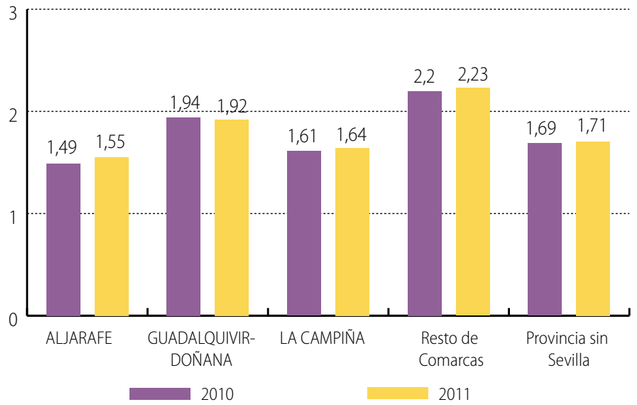
CUADRO 2.2.4 EVOLUCIÓN DE LA ESTANCIA MEDIA DE LOS VIAJEROS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS

		2010				2011				Medias anuales		
		1er trim 2010	2º trim 2010	3er trim 2010	4º trim 2010	1er trim 2011	2º trim 2011	3er trim 2011	4º trim 2011	2010	2011	Diferencias en p.p. 2011/2010
Aljarafe	Estancia media	1,34	1,4	1,5	1,73	1,55	1,57	1,38	1,71	1,49	1,55	0,06
	Residentes en España	1,43	1,52	1,57	1,93	1,62	1,64	1,49	1,85	1,61	1,65	0,04
	Residentes en el extranjero	1,15	1,28	1,43	1,55	1,49	1,5	1,29	1,52	1,35	1,45	0,1
Guadalquivir-Doñana	Estancia media	1,97	1,95	1,93	1,92	2,04	1,88	1,9	1,85	1,94	1,92	-0,02
	Residentes en España	2,14	2,07	2,02	2,01	2,29	2	2,01	2,09	2,06	2,1	0,04
	Residentes en el extranjero	1,45	1,57	1,7	1,58	1,48	1,64	1,66	1,31	1,58	1,52	-0,05
La Campiña	Estancia media	1,69	1,62	1,62	1,5	1,55	1,73	1,65	1,62	1,61	1,64	0,03
	Residentes en España	1,59	1,53	1,56	1,46	1,53	1,64	1,6	1,49	1,54	1,57	0,03
	Residentes en el extranjero	2,04	1,82	1,81	1,7	1,65	1,86	1,73	2,02	1,84	1,81	-0,03
Resto comarcas	Estancia media	2,42	2,23	1,62	1,5	2,38	2,4	1,78	2,62	2,2	2,23	0,03
	Residentes en España	2,84	2,15	1,56	1,46	2,85	2,49	2,29	4,86	2,38	2,74	0,36
	Residentes en el extranjero	1,81	2,32	1,81	1,7	1,71	2,3	1,36	1,56	2,02	1,76	-0,26
Provincia (sin Sevilla capital)	Estancia media	1,67	1,65	1,67	1,76	1,73	1,75	1,57	1,77	1,69	1,71	0,02
	Residentes en España	1,77	1,72	1,74	1,83	1,85	1,81	1,7	1,88	1,76	1,81	0,05
	Residentes en el extranjero	1,41	1,54	1,57	1,65	1,52	1,68	1,42	1,58	1,54	1,55	0,01

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

La distinta tipología y motivación del turista que se aloja en las distintas comarcas de la provincia sevillana se puede intuir a través de las diferencias en la estancia media. De este modo, no resulta de extrañar que la duración más corta de la estancia corresponda a la comarca del Aljarafe (1,55 días en 2011), con un alojamiento en el que predomina más el turismo de congresos, negocios, por su cercanía a la capital hispalense. Por el contrario, la duración de la estancia más prolongada, casi dos días, se registra en los establecimientos ubicados en la comarca del Guadalquivir-Doñana, donde predomina un tipo de turismo más de ocio, descanso y de disfrute en la naturaleza, al igual que sucede en el agregado del resto de comarcas.

GRÁFICO 2.2.6 ESTANCIA MEDIA POR COMARCAS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA: COMPARATIVA 2010- 2011 (DÍAS)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Desde la comparativa con el año precedente, en todas las comarcas sevillanas, salvo en la de Guadalquivir-Doñana, se ha apreciado un ligero incremento en la estancia promedio del viajero en establecimientos hoteleros, siendo más evidente este ascenso en el caso del Aljarafe (con seis décimas de repunte en la duración de la estancia respecto a 2010). Desde un enfoque trimestral, la favorable variación de la estancia media en la comarca del Aljarafe responde al ascenso registrado en los dos primeros trimestres del año, cuando los promedios de duración del tiempo de alojamiento superaron a los de los mismos periodos de 2010. Este distinto perfil entre la primera y la segunda mitad del año se aprecia tanto en la demanda de los residentes nacionales como de los extranjeros.

Algo similar ocurre en la comarca de Guadalquivir-Doñana, donde en el primer trimestre se observaron los mayores repuntes en la estancia media respecto al mismo periodo del año anterior. Además, en dicha comarca se puede comprobar la mayor amplitud de la estancia por parte de residentes españoles, que rozó los 2,3 días en el primer trimestre de 2011 (2,68 días en enero de dicho año), siendo más reducida la estancia de los viajeros extranjeros (1,4 días en el citado mes), correspondiendo al mes de abril, la duración más larga del alojamiento (2,07 días).

A diferencia de lo comentado para estas comarcas, en el caso de La Campiña, ha sido a partir del segundo trimestre del año cuando las pernoctaciones han ascendido en términos interanuales, con un registro negativo en el primer trimestre (comportamiento similar al observado en el agregado del resto de comarcas). Ha sido este repunte en los tres últimos trimestres lo que ha permitido que la estancia en el conjunto de 2011 supere a la de 2010 (1,64 frente a 1,61 días). Resulta subrayable que en el caso de esta comarca, la duración promedio de la estancia de los turistas extranjeros alojados en establecimientos hoteleros (1,81 días) supera a la de los residentes españoles (1,57 días), si bien la estancia de los extranjeros en el caso de la comarca de La Campiña como en el de la comarca Guadalquivir-Doñana, registraron ligeros descensos interanuales en el balance de 2011, respecto al año precedente.

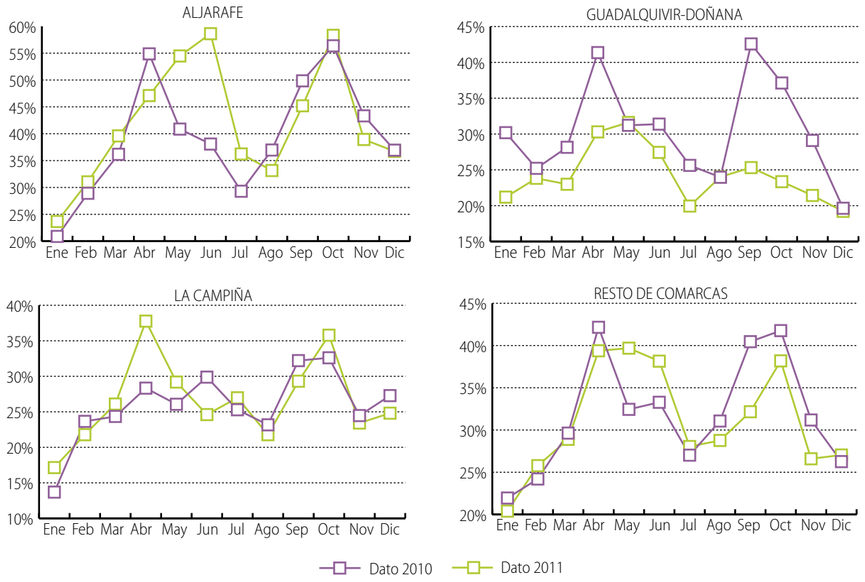
CUADRO 2.2.5 EVOLUCIÓN DEL GRADO DE OCUPACIÓN HOTELERA EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS

	1er trim 2010	2º trim 2010	3er trim 2010	4º trim 2010	1er trim 2011	2º trim 2011	3er trim 2011	4º trim 2011	Medias anuales 2010	Medias anuales 2011	Medias anuales Diferencias en p.p. 2011/2010
Aljarafe	28,66	44,6	38,7	45,54	31,44	53,4	38,2	44,66	39,38	41,92	2,55
Guadalquivir-Doñana	27,85	34,66	30,72	28,62	22,67	29,78	23,09	21,33	30,46	24,22	-6,25
La Campiña	20,57	28,1	26,89	28,12	21,68	30,52	26,02	28,01	25,92	26,56	0,64
Provincia (sin Sevilla capital)	25,26	35,96	32,85	33,07	25,02	38,66	29,31	30,61	31,79	30,9	-0,89

Fuente: Análisis y Prospección, Diputación de Sevilla a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

En general la trayectoria de los principales indicadores de la demanda hotelera en la comarca del Guadalquivir-Doñana, explica que sea ésta la comarca en la que también el grado de ocupación hotelera registra una variación descendente en 2011 en comparación con el ejercicio anterior. Por el contrario, una vez más los mejores registros en este cociente que mide en términos relativos la utilización de la capacidad instalada por la oferta de alojamiento, corresponde a la comarca del Aljarafe, en la que el porcentaje de ocupación (41,92%) ascendió 2,55 puntos porcentuales por encima del promedio de 2010, gracias principalmente al incremento observado en el grado de ocupación en la primera mitad del pasado año.

GRÁFICO 2.2.7 COMPARATIVA 2010-2011 POR COMARCAS DEL GRADO DE OCUPACIÓN HOTELERA EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (% SOBRE LA OFERTA DISPONIBLE)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Asimismo, resulta destacable que el grado de ocupación hotelera en el promedio mensual resulta bajo en casi todos los ámbitos sub-provinciales de Sevilla (donde rara vez se alcanza el 40% de ocupación), salvo en la comarca del Aljarafe donde en algunos meses, el grado de ocupación en promedio mensual roza el 60%. Desde una perspectiva gráfica, puede apreciarse con bastante claridad el perfil estacional que presenta el alojamiento hotelero en las principales comarcas de la provincia sevillana, con un descenso evidente en los meses centrales del verano, en los espacios del Aljarafe y Guadalquivir-Doñana. En el caso de La Campiña, las fluctuaciones resultan menos relevantes, si bien es en la primavera y el otoño (segundo y cuarto trimestre) cuando se alcanzan los mejores ratios de ocupación hotelera.

Desde la perspectiva de los indicadores de oferta del sector turístico sevillano, resulta importante analizar la trayectoria del empleo en los establecimientos hoteleros de las principales comarcas de la provincia. En concreto, retomando la explotación de la Encuesta de Ocupación Hotelera en las comarcas sevillanas, conviene señalar que el INE ofrece solo información estadística acerca del personal ocupado en los establecimientos hoteleros para tres comarcas de la provincia, así como del conjunto de la provincia sin incluir al municipio capitalino.

CUADRO 2.2.6 EVOLUCIÓN DEL PERSONAL OCUPADO EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LA PROVINCIA DE SEVILLA POR COMARCAS

	1er trim 2010	2º trim 2010	3er trim 2010	4º trim 2010	1er trim 2011	2º trim 2011	3er trim 2011	4º trim 2011	Medias anuales		
									2010	2011	Tasas de variación interanual en % 2011/2010
Aljarafe	259	323	310	243	209	229	224	210	284	218	-23,22
Guadalquivir-Doñana	164	187	201	191	191	189	187	181	186	187	0,69
La Campiña	326	336	272	255	352	363	377	290	297	346	16,27
Resto comarcas	118	203	170	158	83	105	84	59	162	83	-48,97
Provincia (sin Sevilla capital)	866	1049	953	847	836	885	872	740	929	834	-10,27

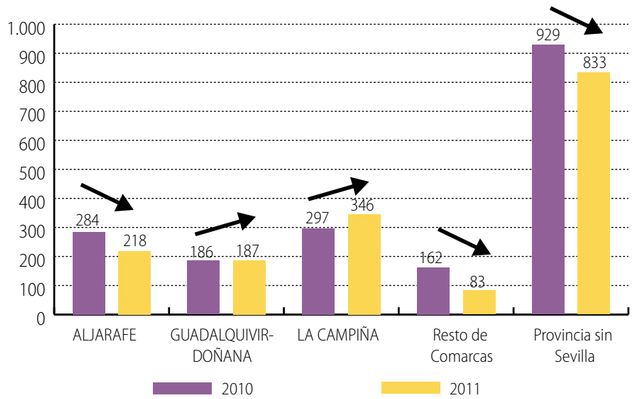
Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Tras los resultados expuestos sobre los indicadores de demanda hotelera, el análisis de la oferta revela que la infraestructura hotelera resulta muy desigual en las comarcas sevillanas. En concreto, puede intuirse que la comarca de La Campiña concentra una oferta bastante amplia, a juzgar por el personal ocupado en establecimientos hoteleros, en promedio 346 personas en 2011, un 16,3% más que en el año anterior, teniendo en cuenta que las cifras de viajeros y pernoctaciones eran relativamente modestas, y el grado de ocupación en el promedio anual fue del 26,6%.

En el lado contrario, resulta destacable que la comarca del Aljarafe, que atiende una demanda de viajeros y pernoctaciones más elevada, constituyéndose como la comarca más turística, desde la perspectiva de la demanda hotelera, aglutine una cifras de personal ocupado más bajas

(218 empleados), observándose además un descenso notable en comparación con el año anterior, ya que en 2010 la cifra de ocupados en promedio anual había sido de 284 ocupados. El empleo en el sector hotelero presenta una estacionalidad acorde a los requerimientos de la demanda. De este modo, el personal ocupado en establecimientos del Aljarafe es mayor en el segundo y tercer trimestre, que en el primero y cuarto. Por su parte, en la comarca del Guadalquivir-Doñana, la ocupación en los establecimientos hoteleros ha permanecido estable, aumentando en el promedio del año en una persona (187, en 2011) respecto al año anterior. Además, la variabilidad en el empleo no es demasiado elevada, no oscilando más allá de diez ocupados por trimestre en 2011.

GRÁFICO 2.2.8 PERSONAL OCUPADO EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS POR COMARCAS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA: COMPARATIVA 2010- 2011 (Nº DE EMPLEADOS)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

03

Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla

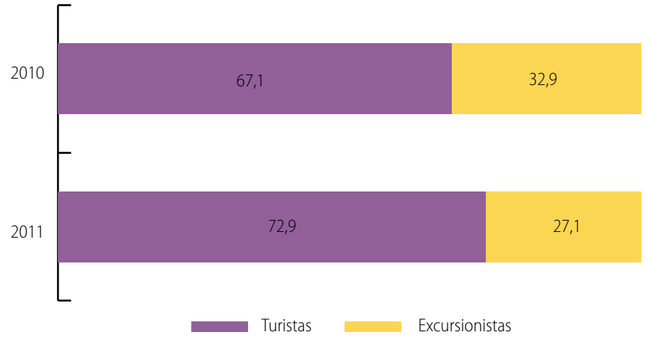
Entre los aspectos destacables del perfil de la demanda se encuentran la edad, la modalidad de viaje y la procedencia de los turistas, así como los motivos del viaje, la elección de destino y las principales actividades realizas en 2011. Asimismo se incluyen los datos sobre estancia media, tipo de alojamiento utilizado y el presupuesto y el gasto de los turistas en la provincia de Sevilla sin la capital.

3.1 Características de la encuesta y perfil de los encuestados

Mediante la realización de la encuesta de investigación "Características, percepciones y comportamiento del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital", puede analizarse el comportamiento de la demanda turística en la provincia de Sevilla excluyendo la capital durante 2011. Esta encuesta da continuidad a la realizada en 2010, y la explotación se ha llevado a cabo en esta ocasión a través de Analistas Económicos de Andalucía, realizándose 1.500 entrevistas personales al semestre, que permiten valorar la actividad turística en el año 2011.

Debe tenerse en cuenta que el conjunto de indicadores utilizados en el cuestionario difiere en parte de los empleados tanto en 2010 como en la primera mitad del año 2011 (por lo que en algunos aspectos los resultados no serán del todo comparables), habiéndose realizado este cambio con el objetivo de homogeneizar el cuestionario con la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

GRÁFICO 3.1.1 DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS POR TIPOLOGÍA DE VISITANTES (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



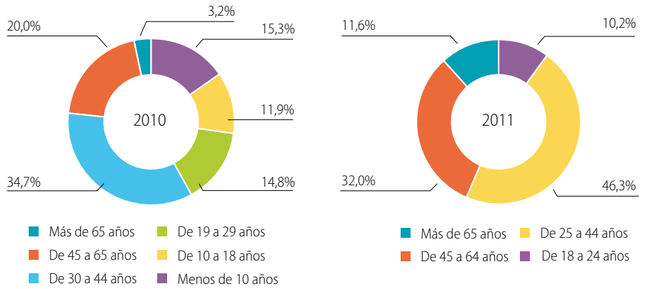
Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre del año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

El 72,9% de los visitantes en 2011 son turistas, asociándose el porcentaje restante a excursionistas, que serían aquellos visitantes que no se alojan en la provincia (no pernoctan). En esta ocasión, se ha realizado dentro de la muestra un mayor número de encuestas a turistas que en el segundo semestre de 2010, por lo que se obtiene una mayor información de la demanda por lo que los datos que se analizan en este capítulo se van a centrar en ellos.

En lo que a variables sociodemográficas como la edad se refiere, el perfil del turista que elige la provincia de Sevilla como destino turístico evidencia una predominancia durante 2011 de personas entre 25 y 44 años, que suponen el 46,3% de la demanda observada, representando más del 43,0% la cifra de turistas con mayor edad, por lo que se percibe una baja incidencia del turismo juvenil en el conjunto provincial, sin tener en cuenta la capital sevillana, ya que los turistas entre 18 y 24 años suponen alrededor del 10% del total.

En cuanto al tipo de viaje, el 42,1% de los encuestados realiza el mismo con su pareja, frente a un 12,7% que prefiere viajar sólo, mientras que en torno al 45% de los encuestados viaja con familiares o amigos. Estos resultados, son muy similares a los obtenidos durante 2010, cuando más de un tercio de los turistas tenían entre 30 y 44 años, aunque la representatividad de los turistas que viajaron solos o en pareja es inferior a la de 2011, tomando un mayor protagonismo los viajes en familia, que en 2010 suponían el 43,5% del total.

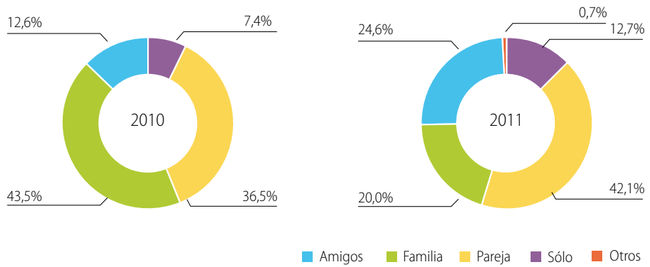
GRÁFICO 3.1.2 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR EDAD (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos se refieren al segundo semestre de cada año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

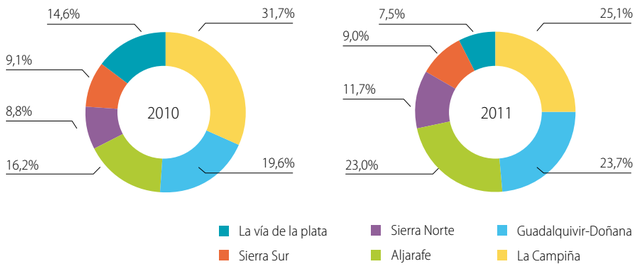
Haciendo un desglose por comarcas, se observa un mayor peso de la actividad turística en La Campiña, que concentra más de la cuarta parte de los turistas encuestados, seguida de Guadalquivir-Doñana y Aljarafe, cada una de ellas con más de un 23% de los encuestados en 2011. Tras éstas, el resto de turistas se reparte entre Sierra Norte (11,7%), Sierra Sur (9,0%) y La vía de la Plata (7,5%). Esta distribución se encuentra algo más compensada que la analizada en 2010, cuando cerca de un tercio de los turistas se concentraba en la comarca de La Campiña.

GRÁFICO 3.1.3 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR MODALIDAD DE GRUPO EN QUE VIAJA (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre del año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.1.4 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR COMARCAS (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos se refieren al segundo semestre de cada año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

En lo que se refiere a la modalidad de grupo en que viaja, más de la mitad de los turistas que se alojaron en la comarca de Sierra Norte viaja con su pareja, mientras que en La Vía de la Plata más del 40% del total viaja con familiares. Los turistas que realizan su viaje solo tiene una mayor significación en La Campiña, mientras que más de una cuarte parte de los turistas que visitaron la comarca de Aljarafe lo hicieron con amigos.

CUADRO 3.1.1 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR MODALIDAD DE GRUPO EN QUE VIAJA Y COMARCAS EN 2011 (PORCENTAJES)

	Total	Aljarafe	Guadalquivir-Doñana	La Campiña	La Vía de la Plata	Sierra Norte	Sierra Sur
Solo	12,7	12,8	5,9	17,2	0	13,6	0,3
Con su pareja	42,1	38,3	35,1	42	35,3	53,2	39,9
Con familiares	20	22,6	35,1	16,8	40,7	19,3	38,9
Con amigos	24,6	25,7	23,8	24	24	11,6	20,9
Otros	0,7	0,5	0	0	0	2,3	0

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

Respecto a la procedencia de los turistas, aproximadamente el 56,7% de los encuestados en 2011 son residentes en España, distribución más equitativa que la de la encuesta realizada en el año anterior, cuando más del 90,0% de los turistas eran residentes en España. Estos resultados de 2011, con una predominancia del turista nacional, no se ven contrastados, en parte, con la información que se extrae de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE), si bien las diferencias en la distribución por procedencia de la encuesta podrían explicarse en cierto modo porque la información del INE únicamente analiza la demanda hotelera, quedando fuera del estudio la actividad extrahotelera.

En lo que se refiere a la nacionalidad de los residentes en el extranjero que pernoctan en la provincia de Sevilla (sin la capital), se observa un mayor peso de franceses, italianos, ingleses, alemanes y holandeses, lo que difiere en parte de los resultados obtenidos en 2010, cuando las principales nacionalidades eran la portuguesa, la francesa y la belga. Evidentemente, el análisis de la demanda nacional en función del origen de los turistas es bastante más significativo, ya que representa la mayor parte de las entrevistas realizadas. Así, en 2011 la propia provincia de Sevilla concentra el 52,3% de los turistas nacionales, con un 24,4% de turistas del resto de provincias andaluzas, siendo las siguientes regiones más representativas Madrid y Cataluña, con un 7,6% y 5,1% de los turistas nacionales, respectivamente.

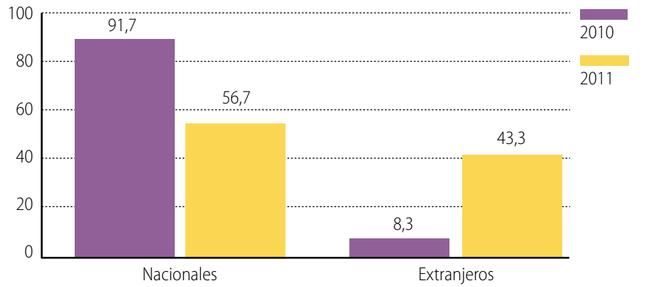
CUADRO 3.1.2 PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS A LA PROVINCIA (SIN LA CAPITAL) (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL DE LA MUESTRA)

País	2010	2011	Comunidades Autónomas	2010	2011
España	90,1	56,7	Provincia Sevilla	18,9	52,3
Francia	1,5	6,3	Resto Andalucía	30,2	24,4
Italia	0,3	6,2	Madrid	12,2	7,6
Reino Unido	0,7	4,8	Cataluña	8,7	5,1
Alemania	0,6	4,5	C. Valenciana	5,9	2,8
Holanda	0,6	4,1	Extremadura	4	1,8
Japón	--	2,5	Castilla -León	4	1,2
Portugal	2,9	2,4	Murcia	2,6	1,2
EE UU	0,1	2,2	Castilla La Mancha	4,4	1
Bélgica	0,8	1,2	Canarias	0,3	0,8
Dinamarca	0,1	1,1	País Vasco	1,9	0,5
Suecia	--	0,6	Galicia	1,8	0,3
Noruega	0,1	0,3	Navarra	0,6	0,2
Argentina	0,2	0,1	Ceuta y Melilla	0,3	0,2
Resto del Mundo	2	7	Aragón	1,4	0,2
			Baleares	0,6	0,2
			Cantabria	0,6	0,2
			Asturias	1,4	0,1
			La Rioja	--	0,1

Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre.

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.1.5 PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL DE CADA GRUPO)



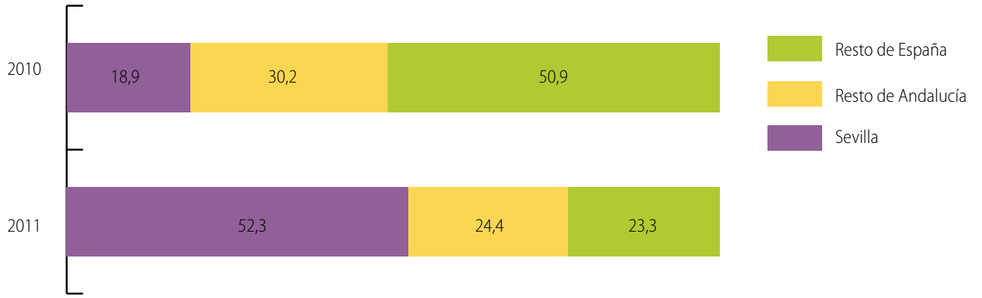
Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre del año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

CUADRO 3.1.3 PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS A LA PROVINCIA DE SEVILLA (SIN LA CAPITAL) POR COMARCAS EN 2011 (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)

	Españoles	Extranjeros
Total	56,7	43,3
Aljarafe	48,2	51,8
Guadalquivir-Doñana	37,9	62,1
La Campiña	49,1	50,9
La Vía de la Plata	94,8	5,2
Sierra Norte	94,8	5,2
Sierra Sur	68,3	31,7

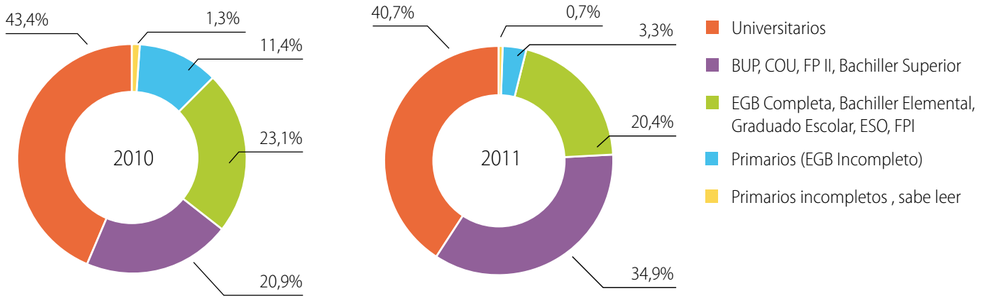
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.1.6 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES SEGÚN SU ORIGEN (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre del año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.1.7 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS POR NIVEL DE FORMACIÓN (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre del año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

Otro aspecto interesante en el estudio del perfil del turista se relaciona con la formación, ocupación y nivel de renta de los encuestados. En este sentido, en 2011 el 40,7% de los turistas tienen un nivel de formación alto, al contar con estudios universitarios, siendo este porcentaje inferior al de 2010, cuando representaban el 43,4% de los encuestados. La participación de turistas con estudios de bachiller superior o similar, sin embargo, ha aumentado, concentrando más de un tercio del total, mientras que los turistas con estudios de bachillerato o secundaria concentran alrededor de una quinta parte del total en 2011. La desagregación por comarcas evidencia una mayor formación en La Campiña, donde aproximadamente la mitad de los turistas tiene estudios universitarios, siendo el porcentaje en La Vía de la Plata del 20,1%.

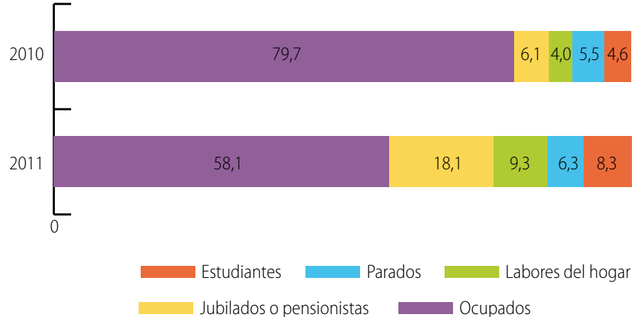
En función de la ocupación de los turistas, el 58,1% de los encuestados se encuentran trabajando, bien por cuenta propia o ajena, siendo el siguiente grupo en importancia el de jubilados o pensionistas (18,1%). Aún así, se ha observado una disminución del peso de los ocupados en el total de entrevistas realizadas respecto a 2010, cuando cerca del 80% de los turistas se encontraban ocupados. Consecuentemente, ha aumentado la representatividad de los parados, así como de personas que se dedican a labores del hogar, jubilados o pensionistas y estudiantes.

CUADRO 3.1.4 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR FORMACIÓN Y COMARCAS EN 2011 (PORCENTAJES)

	Total	Aljarafe	Guadalquivir-Doñana	La Campiña	La Vía de la Plata	Sierra Norte	Sierra Sur
Primarios incompletos , sabe leer	0,7	1,9	3,4	4	4,5	6	7,4
Primarios (EGB Incompleto)	3,2	3,7	5,1	5	10,1	11,3	10,6
EGB Completa, Bachiller Elemental, Graduado Escolar, ESO, FPI	20,3	27	22,5	20,6	43,0	31,7	36,4
BUP, COU, FP II, Bachiller Superior	34,9	24,5	26,5	20,5	22,3	23,9	20,3
Universitarios	40,6	42,9	42,5	49,9	20,1	27,1	25,3

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.1.8 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR OCUPACIÓN (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre del año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

Atendiendo a la profesión de los turistas, en 2011 la mayor parte de ellos se dedica a los servicios (restauración, comercio, protección, personales, etc.), con alrededor de un 30,0% del total, siendo la siguiente profesión más numerosa entre los entrevistados la que corresponde a directores de empresa o de la Administración Pública (16,9%), seguida de otros empleados administrativos (13,4%) y técnicos y profesionales científicos e intelectuales (12,9%).

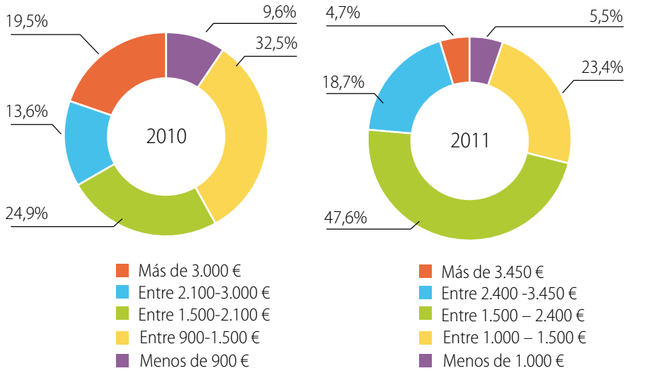
En lo que respecta al poder adquisitivo de los turistas, se evidencia un nivel más elevado en los turistas de la muestra de 2011 respecto a 2010, y aunque la distribución de la renta es distinta para cada uno de los periodos, se observa como en 2011 el porcentaje de turistas con una renta por encima de los 1.500 euros supera el 70,0%, frente al 58% registrado en 2010. Por comarcas, se observa un mayor nivel de renta de los turistas que visitan las comarcas de La Campiña y Aljarafe.

CUADRO 3.1.5 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR OCUPACIÓN Y COMARCAS EN 2011 (PORCENTAJES)

	Total	Aljarafe	Guadalquivir-Doñana	La Campiña	La Vía de la Plata	Sierra Norte	Sierra Sur
Ocupados	58,1	53,1	69,3	58,6	53,8	59,3	41,8
Jubilados o pensionistas	18,1	8,1	5,3	10,5	10,4	10,4	14,4
Labores del hogar	9,3	16,6	8,2	11,4	19,1	16,8	12,5
Parados	6,3	13,4	15,1	17,1	13,3	10,1	24
Estudiantes	8,3	8,9	2	2,4	3,5	3,4	7,2

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.1.9 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR NIVEL DE RENTA EN EUROS (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos se refieren al segundo semestre de cada año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

CUADRO 3.1.6 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS POR RENTA Y COMARCAS EN 2011 (PORCENTAJES)

		Total	Aljarafe	Guadalquivir-Doñana	La Campiña	La Vía de la Plata	Sierra Norte	Sierra Sur
Segundo semestre 2011	Menos de 1.000 €	5,5	4,8	6,4	6,4	7,1	3,6	4,9
	Entre 1.000 – 1.500 €	23,4	17,3	26,6	14,7	33,3	28,6	28
	Entre 1.500 – 2.400 €	47,6	45,8	47,7	44	46,4	57,1	47,6
	Entre 2.400 – 3.450 €	18,7	21,4	19,3	29,4	13,1	8,3	14,6
	Más de 3.450 €	4,7	10,7	0	5,5	0	2,4	4,9
Primer semestre 2011	Menos de 900 €	5,3	3,4	4,7	4,6	3,6	9,2	12
	Entre 900-1.500 €	17,5	16,5	14	11,9	3,6	48,1	14,7
	Entre 1.500-2.100 €	19,2	16,5	18,7	22,8	17,9	22,1	10,7
	Entre 2.100-3.000 €	17,8	15	20,9	20,4	25	13	6,7
	Más de 3.000 €	40,2	48,5	41,8	40,4	50	7,6	56

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

3.2 La demanda turística en la provincia sin la capital: motivaciones y percepciones

Entre los aspectos claves a la hora de realizar una investigación sobre la demanda, se encuentran aquellos que tienen que ver con las motivaciones y percepciones de los turistas para elegir una zona como destino de su viaje. De igual modo, conviene precisar que la encuesta realizada durante 2011 difiere en parte de la realizada en 2010, por lo que los resultados no son del todo comparables en algunos aspectos.

Los turistas tienen como principal motivo de elección de la provincia de Sevilla (sin la capital) como destino turístico "las visitas a familiares y amigos", elegida como primera opción por casi un tercio del total. Tras ésta, destacan la asistencia a "fiestas populares" (11,5%) y las "visitas a los monumentos" (10,6%). Como segunda opción más elegida destacan, junto con "las visitas a familiares y amigos" y la asistencia a "fiestas populares", "la gastronomía" junto con "la hospitalidad" y el "clima", que son también a su vez, los motivos más elegidos como tercera opción.

CUADRO 3.2.1 MOTIVOS DEL VIAJE POR COMARCAS, TURISTAS EN EL SEGUNDO SEMESTRE 2011 (PORCENTAJES)

	Total	Aljarafe	Guadalquivir-Doñana	La Campiña	La Vía de la Plata	Sierra Norte	Sierra Sur
1. Precios	4,4	5,7	0	4,7	10,9	0,8	4
2. Clima	6,6	10,2	7,4	8	2,9	6,7	0
3. Visitas a monumentos	10,6	16,8	2,8	25	3,6	1,7	0,8
4. Visitas a museos	1,5	0,8	0	3,3	2,2	0	2,4
5. Fiestas populares	11,5	5,7	34,1	10,4	0	6,7	10,4
6. Folclore/Flamenco	1	0	1,1	0,9	1,5	3,4	0
7. Visitas a parques naturales	2,9	0	1,1	0,5	13,9	5	0,8
8. Disfrutar del paisaje y naturaleza	9	0,4	0	1,9	19,7	29,4	19,2
9. Observación de aves	0,3	0	0	0	0	0	2,4
10. Visitas a familiares y amigos	33,2	32,8	40,9	27,8	23,4	29,4	46,4
11. Gastronomía	3,3	2,5	0,6	5,7	0,7	8,4	2,4
12. Hospitalidad	2,1	0,8	2,3	4,2	1,5	1,7	1,6
13. Excursiones	7	10,7	4,5	1,9	13,9	4,2	7,2
14. Deportes	3,7	9,4	3,4	0	3,6	0	2,4
15. Sin motivo	3,1	4,1	1,7	5,7	2,2	2,5	0

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

El desglose comarcal, evidencia que "el clima" es una motivación con mayor peso entre los turistas que visitan la comarca de Aljarafe, mientras que las "visitas a monumentos" es una motivación más representativa en La Campiña. En lo que se refiere a "visitas a parques naturales", ésta tiene un mayor peso en la elección de los turistas de La Vía de la Plata, siendo una motivación muy significativa para los turistas que visitan la Sierra Norte el "disfrutar del paisaje y la naturaleza".

CUADRO 3.2.2 PRINCIPALES MOTIVOS DEL VIAJE, TURISTAS EN EL SEGUNDO SEMESTRE 2011 (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL DE CADA OPCIÓN)

	Opción 1	Opción 2	Opción 3
1. Precios	4,4	1,8	2,2
2. Clima	6,6	8,2	11,8
3. Visitas a monumentos	10,6	8,2	6,3
4. Visitas a museos	1,5	5,1	2,8
5. Fiestas populares	11,5	14,6	5,5
6. Folclore/Flamenco	1	1,6	2,2
7. Visitas a parques naturales	2,9	2,4	0,6
8. Disfrutar del paisaje y naturaleza	9	9,4	5,5
9. Observación de aves	0,3	0,6	1,7
10. Visitas a familiares y amigos	33,2	16	6,6
11. Gastronomía	3,3	11,5	24,2
12. Hospitalidad	2,1	8,7	21,2
13. Excursiones	7	7,6	6,3
14. Deportes	3,7	2,4	1,7
15. Sin motivo	3,1	1,8	1,4

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

CUADRO 3.2.3 MOTIVOS DEL VIAJE POR COMARCAS, TURISTAS EN EL PRIMER SEMESTRE 2011 (PORCENTAJES)

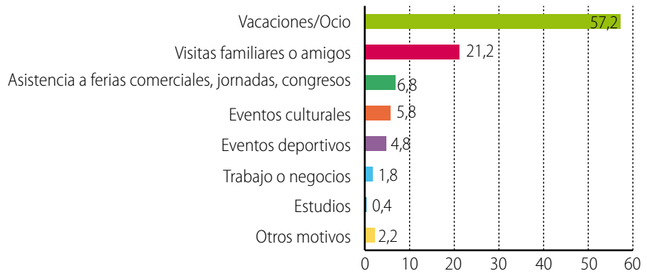
	Total	Aljarafe	Guadalquivir-Doñana	La Campiña	La Vía de la Plata	Sierra Norte	Sierra Sur
1. Asistir a fiestas	2,6	5	4,5	4,8	0	3,4	4,5
2. Conocer un lugar diferente	18,8	4,6	4,3	4,3	12,8	16,9	6,4
3. Descansar y relajarse	19,8	4,5	4,4	4,2	14,9	13,8	19,2
4. Buscar diversión y placer	9,5	4,3	4,3	4,4	27,7	8	7,7
5. Visitar amigos y parientes	6,6	4,7	4,5	4,6	23,4	6,5	9
6. Disfrutar de la gastronomía local	3,7	4,5	4,4	3,9	0	6,3	7,7
7. Enriquecimiento cultural	20,6	4,8	4,4	4,4	2,1	4,1	25,6
8. Visitas culturales	5,5	4,7	4,1	4,4	2,1	8	2,6
9. Asistencia a espectáculos	1,7	4,7	4,1	4,3	0	0	0
10. Vacaciones familiares	1,1	4,8	3	4,9	0	0	7,1
11. Negocio	0,2	5	4,5	5	0	0	0
12. Asistencia a congresos, reuniones	0	--	--	--	0	0	0
13. Asistencia a actos sociales y/o deportivos	0,2	--	4	--	0	0,5	0
14. Por motivos de salud	0,6	--	--	4	14,9	1,2	0,6
15. Practicar deportes	1,7	--	2	5	2,1	8,7	0
16. Visita a parques naturales	4,3	4,2	4,5	4,4	0	11,6	0,6
17. Observación de la naturaleza	2,3	4,8	--	--	0	10,6	3,8
18. Otros	0,6	4,8	--	5	0	0,5	5,1

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

Realizando una análisis más genérico de cuáles son las principales motivaciones de los turistas para elegir la provincia de Sevilla, excluyendo su capital, como destino turístico, se observa como el 57,2 de los entrevistados realiza su viaje por motivos "vacacionales o de ocio". Junto a ésta, destaca como motivación principal para más de una quinta parte de los encuestados, como ya se ha comentado, "las visitas a familiares y amigos", seguida por "asistencia a ferias comerciales, jornadas y congresos" (6,8%) y "eventos culturales" (5,8%).

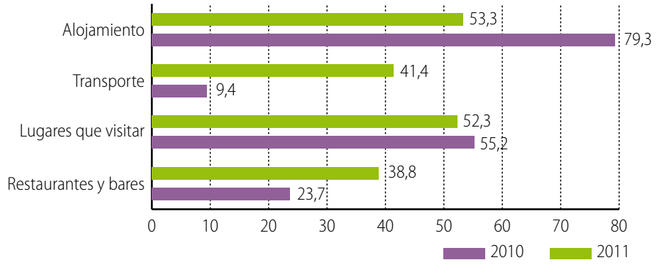
A la hora de analizar como fue la elección del destino, alrededor de un tercio de los turistas lo hizo por recomendación de amigos y familiares, siendo la otra opción mayoritaria la experiencia propia, secundada por una cuarta parte de los encuestados, mientras la elección a través de Internet ha sido elegida por un 12,4% de los turistas y los folletos turísticos por un 7,9%. Más de dos tercios de los encuestados utilizan Internet para realizar consultas acerca de alojamiento, transporte, y lugares que visitar. En cuanto a las reservas por Internet, más de una quinta parte de los turistas realizan éstas para alojamiento, si bien en lo que se refiere a las compras, únicamente son realizadas por un 10,2% de los turistas.

GRÁFICO 3.2.1 MOTIVACIONES DEL VIAJE MÁS FRECUENTES, TURISTAS EN 2011 (PORCENTAJES)



Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.2.2 CONSULTAS POR INTERNET ASOCIADAS AL VIAJE REALIZADAS POR LOS TURISTAS (PORCENTAJES)



Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre del año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

CUADRO 3.2.4 UTILIZACIÓN DE INTERNET PARA LA REALIZACIÓN DEL VIAJE POR PARTE DE LOS TURISTAS, 2011
(PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL DE TURISTAS QUE UTILIZA INTERNET)

	Consulta	Reserva	Compra
Sólo transporte	41,4	12,3	9,2
Sólo alojamiento	53,3	26,2	10,2
Transporte y alojamiento conjunto	24,8	11,9	7,6
Restaurantes, bares, etc.	38,8	5,8	1,1
Lugares que visitar	52,3	11,8	1,7

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

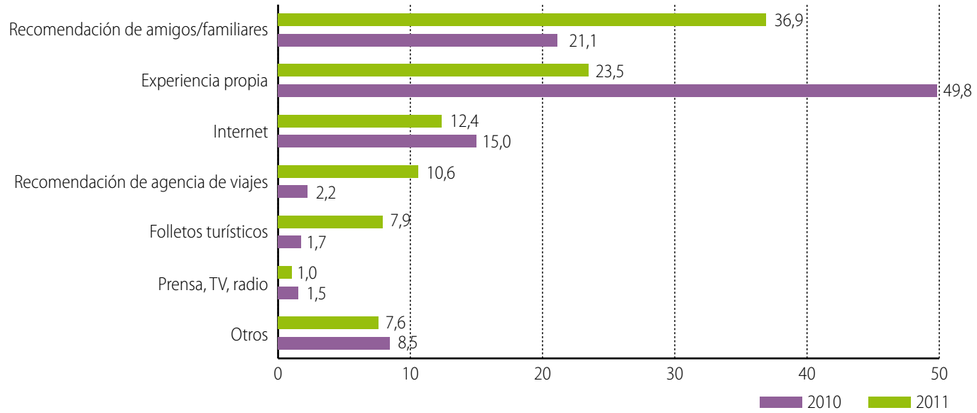
Tras la elección del destino por parte de los turistas, el siguiente paso consiste en formalizar la reserva y realizar la compra efectiva, existiendo múltiples vías para hacerlo. Destaca en 2011 la propia iniciativa de los turistas a la hora de programar su viaje, ya que el 77,1% de los mismos organizó su viaje "de forma particular". El resto de turistas, prefirió que lo organizara otra entidad, repartiéndose entre los que los que adquirieron un "paquete turístico o viaje combinado" (19,7%) y los que contrataron un "club u otra entidad" para que realizaran la gestión (3,3%).

CUADRO 3.2.5 CÓMO CONOCIÓ ESTE DESTINO TURÍSTICO, TURISTAS EN 2011

	Porcentajes
1. Recomendación de agencia de viajes	3,7
2. Recomendación de amigos/familiares	40,2
3. Experiencia propia	34,7
4. Folletos turísticos	8,8
5. Anuncios en prensa	0,3
6. Anuncios en radio	0,3
7. Anuncios en TV	0,2
8. Internet	3,6
9. Otros	8,1

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

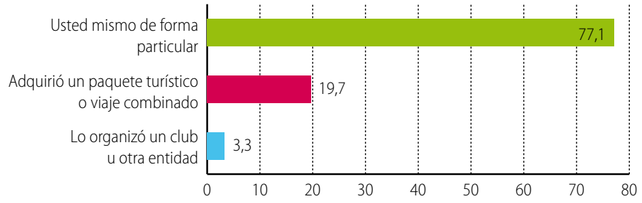
GRÁFICO 3.2.3 ELECCIÓN DEL DESTINO POR PARTE DE LOS TURISTAS (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre del año.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

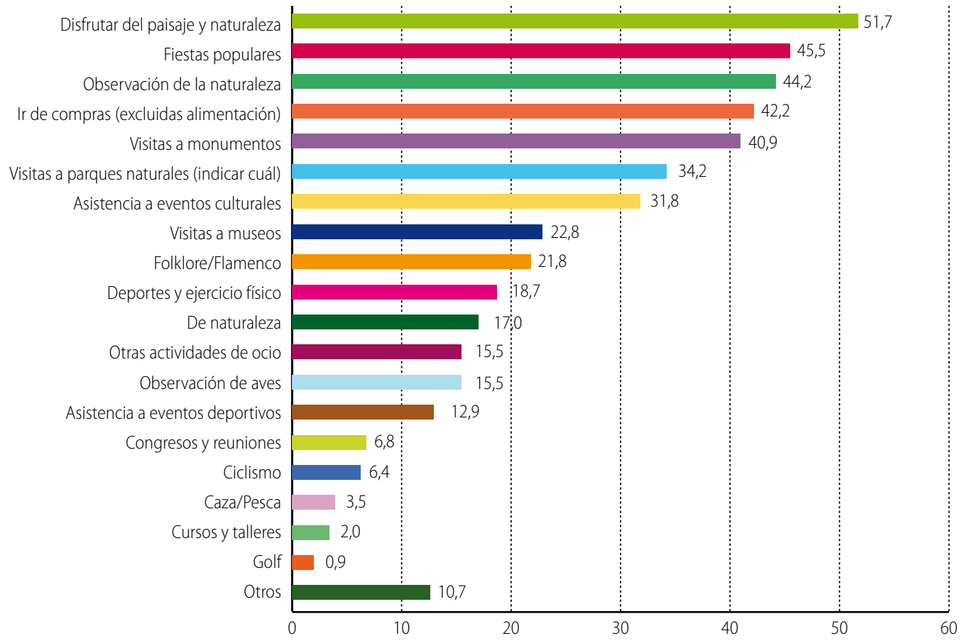
Una vez analizado el comportamiento de los turistas previo a la realización del viaje conviene centrar el análisis en lo que sucede durante el mismo. En consonancia con las principales motivaciones para la realización del viaje se encuentran las actividades realizadas por los turistas, siendo la principal "disfrutar del paisaje y la naturaleza", con más de la mitad de los turistas realizando esta actividad en la provincia de Sevilla en 2011. Tras ésta, las siguientes actividades más realizadas por los visitantes han sido asistir a "fiestas populares", "la observación de la naturaleza", el "ir de compras (excluida alimentación)" y "las visitas a monumentos".

GRÁFICO 3.2.4 COMO ORGANIZÓ SU VIAJE, TURISTAS EN 2011
(PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.2.5 ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS TURISTAS EN SEGUNDO SEMESTRE 2011
(PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL, RESPUESTA MÚLTIPLE)



Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

De igual modo interesante, resulta valorar la puntuación que los turistas realizan sobre las actividades que realizan, siendo "la observación de la naturaleza" la actividad mejor valorada por los turistas, con una puntuación entre 1 y 10 de 8,56. En segundo lugar, se encuentra "el ciclismo", con una puntuación de 8,54, así como "la asistencia a eventos culturales" (8,51) y una de las actividades más realizada por los turistas, como es la de "visitas a monumentos", con un 8,49. De entre el resto de actividades, las menos valoradas serían el "ir de compras", con una puntuación de 7,06, estando por debajo de 8 la puntuación obtenida por otras actividades como son "la caza y la pesca", "la observación de aves" y "los deportes y ejercicio físico".

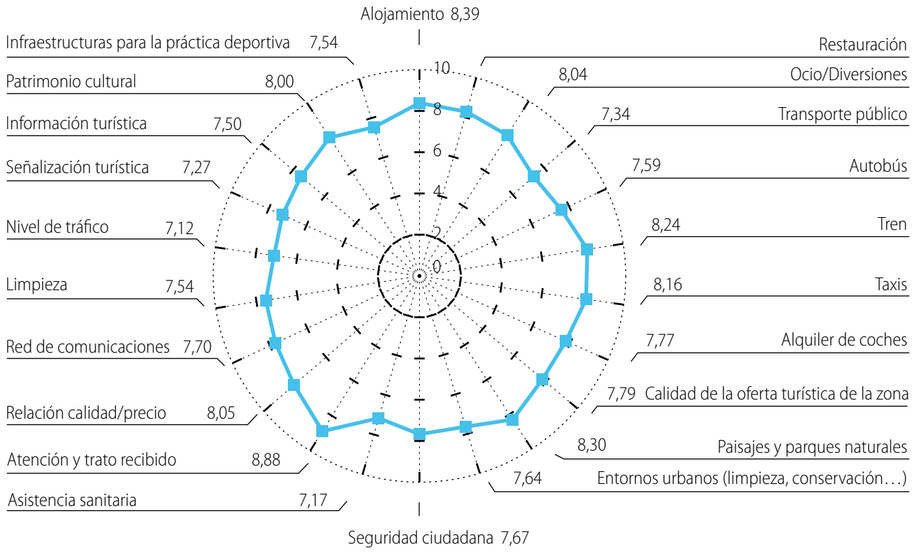
CUADRO 3.2.6 ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS TURISTAS DURANTE SU ESTANCIA Y VALORACIÓN DE LAS MISMAS: INTENSIDAD, SEGUNDO SEMESTRE DE 2011

	Valoración de 1 a 10	Actividades más frecuentes (porcentajes)
Observación de la naturaleza	8,56	44,2
Ciclismo	8,54	6,4
Asistencia a eventos culturales	8,51	31,8
Visitas a monumentos	8,49	40,9
Disfrutar del paisaje y naturaleza	8,45	51,7
Fiestas populares	8,43	45,5
Visitas a museos	8,43	22,8
Folklore/Flamenco	8,43	21,8
Visitas a parques naturales	8,39	34,2
Asistencia a eventos deportivos	8,31	12,9
De naturaleza	8,27	17
Congresos y reuniones	8,27	6,8
Golf	8,22	0,9
Cursos y talleres	8,1	2
Deportes y ejercicio físico	7,9	18,7
Observación de aves	7,9	15,5
Caza/Pesca	7,81	3,5
Ir de compras (excluidas alimentación)	7,06	42,2
Otras actividades de ocio	8,56	15,5
Otros	8,42	10,7

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

En lo que respecta a la valoración de los elementos del viaje, la "atención y el trato recibido" obtiene la mayor puntuación de los turistas que acudieron a la provincia de Sevilla, excluyendo la capital, en 2011, con una puntuación entre 1 y 10 de 8,44. El "alojamiento" es el siguiente elemento más valorado, con una puntuación media de 8,32, seguido por "restauración", "relación calidad/precio" y "red de comunicaciones". El resto de elementos valorados también han obtenido una puntuación elevada, aunque entre los menos destacados podríamos citar el "nivel de tráfico", que obtiene la menor puntuación de los elementos analizados, aunque con un 7,20. Junto a ésta, la "limpieza" y la "seguridad ciudadana" obtienen una puntuación de 7,46 y 7,67, respectivamente, aunque todos ellos elementos valorados con más de 7. Estos resultados son muy similares a los obtenidos en la encuesta de 2010, aunque en aquella ocasión los principales elementos del viaje recibieron una puntuación mayor, si bien, el sesgo de corresponder sólo a los resultados del segundo semestre puede incidir en estas pequeñas diferencias.

GRÁFICO 3.2.6 VALORACIÓN DE ELEMENTOS DEL VIAJE, TURISTAS EN SEGUNDO SEMESTRE 2011 (ESCALA DE VALORACIÓN DE 1 A 10)



Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

La valoración de los aspectos del viaje por comarcas refleja que la "atención y el trato recibido" es la que ha recibido la mayor puntuación de forma generalizada, con la excepción de Guadalquivir-Doñana y La Campiña, donde tiene una mayor valoración el "alojamiento". De igual modo, el "nivel de tráfico" es una de las menos valoradas en todas las comarcas, y con una puntuación inferior a 7 en el caso de Aljarafe y Guadalquivir-Doñana.

CUADRO 3.2.7 VALORACIÓN DE LOS ASPECTOS DEL VIAJE POR PARTE DE LOS TURISTAS (DE 1 A 10)

	2010	2011
Atención y trato recibido	8,95	8,44
Alojamiento	8,77	8,32
Restauración	8,65	8,26
Relación calidad precio	8,3	8,06
Red de comunicaciones	8,21	7,93
Información y señalización	8,27	7,6
Seguridad ciudadana	8,08	7,67
Limpieza	7,89	7,46
Nivel de tráfico	7,59	7,2

Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

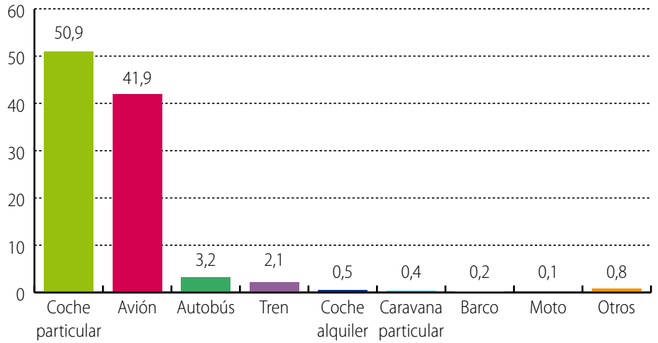
En lo que respecta a la forma empleada por los turistas para llegar a la provincia, más de la mitad del total utiliza como medio de transporte el coche particular, siendo esta participación inferior a la observada en 2010 (85,4%). El resto de medios de transporte más utilizados por parte de los turistas para llegar a la provincia serían el avión, que es utilizado por más del 40%, así como el autobús y el tren, aunque con una participación inferior.

CUADRO 3.2.8 VALORACIÓN DE LOS ASPECTOS DEL VIAJE POR PARTE DE LOS TURISTAS, 2011 (DE 1 A 10)

	Total	Aljarafe	Guadalquivir-Doñana	La Campiña	La Vía de la Plata	Sierra Norte	Sierra Sur
Atención y trato recibido	8,44	8,54	7,66	8,63	8,6	8,88	8,86
Alojamiento	8,32	8,17	8,12	8,68	7,73	8,68	8,52
Restauración	8,26	8,13	8,07	8,49	7,85	8,61	8,41
Relación calidad precio	8,06	8,07	7,68	8,4	7,93	8,39	8,27
Red de comunicaciones	7,93	8,04	7,77	8,05	7,62	8,11	7,93
Información y señalización	7,6	7,72	7,13	8,02	6,65	8,1	7,52
Seguridad ciudadana	7,67	7,68	7,03	7,92	7,85	8,36	7,91
Limpieza	7,46	7,43	7,1	7,49	7,62	8,31	7,81
Nivel de tráfico	7,2	6,96	6,98	7,27	7,53	7,95	7,36

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.2.7 MEDIOS DE TRANSPORTE MÁS USADOS POR LOS TURISTAS PARA LLEGAR A LA PROVINCIA DE SEVILLA EN 2011 (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)



Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

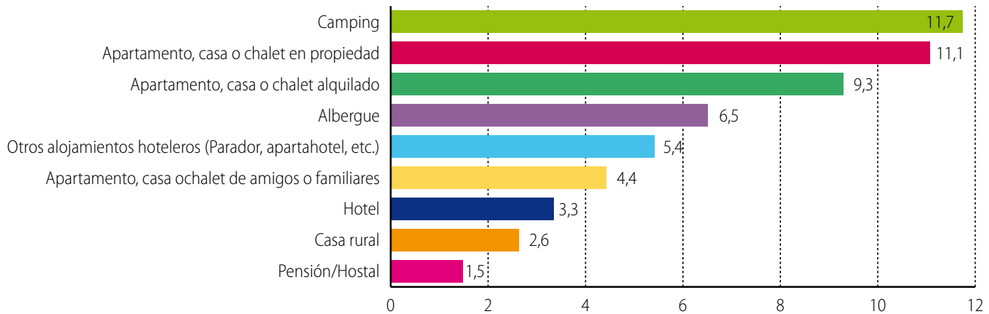
CUADRO 3.2.9 MEDIOS DE TRANSPORTE MÁS USADOS PARA LLEGAR A LA PROVINCIA POR PARTE DE LOS TURISTAS (PORCENTAJES)

	2010	2011
Coche particular	85,4	50,9
Avión	8,3	41,9
Autobús	2	3,2
Tren	2,4	2,1
Coche alquiler	0,8	0,5
Barco	0,5	0,2
Moto	0,3	0,1

Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre.

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.2.8 ESTANCIA MEDIA POR TIPO DE ALOJAMIENTO, TURISTAS EN 2011 (DÍAS)



Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

Como no podía ser de otro modo, el alojamiento tiene un especial interés en este estudio, observándose importantes diferencias en la estancia media atendiendo al tipo de alojamiento seleccionado. Los hoteles son la principal opción de los turistas que visitan la provincia de Sevilla sin incluir su capital, aunque su estancia media, 3,3 días, es inferior a la de otras tipologías de alojamiento, si bien es cierto que mayor a la estancia media en establecimientos hoteleros de la provincia de Sevilla, según la información que se extrae de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE. El camping es el alojamiento que presenta una mayor estancia media en 2011, concretamente de 11,7 días, seguida por apartamentos, casas y chalets, ya sean en propiedad o alquilados.

El siguiente tipo de alojamiento con mayor estancia media sería el albergue, con 6,5 días, teniendo una estancia de 5,4 días los turistas alojados en otros alojamientos hoteleros (apart-hoteles, etc.). Junto a este tipo de alojamiento, destacan los apartamentos, casas o chalets de amigos o familiares, que concentra en 2011 alrededor de la cuarta parte de los turistas que visitan la provincia, con una estancia media de los mismos de 4,4 días. Otros alojamientos hoteleros como casas rurales tienen una estancia media de 2,6 días, mientras que la media en pensiones y hostales es de 1,5 días.

Por lo tanto, estos resultados presentan significativas diferencias con los obtenidos durante 2010, cuando los apartamentos, casas y chalets en propiedad eran los alojamientos con una mayor estancia media, concretamente de 7,7 días. Tras estos, los apartamentos, casas y chalets alquilados serían los que cuentan con una mayor estancia media, concretamente de 6,2 días, mientras que en aquellos de amigos o familiares la estancia media sería de 4,6 días. De igual modo, la estancia media en pensiones y hostales también fue mayor en 2010, si bien la de camping fue significativamente inferior, y se situó en 4,3 días.

CUADRO 3.2.10 ESTANCIA MEDIA POR TIPO DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS (DÍAS)

	2010	2011
Camping	4,3	11,7
Apartamento, casa o chalet en propiedad	7,7	11,1
Apartamento, casa o chalet alquilado	6,2	9,3
Albergue	2,7	6,5
Otros alojamientos hoteleros (parador, aparta-hotel, etc.)	5	5,4
Apartamento, casa o chalet de amigos o familiares	4,6	4,4
Hotel	3	3,3
Casa rural	2,5	2,6
Pensión/Hostal	4,3	1,5

Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre.

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

La distribución por comarcas muestra una mayor estancia media en Aljarafe y Guadalquivir-Doñana, fundamentalmente en apartamentos, casas y chalets, en propiedad en el primero de las comarcas, y alquilados en el caso de la segunda. En lo que respecta al camping, se observa una mayor estancia media en La Vía de la Plata, mientras que los turistas alojados en hoteles pasan un mayor número de días de estancia en la comarca de Aljarafe.

CUADRO 3.2.11 ESTANCIA MEDIA POR TIPO DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS POR COMARCAS, 2011 (DÍAS)

	Total	Aljarafe	Guadalquivir-Doñana	La Campiña	La Vía de la Plata	Sierra Norte	Sierra Sur
Camping	11,7	3	4,3	11,2	17,5	1,8	--
Apartamento, casa o chalet en propiedad	11,1	26,4	10,5	0,5	4	4,9	14,1
Apartamento, casa o chalet alquilado	9,3	3,3	30,5	15	3,3	12,7	3,4
Albergue	6,5	3	3	11,2	--	5,5	--
Otros alojamientos hoteleros (parador, aparta-hotel, etc.)	5,4	32,4	1	0,1	3,5	3	3,5
Apartamento, casa o chalet de amigos o familiares	4,4	6,2	3,6	0,7	2,7	3,3	3
Hotel	3,3	3,9	3,2	1,9	2,8	3	3
Casa rural	2,6	2	2	0,3	1,3	1,9	3,9
Pensión/Hostal	1,5	5,1	2,1	2	1,3	1,8	2,4

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

Un aspecto interesante dentro del estudio del alojamiento de los turistas en la provincia de Sevilla (excluyendo la capital) consiste en analizar esta distribución en función de la procedencia de los turistas. De este modo, se observa como cerca de la mitad de los encuestados que residen en la propia provincia de Sevilla se alojan en apartamentos, casas o chalets de amigos o familiares, siendo los siguientes grupos más significativos el de casas rurales y el de turistas que se alojan en apartamentos, casas o chalets en propiedad. Del mismo modo, destaca entre residentes en la provincia de Sevilla el alojamiento en hoteles, concentrando el 11,2% del total.

Respecto a los turistas residentes en el resto de España, es menos significativo el porcentaje de alojamiento en apartamentos, casas o chalets de amigos o familiares, si bien también es uno de los más utilizados con un 24,8% de los encuestados, únicamente superado por el alojamiento en hoteles, que representa el 46,9% del total. Tras éstos, destacan otros alojamientos hoteleros como aparta-hoteles, así como las pensiones u hostales, con porcentajes del 9,6 y 6,9%, respectivamente.

CUADRO 3.2.12 DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS POR PROCEDENCIA, 2011 (PORCENTAJES)

Total		Provincia de Sevilla		Resto de España		Extranjeros	
Hotel	49,4	Apartamento, casa o chalet de amigos o familiares	48,9	Hotel	46,9	Hotel	76,6
Apartamento, casa o chalet de amigos o familiares	25	Casa rural	14,1	Apartamento, casa o chalet de amigos o familiares	24,8	Apartamento, casa o chalet de amigos o familiares	9,2
Apartamento, casa o chalet en propiedad	5,5	Apartamento, casa o chalet en propiedad	11,8	Otros alojamientos hoteleros (aparta-hotel, etc.)	9,6	Otros alojamientos hoteleros (aparta-hotel, etc.)	4,8
Casa rural	5,3	Hotel	11,2	Pensión/Hostal	6,9	Pensión/Hostal	3,7
Otros alojamientos hoteleros (aparta-hotel, etc.)	5,1	Camping	5,8	Apartamento, casa o chalet en propiedad	6,6	Camping	2,1
Pensión/Hostal	4,4	Pensión/Hostal	3,3	Casa rural	3,7	Albergue	2,1
Camping	2,9	Apartamento, casa o chalet alquilado	3,3	Camping	0,8	Apartamento, casa o chalet en propiedad	0,6
Apartamento, casa o chalet alquilado	1,4	Otros alojamientos hoteleros (aparta-hotel, etc.)	1,5	Apartamento, casa o chalet alquilado	0,7	Apartamento, casa o chalet alquilado	0,5
Albergue	1	Albergue	0,1	Albergue	--	Casa rural	0,4

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

Como complemento al análisis del alojamiento por procedencia puede analizarse la distribución entre turistas que visitan la provincia y residen en el extranjero. En este caso, más de tres cuartas partes de los turistas se alojan en hoteles, siendo apartamentos, casas y chalets los siguientes tipos de alojamiento más utilizados por los turistas extranjeros alojados en la provincia de Sevilla (excluyendo la capital). Con una participación inferior, se encuentran los turistas extranjeros alojados en aparta-hoteles, pensiones y hostales, concentrando entre éstos el 8,5% del total.

Otro aspecto muy interesante en el estudio de la demanda, consiste en analizar la valoración de la oferta turística por parte de los turistas que ya eligieron anteriormente como destino la provincia de Sevilla, pudiendo así apreciarse que aspectos han mejorado o empeorado con respecto a su anterior visita. Como sucediera en el año anterior, en 2011 destaca el "trato recibido", que mejora para un 25,6% de los turistas encuestados, así como la "calidad en el servicio de restauración", y los "precios", con una mejora para el 20,0 y 17,0% de los turistas, respectivamente.

De igual modo, los aspectos que han mejorado para un mayor número de entrevistados han sido la "calidad del alojamiento", las "actividades de ocio", la "limpieza y el medio ambiente", la "red de comunicaciones" y "la seguridad ciudadana". En el extremo opuesto, las actividades que más han empeorado con respecto a la anterior visita de los entrevistados son, al mismo tiempo, la "seguridad ciudadana", que ha empeorado para el 11,6% de la muestra, haciéndolo para un 8,2% de los encuestados los "precios", si bien ambos aspectos se mantienen en torno a los mismos niveles que en la anterior visita para más de la mitad de los turistas encuestados, alcanzando en el caso de los "precios" el 65,3% del total.

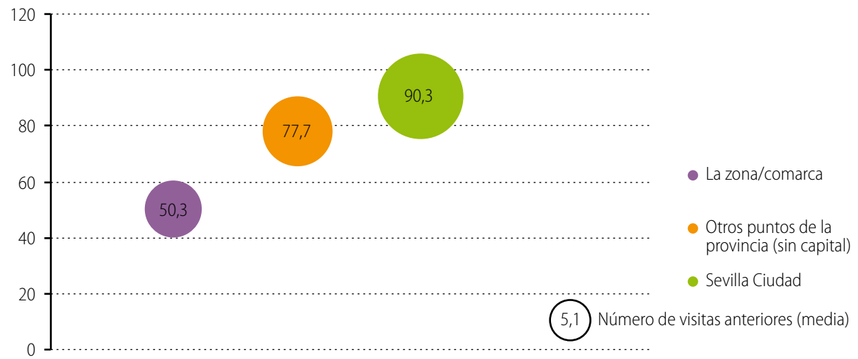
En lo que respecta a la fidelidad del destino, se observa como en 2011 alrededor de la mitad de los turistas encuestados asegura haber visitado la zona o comarca en el último año, representando los turistas que han realizado anteriormente visitas a otros puntos de la provincia de Sevilla (sin la capital) algo más de tres cuartas partes del total. De este modo, el turista ha realizado una media de 5,1 visitas anteriores a alguna de las comarcas de la provincia de Sevilla (excluyendo la capital), siendo mayor la fidelidad en el caso de La Vía de la Plata (8,4 visitas anteriores).

CUADRO 3.2.13 ASPECTOS QUE MEJORAN O EMPEORAN CON RESPECTO A SU ÚLTIMA VISITA, TURISTAS EN 2011 (PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)

	Mejora	Empeora	Se mantiene
Trato recibido	25,6	1,1	60,3
Calidad serv. Restauración	20	1,3	67,6
Precios	17	8,2	65,3
Calidad alojamiento	15	0,9	38,6
Actividades de Ocio	14,1	3	57,8
Limpieza y medioambiente	13,6	5,7	65,8
Red de comunicaciones	13,2	1,3	51,3
Seguridad ciudadana	12,9	11,6	56,9
Transporte público	8,2	1,4	29,7
Monumentos y oferta cultural	7,9	1,6	57,1
Conservación de los parques naturales	7,7	1,8	46,2
Conservación del paisaje, flora y fauna	7,7	2	41

Nota: Los datos se refieren al segundo semestre.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

GRÁFICO 3.2.9 FIDELIDAD DEL DESTINO, TURISTAS EN 2011 (VISITAS ANTERIORES Y PORCENTAJE DE LOS QUE REPITEN SOBRE EL TOTAL)



Nota: Los datos se refieren al segundo semestre.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

CUADRO 3.2.14 NÚMERO DE VISITAS ANTERIORES DE LOS TURISTAS POR COMARCAS, 2011

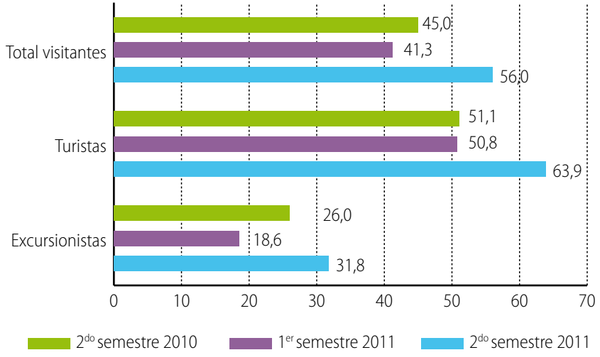
	Nº de visitas
Total	5,1
Aljarafe	4,2
Guadalquivir-Doñana	4,1
La Campiña	4,1
La Vía de la Plata	8,4
Sierra Norte	3,1
Sierra Sur	4,3

Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

3.3 Presupuesto y gasto de los turistas

El análisis de la demanda turística se complementa con el estudio del presupuesto y el gasto realizado por los viajeros que acuden a la provincia de Sevilla (sin incluir la capital). Obviamente, y como no podía ser de otro modo, si se tiene en cuenta el alojamiento, el gasto medio diario por turistas (56,8 euros) es superior al del excursionista (23,6 euros) durante 2011, situándose el promedio para el conjunto de visitantes en 47,6 euros. Hay que tener en cuenta que este gasto se refiere al promedio del total de personas que visitan la provincia, incluyendo tanto las personas que realizan un gasto efectivo en alguna de las partidas de análisis (alojamiento, compras transportes, etc.), como aquellas que no han realizado ningún gasto concreto en alguno de los elementos del viaje pero si han visitado la provincia de Sevilla (excluyendo la capital).

GRÁFICO 3.3.1 GASTO MEDIO DIARIO EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (IMPORTE POR PERSONA EN EUROS)



Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

Dentro del gasto medio diario realizado por el turista se incluyen elementos como transporte, alojamiento, compras, comidas, visitas organizadas/excursiones y ocio, siendo el gasto relacionado con alojamiento el más elevado. Conviene precisar, que el gasto medio diario de los turistas en el segundo semestre de 2011 (63,9 euros) es superior al observado en el segundo semestre de 2010 (51,1 euros). De igual modo, se observa un mayor gasto en la segunda mitad de 2011 que en el primer semestre (50,8 euros), siendo el gasto medio diario por turista en 2011 de 56,76 euros.

Distinguiendo por comarcas, se observa un mayor gasto medio diario de los turistas en la comarca de La Campiña, con 68,1 euros, seguida por Sierra Norte, donde el gasto medio diario por turista asciende a 60,7 euros, y por la comarca de Guadalquivir-Doñana (57,9 euros). En el extremo opuesto, las comarcas con un menor gasto medio diario por turista serían Sierra Sur, con 38,6 euros, y La Vía de la Plata, con un gasto por turista también inferior a los 40,0 euros en 2011.

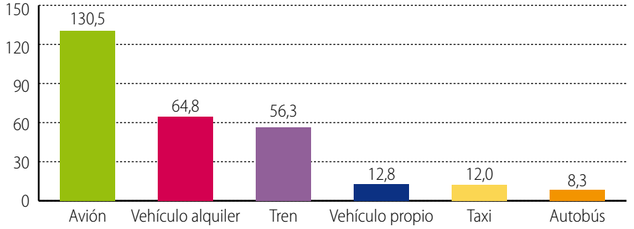
CUADRO 3.3.1 DISTRIBUCIÓN DEL GASTO MEDIO DIARIO DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE SEVILLA (EXCLUYENDO LA CAPITAL) POR COMARCAS

Euros	2010	2011
La Campiña	47,21	68,05
Sierra Norte	64,65	60,66
Guadalquivir-Doñana	49,09	57,93
Aljarafe	37,85	54,18
La Vía de la Plata	64,08	39,02
Sierra Sur	60,02	38,56
Total provincial	**51,06**	**56,76**

Nota: Los datos de 2010 se refieren al segundo semestre.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

El transporte es un elemento fundamental en el estudio del gasto que realizan los turistas. Analizando el gasto en transporte desde el lugar de residencia de los turistas hasta la provincia de Sevilla durante 2011, evidentemente el correspondiente al viaje en avión es el más caro, pagándose en promedio alrededor de 130,0 euros por persona, siendo el importe pagado por el viaje en autobús el más barato con 8,3 euros. El gasto diario por el alquiler de coche asciende para los turistas a 64,8 euros, algo superior al gasto que dedican los que acceden a la provincia por tren (56,3 euros). Conviene precisar que este gasto está calculado como promedio de los que realizan un gasto efectivo en ese medio de transporte.

GRÁFICO 3.3.2 IMPORTES PAGADOS POR LOS TURISTAS EN TRANSPORTE DESDE SU LUGAR DE RESIDENCIA A LA ZONA EN 2011 (IMPORTE POR PERSONA EN EUROS)



Nota: Los datos se refieren al segundo semestre. Calculado como promedio de los que realizan un gasto efectivo en ese medio de transporte.
Fuente: Investigación "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla, excluida la capital". Unidad de Análisis y Prospección. Diputación de Sevilla.

1 indicador sintético de actividad turística y predicciones, elaborado por Analistas Económicos de Andalucía

La falta de disponibilidad de suficiente información económica sobre determinados agregados macroeconómicos, tanto en relación a ámbitos territoriales más reducidos, como pueda ser el provincial, como a sectores o actividades productivas, hace necesario recurrir a métodos de estimación que permitan aproximar el perfil cíclico de determinadas actividades.

Este es el caso del Indicador Sintético de Actividad Turística, elaborado para el conjunto del 2011, referido a la provincia de Sevilla sin la capital, la provincia en su conjunto y Andalucía, que intenta reflejar en un único indicador la trayectoria reciente de la actividad turística en un ámbito determinado, así como sus expectativas a corto plazo, partiendo de los distintos indicadores parciales disponibles. Entre otros se han utilizado los siguientes indicadores parciales: PIB ponderado de los principales países emisores de turistas a los ámbitos territoriales señalados; viajeros residentes en el extranjero alojados en establecimientos hoteleros; pernoctaciones de residentes en España en establecimientos hotelero; gasto en consumo privado; y afiliados a la Seguridad Social en hostelería y agencias de viajes o personal ocupado en establecimientos hoteleros.

El procedimiento utilizado para el cálculo de estos indicadores está basado en el aplicado por el National Bureau of Economic Research (NBER), y consta de los siguientes pasos. En primer lugar, se procede a calcular el cambio porcentual simétrico de cada indicador parcial,

$$y_t^i = 200 * \frac{x_t^i - x_{t-1}^i}{x_t^i + x_{t-1}^i}$$

donde xti es el valor de la serie i para el periodo de tiempo t. El superíndice i (i=1,2,3,. . .,n) hace referencia a los distintos indicadores o series que constituirán las base del Indicador Sintético y que representan el conjunto de información que reflejaría el fenómeno que queremos medir, en este caso, la actividad turística. Estos cambios porcentuales suelen calcularse sobre series desestacionalizadas y tras extraer su componente de ciclo-tendencia, ya que esto elimina posibles sesgos que afectarían al Indicador Sintético.

Posteriormente, se procede a estandarizar las tasas de crecimiento obtenidas (zti), con objeto de impedir que las oscilaciones de un indicador parcial concreto dominen las oscilaciones de los demás, dividiendo cada tasa parcial por su media en valor absoluto. En este caso, hay que tener en cuenta que a medida que se introduce nueva información el valor de la tasa estandarizada irá cambiando, lo que afectará a los valores del Indicador Sintético.

A continuación, se calculan las ponderaciones (wi) a aplicar a cada indicador parcial con objeto de obtener el Indicador Sintético estimadas en función de la varianza de cada una de las series utilizadas. Una vez obtenidas estas ponderaciones, se procede a la agregación de los diferentes indicadores

$$(h_t = \sum_{i=1}^{n} w_i z_t^i)$$

, procediendo finalmente al cálculo del Indicador Sintético:

$$I_t = I_{t-1} \frac{200 + h_t}{200 - h_t}$$

, siendo I0=100.

Hay que tener en cuenta que las tasas de crecimiento obtenidas a partir de estos indicadores no tienen exactamente el mismo significado que las tasas de crecimiento de la producción o el PIB del sector turístico. Únicamente pueden utilizarse como un referente de la evolución de la actividad turística en el periodo analizado, que nos permite aproximar el perfil cíclico del turismo en el ámbito objeto de estudio.

En el caso de las **predicciones** la metodología empleada se basa en Box y Jenkins que desarrollaron en 1970 un cuerpo metodológico destinado a identificar, estimar y diagnosticar modelos dinámicos de series temporales en los que la variable tiempo juega un papel fundamental. La idea general de esta metodología se fundamenta en que la variable es explicada utilizando exclusivamente (modelos univariantes) su propio pasado. Se realizan así predicciones a partir de modelos estocásticos univariantes, utilizando la información que contiene la propia historia de la serie temporal. Es esta metodología la que se emplea generalmente para realizar predicciones sobre determinados indicadores parciales de coyuntura económica, en nuestro caso variables relacionadas con el turismo.

No obstante, la consideración exclusiva de los valores pasados de una determinada variable para explicar su evolución presente y futura supone, al mismo tiempo, una ventaja y un inconveniente: la ventaja radica en el hecho de no necesitar distintas series de datos (distintas variables) referidas al mismo periodo de tiempo y, al mismo tiempo, ahorrar la identificación y especificación del modelo en el sentido de la econometría tradicional. El inconveniente es que, al renunciar a la inclusión de un conjunto más amplio de variables explicativas, no se atiende a las relaciones que sin duda existen entre casi todas las variables económicas perdiendo capacidad de análisis.

Dentro de los modelos univariantes se emplean los conocidos con el nombre de ARIMA (Modelos Autorregresivos Integrados de Medias Móviles). En estos modelos se considera que la serie temporal objeto de estudio ha sido generada por un proceso estocástico, y no se trata de que el modelo describa perfectamente el comportamiento pasado de la serie, sino de que capte las características de aleatoriedad de la misma. La definición ARIMA corresponde a la parte autorregresiva (AR), a la integración de la variable (I) y a la parte de media móvil (MA).

Un modelo se define como autorregresivo si la variable endógena de un período t es explicada por las observaciones de ella misma correspondientes a periodos anteriores más un término de error. En el caso de procesos estacionarios con distribución normal, la teoría estadística de los procesos estocásticos dice que, bajo determinadas condiciones

previas, toda Yt puede expresarse como una combinación lineal de sus valores pasados (parte sistemática) más un término de error (innovación). Un modelo de medias móviles es aquel que explica el valor de una determinada variable en un período t en función de un término independiente y una sucesión de errores correspondientes a periodos precedentes. Así como un modelo autorregresivo es intuitivamente sencillo de comprender, la formulación de un modelo de medias móviles es más compleja. En realidad, un modelo de medias móviles puede obtenerse a partir de un modelo autorregresivo sin más que realizar sucesivas sustituciones.

Las técnicas de elaboración de los modelos ARIMA van dirigidas a identificar el modelo generador de las observaciones de una serie, para después, usando un proceso iterativo, estimar y verificar el modelo que se utilizará para predecir valores futuros de la serie temporal.

2 Encuesta de ocupación hotelera (E.O.H.) del INE

FICHA TÉCNICA

Tipo de encuesta:
Continua de periodicidad mensual.

Ámbito de la encuesta:
Todos los establecimientos hoteleros del territorio nacional.

Periodo de referencia:
El mes.

Periodo ref. información:
Siete días seguidos de cada mes, elegidos de forma aleatoria de tal manera que entre todos los establecimientos cubran el mes completo.

Tamaño de la muestra:
Encuesta exhaustiva en todas las provincias.

Número de establecimientos:
Aproximadamente 6.000 en invierno y 8.500 en verano.

Método de recogida:
Cuestionario cumplimentado directamente por el establecimiento hotelero.

Unidades de análisis:
Son todos los establecimientos hoteleros inscritos como tales en el correspondiente registro de las Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma. Son establecimientos hoteleros aquellos establecimientos que prestan servicios de alojamiento colectivo mediante precio con o sin otros servicios complementarios (hotel, hotel-apartamento o aparta-hotel, motel, hostal, pensión,...).

Ámbito:
Se investiga a todos los establecimientos del territorio nacional.

DEFINICIÓN DE VARIABLES

Establecimientos hoteleros abiertos estimados:
Se entiende por establecimientos hoteleros abiertos de temporada, aquel en el que el mes de referencia está comprendido dentro de su periodo de apertura.

Plazas estimadas:
El número de plazas estimadas por la encuesta de los establecimientos abiertos de temporada. El número de plazas equivale al número de camas fijas del establecimiento. No se incluyen, por tanto, las supletorias, y las de matrimonio dan lugar a dos plazas.

Viajeros entrados:
Todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento.

Pernoctaciones o plazas ocupadas:
Se entiende por pernoctación cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento.

Estancia media:
Esta variable es una aproximación al número de días que, por término medio, los viajeros permanecen en los establecimientos y se calcula como cociente entre las pernoctaciones y el número de viajeros.

Grado de ocupación por habitaciones:
Relación, en porcentaje, entre la media diaria de habitaciones ocupadas en el mes y el total de habitaciones disponibles.

Grado de ocupación por plazas:
Relación, en porcentaje, entre el total de las pernoctaciones y el producto de las plazas, incluyendo las camas supletorias, por los días a que se refieren las pernoctaciones. Se entiende por camas supletorias todas aquellas que no tengan carácter fijo y que no estén en las plazas declaradas oficialmente por el establecimiento y que constan en el directorio.

Grado de ocupación por plazas en fin de semana:
Relación, en porcentaje, entre las pernoctaciones del viernes y sábado que caen dentro de la semana de referencia y el producto de las plazas, incluyendo las camas supletorias de esos dos días, por los días a que se refieren las pernoctaciones, en este caso dos.

Personal ocupado:
Se define como el conjunto de personas, remuneradas y no remuneradas, que contribuyen mediante la aportación de su trabajo, a la producción de bienes y servicios en el establecimiento durante el mes que incluye el período de referencia de la encuesta, aunque trabajen fuera de los locales del mismo.

Punto turístico:
Municipio donde la concentración de la oferta turística es significativa.

3 Investigación propia del Observatorio Turístico de la Diputación de Sevilla sobre las "Características, percepciones y comportamientos del turista de la provincia de Sevilla en 2011"

La recogida de información ha sido realizada por la empresa Insoga y el tratamiento y análisis de la información por Analistas Económicos de Andalucía. Los turistas encuestados han sido elegidos aleatoriamente en los puntos de encuestación seleccionados en los municipios del ámbito de la investigación.

Para asegurar la representatividad de los resultados se establece un máximo de 10 encuestas por zonas/municipios y encuestador en el mismo día, asegurándose la distribución territorial y temporal en la comarca. Aunque la distribución de los puntos muestrales es rotativa, existen puntos de encuestación/municipios que por su alto porcentaje de absorción de turistas son referentes a la hora de realizar la selección (ver ficha técnica).

Del mismo modo dentro de cada municipio se establecen "zonas calientes" en la que la afluencia/concentración de turistas y excursionistas hacen que la recogida de información sea más factible, aunque cada vez que se visita un municipio existe una rotación mínima de tres zonas por municipio, entre las que destacan:

- Zonas monumentales.
- Zonas de ferias/exposiciones.
- Concentración de hoteles/Casas rurales.
- Camping.

La estrategia a seguir para aumentar la calidad en la recogida de datos se sustenta mediante una planificación individual para cada zona en la que se tiene en cuenta; la distribución del número de encuestas a realizar por día en relación al horario y días de la semana (priorizando Viernes, Sábado y Domingo). Dividiéndose los encuestadores/as por zonas geográficas dispersas. Esta distribución garantiza la calidad en la recogida de información, ya que en todo momento los/as encuestadores/as se sienten con las

garantías de realizar el trabajo en tiempo y forma, reduciendo la posibilidad de incidencias al mínimo.

El trabajo de campo ha sido realizado y coordinado con una amplia red de encuestadores/as que tienen experiencia en la realización del trabajo de campo y que continuamente actualizan su formación para la adaptabilidad a los estudios. Los encuestadores/as hablan como mínimo Inglés y algunos de ellos son diplomados/as en turismo.

La recogida de información se ha realizado a través del sistema Computer Assisted Personal Interviewing (C.A.P.I.) Entrevista personal con el entrevistado asistida por ordenador en el que la transmisión de los datos a una base de datos matriz es inmediata, recepcionando el material y comprobando la correcta recogida de la información al momento de ser ejecutada la entrevista.

De esta forma se aseguran el seguimiento del proceso de trabajo de campo y la supervisión de la realización del trabajo, lo que permite, además, una comunicación constante y fluida con los encuestadores/as, con el objetivo de solventar posibles inconvenientes en campo.

FICHA TÉCNICA ENCUESTA DEMANDA SEGUNDO SEMESTRE 2011		
Tipo de encuesta	Características, percepciones y comportamiento del turista de la provincia de Sevilla	
Universo	Visitantes en la provincia de Sevilla (sin la capital) diferenciando por: · Turistas · Excursionistas	
Ámbito	Provincia de Sevilla, excluyendo la capital	
Período de encuestación	Segundo semestre 2011	
Muestra	1.500 visitantes, repartidos por: · 74,2% turistas · 25,8% excursionistas	
Puntos muestrales de encuestación	Vía de la Plata · El Castillo de las Guardas · Gerena Aljarafe · Bormujos · Camas · Santiponce · Tomares Sierra Norte · Alanís de la Sierra · El Pedroso · Cazalla de la Sierra	Guadalquivir-Doñana · Cantillana · Los Palacios y Villafranca · Brenes · Dos Hermanas · Lebrija Sierra Sur · Montellano · Algámitas La Campiña · Carmona · El Viso del Alcor
Nivel de confianza y error muestral	Para el conjunto de la muestra, con un nivel de confianza del 95%, se obtiene un error muestral del 2,5% En el caso de los turistas, el error muestral es del 2,9%, mientras que en excursionistas del 5,0%.	En la desagregación por comarcas, los errores muestrales serían: · Aljarafe 5,3% · Guadalquivir-Doñana 6,2% · La Campiña 5,2% · La Vía de la Plata 7,1% · Sierra Norte 7,3% · Sierra Sur 7,3%
Estratificación de la muestra	La muestra se divide en 6 comarcas con la siguiente distribución de las encuestas: · Aljarafe 23,2% · Guadalquivir-Doñana 16,5% · La Campiña 23,7%	· La Vía de la Plata 12,7% · Sierra Norte 12,0% · Sierra Sur 11,9%

Para los datos agregados de 2011, la encuesta responde a los siguientes parámetros

FICHA TÉCNICA ENCUESTA DEMANDA AGREGADO 2011	
Tipo de encuesta	Características, percepciones y comportamiento del turista de la provincia de Sevilla
Universo	Visitantes en la provincia de Sevilla (sin la capital) diferenciando por: Turistas Excursionistas
Ámbito	Provincia de Sevilla, excluyendo la capital
Período de encuestación	Año 2011
Muestra	3.172 visitantes, repartidos por: 72,9% turistas 27,1% excursionistas
Nivel de confianza y error muestral	Para un nivel de confianza del 95% se obtiene un error muestral del 1,7% En el caso de los turistas, el error muestral es del 2,0%, mientras que en excursionistas es del 3,3%. En la desagregación por comarcas, los errores muestrales serían: · Aljarafe 3,7% · Guadalquivir-Doñana 3,8% · La Campiña 3,4% · La Vía de la Plata 5,2% · Sierra Norte 5,4% · Sierra Sur 5,6%
Estratificación de la muestra	La muestra se divide en 6 comarcas: · Aljarafe 22,1% · Guadalquivir-Doñana 21,1% · La Campiña 25,6% · La Vía de la Plata 11,3% · Sierra Norte 10,3% · Sierra Sur 9,6%

Clasificación turística comarcal de los municipios de la provincia de Sevilla:

VIA DE LA PLATA

- AZNALCÓLLAR
- CASTILBLANCO DE LOS ARROYOS
- EL CASTILLO DE LAS GUARDAS
- EL GARROBO
- EL MADROÑO
- EL RONQUILLO
- GERENA
- GUILLENA

ALJARAFE

- ALBAIDA DEL ALJARAFE
- ALMENSILLA
- BENACAZÓN
- BOLLULLOS DE LA MITACIÓN
- BORMUJOS
- CAMAS
- CARRIÓN DE LOS CÉSPEDES
- CASTILLEJA DE GUZMÁN
- CASTILLEJA DE LA CUESTA
- CASTILLEJA DEL CAMPO
- ESPARTINAS
- GINES
- HUÉVAR DEL ALJARAFE
- MAIRENA DEL ALJARAFE
- OLIVARES
- PALOMARES DEL RÍO
- SALTERAS
- SAN JUAN DE AZNALFARACHE
- SANLÚCAR LA MAYOR
- SANTIPONCE
- TOMARES
- UMBRETE
- VALENCINA DE LA CONCEPCIÓN
- VILLANUEVA DEL ARISCAL

SIERRA NORTE

- ALANÍS DE LA SIERRA
- ALMADÉN DE LA PLATA
- CAZALLA DE LA SIERRA
- CONSTANTINA
- EL PEDROSO
- EL REAL DE LA JARA
- GUADALCANAL
- LA PUEBLA DE LOS INFANTES
- LAS NAVAS DE LA CONCEPCIÓN
- SAN NICOLÁS DEL PUERTO

GUADALQUIVIR-DOÑANA

- ALCALÁ DEL RÍO
- ALCOLEA DEL RÍO
- AZNALCÁZAR
- BRENES
- BURGUILLOS
- CANTILLANA
- CORIA DEL RÍO
- DOS HERMANAS
- EL CUERVO
- GELVES
- ISLA MAYOR
- LA ALGABA
- LA PUEBLA DEL RÍO

- LA RINCONADA
- LAS CABEZAS DE SAN JUAN
- LEBRIJA
- LORA DEL RÍO
- LOS PALACIOS Y VILLAFRANCA
- PEÑAFLOR
- PILAS
- TOCINA-LOS ROSALES
- VILLAMANRIQUE DE LA CONDESA
- VILLANUEVA DEL RÍO Y MINAS
- VILLAVERDE DEL RÍO

SIERRA SUR

- AGUADULCE
- ALGÁMITAS
- BADOLATOSA
- CASARICHE
- CORIPE
- EL CORONIL
- EL SAUCEJO
- GILENA
- HERRERA
- LA RODA DE ANDALUCÍA
- LORA DE ESTEPA
- LOS CORRALES
- MARINALEDA
- MARTÍN DE LA JARA
- MONTELLANO
- MORÓN DE LA FRONTERA
- PEDRERA
- PRUNA
- VILLANUEVA DE SAN JUAN

LA CAMPIÑA

- ALCALÁ DE GUADAÍRA
- ARAHAL
- CAÑADA ROSAL
- CARMONA
- ÉCIJA
- EL RUBIO
- EL VISO DEL ALCOR
- ESTEPA
- FUENTES DE ANDALUCÍA
- LA CAMPANA
- LA LUISIANA
- LA PUEBLA DE CAZALLA
- LANTEJUELA
- LOS MOLARES
- MAIRENA DEL ALCOR
- MARCHENA
- OSUNA
- PARADAS
- UTRERA

Prodetur
Turismo
de la Provincia
DIPUTACION DE SEVILLA