

2024

ESTRATEGIAS PARA LA REGULACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE EN ANDALUCÍA

Estudio de Aportaciones
Empresariales a la nueva
Ley de Turismo de
Andalucía

Subvencionado por:

45

Aniversario

CEA

Empresas Andaluzas



Junta de Andalucía
Consejería de Turismo
y Andalucía Exterior

Estrategias para la regulación del Turismo Sostenible en Andalucía

Autor:

Adrián Robles Martín

**Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol
(AEHCOS)**

ÍNDICE

I. SITUACIÓN DEL TURISMO EN ANDALUCÍA.	4
1. Datos del turismo en Andalucía.	4
2. Impacto económico y laboral del Turismo.	4
3. Estado de situación de los establecimientos de alojamiento turístico en Andalucía.	5
4. Sobre los servicios de información turística en Andalucía.	10
5. Sobre las empresas de intermediación turística en Andalucía.	11
6. Sobre las empresas organizadoras de actividades de turismo activo.	11
7. Sobre las actividades de congresos, convenciones u otro tipo de eventos vinculados a la actividad empresarial.	12
8. La restauración y catering turísticos.	13
9. Una visión global a los datos del turismo en 2024.	14
II. ANTECEDENTES Y ESTADO DE TRAMITACIÓN DE LA NUEVA LEY DE TURISMO DE ANDALUCÍA	17
III. MARCO COMPARATIVO DE LEYES DE TURISMO AUTONÓMICAS.	20
IV. PROPUESTAS ESTRATEGICAS PARA LA NUEVA LEY DE TURISMO DE ANDALUCÍA.	22
V. PROPUESTAS NORMATIVAS PARA INCLUSIÓN EN LA NUEVA LEY DE TURISMO DE ANDALUCÍA.	25
1. Estructura de la Ley.	25
2. Disposición Generales.	25
3. Política turística y Co-gobernanza turística.	26
4. Ordenación y planificación del turismo y los destinos turísticos.	27
5. Equilibrio turista-residente.	28
6. Sobre el régimen de establecimientos turísticos.	29
7. Principio de unidad de explotación y establecimientos de alojamiento turístico en régimen de propiedad horizontal.	30

8.	Regulación sobre las viviendas de uso turístico. _____	32
9.	Vinculación al uso turístico de los suelos y establecimientos. _____	34
10.	Servicios turísticos residenciales. _____	34
11.	Servicios turísticos de organización de eventos MICE, salud, deportivo, académicos, etc. _____	35
12.	Empresas de intermediación y agencias de viajes. _____	35
13.	Información turística. _____	36
14.	Desestacionalización. _____	36
15.	Fomento de la calidad, mejora y renovación de la planta hotelera. _____	37
16.	Digitalización y automatización. _____	40
17.	Creación de un organismo de unificación de criterios en materia de interpretación de la normativa turística. _____	40
18.	Actualización del Régimen de inspección turística. _____	41
19.	Desarrollo reglamentario. _____	41
VI.	BIBLIOGRAFÍA _____	43
VII.	ANEXOS. _____	45

I. SITUACIÓN DEL TURISMO EN ANDALUCÍA.

1. Datos del turismo en Andalucía.

En el año 2023 Andalucía alcanzó los 34,2 millones de turistas, lo que supone un incremento del 10,8% con respecto a 2022 y un 4,3% más de los registrado en el año 2019 anterior al COVID. El gasto medio diario ascendió a 77,81 €. La estancia media es de 6,3 días, reduciéndose muy ligeramente respecto del dato de 6,4 días de media de 2022.

En 2024 el número de turistas se ha incrementado nuevamente superándose los 36 millones de visitantes, de los cuales 13,6 millones corresponden a turistas extranjeros y un impacto económico de nada menos que 29.000 millones de euros. Esto es un incremento del 5,5 % más que en 2023.

Del total de turistas que han visitado Andalucía un 65,7% (22,5 millones) proceden de España. Especial relevancia representan los turistas Andaluces en Andalucía que suponen entorno al 40% del total.

El turismo español tiene una estancia media de 5,2 días y un gasto medio de 70,06 € inferior a la media en ambos parámetros. Dentro de estos el turista Andaluz es el que menos tiempo pernocta con una estancia media de solo 4,7 días y un gasto medio de 64,71 €.

El 34,3% de los turistas son extranjeros (más de 11,7 millones), siendo el tipo de turista con mayor estancia 8,4 días y gasto diario 93,17 €¹. Los turistas extranjeros son los que más hacen uso de los establecimientos hoteleros para su estancia y los que presentan una menor estacionalidad (entendida como la concentración en el 3º trimestre del año). Británicos y alemanes son lo que mayor representación tienen entre los turistas extranjeros.

2. Impacto económico y laboral del Turismo.

La actividad turística supuso en el año 2023 un impacto directo e indirecto en la producción andaluza de unos 25.000 millones de euros. El turismo tiene un efecto multiplicador en la economía Andaluza de 1,51², lo que quiere decir que por cada 100 €

¹ Informe de "Últimos datos turísticos en Andalucía. Abril 2024" publicado por la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

² La Economía del Turismo en Andalucía. Año 2023. Publicación oficial de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

que consume el turismo, la economía produce por valor de 151 €. La actividad turística supone entorno a un 13% del PIB Andaluz.

En los tres primeros trimestres de 2024 el turismo ha generado 19.630 millones de ingresos, con un mayor crecimiento en los meses no estivales, apuntando en la mejora de la estacionalidad.

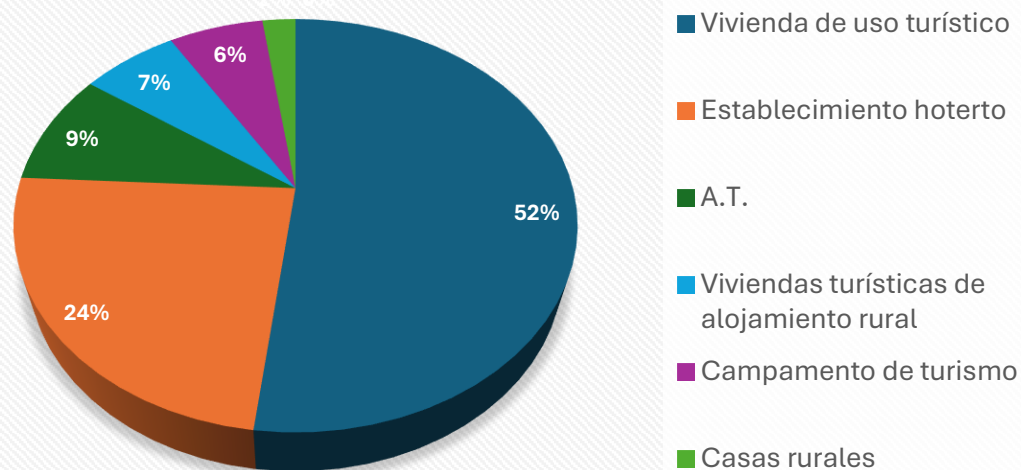
Las actividades del sector turístico ocupan una media de 416.900 trabajadores en el año 2023, en torno al 12,5% del empleo en la región.

3. Estado de situación de los establecimientos de alojamiento turístico en Andalucía.

La imagen general de los establecimientos de alojamiento turístico en Andalucía se expresa en la siguiente tabla:

Tipología	Establecimientos	Plazas	% sobre total establecimientos	% sobre total plazas
A.T.	2.328	123.505	1,45%	8,92%
Establecimiento hoterlo	3.685	330.325	2,29%	23,86%
Vivienda de uso turístico	136.920	719.796	85,05%	51,98%
Viviendas turísticas de alojamiento rural	13.893	90.645	8,63%	6,55%
Campamento de turismo	206	89.036	0,13%	6,43%
Casas rurales	3.956	31.316	2,46%	2,26%
Totales	160.988	1.384.623		

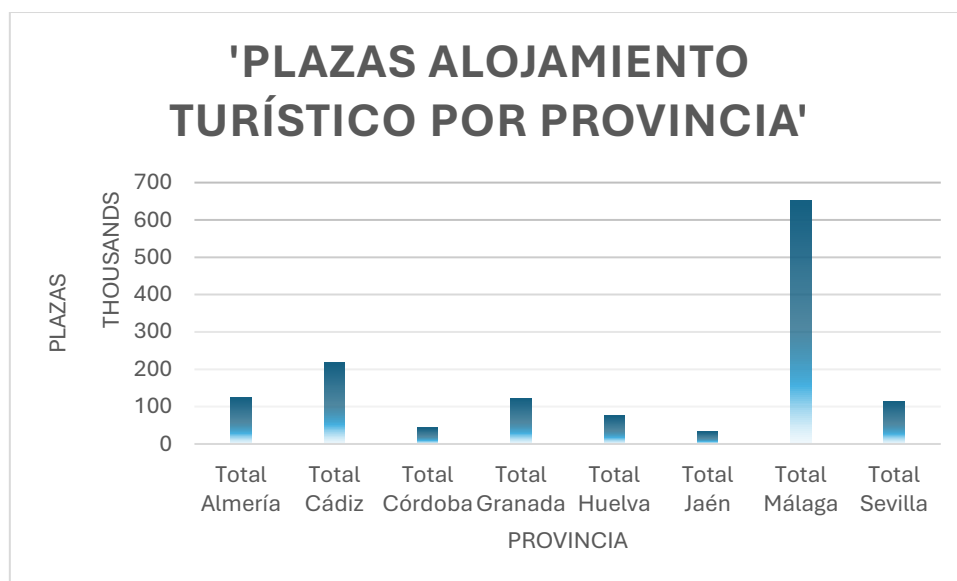
Distribución de plazas de alojamiento turístico



En total 1.384.623 plazas. De estas plazas más de la mitad corresponden a viviendas de uso turístico (VUT) que suponen casi el 52% del total de plazas alojativas. La siguiente tipología con mayor presencia son los establecimientos hoteleros, incluidos todos sus grupos: hoteles, hoteles-apartamentos, hostales, pensiones y albergues, que suman en total 330.325 plazas que corresponde a un 23,86% sobre el total. Muy de lejos siguen los establecimientos de Apartamentos Turísticos (A.T.) con 123.500 plazas, las viviendas turísticas de alojamiento rural y los campings. Finalmente, las casas rurales suponen apenas un 2,26% de las plazas andaluzas.

Por provincias destaca la provincia de Málaga que acumula casi el 50% de las plazas alojativas de la región, seguida muy de lejos por Cádiz. En el otro extremo se encuentra Jaén con 33.920 plazas que suponen el 2,45%:

Provincia	Plazas	Porcentaje sobre tot
Total Almería	124.071	8,96%
Total Cádiz	217.621	15,72%
Total Córdoba	44.085	3,18%
Total Granada	122.662	8,86%
Total Huelva	76.137	5,50%
Total Jaén	33.920	2,45%
Total Málaga	651.167	47,03%
Total Sevilla	114.960	8,30%

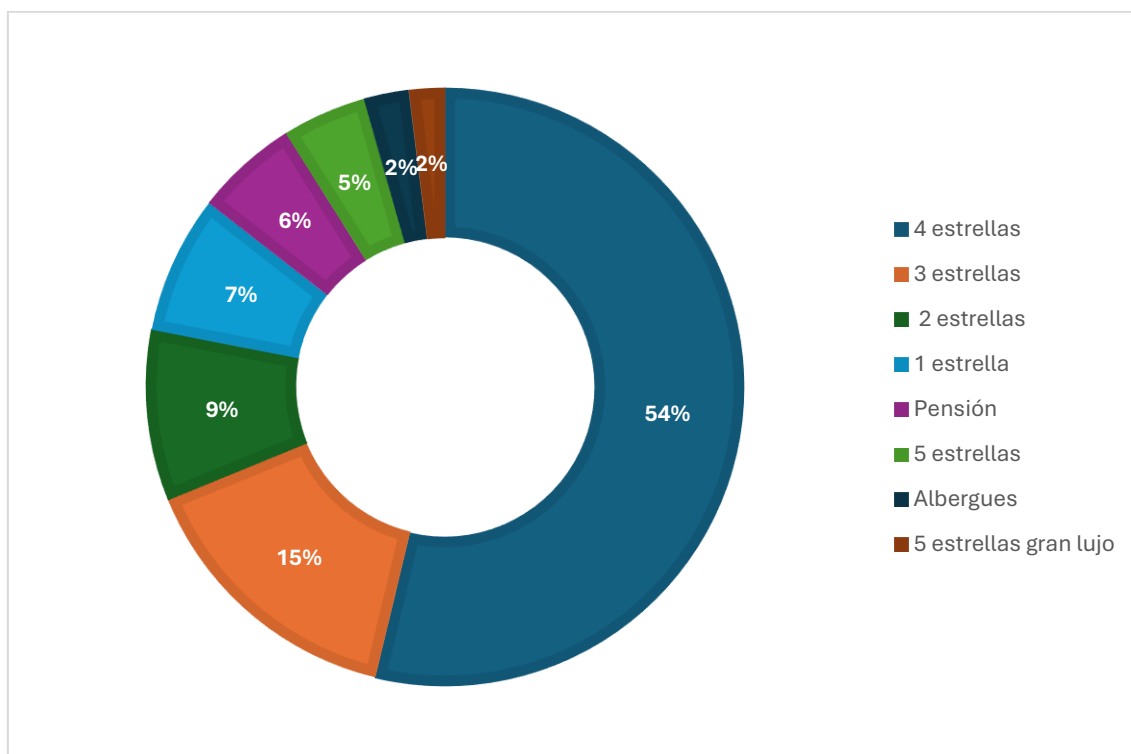


a. Distribución de establecimientos hoteleros y de apartamentos turísticos por categorías.

En cuanto a la distribución de los establecimientos hoteleros por categoría vemos que sigue siendo muy escasa la presencia de establecimientos Hoteleros de 5 estrellas que representan apenas el 1,38 % del total de establecimientos hoteleros y solo el 0,68 alcanza el calificativo de 5 estrellas gran lujo. En el otro extremo, el número de establecimientos hoteleros de 3 estrellas o menos, incluidos pensiones y albergues suman el 81,51 % del total y aportan casi el 40 % de las plazas.

En relación con el número de plazas prevalecen los establecimientos de 4 estrellas que representan el 53,74% de las plazas, aunque con importante estancamiento en la implantación de nuevos establecimientos de esta categoría en los últimos 2 años.

Distribución Establecimientos hoteleros por tipología				
Tipología	Número establecimientos	Plazas	Porcentajes por establecimiento	Porcentajes por plazas
Pensión	772	18.382	20,93%	5,56%
Albergues	129	7.956	3,50%	2,41%
Establecimientos 1 estrella	833	24.721	22,59%	7,48%
Establecimientos de 2 estrellas	770	30.471	20,88%	9,22%
Establecimientos hoteleros 3 estrellas	502	49.844	13,61%	15,09%
Establecimientos hoteleros de 4 estrellas	606	177.546	16,43%	53,74%
Establecimientos hoteleros de 5 estrellas	51	15.054	1,38%	4,56%
Establecimientos hoteleros 5 estrellas gran lujo	25	6.387	0,68%	1,93%
Total	3.688	330.361	1	100,00%
	3.688	330.361		



En el caso de los apartamentos turísticos la prevalencia de los establecimientos de categorías inferiores es mucho más acusada, sumando los establecimientos de 1 y 2 Llaves más del 92% del total con más del 75% de las plazas. Por el contrario, apenas hay 4 establecimientos de 4 de A.T. con categoría 4 llaves en Andalucía.

Distribución Establecimientos A.T. por categoría				
Tipología	Número establecimientos	Plazas	Porcentajes por establecimiento	Porcentajes por plazas
1 Llave	904	34.099	43,30%	30,35%
2 Llaves	1.026	51.504	49,14%	45,84%
3 llaves	150	24.859	7,18%	22,13%
4 llaves	8	1.892	0,38%	1,68%
Total	2.088	112.354	100,00%	100,00%

b. Sobre la proliferación de las Viviendas de Uso Turístico en los últimos años.

En los últimos años se ha alterado la estructura de la oferta de alojamiento turístico con el incremento de los arrendamientos de corta duración para uso turístico, actualmente denominados en la normativa andaluza viviendas de uso turístico (en adelante, VUT). El fuerte crecimiento de este tipo alojamientos turísticos ha sido posible por el surgimiento de las denominadas plataformas de economía colaborativa.

La regulación de esta tipología alojativa se reguló por primera vez en Andalucía en el Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos. Un año después de la entrada en vigor del Decreto había registradas en la provincia de Málaga 16.065 VUT y en este momento hay más de 79.152 VUT que suman 419.785 plazas. En el conjunto de Andalucía, las VUT suman actualmente 719.796 plazas distribuidas en 136.920 viviendas (aunque este número se incrementa cada día).

Esto supone más del 50 % del total de plazas de alojamiento turístico de la Comunidad. Es decir, que en apenas unos años se ha más que doblado las plazas de alojamiento turístico de la Comunidad a base de VUT las cuales, además, se concentran de forma muy acusada en determinadas zonas.

Los 10 municipios con mayor número de plazas de VUT registradas suman más del 57% del total de VUT de toda Andalucía, recordemos que Andalucía cuenta con 785 municipios. Por lo que, menos del 3% de los municipios de Andalucía acogen más del 57% del total de VUT. Pero es que, además, dentro de estos municipios estas viviendas de uso turístico se concentran de forma muy acusada en determinadas zonas, o bien las zonas céntricas o las zonas de costa.

Esta aparición en pocos años de un gran número de viviendas de uso turístico concentradas de forma muy acusada en pequeños espacios ha generado en los últimos

tiempos una importante controversia. A las VUT se le achacan la contribución en mayor o menor medida a las siguientes circunstancias:

- Reducción de la oferta de vivienda para alquiler residencial de larga duración
- Problemas de convivencia vecinal
- Incidencia en la funcionalidad propia de determinadas zonas de las ciudades

La imputación de efectos negativos de las VUT, sobre todo por su incremento desordenado, pueden llegar a generar un efecto respuesta en la sociedad de rechazo hacia al turismo en su conjunto, que afecta a las empresas de toda la cadena de valor turística.

4. **Sobre los servicios de información turística en Andalucía.**

La información turística constituye otro de los servicios turísticos contemplados en la vigente Ley de Turismo de Andalucía. Los servicios de información turística tienen por objeto proporcionar el conocimiento de la oferta turística.

a. Las oficinas de turismo de Andalucía y los puntos de información turística.

Un eje importante de la información turística viene constituido por la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía y los puntos de información turística. Las Oficinas de turismo en Andalucía se definen como los establecimientos turísticos abiertos al público que, con carácter habitual, prestan un servicio turístico consistente en facilitar a la persona usuaria orientación, asistencia e información turística. Pueden ser de titularidad de la Administración de la Junta de Andalucía, de otras Administraciones públicas y de otras entidades o personas públicas o privadas.

Según los datos de la Junta de Andalucía actualmente hay unas 301 oficinas de turismo en Andalucía.

Las oficinas de turismo son un importante punto de interés para los turistas y reciben al año más 1 millón de visitas.

Así mismo, constan registradas 68 Puntos de información turística.

Las principales demandas de los visitantes se centran en sugerencias sobre los principales enclaves que visitar en cada ciudad y su entorno, visitas guiadas en la zona,

propuestas de restaurantes y ubicación de alojamientos y otros puntos de interés para el viajero.

b. Guías de Turismo.

Se considera actividad propia de los guías de turismo la prestación, de manera habitual y retribuida, de servicios de información turística a quienes realicen visitas a los bienes integrantes del Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz.

Andalucía cuenta a fecha del presente informe con 6499 guías turísticos

El ejercicio de la actividad de guía turístico requiere la previa habilitación concedida por la Administración turística, existiendo una cierta controversia entre esta figura y la del interprete del patrimonio, cuya regulación no está desarrollada.

5. Sobre las empresas de intermediación turística en Andalucía.

Las empresas de intermediación turístico se diferencian claramente en su regulación entre aquellas que organizan, comercializan, o facilitan viajes combinados o servicios de viajes vinculados y aquellas que se dedican a cualquier otra actividad de intermediación turística distinta. Solo las primeras se consideran servicios turísticos a los efectos de la Ley de Turismo de Andalucía, siendo los segundos catalogados de actividades con incidencia en el ámbito turístico que no cuentan con una regulación específica en la normativa de turismo.

En el Registro de Turismo constan registrados:

- 1813 sucursales de agencias de viajes.
- 210 empresas de actividades de intermediación de servicios turísticos no consistente en la organización o comercialización de viajes combinados o en la facilitación de servicios de viaje vinculados.
- 0 empresas o sucursales de empresas de viajes combinados.

6. Sobre las empresas organizadoras de actividades de turismo activo.

El artículo 28.1.d) de la Ley de Turismo recoge como otro servicio turístico «La organización de actividades de turismo activo, siendo éstas las relacionadas con actividades deportivas que se practiquen sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la naturaleza en el medio en el que se desarrollen, a las cuales les es inherente

el factor riesgo o cierto grado de esfuerzo físico o destreza, y las integrantes del turismo ecológico o ecoturismo, siendo éstas las que se basan en el aprecio, disfrute, sensibilización, estudio e interpretación de los recursos naturales».

De acuerdo con el Registro de Turismo de Andalucía constan inscritas 1.395 empresas dedicadas a la organización de actividades de Turismo activo, distribuidas entre provincias de la siguiente forma:



7. Sobre las actividades de congresos, convenciones u otro tipo de eventos vinculados a la actividad empresarial.

Otra actividad que se viene fomentando mucho en los últimos años es la organización de congresos, convenciones u otro tipo de eventos vinculados a la actividad empresarial. Lo que se ha venido en llamar turismo MICE, acrónimo de meetings, incentives, conferences and exhibitions. Se trata de un nicho de mercado de valor adquisitivo medio-alto que viaja por razones de seminarios, charlas u otros eventos multitudinarios en la industria como un congreso o turismo de negocio.

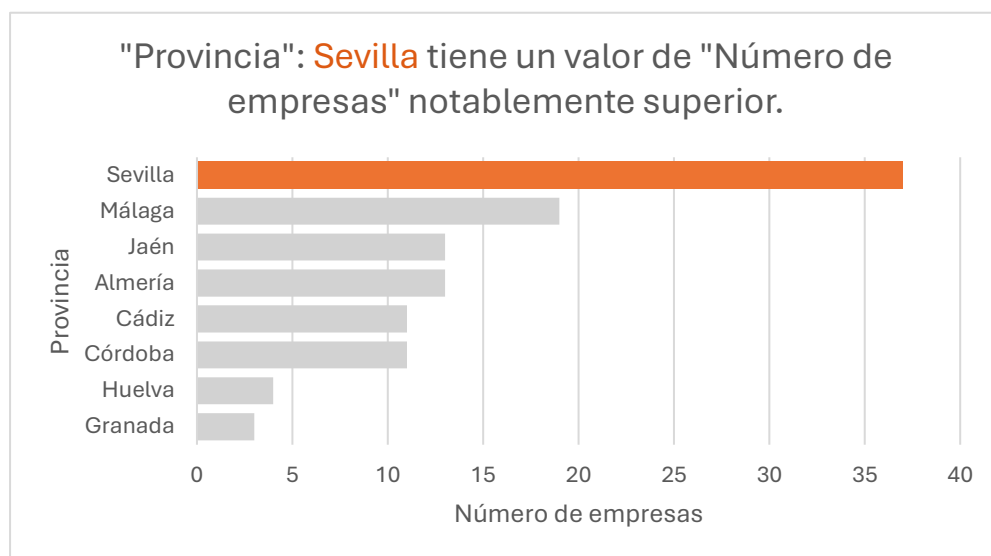
Estos eventos tienen la particularidad de concentrar un gran número de personas en un entorno concreto por un periodo de entre 3 días y una semana, normalmente.

Andalucía se ha convertido en uno de los principales destinos por número de eventos MICE en España.

El turismo MICE es además una herramienta clave para reducir la estacionalidad del Turismo en Andalucía e incrementar el gasto medio por visitante, además de servir de

escaparte para que los visitantes de estas actividades repitan posteriormente en viajes de ocio.

A este respecto, constan inscritas en el Registro de Turismo de Andalucía 129 empresas de organización de congresos y convenciones, con la siguiente distribución por provincias:



8. La restauración y catering turísticos.

La restauración y catering turísticos se definen como un servicio turístico en el artículo 28.1.e) de la Ley de Turismo en los siguientes términos «aquellos establecimientos que se dedican de forma habitual y profesional, mediante precio, a servir a la persona usuaria de servicios turísticos comidas y bebidas para consumir en sus propias dependencias o en instalaciones ajenas al propio establecimiento».

Según el registro de turismo en Andalucía hay 317 empresas dedicadas a esta actividad. Si bien con una distribución muy desigual entre provincias encontrándose casi 2 terceras partes en las provincias de Málaga (111) y Sevilla (83).

Este sector resultó especialmente afectado por la pandemia por COVID, dado que como otros sectores turísticos prácticamente tuvo que cesar su actividad y su vuelta a la normalidad resultó de gran complejidad y dificultad, dado el propio ejercicio de la actividad económica que desarrolla.

9. Una visión global a los datos del turismo en 2024.

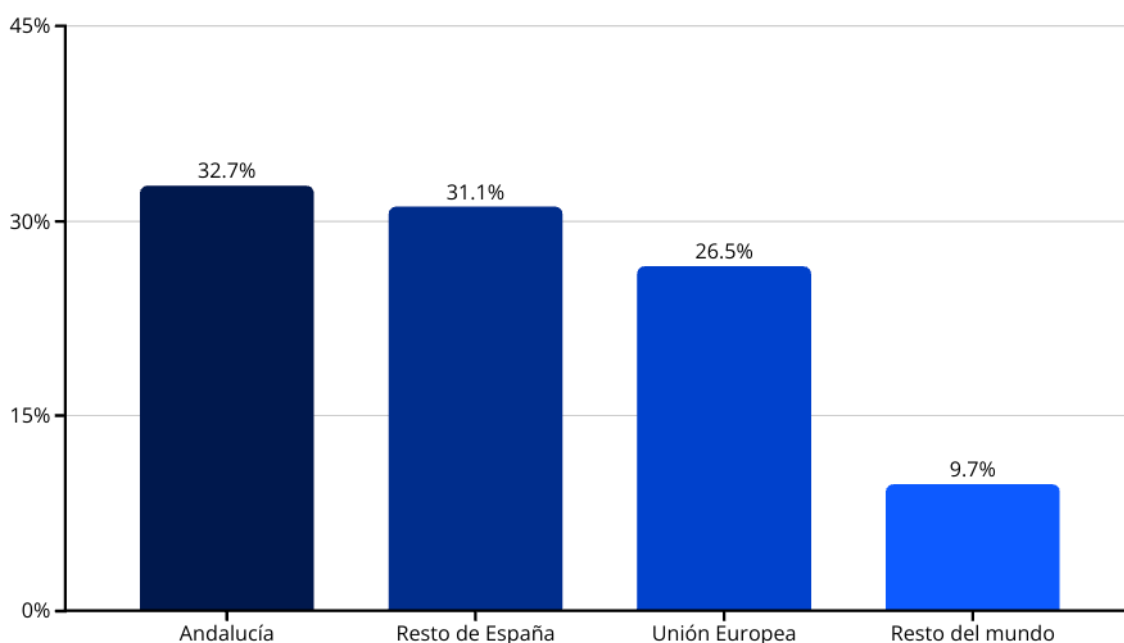
Según los últimos datos extraídos de la encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía los datos claves del turismo en Andalucía en 2024 son los siguientes:

En 2024, Andalucía ha recibido un total de 36.093.727 turistas, lo que representa un aumento del 5,3% en comparación con el año anterior. El gasto medio diario se situó en 82,20€, un 5,6% más que el año anterior, mientras que la estancia media fue de 6,5 días, un 3,8% más que el año anterior.

Andalucía no solo consolida su posición como destino turístico de primer nivel en 2024, sino que demuestra una transformación estratégica y resiliente en el sector. Con 36.093.727 turistas, un incremento del 5,3%, la región reafirma su atractivo global. Este crecimiento refleja una combinación de factores: la rica herencia cultural milenaria, una diversidad paisajística sin precedentes que va desde playas mediterráneas hasta cumbres nevadas, infraestructuras turísticas de vanguardia, y una apuesta decidida por la sostenibilidad y la innovación turística.

El gasto medio diario de 82,20€ (incremento del 5,6%) y una estancia media de 6,5 días (+3,8%) revelan una evolución cualitativa del turismo andaluz. Los visitantes ya no buscan solo sol y playa, sino experiencias inmersivas, auténticas y transformadoras que conecten con la cultura, gastronomía, patrimonio y naturaleza única de la región.

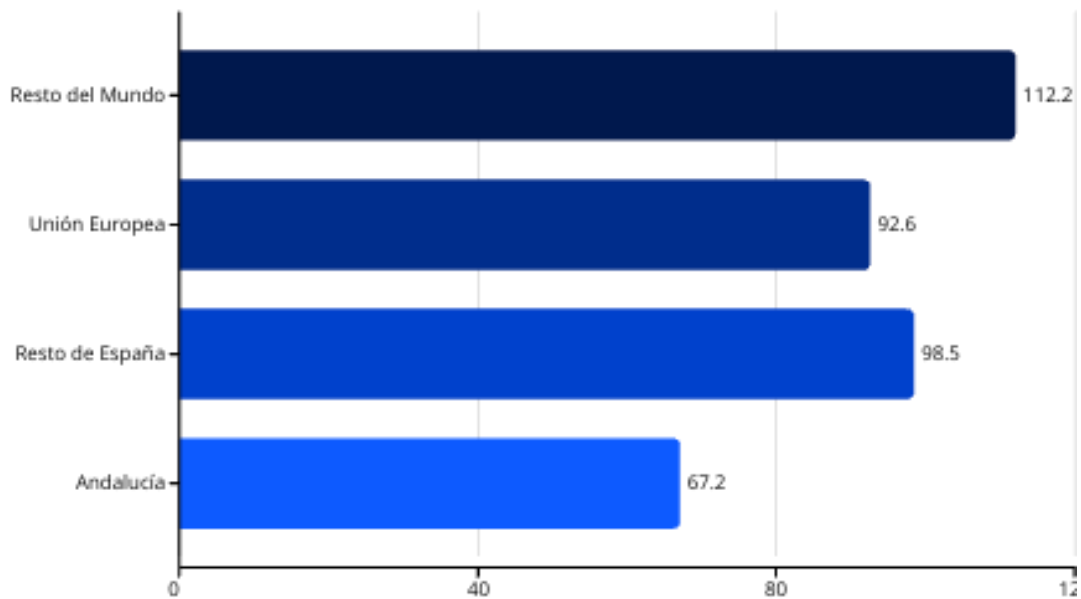
GRÁFICO DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS SEGÚN PROCEDENCIA



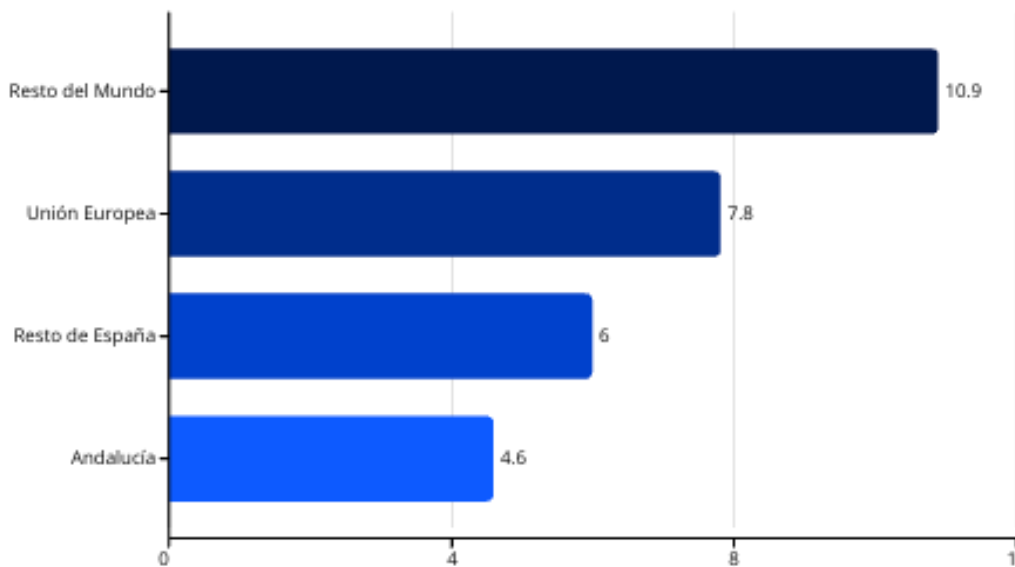
Análisis Comparativo: Gasto y Estancia Según Origen de Turistas

La procedencia de los turistas no solo determina el volumen, sino también el patrón de consumo y permanencia en la región. Observamos marcadas diferencias que reflejan motivaciones y expectativas diversas.

Gasto medio según procedencia en (€/día):



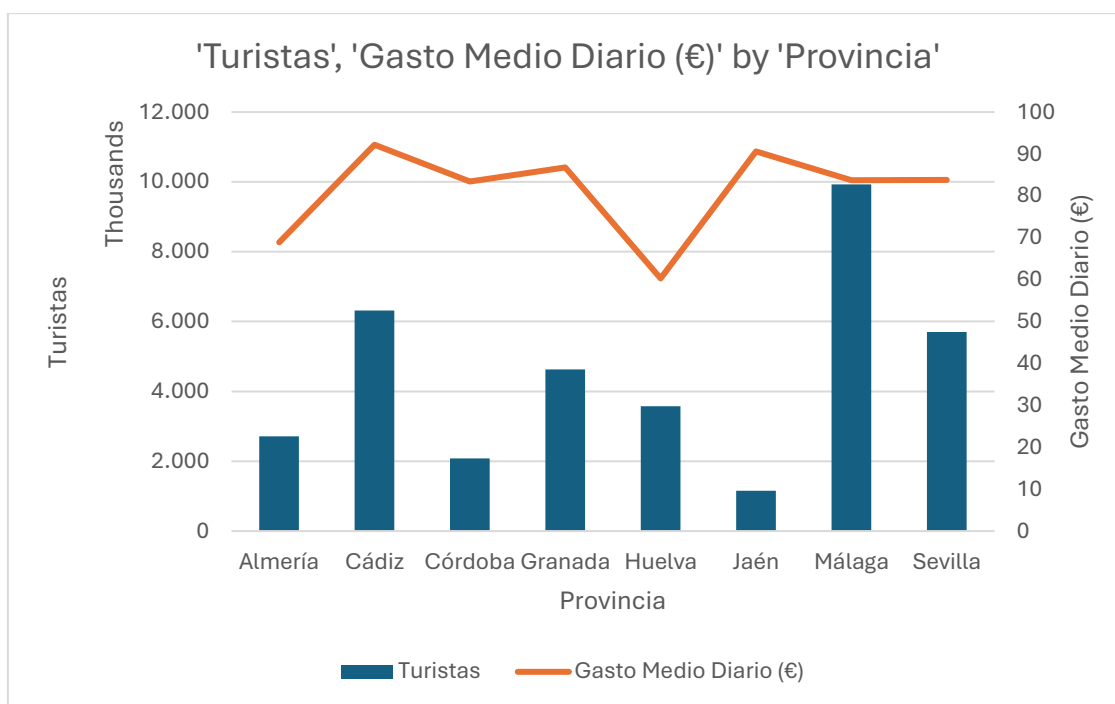
Estancia media según procedencia:



Panorama Provincial: Diversidad y Dinamismo Turístico

El turismo en Andalucía revela una geografía económica compleja y altamente diferenciada. Cada provincia no solo compite, sino que desarrolla estrategias únicas que aprovechan sus fortalezas distintivas.

NÚMERO DE TURISTAS Y GASTO MEDIO POR PROVINCIAS



Málaga

Málaga: 9.930.348 turistas (la provincia más visitada).



Jaén

Jaén: Mayor crecimiento en turistas (+12,7%).



Córdoba

Córdoba: Mayor crecimiento en gasto diario (+10,1%).

II. ANTECEDENTES Y ESTADO DE TRAMITACIÓN DE LA NUEVA LEY DE TURISMO DE ANDALUCÍA

La competencia en materia de turismo corresponde exclusivamente a la Comunidad Autónoma (art. 71 del EAA).

El marco normativo autonómico actual está constituido por **la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía (entró en vigor el 31/01/2012)**. Esta norma ha sido objeto de diversas modificaciones desde su entrada en vigor. La última modificación data de diciembre de 2021.

La norma ha sido objeto de amplio desarrollo reglamentario:

- Decreto 114/2023, de 23 de mayo, por el que se regulan las empresas de intermediación turística que organicen o comercialicen viajes combinados y las empresas que faciliten servicios de viaje vinculados en Andalucía.
- Decreto 8/2015, de 20 de enero, regulador de guías de turismo de Andalucía
- Decreto 26/2018, de 23 de enero, de ordenación de los campamentos de turismo
- Decreto 72/2017, de 13 de junio, de Municipio Turístico de Andalucía
- Decreto 116/2016, de 5 de julio, por el que se regulan las Declaraciones de Interés Turístico de Andalucía
- Decreto 28/2016, de 2 de febrero, por el que se regulan las viviendas de uso turístico
- Decreto 146/2016, de 30 de agosto, por el que se regulan los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los convenios de colaboración mediante los que se articulan
- Decreto 143/2014, de 21 de octubre, por el que se regula la organización y funcionamiento del Registro de Turismo de Andalucía
- Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos
- Decreto 164/2003, de 17 de junio, de ordenación de campamentos de turismo

Además, debemos añadir la regulación de los establecimientos hoteleros que se contiene no en un reglamento, sino en una norma con rango de Ley:

- Decreto-ley 13/2020, de 18 de mayo, por el que se establecen medidas extraordinarias y urgentes relativas a establecimientos hoteleros, coordinación de alertas, impulso de la telematización, reactivación del sector cultural y flexibilización en diversos ámbitos ante la situación generada por el coronavirus COVID-19).

La Consejería de Turismo de Turismo, Cultura y Deporte está actualmente elaborando la nueva Ley de Turismo de Andalucía.

Con carácter previo al anteproyecto de Ley se ha tramitado un periodo de consultas públicas para recabar aportaciones de personas o entidades interesadas. El periodo de consulta se sustanció entre el 19/12/2023 al 27/01/2024. A continuación, se inserta el enlace a la web con el anuncio de la Consulta Pública del Anteproyecto de Ley:

<https://www.juntadeandalucia.es/servicios/participacion/normativa/consulta-previa/detalle/468622.html>

La información expresada por la Consejería en el periodo de consultas es la siguiente:

«Problemas que se pretenden solucionar:

El marco normativo autonómico descrito no se ha podido adaptar a los cambios sociales producidos en los últimos años para adecuarse al nuevo contexto económico-social.

En este sentido, el transcurso del tiempo desde la entrada en vigor de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía ha originado que el fenómeno turístico requiera ser abordado desde su realidad actual, con la consecuente adaptación de la normativa que le resulta aplicable. Si bien se trata de una ley relativamente reciente, las diferentes tendencias de viajes y las nuevas formas de alojamiento o consumo **demandan una normativa más flexible y permeable al cambio, que contemple al turismo como vector transversal con incidencia en la ordenación territorial y urbanística y que facilite la simplificación de su desarrollo reglamentario.** De igual modo, las nuevas formas de cogobernanza determinan la necesidad de revisar los actuales órganos colegiados de coordinación administrativa y participación social.

A la vista de la incidencia del turismo en la economía y en la sociedad, se impone la necesidad de contar con un adecuado marco legal que venga a dar respuesta a las necesidades que se plantean desde las diferentes administraciones públicas, los agentes turísticos y la sociedad en general para que el turismo siga siendo un elemento clave en el éxito de la estabilidad económica y en la atracción de la inversión en la Comunidad Autónoma, y todo ello con pleno respeto a la sostenibilidad social y medioambiental.

Necesidad y oportunidad de su aprobación:

Los criterios de oportunidad para iniciar la tramitación de una nueva Ley del Turismo de Andalucía no son otros que conseguir mantener el posicionamiento competitivo de Andalucía como destino. La revisión permanente del modelo turístico, de las fórmulas tradicionales de gestión y de la normativa que lo sustenta, hacen necesaria una norma innovadora capaz de adaptarse a la realidad imperante y que garantice tanto la sostenibilidad del modelo turístico a largo plazo, como la calidad, competitividad y dignificación de la industria turística. Igualmente, resulta imprescindible impulsar nuevas estrategias que pongan en valor el retorno positivo del turismo andaluz, tanto de su reconocimiento e imagen como de sus beneficios sobre la calidad de vida y prosperidad de los ciudadanos, y definir los medios para contrarrestar efectos e impactos no deseados y evitar posibles tensiones sobre el territorio, en especial en las grandes ciudades, para su óptimo y proporcionado desarrollo.

Objetivos de la norma:

Avanzar hacia un turismo que aporte mayor valor añadido tanto en términos económicos como sociales, centrado en la calidad de experiencias y en el impacto cultural, innovación para lograr la diferenciación a partir de productos y proyectos, la digitalización del tejido turístico empresarial y el intercambio e interoperabilidad de datos entre autoridades públicas y operadores privados, y la búsqueda del prestigio de las personas que trabajan en el sector. En definitiva, poner el foco en la consecución de un modelo de gobernanza de un Turismo esencialmente sostenible, que demanda una eficaz coordinación y cooperación interadministrativa, atendiendo de modo específico a la seguridad jurídica en la práctica de la actividad turística, agilizando los trámites administrativos en el seno de la Administración; lograr un turismo sostenible y circular, reflejando las nuevas tendencias y los diversos productos turísticos, tradicionales y emergentes, en la con las diversas Estrategias de la Unión Europea en materia de turismo sostenible y, especialmente, en consonancia con la Agenda Europea para el Turismo 2030, y el Nuevo Plan de Acción para la Economía Circular».

III. MARCO COMPARATIVO DE LEYES DE TURISMO AUTONÓMICAS.

La vigente Ley de Turismo de Andalucía fue promulgada el 23 de diciembre de 2011, entrando en vigor el 31 de enero de 2012. Por lo que se trata en términos generales de una norma no muy antigua, recién cumplidos 13 años de vigencia.

En el marco comparativo autonómico solo encontramos 3 leyes autonómicas de turismo sustancialmente más novedosas:

- Decreto Legislativo 1/2016, de 26 de julio, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Turismo de Aragón;
- Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana y
- Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo del País Vasco.

Muy próximas en el tiempo a la Andaluza podemos considerar a las siguientes:

- Ley 12/2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la Región de Murcia.
- Ley 7/2011, de 27 de octubre, del Turismo de Galicia.
- Ley 8/2012, de 19 de julio, del Turismo de las Illes Balears.
- Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León
- Ley 2/2011, de 31 de enero, de Desarrollo y Modernización del Turismo de Extremadura

En el otro lado tenemos 8 Legislaciones autonómicas que tienen más de 20 años de vigencia:

- Ley 7/2001, de 22 de junio, de Turismo del Principado de Asturias
- Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias
- Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria
- Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha
- Ley 13/2002, de 21 de junio, de Turismo de Cataluña

- Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid
- Ley Foral 7/2003, de 14 de febrero, de Turismo de Navarra.
- Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de La Rioja

En la mayoría de los casos la normativa ha sido objeto de importantes modificaciones. En el caso de la normativa Andaluza ha sido modificada en 5 ocasiones, la última en diciembre de 2021.

La norma canaria que es la más antigua de las vigentes ha sufrido nada menos que 11 modificaciones, la última en octubre de 2020. Y la norma Balear que es casi coetánea de la Andaluza ha sido objeto de 23 modificaciones que han afectado a buena parte de su texto inicial.

En los siguientes apartados traeremos a colación algunas de las leyes autonómicas para hacer referencia a la forma en que se regulan determinados aspectos que pudieran considerarse novedosos y útiles para la nueva Ley de Turismo de Andalucía.

IV. PROPUESTAS ESTRATEGICAS PARA LA NUEVA LEY DE TURISMO DE ANDALUCÍA.

Pese a que la actual Ley Andaluza de Turismo no resulta en términos generales excesivamente longeva, en los más de 12 años de su vigencia el sector turístico ha evolucionado enormemente y han surgido importantísimos cambios que motivan la necesidad de abordar la redacción de una nueva norma más allá de las meras modificaciones parciales. Compartimos en este punto el criterio de la Consejería de Turismo.

La vivencia generada por la pandemia del COVID-19 ha supuesto en muchos aspectos un punto de inflexión y un cambio de mentalidad en la población. Estos cambios se notan tanto desde un punto de vista laboral, como en las nuevas demandas de servicios turísticos requeridas por nuestros visitantes. Tras el periodo de confinamiento y las restricciones a los desplazamientos vigentes durante buena parte de la pandemia, el ocio, la conciliación familiar y especialmente los viajes han ascendido en la escala de prioridades de las sociedades occidentales.

Aunque ya se menciona en la vigente normativa de Turismo, la sostenibilidad ha devenido en los últimos años en un elemento clave para el desarrollo de cualquier sector económico y desde luego tiene y debe tener en el futuro una importancia fundamental.

El avance de las nuevas tecnologías que cada día resulta más acelerado y la capacidad del sector para adaptarse y aprovechar sus potencialidades también aparecen como un elemento clave en el Turismo en los próximos años. Automatización de procesos, Inteligencia artificial y robotización son conceptos que deben asimilarse en la industria turística como instrumentos para mejorar la experiencia de nuestros visitantes y para mejorar la eficiencia del sector turístico tanto a nivel privado como público.

Todo esto en un contexto social y geopolítico altamente volátil que requiere una Ley que sea simple, clara y flexible y que sea desarrollada por un reglamento conjunto de Turismo que pueda ser más fácilmente susceptible de modificaciones para adaptarse a los cambios del entorno y a las nuevas realidades.

Partiendo de este contexto se considera necesario incluir como criterios esenciales para la redacción de la nueva Ley del Turismo de Andalucía los siguientes:

1. Simplificación, claridad, flexibilidad y seguridad jurídica.

Establecimiento de un marco normativo mediante una Ley clara y flexible, que ofrezca seguridad jurídica y se limite a los aspectos básicos. De forma que las cuestiones de detalle sean reguladas mediante Reglamento.

2. Sostenibilidad: Social, económica y medioambiental.

Entendida como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones. El aprovechamiento eficiente de recursos naturales cada vez más limitados, como el agua, junto con la conservación del patrimonio cultural e histórico, la restauración de los entornos naturales y costeros, y la búsqueda de un equilibrio armónico entre estos elementos, contribuirá a potenciar el atractivo único, la resiliencia y el desarrollo sostenible de las comunidades locales. Todo ello fortalecerá la sostenibilidad y permitirá al turismo del siglo XXI evolucionar hacia un modelo de transformación regenerativa.

3. Equilibrio Turista-Residente.

El residente, como actor clave, debe asumir un papel cada vez más central en el proceso de toma de decisiones, fomentando, entre otros aspectos, una mayor empatía hacia el sector turístico y fortaleciendo actitudes de acogida positiva hacia los visitantes.

4. Desestacionalización.

Fomentar estrategias que contribuyan a crear atractivos turísticos fuera de los meses de verano en los que históricamente se concentra la llegada de visitantes. Buscar y potenciar nuevas tendencias de mercado como nómadas digitales, turismo de salud y bienestar, eventos deportivos y culturales, MICE, etc.

5. Fomento de la calidad, mejora y renovación de la planta hotelera.

6. Principios de digitalización y automatización de determinados servicios turísticos.

7. Flexibilización de las figuras de establecimientos de alojamientos turísticos.

Evitando excesivas rigideces en la normativa para permitir a las empresas innovar en la creación de nuevos productos e implantar nuevas formas de establecimientos creadas en otros países.

8. Libertad comercial.

9. Gobernanza Turística.

10. Apuesta por la planificación estratégica del Turismo.

V. PROPUESTAS NORMATIVAS PARA INCLUSIÓN EN LA NUEVA LEY DE TURISMO DE ANDALUCÍA.

1. Estructura de la Ley.

- a. La nueva Ley debe establecer un marco claro y flexible, que ofrezca seguridad jurídica y se limite a los aspectos básicos, dejando la regulación de detalle para el desarrollo reglamentario. Esto permitirá en el futuro adaptar la regulación mediante la modificación reglamentaria sin necesidad de alterar la Ley.

2. Disposición Generales.

- a. Establecer el objeto y ámbito de aplicación de la Ley poniendo énfasis en el desarrollo del turismo sostenible de Andalucía, siguiendo la estela de otras normativas autonómicas recientes como la Ley 7/2021, de 1 de diciembre, de Impulso para la sostenibilidad del territorio de Andalucía.
- b. Fijar las definiciones de los conceptos claves en materia de turismo incluyendo, Empresa turística, turista, visitantes, residentes, servicios turísticos, gobernanza turística, destino turísticamente saturado, destino turísticamente maduro, recursos turísticos, sostenibilidad turística, etc.
- c. Finalidades de la Ley. La nueva Ley debe servir para impulsar el turismo en Andalucía sobre la base de los siguientes ejes:
 - i. Sostenibilidad.
 - ii. Calidad.
 - iii. Convivencia turista-residente.
 - iv. Principio de hospitalidad de la sociedad Andaluza con los visitantes y turistas.
 - v. Co-gobernanza.
 - vi. Liderazgo del Turismo en Andalucía a nivel internacional.
 - vii. Innovación.
 - viii. Planificación turística.

- ix. Patrimonio cultural.
- x. Vertebración del Territorio

3. Política turística y Co-gobernanza turística.

- a. La política turística debe tener por objeto el fomento del turismo como actividad económica primordial de Andalucía y motor de otros sectores, fomentando la mejora de la calidad, la competitividad, el liderazgo turístico a nivel internacional, la innovación turística, el equilibrio turista-residente.
- b. La co-gobernanza turística puede definirse como un modelo de gestión colaborativa en el que el ámbito público y privado trabajan de manera conjunta y coordinada para planificar, desarrollar, implementar y supervisar políticas y estrategias relacionadas con el turismo en un territorio. Este enfoque busca generar un equilibrio entre los intereses económicos, sociales, culturales y ambientales, promoviendo un turismo sostenible y beneficioso para todas las partes involucradas.
- c. La actual Ley Turismo Andaluz establece como único mecanismo de Co-gobernanza el Consejo Andaluz de Turismo. Sin embargo, este organismo se ha mostrado excesivamente rígido en su funcionamiento. A este respecto, se considera más ágil la creación de dos niveles de cooperación público-privada de gobernanza turística:
 - i. Un nivel más amplio que incluya Administración, Asociación Empresarial (CEA), Sindicatos, Organizaciones de Consumidores. Con funciones más de consulta, sin funciones ejecutivos y reuniones semestrales. Su organización y régimen de funcionamiento podrían ser similares a las del actual Consejo Andaluz de Turismo, conforme al Decreto 232/2013, de 3 de diciembre, que regula la organización y el régimen de funcionamiento del Consejo Andaluz de Turismo.
 - ii. Un segundo nivel de carácter más restringido con capacidad ejecutiva y de toma de decisiones formado únicamente por Administración y Asociación Empresarial (a través del Consejo de Turismo de la CEA). La necesidad de contar con un órgano de co-

gobernanza turística de mayor agilidad se ha hecho patente en los últimos años y entendemos que lo será aún más en el futuro con el objeto de adoptar con fluidez decisiones en un contexto de monitorización en tiempo real de los movimientos turísticos.

- d. **Observatorio para la sostenibilidad turística local.** Este Organismo del que ya se ha anunciado su creación debe servir para analizar datos de niveles de saturación por zonas, métricas, estacionalidad, etc. A partir de esos datos se podrán adoptar decisiones en materia turística. Este observatorio deberá servirse de las nuevas tecnologías para crear herramientas que permitan el seguimiento en tiempo real de los movimientos turísticos. A partir del conocimiento preciso de los datos podrán elaborarse informes y recomendaciones.
- e. Revisión de los Patronatos Provinciales de Turismo. En el ámbito provincial de cada Diputación vienen desempeñando un papel relevante los patronatos provinciales de Turismo. Si bien, estos organismos carecen de acogimiento en la Legislación de Turismo y se ha observado falta de homogeneidad y relevancia en los diferentes patronatos provinciales. Entendemos que la nueva Ley debe aprovechar estas estructuras existentes regulando de forma clara los patronatos y asignándoles funciones y competencias precisas que contribuyan a la mejor gobernanza turística con una visión provincial.
- f. Igualmente debe reconocerse en la Ley la existencia y funciones de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A.

4. **Ordenación y planificación del turismo y los destinos turísticos.**

- a. La actual regulación de los instrumentos de planificación turística establece un gran número de planes que tienen un encaje muchas veces difícil con los propios planes de ordenación urbanística o de ordenación territorial: Plan General del Turismo, Marcos Estratégicos para la Ordenación de los Recursos y las Actividades Turísticas, Programas de Recualificación de destinos, Planes Turísticos de Grandes Ciudades, Programas de Turismos Específicos.

- b. Entendemos que debe establecerse un marco más simplificado de instrumentos de planificación turística configurándose como planes con incidencia en la ordenación del territorio de acuerdo con el capítulo III del Título III de la Ley 7/2021, de 1 de diciembre, de impulso a la sostenibilidad del territorio de Andalucía (en adelante, LISTA).
- c. La aprobación de estos planes debe permitir el desarrollo de actuaciones mediante los sistemas de actuación propios de la ordenación urbanística determinando las fuentes de financiación para la ejecución de las actuaciones previstas y los plazos de ejecución, siendo vinculantes para los planes de ordenación urbanística.
- d. Así mismo, debe otorgarse una mayor importancia al turismo en los Planes de Ordenación del Territorio (Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía y Planes de Ordenación del Territorio de Ámbito Subregional), considerando el turismo como un elemento multisectorial vertebrador del territorio que requiere una atención especial.

5. Equilibrio turista-residente.

- a. Es preciso establecer medidas para visibilizar en los residentes los efectos positivos del turismo en la economía, el empleo, la dinamización de entornos, la difusión cultural, etc. La Administración debe coordinar con los actores empresariales la transmisión de este mensaje a la ciudadanía exponiendo la realidad turística y sus efectos positivos.
- b. El recién creado **observatorio para la sostenibilidad turística** local puede constituirse en el organismo encargado de la medición en tiempo real de los niveles de saturación turística en cada municipio. Deberá establecerse mediante desarrollo reglamentario un sistema de medición claro que establezca los parámetros a cuantificar y los métodos que sean iguales para todos los municipios de forma que puedan obtenerse resultados comparativos.
- c. La **herramienta de medición de la saturación turístico** debe servir para adoptar medidas que palien las posibles externalidades negativas de la actividad, tales como la mejora de las infraestructuras y servicios municipales. Las Administraciones deberán planificar inversiones sobre los destinos con mayor carga turística con el objeto de mejorar la calidad

del destino turístico y adaptar las infraestructuras urbanísticas. Estas inversiones deben suponer igualmente una mejora los servicios a los residentes permanentes.

- d. Los **indicadores de saturación turística** deben servir como base para la aprobación de Planes de rehabilitación, renovación y mejora de las infraestructuras en zonas turísticamente saturadas y/o maduras y creación de nuevos recursos turísticos. La ejecución de las medidas previstas en estos planes debe contar con financiación y subvenciones prioritarias de la Junta de Andalucía y los municipios afectados atendiendo a los mayores ingresos para la Administración que el turismo genera en estas zonas (vid. en términos similares art. 76 de la Ley de Turismo de Baleares).

De conformidad con los artículos 48 y 49 de la Ley 7/2021, de 1 de diciembre, de impulso para la sostenibilidad del territorio de Andalucía, estos planes tendrán la consideración de planes con incidencia en la ordenación del territorio.

- e. Al objeto de fomentar las inversiones públicas en zonas de alta carga turística, se propone la creación del distintivo de “**municipio turísticamente sostenible**” para aquellos municipios que cumplan determinados parámetros de inversiones en mejora de zonas turísticas degradadas, mejoras de infraestructuras, creación y mejora de recursos turísticos, generación de atractivos turísticos fuera de los meses de temporada alta turística y otras medidas para evitar la estacionalidad (eventos culturales, musicales, congresos, etc.), creación de espacios de atractivo turístico en zonas alejadas de las habitualmente saturadas, programas de reversión de los beneficios turísticos en los residentes, etc. El reconocimiento de este distintivo debe llevar aparejada prioridad en la obtención de financiación autonómica y las actuaciones que se realicen de mejoras para los residentes deberán ser visibilizadas.

6. Sobre el régimen de establecimientos turísticos.

- a. Establecer un principio de flexibilización del sistema de clasificación por puntos para permitir a los establecimientos adaptarse a las nuevas realidades presentes y futuras y a los criterios de sostenibilidad. Este principio deberá inspirar la modificación futura del Reglamento de

Establecimientos de Alojamientos turísticos para permitir alcanzar las diferentes categorías en función de criterios modulables prescindiendo en su mayor parte de los criterios obligatorios.

- b. Profundizar en la regulación de hoteles especializados en determinados segmentos (Senior, Adultos, LGTBI, MICE, etc.) flexibilizando requisitos de clasificación por puntos en función de la especialización.

Se ha mostrado que los requisitos obligatorios en función de cada categoría de establecimientos perjudican la adaptación especializada pormenorizada de determinados establecimientos. La Ley debe generar un marco flexible que reconozca la singularidad de establecimientos hoteleros especializados en determinados segmentos de mercado existentes y que puedan surgir en el futuro, considerando que debe poder configurarse requisitos diferenciados para estos dado que no será lo mismo lo que demande un establecimiento enfocado al turismo senior o de bienestar y salud, que otro enfocado al turismo LGTBI, o al turismo de congresos.

- c. Así mismo la normativa debe buscar el cauce para permitir el uso de etiquetas comerciales internacionalmente reconocidas tales como “LGTBI only” o “adults only” que vienen empleándose en otros países desde hace años y que sin ir más lejos se emplean sin problemas legales en otras Comunidades Autónomas.

7. Principio de unidad de explotación y establecimientos de alojamiento turístico en régimen de propiedad horizontal.

- a. La mayoría de las leyes de turismo de las Comunidades Autónomas establecen el principio de unidad de explotación de los establecimientos de alojamiento turístico, incluida la actual Ley Andaluza de Turismo en su artículo 41, definiéndolo como «la afectación a la prestación del servicio de alojamiento turístico de la totalidad de las unidades de alojamiento integrantes de la edificación, o parte independiente y homogénea de la misma, ocupada por cada establecimiento, siendo ejercida la gestión del conjunto por una única empresa titular».
- b. El principio de unidad de explotación no ha generado problemática salvo en los supuestos de establecimientos en régimen de propiedad

horizontal. La Ley actual establece una serie de cautelas en su artículo 42 para garantizar la unidad de explotación en los establecimientos en régimen de propiedad horizontal, entre estos:

- i. Afección registral de uso turístico sobre cada unidad de alojamiento.
 - ii. Afección registral de cesión del uso de forma permanente a la empresa explotadora.
 - iii. Compromiso de todos los propietarios de que el inmueble en su conjunto, incluyendo las zonas comunes y todas las unidades de alojamiento, sea gestionado por una única empresa explotadora, mediante la suscripción del correspondiente contrato cuya vigencia no será inferior a diez años.
 - iv. Prohibición de uso residencial de las unidades de alojamiento.
 - v. Obligaciones de información a terceros adquirentes de unidades de alojamiento sobre la afección turística.
- c. Así mismo, el artículo 18.1 recoge el principio de mantenimiento del uso turístico para el establecimiento y todas las unidades de alojamiento.
- d. Sin embargo, la realidad ha mostrado que la normativa deja determinados supuestos sin regulación específica. Es el caso de la situación que se produce cuando al vencimiento de los contratos de 10 años de cesión de la explotación una minoría de los propietarios no quieren suscribir nuevo acuerdo de cesión de la explotación, quedando el establecimiento y la explotadora en una situación indeterminada.

De una parte, el establecimiento no puede destinarse a otro uso porque así lo establece el artículo 18 de la actual Ley de Turismo. Pero tampoco queda claro en qué situación queda la explotadora y el establecimiento en relación con el cumplimiento del principio de unidad de explotación.

La Ley de Turismo en todo su articulado emana un principio de mantenimiento del uso turístico. Sin embargo, no existen mecanismos claros a entablar por la Administración para garantizar este mantenimiento del uso turístico.

Desde luego se entiende que lo dispuesto en el artículo 18.1 y en el artículo 42.2. tiene por objeto garantizar que todos los propietarios mantengan la unidad de explotación en una única explotadora.

Así, entendemos que debe articularse un mecanismo que posibilite medidas efectivas para hacer cumplir al propietario la afección legal de uso turístico de las unidades de alojamiento.

Entre estas medidas, podría ser útil crear un organismo de autónomo de arbitraje que resuelvan conflictos entre explotadora y propietarios en caso de desavenencias para cumplir contratos o renovarlos. Los propietarios de unidades de alojamiento en establecimientos en régimen de propiedad horizontal y las empresas explotadoras deberían someterse obligatoriamente a este organismo y asumir sus decisiones, incluidas el establecimiento de condiciones para la renovación de contratos de cesión de la explotación.

8. Regulación sobre las viviendas de uso turístico.

- d. En relación con las Viviendas de Uso turístico, vista las externalidades relevantes que están provocando, entendemos que debe seguirse la estela iniciada por otras regulaciones, tanto a nivel estatal (legislación Balear y Catalana), europeo (Alemania, Países Bajos, Francia) e internacional (ciudad de Nueva York) e invertir el sistema de libre inscripción de viviendas de uso turístico, para permitir la únicamente nuevas viviendas de uso turístico en zonas que previamente se hayan declarado aptas conforme al procedimiento que se establezca legal o reglamentariamente³.

Así mismo, entendemos que las licencias futuras que se otorguen deberán estar sujetas a un plazo de vigencia de 5 años desde la aprobación de la nueva Ley, transcurrido el cual las inscripciones deberán ser sometidas a un procedimiento de renovación supeditada a la

³ En esta línea en Berlín se aprobó una norma la «Gesetz über das Verbot der Zweckentfremdung on Wohnraum» que se traduciría como «Ley de Prohibición de la apropiación indebida de viviendas» que estipula que el uso de una vivienda para un uso distinto si el espacio habitable se emplea para un uso distinto al puramente residencial. En particular, si el espacio habitable “se utiliza con fines de alquiler repetido medido por días o semanas como casa de vacaciones o alojamiento para extranjeros, en particular para el alquiler de locales comerciales o el establecimiento de lugares para dormir”. Esta norma establece importantes. restricciones al alquiler turístico de viviendas.

situación de la zona en la que se ubiquen. Pudiendo quedar sin efecto en caso de no renovación.

- e. En los supuestos en los que se permita la inscripción de nuevas viviendas de uso turístico en inmuebles que tuvieran calificación residencial, debe analizarse la posibilidad de establecer el pago al propietario de una prestación económica compensatoria por la detracción del parque de vivienda.

En este sentido ha regulado la Asamblea Francesa. El artículo L631-7 del Código de la Construcción y de la Vivienda Francesa establece que:

«El alcalde del municipio en el que esté ubicado el inmueble concederá la autorización previa de cambio de uso, previo dictamen, en París, Marsella y Lyon, del alcalde de distrito de que se trate. Dicha autorización podrá estar supeditada a una compensación consistente en la transformación simultánea en inmueble destinado a vivienda de un inmueble que tenga otro uso.

La autorización de cambio de uso se concederá a título personal. Dejará de surtir efectos en el momento en el que el beneficiario ponga fin con carácter definitivo a su actividad profesional por cualquier motivo. Sin embargo, cuando la autorización esté supeditada a una compensación, la autorización estará vinculada al inmueble y no a la persona. Los inmuebles que se ofrezcan como compensación figurarán en la autorización que se publicará o inscribirá en el Registro de la Propiedad.

El uso de los inmuebles definidos en el artículo L. 631-7 no se verá afectado en ningún caso por la prescripción de treinta años prevista en el artículo 2227 del Código Civil.

A efectos de la aplicación del artículo L. 631-7, la junta municipal establecerá, mediante acuerdo, las condiciones de concesión de las autorizaciones y de determinación de las compensaciones por barrio y, en su caso, por distrito, a la luz de los objetivos de diversidad social, en función, en particular, de las características de los mercados de la vivienda y de la necesidad de no agravar la escasez de vivienda. [...]»

Dicha regulación junto con otra normativa en el mismo sentido ha sido avalada por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en su Sentencia

de 22 de septiembre de 2020 (asuntos acumulados C-724/18 y C-727/18), que ha declarado lo siguiente:

«Habida cuenta de las anteriores consideraciones, procede responder a las cuestiones prejudiciales tercera y cuarta que el artículo 9, apartado 1, letras b) y c), de la Directiva 2006/123 debe interpretarse en el sentido de que una normativa nacional que, en aras de garantizar una oferta suficiente de viviendas destinadas al arrendamiento de larga duración a precios asequibles, somete determinadas actividades de arrendamiento a cambio de una remuneración de inmuebles amueblados destinados a vivienda a clientes de paso que no fijan en ellos su domicilio, efectuadas de forma reiterada y durante breves períodos de tiempo, a un régimen de autorización previa aplicable en determinados municipios en los que la tensión sobre los arrendamientos es particularmente acusada está justificada por una razón imperiosa de interés general como la lucha contra la escasez de viviendas destinadas al arrendamiento y es proporcionada al objetivo perseguido, dado que este no puede alcanzarse con una medida menos restrictiva, en particular porque un control a posteriori se produciría demasiado tarde para ser realmente eficaz».

9. Vinculación al uso turístico de los suelos y establecimientos.

- a. El actual artículo 18.3 de la Ley de Turismo de Andalucía establece la congelación del uso turístico de los establecimientos turísticos. Esto ha dificultado en algunos casos reconvertir edificios en los que había cesado la actividad turística por diferentes motivos. Entendemos que sería más conveniente que la normativa turística eliminara esta restricción dejando esta cuestión al ámbito puramente urbanístico. O inclusive, considerando la escasez de suelo para vivienda residencial sería plausible establecer la posibilidad de destinar a uso residencial las edificaciones que estuvieran calificadas de uso turístico que hayan cesado su actividad.
- b. En relación con lo anterior, debería limitarse la implantación del uso de alojamiento turístico en edificaciones residenciales. Permitiéndolo solo en aquellos casos en los que se proponga un cambio de uso para toda la edificación.

10. Servicios turísticos residenciales.

- a. Las nuevas tendencias turísticas residenciales están ganando mucha relevancia y se trata de un sector que correctamente regulado podría atraer un gran número de turistas de alto poder adquisitivo y por estancias más prolongadas.

El turismo residencial puede ser definido como aquel en el que se ofrezcan los servicios de un establecimiento de alojamiento turístico a los titulares de viviendas o unidades de alojamiento residencial pertenecientes al mismo complejo y que, por su proximidad al establecimiento de alojamiento turístico y por los demás elementos de hecho y de accesibilidad, permiten prestar los servicios ofertados en las mismas condiciones de calidad que se ofrecen en el establecimiento de alojamiento turístico.

Esta modalidad, que viene comercializándose en muchos casos en establecimiento de altísimo lujo como branded residences, ha sido ya regulado en la Ley de Turismo de Baleares.

11. Servicios turísticos de organización de eventos MICE, salud, deportivo, académicos, etc.

- a. Regulación y clasificación como empresas prestadoras de servicios turísticos de las empresas organizadoras de actividades de turismo activo, turismo de salud, ecoturismo. Fomento de la creación de estas empresas que promuevan actividades turísticas en Andalucía especialmente aquellos que promocionen actividades fuera de la temporada alta promoviendo la desestacionalización.

12. Empresas de intermediación y agencias de viajes.

- a. Regulación de las agencias de viajes y las empresas de intermediación conforme a la normativa europea, con especial énfasis en las empresas que organicen viajes combinados.
- b. Establecimiento de mecanismos Autonómicos de garantías para salvaguardar a los turistas en el caso de crisis financieras de las empresas organizadoras (vid. casos Thomas Cook, o más recientemente FTI), al estilo del Fondo Alemán de Garantía de Viajes o similar que gestione las situaciones de insolvencia de estas compañías.

- c. Regulación de las relaciones entre las empresas de intermediación (OTAS) y resto de prestadores de servicios turísticos para garantizar los derechos de todas las partes.

13. Información turística.

- a. Mantenimiento y ampliación de la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía, proponiendo una renovación ofreciendo servicios innovadores mediante acuerdos con empresas privadas (visitas a través de realidad aumentada, etc.).
- b. Regulación de los servicios de guías de turismo de forma que se permita un mayor control del intrusismo y los servicios clandestinos.

14. Desestacionalización.

- a. La nueva ley debe establecer como unos de sus objetivos la desestacionalización, profundizando en las estrategias que reduzcan la estacionalidad promoviendo la creación de nuevos recursos turísticos y promocionando con aportaciones públicas las propuestas empresariales de creación de nuevos recursos turísticos en zonas menos saturadas y en fechas menos congestionadas.
- b. Las medidas para desestacionalizar los destinos requieren en buena medida atraer nuevos segmentos de turistas y promover la creación de una oferta turística con nuevas especializaciones que puedan ser menos sensibles a la estacionalidad tales como turismo senior, turismo de nómadas digitales, turismo de salud y bienestar. El incremento del turismo debe venir por el fomento de estas nuevas propuestas diferenciales que supongan un reclamo para turistas que aporten mayor valor añadido y fuera del concepto de sol y playa.
- c. Creación de planes de atracción del turismo fuera de temporada y de turistas con mayor poder adquisitivo.
- d. Fomento de visitas de ciudades menos conocidas próximas a los grandes puntos de interés turístico.
- e. Fomentar la conectividad entre distintas ciudades y puntos de interés turístico. Vertebración del territorio.

- f. Fomentar el turismo rural y de interior.

15. Fomento de la calidad, mejora y renovación de la planta hotelera.

- a. La atracción de turistas de mayor poder adquisitivo, la creación de una oferta diferencial que atraiga el turismo fuera de temporada y la mejora de la calidad turística requiere la mejora renovación de la planta hotelera e incrementar el porcentaje de establecimientos de categorías superiores.

Como hemos visto más arriba los hoteles de 5 estrellas representan solo el 1,68% y los que alcanzan el calificativo Gran Lujo apenas son el 0,68%.

La renovación de la planta hotelera debe facilitarse mediante la consagración en la nueva Ley del Turismo de las medidas anteriormente recogidas en la Ley 6/2021, de 15 de noviembre, de medidas para la renovación y modernización de los establecimientos de alojamiento turístico⁴.

La vigencia de la Ley 6/2021, de 15 de noviembre, de medidas para la renovación y modernización de los establecimientos de alojamiento turístico, ha permitido a un importante número de establecimientos de alojamiento turístico llevar a cabo obras de renovación y modernización, incrementando la calidad y competitividad del sector.

Sin embargo, los fines perseguidos por la Ley no han podido materializarse en su totalidad debido a diversos factores externos antes expuestos (coyuntura económica, subida de costes de materiales, dificultades de tramitación, etc.).

Aunque la norma fue aprobada en el contexto de la salida de la situación excepcional ocasionada por la pandemia del coronavirus, lo cierto es que sus objetivos van más allá de la coyuntura provocada por tal crisis sanitaria y responden en realidad a una situación estructural del sector.

Según el informe elaborado por Deloitte y San Telmo Business School la edad media de la plaza hotelera en Andalucía se sitúa en torno a 8,6 años

⁴ Anteriormente Decreto-ley 14/2021, de 6 de julio, por el que se disponen medidas de incentivos para la renovación y modernización de los establecimientos de alojamiento turístico

desde su última reforma. Esta media muestra una plaza hotelera en vías de obsolescencia⁵. En ese mismo informe se señala que «Esta edad media muestra una plaza hotelera aún obsoleta, considerando que un hotel se encuentra en estado saludable entre los 0-5 años desde apertura o última reforma», Deloitte estimaba en dicho informe que se necesita una fuerte inversión en bienes de capital (CapEx) de reforma o reposicionamiento facial para mejorar el estado actual del hotel y con ello reducir la mencionada edad media.

Las medidas de incentivos a la edificabilidad y otros parámetros urbanísticos de los establecimientos hoteleros deben servir igualmente para reorientar el segmento de oferta al que van dirigidos fomentando la especialización hacia segmentos con menor estacionalidad.

Otros países del entorno mediterráneo que han sufrido tradicionalmente la estacionalidad del sector turístico han implementado medidas de fomento de renovación y reclasificación de hoteles para combatir la estacionalidad, obteniendo grandes resultados.

Así, en Grecia, un destino turístico con un número de visitantes similar a Andalucía, el número de hoteles de 5 estrellas ronda los 600, mientras que en Andalucía cuenta con 66 (sumando hoteles 5* y 5* gran lujo). Por otra parte, según los datos del Ministerio de Turismo de Turquía el número de llegadas de visitantes a hoteles de 5 estrellas suponía en 2019 más del 50% respecto del total.

En Croacia el número de hoteles de 5 estrellas ronda los 800 pese a que el número de visitantes que recibió en 2023 es muy inferior al de Andalucía (20,6 millones de Croacia, frente a más de 34 millones en Andalucía).

En el ámbito estatal el derecho autonómico comparado pone de manifiesto que tales medidas podrían incorporarse a la legislación turística. Así ocurrió con:

- La Disposición Adicional Primera de la ley 12/2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la Región de Murcia (LTM). Tal

⁵ <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/finance/articles/inversion-hotelera-en-andalucia.html>

Disposición, todavía vigente, lleva por título “Incentivo de edificabilidad para la renovación hotelera”.

- La Disposición Adicional Cuarta de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Islas Baleares, que fue sustituida posteriormente por otras normas.

Según diferentes publicaciones, la entrada en vigor de la disposición adicional cuarta de la Ley 8/2012, de 19 de junio, de Turismo de las Islas Baleares, generó una inversión total superior a los 1.800 millones de euros y la creación de más de 7.500 puestos de trabajo sólo en el sector del alojamiento. Con arreglo a esta norma, además, más de 200 establecimientos hoteleros subieron de categoría.

En la misma línea la Ley 2/2013, de 29 de mayo, de renovación y modernización turística de Canarias, ha establecido de forma indefinida incentivos legales a la renovación o implantación de hoteles de alta calidad.

E igualmente en Murcia mediante la Ley 10/2018, de 9 de noviembre, de Aceleración de la Transformación del Modelo Económico Regional para la Generación de Empleo Estable de Calidad se añadió una disposición adicional primera a la Ley 12/2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la Región de Murcia, en virtud de la cual se incentiva la renovación hotelera permitiendo incremento de edificabilidades, sin que tampoco en este caso se establezcan plazos máximos de aplicación.

Dicha DA Primera fue enjuiciada por el Tribunal Constitucional y considerada acorde con el bloque de la constitucionalidad en virtud de la Sentencia 161/2019, de 12 de diciembre. Afirmó el TC en relación con tal disposición que «la norma persigue un objetivo sectorial en materia de turismo que se inserta en las competencias autonómicas [art. 10.1 n) del Estatuto de Autonomía], ya que tiene como objetivo potenciar la calidad de los establecimientos turísticos, facilitando la renovación, modernización, ampliación o sustitución de los alojamientos existentes, procurando que ostenten una determinada clasificación turística, la de tres estrellas o superior».

El artículo 10.1.n del Estatuto de Autonomía de Murcia es equivalente al artículo 71 del Estatuto de Autonomía de Andalucía aprobado por Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo.

16. Digitalización y automatización.

- a. Las nuevas tecnologías presentan importantes oportunidades para la mejora de los servicios turísticos por parte de los operadores. Los últimos avances en materia de digitalización, robotización e inteligencia artificial deben ser factores que permitan la diferenciación y mejora de la oferta turística, posibilitando la creación de nuevas experiencias en los destinos. Así mismo, estas tecnologías suponen nuevas oportunidades para la operativa de los establecimientos de alojamiento turístico.

Los poderes públicos deben garantizar que los sectores públicos y privados puedan aprovechar estas nuevas realidades para posicionarse estratégicamente en el sector aprovechando sus ventajas.

La propia Junta de Andalucía ha iniciado este camino con la aprobación del anteproyecto de la Ley Andalucía Digital entre cuyos objetivos se encuentra impulsar la transformación y capacitación digital de las empresas.

La nueva Ley del Turismo debe tener una visión de futuro y posibilitar que las empresas aprovechen todas las potencialidades que generan y pueden generar en el futuro estas nuevas tecnologías: recepción y check-in mediante sistemas automatizados, servicios prestados por robots, atención con inteligencia artificial, etc. Algunas de estos puntos que parecían ciencia ficción hace algunos años ya no lo parecen tanto y en unos años serán una realidad.

17. Creación de un organismo de unificación de criterios en materia de interpretación de la normativa turística.

- a. Se ha detectado la existencia de criterios dispares en la aplicación de la normativa turística por parte de las distintas Delegaciones Territoriales de cada provincia. Sería preciso establecer un organismo independiente a nivel autonómico que pudiera servir para unificar los criterios de las distintas Delegaciones Territoriales y al que pudieran recurrir las

empresas en casos de discrepancia en la aplicación e interpretación de la norma que fuera ágil en la resolución, sin perjuicio de los posibles recursos en vía judicial frente a las resoluciones que este acordase.

18. Actualización del Régimen de inspección turística.

- a. La regulación actual de la función inspectora de las actividades turísticas se ha mostrado ineficaz en lo que se refiere a la inspección y control de la actividad turística clandestina.

La actividad inspectora se ha centrado, por su mayor facilidad, en la inspección de los establecimientos reglados e inscritos en el Registro de Turismo. Pero ha resultado prácticamente inexistente en la inspección y control de lo clandestino.

Para solventar este déficit deben crearse **herramientas para la verificación semi automática del incumplimiento de la normativa turística** y detección de actividad clandestina mediante el uso del big data y la inteligencia artificial.

- b. Debe aprovecharse la próxima entrada en vigor del Reglamento (UE) 2024/1028 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024, sobre la recogida y el intercambio de datos relativos a los servicios de alquiler de alojamientos de corta duración y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2018/1724. Este Reglamento y el desarrollo nacional a través del Real Decreto 1312/2024, de 23 de diciembre, por el que se regula el procedimiento de Registro Único de Arrendamientos y se crea la Ventanilla Única Digital de Arrendamientos para la recogida y el intercambio de datos relativos a los servicios de alquiler de alojamientos de corta duración, debe permitir la eliminación rápida de aquellos anuncios de servicios que no cumplan la normativa.
- c. Así mismo, parece adecuado después de tantos años actualizar las cuantías de las multas por la comisión de infracciones en materia de turismo, especialmente respecto de las actividades clandestinas que pueden dañar gravemente la imagen del turismo en Andalucía.

19. Desarrollo reglamentario.

- a. Como hemos señalado previamente consideramos que la nueva Ley debe establecer un marco claro y flexible, que ofrezca seguridad jurídica y se limite a los aspectos básicos, dejando la regulación de detalle para el desarrollo reglamentario. Esto permitirá en el futuro adaptar la regulación mediante la modificación reglamentaria sin necesidad de alterar la Ley.
- b. Siendo esto así la Ley debe fijar un plazo no demasiado extenso para la aprobación de su desarrollo reglamentario. En este sentido, un plazo de 6 meses parece que sería adecuado para abordar el dialogo con los sectores implicados y aprobar la normativa de desarrollo.
- c. El desarrollo reglamentario debería agruparse en un menor número de textos legales para facilitar la aplicación de la normativa y para una mayor coherencia interna.

VI. BIBLIOGRAFÍA

1. Últimos datos turísticos en Andalucía 2024. Disponible en: https://multimedia.andalucia.org/saeta/ultimos-datos_nov24.pdf
2. Informe de coyuntura Hotelera abril 2024. Disponible en: https://multimedia.andalucia.org/saeta/imchot_abr24.pdf
3. Balance del Año Turístico en Andalucía Año 2023. Disponible en: https://multimedia.andalucia.org/saeta/bata_23.pdf
4. Percepción de los Residentes hacia el Turismo en Andalucía año 2023. Disponible en https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2024-05/percepcion-residentes_completo.pdf
5. Manifiesto Turismo Bien Exceltur. Disponible en: https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2024/07/240703_Nota-de-Prensa-presentacion-Manifiesto-Turismo-Bien.pdf
6. SOLA TEYSSSIERE, J. *La ordenación del turismo y sus relaciones con la legislación de ordenación del territorio, del urbanismo y de la protección del medio ambiente.*
7. Monitor de Competitividad turística de los destinos urbanos españoles. Marzo 2023. Exceltur. Disponible en: https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2023/03/EXCELTUR-UrbantUR22_informe-completo.pdf
8. El turisme a les Illes Balears Anuari 2023. Agencia de Estrategia Turística de Baleares. Disponible en [file:///C:/Users/Adri%C3%A1n%20Robles/Downloads/2024_Anuari_2023%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Adri%C3%A1n%20Robles/Downloads/2024_Anuari_2023%20(1).pdf)
9. Barómetro de la rentabilidad de los destinos turísticos Españoles Balance 2023. Exceltur. Disponible en: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2024/02/Barometro-de-la-Rentabilidad-Balance-2023.pdf>
10. Situación de Andalucía. BBVA Research. Noviembre 2024. Disponible en: <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/espana-situacion-andalucia-segundo-semester-2024/>

11. Estudio sobre la aportación de las empresas turísticas a la economía andaluza. CEA en colaboración con la Universidad Loyola Andalucía. Disponible en: https://www.cea.es/wp-content/uploads/2024/03/Estudio_Aportacion_Empresas_turistica_economia.pdf
12. La economía del Turismo en Andalucía 2023. Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. Disponible en: https://www.juntadeandalucia.es/ctrjal/publicaciones/estadisticas/143460095_2023.pdf
13. PAREJA ALFONSO, L. y LAFUENTE LUENGO, J.A. El nuevo urbanismo productivo. Ed. Wolter Kluwer 2021.
14. GOSÁLBEZ PEQUEÑO, H. Y BUENO ARMIJO, A. Desregulación y regulación en la economía colaborativa en la actividad turística y las actividades con incidencia turística. Ed. Aranzadi 2023.
15. Exceltur. 2018. Informe sobre el empleo en el sector turístico español. Disponible en: <https://www.exceltur.org/wpcontent/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf>.
16. Exceltur. 2022. Estudio ReviTUR. Principales evidencias de los efectos del resurgir de las viviendas turísticas en las ciudades españolas y recomendaciones para su tratamiento. Disponible en: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2022/11/ReviTUR-EXCELTUR-Documento-completo-221122.pdf>
17. Exceltur. 2023^a. Políticas de transporte y turismo. Conectividad inteligente para favorecer los flujos turísticos. Disponible en: <https://www.exceltur.org/transporte-y-turismo>.
18. Exceltur. 2023^b. Atlas de contribución municipal del turismo en España. Disponible en: <https://www.exceltur.org/wpcontent/uploads/2023/05/AtlasMunicipalEspecializacionTuristica.pdf>.

VII. ANEXOS.



Últimos datos turísticos en Andalucía

NOVIEMBRE 2024

Coyuntura turística de Andalucía



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Junta de Andalucía

Andalucía

ÚLTIMOS DATOS TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior

COLECCIÓN

Coyuntura turística de Andalucía

EDITA

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior

Avenida de la Guardia Civil, 1 (Casa Rosa)

Sevilla, 41013

Formulario de contacto: https://junta.deandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/csu-peticion.html?cat_servicio_id=22

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicación electrónica mensual (12 números al año) disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte e indexada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacide/a/bnetcl.cgi?SUBC=02/2107/01>

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

INDICE DE CONTENIDOS

- **Mercados turísticos**

- Total turistas
- Turismo nacional
- Turismo andaluz
- Turismo del resto de España
- Turismo extranjero
- Turismo británico
- Turismo alemán
- Otros mercados

- **Segmentos turísticos**

- Turismo de litoral
- Turismo de interior
- Turismo de cruceros
- Turismo de ciudad
- Turismo cultural

- **Datos provinciales**

- Turismo en Almería
- Turismo en Cádiz
- Turismo en Córdoba
- Turismo en Granada
- Turismo en Huelva
- Turismo en Jaén
- Turismo en Málaga
- Turismo en Sevilla

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	1.278.048	3,1%	noviembre - 2024	19.240.865	2,8%	Enero-noviembre - 2024	19.884.585	8,7%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	3.103.039	5,6%	noviembre - 2024	54.186.213	5,1%	Enero-noviembre - 2024	54.208.693	8,1%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	15,5%	0,0	noviembre - 2024	15,7%	0,0	Enero-noviembre - 2024	15,6%	0,0	Año 2023
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces	1.194.523	10,4%	noviembre - 2024	17.116.547	11,7%	Enero-noviembre - 2024	16.525.841	19,4%	Año 2023
Número de turistas (millones)	12,6	4,1%	3º Trim 2024	28,9	5,8%	Enero-septiembre - 2024	34,3	11,0%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	8,3	0,3	3º Trim 2024	6,8	0,2	Enero-septiembre - 2024	6,2	-0,2	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	84,71	6,1	3º Trim 2024	82,00	4,2	Enero-septiembre - 2024	77,80	5,2	Año 2023

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO EN ANDALUCÍA			
AÑO 2023			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	50,9%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,6
Edad: De 45 a 64 años	30,7%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibido	9,0
De 30 a 44 años	30,8%	- Paisajes y Parques Naturales y Patrimonio Cultural	8,9
Situación laboral: Ocupado	69,7%	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	52,6%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Procedencia: Españoles	65,8%	Se estima que Andalucía ha recibido un total de 34,3 millones de turistas, lo que respecto al año 2022 supone un crecimiento del +11,0%. La recuperación permite superar ya en un +5,4% la cifra pre-pandemia (32,5 millones de turistas en 2019) y alcanzar la cifra más elevada de turistas desde que se tienen registros.	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	35,2%		
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	66,1%		
Principal medio de transporte: Coche	48,0%	Por mercados, destacar el buen comportamiento tanto del nacional como del extranjero. De hecho, han registrado crecimientos respecto a las cifras de 2022 (+6,3% y +21,3%, respectivamente), si bien la comparativa con los registros de 2019 muestra que mientras el mercado nacional ya lleva dos años superando el nivel pre-pandemia, al mercado extranjero aún le queda terreno por recuperar (un millón de turistas menos que 2019).	
Uso de intermediarios:	7,9%		
Uso de Internet:	66,4%		
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	22,7%		
- Visita monumentos	17,3%	En 2023 la estancia del turista en Andalucía se estima en 6,2 días el nivel más bajo de la serie histórica y su gasto medio diario en 77,80 euros el más elevado de la serie.	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	66,9%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	47,8%		
- Compras (excluidas regulares)	36,1%		

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	675.397	0,2%	noviembre - 2024	9.982.336	-3,3%	Enero-noviembre - 2024	11.036.378	0,8%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	1.310.963	2,5%	noviembre - 2024	23.954.589	-0,9%	Enero-noviembre - 2024	25.559.395	-1,2%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	17,2%	-1,2	noviembre - 2024	20,9%	-0,3	Enero-noviembre - 2024	21,0%	-0,6	Año 2023
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces	388.277	5,4%	noviembre - 2024	4.975.966	6,9%	Enero-noviembre - 2024	5.058.694	16,2%	Año 2023
Número de turistas (millones)	8,5	1,6%	3º Trim 2024	18,5	1,9%	Enero-septiembre - 2024	22,6	6,3%	Año 2023
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	67,8%	-1,6	3º Trim 2024	63,9%	-2,5	Enero-septiembre - 2024	65,8%	-2,9	Año 2023
Estancia Media (número de días)	7,4	0,2	3º Trim 2024	5,7	0,1	Enero-septiembre - 2024	5,1	-0,2	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	75,58	4,9	3º Trim 2024	74,05	3,7	Enero-septiembre - 2024	70,10	3,5	Año 2023

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA AÑO 2023

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA
Sexo: Mujer	51,8% Valoración del destino: Escala de 1 a 10
Edad: De 30 a 44 años	28,1% Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibido
De 45 a 64 años	28,2% - Alojamiento, Paisajes y Parques Naturales y Patrimonio Cultural
Situación laboral: Ocupado	67,4% Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	37,1% Se estima que casi 22,6 millones de turistas españoles han visitado la comunidad andaluza en 2023, lo que ha supuesto un crecimiento del +6,3% respecto al año anterior, y se sitúa muy por encima de la cifra del 2019 año pre-Covid (+13,3%). En este contexto, cabe destacar el intenso dinamismo de este emisor ya que por segundo año consecutivo supera el nivel pre-pandemia.
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	60,6%
- Apartamento, casa o chalet	36,7%
Principal medio de transporte: Coche	63,1%
Organización del viaje: Particular	93,6%
Uso de Internet:	63,8%
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	20,7%
- Visita a monumentos	15,9%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	73,9%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	47,6%
- Compras	33,9%

DATOS BÁSICOS TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	335.297	-4,8%	noviembre - 2024	5.098.737	-5,6%	Enero-noviembre - 2024	5.762.981	-0,8%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	597.170	-5,8%	noviembre - 2024	11.020.984	-3,8%	Enero-noviembre - 2024	12.100.857	-1,6%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	19,2%	-2,3	noviembre - 2024	20,3%	-1,9	Enero-noviembre - 2024	22,3%	-2,2	Año 2023
Número de turistas (millones)	4,2	-1,7%	3º Trim 2024	9,4	-1,7%	Enero-septiembre - 2024	12,0	5,0%	Año 2023
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	33,2%	-2,0	3º Trim 2024	32,5%	-2,5	Enero-septiembre - 2024	34,9%	-2,0	Año 2023
Estancia Media (número de días)	6,9	0,0	3º Trim 2024	5,0	0,0	Enero-septiembre - 2024	4,6	-0,2	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	67,59	4,8	3º Trim 2024	68,47	3,8	Enero-septiembre - 2024	64,76	2,7	Año 2023

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA			
AÑO 2023			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	52,4%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,5
Edad: De 30 a 44 años	26,7%	Aspectos mejor valorados: - Paisajes y Parques Naturales y Alojamiento	8,9
De 45 a 64 años	26,8%	- Patrimonio Cultural	8,8
Situación laboral: Ocupado	64,9%	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	66,1%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	35,4%	En el año 2023, Andalucía ha recibido 22,6 millones de turistas nacionales, de los cuales 12,0 millones proceden de Andalucía y 10,6 millones del resto de España. Ambas cifras, no sólo suponen un aumento respecto al pasado año del +5,0% y +7,9%, respectivamente, sino que incrementan la distancia respecto a 2019 (+12,5% y +14,5%, cada uno).	
Principal tipo de alojamiento: - Alojamiento Hotelero	57,4%		
- Apartamento, casa o chalet	40,1%	Andaluces (34,9%) en primer lugar, residentes de otras Comunidades Autónomas españolas (31,0%) y extranjeros (34,2%) conforman la demanda turística de Andalucía.	
Principal medio de transporte: Coche	72,9%		
Organización del viaje: Particular	95,5%	Si se compara con el turista procedente del resto de España, tanto la permanencia en Andalucía como el gasto de bolsillo son inferiores en el turista andaluz, característica distintiva que ha permanecido en el tiempo.	
Uso de Internet:	59,9%		
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	20,7%		
- Precios	16,6%		
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	80,1%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	46,3%		
- Compras (excluidas regulares)	33,1%		

DATOS BÁSICOS TURISMO RESTO ESPAÑA EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	340.100	5,7%	noviembre - 2024	4.883.599	-0,9%	Enero-noviembre - 2024	5.273.397	2,5%	Año 2023
Número de pernотaciones en establecimientos hoteleros	713.793	10,7%	noviembre - 2024	12.933.605	1,7%	Enero-noviembre - 2024	13.458.538	-0,9%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernотaciones en Andalucía)	23,0%	1,1	noviembre - 2024	23,9%	-0,8	Enero-noviembre - 2024	24,8%	-2,3	Año 2023
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de turistas (millones)	4,3	5,1%	3º Trim 2024	9,1	5,8%	Enero-septiembre - 2024	10,6	7,9%	Año 2023
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	34,6%	0,3	3º Trim 2024	31,4%	0,0	Enero-septiembre - 2024	31,0%	-0,9	Año 2023
Estancia Media (número de días)	7,9	0,4	3º Trim 2024	6,4	0,2	Enero-septiembre - 2024	5,7	-0,2	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	83,24	4,4	3º Trim 2024	79,82	3,1	Enero-septiembre - 2024	76,10	4,2	Año 2023

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO RESTO ESPAÑA EN ANDALUCÍA			
AÑO 2023			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	51,1%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,5
Edad: De 30 a 44 años	29,7%	Aspectos mejor valorados: - Paisajes y Parques Naturales, Patrimonio cultural	8,8
De 45 a 64 años	29,7%	- Atención y trato recibido	9,0
Situación laboral: Ocupado	70,2%	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	53,4%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA			
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	38,9%	En el año 2023, Andalucía ha recibido 22,6 millones de turistas nacionales, de los cuales 12,0 millones proceden de Andalucía y 10,6 millones del resto de España. Ambas cifras, no sólo suponen un aumento respecto al pasado año del +5,0% y +7,9%, respectivamente, sino que incrementan la distancia respecto a 2019 (+12,5% y +14,5%, cada uno).	
Principal tipo de alojamiento: - Alojamiento Hotelero	64,1%		
- Apartamento, casa o chalet	32,9%		
Principal medio de transporte: Coche	52,1%	Andaluces (34,9%) en primer lugar, residentes de otras Comunidades Autónomas españolas (31,0%) y extranjeros (34,2%) conforman la demanda turística de Andalucía.	
Organización del viaje: Particular	91,5%		
Uso de Internet:	68,2%		
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	20,6%	Si se compara con el turista procedente de Andalucía, tanto la permanencia en la región como el gasto de bolsillo son superiores en el turista procedente del resto de España, característica distintiva que ha permanecido en el tiempo.	
- Visita a monumentos	18,8%		
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	67,0%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	49,0%		
- Compras (excluida la regulares)	34,8%		

DATOS BÁSICOS TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	602.651	6,6%	noviembre - 2024	9.258.530	10,4%	Enero-noviembre - 2024	8.848.211	20,6%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	1.792.076	7,9%	noviembre - 2024	30.231.625	10,3%	Enero-noviembre - 2024	28.649.297	18,0%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	14,4%	0,7	noviembre - 2024	13,1%	0,3	Enero-noviembre - 2024	12,7%	0,6	Año 2023
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces	806.246	12,9%	noviembre - 2024	12.140.581	13,7%	Enero-noviembre - 2024	11.467.147	20,9%	Año 2023
Número de turistas (millones)	4,0	9,6%	3º Trim 2024	10,4	13,5%	Enero-septiembre - 2024	11,7	21,3%	Año 2023
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	32,2%	1,6	3º Trim 2024	36,1%	2,5	Enero-septiembre - 2024	34,2%	2,9	Año 2023
Estancia Media (número de días)	10,1	0,2	3º Trim 2024	8,8	0,2	Enero-septiembre - 2024	8,4	-0,6	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	103,89	7,4	3º Trim 2024	96,20	3,7	Enero-septiembre - 2024	93,12	7,2	Año 2023

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA			
AÑO 2023			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Hombre	50,8%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,7
Edad: De 30 a 44 años	34,0%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibido	9,1
Situación laboral: Ocupado	74,2%	- Paisajes y parques naturales	9,0
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	38,1%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA			
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	31,5%		
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	76,8%		
Principal medio de transporte: Avión	71,0%		
Uso de intermediarios: Porcentaje	11,0%		
Uso de Internet: Porcentaje	71,4%		
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	26,5%		
- Visita a monumentos	20,0%		
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	53,5%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	48,3%		
- Compras (excluidas regulares)	40,2%		

DATOS BÁSICOS TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	84.543	7,2%	noviembre - 2024	1.493.416	5,5%	Enero-noviembre - 2024	1.477.046	11,5%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	330.365	9,0%	noviembre - 2024	6.663.977	5,1%	Enero-noviembre - 2024	6.558.493	10,8%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	10,6%	0,3	noviembre - 2024	12,3%	0,0	Enero-noviembre - 2024	12,1%	0,3	Año 2023
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	2,6	9,1%	Año 2023
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	7,6%	-0,1	Año 2023
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	7,1	-0,5	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	152,15	18,0	Año 2023

Debido a la crisis sanitaria y, por ello, a la escasa llegada de turistas procedentes del extranjero durante la pandemia, no existían suficientes unidades entrevistadas en la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) de este emisor, por lo que se ha venido utilizando para el análisis del comportamiento de este mercado la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística que proviene de la "Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur" y de la "Encuesta de gasto turístico. Egatur". En 2023, se continúa utilizando estas fuentes para garantizar comparaciones interanuales homogéneas.

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA	
AÑO 2023	
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	33,8%
Motivo principal del viaje: Ocio, recreo y vacaciones	90,6%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	60,9%
Vía de entrada de los turistas: Aeropuerto	96,0%
Organización del viaje: Con paquete turístico	24,7%
	-Aunque Andalucía ha recibido un +9,1% más de turistas británicos que en el año anterior, aún permanece un -13,2% por debajo del nivel de 2019 (con 3 millones de turistas). Tampoco el conjunto de España ha recuperado la cifra de turistas británicos/as pre-pandemia.
	-El emisor británico permanece en la senda del crecimiento, pero lo está haciendo a un ritmo más lento de lo que se esperaba: el empeoramiento de la situación económica del país ha ensombrecido la ansiada recuperación de este emisor en 2023.
	-Reino Unido continúa siendo un año más el principal emisor extranjero para Andalucía: 1 de cada 5 turistas internacionales recibidos en Andalucía en 2023 procedía del Reino Unido. No obstante, en 2023 otros mercados extranjeros han evolucionado mejor que él en el destino andaluz, por lo que su cuota se ha reducido.
	-En 2023, la mayoría de las variables y comportamientos turísticos de este emisor vuelven a niveles más parecidos a los de antes de la pandemia e incluso salen reforzados.
	-El destino andaluz cumple las expectativas del 90,3% del turismo de Reino Unido. Este emisor se siente satisfecho con el entorno y las actividades que ofrece el destino, destacando el alojamiento y la oferta gastronómica como los factores mejor valorados.

DATOS BÁSICOS TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	42.560	7,2%	noviembre - 2024	776.363	7,0%	Enero-noviembre - 2024	750.262	19,0%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	162.390	10,6%	noviembre - 2024	3.408.463	10,0%	Enero-noviembre - 2024	3.186.982	18,5%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	5,2%	0,2	noviembre - 2024	6,3%	0,3	Enero-noviembre - 2024	5,9%	0,5	Año 2023
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	0,4	57,2%	-
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	2,0%	0,4	-
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	10,3	0,0	-
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	100,2	-1,9	-

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA		
2023		
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA COMO DESTINO SEGURO PARA EL TURISMO ALEMÁN	
Estacionalidad: Concentración en el segundo trimestre	29,4%	- Alemania es el cuarto país emisor de turismo para Andalucía.
Motivo principal del viaje: Ocio, recreo y vacaciones	85,2%	- El sol, la diversión y el disfrute para descansar y recuperarse son los principales motivos del turismo alemán
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	65,8%	- El índice de percepción global con respecto al destino español se mantiene en niveles altos
Vía de entrada de los turistas: Aeropuerto	88,1%	- Los viajes combinados vuelven a tener la misma importancia que antes de la pandemia.
Organización del viaje: Con paquete turístico	32,2%	- Mayor interés por los viajes organizados y compra de paquetes turísticos, sobre todo en el área mediterránea.

OTROS MERCADOS	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	% VAR. INTERANUAL	PERIODO	DATOS	% VAR. INTERANUAL	PERIODO	DATOS	% VAR. INTERANUAL	PERIODO
VIAJEROS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE ANDALUCÍA									
Austria	5.353	-5,0%	noviembre - 2024	78.064	12,9%	Enero-noviembre - 2024	72.430	12,4%	Año 2023
Belgica	17.676	2,8%	noviembre - 2024	261.656	2,9%	Enero-noviembre - 2024	266.953	4,9%	Año 2023
Dinamarca	8.722	14,4%	noviembre - 2024	109.800	-4,1%	Enero-noviembre - 2024	119.542	5,6%	Año 2023
Estados Unidos	54.745	20,2%	noviembre - 2024	714.378	17,7%	Enero-noviembre - 2024	646.011	29,8%	Año 2023
Finlandia	9.138	-17,0%	noviembre - 2024	82.429	6,1%	Enero-noviembre - 2024	83.577	33,7%	Año 2023
Francia	43.911	0,7%	noviembre - 2024	860.785	0,3%	Enero-noviembre - 2024	896.965	10,4%	Año 2023
Grecia	2.018	21,2%	noviembre - 2024	24.333	10,2%	Enero-noviembre - 2024	23.606	10,5%	Año 2023
Irlanda	16.207	-4,8%	noviembre - 2024	316.578	12,3%	Enero-noviembre - 2024	294.527	37,3%	Año 2023
Italia	41.086	14,6%	noviembre - 2024	591.728	14,3%	Enero-noviembre - 2024	557.631	29,1%	Año 2023
Japon	7.738	20,5%	noviembre - 2024	80.225	32,9%	Enero-noviembre - 2024	66.484	226,1%	Año 2023
Luxemburgo	945	2,5%	noviembre - 2024	17.327	6,1%	Enero-noviembre - 2024	17.182	19,0%	Año 2023
Noruega	5.467	-10,3%	noviembre - 2024	74.925	-11,3%	Enero-noviembre - 2024	87.628	-9,1%	Año 2023
Países Bajos	28.052	0,7%	noviembre - 2024	457.864	4,4%	Enero-noviembre - 2024	457.313	8,8%	Año 2023
Polonia	13.288	-8,3%	noviembre - 2024	213.201	14,1%	Enero-noviembre - 2024	196.555	38,4%	Año 2023
Portugal	15.802	12,4%	noviembre - 2024	426.084	9,8%	Enero-noviembre - 2024	408.576	11,3%	Año 2023
Republica Checa	3.711	-12,6%	noviembre - 2024	65.565	6,8%	Enero-noviembre - 2024	64.134	9,3%	Año 2023
Rusia	2.204	5,5%	noviembre - 2024	29.478	-6,0%	Enero-noviembre - 2024	34.119	15,2%	Año 2023
Suecia	13.552	-14,6%	noviembre - 2024	141.743	-2,8%	Enero-noviembre - 2024	153.023	9,0%	Año 2023
Suiza	8.782	-12,5%	noviembre - 2024	159.341	5,2%	Enero-noviembre - 2024	158.427	17,4%	Año 2023
PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE ANDALUCÍA									
Austria	16.528	1,8%	noviembre - 2024	229.524	14,3%	Enero-noviembre - 2024	210.342	-0,9%	Año 2023
Belgica	69.071	7,5%	noviembre - 2024	1.052.113	5,2%	Enero-noviembre - 2024	1.045.841	4,3%	Año 2023
Dinamarca	43.784	33,9%	noviembre - 2024	479.226	-3,2%	Enero-noviembre - 2024	515.015	11,1%	Año 2023
Estados Unidos	123.531	20,2%	noviembre - 2024	1.620.110	17,2%	Enero-noviembre - 2024	1.468.591	31,0%	Año 2023
Finlandia	52.644	-43,1%	noviembre - 2024	499.132	22,7%	Enero-noviembre - 2024	465.333	69,3%	Año 2023
Francia	105.904	2,2%	noviembre - 2024	2.406.494	-4,0%	Enero-noviembre - 2024	2.596.019	9,9%	Año 2023
Grecia	4.682	19,8%	noviembre - 2024	54.660	15,5%	Enero-noviembre - 2024	51.491	4,8%	Año 2023
Irlanda	66.053	-4,9%	noviembre - 2024	1.492.601	15,2%	Enero-noviembre - 2024	1.340.527	40,6%	Año 2023
Italia	97.015	24,3%	noviembre - 2024	1.327.122	15,8%	Enero-noviembre - 2024	1.232.945	26,2%	Año 2023
Japon	12.111	26,9%	noviembre - 2024	110.434	28,7%	Enero-noviembre - 2024	94.005	153,6%	Año 2023
Luxemburgo	5.149	45,7%	noviembre - 2024	85.338	16,1%	Enero-noviembre - 2024	78.150	15,4%	Año 2023
Noruega	33.842	-17,1%	noviembre - 2024	341.908	-6,4%	Enero-noviembre - 2024	380.517	-3,3%	Año 2023
Países Bajos	98.044	9,1%	noviembre - 2024	1.731.707	10,5%	Enero-noviembre - 2024	1.627.509	11,3%	Año 2023
Polonia	38.688	4,2%	noviembre - 2024	771.806	17,8%	Enero-noviembre - 2024	678.698	31,8%	Año 2023
Portugal	31.492	12,3%	noviembre - 2024	1.307.107	18,1%	Enero-noviembre - 2024	1.146.422	14,7%	Año 2023
Republica Checa	9.357	-13,3%	noviembre - 2024	253.428	14,4%	Enero-noviembre - 2024	227.583	12,0%	Año 2023
Rusia	5.416	25,1%	noviembre - 2024	69.369	-4,7%	Enero-noviembre - 2024	78.891	15,5%	Año 2023
Suecia	84.745	12,8%	noviembre - 2024	622.959	7,3%	Enero-noviembre - 2024	613.896	12,0%	Año 2023
Suiza	25.026	-2,1%	noviembre - 2024	474.212	7,2%	Enero-noviembre - 2024	460.997	16,6%	Año 2023
PASAJEROS EN AEROPUERTOS DE ANDALUCÍA									
Austria	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bélgica	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dinamarca	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Finlandia	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Francia	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Grecia	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Holanda	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Irlanda	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Italia	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luxemburgo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Noruega	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Polonia	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Portugal	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Checa, Rep.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rusia Fed.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suecia	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suiza	-	-	-	-	-	-	-	-	-

DATOS BÁSICOS TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	505.858	1,3%	noviembre - 2024	10.121.651	1,3%	Enero-noviembre - 2024	10.419.319	7,4%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	238.044	3,2%	noviembre - 2024	5.198.594	-2,3%	Enero-noviembre - 2024	5.557.289	-0,5%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	267.814	-0,4%	noviembre - 2024	4.923.057	5,5%	Enero-noviembre - 2024	4.862.030	18,0%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	1.609.046	2,8%	noviembre - 2024	36.639.545	4,2%	Enero-noviembre - 2024	36.401.751	7,6%	Año 2023
Número de pernoctaciones españolas en establecimientos hoteleros	509.902	3,3%	noviembre - 2024	15.287.550	0,6%	Enero-noviembre - 2024	15.703.149	-2,9%	Año 2023
Número de pernoctaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	1.099.144	2,6%	noviembre - 2024	21.351.995	6,9%	Enero-noviembre - 2024	20.698.602	17,1%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	51,9%	-1,4	noviembre - 2024	67,6%	-0,6	Enero-noviembre - 2024	67,2%	-0,3	Año 2023
Establecimientos hoteleros	818	5,0%	noviembre - 2024	1.049	1,2%	Enero-noviembre - 2024	1.008	5,6%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	114.748	3,5%	noviembre - 2024	173.435	3,1%	Enero-noviembre - 2024	162.189	5,2%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	46,4%	-0,3	noviembre - 2024	61,2%	0,6	Enero-noviembre - 2024	59,5%	1,4	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	17.815	11,8%	noviembre - 2024	28.076	6,5%	Enero-noviembre - 2024	25.374	8,3%	Año 2023
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	19,5	47,8%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	5,4	-0,5	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	66,66	2,4	Año 2023

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA			
AÑO 2023			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		
Sexo: Mujeres	50,6%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,5
Edad: De 30 a 44 años	30,3%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato	9,0
Situación laboral: Ocupado	73,1%	- Alojamiento	9,0
		- Paisajes y parques naturales	8,9
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	55,9%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES		
Procedencia: Españoles	68,4%	- Continúa el predominio del turismo español.	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	40,7%	- La estacionalidad está muy marcada para este segmento, se observa una fuerte concentración en el tercer trimestre	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,7%	- La estancia media se ha estimado en 5,5 días inferior a la amedia total de turistas	
Principal medio de transporte: Coche	52,2%	- El gasto medio diario ha sido superior en cinco euros al correspondiente a 2019 pero ha disminuido en 3,81 euros con respecto a 2023	
Uso de intermediarios:	7,9%	- El turismo de litoral es fiel al destino, más de la mitad de los turistas ha repetido visita a las costas andaluzas.	
Uso de Internet:	55,3%	-Claramente los turistas de litoral prefieren organizar el viaje de forma particular	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	66,2%	- El número de turistas en el litoral sigue creciendo superando a 2019 en un +4,6% y en +10,7 a 2022	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Playa	75,7%		
- Compras	47,8%		
- Visita a monumentos	21,5%		

DATOS BÁSICOS TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	291.323	1,6%	noviembre - 2024	3.635.218	4,1%	Enero-noviembre - 2024	3.773.711	6,8%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	207.601	-1,6%	noviembre - 2024	2.449.634	-1,2%	Enero-noviembre - 2024	2.698.308	3,4%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	83.722	10,3%	noviembre - 2024	1.185.585	17,0%	Enero-noviembre - 2024	1.075.407	16,5%	Año 2023
Número de pernотaciones en establecimientos hoteleros	558.809	10,4%	noviembre - 2024	6.861.328	7,1%	Enero-noviembre - 2024	6.922.118	6,1%	Año 2023
Número de pernотaciones españolas en establecimientos hoteleros	392.535	4,4%	noviembre - 2024	4.551.219	-0,5%	Enero-noviembre - 2024	4.978.553	4,2%	Año 2023
Número de pernотaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	166.274	27,5%	noviembre - 2024	2.310.110	25,8%	Enero-noviembre - 2024	1.943.564	11,5%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernотaciones en Andalucía)	18,0%	0,8	noviembre - 2024	12,7%	0,2	Enero-noviembre - 2024	12,8%	-0,2	Año 2023
Establecimientos hoteleros	960	-6,2%	noviembre - 2024	1.013	0,0%	Enero-noviembre - 2024	1.011	5,7%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	49.350	-1,4%	noviembre - 2024	51.507	0,9%	Enero-noviembre - 2024	51.025	2,2%	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	5.932	3,3%	noviembre - 2024	6.374	6,0%	Enero-noviembre - 2024	5.985	3,8%	Año 2023
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	6,5	7,6%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	4,0	-0,2	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	75,68	7,4	Año 2023

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA			
AÑO 2023			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		
Sexo: Mujer	52,0%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,5
Edad: De 45 a 64 años	36,0%	Aspectos mejor valorados: - Patrimonio cultural	9,0
Situación laboral: Ocupado	67,3%	- Atención y trato recibidos; Paisajes y parques naturales	9,0; 8,8
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	53,9%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES		
Procedencia: Españoles	85,5%	· Los turistas de interior proceden mayoritariamente del territorio español, siendo el mercado andaluz el principal emisor nacional	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	29,9%	· El turista que visita el interior de Andalucía es menos estacional que otros tipos de turismo desarrollados en la región.	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	64,0%	· Estancias más cortas en el destino y menor gasto medio diario que el turista medio que visita Andalucía.	
Principal medio de transporte: Coche	80,5%	· Uso muy elevado del coche para acceder al interior de Andalucía.	
Uso de intermediarios:	7,0%	· Hace un menor uso de intermediarios en la organización del viaje.	
Uso de Internet:	69,8%	· Mantienen una mayor fidelidad al destino que el turista medio, aunque por efecto de la pandemia se han aproximado	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	69,5%	ambos grados de fidelidad.	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Visitas a monumentos/museos	39,6%		
- Observación de la naturaleza; Compras	31,8%; 23,4%		

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO
Número de cruceros en Andalucía	134	15,5%	noviembre - 2024	741	-3,1%	Enero-noviembre - 2024	802	10,5%	Año 2023
Número de pasajeros en Andalucía	205.195	5,0%	noviembre - 2024	1.200.797	0,9%	Enero-noviembre - 2024	1.248.856	62,2%	Año 2023
Cuota (% sobre total pasajeros en España)	14,3%	-2,4	noviembre - 2024	10,1%	-0,5	Enero-noviembre - 2024	10,4%	1,0	Año 2023

CRUCEROS EN ANDALUCÍA SEGÚN PUERTOS									
Almería	2	-50,0%	noviembre - 2024	20	-4,8%	Enero-noviembre - 2024	21	50,0%	Año 2023
Bahía de Cádiz	56	9,8%	noviembre - 2024	325	-3,8%	Enero-noviembre - 2024	360	14,3%	Año 2023
Huelva	0	-	noviembre - 2024	16	0,0%	Enero-noviembre - 2024	18	5,9%	Año 2023
Málaga	55	5,8%	noviembre - 2024	268	-8,2%	Enero-noviembre - 2024	301	5,6%	Año 2023
Motril	11	175,0%	noviembre - 2024	39	56,0%	Enero-noviembre - 2024	25	47,1%	Año 2023
Sevilla	9	125,0%	noviembre - 2024	72	0,0%	Enero-noviembre - 2024	75	-1,3%	Año 2023

PASAJEROS EN ANDALUCÍA SEGÚN PUERTOS									
Almería	847	-45,2%	noviembre - 2024	12.397	39,6%	Enero-noviembre - 2024	8.881	26,2%	Año 2023
Bahía de Cádiz	93.119	4,2%	noviembre - 2024	657.660	3,3%	Enero-noviembre - 2024	679.765	72,4%	Año 2023
Huelva	0	-	noviembre - 2024	1.656	-18,2%	Enero-noviembre - 2024	2.024	3,5%	Año 2023
Málaga	88.998	-11,0%	noviembre - 2024	450.838	-7,7%	Enero-noviembre - 2024	503.898	47,3%	Año 2023
Motril	20.178	523,0%	noviembre - 2024	58.854	70,1%	Enero-noviembre - 2024	34.609	441,2%	Año 2023
Sevilla	2.053	72,7%	noviembre - 2024	19.392	2,5%	Enero-noviembre - 2024	19.655	6,9%	Año 2023

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA*

AÑO 2022

MOVIMIENTO DE LA DEMANDA (SEGÚN NAVIERAS)	ASPECTOS DIFERENCIALES
Distribución (%) de los pasajeros en los puertos andaluces según líneas de cruceros:	- En 2022, tras la pandemia de la COVID-19, se consolida el movimiento de pasajeros de cruceros en Andalucía.
MSC CRUCEROS	19,0% - Los pasajeros de cruceros se concentran, principalmente, en primavera y otoño.
P&O CRUISES	15,5% - Concretamente, en 2022 el 63,1% de los pasajeros recibidos en el año se reparten entre los meses de abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre
COSTA CRUCEROS	9,6%
AIDA CRUISES	8,1%
TUI CRUISES	7,1% - Esta distribución difiere por completo del carácter estacional que tiene la demanda turística en Andalucía, donde el verano* (junio a septiembre) es el período preferido para visitar Andalucía.
NORWEGIAN CRUISE LINE	5,4% - En este sentido, destacar el potencial desestacionalizador del producto cruceros
ROYAL CARIBBEAN LINE	4,7%
Resto	30,6%
· Los grandes grupos se caracterizan por ser multimarca, es decir, abarcan varios segmentos : Contemporary, Premium y Lujo	
· En 2022 el segmento Contemporary capta el 76,9% del total de llegadas de pasajeros de cruceros a Andalucía. Premium (17,0%) y Lujo (5,4%) le siguen a distancia	

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO DE CIUDAD EN ANDALUCÍA	CIUDADES ANDALUZAS (*)								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	651.077	6,2%	noviembre - 2024	7.610.720	5,0%	Enero-noviembre - 2024	7.855.091	13,7%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	312.362	1,1%	noviembre - 2024	3.324.534	-5,3%	Enero-noviembre - 2024	3.846.884	3,1%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	338.715	11,2%	noviembre - 2024	4.286.186	14,7%	Enero-noviembre - 2024	4.008.207	26,2%	Año 2023
Número de pernотaciones en establecimientos hoteleros	1.278.679	6,1%	noviembre - 2024	15.397.645	6,1%	Enero-noviembre - 2024	15.723.838	12,8%	Año 2023
Número de pernотaciones españolas en establecimientos hoteleros	552.796	1,1%	noviembre - 2024	6.116.166	-5,2%	Enero-noviembre - 2024	7.082.203	1,6%	Año 2023
Número de pernотaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	725.883	10,2%	noviembre - 2024	9.281.479	15,1%	Enero-noviembre - 2024	8.641.635	23,9%	Año 2023
Establecimientos hoteleros	704	-0,3%	noviembre - 2024	707	2,4%	Enero-noviembre - 2024	690	8,7%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	68.615	1,2%	noviembre - 2024	69.609	2,9%	Enero-noviembre - 2024	67.614	6,4%	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	10.071	4,1%	noviembre - 2024	10.196	5,4%	Enero-noviembre - 2024	9.674	14,6%	Año 2023

(*) Ciudades andaluzas: Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE CIUDAD (**) EN ANDALUCÍA			
AÑO 2023			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	53,8%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,7
Edad: de 30 a 44 años	30,8%	Aspectos mejor valorados: -Patrimonio cultural	9,1
Situación laboral: Ocupado	69,4%	- Atención y trato recibido	9,0
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	73,2%	Andalucía ha recibido en el año 2023 a un total de 10,5 millones de turistas en las capitales de provincia. Esta cifra supone un aumento del	
Principal medio de transporte: Avión	47,1%	+15,8% respecto al año 2022, y recuperar el nivel pre-pandemia (+12,1% respecto a 2019).	
Uso de intermediarios:	9,3%	Tradicionalmente presenta un gasto en destino más elevado pero estancias medias más reducidas que las registradas por el total de turistas en Andalucía.	
Estancia media:	3,8 días		
Gasto medio diario:	84,75 euros	Un aspecto positivo del segmento es su baja estacionalidad: el reparto de turistas de ciudad a lo largo del año es más equilibrado que el que presenta el total	
Canal relevante de información sobre Andalucía: experiencia propia	65,3%	registró el total del turismo de la región.	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: culturales	38,8%	Otros aspectos diferenciales a destacar:	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: otros entretenimientos	46,1%	Hace un mayor uso de internet como herramienta de organización del viaje; preferencia por el alojamiento hotelero y el avión; presenta una	
Grado de fidelidad	42,2%	mayor vinculación con actividades de ocio y culturales; y es más difícil que repita visita una vez que han conocido el destino (baja fidelidad).	

FUENTES: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

(**) La zonificación que presenta la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) permite conocer el comportamiento turístico en las capitales andaluzas de Córdoba, Granada, Jaén, Málaga y Sevilla.

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Nº de visitas a la Red de Espacios Culturales de Andalucía (*):	419.198	1,9%	sept-24	3.636.417	6,6%	Ene-sep 2024	4.528.145	11,6%	Año 2023
Espacio cultural más visitado: Conj. monumental Alhambra y el Generalife	257.149	2,9%	sept-24	2.108.077	3,9%	Ene-sep 2024	2.612.729	9,5%	Año 2023
Nº usuarios a los Museos públicos de Andalucía (**):	158.684	-16,3%	sept-24	1.731.543	3,0%	Ene-sep 2024	2.363.440	11,2%	Año 2023
Museos públicos más visitados: Museo de Bellas Artes de Granada	9.951	-66,8%	sept-24	114.273	-45,8%	Ene-sep 2024	282.861	5,0%	Año 2023
Museo de la Alhambra de Granada	49.641	3,6%	sept-24	489.745	30,1%	Ene-sep 2024	521.507	30,7%	Año 2023
Museo de Bellas Artes de Sevilla	21.670	2,0%	sept-24	239.790	22,1%	Ene-sep 2024	286.363	17,6%	Año 2023

(*) A partir de enero 2020 incluye: Conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife (Granada), enclave arqueológico del Teatro Romano de Málaga (Málaga), enclave monumental de La Sinagoga de Córdoba (Córdoba), conjunto arqueológico de Madinat Al-Zahra (Córdoba), conjunto monumental de la Alcazaba de Almería (Almería), conjunto arqueológico de Itálica (Santiponce), conjunto arqueológico de Baelo Claudia, Bolonia (Tarifa) y conjunto arqueológico de los Dólmenes de Antequera (Málaga), que conjuntamente suponen algo más del 85% de las visitas del total de la Red de Espacios Culturales de Andalucía. En 2018 el enclave monumental de la Sinagoga de Córdoba estuvo cerrado al público por obras, por lo que sus datos tampoco fueron considerados en 2019, para asegurar la homogeneidad en la comparación de periodos.

(**) No se incluyen aquellos que no ofrecen homogeneidad en la comparación de periodos: Museo Arqueológico y Etnológico de Granada (cerrado entre junio de 2010 y abril de 2018); Museo Arqueológico de Linares. Monográfico de Cástulo (a partir del mes de agosto 2011, el museo se incorpora al Conjunto Arqueológico de Cástulo); Museo Arqueológico de Sevilla (cerrado a partir del 13 de enero de 2020). Los datos de enero a septiembre de 2024 del Museo de Bellas Artes de Granada están incompletos debido a problemas técnicos en la contabilización.

Desde el 13 de marzo de 2020 hasta el 21 de mayo de 2020, todos los espacios culturales y museos dependientes de la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico han permanecido cerrados debido a la situación del coronavirus. A partir de esa fecha, han ido abriendo progresivamente.

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA		
AÑO 2023		
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	50,7% Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,8
Edad: De 45 a 64 años	42,2% Aspectos mejor valorados: - Patrimonio cultural	9,2
Situación laboral: Ocupado	71,8% - Paisajes y parques naturales; Atención y trato recibidos	9,1
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	26,3%

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Estancia media (número de días)	3,6 1. El reparto de turistas culturales a lo largo del año es más equilibrado (baja estacionalidad).
Gasto medio diario (euros)	84,07 2. Mayor participación de turistas que proceden del extranjero (las proporciones de turistas españoles y extranjeros están más equilibradas en años normales).
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	79,6%
Principal medio de transporte: Coche	43,3% 3. El turismo cultural se disfruta preferentemente acompañado por la pareja.
Uso de intermediarios: Porcentaje	6,3% 4. Estancias más cortas pero un gasto medio diario en el destino andaluz más elevado que el del total de la demanda.
Uso de Internet: Porcentaje	72,1% 5. Preferencia por el alojamiento hotelero sobre otros tipos de alojamientos.
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	57,4% 6. Baja fidelidad al destino.
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Compras	29,8% 7. Más turistas de edades intermedias y más turistas que trabajan que en el conjunto de todos los turistas que visitaron Andalucía.
(aparte de las actividades culturales) - Observación de la naturaleza	15,3% 8. El uso del avión continúa siendo superior en el turismo cultural (incluso durante la pandemia).

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN ALMERÍA	ALMERÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	49.231	0,4%	noviembre - 2024	1.424.745	3,9%	Enero-noviembre - 2024	1.419.244	3,1%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	35.202	-0,6%	noviembre - 2024	1.096.357	1,4%	Enero-noviembre - 2024	1.117.611	1,6%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	14.029	3,2%	noviembre - 2024	328.386	13,4%	Enero-noviembre - 2024	301.633	8,9%	Año 2023
Número de pernотaciones en establecimientos hoteleros	121.981	7,8%	noviembre - 2024	4.999.727	4,5%	Enero-noviembre - 2024	4.900.931	4,8%	Año 2023
Número de pernотaciones españolas en establecimientos hoteleros	76.979	9,4%	noviembre - 2024	3.659.925	4,1%	Enero-noviembre - 2024	3.598.772	3,1%	Año 2023
Número de pernотaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	45.002	5,1%	noviembre - 2024	1.339.798	5,5%	Enero-noviembre - 2024	1.302.160	9,8%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernотaciones en Andalucía)	3,9%	0,1	noviembre - 2024	9,2%	-0,1	Enero-noviembre - 2024	9,0%	-0,3	Año 2023
Establecimientos hoteleros	150	-4,5%	noviembre - 2024	202	3,8%	Enero-noviembre - 2024	191	6,3%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	13.196	-6,0%	noviembre - 2024	29.735	4,5%	Enero-noviembre - 2024	27.273	4,9%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	30,7%	3,9	noviembre - 2024	48,5%	0,4	Enero-noviembre - 2024	47,1%	-0,3	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	1.281	-5,7%	noviembre - 2024	3.479	5,5%	Enero-noviembre - 2024	3.135	6,5%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Total	18.048	4,7%	noviembre - 2024	373.912	2,1%	Enero-noviembre - 2024	384.481	10,0%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Nacionales	15.329	3,1%	noviembre - 2024	204.670	19,6%	Enero-noviembre - 2024	186.851	18,8%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Internacionales	2.719	14,3%	noviembre - 2024	169.242	-13,3%	Enero-noviembre - 2024	197.630	2,9%	Año 2023
Número de turistas	1.222.185	-1,5%	3º Trim 2024	2.257.895	0,1%	Enero-septiembre - 2024	2.708.044	7,6%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	6,3	0,1	3º Trim 2024	5,8	-0,3	Enero-septiembre - 2024	6,0	-1,3	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	71,48	8,0	3º Trim 2024	69,16	6,3	Enero-septiembre - 2024	62,80	-4,1	Año 2023
Valoración del destino: escala de 1 a 10	8,9	0,5	3º Trim 2024	9,1	0,9	Enero-septiembre - 2024	8,2	-0,2	Año 2023

FUENTES: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN CÁDIZ	CÁDIZ								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF		DATOS	VAR./DIF		DATOS	VAR./DIF	
		INTERANUAL	PERIODO		INTERANUAL	PERIODO		INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	140.183	5,0%	noviembre - 2024	2.744.107	-0,7%	Enero-noviembre - 2024	2.889.014	7,3%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	90.225	1,4%	noviembre - 2024	1.846.465	-3,1%	Enero-noviembre - 2024	2.000.438	5,0%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	49.958	12,1%	noviembre - 2024	897.640	4,7%	Enero-noviembre - 2024	888.577	12,9%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	341.257	14,5%	noviembre - 2024	8.233.778	4,6%	Enero-noviembre - 2024	8.134.543	5,7%	Año 2023
Número de pernoctaciones españolas en establecimientos hoteleros	194.613	12,5%	noviembre - 2024	5.054.982	2,6%	Enero-noviembre - 2024	5.113.255	3,5%	Año 2023
Número de pernoctaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	146.645	17,2%	noviembre - 2024	3.178.798	7,9%	Enero-noviembre - 2024	3.021.286	9,8%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	11,0%	0,9	noviembre - 2024	15,2%	-0,1	Enero-noviembre - 2024	15,0%	-0,3	Año 2023
Establecimientos hoteleros	313	-1,3%	noviembre - 2024	420	-0,8%	Enero-noviembre - 2024	411	-0,4%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	27.301	2,4%	noviembre - 2024	42.807	2,4%	Enero-noviembre - 2024	40.284	3,0%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	41,4%	4,3	noviembre - 2024	56,2%	1,2	Enero-noviembre - 2024	54,1%	1,4	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	3.933	8,4%	noviembre - 2024	7.360	7,7%	Enero-noviembre - 2024	6.529	10,5%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto Jerez. Total	23.516	14,8%	noviembre - 2024	444.568	5,2%	Enero-noviembre - 2024	443.685	-1,3%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto Jerez. Nacionales	19.641	14,6%	noviembre - 2024	262.050	-0,3%	Enero-noviembre - 2024	282.122	8,2%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto Jerez. Internacionales	3.875	16,0%	noviembre - 2024	182.518	14,3%	Enero-noviembre - 2024	161.563	-14,5%	Año 2023
Número de turistas	2.640.768	5,5%	3º Trim 2024	5.346.684	10,0%	Enero-septiembre - 2024	5.840.302	7,3%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	9,9	0,2	3º Trim 2024	6,8	-0,2	Enero-septiembre - 2024	6,6	-0,3	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	96,12	4,7	3º Trim 2024	92,05	3,3	Enero-septiembre - 2024	88,32	3,8	Año 2023
Valoración del destino: escala de 1 a 10	9,2	0,6	3º Trim 2024	9,2	0,5	Enero-septiembre - 2024	8,6	-0,1	Año 2023

FUENTES: Oficina del dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | Oficina del dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN CÓRDOBA	CÓRDOBA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	99.847	1,6%	noviembre - 2024	1.074.070	3,5%	Enero-noviembre - 2024	1.126.345	9,1%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	62.712	-6,1%	noviembre - 2024	595.028	-5,6%	Enero-noviembre - 2024	692.396	3,7%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	37.135	18,1%	noviembre - 2024	479.043	17,5%	Enero-noviembre - 2024	433.951	26,7%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	167.314	1,7%	noviembre - 2024	1.848.678	3,5%	Enero-noviembre - 2024	1.941.850	8,8%	Año 2023
Número de pernoctaciones españolas en establecimientos hoteleros	106.374	-5,2%	noviembre - 2024	1.049.238	-6,5%	Enero-noviembre - 2024	1.234.131	5,0%	Año 2023
Número de pernoctaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	60.940	16,5%	noviembre - 2024	799.439	20,4%	Enero-noviembre - 2024	707.718	16,2%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	5,4%	-0,2	noviembre - 2024	3,4%	-0,1	Enero-noviembre - 2024	3,6%	0,0	Año 2023
Establecimientos hoteleros	187	-2,6%	noviembre - 2024	189	-2,7%	Enero-noviembre - 2024	194	4,1%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	11.182	-4,1%	noviembre - 2024	11.300	-0,7%	Enero-noviembre - 2024	11.387	3,5%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	49,5%	2,8	noviembre - 2024	48,4%	1,9	Enero-noviembre - 2024	46,2%	2,2	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	1.389	7,6%	noviembre - 2024	1.359	4,5%	Enero-noviembre - 2024	1.297	6,4%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Nacionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Internacionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de turistas	537.068	2,2%	3º Trim 2024	1.580.489	2,4%	Enero-septiembre - 2024	1.983.163	4,7%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	2,8	-0,2	3º Trim 2024	2,8	-0,3	Enero-septiembre - 2024	3,1	-0,1	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	81,97	11,2	3º Trim 2024	85,06	8,4	Enero-septiembre - 2024	75,77	3,2	Año 2023
Valoración del destino: escala de 1 a 10	9,2	0,3	3º Trim 2024	9,1	0,4	Enero-septiembre - 2024	8,8	0,0	Año 2023

FUENTES: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN GRANADA	GRANADA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	208.244	3,9%	noviembre - 2024	2.658.925	4,4%	Enero-noviembre - 2024	2.752.860	7,0%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	111.359	-4,3%	noviembre - 2024	1.412.668	-4,8%	Enero-noviembre - 2024	1.618.166	-1,7%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	96.885	15,2%	noviembre - 2024	1.246.259	17,3%	Enero-noviembre - 2024	1.134.690	22,5%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	437.657	16,0%	noviembre - 2024	5.571.168	8,0%	Enero-noviembre - 2024	5.547.685	6,4%	Año 2023
Número de pernoctaciones españolas en establecimientos hoteleros	226.279	5,9%	noviembre - 2024	2.887.555	-1,7%	Enero-noviembre - 2024	3.192.310	-1,9%	Año 2023
Número de pernoctaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	211.377	29,1%	noviembre - 2024	2.683.610	20,8%	Enero-noviembre - 2024	2.355.372	20,2%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	14,1%	1,3	noviembre - 2024	10,3%	0,3	Enero-noviembre - 2024	10,2%	-0,2	Año 2023
Establecimientos hoteleros	381	0,5%	noviembre - 2024	388	3,9%	Enero-noviembre - 2024	374	3,2%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	29.156	4,3%	noviembre - 2024	31.292	3,8%	Enero-noviembre - 2024	30.028	1,6%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	49,8%	5,1	noviembre - 2024	52,7%	2,0	Enero-noviembre - 2024	50,1%	2,7	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	3.492	16,1%	noviembre - 2024	3.736	9,9%	Enero-noviembre - 2024	3.383	6,5%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Total	46.196	8,3%	noviembre - 2024	512.749	9,3%	Enero-noviembre - 2024	516.526	14,1%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Nacionales	44.481	7,6%	noviembre - 2024	484.952	11,8%	Enero-noviembre - 2024	479.788	13,8%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Internacionales	1.715	26,9%	noviembre - 2024	27.797	-20,9%	Enero-noviembre - 2024	36.738	19,2%	Año 2023
Número de turistas	1.347.969	4,4%	3º Trim 2024	3.599.983	3,7%	Enero-septiembre - 2024	4.553.928	12,5%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	4,8	-0,4	3º Trim 2024	3,9	-0,5	Enero-septiembre - 2024	4,6	0,3	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	91,98	7,2	3º Trim 2024	87,91	5,7	Enero-septiembre - 2024	82,53	9,0	Año 2023
Valoración del destino: escala de 1 a 10	9,1	1,0	3º Trim 2024	9,0	0,7	Enero-septiembre - 2024	8,3	0,1	Año 2023

FUENTES: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN HUELVA	HUELVA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	47.220	8,3%	noviembre - 2024	1.144.468	5,6%	Enero-noviembre - 2024	1.121.624	3,5%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	36.781	8,1%	noviembre - 2024	842.249	3,5%	Enero-noviembre - 2024	845.188	-0,9%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	10.440	9,2%	noviembre - 2024	302.222	11,9%	Enero-noviembre - 2024	276.435	19,6%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	110.557	8,5%	noviembre - 2024	3.951.812	6,7%	Enero-noviembre - 2024	3.780.519	1,5%	Año 2023
Número de pernoctaciones españolas en establecimientos hoteleros	69.802	5,2%	noviembre - 2024	2.507.820	3,0%	Enero-noviembre - 2024	2.495.963	-6,4%	Año 2023
Número de pernoctaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	40.756	14,8%	noviembre - 2024	1.443.994	13,9%	Enero-noviembre - 2024	1.284.554	21,5%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	3,6%	0,1	noviembre - 2024	7,3%	0,1	Enero-noviembre - 2024	7,0%	-0,5	Año 2023
Establecimientos hoteleros	116	0,9%	noviembre - 2024	142	-0,3%	Enero-noviembre - 2024	139	2,2%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	9.537	3,6%	noviembre - 2024	20.527	1,4%	Enero-noviembre - 2024	19.158	2,7%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	38,6%	1,8	noviembre - 2024	55,6%	2,5	Enero-noviembre - 2024	52,5%	-0,5	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	1.160	13,9%	noviembre - 2024	3.170	9,1%	Enero-noviembre - 2024	2.730	2,7%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Nacionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Internacionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de turistas	1.533.252	10,4%	3º Trim 2024	2.916.580	3,1%	Enero-septiembre - 2024	3.458.466	7,9%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	7,5	-1,3	3º Trim 2024	5,9	-0,3	Enero-septiembre - 2024	5,9	-0,5	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	66,36	3,8	3º Trim 2024	61,05	3,2	Enero-septiembre - 2024	57,66	0,7	Año 2023
Valoración del destino: escala de 1 a 10	8,9	-0,1	3º Trim 2024	9,0	0,4	Enero-septiembre - 2024	8,6	0,9	Año 2023

FUENTES: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN JAÉN	JAÉN								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	48.020	13,9%	noviembre - 2024	549.716	9,7%	Enero-noviembre - 2024	542.660	1,2%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	42.507	13,7%	noviembre - 2024	476.412	8,9%	Enero-noviembre - 2024	475.598	-0,1%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	5.513	15,4%	noviembre - 2024	73.303	15,2%	Enero-noviembre - 2024	67.062	11,7%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	88.675	13,4%	noviembre - 2024	991.597	6,9%	Enero-noviembre - 2024	1.000.073	1,2%	Año 2023
Número de pernoctaciones españolas en establecimientos hoteleros	79.299	14,4%	noviembre - 2024	870.849	6,7%	Enero-noviembre - 2024	882.806	-0,1%	Año 2023
Número de pernoctaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	9.376	5,1%	noviembre - 2024	120.749	8,4%	Enero-noviembre - 2024	117.267	12,6%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	2,9%	0,2	noviembre - 2024	1,8%	0,0	Enero-noviembre - 2024	1,8%	-0,1	Año 2023
Establecimientos hoteleros	164	-5,2%	noviembre - 2024	166	-2,1%	Enero-noviembre - 2024	169	3,6%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	8.247	-1,1%	noviembre - 2024	8.214	0,0%	Enero-noviembre - 2024	8.189	1,6%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	35,6%	4,5	noviembre - 2024	35,6%	2,3	Enero-noviembre - 2024	33,0%	-0,3	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	1.028	5,4%	noviembre - 2024	1.010	4,3%	Enero-noviembre - 2024	965	3,9%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto Granada-Jaén. Total	46.196	8,3%	noviembre - 2024	512.749	9,3%	Enero-noviembre - 2024	516.526	14,1%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto Granada-Jaén. Nacionales	44.481	7,6%	noviembre - 2024	484.952	11,8%	Enero-noviembre - 2024	479.788	13,8%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto Granada-Jaén. Internacionales	1.715	26,9%	noviembre - 2024	27.797	-20,9%	Enero-noviembre - 2024	36.738	19,2%	Año 2023
Número de turistas	282.955	6,4%	3º Trim 2024	886.035	9,2%	Enero-septiembre - 2024	1.023.085	3,6%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	2,3	0,0	3º Trim 2024	2,5	0,0	Enero-septiembre - 2024	2,5	-0,1	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	88,01	11,1	3º Trim 2024	90,09	8,7	Enero-septiembre - 2024	80,97	2,2	Año 2023
Valoración del destino: escala de 1 a 10	9,2	1,0	3º Trim 2024	9,3	0,9	Enero-septiembre - 2024	8,4	-0,3	Año 2023

FUENTES: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN MÁLAGA	MÁLAGA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	369.692	-3,2%	noviembre - 2024	6.003.652	1,1%	Enero-noviembre - 2024	6.263.908	10,4%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	141.204	-5,6%	noviembre - 2024	2.132.628	-6,1%	Enero-noviembre - 2024	2.425.242	-2,2%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	228.488	-1,6%	noviembre - 2024	3.871.025	5,6%	Enero-noviembre - 2024	3.838.665	20,2%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	1.188.533	-2,5%	noviembre - 2024	21.198.744	3,5%	Enero-noviembre - 2024	21.438.094	10,3%	Año 2023
Número de pernoctaciones españolas en establecimientos hoteleros	280.232	-10,3%	noviembre - 2024	5.185.236	-5,6%	Enero-noviembre - 2024	5.814.897	-6,9%	Año 2023
Número de pernoctaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	908.302	0,2%	noviembre - 2024	16.013.509	6,9%	Enero-noviembre - 2024	15.623.198	18,5%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	38,3%	-3,2	noviembre - 2024	39,1%	-0,6	Enero-noviembre - 2024	39,5%	0,8	Año 2023
Establecimientos hoteleros	554	-4,2%	noviembre - 2024	629	-2,3%	Enero-noviembre - 2024	635	14,7%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	78.895	2,3%	noviembre - 2024	94.151	2,6%	Enero-noviembre - 2024	89.797	6,4%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	49,8%	-2,4	noviembre - 2024	65,2%	0,5	Enero-noviembre - 2024	63,4%	2,4	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	13.363	10,0%	noviembre - 2024	16.062	4,8%	Enero-noviembre - 2024	14.977	8,0%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Total	747.376	9,1%	noviembre - 2024	11.578.225	11,7%	Enero-noviembre - 2024	11.130.078	21,2%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Nacionales	140.230	-0,1%	noviembre - 2024	1.946.463	5,0%	Enero-noviembre - 2024	2.009.107	21,1%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Internacionales	607.146	11,5%	noviembre - 2024	9.631.762	13,1%	Enero-noviembre - 2024	9.120.971	21,2%	Año 2023
Número de turistas	3.471.718	0,2%	3º Trim 2024	7.987.496	5,5%	Enero-septiembre - 2024	9.443.923	12,9%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	6,4	0,4	3º Trim 2024	6,7	-0,1	Enero-septiembre - 2024	6,8	-0,6	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	87,03	4,7	3º Trim 2024	83,36	2,8	Enero-septiembre - 2024	80,51	9,2	Año 2023
Valoración del destino: escala de 1 a 10	8,9	-0,2	3º Trim 2024	9,0	0,3	Enero-septiembre - 2024	8,7	0,4	Año 2023

FUENTES: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO EN SEVILLA	SEVILLA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF		DATOS	VAR./DIF		DATOS	VAR./DIF	
		INTERANUAL	PERIODO		INTERANUAL	PERIODO		INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	315.609	8,7%	noviembre - 2024	3.641.181	4,9%	Enero-noviembre - 2024	3.768.929	13,4%	Año 2023
Número de viajeros españoles en establecimientos hoteleros	155.407	6,9%	noviembre - 2024	1.580.529	-7,1%	Enero-noviembre - 2024	1.861.734	2,1%	Año 2023
Número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros	160.203	10,6%	noviembre - 2024	2.060.653	16,3%	Enero-noviembre - 2024	1.907.193	27,2%	Año 2023
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	647.064	10,2%	noviembre - 2024	7.390.712	7,6%	Enero-noviembre - 2024	7.464.999	12,5%	Año 2023
Número de pernoctaciones españolas en establecimientos hoteleros	277.386	6,0%	noviembre - 2024	2.738.986	-6,4%	Enero-noviembre - 2024	3.227.257	0,4%	Año 2023
Número de pernoctaciones extranjeras en establecimientos hoteleros	369.678	13,5%	noviembre - 2024	4.651.726	18,1%	Enero-noviembre - 2024	4.237.743	23,8%	Año 2023
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	20,9%	0,9	noviembre - 2024	13,6%	0,3	Enero-noviembre - 2024	13,8%	0,5	Año 2023
Establecimientos hoteleros	411	5,1%	noviembre - 2024	416	7,8%	Enero-noviembre - 2024	385	4,9%	Año 2023
Plazas en establecimientos hoteleros	35.372	4,3%	noviembre - 2024	35.053	3,4%	Enero-noviembre - 2024	33.839	5,5%	Año 2023
Grado de ocupación hotelera	60,1%	2,9	noviembre - 2024	62,1%	2,2	Enero-noviembre - 2024	59,7%	3,6	Año 2023
Personal empleado en establecimientos hoteleros	5.236	7,9%	noviembre - 2024	5.193	9,3%	Enero-noviembre - 2024	4.758	14,6%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Total	357.991	13,5%	noviembre - 2024	4.189.380	13,8%	Enero-noviembre - 2024	4.029.153	19,1%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Nacionales	167.205	9,4%	noviembre - 2024	2.060.277	7,8%	Enero-noviembre - 2024	2.079.108	13,4%	Año 2023
Llegadas de pasajeros al aeropuerto. Internacionales	190.786	17,4%	noviembre - 2024	2.129.103	20,2%	Enero-noviembre - 2024	1.950.045	25,8%	Año 2023
Número de turistas	1.516.438	9,7%	3º Trim 2024	4.328.742	8,8%	Enero-septiembre - 2024	5.265.004	19,3%	Año 2023
Estancia Media (número de días)	3,5	0,0	3º Trim 2024	3,3	-0,3	Enero-septiembre - 2024	3,5	0,0	Año 2023
Gasto medio diario (euros)	82,61	9,3	3º Trim 2024	81,87	4,1	Enero-septiembre - 2024	77,08	4,5	Año 2023
Valoración del destino: escala de 1 a 10	9,1	0,2	3º Trim 2024	9,1	0,2	Enero-septiembre - 2024	8,9	0,3	Año 2023

FUENTES: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA