

Informe sobre actividad y empleo en el Turismo andaluz:

**CCOO apuesta por un modelo turístico
sostenible, socialmente responsable y
basado en el empleo decente**

**Informe analítico y propositivo de la
Federación de Servicios de CCOO Andalucía
en relación a las Políticas turísticas**

Julio 2018

Presentación: 20/07/2018

*El 24/07 se publicará en www.andalucia.ccoo.es una versión
actualizada con los datos de coyuntura turística de Junio.*

Informe Turismo en Andalucía. Julio 2018
Nuestro modelo. Nuestra apuesta.

Índice

Resumen Ejecutivo	Pag. 3
Introducción	Pag. 7
Diagnóstico: Informe de la actividad turística	Pag. 8
Diagnóstico: Informe de empleo en el sector	Pag. 16
El Modelo Turístico que defendemos. Propuestas de CCOO.	Pag. 23
Otras claves del modelo: Regulación, legislación, inspección.	Pag. 29
Alianza por el Turismo andaluz 2016. El Empleo, asignatura pendiente.	Pag. 31
Anexo I. Análisis Semana Santa 2018.	Pag. 36
Anexo II. Datos coyuntura turística 2016-2017.	Pag. 38
Anexo III. Datos coyuntura turística Ene-May 2018	Pag. 40

Resumen Ejecutivo

El Informe que se presenta analiza por un lado los indicadores turísticos a nivel andaluz (visitantes, pernoctaciones, rentabilidad hotelera) en 2017 y primer semestre de 2018, que siguen batiendo records, pasando posteriormente a efectuar un análisis de la Cara “B” del Turismo: los niveles de precarización en el mismo periodo considerado (contratación, temporalidad, parcialidad).

Una vez efectuado el diagnóstico, se desarrolla la parte propositiva en torno al modelo de turismo sostenible, socialmente responsable y con empleo decente, que defendemos desde CCOO-A, con medidas concretas, además de realizar una valoración del nivel de cumplimiento de la Alianza por el Turismo andaluz.

Diagnóstico: Informe de actividad turística

- **Andalucía fue en 2017 el destino preferido de los turistas hoteleros españoles**, captando el 20,1% de las pernoctaciones. El 51,63% de los turistas que se han alojado en Andalucía en 2017 proceden de España, seguidos por Reino Unido (8,45%), Alemania (5,05%) y Francia (4,61%).
- Las **principales zonas costeras en afluencia de visitantes** fueron la Costa del Sol (4.761.902), la Costa de la Luz de Cádiz (1.988.031), la Costa de Almería (1.329.327) y la Costa de la Luz de Huelva (834.778).
- En 2017 se produjo en Andalucía un **crecimiento del 2,61% en viajeros (hasta totalizar 18.334.562) y del 1,72% en pernoctaciones (52.442.724)**, por el incremento del turismo extranjero (7,84% y 6,34% respectivamente)
- Del total de turistas que visitaron Andalucía en 2017 **un 57,1% se alojaron en un hotel**, un 6,2% en un hostel o pensión, un 14% en apartamento en alquiler, un 5,8% en piso propio y un 10,9% en una propiedad de amigos o familiares.
- **Los indicadores de rentabilidad también se incrementaron**: El ADR (facturación media diaria por habitación ocupada) con una subida del 5,88% y el RevPar (ingreso medio por habitación disponible) con una subida del 8,76%.
- **Entre Enero y Mayo de 2018 han crecido los visitantes un 0,97%** (hasta totalizar 6.868.939) **y las pernoctaciones un 1,59%** (17.862.123). En ese mismo periodo el ADR ha crecido un 1,98% y el RevPar un 3%. La previsión de pernoctaciones del mes de Julio supone un **3,1%** por encima de 2017.
- **Entre 2008 y 2017** el número de visitantes se ha incrementado en un **16,27%**, el de pernoctaciones en un **18,73%**, mientras que **el empleo en la planta hotelera ha disminuido en un 2,87%**. El RevPar se incrementó desde 2012 en un 48,87%.

Diagnóstico: Informe empleo en el sector

- El empleo en la **planta hotelera andaluza** aumentó en 2017 un 4,58%, situándose en **34.293 personas** (42.593 incluyendo apartamentos, campings y turismo rural).
- La **afiliación media a la Seguridad Social** en el conjunto de la Hostelería andaluza aumentó un **5,65%** en 2017, situándose en **259.073 cotizantes** (202.956 en régimen general y 56.117 en régimen autónomo).
- En los primeros 5 meses de **2018** la afiliación media a la Seguridad Social en la Hostelería andaluza ha crecido un **3,34%** respecto al mismo periodo de 2017.

El Empleo, la cara “B” del Turismo: Precariedad, desregulación, fraude

- Según datos EPA de la Hostelería andaluza, en 2017 el empleo indefinido medio se situó en 108.233 (47,60%) y el temporal en 119.145 (**52,40% -más de un 50% de temporalidad, frente al 39,33% a nivel estatal-**). La **parcialidad alcanzó un 36%**.
- Los datos de la EPA del 1T 2018 amplían esas conclusiones: Un sector feminizado (51,7% de mujeres), con un 48,3% de temporalidad a pesar de ser temporada baja y un **% de parcialidad muy superior en mujeres (47%)** que en hombres (31,1%).
- **La precarización creciente del empleo en el sector se produce por varias vías:**
 - A través de la temporalidad y la parcialidad, incluyendo la falsa parcialidad (jornada efectiva muy superior al contrato)
 - A través del fraude: Falsos autónomos, contratos formativos...
 - A través de la subcontratación, especialmente de departamento de pisos.
- Las **actuaciones sindicales** frente a esta precarización se están desplegando en el plano jurídico, de movilización, de denuncia y a través de la negociación colectiva.
- En el ámbito de la negociación colectiva, desde Mayo de 2017 hemos conseguido (desde el binomio presión-negociación) acuerdos en los convenios provinciales de **Cádiz, Jaén, Sevilla, Granada, Huelva, Málaga, Almería y Córdoba**, por este orden, de aplicación a 227.378 trabajadoras y trabajadores del sector, con 3 elementos destacables:
 - Un incremento salarial medio del 2,64% para 2018 y del 2,68% en 2019.
 - La eliminación de la brecha salarial de las camareras de piso.
 - La inclusión de clausula en los 8 convenios para aplicación del convenio colectivo sectorial provincial en los supuestos de externalizaciones.

El Modelo Turístico que defendemos. Propuestas de CCOO

- El Turismo sigue batiendo records positivos (visitas, pernoctaciones, rentabilidad)... y negativos, en forma de “Cara B” (precariedad laboral, externalizaciones, globalización de la propiedad de las cadenas hoteleras y sus inmuebles, estacionalidad, turistificación, impacto medioambiental)...
- Desde CCOO hacemos un llamamiento a traducir el crecimiento en desarrollo, mediante un **Modelo Turístico socialmente responsable y sostenible en su triple dimensión: económica, social y medioambiental**. Los ejes de dicho modelo son los siguientes:
- **Calidad del Empleo: Para CCOO no puede haber una industria turística sostenible, de calidad y de futuro si no hay trabajo decente.** El principal reto de la industria turística andaluza es la apuesta por **más y mejor empleo para mejorar la relación precio-calidad- servicio**, actuando de forma decidida:
 - Con medidas concretas de reducción de la temporalidad y la parcialidad.
 - Desde la actuación inspectora y el compromiso contra el fraude.
 - Desde la cualificación profesional de las trabajadoras y trabajadores del sector.
 - Desarrollando planes de igualdad en las empresas.
 - Mediante la prevención y el reconocimiento de enfermedades profesionales.
 - Mediante actuaciones y medidas contra la subcontratación.
- **Otros ejes estratégicos a priorizar:**
 - Abrir a nivel andaluz el debate sobre una **tasa turística** finalista.
 - Mediante **inversiones** en materias estratégicas.
 - Desde la imprescindible lucha contra la **estacionalidad** turística.
 - Desde la apuesta por el **Turismo social** (“Imsero andaluz”)

Otras claves del modelo: Regulación, legislación, inspección.

- Además de los ejes descritos, el desarrollo legislativo en la normativa turística andaluza, la regulación de los servicios que proporcionan la hotelería reglada y restauración por categorías y especialidades, y el refuerzo de la actuación inspectora, son elementos estratégicos para definir el modelo turístico andaluz.
- En lo concreto, resulta fundamental que las administraciones con competencias en materias turísticas se impliquen en la **regulación de las viviendas de uso turístico**, mediante una norma base estatal desplegada territorialmente.
- Igualmente, sería muy deseable que tanto en lo relativo a la **Inspección Turística** como en la **Inspección de Trabajo**, se analicen y tomen de referencia en Andalucía ejemplos de buenas prácticas en otras CCAA.

Alianza Turismo andaluz 2016. El Empleo, asignatura pendiente

- Desde CCOO-A seguimos defendiendo un marco institucional, estable, democrático y participativo a través de la Mesa de Turismo de Andalucía.
- El 26 de Julio 2016 se firmó la **Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía** (el nuevo “Pacto por el Turismo”), por parte de CCOO, UGT, CEA y la Junta de Andalucía, estructurada en torno a valores inspiradores, objetivos generales, estrategias para su desarrollo, decálogo de compromisos y seguimiento y evaluación de los mismos.
- La valoración de CCOO-A sobre el grado de cumplimiento de dicha Alianza, efectuada el pasado mes de Marzo, insistió en la necesidad de una mayor regularidad y contenidos de las reuniones de la Mesa de Turismo de Andalucía y, de forma muy especial, la necesidad de una **reunión monográfica con el objetivo de debatir y acordar sobre un Plan de Empleo 2018-2020 y analizar qué tipo de empleo se está creando en la industria turística andaluza**. Hasta la fecha la única reunión celebrada al efecto no ha cumplido dicho objetivo, y sin duda el **Empleo**, más aún a la vista de los indicadores del presente informe, es **la gran asignatura pendiente de la Alianza**.

NOTA TÉCNICA: Se reflejan los datos del primer semestre de 2018 desde Enero a Mayo, por una coherencia de estructura. A pesar de que a la fecha de presentación del Informe (19/07/2018) se disponen de datos de cotizantes en la Seguridad Social del mes de Junio, los datos de coyuntura turística de dicho mes y la EPA del segundo trimestre no estarán disponibles hasta fechas próximas, por lo que el Informe se actualizará en la web con todos los datos integrados y completos del primer semestre.

Introducción

El presente documento tiene como objetivo **describir la situación de la industria turística andaluza e identificar la problemática de la misma**, especialmente en el campo laboral, así como la evolución de los principales indicadores turísticos, una vez conocido que la industria turística española durante el año 2017 ha batido todos los récords de precios y de rentabilidad: El ADR (tarifa media diaria) en un 5,88% con respecto al año anterior, lo que supone 88,60 euros de media anual, y el RevPar (ingreso por habitación disponible) con 54,60 euros, lo que supone un incremento de un 8,76%. A ello hay que sumarle el récord de visitantes, de pernoctaciones y ocupaciones. **Ya nadie duda, una vez conocido los datos definitivos, que 2017 ha sido el mejor año turístico de la historia de España.**

En el documento también **analizamos la evolución de la coyuntura turística andaluza desde el 2008** (año anterior a la crisis) **hasta 2017**, observando el comportamiento tan dispar que han tenido los diferentes parámetros. Así, **mientras el número de visitantes se ha incrementado en un 16,27%**, el de pernoctaciones en un 18,73% y el de plazas en un 4,48%, **el empleo ha disminuido un 2,87%: En el año 2017 había 1.012 personas menos trabajando en los hoteles andaluces que en el año 2008.**

Mientras se sigue incrementando el número de visitantes, pernoctaciones y la rentabilidad hotelera, los trabajadores del sector estamos sufriendo **récord de precariedad laboral**, de pobreza salarial, de externalizaciones indecentes e inmorales, bloqueo de la negociación colectiva sectorial y aumento de las cargas de trabajo y de la economía sumergida. En definitiva, de explotación laboral, convirtiendo la situación de los trabajadores y trabajadoras del sector, como consecuencia de la reforma laboral y las prácticas empresariales, en **LA CARA B DEL TURISMO EN ANDALUCIA y ESPAÑA.**

En este sentido desde CCOO hemos venido denunciando y reivindicando el derecho a tener unas condiciones de trabajo dignas, un empleo con derechos y profesionalidad, luchando por el derecho a la negociación colectiva, recuperando los derechos y el poder adquisitivo de los salarios, por la derogación de las reformas laborales de los distintos gobiernos, contra la pobreza salarial y la externalizaciones, así como el reconocimiento de las enfermedades profesionales. **En definitiva, denunciando, reivindicando y luchando por un empleo y un salario decente.**

Aparte de los excelentes datos de coyuntura turística, **el año 2017 ha sido un año en permanente transformación en la industria turística andaluza**, con un cambio importante de sus estructuras de empresas en el subsector de hoteles por **cadena hoteleras nacionales e internacionales**, que mayoritariamente llevan la gestión, ya que muchos inmuebles donde están ubicados los hoteles están en manos de los propietarios particulares -bancos y fondos de inversiones que han entrado como fuerza- que incluso están llevando una política de ventas de sus inmuebles a fondos de inversiones, y a su vez estos llegan acuerdos con las cadenas hoteleras para que éstas lleven la gestión. En el **sector de bares y restaurantes** también se están produciendo cambios importantes, ya que cada vez más bares, cafeterías, pizzerías y restaurantes, están siendo gestionados por redes de franquicias.

Diagnóstico: Informe actividad turística

La industria turística española y andaluza fue de las últimas que se vio afectada por la crisis económica y la primera en salir de la misma, en parte por factores externos. En este sentido, el aumento de turismo internacional es debido en parte por los problemas que han sufrido otros países desde la primavera árabe de 2011 y que afectan a la inestabilidad política de Egipto, Túnez, Turquía o Siria (aunque a partir del verano de 2017 se viene observando una notable recuperación del turismo en estos países, y durante el pasado año han aumentado 8,5 millones sus llegadas de turistas extranjeros); por la caída del precio del petróleo; o la buena marcha del mercado británico o alemán, emisores número uno y dos respectivamente.

Según **Exceltur**, los resultados registrados por la actividad turística en 2017 confirman que **este sector es el que más crece en la economía española y el que más empleo genera**, encadenando 8 años con un crecimiento del PIB turístico superior al del conjunto de la economía española. El PIB turístico registró un avance del 4,4% hasta alcanzar los 134 mil millones de euros, que permite que la participación del turismo en la economía española ascienda al **11,5% del PIB** (en torno al 13% en el caso andaluz).

El turismo generó cerca de 77.501 empleos en 2017, a un ritmo del 5,70%, el mayor de los grandes sectores de la economía española.

Una demanda turística extranjera en máximos históricos es el gran protagonista del crecimiento de la actividad turística en 2017. El turismo extranjero ha registrado en 2017 un nuevo crecimiento tanto en los indicadores de afluencia como, incluso de mayor intensidad, en los de gasto que revierte a España, hasta situarlos en los mayores registros de la historia del turismo español. El **gasto por turista** alcanzó los 86.823 millones de euros, con un incremento anual del 12,2%.

El notable aumento de la demanda ha venido de la mano de un fuerte incremento de la conectividad aérea, especialmente de los mercados de larga distancia, en un contexto muy propicio por el bajo nivel del precio del petróleo y la, consecuente, mayor facilidad para operar nuevos vuelos por parte de las compañías.

El fuerte y generalizado aumento de la demanda turística en 2017 ha permitido que el 90,3% de las empresas turísticas españolas del conjunto de sectores que conforman la cadena de valor turística (hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte, rent a car, parques de ocio, museos, monumentos y campos de golf) hayan elevado sus ventas de forma notable (un 6,9% en media) en 2017 respecto a los buenos registros ya alcanzados en 2016, según la Encuesta de Confianza de **Exceltur**.

El objetivo prioritario de **CCOO**, desde el punto de vista turístico, debería ser centrarse en la fidelización de los turistas que nos visitan. Para ello se debe seguir invirtiendo en infraestructuras turísticas y una de las claves es mejorar la máxima del sector, la relación calidad-precio-servicio. Todo para que repercuta en unas vacaciones de excelencia a los millones de turistas que nos visitan, ya que nos encontramos ante un sector que en términos de empleo y facturación está en un lugar predominante de nuestro tejido económico.

QUÉ TIPO DE TURISTAS VISITÓ ANDALUCÍA EN 2017

Andalucía es el destino preferido de los turistas hoteleros españoles, captando el **20,1% de las pernoctaciones** que éstos realizan en España. En el año 2017, el 51,63% de los turistas que se han alojado en Andalucía proceden de España y a su vez más de la mitad de la propia Andalucía. Le siguen, como mercados más relevantes, el madrileño con un 16% de cuota; el catalán, con un 5,53% y el valenciano, con un porcentaje del 5%.

El turismo de los españoles presenta un comportamiento estacional significativo, ya que el 34,66% de las llegadas se realizan en el trimestre correspondiente a la época veraniega. Esta estacionalidad se acentúa más aún en el caso de los españoles procedentes de fuera de Andalucía, para los que el tercer trimestre del año acumula casi el 40% de estas llegadas turísticas.

El turista español que viene a Andalucía organiza su viaje de forma particular en un 88% de los casos, siendo más acentuada esta preferencia en el caso de los turistas andaluces, para los que este porcentaje alcanza el 91,5%. El motivo vacacional y de ocio es el que ha movido al 82,7% de los españoles para visitar Andalucía, siendo el segundo motivo en importancia la visita a familiares y amigos que atrajo al 11,6% de ellos. Este motivo resulta de mayor relevancia para los propios andaluces, ya que el 16% de ellos declararon que ésta fue la razón por la que eligieron Andalucía como destino de sus vacaciones.

Los factores que le hacen elegir el destino andaluz a los turistas españoles no varían significativamente de la media de turistas, siendo similares a los elegidos por los turistas extranjeros. Se aprecia, no obstante, una mayor importancia de los precios en detrimento del clima y de la visita a monumentos. Por el contrario el turista español se decanta en una ligera mayor proporción por el turismo de naturaleza o rural.

En términos generales, la **valoración del destino por parte del turista español** no ha variado de forma significativa alcanzado un 8,1 en un intervalo de 1 a 10. Aspectos como los trenes y las infraestructuras de golf obtienen mayores valoraciones, mientras que los puertos y actividades náuticas presentan menores valores. Por regla general, el turista español valora de forma más negativa los aspectos relacionados con el transporte (trenes, autobuses, taxis y alquiler de coches) que los extranjeros.

El grado de fidelidad del turista español es más elevado que el del turista extranjero, ya que el 65,3% de ellos visitaron Andalucía también en la misma temporada del año anterior, mientras que este porcentaje es del 40% para el caso del turista extranjero. El turista andaluz presenta un comportamiento especialmente fiel, ya que en este concepto alcanza el 76,8%.

En cuanto al **género**, el porcentaje de mujeres turistas (51,9%) es ligeramente más elevado que el de hombres para el caso del mercado español, y el grupo de edad más relevante es el comprendido entre 30 y 44 años. El turista español es, por regla general un turista **más joven que el extranjero**, ya que el porcentaje de turistas mayores de 45 años supone el 43,8% frente al 51,1% del extranjero. Esta característica se acentúa en el turismo de los andaluces, ya que este porcentaje representa el 38%.

El 60% de los turistas españoles que visitan Andalucía se encuentran en **situación laboral activa** (trabajo por cuenta ajena o propia), porcentaje similar entre andaluces y resto de españoles. El porcentaje de turistas que se encuentran en paro asciende al 4% para el caso de los españoles, por encima del porcentaje medio del turista extranjero (2,1%). Los turistas españoles jubilados representan el 17,4% aunque se aprecia que en el caso de los andaluces este porcentaje es menor (13,8%) que para el caso de los del resto de España (20%). Lo opuesto ocurre en el caso de los estudiantes, que mientras que para los turistas andaluces alcanza una mayor presencia (17%), para el caso de los del resto de España lo hacen en menor medida.

Por su parte los extranjeros proceden principalmente de los mercados tradicionales: Reino Unido (8,45%), Alemania (5,05%) y Francia (4,61%). Como mercados secundarios tenemos a los italianos, estadounidenses y los procedentes de los Países Bajos.

Los turistas dedican la mayor parte de su presupuesto en destino a la **restauración (42%)** y al **alojamiento (24,7%)**. El resto de los gastos se centran principalmente en compras (14%) en el transporte en destino (10,7%) las actividades de ocio (5%) y el alquiler de coches (2,4%). Todas las procedencias presentan una distribución parecida de presupuesto, salvo en esta última partida de gasto, que sí se produce una diferenciación por procedencia, ya que es realizada casi íntegramente por extranjeros.

El gasto medio diario por turista ha sido de 66,14€, siendo Jaén la provincia donde el gasto es mayor con 82,30€, seguida de Sevilla con 79,1€ y Cádiz con 69,22€; el último lugar lo ocupa Huelva con 58,36€.

TURISMO EN ZONAS COSTERAS EN 2017

La **Costa del Sol** fué la principal zona turística de Andalucía, con 4.761.902 de visitantes y 18.717.332 de pernотaciones, consiguiendo una estancia media de 3,9 días. Aunque el número de viajeros procedentes de España (1.623.371) es superior al de los del Reino Unido (958.724) son éstos últimos los que más pernотaciones han realizado en 2017, y sus 5.085.547 son 600.000 más que las de todos los españoles.

La otra zona turística andaluza con mayor número de visitantes y pernотaciones fué la **Costa de la Luz de Cádiz**, con 1.988.031 visitantes y 6.515.186 pernотaciones. En esta zona el principal turista es el español, con más de tres millones de pernотaciones, seguido por el turista alemán, con 263.657 visitantes y 1.813.380 pernотaciones.

La **Costa de Almería** ocupó el tercer lugar, con 1.329.327 de visitantes y 5.336.785 pernотaciones. Su principal mercado también es el español, con casi un millón de visitantes y tres millones y medio de pernотaciones. El turista de Reino Unido es el que más pernотaciones realiza, con un total de 564.746.

La **Costa de la Luz de Huelva**, con 834.778 visitantes y 3.689.372 pernотaciones, ocupó el cuarto lugar, y la Costa Tropical de Granada, con 334.836 visitantes y 1.280.593 pernотaciones, ocupó el último lugar de estas zonas turísticas de playa.

PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA EN 2017

La industria turística española y andaluza, ésta última aún más, siguió aumentando en turistas, pernoctaciones, ocupaciones, ingresos por turismo y empleo para sus hoteles durante este 2017, el que podemos afirmar que fué el mejor en cuanto a visitantes y pernoctaciones desde 1999, año en el que el INE comenzó a analizar estadísticamente este dato.

Los indicadores turísticos del año 2017 se incrementaron en todos los parámetros con respecto a 2016; **crecimiento del 2,61% en viajeros, del 1,72% en pernoctaciones, y del 4,58% en empleo.** Los **ingresos por turistas** extranjeros alcanzaron los 12.651 millones de euros, un 11,8% más que el año anterior, suponiendo un 14,60% del conjunto del estado.

Este excelente año turístico se basó única y exclusivamente en el comportamiento positivo del mercado extranjero ya que, desgraciadamente, el mercado nacional finalizó en números rojos.

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOLES	EXTRANJEROS	TOTAL	ESPAÑOLES	EXTRANJEROS	
2016	17.868.615	9.644.714	8.223.901	51.554.977	23.983.979	27.570.998	32.790
2017	18.334.562	9.465.550	8.869.012	52.442.724	23.123.797	29.318.927	34.293
DIFERENCIA	465.947	-179.164	645.111	887.747	-860.182	1.747.929	1.503
PORCENTAJE	2,61%	-1,86%	7,84%	1,72%	-3,59%	6,34%	4,58%

Fuente: I.N.E.

Visitantes

El año 2017 finalizó con **18.334.562 visitantes, un 2,62% más que en 2016.** Los 9.465.550 turistas españoles representaron el 51,63% del total y un descenso del 1,86% con respecto a 2016. Por su parte, **los visitantes extranjeros aumentaron un 7,84%** este año hasta alcanzar la cifra de 8.869.012.

Del total de visitantes, el 20,17% se alojaron en hoteles de tres estrellas, el 55,14% en hoteles de cuatro, y el 4,26% en hoteles de cinco estrellas.

Andalucía tuvo una cuota del 17,72% en el conjunto del estado, en número de visitantes, 18,85% del turismo nacional y 16,65% de visitantes extranjeros.

Un hecho significativo del tipo de turista que nos visita es el lugar donde se hospeda. **Cada vez nos visitan más turistas que optan por hacerlo en apartamentos propios o de alquiler.** En base a los datos estadísticos disponibles, del total de turistas que visitaron Andalucía el año pasado el 57,1% utilizaron un hotel para hacerlo y el 6,2% lo hicieron en un hostel o pensión. Hay otro grupo muy importante, superior al 30%, que utilizaron apartamentos o pisos turísticos para hacerlo; entre ellos el 14% utilizaron apartamento, piso o chalet en alquiler; otro 5,8% lo hicieron en uno de su propiedad y un 10,9% lo hicieron en uno propiedad de amigos o familiares.

Pernoctaciones.

Las pernoctaciones en el 2017, en comparación con 2016, **aumentaron un 1,72%**, lo que supuso un incremento de 887.747, finalizando el año con un total de **52.442.724**. Las pernoctaciones de los **residentes** disminuyeron un 3,59% quedando en 23.123.797 y representando el 44,09% del total. Los **extranjeros** alojados en los hoteles andaluces realizaron 29.318.927 pernoctaciones, **un 6,34% más que el año anterior** y representaron el **55,91% del total**.

El 63,05% de las pernoctaciones se realizó en hoteles de cuatro estrellas, el 18,05% en los de tres, y el 4,57% en hoteles de cinco estrellas. Del total de pernoctaciones en hoteles de cinco estrellas (2.394.027) el 76,69% las efectuaron los extranjeros. En los hoteles de cuatro estrellas también son los foráneos los que más pernoctaciones realizaron, con una cuota del 58,88%.

Andalucía ocupó el cuarto lugar, a nivel nacional, en número de pernoctaciones, por detrás de Canarias, Baleares y Catalunya y una cuota del 15,42%. Ocupó, a pesar de tener un descenso del 3,6% con respecto al año anterior, el primer lugar en pernoctaciones de residentes españoles, y el cuarto lugar en pernoctaciones de extranjeros.

La coyuntura turística a nivel provincial durante 2017 y el porcentaje de cuota a nivel regional sobre el total nacional, se distribuyó de la siguiente forma:

PROVINCIA TERRITORIO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			NÚMERO	NÚMERO	PERSONAL
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	ESTABL.	PLAZAS	EMPLEADO
ALMERÍA	1.410.346	1.052.681	357.665	5.549.304	3.617.594	1.931.710	205	29.481	3.211
CÁDIZ	2.570.966	1.612.269	958.697	7.676.834	4.120.972	3.555.862	413	37.921	5.506
CÓRDOBA	1.231.155	710.551	520.604	1.990.892	1.205.859	785.033	203	11.201	1.342
GRANADA	2.826.821	1.479.087	1.347.734	5.874.163	3.199.826	2.674.337	398	30.446	3.405
HUELVA	1.041.788	767.412	274.376	4.077.486	2.560.007	1.517.479	147	21.487	2.631
JAÉN	542.753	460.189	82.564	956.820	826.293	130.527	174	8.461	960
MÁLAGA	5.345.734	1.902.214	3.443.520	19.883.533	4.965.642	14.917.891	551	82.858	13.001
SEVILLA	3.364.999	1.481.147	1.883.852	6.433.692	2.627.604	3.806.088	365	29.747	4.237
ANDALUCÍA	18.334.562	9.465.550	8.869.012	52.442.724	23.123.797	29.318.927	2.456	251.600	34.293
ESPAÑA	103.496.993	50.227.658	53.269.335	340.037.174	115.036.704	225.000.470	14.658	1.472.641	210.501
% And/España	17,72%	18,85%	16,65%	15,42%	20,10%	13,03%	16,75%	17,08%	16,29%

Fuente: I.N.E.

Andalucía tuvo en 2017 una cuota del 17,72% del total de visitantes en España; cuota que se amplió hasta el 18,85% en el mercado nacional y alcanzó el 16,65% de los extranjeros. En cuanto al número de pernoctaciones, llegamos al 20,10% del total de los residentes y al 13,03% de los extranjeros, haciendo una media del 15,42% del total de pernoctaciones en España. En número de establecimientos copamos el 16,75% y en el número de plazas el 17,08%. Por último, de los 210.501 trabajadores/as de la planta hotelera española, el 16,29% trabajan en los hoteles andaluces.

En el Anexo II se detallan y amplían los datos 2017 por provincias.

Indicadores de rentabilidad de la planta hotelera.

La rentabilidad del sector hotelero también aumentó en Andalucía en comparación con el mismo periodo de 2016; así la facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) fué de 88,60€, con una subida del 5,88% con respecto al año anterior, y el ingreso medio por habitación disponible (RevPAR) alcanzó los 54,60€, un 8,76% más que hace un año.

EVOLUCIÓN REVPAR MEDIO ANUAL POR PROVINCIAS

	RevPar medio 2016	RevPar medio 2017	Incremento	%
Almería	38,5	39,6	1,1	2,8%
Cádiz	48,1	51,5	3,4	7,2%
Córdoba	33,2	34,1	0,9	2,8%
Granada	35,2	39,4	4,1	11,7%
Huelva	37,4	39,4	2,0	5,3%
Jaén	17,8	19,0	1,2	6,9%
Málaga	60,2	66,2	6,0	9,9%
Sevilla	49,5	54,4	4,8	9,8%
Andalucía	50,2	54,6	4,4	8,8%

PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS ANDALUCÍA PRIMER SEMESTRE 2018 (DATOS ENERO-MAYO)

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	
ENE-MAY 2017	6.803.235	3.503.678	3.299.557	17.584.042	7.733.334	9.850.708	29.551
ENE-MAY 2018	6.868.939	3.544.589	3.324.350	17.863.123	7.784.719	10.078.404	30.460
DIFERENCIA	65.704	40.911	24.793	279.081	51.385	227.696	908
PORCENTAJE	0,97%	1,17%	0,75%	1,59%	0,66%	2,31%	3,07%

Fuente: I.N.E.

Los datos disponibles del primer semestre de 2018 arrojan cifras positivas tanto en el número de visitantes como en pernoctaciones y personal empleado. Así, podemos decir que entre enero y febrero de este año llevamos un 0,97% más de visitantes que en el mismo período del año pasado y el número de pernoctaciones ha crecido un 1,59%. Este crecimiento se produce tanto en turismo nacional como extranjero. Los incrementos a nivel estatal son del 0,93% y del 0,09% respectivamente.

En el Anexo III se detallan y amplían los datos provincializados, cuyo resumen en cuanto a porcentajes de incremento/decremento en el acumulado del periodo Enero-Mayo 2018 con respecto al periodo Enero-Mayo 2017 es el siguiente:

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	
ALMERÍA	2,23%	0,97%	6,31%	1,15%	2,63%	-2,24%	-3,77%
CÁDIZ	0,03%	-2,42%	3,90%	0,45%	-2,21%	3,04%	3,63%
CÓRDOBA	-6,73%	-5,47%	-8,57%	-3,73%	-2,33%	-6,10%	-3,16%
GRANADA	5,66%	7,38%	3,71%	5,08%	3,71%	6,70%	5,90%
HUELVA	-6,01%	-4,66%	-9,58%	-1,88%	0,45%	-6,11%	-0,56%
JAÉN	-3,42%	-1,37%	-14,21%	-1,61%	-0,76%	-6,81%	-2,79%
MÁLAGA	1,59%	2,94%	0,84%	1,20%	0,19%	1,54%	4,91%
SEVILLA	1,41%	2,17%	0,77%	4,32%	0,91%	6,95%	4,12%
ANDALUCÍA	0,97%	1,17%	0,75%	1,59%	0,66%	2,31%	3,07%

Fuente: I.N.E.

Como puede observarse, se produce un descenso de pernoctaciones y, en mayor medida, de visitantes, en Córdoba, Huelva y Jaén. Cádiz presenta un leve incremento en ambos datos, mientras que Almería, Málaga, Sevilla y especialmente Granada presentan incrementos en pernoctaciones y visitantes.

ANDALUCÍA: INDICADORES DE RENTABILIDAD HOTELERA

	ADR				RevPar			
	2017	2018	DIFER.	%	2017	2018	DIFER.	%
ENERO	64,26	66,49	2,23	3,47%	28,10	29,97	1,87	6,65%
FEBRE.	64,77	65,83	1,06	1,64%	33,73	35,07	1,34	3,97%
MARZO	65,02	71,70	6,68	10,27%	37,29	42,04	4,75	12,74%
ABRIL	78,53	75,66	-2,87	-3,65%	51,33	48,40	-2,93	-5,71%
MAYO	81,21	81,10	-0,11	-0,14%	52,00	53,04	1,04	2,00%
MEDIA	70,76	72,16	1,40	1,98%	40,49	41,70	1,21	3,00%

Fuente: I.N.E.

Aunque los datos de los primeros 5 meses parecen reflejar una cierta ralentización de los crecimientos sostenidos de los indicadores de afluencia, la previsión de la Consejería de Turismo para el mes de Julio 2018 evidencia que el sector turístico andaluz sigue en tendencia creciente. En este sentido, las 6.780.000 pernoctaciones previstas para el mes de Julio en Andalucía no solo suponen un 3,1% más que las del mismo mes de 2017, sino la consolidación de una cifra de pernoctaciones por encima de los 6,5 millones en los últimos 3 años, lo que representa más de un millón de pernoctaciones y un 20% por encima de las registradas en el mes de Julio tanto en 2013 (5.578.604) como en 2014 (5.638.947).

EVOLUCIÓN PERNOCTACIONES HOTELERAS MES DE JULIO

Provincia	jul-13	jul-14	jul-15	jul-16	jul-17	jul-18 (previsión)
Almería	821.889	821.622	927.809	990.071	958.269	974.000
Cádiz	990.450	953.994	1.046.038	1.155.473	1.130.432	1.185.000
Córdoba	113.064	124.840	136.032	145.543	143.550	145.000
Granada	455.919	471.452	529.139	554.248	574.724	592.000
Huelva	583.491	578.732	641.826	684.484	684.027	728.000
Jaén	68.055	64.654	68.293	76.709	90.264	82.000
Málaga	2.227.470	2.269.242	2.393.200	2.500.303	2.488.445	2.552.000
Sevilla	318.267	354.410	424.941	475.426	503.653	522.000
Andalucía	5.578.604	5.638.947	6.167.278	6.582.257	6.573.364	6.780.000

Respecto a los indicadores de **rentabilidad del sector hotelero**, también han mantenido un incremento en los 5 primeros meses del año, con una media de crecimiento del ADR del 1,98% y del RevPar del 3%, muy especialmente en el mes de Marzo y con un ligero descenso en Abril (lo que se explica por la diferente ubicación temporal de la Semana Santa en uno y otro año). Por provincias, solo se produce un decremento del ADR medio en Almería, Granada y Jaén, y del RevPar medio en Almería, con incrementos de ambos indicadores en las restantes provincias:

INDICADORES DE RENTABILIDAD HOTELERA

MEDIA	ADR				RevPar			
	ENE-MAYO	2017	2018	DIFER.	%	2017	2018	DIFER.
ALMERÍA	53,28	51,74	-1,53	-2,88%	26,41	25,19	-1,22	-4,63%
CÁDIZ	67,48	68,52	1,04	1,54%	33,31	33,81	0,50	1,51%
CÓRDOBA	65,25	67,49	2,24	3,43%	36,57	37,68	1,12	3,06%
GRANADA	71,52	69,80	-1,73	-2,41%	38,83	39,36	0,53	1,35%
HUELVA	57,65	60,90	3,25	5,63%	24,34	26,69	2,36	9,69%
JAÉN	53,19	52,75	-0,44	-0,83%	18,64	18,81	0,18	0,94%
MÁLAGA	73,99	75,59	1,60	2,16%	49,34	49,69	0,35	0,71%
SEVILLA	82,27	86,42	4,15	5,04%	55,51	60,81	5,30	9,56%
ANDALUCÍA	70,76	72,16	1,40	1,98%	40,49	41,70	1,21	3,00%

Fuente: I.N.E.

Diagnóstico: Informe empleo en el sector

EL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ 2017

El empleo en el sector hotelero aumentó durante 2017 en un **4,58%**, con 1.503 personas más trabajando que hace un año. La media de empleo en el subsector de hoteles en Andalucía durante el año 2017 ha sido de **34.293 trabajadoras y trabajadores**. De ellos, 20.171 pertenecen a hoteles de cuatro estrellas, 5.242 a hoteles de tres estrellas y 4.415 a hoteles de cinco estrellas; el resto pertenecen a hoteles de dos y una estrella.

Si el empleo lo trasladamos al campo del alojamiento reglado, esta cifra de trabajadores/as se eleva a las 42.593 personas; las 34.293 de empleo hotelero que hemos mencionado y otras 8.300 existentes en el mercado extrahotelero (apartamentos, campings y turismo rural).

La industria turística está generando contratación pero no empleo estable, estando éste por debajo del crecimiento real del turismo. Como veremos a continuación, dicho empleo es **precario, temporal, parcial y de bajos salarios**, con un alto porcentaje de prácticas fraudulentas que enmascaran largas jornadas con contratos a tiempo parcial, a costa de destruir empleo estable, de calidad y a tiempo completo, sustituyéndose por empleo precario y sin derechos, avalado por la reforma laboral, lo que ha supuesto una desregulación del sector.

AFILIACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL 2017

PROVINCIA TERRITORIO	AFILIACIÓN MEDIA SEGURIDAD SOCIAL HOSTELERÍA 2016-2017											
	2016			2017			DIFERENCIA					
	R.GRAL	R.AUTÓ	TOTAL	R.GRAL	R.AUTÓ	TOTAL	GRAL	%	AUT	%	TOTAL	%
Almería	15.407	4.972	20.378	16.652	4.960	21.613	1.246	8,09%	11	-0,23%	1.235	6,06%
Cádiz	30.635	7.925	38.560	32.706	7.984	40.690	2.071	6,76%	59	0,74%	2.130	5,52%
Córdoba	10.977	4.589	15.566	11.574	4.548	16.121	597	5,44%	41	-0,90%	555	3,57%
Granada	18.634	6.838	25.472	20.051	6.824	26.875	1.417	7,60%	14	-0,20%	1.403	5,51%
Huelva	10.093	3.467	13.560	10.935	3.440	14.375	842	8,34%	27	-0,78%	815	6,01%
Jaén	7.731	3.832	11.563	8.132	3.816	11.948	401	5,19%	16	-0,42%	385	3,33%
Málaga	60.064	13.838	73.902	64.949	14.045	78.994	4.886	8,13%	207	1,49%	5.092	6,89%
Sevilla	35.808	10.409	46.217	37.958	10.499	48.457	2.150	6,01%	90	0,87%	2.241	4,85%
ANDALUCÍA	189.347	55.870	245.217	202.956	56.117	259.073	13.610	7,19%	246	0,44%	13.856	5,65%
ESPAÑA	1.172.975	327.630	1.500.604	1.247.959	326.700	1.574.659	74.985	6,39%	930	-0,28%	74.055	4,93%
% AND/ESP.	16,14%	17,05%	16,34%	16,26%	17,18%	16,45%						

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social

En el cuadro superior se presenta la evolución de datos de afiliación a la Seguridad Social durante el año 2017 en el conjunto de los subsectores de la hostelería -hoteles y apartamentos reglados, casas rurales, campings, restaurantes, bares, cafeterías, pubs, salas de fiestas discotecas y similares- en las ocho provincias andaluzas.

Como podemos comprobar, el año 2017 fué positivo en cuanto a afiliación a la seguridad social en el sector de la hostelería. En el régimen general el aumento fué sido de 13.610 personas (7,19%) con respecto al año anterior, y en el de autónomos/as fué de 246 afiliados/as; o lo que es lo mismo, un 0,44% más que hace un año. **La suma de ambos regímenes arrojó un resultado de 13.856 afiliados/as (5,65%) más que hace un año.**

Si estas cifras las extrapolamos al conjunto del estado español, podemos afirmar que Andalucía es la Comunidad Autónoma donde más creció la afiliación a la seguridad social en 2017. Sus 13.856 afiliados/as más que en 2016 representaron **el 18,71% del crecimiento de la afiliación en el conjunto del estado español**, que fué de 74.055 personas, con un incremento del 4,93% durante el año 2017.

Analizando **los datos por provincias** observamos que las ocho acumularon resultados positivos en el régimen general, y en el régimen de autónomos/as hay cinco provincias que disminuyeron su afiliación y tres que la incrementaron.

Almería finalizó el año con un incremento de 1.235 afiliados/as, Cádiz de 2.130, Córdoba de 555, Granada de 1.403, Huelva de 815, Jaén de 385, Málaga de 5.092 (el mayor incremento en términos absolutos y porcentuales) y Sevilla de 2.241.

AFILIACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL ENERO-MAYO 2018

PROVINCIA TERRITORIO	AFILIACIÓN MEDIA SEGURIDAD SOCIAL HOSTELERÍA ENE-MAYO 2017-2018											
	MEDIA ENE-MAY 2017			MEDIA ENE-MAY 2018			INCREMENTO 2017 - 2018					
	R.GRAL	R.AUTÓ	TOTAL	R.GRAL	R.AUTÓ	TOTAL	GRAL	%	AUT	%	TOTAL	%
ALMERÍA	14.837	4.901	19.738	15.673	4.767	20.441	836	5,63%	133	-2,72%	703	3,56%
CÁDIZ	28.600	7.845	36.445	30.258	7.884	38.142	1.658	5,80%	39	0,50%	1.697	4,66%
CÓRDOBA	11.475	4.561	16.036	12.331	4.532	16.864	856	7,46%	28	-0,62%	828	5,16%
GRANADA	19.528	6.819	26.348	20.718	6.749	27.468	1.190	6,09%	70	-1,02%	1.120	4,25%
HUELVA	9.253	3.388	12.640	9.855	3.356	13.212	603	6,51%	31	-0,92%	571	4,52%
JAÉN	7.813	3.783	11.597	7.940	3.799	11.738	127	1,62%	15	0,40%	142	1,22%
MÁLAGA	59.009	13.867	72.876	62.460	14.069	76.529	3.452	5,85%	202	1,46%	3.654	5,01%
SEVILLA	38.292	10.482	48.773	39.777	10.491	50.269	1.486	3,88%	9	0,09%	1.495	3,07%
ANDALUCÍA	188.806	55.645	244.452	199.013	55.648	254.662	10.207	5,41%	3	0,01%	10.210	4,18%
ESPAÑA	1.174.806	323.802	1.498.608	1.226.717	321.971	1.548.687	51.911	4,42%	1.831	-0,57%	50.080	3,34%
% AND/ESP.	16,07%	17,19%	16,31%	16,22%	17,28%	16,44%						

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social

En los primeros 5 meses de 2018 la afiliación a la Seguridad Social del sector de la Hostelería sigue una tendencia creciente a nivel estatal (3,34%), en Andalucía (10.210 personas afiliadas más, un 4,18%, de las que 10.207 son de régimen general) y en las 8 provincias andaluzas. La afiliación al régimen general en Andalucía se incrementa un 5,41% y al régimen autónomo un 0,01%.

EL EMPLEO, LA CARA “B” DEL TURISMO: PRECARIEDAD, DESREGULACIÓN, FRAUDE

Datos EPA 2017

Centrándonos en los dos principales indicadores de precariedad (temporalidad y parcialidad), los datos de la EPA de 2017 reafirman las conclusiones denunciadas por CCOO: el poco empleo que se está creando es temporal, parcial y precario.

Durante 2017 el empleo indefinido cayó otro 1%, pasando de los 109.126 asalariados/as de media con este tipo de contrato en 2016, a los 108.233 de media con los que cerró el 2017. En el mismo periodo de tiempo el empleo temporal se incrementó un 9,47%, superando ya al empleo indefinido (52,40% de contratación temporal y 47,60% indefinidos). El 95% de los contratos registrados en la Hostelería andaluz en 2017 fueron temporales, según el Observatorio Argos.

El empleo temporal crece en el sector turístico andaluz año tras año, aumentando su diferencial con las cifras estatales. En el conjunto del estado español el porcentaje de contratación indefinida y temporal es del 60,67% y el 39,33% respectivamente; es decir, Andalucía tiene 13 puntos menos de empleo fijo que la media nacional, o lo que es lo mismo, la tasa de temporalidad en Andalucía es 13 puntos superior.

DATOS EPA HOSTELERÍA ANDALUCÍA AÑOS 2016-2017

AÑO	CONTRATO INDEFINIDO			CONTRATO TEMPORAL			TOTAL				TOTAL
	T. COMP.	T. PARC.	TOTAL	T. COMP.	T. PARC.	TOTAL	T. COMP.	T. PARC.	T. INDEF.	T. TEMPO.	
2016	78.496	30.630	109.126	59.992	48.842	108.834	138.487	79.472	109.126	108.834	217.960
2017	81.147	27.086	108.233	64.346	54.799	119.145	145.493	81.885	108.233	119.145	227.378
DIF	2.651	-3.544	-893	4.354	5.956	10.311	7.006	2.412	-893	10.311	9.418
%	3,38%	-11,57%	-0,82%	7,26%	12,20%	9,47%	5,06%	3,04%	-0,82%	9,47%	4,32%

EPA HOSTELERÍA ESPAÑA/ANDALUCÍA		
TERRITORIO	C. INDEFIN.	C. TEMPOR.
ESPAÑA	60,67%	39,33%
ANDALUCÍA	47,60%	52,40%

DATOS EPA HOSTELERÍA ANDALUCÍA 2017

PROVINCIA	CONTRATO INDEFINIDO			CONTRATO TEMPORAL			TOTAL				TOTAL
	T. COMP.	T. PARC.	TOTAL	T. COMP.	T. PARC.	TOTAL	T. COMP.	T. PARC.	T. INDEF.	T. TEMPO.	
ALMERÍA	2.994	1.175	4.169	5.064	4.072	9.136	8.058	5.247	4.169	9.136	13.305
CÁDIZ	12.980	5.149	18.128	9.994	14.334	24.327	22.973	19.482	18.128	24.327	42.456
CÓRDOBA	7.127	3.747	10.874	3.600	3.495	7.095	10.727	7.242	10.874	7.095	17.969
GRANADA	7.027	1.948	8.976	6.712	4.899	11.611	13.739	6.847	8.976	11.611	20.586
HUELVA	4.406	996	5.402	2.363	2.943	5.307	6.770	3.939	5.402	5.307	10.708
JAÉN	4.524	2.223	6.747	3.317	2.600	5.917	7.841	4.823	6.747	5.917	12.663
MÁLAGA	29.839	4.785	34.624	22.544	10.097	32.642	52.383	14.882	34.624	32.642	67.265
SEVILLA	12.250	7.064	19.315	10.752	12.360	23.112	23.003	19.424	19.315	23.112	42.426
ANDALUCÍA	81.147	27.086	108.233	64.346	54.799	119.145	145.493	81.885	108.233	119.145	227.378

Datos EPA PRIMER TRIMESTRE 2018

	TOTAL		Hombres		Mujeres	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
TOTAL Asalariados	194.340	100%	93.825	48,3%	100.515	51,7%

	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Jornada completa		Jornada parcial	
							Nº	%	Nº	%
Indefinido	100.460	51,7%	47.294	50,4%	53.166	52,9%	72.949	72,6%	27.515	27,4%
Temporal	93.880	48,3%	46.531	49,6%	47.349	47,1%	45.054	48,0%	48.822	52,0%

Jornada completa	118.003	60,7%	64.690	68,9%	53.313	53,0%				
Jornada parcial	76.337	39,3%	29.134	31,1%	47.203	47,0%				

	Nº	%	Nº	%	Nº	%
	TOTAL		Hombres		Mujeres	

Los datos de la EPA del primer trimestre de 2018, analizados además con perspectiva de género, refuerzan las conclusiones de 2017:

- Sector feminizado: 51,7% de mujeres y 48,3% de hombres.
- Temporalidad (en temporada baja): 48,3%. Algo mayor en hombres (49,6%) que en mujeres (47,1%). El 52% del empleo temporal es además a tiempo parcial y un 27,4% del empleo indefinido.
- Parcialidad (en temporada baja): 39,3%. Muy superior en mujeres (47%) que en hombres (31,1%)

Precarización a través de la temporalidad y la parcialidad (real y falsa)

Sin duda, **desde que la reforma laboral desreguló el trabajo a tiempo parcial, este tipo de contrato se ha convertido en el más fraudulento**, ya que no es nada extraño –especialmente en la restauración y en las PYMES- el recurso al fraude en la contratación, con profesionales que trabajan 8 ó 10 horas pero solo están dados de alta en la Seguridad Social por 4.

Por otro lado, el empleo creado en el régimen general se ha producido a costa de la destrucción de empleo fijo a tiempo completo; es decir, empleo estable y con derechos se ha visto sustituido por empleos precarios, gracias a la reforma laboral, que ha hecho estragos en un sector que ya de por sí tenía baja calidad en el empleo.

El 95% de los contratos que se han realizado en sector de la Hostelería andaluza durante 2017 es de carácter temporal, muchos de ellos contratos formativos sin formación, en prácticas y becarios, todo con el objetivo de ahorro de costes, como se comprueba con los datos de la EPA ya reflejados.

Estos índices de temporalidad y parcialidad del sector hostelero andaluz reflejan una realidad en la que las personas que acceden al mercado laboral en este sector lo hacen de una forma precaria y sin apenas derechos, lo que se viene denominando **“trabajadores y trabajadoras pobres”**, personas que aunque consiguen un trabajo, debido a sus condiciones laborales y bajos salarios, no les permiten tener satisfechas sus más elementales necesidades.

Precarización a través del fraude y la externalización

Otra fuente de fraude, que busca aumentar la "flexibilidad", es el fenómeno que denominamos **"falsos autónomos"**, trabajadores y trabajadoras que son obligados, por parte de empresarios, a darse de alta en el régimen de autónomos para que aquellos corran con el coste de la cuota de Seguridad Social.

También debemos denunciar el **abuso de los contratos formativos en fraude de ley, tanto el de prácticas como el de becarios**, ya que en muchos casos se les obligan a cubrir puestos de trabajo habituales para ahorrarse el salario de un trabajador de cualquier categoría, ejerciendo funciones impropias de un contrato formativo -cuyo objetivo no es sino formarse.

A todo ello tenemos que sumarle la **subcontratación y externalización** a nivel del conjunto de departamentos de los servicios en sectores de hotelería, y **en particular el departamento de camareros y camareras de pisos**, con el objetivo de precarizar más el empleo y no aplicar los convenios sectoriales para rebajar más aún los salarios y empeorar sus condiciones laborales.

Actuaciones sindicales contra la precarización

Las actuaciones de CCOO ante todo este proceso de desregulación y fraude han sido múltiples, en una campaña constante de denuncia y acción sindical frente al fenómeno precarizador vía falsos autónomos y contratos formativos, así como de los procesos de externalización a través de empresas multiservicios. En este sentido, junto con la anulación de cerca de 50 convenios colectivos de empresas multiservicios a nivel confederal, se han llevado a cabo **campañas de movilización y denuncia en la Inspección en las 8 provincias andaluzas**. Especialmente significativo fue el acta de liquidaciones complementarias a la Seguridad Social por valor de 2,6 millones de euros en el caso de la empresa Externa Team, por denuncia del Sindicato de Servicios de CCOO Sevilla. Al igual que la dura confrontación mantenida en Málaga para el reconocimiento de la aplicación del convenio de Hostelería a las externalizaciones. O la regularización como trabajadoras de contratación directa de las camareras de piso externalizadas en hoteles muy significados de la provincia de Cádiz.

Resulta indudable, no obstante, que un elemento clave para la lucha efectiva contra esta cara "B" del Turismo reside tanto en el **refuerzo de la acción de la Inspección de Trabajo en el sector** (dotación efectiva, planificación, compromiso, participación sindical), como en la **implicación política efectiva -y traducida a actuaciones concretas- del Gobierno de la Junta de Andalucía**, que debería tomar ejemplo del nivel de compromiso de otros gobiernos autonómicos en esta materia, como el de Canarias o el de Baleares, por citas algunos ejemplos.

NEGOCIACIÓN COLECTIVA SECTORIAL DE LA HOSTELERÍA

En los marcos de negociación colectiva, desde CCOO-A se ha reivindicado con claridad que tanto las previsiones de pernoctaciones como la tendencia alcista del RevPar, así como el resto de indicadores, contrastaban con los crecimientos salariales medios pactados entre 2013 y 2017 (un 3,21% en la suma de los 5 años, lo que superaba levemente al IPC acumulado en dicho periodo), **un esfuerzo claro de contención salarial que ahora debía revertirse y traducirse en un reparto más justo del enorme crecimiento de la rentabilidad empresarial del sector entre sus plantillas, además de abordar con claridad el proceso de descentralización productiva (externalizaciones) desde una perspectiva de solidaridad de clase.**

Con estas prioridades estratégicas, y fijándonos el objetivo de cerrar los convenios antes del verano de 2018, para asegurarnos que los crecimientos salariales se aplicasen a los contratos eventuales de la temporada alta, hemos abordado procesos de negociación en 2017 y lo que llevamos de 2018, que en la mayoría de ocasiones han requerido un **intenso proceso de movilizaciones previo**, incluyendo convocatoria de huelga en el caso de Sevilla, Granada y Málaga. Es decir, el acuerdo ha requerido, en estos tiempos más que nunca, la puesta en marcha del binomio presión-negociación. Pero sin duda este proceso de movilización ha servido no solo para demostrar la capacidad de las organizaciones sindicales, sino para implicar a las plantillas del sector en la lucha por sus derechos y condiciones laborales.

Desde Mayo de 2017 se han alcanzado acuerdos en los 8 convenios provinciales, por este orden, Cádiz, Jaén, Sevilla, Granada, Huelva, Málaga, Almería y Córdoba (en Jaén y Granada, tras varios años de bloqueo), que resultan de aplicación a 227.378 trabajadoras y trabajadores del sector, consiguiendo un **incremento salarial medio del 2,64% para 2018 y del 2,68% para 2019**. No obstante, si se incluyen solo los 7 convenios firmados en los últimos 12 meses, los incrementos medios se elevan al 2,87% para 2018 y 2,87% para 2019.

Esta evaluación de crecimientos salariales debe tener en cuenta, en el caso de Sevilla, Huelva y Córdoba, la **eliminación de la brecha salarial de las camareras de piso**, con su homologación al grupo superior, lo que ha supuesto un incremento adicional al general del 3% en Sevilla y del 5,74% en Huelva para dicho colectivo, y en consecuencia un incremento adicional de la masa salarial global.

CCOO-A se anticipa, al tiempo que impulsa, a las posibles modificaciones legales sobre la subcontratación, con “la **inclusión de cláusula para la aplicación del convenio colectivo sectorial provincial en los supuestos de externalizaciones de camareras de piso** (y otras actividades troncales de la Hostelería) en los convenios de Jaén, Sevilla, Huelva, Almería y Córdoba, la ampliación de dicha cláusula en el convenio de Málaga, así como su mantenimiento en los convenios de Cádiz y Granada”. **Con ello, el sindicato consigue un objetivo estratégico: que el mapa completo de convenios provinciales andaluces incluyan dicha protección.**

Ahora, las reglas de juego que hemos definido las partes, deben cumplirse, por lo que **desde CCOO-A exigimos expresamente a las Patronales y a las Administraciones Públicas** –incluyendo los ámbitos de inspección- su máxima implicación para asegurar el cumplimiento de los 8 convenios provinciales, así como un compromiso real de todos para atajar las elevadas cifras de precariedad del sector.

2008-2017: EL CONTRASTE DE LOS INDICADORES TURÍSTICOS

Si analizamos la evolución de la coyuntura turística desde el comienzo de la crisis, año 2008, al actual, observamos el comportamiento tan dispar que han tenido los diferentes parámetros.

Así, mientras el número de visitantes se ha incrementado en un 16,27% en estos últimos nueve años y el de pernoctaciones lo ha hecho en un 18,73%, el empleo ha disminuido un 2,87%; en el año 2017 había 1.012 personas menos trabajando en los hoteles andaluces que en el año 2008.

Esto demuestra a las claras que el crecimiento y la rentabilidad de la planta hotelera andaluza descansa sobre la plantilla y precariedad que padecen los trabajadores y trabajadores de este sector primordial en la economía española.

EVOLUCIÓN VISITANTES, PERNOCTACIONES Y EMPLEO HOTELERÍA ANDALUCÍA 2008-2017

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	
2008	15.769.339	9.835.623	5.933.716	44.171.550	23.942.218	20.229.332	35.305
2017	18.334.562	9.465.550	8.869.012	52.442.724	23.123.797	29.318.927	34.293
DIFERENCIA	2.565.223	-370.073	2.935.296	8.271.174	-818.421	9.089.595	-1.012
PORCENTAJE	16,27%	-3,76%	49,47%	18,73%	-3,42%	44,93%	-2,87%

Fuente: I.N.E.

También resulta significativo analizar la **evolución del RevPar (ingreso medio por habitación disponible)**, en términos de promedio del RevPar mensual en Andalucía desde 2008 hasta 2017. En este sentido, tras caer entre 2008 y 2012, **el incremento que ha experimentado este indicador de rentabilidad de la planta hotelera desde 2012 a 2017 asciende a casi a un 50% (48,87%).**

AÑO	RevPar medio	% año anterior
2008	39,44	
2009	35,02	-11,2%
2010	35,33	0,9%
2011	35,77	1,2%
2012	34,75	-2,8%
2013	35,55	2,3%
2014	38,54	8,4%
2015	42,87	11,2%
2016	47,71	11,3%
2017	51,74	8,4%

El Modelo Turístico que defendemos

Propuestas de CCOO

Como vemos, el sector turístico sigue batiendo records: Visitas, pernoctaciones, rentabilidad... **Una realidad de las cifras que tienen una “Cara B” en múltiples sentidos:** Precariedad laboral, externalizaciones, globalización de la propiedad de las cadenas hoteleras y sus inmuebles, estacionalidad, turistificación, impacto medioambiental... Otra cara de la realidad del sector que lleva a hacer un llamamiento por **una apuesta por el Turismo sostenible, traduciendo el crecimiento turístico en desarrollo y en sostenibilidad**, a través de marcos de colaboración e inversión público-privada, de la reducción de la estacionalidad, reglando y legislando, y evidentemente con una apuesta decidida por el empleo decente -estabilidad, derechos, negociación colectiva, formación, igualdad, salud laboral-.

CCOO, por tanto, apuesta claramente por un modelo turístico sostenible de responsabilidad social y sostenibilidad en su triple dimensión: económica, social y medioambiental.

Una apuesta por un modelo de turismo sostenible y socialmente responsable que genere prosperidad y **trabajo decente**. Y hay que enfatizar este concepto: la justicia social, el trabajo decente, la igualdad de género, el desarrollo económico y la integridad ambiental están en el corazón mismo del turismo sostenible. **No habrá un turismo sostenible y de futuro si no hay empleo decente y salario digno**

El desarrollo de un modelo turístico sostenible ha sido un compromiso decidido de CCOO, en línea con la designación por la Asamblea General de las Naciones Unidas del año 2017 como **“Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo”**, con el fin de promover promover la contribución del sector a los tres pilares de la sostenibilidad: el económico, el social y el medio ambiental.

Esta decisión se suma al reconocimiento por parte de los líderes mundiales en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (Río+20) de que «el turismo bien concebido y bien gestionado» puede contribuir a las tres dimensiones del desarrollo sostenible, crear empleo y generar oportunidades comerciales. La decisión de designar 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo llegó en un momento particularmente importante, en el que la comunidad internacional adopta la nueva Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), aprobados por la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre de 2015. El turismo, presente en cada uno de los objetivos, figura de forma expresa en tres de ellos: Objetivo 8 (promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos); Objetivo 12 (consumo y producción sostenibles) y Objetivo 14 (conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible).

CCOO defiende unas propuestas, con la vocación de que sean compartidas y puestas en marcha por los partidos políticos con presencia en Parlamento andaluz, con el objetivo que la industria turística andaluza tenga un futuro garantizado.

En ese sentido se exige a las administraciones y a los diferentes agentes relacionados con la industria turística andaluza que aborden los necesarios cambios que desde el punto de vista normativo se han de acometer, como son los que afectan a la oferta turística y a su grado de sostenibilidad, y la calidad integral en los destinos turísticos del conjunto de nuestra comunidad.

CALIDAD DE EMPLEO

Nuestra apuesta está por un desarrollo turístico sostenible y de calidad junto a las necesarias infraestructuras físicas e inteligentes. La calidad en el empleo tiene un papel decisivo, además de precisarse un esfuerzo de formación, tanto de los responsables (públicos y privados) como de los trabajadores y trabajadoras con el objetivo de **mejorar las condiciones laborales y la relación- precio- calidad- servicios**.

Para CCOO no puede haber una industria turística sostenible y de la calidad y de futuro si no hay trabajo decente, para ello “hay que garantizar la libertad sindical y los derechos de sindicación, asociación y negociación colectiva, en conformidad con el derecho de sindicación. Son derechos humanos habilitadores que permiten promover la democracia, la buena gobernanza del mercado laboral, condiciones laborales dignas y la seguridad de los ingresos del trabajo. En este sentido la negociación colectiva debe colegir un papel importante en la mejora del desempeño de las empresas turísticas, en la gestión del cambio y en el buen desarrollo de las relaciones laborales.

Por lo tanto, uno de los principales retos que ha de afrontar la industria turística andaluza es la apuesta por **más y mejor empleo para mejorar la relación precio- calidad- servicio**, para que los millones de turistas que nos visitan se vayan contentos y satisfechos”, y eso sólo se puede conseguir apostando por un por empleo de calidad y con derechos, basado en contratos fijos y fijos discontinuos. La calidad turística tiene un axioma: “Un trabajador satisfecho un turista satisfecho”.

Es decir, un objetivo bastante lejano de la realidad actual de la industria turística a nivel general, con un modelo insostenible social y medioambientalmente donde prolifera la precariedad laboral, los contratos temporales y a tiempo parcial, una estacionalidad que no favorece un empleo pleno, productivo y de calidad, todo ello a pesar de la bonanza turística que seguimos viviendo.

Es un recorrido que los agentes sociales venimos reclamando, y creemos firmemente que **la negociación colectiva debe ser el instrumento que permita cumplir los objetivos básicos en ese camino**. A pesar de que existen obstáculos, como la diversidad y fragmentación del sector, el alto nivel de subcontratación, la complejidad de las relaciones laborales, la negociación colectiva siempre ha sido el método más eficaz para determinar y mejorar las condiciones de trabajo.

En paralelo, CCOO aboga por seguir actuando, a través de la movilización, la negociación colectiva y el diálogo social, para **revertir las reformas laborales y cambiar el actual modelo de relaciones laborales en materia de contratación, subcontratación, sucesión de empresa, despido y negociación colectiva**. La reciente firma del IV AENC es, sin duda, una oportunidad en este sentido.

Cuando hablamos de condiciones de trabajo no hablamos sólo de salario y jornada. Hay otros 2 aspectos, que queremos situar en primer plano: la Igualdad de Oportunidades y no discriminación, y la Seguridad y Salud en el trabajo.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

En un sector en el que las mujeres constituyen a nivel estatal el 56% de la fuerza laboral, pero concentran el 72% del empleo a tiempo parcial, sólo uno de cada tres cargos de alta cualificación están ocupados por mujeres (35%). Existe una **brecha salarial en el sector turístico** a nivel mundial, estatal y andaluz, y esta realidad (que se visibiliza de especialmente en el colectivo de camareras de piso, pero no de forma exclusiva) debe **situar en primer plano el desarrollo de planes de igualdad en las empresas**, incorporando medidas para las grandes operadoras internacionales, formación específica en igualdad en todos los estamentos empresariales, aplicando la normativa laboral sectorial que emana de la negociación colectiva y mejorando la calidad de la contratación utilizada hacia un empleo estable, pleno y productivo.

SALUD LABORAL Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Desarrollar en el sector una política de prevención y salud laboral que de mayor seguridad en cada puesto de trabajo con el cumplimiento de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales. El **alto grado de incapacidades temporales y totales por lesiones dorso lumbares que sufre el sector de hostelería**, demuestra que existe un riesgo evidente en las condiciones de trabajo, que no viene siendo identificado en los respectivos Planes de Prevención de Riesgos Laborales.

También se producen riesgos psicosociales (organización y ordenación de los ritmos y tiempos de trabajo), riesgos químicos (derivados de los productos de limpieza y productos en cocinas), así como riesgos en el embarazo y la lactancia. Una realidad que requiere políticas activas de seguridad y salud, así como de prevención de riesgos laborales, desplegada a través de los Comités de Seguridad y Salud, así como la ampliación del **catálogo de las enfermedades profesionales de estos colectivos**.

INVERTIR EN RECURSOS HUMANOS

Como indicábamos, hay que hacer una inversión decidida en recursos humanos a fin de mejorar la relación precio-calidad-servicio, maximizando la calidad turística bajo el axioma “turista satisfecho, trabajador satisfecho”. Para ello, la Junta de Andalucía debe poner en marcha todos los mecanismos para que los trabajadores y trabajadoras del sector puedan obtener sus Certificados de Cualificación Profesionales, donde primen la experiencia en el sector para obtenerlo.

Un reto para el que resulta también estratégica la formación continua en el sector. Su implicación, preparación y motivación dependen de una inversión en formación, profesionalización, consolidación de contratos laborales, mejoras salariales y derechos sociolaborales, etc.

ACTUACIONES Y MEDIDAS CONTRA LA EXTERNALIZACIÓN

Se están llevando a cabo campañas en coordinación a nivel nacional contra la externalización de los departamentos a nivel general y en particular el de pisos, contiene varios ejes:

- La inclusión en todos los convenios sectoriales de las garantías salariales y laborales independientemente de que sean o no plantilla de los establecimientos hoteleros, o sea, **que el convenio de hostelería se aplique a todo el que trabaja en el hotel**, independientemente de la empresa que sea.
- Denunciando los convenios estatales y autonómicos de **empresas de multiservicios** que en muchos casos son fraudulentos y elaborados específicamente para realizar las operaciones de externalización.
- Las **denuncias a la Inspección de Trabajo** contra la externalizaciones en fraude de Ley, así como las movilizaciones, como las hemos llevado a cabo en Córdoba contra la Cadena Hotusa.
- Impulsando un cambio legislativo que evite la consolidación de esta forma de devaluación de las condiciones laborales de los trabajadores y trabajadoras.

ABRIR EL DEBATE SOBRE LA TASA TURÍSTICA A NIVEL ANDALUZ

La apuesta por un modelo turístico sostenible es coherente y compatible con plantearse **instrumentos fiscales que permitan convertir el crecimiento de los indicadores turísticos en desarrollo de un modelo sostenible.**

Desde CCOO-A apostamos, en consecuencia, por abrir a nivel estatal o cuando menos andaluz el **debate sobre la implantación de un Impuesto del Turismo sostenible (“tasa turística”)**, siempre que tenga un **carácter finalista especialmente centrado en potenciar la sostenibilidad presente y futura de la industria turística andaluza**: estabilidad en el empleo, cualificación profesional, inversiones públicas en infraestructuras, conservación del patrimonio, reducción del impacto medioambiental, servicios colectivos, mejora de la calidad de servicio, etc.

Un debate que, en buena lógica, debe estar abierto a las especificidades de cada provincia y ciudad, así como a la cuestión de la gestión de la “tasa turística”, pero en el que se debe aspirar al menos a nivel andaluz, desde la Junta de Andalucía y los diferentes agentes implicados en la industria turística, a armonizar, homogeneizar y dirigir el debate y la aplicación finalista de este instrumento.

LA NECESIDAD DE INVERSIONES ESTRATÉGICAS

Igualmente se va a seguir reivindicando que el futuro de la industria turística debe llevar aparejadas inversiones en materias estratégicas:

- Inversiones en infraestructuras.
- Nuevas tecnologías.
- Conservación del patrimonio cultural.
- Medio ambiente y territorio.
- Transporte público.
- Servicios colectivos.
- Equipamientos urbanos.
- Oferta cultural y de ocio.

LA LUCHA CONTRA LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA

Otro de los elementos en los que no hemos avanzado, a pesar del esfuerzo en la promoción turística en temporada media y baja y las cifras de record en 2017, ha sido en materia de estacionalidad turística: En este sentido, **las cifras en la temporada baja 2017-2018 ha sido similar a la que tuvimos en el mismo periodo de 2016-2017**. Todos los hoteles que cerraron en el invierno del año pasado, han vuelto a cerrar, con las consecuencias negativas que lleva consigo el cierre de la planta hotelera (daño de imagen, pérdida de empleo, cierre de otras empresas complementarias, bajada de la actividad económica, pérdida de competitividad turística...). En definitiva, cuando se cierra un hotel se cierra un “trozo de la ciudad.”

En las cinco provincias afectadas por la estacionalidad, cerraron un total de 150 establecimientos hoteleros reglados, lo que equivale a 64.964 plazas, **cerca del 39% de todas las plazas hoteleras ubicadas en el litoral andaluz**. De la comparación estadística, al menos, se desprende que este año, los hoteles del litoral andaluz, sobre todo la provincia de Málaga y Cádiz y los ubicados en las costas de Granada, han cerrado algo más tarde debido a la excelente temporada turística que hemos tenido, así como el buen clima de este invierno.

Para CCOO la tarea prioritaria de todas las partes implicadas en la industria turística: administraciones, agentes sociales y económicos, debe ser la de ejecutar y aplicar el **Plan de choque contra la estacionalidad turística en el litoral andaluz** que tenía como objetivo el de aminorar las estacionalidad en un 5% cada año, cuestión que no se está cumpliendo por distintos motivos, entre otros la tardanza en la constitución de la red de Municipios Turísticos, por parte de la Federación Andaluza de Municipios.

Esperamos que una vez constituida, haya un compromiso de todos los partidos y ayuntamientos en la lucha contra la estacionalidad, poniendo en marcha las políticas de incentivos para aquellos empresarios que abran sus establecimientos hoteleros los 12 meses al año, como rebajas de impuestos, o que tengan prioridad para acceder a los fondos reembolsables.

APUESTA POR EL TURISMO SOCIAL

Aparte de las medidas mencionadas, debemos potenciar otros segmentos que contribuyan a aminorar la estacionalidad turística como el golf y otros deportes, el turismo cultural, el de salud y belleza, el de congresos y convenciones y otros.

Pero sin duda el segmento que más puede contribuir en aminorar la estacionalidad turística es la apuesta por desarrollar más y mejor el segmento de turismo social, ya que en Europa contamos con más de 100 millones de personas mayores de 55 años, de poder adquisitivo alto y medio dispuesto a viajar durante todo el año y en particular en la temporada baja.

En ese sentido hay que trabajar en la línea de configurar acuerdos con la UE para fomentar este turismo, así mismo el Gobierno Andaluz debe estudiar la posibilidad de poner en marcha **un programa de turismo social andaluz que sea complementario al programa de turismo social Imserso**, que desde su puesta en marcha hace más de 25 años ha contribuido a que una parte de hoteles no cierren temporalmente en invierno y a que se mantenga el empleo, tanto directo como indirecto.

El mejor espacio de bienestar para nuestros mayores y de generación de empleo es el programa de vacaciones del Imserso, ya que va en beneficio de la salud y el bienestar de nuestros mayores y que tanto nos ha aportado. En ese sentido **CCOO va a seguir defendiendo el Turismo Social en su doble vertiente**, tanto en la mejora en la calidad de vida de las personas mayores como en la mejor forma de creación de empleo de calidad. A lo largo de estos años hemos defendido y apoyado este programa de turismo social, ya que se ha demostrado que la inversión pública que ha habido por parte de los distintos gobiernos ha contribuido a mantener empleo y generar riqueza. Según diversos estudios, cada euro de dinero público invertido ha generado, al menos, 1,50 euros, y ha significado ahorro de prestaciones de desempleo al seguir ingresando cuotas de la Seguridad Social. Además, el programa ha contribuido al aumento de la demanda interna de estas zonas por la vía del consumo de los turistas en la oferta complementaria como la hostelería, el comercio, etc.

Por lo tanto, consideramos que **el dinero público utilizado para apoyar programas de turismo social es una buena inversión** y forma parte de las políticas de activación del empleo, tan necesarias en estos momentos de crisis económica.

Regulación, legislación, inspección

Claves para definir el modelo turístico

El desarrollo legislativo en la normativa turística andaluza, la regulación de los servicios que proporcionan la hotelería reglada y restauración por categorías y especialidades, y el refuerzo de la actuación inspectora, son elementos estratégicos para definir el modelo turístico en Andalucía.

VIVIENDAS VACACIONALES

En Andalucía contamos el **Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de viviendas con fines turísticos**, desde cuya publicación han aflorado unas 30.000 viviendas que prestaban servicios de alojamiento, y cuyo registro supone reducir considerablemente la bolsa de economía sumergida en el sector.

Desde CCOO estamos de acuerdo con el actual decreto, aunque **debemos reflexionar sobre si hacen falta cambios**. Principalmente, una vez constatado que la fuerte demanda de alojamiento turístico está teniendo un “efecto llamada” que provoca que pisos que se alquilaban a vecinos de los centros históricos de Sevilla, Granada, Málaga... se ven hoy alquilados para viviendas turísticas legales o ilegales.

La masificación alojativa se ha convertido en **un goteo silencioso que acaba desplazando a la población autóctona y altera la morfología de las ciudades**, perdiéndose vecinos en muchos centros de las ciudades y convirtiendo éstos cada vez más en “parques temáticos”, perdiendo autenticidad, cultura e idiosincrasia, creciendo en definitiva la estandarización de los destinos turísticos en el conjunto de Andalucía. En muchas ciudades los espacios comunes están siendo sustituidos por negocios en las terrazas, en espacios públicos, como plazas o aceras. La impresión de buena parte de la ciudadanía es que la especulación urbanística se ve sustituida por la especulación turística, y, si algún día estalla la burbuja, pagarán los de siempre.

Es hora, ante esta realidad, de que las administraciones con competencia en materias turísticas se impliquen: Ayuntamientos, comunidades autónomas, Gobierno estatal.

En ese sentido CCOO hemos propuesto al Gobierno una norma base estatal, que regule la normativa lo más uniformemente posible y que ésta se elabore en consenso, con las comunidades autónomas, con los sindicatos mayoritarios del sector, las asociaciones de empresarios del sector y de los consumidores. También consideramos que la Consejería debiera elaborar un informe por ciudades y distritos y poder debatirlo en la una reunión de la Mesa de Turismo de Andalucía.

INSPECCIONES TURÍSTICAS

Otro grave problema que nos encontramos es la **falta de Inspectores en materia turística**. Podemos tener las mejores leyes pero si no tenemos más inspectores y más medios para que puedan ejercer su trabajo en óptimas condiciones, es imposible que se puedan cumplir con los objetivos de una manera óptima, más si tenemos en cuenta el aumento espectacular de crecimiento de viviendas turísticas en este periodo.

Por lo tanto es vital importancia **reforzar una actuación inspectora de turismo** para la detección y corrección en la prestación de servicios turísticos en clandestinidad y en el cumplimiento de la normativa turística, **y una actuación más preventiva** para tratar de regular e incluir en la misma nuevas modalidades en la prestación de servicios turísticos, mejorando y actualizando la regulación de los actuales que permita el afloramiento y regularización de estas actividades acorde con la realidad turística de calidad.

INSPECCIÓN DE TRABAJO

Lo mismo ocurre con la Inspección de Trabajo, donde se debe **reforzar la Inspección de Trabajo con más Inspectores y más medios**, luchar contra la lacra del empleo sumergido y la precariedad laboral en sus distintas vertientes, que supone una situación de semi-esclavitud, pérdida de profesionalidad y afectación a la calidad e imagen de la oferta turística; además ello conlleva una **brutal competencia desleal** para aquellas empresas que apuestan por la oferta reglada, empleo de calidad, profesionalidad y el cumplimiento de los convenios colectivos sectoriales tanto en lo económico como en lo social.

Tanto en lo relativo a la Inspección Turística como en la Inspección de Trabajo, sería muy deseable que a nivel de nuestra Comunidad se analicen y tomen como referencia ejemplos de buenas prácticas en otras comunidades Estado-CCAA en materia de actuación y refuerzo de la plantilla inspectora.

Alianza por el Turismo andaluz (2016)

El Empleo, asignatura pendiente

CCOO defiende un marco institucional estable, democrático y participativo a través de la Mesa de Turismo de Andalucía

Desde CCOO estamos convencidos que el diálogo social, la concertación y la codecisión es la mejor manera de gobernar. Contando así con todos los interlocutores que forman parte del sector turístico. Desde nuestro punto de vista esta debe ser la línea a seguir, como se ha venido haciendo hasta ahora a través de la Mesa de Turismo de Andalucía. Estamos convencidos que con los parámetros de colaboración y de corresponsabilidad entre los distintos agentes es la manera de configurar las respuestas colectivas para impulsar y fortalecer actividades como el turismo, como estrategia fundamental para la economía andaluza.

Por lo tanto, la prioridad está en afianzar la Mesa de Turismo como lugar de encuentro y diálogo, negociación y consenso. Al mismo tiempo, realizar el seguimiento, evaluación e impulso de los compromisos alcanzados en este ámbito. En definitiva, poner en marcha la planificación que se acordó en el IV Pacto Andaluz de Turismo, que constituyó en sí mismo tanto un instrumento de gestión como de consenso, ya que recogía una relación de objetivos y acciones entre las partes, articuladas en sus once líneas estratégicas y que definen la Sostenibilidad, el Empleo, la Excelencia y la Innovación en el Turismo Andaluz, entre otras.

Valoración de CCOO de Andalucía sobre la Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

El 26 de Julio 2016 se firmó la Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía (es decir, el nuevo Pacto por el Turismo), por parte de CCOO, UGT, CEA y la Junta de Andalucía, fruto del diálogo social en la concertación turística, que tiene como principal hito la continuidad de la mesa turismo constituida en 1991, como órgano permanente de diálogo, negociación y consenso entre los principales actores de la industria turística, ha permitido que la formulación de gran parte de la política turística de Andalucía haya sido un ejercicio de Concertación.

La Alianza por el Turismo no solo debe tener como objetivo la cooperación, la colaboración y la coordinación entre los líderes del sector turístico y los agentes sociales, sino que debe responder a las expectativas y exigencias de rendición de cuentas y transparencia que la sociedad y la ciudadanía demandan y requieren.

Para hacer frente a los nuevos escenarios del turismo mundial es clave la fortaleza de la unidad de acción, apostando por un nuevo marco de concertación turística, de coordinación público-privada, que ayude a convertir Andalucía en un destino turístico inteligente, sostenible e integrador, que se convierta en un referente en materia de empleo con derechos, productividad, competitividad y cohesión social y territorial.

Para responder a estos requerimientos, desde CCOO Andalucía consideramos imprescindible que, partiendo de los principios de la Gobernanza Europea, una gestión responsable, innovadora y de calidad, que constituya el marco de referencia de la acción turística sostenible en la presente legislatura.

Hoy, la actividad Turística de Andalucía se enfrenta a una permanente y constante transformación y adaptación al mercado. La inapropiada gestión de la crisis se ha llevado años de progreso económico y social y ha puesto al descubierto debilidades y amenazas, pero también fortalezas y oportunidades.

Para CCOO de Andalucía la debilidad más patente la constituye la devaluación de los derechos del capital humano en el sector turístico. Los cambios en la demanda de los que nos visitan se están traduciendo en un creciente interés por las viviendas turísticas, diversidad en los medios de transporte y más económicos, una mayor cultura digital, una mayor sensibilización sobre el entorno natural, y un servicio cada vez más especializado y personalizado que sólo es posible con un capital humano formado, con empleo estable y con derechos. Por otro lado, las coyunturas políticas y la inestabilidad en nuestra competencia, refuerzan la necesidad de innovar.

El actual horizonte parece confirmar que el turismo es uno de los grandes recursos de Andalucía, de las más capaces en la movilización de recursos e inversiones, Y es ese marco de actuación donde cobra especial relevancia la alianza por un turismo innovador y competitivo en Andalucía.

La Carta de Compromisos por un Turismo innovador y competitivo en Andalucía contempla los siguientes elementos: “Valores inspiradores del Turismo en Andalucía”, “Objetivos generales del Turismo en Andalucía”, “Estrategias para su desarrollo”, “Decálogo de Compromisos concretos en materia de Turismo”, “Seguimiento y evaluación de los Compromisos”.

Para CCOO de Andalucía es una apuesta la Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía que apueste y considere la actividad turística como un sector estratégico para la economía de la región, con el fin de reforzar la cohesión social y territorial y la creación de empleo de calidad. Todo con el objetivo de cambiar la realidad que tenemos actualmente desde el punto de vista laboral, buscando el reconocimiento de sus profesionales y demandando formación que éste sea un sector atractivo para el empleo, y no sólo como un trabajo de tránsito con trabajadores "nómadas", como ocurre ahora. **Para ello es necesario mejorar las condiciones sociales y laborales de sus trabajadores y trabajadoras, sólo así Andalucía pueda considerarse como destino turístico de calidad.**

Nuestra valoración de la Alianza por el Turismo Innovador y Competitivo de Andalucía en gran medida depende, en definitiva, **que se convierta realmente en una alianza por un empleo decente y salarios dignos para las personas que trabajan en el sector turístico andaluz.**

Valoración de CCOO sobre el grado de cumplimiento, así como su metodología tras su firma

Con cierto retraso, se nos remitió en Marzo un balance por parte de La Consejería de Turismo y Deportes, sobre lo que había supuesto el grado de cumplimiento desde su firma. **En este sentido, el punto de vista de CCOO de Andalucía sobre su metodología y sobre el seguimiento de la Alianza fue el siguiente:**

Sobre la metodología del Acuerdo, una vez que ha sido formalizado y puesto en vigencia, compartimos que se debe realizar seguimiento permanente con el fin de verificar el cumplimiento de los compromisos pactados. Es conveniente que el desarrollo de esta fase coincida con los periodos establecidos para realizar el seguimiento del proceso de planificación turística. Como producto de esta fase, se podrán realizar los ajustes que se consideren necesarios a los compromisos y determinar posibles acciones de mejora, algo que consideramos necesario acometer a la vista de insuficiente consecución de objetivos en la sostenibilidad social.

También compartimos que la Mesa del Turismo constituye pues el marco apropiado para establecer los oportunos dispositivos de seguimiento, necesarios para verificar la implantación de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos generales contemplados en la Alianza y, en su caso, para la revisión de la formulación de los compromisos de la misma.

Dicho esto, es importante que la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, impulsen mas las reuniones de la Mesa de Turismo de Andalucía con el objetivo de llevar el seguimiento a la política turística a nivel general y el seguimiento de la Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía. En ese sentido proponemos que, obligatoriamente, como recoge el documento de la Alianza, debe haber, como mínimo, una reunión extraordinaria de la Mesa del Turismo, monográfica para llevar a cabo la evaluación y seguimiento de la Alianza una vez al año. Al mismo tiempo, desde CCOO, consideramos que las reuniones ordinarias de la Mesa del Turismo deben producirse, como mínimo, cada dos meses, y las extraordinarias las veces que la Consejería de Turismo y Deportes y los agentes sociales y económicos, representados en este órgano de la concertación, acordemos. **Por poner un ejemplo los sindicatos CCOO y UGT hemos pedido en reiteradas ocasiones una reunión monográfica con el objetivo de debatir y acordar sobre un plan de empleo 2018-2020 y analizar qué tipo de empleo se está creando en la industria turística andaluza. La única reunión celebrada al efecto no ha cumplido dicho objetivo, y sin duda el Empleo es la gran asignatura pendiente de la Alianza.**

Sobre el grado de cumplimiento general, desde CCOO, vemos luces y sombras. Las sombras las vemos, sobre todo, en la calidad de servicios que engloba al factor humano, clave para la industria turística. Para garantizar la calidad del servicio, son fundamentales la calidad del empleo, la profesionalidad de los trabajadores, y la calidad de la formación. Empleo estable y de calidad, responsabilidad social, legalidad, fomento de la negociación colectiva, igualdad, formación continua de empresarios y trabajadores. Otro de los elementos que no hemos avanzado es la lucha contra la estacionalidad turística como ya hemos analizado anteriormente.

CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD

Un problema importante al que se enfrentan los profesionales del turismo es la **falta de certificación de sus competencias, muchas veces adquiridas mediante la experiencia profesional y la formación no formal**. Un apartado recogido en el acuerdo sobre Alianza por el Turismo Innovador y Competitivo de Andalucía, pero cuya aplicación se ha llevado a cabo de forma muy limitada después de casi dos años desde su firma.

Desde CCOO compartimos sin duda el compromiso 8 de dicha Alianza, la apuesta por una formación de calidad, **impulsando los certificados profesionales oficiales a quien trabaja en la Hostería andaluza**, si reúnen las destrezas y las competencias adquiridas por la experiencia profesional. El cada vez más importante número de profesionales que deciden ampliar sus experiencias en otros países conlleva la dificultad de acreditar sus competencias, lo que les sitúa en un escenario de minusvaloración con respecto a otros. De ahí que para CCOO resulte urgente impulsar este compromiso de forma más amplia.

En la **convocatoria 2018 del sistema Andalucía Acredita**, dependiente del Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales (IACP) se han publicado un total de 1.100 plazas para acreditaciones profesionales (200 Servicios de Restaurante, 500 de Cocina y 400 de Servicios de Bar y Cafetería), que aún siendo un primer paso siguen siendo claramente insuficientes para el volumen de profesionales del sector. En consecuencia, es urgente establecer la Cualificación profesional como elemento de profesionalización y de calidad en el **sector**, efectuando las dotaciones presupuestarias para dicho objetivo, a fin de situar la actividad turística en el ámbito de la innovación, la calidad y el desarrollo de un modelo económico con valor añadido.

PROMOCIÓN TURÍSTICA

El Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 fue aprobado por consenso en la Mesa del Turismo de Andalucía, apostando por promover un destino único, inteligente y competitivo, fomentando la internacionalización de las PYMES turísticas, apostando por la innovación en marketing e investigación.

Sobre las claves estratégicas y grandes cifras del Plan de Acción 2018, se partió de las directrices del Plan Estratégico de Marketing Turístico 2020, si bien añadiendo a las mismas una serie de líneas estratégicas específicas para 2018, diseñadas por los técnicos de la Empresa Pública de Turismo y de la propia Consejería, en función del balance del Plan de Acción 2017, y que valoramos positivamente, si bien planteado un estudio de la evolución comparada de nuestros competidores nacionales e internacionales. Además, consideramos que la Mesa del Turismo debe tener más información, para ganar en transparencia, credibilidad y eficiencia. Con dichos objetivos, propusimos en 2017 crear una Comisión de Seguimiento, compuesta por la Consejería, empresarios y sindicatos para analizar cómo evolucionaba el Plan de Acción 2017, con el compromiso de que se reúna como mínimo tres veces al año.

SOBRE EL DESARROLLO LEGISLATIVO

En este periodo se ha presentado en la Permanente del Consejo Andaluz del Turismo el proyecto de orden por el que se establecen las condiciones excepcionales en instalaciones, equipamiento y servicios que habrán de reunir los hoteles de cinco estrellas para obtener el calificativo de Gran Lujo. El borrador apuntaba en buena dirección ya que se contemplaba un capítulo de criterios sociales por puntos. Desde CCOO lo valoramos positivamente, si bien planteando un incremento de puntos para el capítulo de criterios sociales. La CEA se negó en rotundo a incluir dichos criterios, con lo que el proyecto tras varios meses desde su presentación sigue sin negociar.

En el mismo sentido, sigue sin abordarse un cambio necesario en el Decreto de Hoteles, que conlleve una innovación en el modelo de establecimiento por categorías para la hotelería andaluza. En el mismo, se plantea incluir un sistema de puntos que pueda baremar las mismas y que permitiría reconocer la diversidad de los formatos de los establecimientos hoteleros sin constreñirse a una uniformidad. Nosotros consideramos que un sistema de puntos puede ser de enorme utilidad en este sentido, siempre que no se eliminen aspectos de requerimiento básico que refieren a la calidad mínima correspondiente a una categoría hotelera. A su vez proponemos que regulen la oferta de la restauración, sobre todo la que se considere turística.

A su vez la Junta de Andalucía y los municipios, y la propia administración estatal, deberían estimular y facilitar a la iniciativa privada, y suplirla si fuera necesario al principio, en **líneas de inversión del máximo interés**, la inversión en esta oferta complementaria como factor de diversificación.

Proponemos un modelo de desarrollo de una industria turística de calidad que debe concebirse desde una intervención pública concertada con la diversidad de la iniciativa privada, en la que los poderes locales (CCAA y municipios) puedan coordinar y dar racionalidad al desarrollo económico, ecológico y social de sus territorios y poblaciones. **En definitiva, nuestro reto es hacer del turismo un motor de nuestra economía, que sirva de palanca para el cambio hacia un nuevo modelo productivo, que ponga la economía al servicio de las personas en condiciones de igualdad, derechos, bienestar y sostenibilidad ambiental.**

ANEXOS

Anexo I. Análisis Semana Santa 2018 desde el punto de vista turístico. Luces y sombras.

Los indicadores turísticos de la Semana Santa han sido positivos, a a pesar de este año ha caído en Marzo y la climatología no ha ayudado. No obstante, como viene siendo la norma, **el crecimiento del empleo fue inferior al crecimiento de visitantes y pernoctaciones.**

Además del dato de empleo, la estacionalidad sigue agravándose: **un total de 38 hoteles del litoral andaluz han permanecido cerrados en Semana Santa, lo que supone 10 más que año 2017**, 25 de ellos por ser de temporada y 13 por conflictos laborales o problemas de gestión, pese a que el año 2017 ha sido el mejor año turístico de la historia de Andalucía.

Esto supone que haya habido **13.500 plazas menos disponibles y una reducción de más de 4.100 puestos de trabajo** frente a los años anteriores a la crisis, en los que todos los establecimientos de las provincias costeras habían abierto en estas fechas sus puertas al público.

Desde CCOO, y como ya hemos señalado, el problema estructural que tenemos es la estacionalidad en una doble vertiente. Por un lado, destacamos que en la temporada baja del año 2017-2018 se han mantenido cerrados el mismo número de establecimientos hoteleros que en el invierno del 2016, algo impensable en otras temporadas. La única leve mejoría se ha dado en la Costa del Sol, en la que en el año 2017 los hoteles cerraron más tarde y este año han abierto antes, ya que la Semana Santa se ha adelantado. Por lo tanto, todos los hoteles de la Costa del Sol han abierto sus puertas al público a excepción de uno de temporada que no abre hasta más tarde y 11 que tienen problemas estructurales.

En las provincias de **Huelva, Cádiz y Almería** han aumentado el número de hoteles por temporada que no han abierto en la Semana Santa del año 2018, disminuyéndose la oferta de plazas y reduciéndose considerablemente el número de personas empleadas.

Destacamos el caso de Almería como muy grave, provincia en la que se van a abrir 13 establecimientos hoteleros y otros tantos abrirán sus puertas para volver a cerrar una vez haya pasado Semana Santa, lo que nos parece un despropósito.

En la provincia de **Málaga**, el único hotel de temporada que no está abierto en Semana Santa es el Pinomar en Marbella, de la cadena Playa Hoteles, mientras 11 que están cerrados por problemas estructurales, seis establecimientos que pertenecieron a grupo Summa en Torremolinos y Benalmádena, AGH en Estepona, Byblos en Mijas y Guadalpín, Incosol y Don Miguel, en Marbella.

De ellos, los hoteles Byblos e Incosol han sido comprados por fondos de inversión, mientras que el hotel Don Miguel ha sido adquirido por un grupo financiero de capital árabe.

En **Huelva** ha habido 7 hoteles de temporada que no han abierto aún al público, son Iberostar, Meliá y Playa Marina en Isla Canela; el ADH TUI Family Life en Islantilla; Garden Playanatural en El Rompido; Ohtels Mazagón, y Alegría El Cortijo en Matalascañas.

En **Cádiz** para la Semana Santa por tardanza en el inicio de la temporada 4 hoteles, Atlánterra de Tarifa y Sol Meliá, Barrosa Garden, en Chiclana de la Frontera, y el Hotel Conil, en la localidad del mismo nombre, a los que se suma el cierre por problemas estructurales de El Palmeral Plaza, en Jerez de la Frontera.

En **Almería** en Abril aún no habían abierto 12 establecimientos por temporada: Zimbali, Playa Azul, Playalinda, La Parra, Mediterráneo, Cabo de Gata Garden, Cabo de Gata Mar, Ohels Cabogata, Ohtels Roquetas, Best Mojácar, María del Mar, Marina Mar y Puerto Marina y hotel Gran Almería que esta cerrado desde el año 2015 por problema extructurales.

Para CCOO resulta increíble que Andalucía deje de ofertar 13.500 plazas hoteleras en una fecha en la que siempre se ha producido un repunte importante del número de visitantes a nuestra comunidad como es Semana Santa. Esto supone un daño tremendo para la imagen que vendemos al exterior y para un sector que representa el 13 % del PIB andaluz.

A esto hay que añadir que el hecho de no abrir en Semana Santa o mantener tantos establecimientos hoteleros cerrados sin actividad y sin solución de continuidad, provoca una pérdida de empleo directo de 4.100 puestos de trabajo y una pérdida de empleo indirecto que puede llegar a los 8.000.

CCOO reclama la búsqueda de soluciones a los 13 hoteles que están cerrados por mala gestión, cuyos propietarios estaban ligados mayoritariamente al sector inmobiliario, y apuesta por proyectos que abarquen toda la diversidad de productos que tenemos en Andalucía

Anexo II. Datos coyuntura turística Andalucía 2016-2017.

ALMERÍA

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	1.375.609	1.061.681	313.928	5.515.135	3.816.768	1.698.367	4,01	195	29.666	3.079
TOTAL 2017	1.410.346	1.052.681	357.665	5.549.304	3.617.594	1.931.710	3,93	205	29.481	3.211
DIFERENCIA	34.737	-9.000	43.737	34.169	-199.174	233.343	-0,07	10	-185	132
PORCENTAJE	2,53%	-0,85%	13,93%	0,62%	-5,22%	13,74%	-1,86%	5,21%	-0,62%	4,28%

CÁDIZ

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	2.463.253	1.578.231	885.022	7.373.087	4.080.842	3.292.245	2,99	406	37.603	5.219
TOTAL 2017	2.570.966	1.612.269	958.697	7.676.834	4.120.972	3.555.862	2,99	413	37.921	5.506
DIFERENCIA	107.713	34.038	73.675	303.747	40.130	263.617	-0,01	6	318	287
PORCENTAJE	4,37%	2,16%	8,32%	4,12%	0,98%	8,01%	-0,24%	1,54%	0,85%	5,50%

CÓRDOBA

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	1.186.909	696.015	490.894	1.933.901	1.181.126	752.775	1,63	196	11.048	1.302
TOTAL 2017	1.231.155	710.551	520.604	1.990.892	1.205.859	785.033	1,62	203	11.201	1.342
DIFERENCIA	44.246	14.536	29.710	56.991	24.733	32.258	-0,01	7	153	40
PORCENTAJE	3,73%	2,09%	6,05%	2,95%	2,09%	4,29%	-0,75%	3,62%	1,38%	3,10%

GRANADA

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	2.840.264	1.536.608	1.303.656	5.793.267	3.218.684	2.574.583	2,04	418	31.227	3.353
TOTAL 2017	2.826.821	1.479.087	1.347.734	5.874.163	3.199.826	2.674.337	2,08	398	30.446	3.405
DIFERENCIA	-13.443	-57.521	44.078	80.896	-18.858	99.754	0,04	-20	-781	52
PORCENTAJE	-0,47%	-3,74%	3,38%	1,40%	-0,59%	3,87%	1,88%	-4,67%	-2,50%	1,54%

HUELVA

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	1.002.059	768.453	233.606	3.889.387	2.607.423	1.281.964	3,88	143	21.155	2.543
TOTAL 2017	1.041.788	767.412	274.376	4.077.486	2.560.007	1.517.479	3,91	147	21.487	2.631
DIFERENCIA	39.729	-1.041	40.770	188.099	-47.416	235.515	0,03	4	332	89
PORCENTAJE	3,96%	-0,14%	17,45%	4,84%	-1,82%	18,37%	0,84%	2,56%	1,57%	3,49%

JAÉN

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	524.071	443.996	80.075	907.414	785.796	121.618	1,73	178	8.440	968
TOTAL 2017	542.753	460.189	82.564	956.820	826.293	130.527	1,76	174	8.461	960
DIFERENCIA	18.682	16.193	2.489	49.406	40.497	8.909	0,03	-5	20	-8
PORCENTAJE	3,56%	3,65%	3,11%	5,44%	5,15%	7,33%	1,82%	-2,76%	0,24%	-0,81%

MALAGA

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	5.266.499	2.016.733	3.249.766	20.026.957	5.590.424	14.436.533	3,80	569	83.446	12.232
TOTAL 2017	5.345.734	1.902.214	3.443.520	19.883.533	4.965.642	14.917.891	3,72	551	82.858	13.001
DIFERENCIA	79.235	-114.519	193.754	-143.424	-624.782	481.358	-0,08	-18	-588	770
PORCENTAJE	1,50%	-5,68%	5,96%	-0,72%	-11,18%	3,33%	-2,19%	-3,13%	-0,70%	6,29%

SEVILLA

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	3.209.951	1.542.997	1.666.954	6.115.829	2.702.916	3.412.913	1,91	372	29.705	4.095
TOTAL 2017	3.364.999	1.481.147	1.883.852	6.433.692	2.627.604	3.806.088	1,91	365	29.747	4.237
DIFERENCIA	155.048	-61.850	216.898	317.863	-75.312	393.175	0,01	-7	42	141
PORCENTAJE	4,83%	-4,01%	13,01%	5,20%	-2,79%	11,52%	0,35%	-1,95%	0,14%	3,45%

ANDALUCÍA

AÑO	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANC. MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
TOTAL 2016	17.868.615	9.644.714	8.223.901	51.554.977	23.983.979	27.570.998	2,89	2.478	252.289	32.790
TOTAL 2017	18.334.562	9.465.550	8.869.012	52.442.724	23.123.797	29.318.927	2,86	2.456	251.600	34.293
DIFERENCIA	465.947	-179.164	645.111	887.747	-860.182	1.747.929	-0,02	-22	-689	1.503
PORCENTAJE	2,61%	-1,86%	7,84%	1,72%	-3,59%	6,34%	-0,86%	-0,90%	-0,27%	4,58%

Fuente: I.N.E.

Anexo III. Datos coyuntura turística Andalucía Enero a Mayo 2017-2018.

ALMERÍA

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	409.489	312.948	96.541	1.435.140	997.574	437.566	3,50	188	24.927	2.396
ENE-MAY 2018	418.616	315.986	102.630	1.451.605	1.023.831	427.774	3,47	186	25.001	2.306
DIFERENCIA	9.127	3.038	6.089	16.465	26.257	-9.792	-0,04	-1	73	-90
PORCENTAJE	2,23%	0,97%	6,31%	1,15%	2,63%	-2,24%	-1,06%	-0,64%	0,29%	-3,77%

CÁDIZ

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	856.051	523.999	332.052	2.155.387	1.065.321	1.090.066	2,52	385	33.869	4.342
ENE-MAY 2018	856.298	511.309	344.989	2.164.980	1.041.754	1.123.226	2,53	392	34.989	4.500
DIFERENCIA	247	-12.690	12.937	9.593	-23.567	33.160	0,01	7	1.120	158
PORCENTAJE	0,03%	-2,42%	3,90%	0,45%	-2,21%	3,04%	0,42%	1,92%	3,31%	3,63%

CÓRDOBA

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	519.080	309.115	209.965	840.575	529.048	311.527	1,62	201	11.192	1.297
ENE-MAY 2018	484.165	292.193	191.972	809.211	516.696	292.515	1,67	199	11.028	1.256
DIFERENCIA	-34.915	-16.922	-17.993	-31.364	-12.352	-19.012	0,05	-2	-164	-41
PORCENTAJE	-6,73%	-5,47%	-8,57%	-3,73%	-2,33%	-6,10%	3,21%	-1,19%	-1,47%	-3,16%

GRANADA

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	1.178.689	625.812	552.877	2.320.533	1.257.837	1.062.696	1,97	399	30.720	3.379
ENE-MAY 2018	1.245.380	671.989	573.391	2.438.327	1.304.453	1.133.874	1,96	406	31.567	3.579
DIFERENCIA	66.691	46.177	20.514	117.794	46.616	71.178	-0,01	7	847	199
PORCENTAJE	5,66%	7,38%	3,71%	5,08%	3,71%	6,70%	-0,55%	1,81%	2,76%	5,90%

HUELVA

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	306.964	223.149	83.815	1.112.789	717.509	395.280	3,63	144	19.352	1.903
ENE-MAY 2018	288.529	212.747	75.782	1.091.866	720.732	371.134	3,78	125	18.417	1.893
DIFERENCIA	-18.435	-10.402	-8.033	-20.923	3.223	-24.146	0,16	-19	-936	-11
PORCENTAJE	-6,01%	-4,66%	-9,58%	-1,88%	0,45%	-6,11%	4,39%	-13,47%	-4,84%	-0,56%

JAÉN

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	214.582	180.234	34.348	368.429	316.415	52.014	1,72	171	8.272	919
ENE-MAY 2018	207.239	177.771	29.468	362.496	314.023	48.473	1,75	171	8.348	893
DIFERENCIA	-7.343	-2.463	-4.880	-5.933	-2.392	-3.541	0,03	0	76	-26
PORCENTAJE	-3,42%	-1,37%	-14,21%	-1,61%	-0,76%	-6,81%	1,88%	0,23%	0,91%	-2,79%

MÁLAGA

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	1.954.788	697.804	1.256.984	6.740.992	1.711.329	5.029.663	3,45	529	78.003	11.094
ENE-MAY 2018	1.985.842	718.311	1.267.531	6.821.769	1.714.580	5.107.189	3,44	517	80.037	11.639
DIFERENCIA	31.054	20.507	10.547	80.777	3.251	77.526	-0,01	-13	2.034	545
PORCENTAJE	1,59%	2,94%	0,84%	1,20%	0,19%	1,54%	-0,38%	-2,38%	2,61%	4,91%

SEVILLA

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	1.363.592	630.617	732.975	2.610.197	1.138.301	1.471.896	1,91	371	29.887	4.221
ENE-MAY 2018	1.382.870	644.283	738.587	2.722.869	1.148.650	1.574.219	1,97	347	29.871	4.395
DIFERENCIA	19.278	13.666	5.612	112.672	10.349	102.323	0,05	-24	-16	174
PORCENTAJE	1,41%	2,17%	0,77%	4,32%	0,91%	6,95%	2,86%	-6,57%	-0,05%	4,12%

ANDALUCÍA

	VISITANTES			PERNOCTACIONES			ESTANCIA MEDIA	NÚMERO ESTABL.	NÚMERO PLAZAS	PERSONAL EMPLEADO
	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.	TOTAL	ESPAÑOL	EXTRANJ.				
ENE-MAY 2017	6.803.235	3.503.678	3.299.557	17.584.042	7.733.334	9.850.708	2,58	2.388	236.224	29.551
ENE-MAY 2018	6.868.939	3.544.589	3.324.350	17.863.123	7.784.719	10.078.404	2,60	2.343	239.258	30.460
DIFERENCIA	65.704	40.911	24.793	279.081	51.385	227.696	0,02	-45	3.034	908
PORCENTAJE	0,97%	1,17%	0,75%	1,59%	0,66%	2,31%	0,62%	-1,88%	1,28%	3,07%

Fuente: I.N.E.