

CUADRO DE MANDO DE LA PROVINCIA DE HUELVA COMO DESTINO TURÍSTICO (2010-2017)¹

Alfonso Vargas Sánchez
(Universidad de Huelva)

Este informe recoge un amplio conjunto de indicadores agrupados en los siguientes bloques:

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD

GESTIÓN DEL DESTINO

- 1.-Oferta.
- 2.-Demanda.
- 3.-Presión territorial.
- 4.-Presión demográfica.
- 5.-Estacionalidad.
- 6.-Índice de percepción.

MERCADOS

- 7.-Diversidad de mercados de origen.
- 8.-Ajuste de la capacidad del destino a la demanda.
- 9.-Rentabilidad.

PRODUCTOS Y RECURSOS

- 10.-Turismo de sol y playa.
- 11.-Turismo de golf.
- 12.-Turismo náutico.
- 13.-Turismo rural.
- 14.-Turismo gastronómico.
- 15.-Turismo de cruceros.

CALIDAD DE VIDA

- 16.-Peso del turismo en la economía.
- 17.-Satisfacción con la comunidad.

ANEXO: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITAS A LAS PRINCIPALES ATRACCIONES TURÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE HUELVA

Nota: Los datos que tienen como fuente la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IECA) correspondiente al año 2015 deben tomarse con cautela, ya que han sido calculados con base en sólo tres trimestres (primero, tercero y cuarto); por dificultades en la gestión

¹ El anterior informe, titulado “CUADRO DE MANDO DE LA PROVINCIA DE HUELVA COMO DESTINO TURÍSTICO (2009-2016)”, puede encontrarse en:

<http://alfonsovargassanchez.blogspot.com/2017/07/cuadro-de-mando-de-la-provincia-de.html>

administrativa de los trabajos de campo de dicha Encuesta, no se pudieron obtener los datos del segundo trimestre del citado año.

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD

GESTIÓN DEL DESTINO

1.-Oferta.

Establecimientos	Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hoteles	Nº	146	150	146	143	140	140	143	148
	Plazas	20.197	21.298	21.075	20.899	20.661	19.427	21.155	21.484
	% de ocupación	49,15	46,67	42,23	43,43	43,48	46,38	48,23	49,63
	Empleados	2.454	2.582	2.342	2.220	2.198	2.237	2.543	2.610
Campings	Nº	11	9	9	9	10	11	11	9
	Parcelas	5.631	4.392	4.494	4.290	4.339	4.609	4.570	3.552
	% de ocupación	19,41	20,60	20,19	23,24	24,51	23,72	24,50	24,48
	Empleados	142	127	122	108	100	116	119	112
Apartamentos Turísticos	Nº	699	674	570	535	563	613	637	726
	Plazas	2.944	3.016	2.496	2.375	2.478	2.752	2.720	2.972
	% de ocupación	23,41	24,10	26,70	29,07	31,07	29,41	30,43	35,63
	Empleados	52	51	47	50	43	58	65	80
Turismo Rural	Nº	110	120	135	137	146 (*)	153 (*)	143 (*)	144 (*)
	Plazas	781	819	946	1.157	1.173 (*)	1.208 (*)	1.156 (*)	1.192 (*)
	% de ocupación	13,63	12,79	12,76	11,98	14,03	20,55	19,37	19,53
	Empleados	219	194	199	221	307 (*)	303 (*)	263 (*)	283 (*)
Total	Empleados	2.867	2.954	2.710	2.599	2.648	2.714	2.990	3.085
	(% hoteles)	(85,6)	(87,4)	(86,4)	(85,4)	(83,0)	(82,4)	(85,1)	(84,6)

(*) Media mensual.

Fuente: INE. Encuestas de ocupación hotelera, en campings, en apartamentos turísticos y en alojamientos de turismo rural (datos definitivos).

Nº de establecimientos certificados con la Q de Calidad Turística (2017): 9 (los mismos que en 2016), con el siguiente desglose (puede consultarse en: <http://www.calidadturistica.es/>):

-Hoteles y Apartamentos Turísticos, 3 (Islantilla Golf Resort y Paradores de Ayamonte y Mazagón).

-Oficinas de Información Turística, 1 (Oficina de Turismo de Lepe).

-Playas, 4 (Playas de Islantilla, La Antilla, Matalascañas y Parador de Mazagón).

-Turismo Industrial-visitas guiadas, 1 (Bodega Cinco Jotas, Jabugo).

Nota: No existe ningún establecimiento en la categoría de “Servicios de Restauración”, lo que contrasta con la capitalidad española de la gastronomía que ostenta la ciudad de Huelva en 2017.

2.-Demanda.

Establec.	Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hoteles	Viajeros	1.068.294	1.060.980	944.443	971.449	920.714	913.163	1.002.059	1.043.959
	Pernoct.	3.801.990	3.789.516	3.327.308	3.439.487	3.428.356	3.477.529	3.889.387	4.074.754
	Estancia M.	3,56	3,57	3,52	3,54	3,72	3,81	3,88	3,90
Campings	Viajeros	141.915	125.689	102.496	134.813	136.432	161.303	174.104	143.232
	Pernoct.	736.435	572.624	600.320	551.541	534.333	653.746	650.240	613.243
	Estancia M.	5,19	4,56	5,86	4,09	3,92	4,05	3,73	4,28
Apartamentos Turísticos	Viajeros	44.792	54.582	54.104	62.414	72.603	75.676	70.220	87.183
	Pernoct.	254.360	266.763	240.721	254.323	284.090	298.421	305.990	389.308
	Estancia M.	5,68	4,89	4,45	4,07	3,91	3,94	4,36	4,47
Turismo Rural	Viajeros	12.560	13.809	18.248	20.263	26.215	40.651	35.552	36.443
	Pernoct.	39.160	38.442	44.605	51.015	60.313	90.601	81.733	85.726
	Estancia M.	3,12	2,78	2,44	2,52	2,30	2,23	2,30	2,35
Total	Viajeros	1.267.561	1.255.060	1.119.291	1.188.939	1.156.364	1.190.793	1.281.935	1.310.817
	(% hoteles)	(84,3)	(84,5)	(84,4)	(81,7)	(79,6)	(76,7)	(78,2)	(79,6)
	Pernoct.	4.831.945	4.667.345	4.212.954	4.296.366	4.307.092	4.520.297	4.927.350	5.163.031
(% hoteles)	(78,7)	(81,2)	(79,0)	(80,1)	(79,6)	(76,9)	(78,9)	(78,9)	
	Estancia M.	3,81	3,72	3,76	3,61	3,72	3,80	3,84	3,94

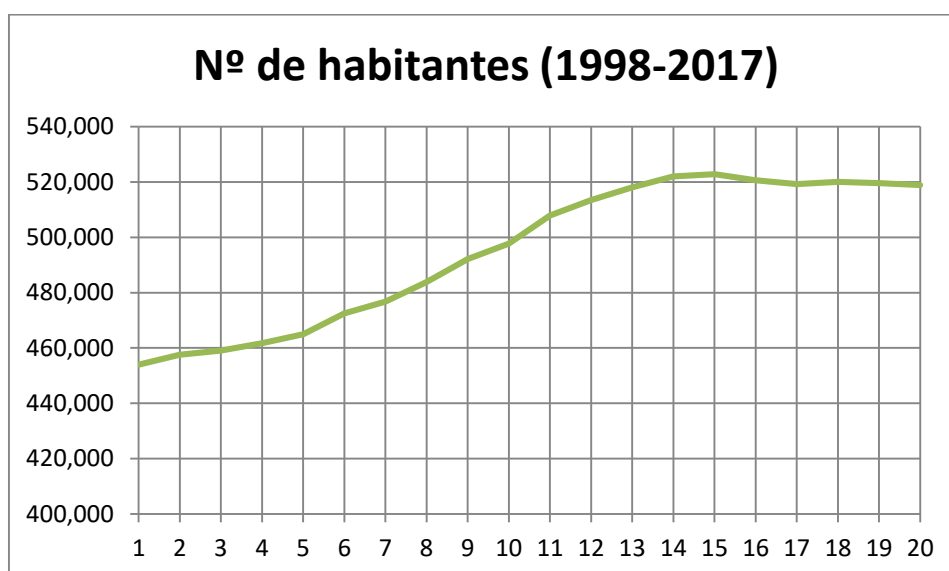
Fuente: INE. Encuestas de ocupación hotelera, en campings, en apartamentos turísticos y en alojamientos de turismo rural (datos definitivos).

3.-Presión territorial (nº de plazas hoteleras por cada mil habitantes).

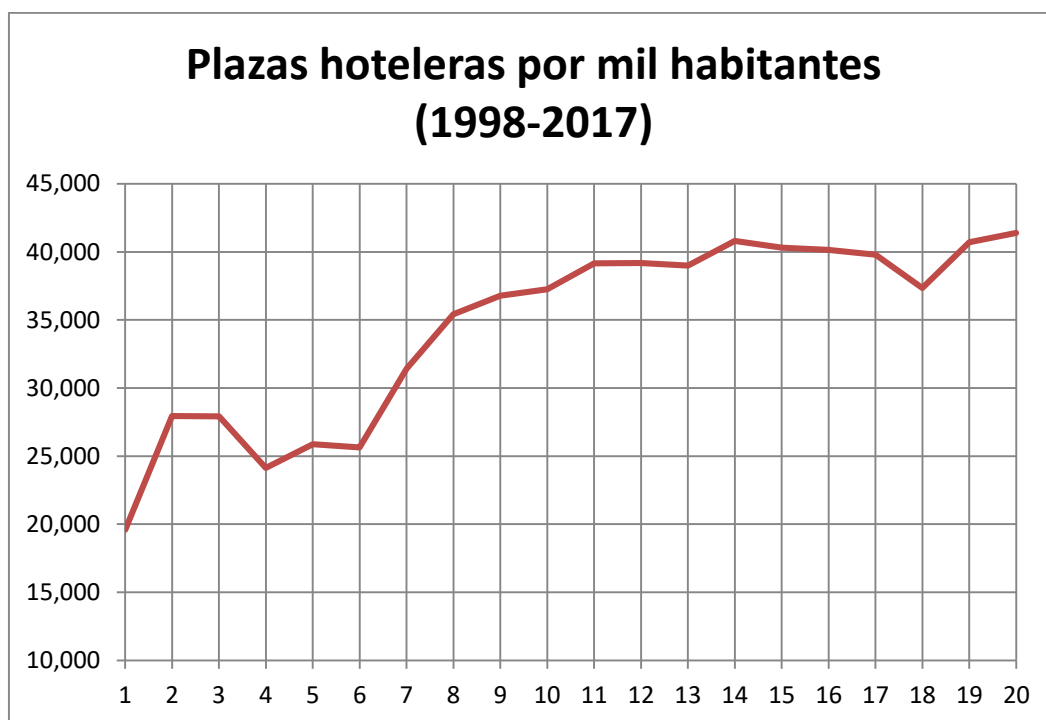
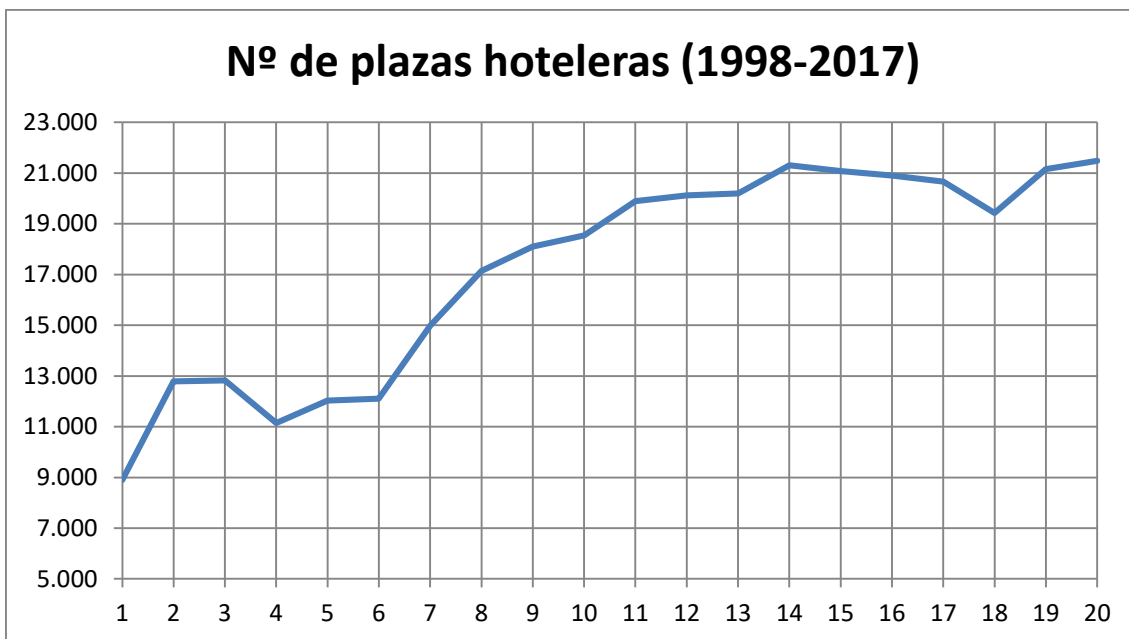
Año	Nº de plazas estimadas (1)	Nº de habitantes (miles) (2)	(1) / (2)
2010	20.197	518,081	38,984
2011	21.298	521,968	40,803
2012	21.075	522,862	40,307
2013	20.899	520,668	40,139
2014	20.661	519,229	39,792
2015	19.427	520,017	37,358
2016	21.155	519,596	40,714
2017	21.484	518,930	41,401
2017-And.	252.332	8.379,820	30,112

(1) INE. Encuesta de Ocupación Hotelera (datos definitivos).

(2) INE. Series de población desde 1996. Cifras oficiales de la Revisión anual del Padrón municipal a 1 de enero de cada año.



Como puede observarse en la figura correspondiente, en los últimos veinte años este indicador de presión territorial ha más que duplicado su valor, hasta situarse por encima de la media andaluza. En 2017 ha vuelto a crecer ligeramente.



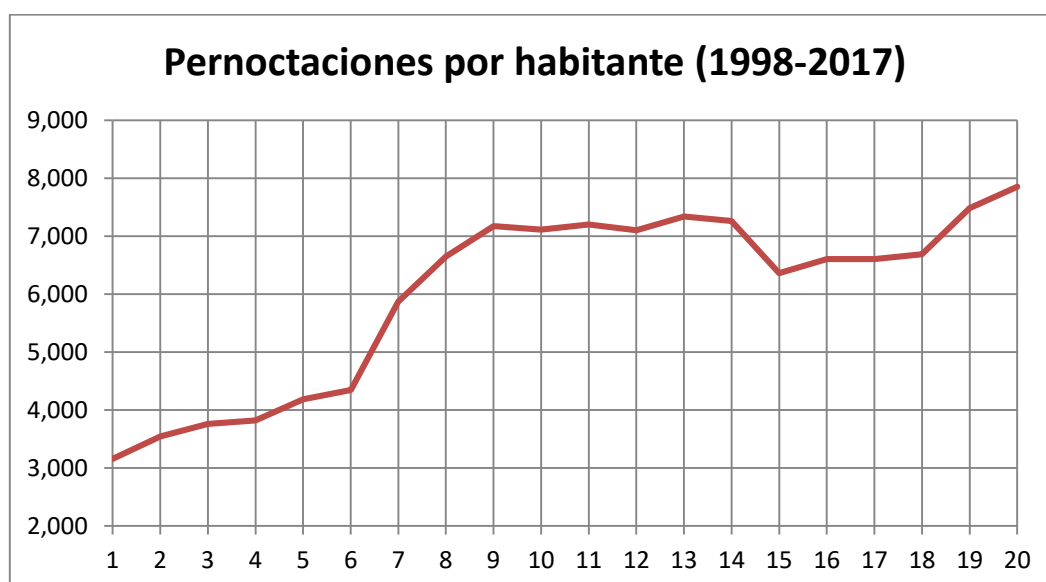
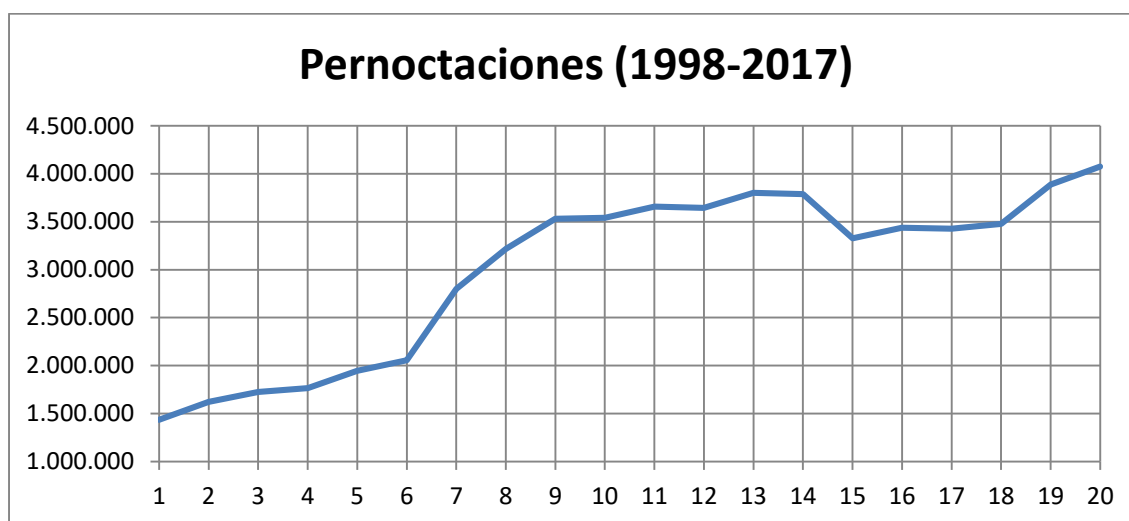
4.-Presión demográfica (pernoctaciones y número de turistas por habitante).

Año	Pernoctaciones (1)	Nº de turistas (2)	Nº de habitantes (3)	(1) / (3)	(2) / (3)
2010	3.801.990	1.703.517	518.081	7,339	3,288
2011	3.789.516	1.503.166	521.968	7,260	2,880
2012	3.327.308	1.506.768	522.862	6,364	2,882
2013	3.439.487	1.730.267	520.668	6,606	3,323
2014	3.428.356	1.729.847	519.229	6,603	3,332
2015	3.477.529	1.874.105	520.017	6,687	3,604
2016	3.889.387	2.087.857	519.596	7,485	4,018
2017	4.074.754	2.213.948	518.930	7,852	4,266
2017-And.	52.561.186	29.731.276	8.379.820	6,272	3,548

(1) INE. Encuesta de Ocupación Hotelera (datos definitivos).

(2) IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

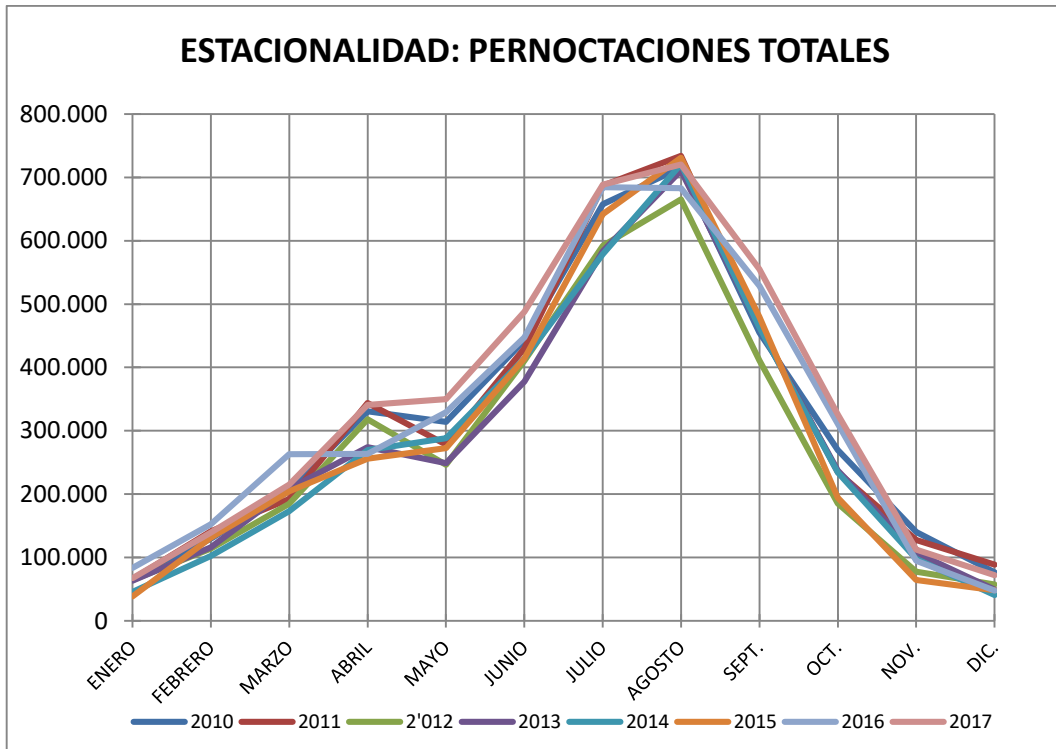
(3) INE. Series de población desde 1996. Cifras oficiales de la Revisión anual del Padrón municipal a 1 de enero de cada año.



Este indicador ha seguido una trayectoria semejante al anteriormente comentado, habiéndose más que duplicado, aunque con una caída bastante acusada en 2012 y una recuperación desde entonces. También se encuentra por encima de la media regional, al igual que el de turistas por habitante.

5.-Estacionalidad.

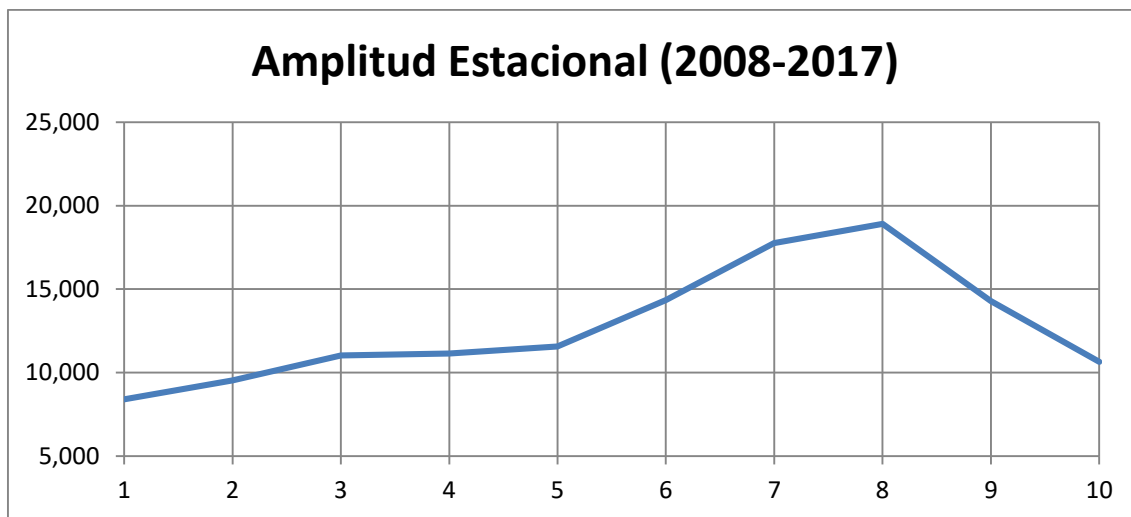
5.1.-Distribución mensual del nº de pernoctaciones totales (residentes + extranjeros), según la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE). Gráficamente:



5.2.-Amplitud Estacional: se entiende por tal el cociente entre el mayor y el menor número de pernoctaciones en escala mensual. Los valores alcanzados por este indicador en los últimos años son los siguientes:

Año	Amplitud Estacional		
	Pernoctaciones totales	Pernoctaciones de residentes	Pernoctaciones de extranjeros
2010	11,023	11,534	9,395
2011	11,135	11,973	8,359
2012	11,566	13,039	12,718
2013	14,348	15,661	11,330
2014	17,755	21,802	14,453
2015	18,907	22,341	17,258
2016	14,283	12,512	25,109
2017	10,649	11,996	22,805
2017-And.	3,478	3,831	3,747

Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera (datos definitivos).

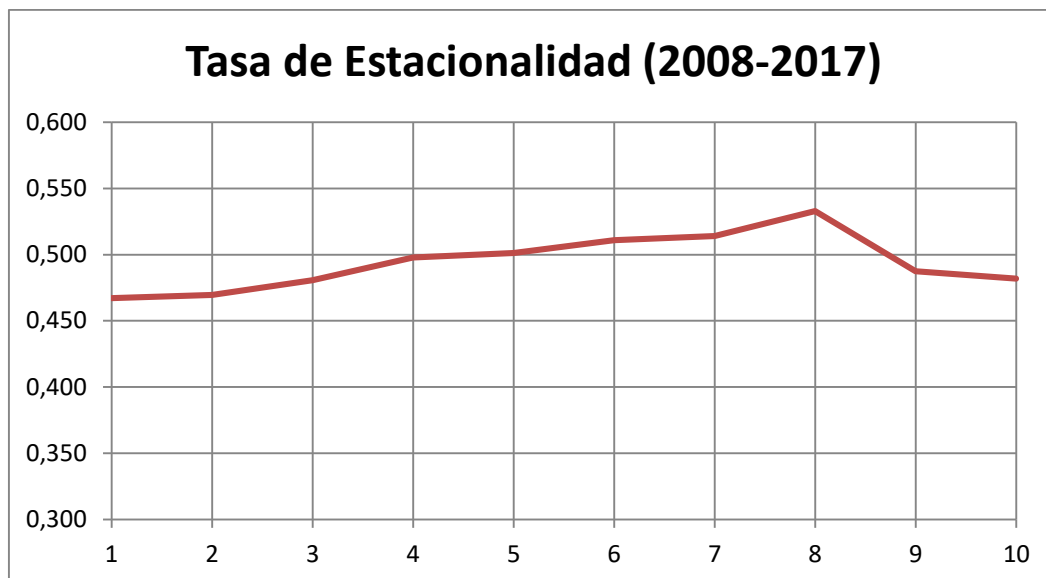


2016 fue un año de cambio de tendencia, particularmente en lo que al mercado nacional se refiere, que se ha consolidado en 2017. A nivel global se ha reducido la estacionalidad a los niveles más bajos de esta década, si bien en el segmento internacional sigue siendo extremadamente elevada (casi el doble que entre los residentes). En todo caso, los valores de este indicador aún están muy lejos de la media andaluza.

5.3.-Tasa de Estacionalidad: se calcula como el cociente entre la suma de las pernoctaciones en los tres meses de mayor afluencia y el total de pernoctaciones del año. A continuación se recoge la evolución de este indicador, que oscila entre 0 y 1.

Año	Tasa de Estacionalidad		
	Pernoctaciones totales	Pernoctaciones de residentes	Pernoctaciones de extranjeros
2010	0,481	0,512	0,401
2011	0,498	0,539	0,394
2012	0,501	0,541	0,427
2013	0,511	0,531	0,473
2014	0,514	0,523	0,488
2015	0,533	0,544	0,503
2016	0,487	0,513	0,445
2017	0,482	0,491	0,467
2017-And.	0,373	0,394	0,358

Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera (datos definitivos).



Este indicador, aunque aún lejos de la media andaluza, reafirma el cambio de tendencia hacia una menor estacionalidad, si bien, aunque se han acortado las distancias, ésta sigue siendo mayor en el mercado nacional que en el internacional. En el mercado doméstico, los meses de verano siguen representando casi la mitad de la afluencia turística (pernoctaciones) de todo el año. En 2017, la tasa de estacionalidad ha crecido 2,2 puntos en el segmento del turismo extranjero.

6.-Índice de percepción.

Calificación del viaje realizado (1-10)

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Índice sintético de percepción	6,9	7,2	7,5	7,7	7,6	8,1	7,8	7,7
Diferencia con respecto a Andalucía	-0,3	-0,4	-0,5	-0,4	-0,6	0,1	-0,3	-0,6

Fuente: IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

En 2017 el índice sintético de percepción de Huelva se ha vuelto a deteriorar, en términos absolutos y relativos, situándose una vez más por debajo de 8 y por debajo, también, de la media andaluza (7,7 frente a 8,3). 2015 se confirma, pues, como una excepción a esta tónica mantenida.

El desglose por conceptos es el siguiente:

Calificación del viaje realizado (1-10)

Año		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017-And.
Alojamiento		7,6	8,0	8,0	8,3	8,3	9,3	8,6	8,5	8,3
Restauración		6,5	7,0	7,4	7,7	7,6	8,8	8,2	<u>8,2</u>	8,3
Ocio-diversión		6,3	6,7	7,1	7,5	7,4	8,5	7,7	<u>7,2</u>	8,2
Transportes públicos	Autobuses	7,5	6,9	7,2	7,4	6,9	7,4	6,7	<u>7,3</u>	7,9
	Trenes	7,8	7,5	7,9	7,9	7,8	6,6	6,5	<u>7,4</u>	8,3
	Taxis	n.d.	n.d.	7,0	7,7	6,5	7,4	6,3	<u>6,7</u>	8,5
	Alquiler de coches	6,8	7,3	7,7	7,7	7,5	8,4	7,6	<u>7,2</u>	8,2
Calidad de la oferta turística	Playas	7,2	7,7	7,6	7,6	7,7	7,9	8,2	8,3	8,2
	Paisajes, parques naturales	7,3	7,4	7,6	7,8	7,9	8,6	8,8	8,6	8,6
	Entornos urbanos	7,1	7,2	7,4	7,4	7,5	7,8	8,0	<u>8,0</u>	8,4
Seguridad ciudadana		6,7	7,3	7,4	7,5	7,4	8,2	7,9	<u>8,0</u>	8,5
Asistencia sanitaria		6,4	6,9	7,1	7,4	7,4	7,8	7,5	<u>7,5</u>	8,1
Atención y trato		7,0	7,4	7,8	7,9	8,2	8,9	8,5	8,6	8,6
Relación precio/servicio		7,3	7,5	7,7	7,5	7,6	8,7	8,1	<u>8,0</u>	8,4
Red de comunicaciones		7,0	7,5	7,7	7,7	7,8	7,7	7,6	<u>7,6</u>	8,0
Limpieza		6,2	6,7	7,4	7,5	7,5	7,3	7,8	<u>7,4</u>	8,0
Nivel del tráfico		6,4	6,7	7,3	7,6	7,7	7,9	7,5	<u>7,4</u>	7,8
Señalización turística		6,7	7,1	7,5	7,4	7,7	8,0	7,8	<u>7,8</u>	8,0
Información turística		7,1	7,2	7,4	7,9	8,1	8,1	7,9	<u>8,0</u>	8,4
Patrimonio cultural		6,9	7,4	7,6	8,0	8,2	8,1	7,7	<u>6,9</u>	8,4
Infraestructura para la práctica del golf		6,8	7,6	7,5	7,7	8,2	8,0	7,6	<u>7,6</u>	8,4
Puertos y actividades náuticas		7,1	7,8	7,3	7,6	7,6	7,8	7,2	<u>7,3</u>	8,7

n.d.: no disponible. Fuente: IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

En sólo dos aspectos la provincia de Huelva es valorada por encima de la media andaluza (en negrita): alojamiento y playas. Paisajes y parques naturales, así como atención y trato, igualan el promedio regional. De los restantes (subrayados), llama la atención la recurrente baja valoración del bloque referente a los transportes públicos (aunque en general ha mejorado, salvo en el alquiler de coches), así como la distancia (igual o superior a un punto) en los siguientes atributos: ocio-diversión, patrimonio cultural, y puertos y actividades náuticas (los peor valorados en términos relativos).

MERCADOS

7.-Diversidad de mercados de origen.

7.1.-Distribución porcentual de las pernoctaciones totales.

Año	Nacionales	Extranjeros	Total
2010	73,37	26,63	100,00
2011	74,62	25,38	100,00
2012	70,75	29,35	100,00
2013	74,82	25,18	100,00
2014	74,90	25,10	100,00
2015	72,52	27,48	100,00
2016	67,04	32,96	100,00
2017	63,51	36,49	100,00
2017-And.	44,40	55,60	100,00

Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera.

La tendencia hacia un mayor peso del turismo extranjero se ha confirmado en 2017, habiendo superado holgadamente el tercio del total de pernoctaciones. No obstante, sigue estando a gran distancia de la media andaluza.

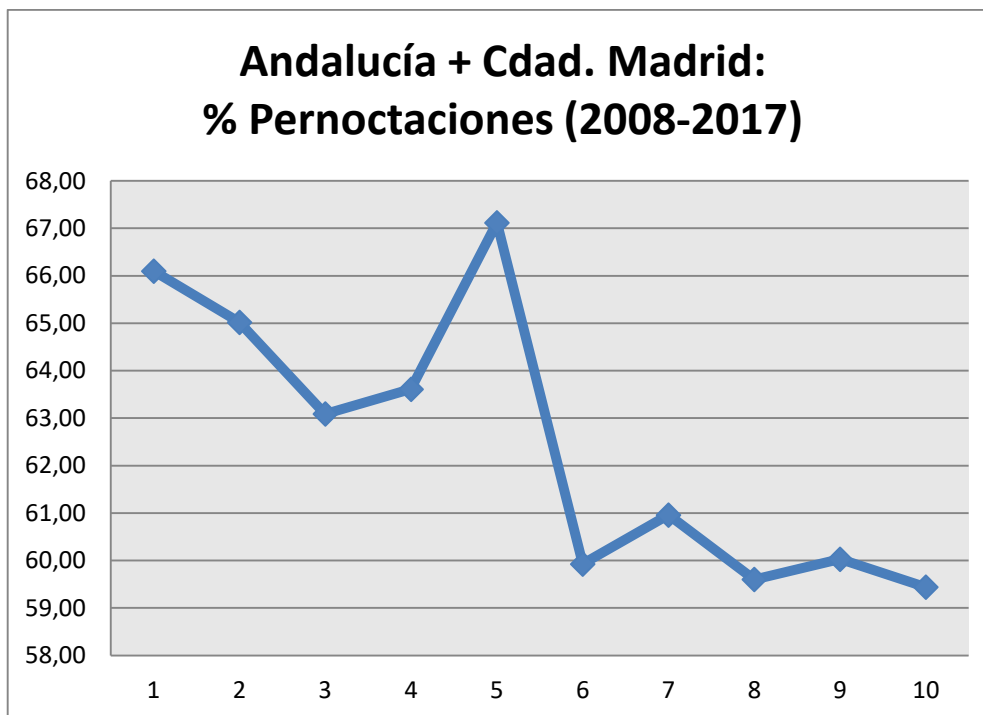
7.2.-Mercado nacional. Distribución porcentual de las pernoctaciones.

Año	Andalucía	C. de Madrid	Extremadura	Otras Com.	Total
2010	47,20	15,89	7,47	29,44	100,00
2011	47,25	16,36	8,34	28,05	100,00
2012	51,37	15,75	7,49	25,39	100,00
2013	44,81	15,12	7,95	32,12	100,00
2014	46,25	14,71	7,70	31,34	100,00
2015	45,49	14,11	7,61	32,79	100,00
2016	43,12	16,91	8,33	31,64	100,00
2017	43,43	16,01	7,65	32,91 (*)	100,00

(*) Destaca Castilla-León, con el 7,45%

Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera (datos definitivos).

En resumen, Andalucía y Madrid concentran en torno al sesenta por ciento del turismo nacional que recibe la provincia de Huelva. El grado de concentración de la demanda sigue siendo alto, aunque los últimos años presentan visos de consolidar una mayor diversificación geográfica, con Extremadura y Castilla-León como comunidades que siguen en importancia, aunque aún de lejos, a las dos anteriores.



7.3.-Mercado internacional. Distribución porcentual de las pernoctaciones.

Año	Alemania	Portugal	Reino Unido	Otros	Total
2010	27,81	17,63	18,27	36,29	100,00
2011	24,19	16,57	19,23	40,01	100,00
2012	21,90	11,46	21,14	45,50	100,00
2013	24,68	10,78	20,45	44,09 (a)	100,00
2014	24,82	13,62	20,08	41,48 (b)	100,00
2015	17,91	14,14	18,66	49,29 (c)	100,00
2016	20,20	19,28	22,27	38,25 (d)	100,00
2017	22,25	16,96	16,73	44,06 (e)	100,00

(a) Francia ha superado a Portugal, con un 13,20%

(b) Francia ha superado a Portugal, con un 13,71%

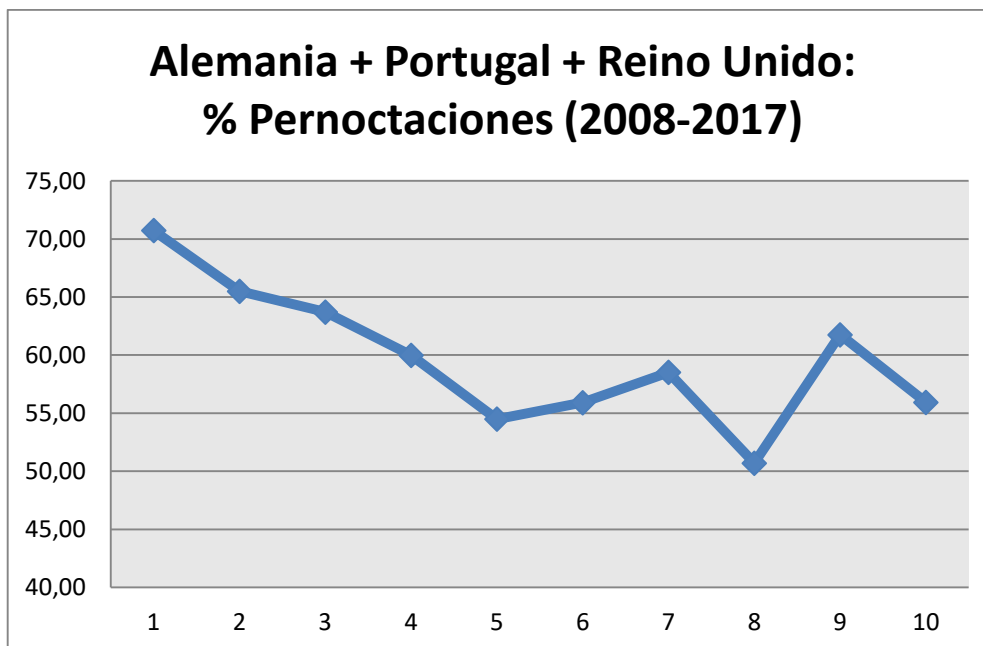
(c) Francia ha superado a Portugal, con un 14,36%

(d) Destaca Francia, con un 10,81%

(e) Destacan Francia (9,12%) y Países Bajos (8,13%)

Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera (datos definitivos).

Estas cifras muestran una concentración de los mercados de origen en, principalmente, tres países: Alemania, Portugal y Reino Unido, aunque sus comportamientos han sido dispares en 2017: crecimiento del alemán y caídas del portugués y británico, más acusada en este último caso. Francia también ha caído, aunque más ligeramente, si bien merece destacarse, ya en quinta posición, el mercado de los Países Bajos.



8.-Ajuste de la capacidad del destino a la demanda.

El aumento de la demanda -número de pernoctaciones- en el periodo 2010-2017 (7,17%), se ha visto correspondida con un incremento de la oferta de plazas hoteleras ligeramente inferior (6,37%). La evolución año a año, en tasas de variación anual, se refleja en la tabla que sigue, en la que llama la atención el comportamiento del ejercicio 2016, con subidas considerables en ambas variables, consolidando claramente la recuperación de la demanda ya atisbada en 2015 y rompiendo con la tendencia al ajuste del número de plazas ofertadas que se venía produciendo desde 2012. En 2017 se han producido incrementos mucho más moderados, aunque por encima de los valores a escala regional.

AÑO	Δ PERNOCTACIONES (%)	Δ Nº PLAZAS (%)
2010	4,27	0,40
2011	-0,33	5,45
2012	-12,20	-1,05
2013	3,27	-0,84
2014	-0,32	-1,14
2015	1,43	-5,97
2016	11,84	8,89
2017	4,77	1,56
2017-And.	1,95	0,02

Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera (datos definitivos).

9.-Rentabilidad.

Una referencia al respecto puede encontrarse en:

<http://alfonsovargassanchez.blogspot.com.es/2017/03/algunos-indicadores-del-turismo-en-la.html>

9.1.-Huelva-Costa de la Luz.

HUELVA-COSTA DE LA LUZ			
AÑO	ADR (€)	OCUPACIÓN (%)	RevPAR (€)
2010	73,5	53,3	39,1
2011	81,1	51,9	42,0
2012	82,0	50,3	41,2
2013	72,1	50,8	36,6
2014	76,7	53,2	40,6
2015	78,4	59,1	46,2
2016	80,5	61,5	49,4
2017	85,0	60,4	51,2
2017-Cádiz-Costa de la Luz	99,8	64,7	64,5

-ADR: Average Daily Rate o Tarifa Media Diaria, €).

-RevPAR: Revenue per Available Room o Ingresos por Habitación Disponible, €).

Fuente: Barómetro de la Rentabilidad y el Empleo de los Destinos Turísticos Españoles (Exceltur).

Debe advertirse que la mejora en términos absolutos del destino Huelva-Costa de La Luz (salvo la ligera caída en ocupación) es engañosa. En términos relativos empeora su posición, agradándose las distancias respecto al promedio nacional de destinos vacacionales en todos los indicadores, así como respecto a destinos directamente competidores como la Costa de la Luz de Cádiz.

9.2.-Huelva capital.

HUELVA CAPITAL			
AÑO	ADR (€)	OCUPACIÓN (%)	RevPAR (€)
2010	66,9	47,3	31,7
2011	66,3	48,7	32,3
2012	61,3	43,0	26,3
2013	60,6	46,3	28,0
2014	56,9	46,1	26,2
2015	59,4	47,1	28,0
2016	---	---	---
2017	---	---	---
2015-Media nacional destinos urbanos	83,3	66,9	55,7

-ADR: Average Daily Rate o Tarifa Media Diaria, €.

-RevPAR: Revenue per Available Room o Ingresos por Habitación Disponible, €.

Fuente: Exceltur. Barómetro de la Rentabilidad y el Empleo de los Destinos Turísticos Españoles.

No se han disponibilizado los datos correspondientes a 2016 y 2017 dentro del apartado de destinos urbanos.

9.3.-Provincia de Huelva.

Evolución del Gasto Medio Diario y del Gasto Total generado por el turismo.

Año	Gasto Medio Diario, €	Gasto Total, €) (*)
2010	47,46	557.857.526
2011	46,92	529.132.676
2012	48,09	557.945.643
2013	47,30	646.548.870
2014	47,55	575.779.674
2015	51,55	801.863.936
2016	54,60	819.698.050
2017	58,3 (**)	1.019.678.030

(*) N° total de turistas x estancia media x gasto medio diario.

(**) El más bajo de todas las provincias andaluzas.

Fuente: elaboración propia con datos del IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

2017 nos ha traído el hito de superar la barrera de los mil millones € de gasto total. A ello han contribuido un mayor número de turistas (2.213.948) y una mayor estancia media que al año anterior (7,9 días), además del gasto medio diario referido.

A partir de la misma fuente, con el mismo número de turistas, si el destino Huelva hubiera alcanzado el promedio regional en cuanto a gasto medio diario (66,2 €) y estancia media (8,4 días), el gasto total hubiera sido de 1.231.132.204 €, es decir, 211.454.173 € más, lo que representa el 18% de ese gasto total potencial. Siguiendo esta lógica, el gasto cesante desde 2010, periodo al que se refiere este informe (8 años), alcanza la cifra de 2.342.621.768 €, es decir, una media de casi 300 millones al año (292.827.721 €).

PRODUCTOS Y RECURSOS

10.-Turismo de sol y playa.

10.1. Costa de la Luz (hoteles y campings).

Establec.	Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hoteles	Viajeros	884.228	871.436	768.973	804.123	771.538	747.996	799.187	832.631
	Pernoct.	3.485.049	3.474.075	3.021.359	3.140.398	3.174.854	3.171.113	3.527.803	3.689.160
	Estancia M.	3,94	3,99	3,93	3,91	4,11	4,24	4,41	4,43
	% de ocupación por plazas	53,48	50,33	45,47	46,70	46,90	51,33	52,57	53,70
Campings	Viajeros	133.769	118.614	98.030	111.202	119.296	140.025	145.595	117.434
	Pernoct.	721.977	561.488	534.298	483.232	935.288	567.426	560.118	541.586
	Estancia M.	5,40	4,73	5,45	4,35	7,84	4,05	3,85	4,61
	% de ocupación por parcelas	18,48	20,05	17,69	20,45	22,31	22,45	23,32	24,16
	Nº / Parcelas (media anual)	9 / 5.474	7 / 4.317	6 / 4.085	6 / 3.766	6 / 3.680	6 / 3.888	6 / 3.852	6 / 3.115
	Personal empleado (media anual)	137	124	99	85	76	89	89	81

Fuente: INE. Encuestas de ocupación hotelera y de ocupación en campings (datos definitivos).

10.2.-Número y porcentaje de playas con bandera azul.

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017-And.
Nº	8	7	8	8	6	6	3	8	90
%	19,05	16,67	19,05	19,05	14,29	14,29	7,14	19,05	22,62

Fuente: elaboración propia con datos de la Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor (ADEAC).

Es destacable la recuperación del número de playas con bandera azul en la provincia, hasta alcanzar el nivel que venía siendo habitual.

10.3.-Índice de percepción.

Calificación del viaje realizado (1-10)

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Calidad de la oferta turística: playas	7,2	7,7	7,6	7,6	7,7	7,9	8,2	8,3
Diferencia con respecto a Andalucía	-0,1	0,2	-0,1	-0,3	-0,4	0,1	0,2	0,1

Fuente: IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

La valoración de las playas onubenses por encima (aunque más ligeramente) de la media andaluza se ha consolidado en 2017.

11.-Turismo de golf.

11.1.-Nº de hoyos por cada mil habitantes y por cada mil plazas hoteleras (2017).

	(A) Nº hoyos	(B) Habitantes (miles)	(A)/(B) Ratio	(C) Plazas hoteleras (miles)	(A)/(C) Ratio
Huelva	180 (*)	518,930	0,35	21,484	8,38
Andalucía	2.493 (**)	8.379,820	0,30	252,332	9,88

(*) 9 clubes - 10 campos. (**) 129 clubes.

Fuente: elaboración propia con datos de la Real Federación Española de Golf y del INE.

11.2.-Índice de percepción.

Calificación del viaje realizado (1-10)

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Infraestructura para la práctica del golf	6,8	7,6	7,5	7,7	8,2	8,0	7,6	7,6
Diferencia con respecto a Andalucía	0,8	0,4	0,1	-0,5	-0,4	0,0	-0,4	-0,8

Fuente: IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

En este caso la diferencia respecto a la media andaluza ha aumentado de forma apreciable, pese a haber mantenido la calificación del año anterior.

12.-Turismo náutico.

12.1.-Número de atraques por cada mil habitantes (2017).

Nº atraques	Miles de Habitantes	Ratio
4.177	518,930	8,05

Fuente: elaboración propia con datos de la Agencia Pública de Puertos de Andalucía (APPA) y del INE.

12.2.-Número de puertos deportivos con bandera azul.

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nº	5	5	5	6	6	6	5	5 (*)

(*) Ayamonte, Marina Isla Canela -Ayamonte, Isla Cristina, Mazagón-Palos de la Frontera y El Terrón-Lepe, la mitad del nº total de puertos deportivos de la provincia (10, según la APPA).

Fuente: elaboración propia con datos de la Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor (ADEAC).

12.3.-Índice de percepción.

Calificación del viaje realizado (1-10)

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Puerto y actividades náuticas	7,1	7,8	7,3	7,6	7,6	7,8	7,2	7,3
Diferencia con respecto a Andalucía	0,3	0,1	-1,0	-1,0	-0,7	-0,1	-0,7	-1,4

Fuente: IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

Pese a haber mejorado la calificación en una décima respecto al año anterior, en términos relativos la percepción ha empeorado sensiblemente, situándose por debajo de la media andaluza con una diferencia que se ha duplicado.

13.-Turismo rural.

13.1.-Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

Establecimientos	Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Alojamientos de Turismo Rural	Viajeros	10.301	11.309	12.236	13.340	19.420	24.700	21.111	20.974
	Pernoctaciones	31.849	32.167	30.827	33.191	46.862	57.558	52.150	54.007
	Estancia Media	3,09	2,84	2,52	2,49	2,41	2,33	2,47	2,57
	% Ocupación (habitaciones)	18,41	18,19	15,32	17,55	20,94	24,40	21,50	20,78

Fuente: INE. Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural (datos definitivos).

13.2.-Municipios.

Establecimientos	Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
		(Almonaster)	(Aracena)	---	---	---
Alojamientos de Turismo Rural	Viajeros	752	5.123	---	---	---
	Pernoctaciones	1.320	10.798	---	---	---
	Estancia Media	1,76	2,11	---	---	---
	% Ocupación (habitaciones)	5,96	23,46	---	---	---

Fuente: INE. Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural (datos definitivos).

13.3.-Índice de percepción.

Calificación del viaje realizado (1-10)

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Calidad de la oferta turística: paisajes y parques naturales	7,3	7,4	7,6	7,8	7,9	8,6	8,8	8,6
Diferencia con respecto a Andalucía	-0,6	-0,8	-0,8	-0,5	-0,5	0,4	0,2	0,00

Fuente: IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

La valoración de este ítem en la provincia Huelva se ha situado al mismo nivel de la media andaluza. Sigue siendo el atributo mejor valorado, en esta oportunidad en igual medida que la atención y el trato.

14.-Turismo gastronómico.

14.1.-Nº de restaurantes con estrella Michelin: 1 (1 estrella). Nº de restaurantes con soles Repsol: 1 (2 soles).

Se trata del mismo restaurante, en la ciudad de Huelva, designada como capital española de la gastronomía en 2017.

14.2.-Índice de percepción.

Calificación del viaje realizado (1-10)

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Restauración	6,5	7,0	7,4	7,7	7,6	8,8	8,2	8,2
Diferencia con respecto a Andalucía	-1,0	-0,7	-0,6	-0,3	-0,5	0,6	0,0	-0,1

Fuente: IECA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía).

Después de dos años, Huelva pasa de nuevo en 2017 a estar por debajo, aunque muy ligeramente, de la media regional, aun manteniendo la valoración recibida en 2016. Llama la atención que esto ocurra en el año de la capitalidad gastronómica de la ciudad de Huelva. Con todo, sigue siendo uno de los atributos mejor valorados.

15.-Turismo de cruceros.

Tráfico de pasajeros

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nº de pasajeros	0	650	2.103	294	0	3.730	19.573	6.359

Fuente: Memorias Anuales de la Autoridad Portuaria de Huelva.
Junta de Andalucía, "Turismo de Cruceros en Andalucía".

CALIDAD DE VIDA

16.-Peso del turismo en la economía.

La valoración más reciente es la realizada por el Consejo Económico y Social de la Provincia de Huelva, que en su Dictamen 5-2015 manifiesta lo siguiente: "Este sector de actividad económica aporta, hoy por hoy, en torno al 4% del Producto Interior Bruto (PIB) de la provincia de manera directa, aunque su importancia relativa crece al incorporar los efectos indirectos e inducidos, situándose en el 9,8% del PIB de la provincia" (en Andalucía se sitúa en torno al 12%). Con un VAB, en una estimación que califican de conservadora, que "podría cuantificarse en torno a un 3,7% del PIB provincial" (en Andalucía esta magnitud estaría situada en torno al 5,3% del PIB regional).

Desde el punto de vista del empleo, la misma fuente asevera que "considerando sólo el empleo directo en establecimientos turísticos (*), éste representa algo más del 1,62% de total de empleos provinciales, mientras que la media andaluza se sitúa en torno al 1,29%".

(*) Se refiere a los establecimientos de alojamientos reglados (hoteles, campings, apartamentos turísticos y establecimientos rurales).

17.-Satisfacción con la comunidad.

Según la última encuesta realizada por Vargas, Porras y Plaza (2010), con representatividad estadística a nivel provincial², sobre el grado de satisfacción de la población residente con su comunidad muestra que éste es bajo, alcanzando un valor promedio de 2,7 en verano y de 3,0 en invierno dentro de una escala de uno a cinco. Concretamente, más de la mitad de los encuestados -57% en agosto y 54% en febrero- manifestaron una satisfacción media –ni nada satisfecho ni totalmente satisfecho-, un 37% está poco o nada satisfecho en temporada alta, porcentaje que cae quince puntos en temporada baja, y sólo un 6% se muestra bastante satisfecho en verano –porcentaje que sube hasta el 24% en invierno-.

Por conceptos, tanto en invierno como en verano el menor grado de satisfacción es con la economía -2,27 y 1,69, respectivamente-, mientras que el ranking para el resto de conceptos varía en función de la temporada turística (alta o baja), siendo siempre superior en invierno, salvo en el caso de la satisfacción con el sistema sanitario, que es superior en temporada alta que en temporada baja.

Ranking para los aspectos que conforman la satisfacción con la comunidad

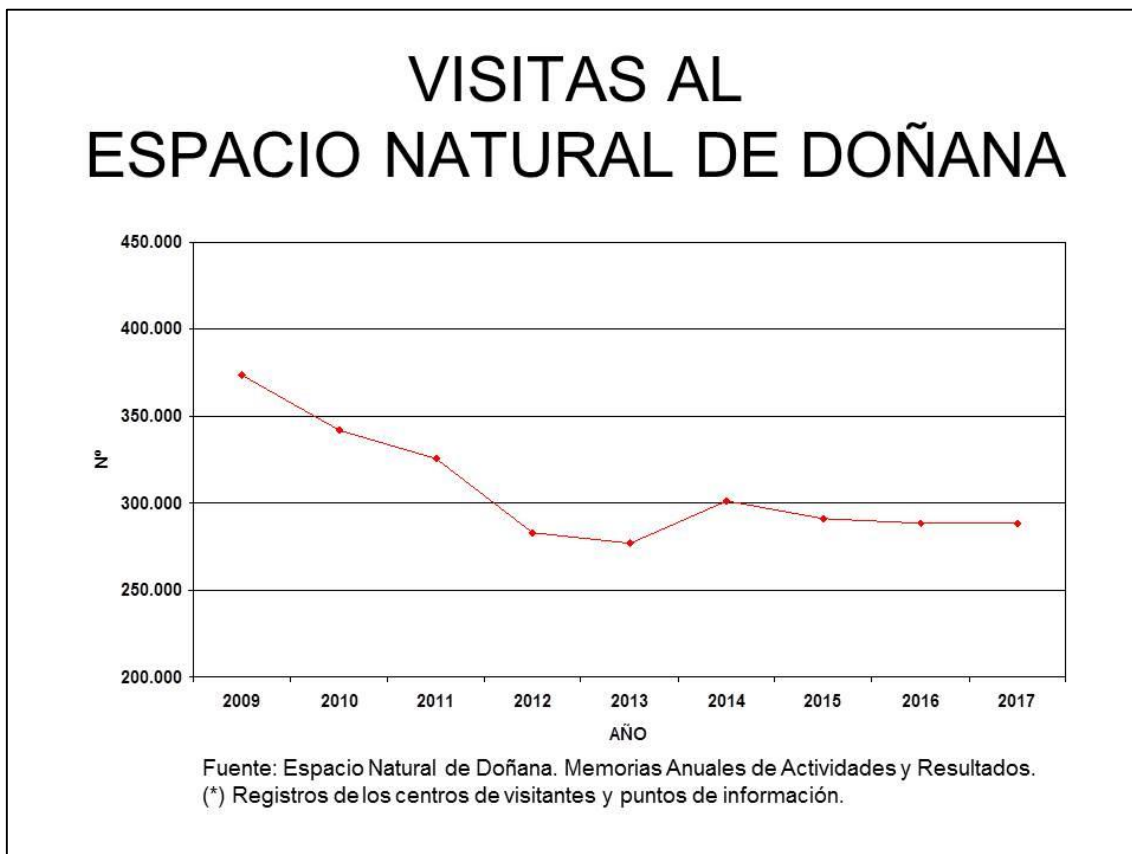
AGOSTO 2009	FEBRERO 2010
1º Satisfacción con el sistema sanitario (3,01)	1º Satisfacción con la implicación de los ciudadanos y oportunidades sociales (3,28)
2º Satisfacción con la implicación de los ciudadanos y oportunidades sociales (2,73)	2º Satisfacción general con el medio ambiente (3,22)
3º Satisfacción con los servicios públicos (2,72)	3º Satisfacción general con las oportunidades de entretenimiento (3,02)
4º Satisfacción general con las oportunidades de entretenimiento (2,66)	4º Satisfacción con los servicios públicos (2,97)
5º Satisfacción general con el medio ambiente (2,64)	5º Satisfacción con el sistema sanitario (2,85)
6º Satisfacción con la economía (1,69)	6º Satisfacción con la economía (2,27)

Fuente: Vargas, Porras y Plaza (2010).

NOTA FINAL: “La calidad, la innovación y la exquisitez es una forma natural y cotidiana de mirar en una única dirección: ¡¡Hacia el Cliente!! (César Ritz, 1850-1918, hotelero suizo).

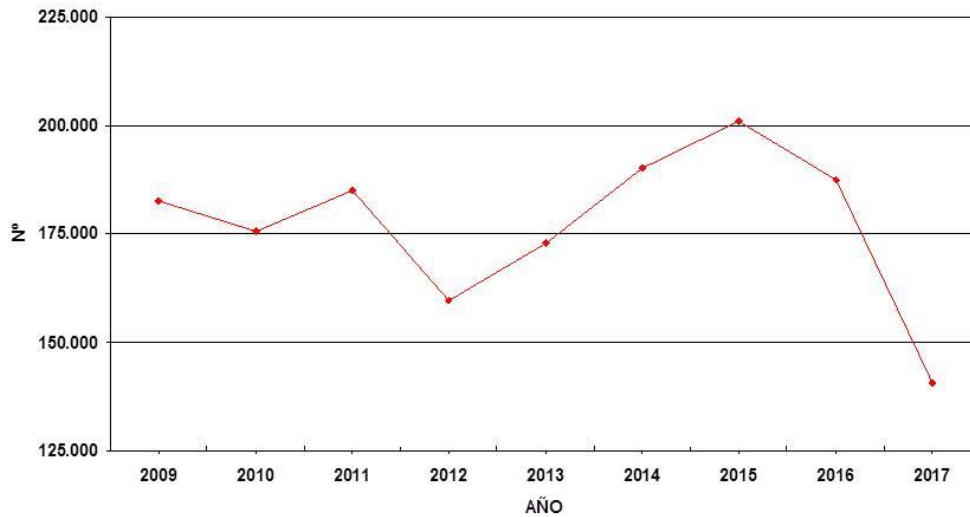
² Centrada en los quince municipios con mayor actividad turística (por orden alfabético): Almonte, Aracena, Ayamonte, Cartaya, Cortegana, Fuenteheridos, Huelva ciudad, Isla Cristina, Lepe, Minas de Riotinto, Moguer, Niebla, Palos de la Frontera, Punta Umbría y Sanlúcar de Guadiana.

ANEXO: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITAS A LAS PRINCIPALES ATRACCIONES
TURÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE HUELVA



Nota: 288.759 visitantes en 2017.

VISITAS AL MUELLE DE LAS CARABELAS

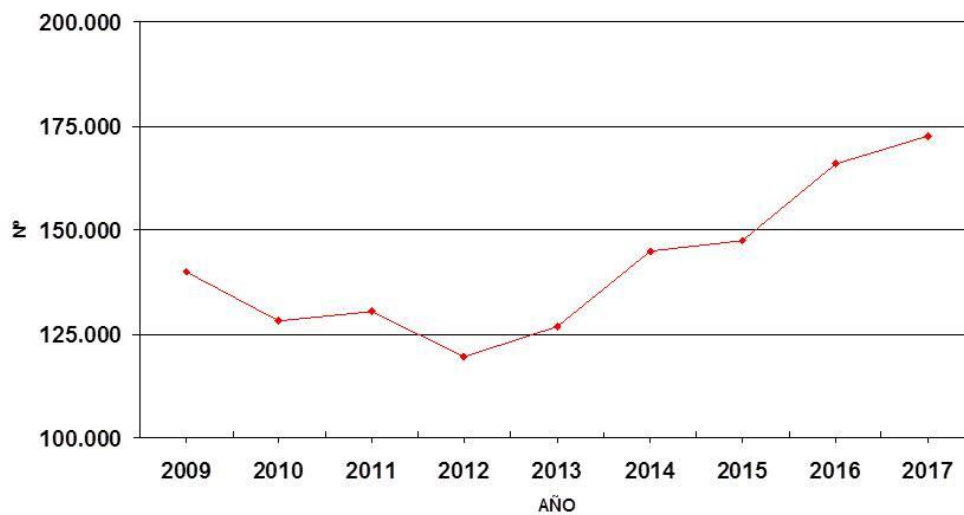


Fuente: Diputación de Huelva.

Nota: Estuvo cerrado por remodelación desde el 17-10-16 hasta el 6-7-17.

Nota: 140.631 visitantes en 2017.

VISITAS A LA GRUTA DE LAS MARAVILLAS

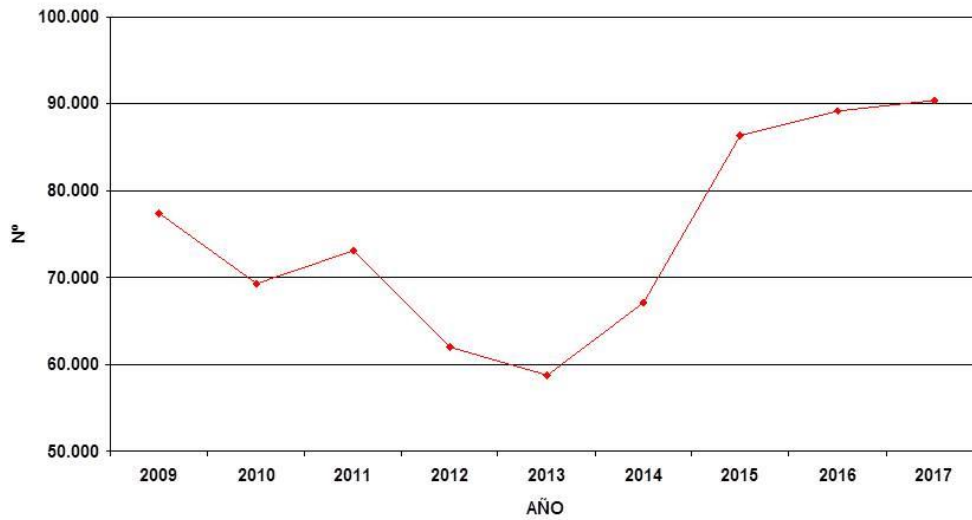


Fuente: Desarrollo Local (Ayto. Arcena).

Nota: Hasta 2017, el máximo histórico estaba situado en las 170.640 visitas, correspondientes al año 1991.

Nota: 172.514 visitantes en 2017.

VISITAS AL PARQUE MINERO DE RIOTINTO



Fuente: Fundación Riotinto.

Nota: 90.467 visitantes en 2017.

©Alfonso Vargas Sánchez (Universidad de Huelva)