

OBSERVATORIO TURÍSTICO
COSTA DE ALMERÍA

INFORME / RESUMEN
DE NOVIEMBRE DE 2005 A MARZO DE 2006

DIRECTOR

D. Gonzalo Herranz de Rafael

ASESOR TÉCNICO

D. Rogelio Casado Triviño

PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE ALMERÍA Y UNIVERSIDAD DE
ALMERÍA

ÍNDICE

| | |
|--|----------------|
| INTRODUCCIÓN | 5 |
| I. OFERTA TURÍSTICA | 7 |
| 1.1. Número de Establecimientos Turísticos y Plazas en la Provincia de Almería | 7 |
| 1.1.1. Número Total de Establecimientos Turísticos..... | 7 |
| 1.1.2. Número de Plazas de los Establecimientos Turísticos..... | 7 |
| 1.2. Hostelería | 9 |
| 1.2.1. Número de Establecimientos Hoteleros | 9 |
| 1.2.2. Número de Plazas de los Establecimientos Hoteleros | 10 |
| 1.2.3. Número de Establecimientos Hoteleros por Zonas..... | 11 |
| 1.2.4. Número de Plazas de Establecimientos Hoteleros por Zonas | 12 |
| 1.3. Hoteles Apartamentos | 13 |
| 1.3.1. Número de Hoteles Apartamentos | 13 |
| 1.3.2. Número de Plazas de los Hoteles Apartamentos | 14 |
| 1.3.3. Número de Plazas de los Hoteles Apartamentos por Zonas..... | 14 |
| 1.4. Apartamentos | 15 |
| 1.4.1. Número de Apartamentos | 15 |
| 1.4.2. Número de Plazas en los Apartamentos | 15 |
| 1.4.3. Número de Plazas en los Apartamentos por Zonas..... | 16 |
| 1.5. Campings | 17 |
| 1.5.1. Número de Campings | 17 |
| 1.5.2. Número de Plazas en Campings..... | 17 |
| 1.5.3. Número de Plazas de Campings por Zonas | 18 |
| 1.6. Pensiones / Hostales | 19 |
| 1.6.1. Número de Pensiones / Hostales | 19 |
| 1.6.2. Número de Plazas de las Pensiones / Hostales | 19 |
| 1.6.3. Número de Plazas de las Pensiones / Hostales por Zonas..... | 20 |
| 1.7. Casas Rurales | 21 |
| 1.6.1. Número de Casas Rurales | 21 |
| 1.6.2. Número de Plazas de las Casas Rurales | 21 |
| 1.6.3. Número de Plazas de las Casas Rurales por Zonas..... | ¡Error! |
| Marcador no definido. | |
| 1.7. Pernoctaciones | 21 |
| 1.7.1. Pernoctaciones de Viajeros en Establecimientos Turísticos | 21 |
| 1.7.2. Pernoctaciones de Viajeros en Establecimientos Hoteleros por Categorías y Zonas | 23 |

| | |
|---|-----------|
| 1.8. Estancia | 24 |
| 1.8.1. Estancia Media de Viajeros Alojados por Distintas Categorías en Establecimientos Turísticos | 24 |
| 1.8.2. Estancia Media Total de los Viajeros por Zonas | 24 |
| 1.8.3. Estancia Media de los Viajeros por Nacionalidades y Zonas..... | 24 |
| 1.8.4. Estancia Media de los Viajeros en los Distintos Establecimientos Turísticos por Nacionalidades | 25 |
| 1.9. Grado de ocupación | 26 |
| 1.9.1. Grado de Ocupación de los Establecimientos Turísticos por Meses | 26 |
| 1.9.2. Grado de Ocupación de los Establecimientos Hoteleros por Zonas | 27 |
| 1.10. Entradas de Viajeros por Aeropuerto y Puerto | 27 |
| 1.10.1 Número Total de Entradas de Viajeros de las Distintas Nacionalidades por el Aeropuerto..... | 27 |
| 1.10.2. Número Total de Entradas de Viajeros por el Puerto en Temporada Baja | 30 |
| II. ENCUESTA DE LA DEMANDA TURÍSTICA | 31 |
| 2.1. Características sociodemográficas de los turistas | 31 |
| 2.1.1 Nacionalidad..... | 31 |
| 2.1.2 Edad | 32 |
| 2.1.3 Sexo..... | 33 |
| 2.1.4 Estado Civil | 34 |
| 2.1.5 Categoría Profesional..... | 34 |
| 2.1.6 Zonas y Localidad de Residencia de los Turistas | 36 |
| 2.2. Tipo de Viaje y Motivaciones para Conocer la Costa de Almería | 37 |
| 2.3. Régimen y Tipo de Alojamiento | 40 |
| 2.4. Duración de la Estancia | 41 |
| 2.5. Medio de Transporte Utilizado | 42 |
| 2.6. Tipo de Actividad Realizada en el Viaje Turístico | 43 |
| 2.7. Grado y Motivos de Satisfacción e Insatisfacción General del Viaje Turístico | 45 |
| 2.8. Conocimiento del Destino Turístico Costa de Almería | 47 |
| 2.9. La mejor Forma de Informarse para el Viaje Turístico . | 48 |
| 2.10. Organización del Viaje Turístico | 49 |

| | |
|--|------------------|
| 2.11. Proyectos de Retorno y Recomendación de Visitar Costa de Almería..... | 51 |
| 2.12. Número de Visitas a la Costa de Almería..... | 53 |
| 2.13. Visitas a Otras Zonas de la Provincia..... | 54 |
| 2.14. Zonas Turísticas Competitivas de Costa de Almería..... | 55 |
| 2.15. Distintas Formas de Viajar | 56 |
| 2.15. Motivo y Gasto Diario del Viaje Turístico | 57 |
| 2.16. Presupuesto Global del Viaje Turístico | 58 |
| 2.17. Turismo y Cine | 59 |
| <i>ANEXO 1: FICHA TÉCNICA.....</i> | <i>62</i> |

INTRODUCCIÓN

El Observatorio pretende ser un instrumento que posibilite un mayor y mejor conocimiento del sector turístico de la provincia de Almería y que sirva como marco de referencia exhaustivo para mejorar, tanto en el ámbito empresarial como en el institucional, las decisiones que favorezcan la mejora de los servicios y el nivel de competitividad del sector turístico almeriense.

En este décimo quinto informe se ha pretendido analizar los aspectos más importantes de la oferta y la demanda del producto turístico Costa de Almería. La radiografía del sector a partir de los datos primarios utilizados puede considerarse como un elemento central de apoyo a la diversificada actividad empresarial de la provincia.

El informe está dividido en dos partes diferenciadas: respecto a la oferta se han actualizado los datos para noviembre y diciembre de 2005 y primer trimestre de 2006 en lo referente al número de establecimientos turísticos así como al número de plazas de los mismos distribuyéndolos por las cuatro zonas en las que se ha dividido la provincia: la capital, el poniente, el levante y el interior. Del mismo modo se han realizado las comparaciones de la evolución de los establecimientos así como de las plazas de los mismos respecto a los cinco meses coincidentes con la temporada baja anterior.

También se recogen los datos referentes al número de pernoctaciones de viajeros en establecimientos hoteleros, así como por categorías de los citados establecimientos y zonas geográficas, incluyéndose un análisis comparativo con los mismos meses del año anterior. La estancia media por cada uno de los establecimientos turísticos y sus diferentes categorías, su distribución por zonas y nacionalidades. Se analiza también el grado de ocupación hotelera por los distintos tipos de establecimientos y zonas turísticas específicas.

En este Observatorio no se incluye el porcentaje de variación del número de pernoctaciones respecto a la temporada baja anterior ya que se han incluido los establecimientos casa rurales como nuevos referentes turísticos de vital importancia en la estructura y evolución del turismo en la provincia de Almería.

Por último se han introducido datos generales referentes a la entrada de viajeros por distintas nacionalidades a través del aeropuerto y del puerto.

Respecto del aeropuerto, en esta temporada no se han incluido los datos referentes al mes de marzo de 2006 ya que la página web de Aena no los tenía disponibles a 13 de Abril de 2006.

Los datos referentes al puerto aparecen en este informe sin comparaciones a la temporada anterior debido a que en dicha temporada no fueron facilitados los datos por la Autoridad Portuaria de Almería, como ya se informó en el Observatorio Costa de Almería referente a los meses de noviembre y diciembre de 2004 a marzo de 2005.

En la segunda parte se recoge la información referente a una encuesta sobre la demanda turística incidiendo, en términos generales, sobre los aspectos más significativos que afectan al sector así como las características sociodemográficas de los turistas. Se incluye en este último aspecto variables tales como la nacionalidad, la edad, el sexo, el estado civil, la categoría profesional y la zona y localidad de residencia.

Entre las variables turísticas más importantes se incluyen el tipo y motivaciones para conocer Costa de Almería, la motivación principal a la hora de viajar, los motivos aducidos para conocer Costa de Almería, el régimen y el tipo de alojamiento,

especificado éste último entre los distintos establecimientos turísticos, la duración de la estancia, el transporte utilizado, las actividades realizadas en el viaje, así como el grado y motivo de satisfacción e insatisfacción general con el viaje turístico. Además se incluyen otros aspectos tan relevantes como la organización del viaje, el tipo de reserva, el proyecto de retorno, el motivo y gasto diarios y el presupuesto global de viaje turísticos, entre otros.

En este décimo quinto observatorio se incluyen datos referentes al nivel de conocimiento del destino Costa de Almería como lugar emblemático de rodajes cinematográficos, spots publicitarios y videos musicales, así como la información referente a las visitas realizadas a estas zonas o lugares asociados a las producciones artísticas. Esta información se mantiene desde la temporada baja anterior por creer que es significativa para el conjunto de la actividad turística almeriense.

Creemos que Almería y su provincia tienen una clara asociación entre el turismo y las artes cinematográficas, ejes de una proyección de futuro cercano, si tenemos en cuenta las amplias bases históricas y las condiciones ambientales, técnicas y estructurales actuales.

I. OFERTA TURÍSTICA

1.1. Número de Establecimientos Turísticos y Plazas en la Provincia de Almería

1.1.1. Número Total de Establecimientos Turísticos

Según el censo de la REAT, el número total de establecimientos turísticos existentes en la provincia de Almería en las temporadas bajas de los años 2005 y 2006 fueron los siguientes:

Tabla 1. Número de Establecimientos Turísticos

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|----------------------------|------------|------------|
| Hoteles | 116 | 120 |
| Hoteles Apartamentos | 15 | 16 |
| Apartamentos | 45 | 45 |
| Campings | 25 | 24 |
| Pensiones / Hostales | 152 | 151 |
| Casas Rurales ¹ | * | 61 |
| TOTAL | 353 | 417 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Comparaciones temporadas bajas 2005 y 2006.

El crecimiento del número de establecimientos turísticos en la provincia de Almería en la temporada baja de 2006 en comparación con la del 2005 según la información disponible fue del 18,13 %, teniendo en cuenta la inclusión en esta temporada de las Casas Rurales.

Por tipo de establecimiento, los que más crecieron fueron los hoteles apartamentos con el 6,66 %, seguido de los hoteles con el 3,4 %. Los apartamentos no han experimentado variación. Por último, han decrecido los campings (4 %) y las pensiones (0,65 %).

1.1.2. Número de Plazas de los Establecimientos Turísticos

El número total de plazas ofertadas en la provincia de Almería para la temporada baja de 2006 es de 52.080. En comparación con la temporada anterior la oferta de plazas ha aumentado el 6,82 %, teniendo en cuenta que se añaden las plazas de las casas rurales.

¹ Las Casas Rurales se han incluido en el Observatorio Costa de Almería en la temporada baja 2006 por primera vez como oferta turística.

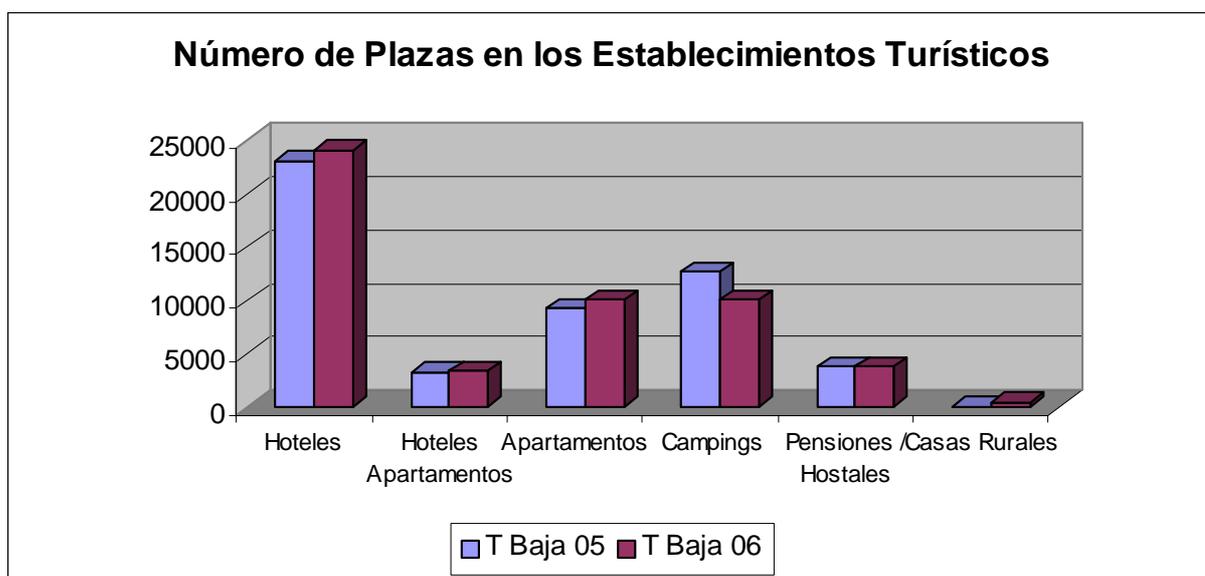
Por tipos de establecimientos la mayor oferta la siguen realizando los centros hoteleros con un 46,46 % de las plazas, en segundo lugar le siguen los apartamentos (19,39 %) y los campings (19,27 %) y, en menor medida, las pensiones / hostales (7,32 %), los hoteles apartamentos (6,57 %) y las casas rurales (0,96 %).

Tabla 2. Número de Plazas

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|----------------------|--------------------|-----------|
| Hoteles | 22109 ² | 24201 |
| Hoteles Apartamentos | 3336 | 3424 |
| Apartamentos | 9410 | 10100 |
| Campings | 10039 | 10039 |
| Pensiones / Hostales | 3860 | 3814 |
| Casas Rurales | * | 502 |
| TOTAL | 48754 | 52080 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 1. Número de Plazas en los Establecimientos Turísticos



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

² Fe de erratas: El número total de plazas ofertadas por hoteles y los campings en la temporada baja de 2005 fue de 22.109 y 10.039 respectivamente en vez de las 23.485 y 12.939 que aparecían en el Observatorio de la temporada baja anterior. En consecuencia el número total de plazas ofertadas para dicha temporada fueron de 48.754 en vez de las 53.030 especificadas.

Comparaciones temporadas bajas 2005 y 2006.

Respecto a la temporada anterior, han aumentado su oferta los hoteles (9,46 %), seguido por los apartamentos (7,33 %) y los hoteles apartamentos (2,63 %). Los campings mantienen su oferta y las pensiones /hostales pierden el 1,19 %.

1.2. Hostelería

1.2.1. Número de Establecimientos Hoteleros

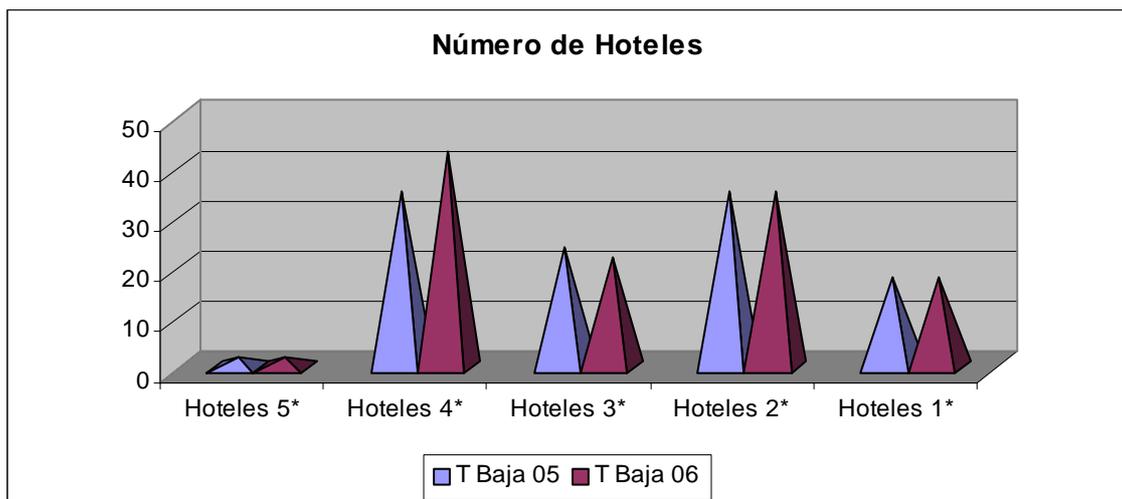
El número de establecimientos hoteleros en la provincia de Almería es de 120 en la temporada baja de 2006. Por categorías, la mayor proporción se concentra tanto en los hoteles de 4 estrellas (35,83 %) y 2 estrellas (29,16 % respectivamente), seguido de los de 3 estrellas (18,33 %), los de 1 estrella que suponen un 15 % del total de establecimientos hoteleros y, por último, los de 5 estrellas con el 1,66 %.

Tabla 3. Número de Hoteles

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|------------------|-----------|-----------|
| Hoteles 5* | 2 | 2 |
| Hoteles 4* | 35 | 43 |
| Hoteles 3* | 24 | 22 |
| Hoteles 2* | 35 | 35 |
| Hoteles 1* | 18 | 18 |
| TOTAL | 114 | 120 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 2. Número de Hoteles



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Comparaciones temporadas bajas 2005 y 2006.

El crecimiento de los hoteles fue en la temporada baja de 2006 del 5,26 %.

Por categorías, aumentan los de 4 estrellas (22,85 %), se mantienen los de 5, 2 y 1 estrellas y disminuyen los de 3 estrellas (8,33 %).

1.2.2. Número de Plazas de los Establecimientos Hoteleros

El número total de plazas ofertadas en la hostelería fue de 24.201 que supone el 46,46 % del total de la oferta turística de la provincia de Almería.

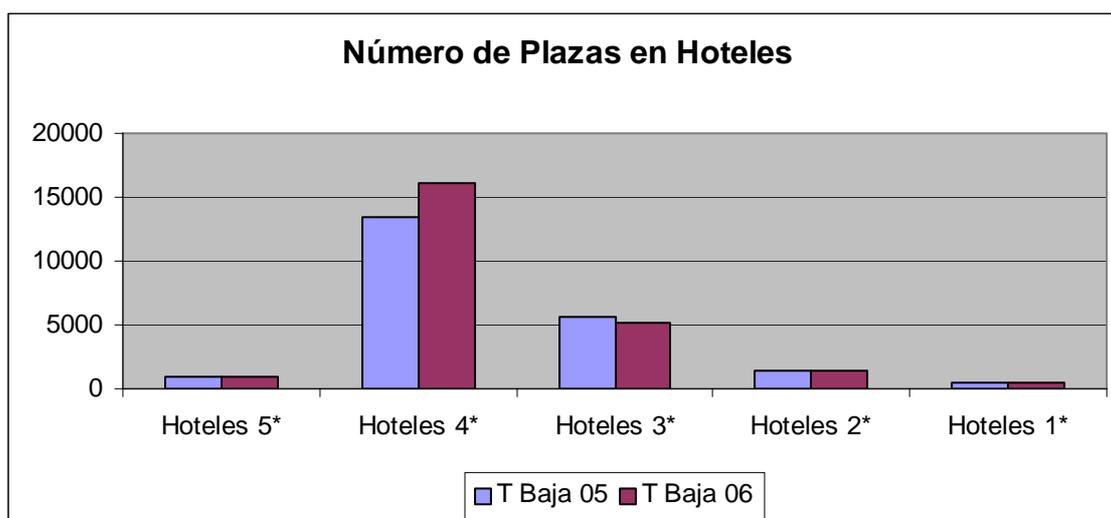
Por categorías, la mayoría de las plazas las ofertan los hoteles de 4 estrellas (66,50 %), seguido de los de 3 estrellas (21,33 %), y a mucha distancia están los hoteles de 2 y 1 estrellas (5,96 y 2,22 % respectivamente). Los de 5 estrellas alcanzan un 3,96 % del total.

Tabla 4. Número de Plazas de Hoteles

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|------------------|--------------|--------------|
| Hoteles 5* | 960 | 960 |
| Hoteles 4* | 13498 | 16095 |
| Hoteles 3* | 5693 | 5164 |
| Hoteles 2* | 1419 | 1443 |
| Hoteles 1* | 539 | 539 |
| TOTAL | 22109 | 24201 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 3. Número de Plazas en Hoteles



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Comparaciones temporadas bajas 2005 y 2006.

Mientras los hoteles de 5 estrellas no han experimentado variación alguna respecto de la temporada anterior, en el resto de categorías se produce tanto ampliaciones como disminuciones en su capacidad de oferta. Los de 4 estrellas la incrementan en el 19,23 % y los de 2 en el 1,69 %, mientras que los de 3 la disminuyen en el 9,29 %. Los de 1 estrella se mantienen con la misma oferta.

1.2.3. Número de Establecimientos Hoteleros por Zonas

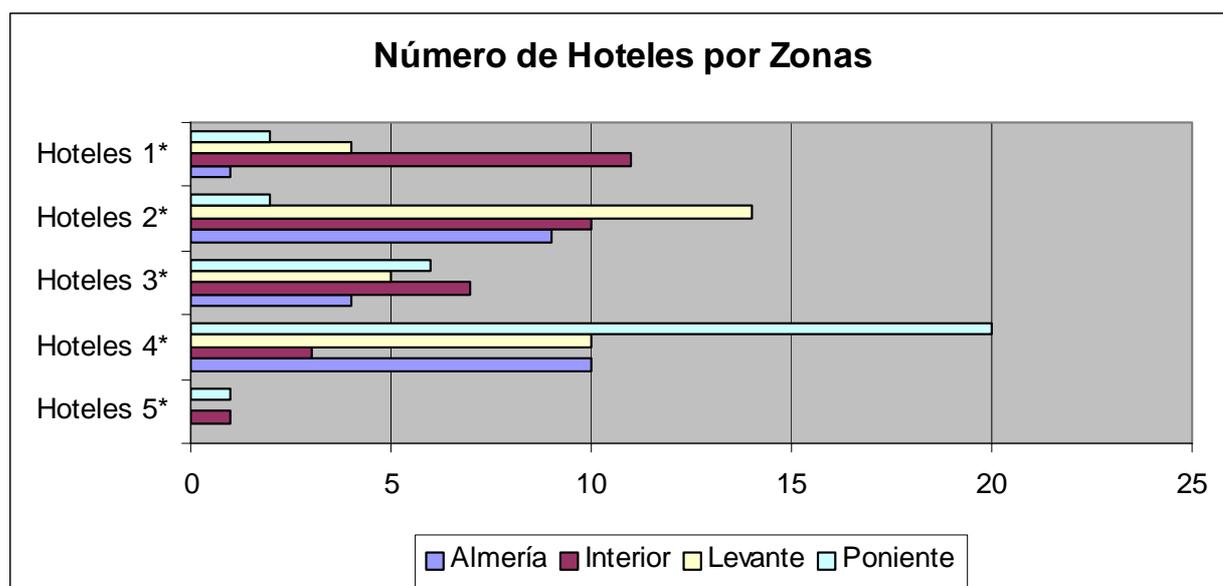
La mayoría de los hoteles se encuentran ubicados en las zonas geográficas del levante y del interior almeriense con un total de 33 y 32 establecimientos (27,5 % y 26,66 % respectivamente), seguido del poniente con 31 establecimientos (25,83 %) y la capital con 24 (20 %).

Tabla 5. Número de Hoteles por Zonas

| Establec | ALMERÍA | INTERIOR | LEVANTE | PONIENTE | TOTAL |
|------------|---------|----------|---------|----------|-------|
| Hoteles 5* | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| Hoteles 4* | 10 | 3 | 10 | 20 | 43 |
| Hoteles 3* | 4 | 7 | 5 | 6 | 22 |
| Hoteles 2* | 9 | 10 | 14 | 2 | 35 |
| Hoteles 1* | 1 | 11 | 4 | 2 | 18 |
| TOTAL | 24 | 32 | 33 | 31 | 120 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 4. Número de Hoteles por Zonas



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Comparaciones temporadas bajas 2005 y 2006.

Exceptuando los hoteles ubicados en el levante que siguen siendo los mismos que en la temporada anterior, las demás zonas varían el número de este tipo de establecimientos, especialmente el poniente y la capital que amplían (14,81 % y 14,28 % respectivamente) y el interior que baja el 3,03 %.

1.2.4. Número de Plazas de Establecimientos Hoteleros por Zonas

La mayor parte de la oferta de plazas hoteleras se concentra en el poniente (54,44 %), seguido del levante (22,85 %), Almería capital (15,55 %) y, por último, el interior de la provincia (7,14 %).

Por categorías, los hoteles de 5 estrellas concentran el mayor número de plazas en el poniente (73,64 %) y, en menor medida, en el interior de la provincia (26,36 %), no existiendo ningún tipo de oferta de esta categoría de establecimientos ni en la capital ni en el levante almeriense.

Los hoteles de 4 estrellas centran su mayor oferta en el poniente con el 56,15 % de las plazas, seguido del levante (24,08 %) y de la capital con el 16,93 %, siendo solamente del 2,83 % en el interior de la provincia.

Los establecimientos de 3 estrellas concentran la mayor parte de sus plazas también en el poniente (62,62 %), seguido del levante con el 19,92 % y, en menor medida, tanto en la capital como en el interior (10,36 % y 7,08 % respectivamente).

Los hoteles de 2 estrellas se distribuyen especialmente en el levante (32,77 %), seguido de la capital (30,90 %) y del interior (25,91 %), manifestándose escasamente representativos en el poniente (10,39 %).

Por último, debemos reseñar que los hoteles de 1 estrella se localizan de forma más acusada en el interior (51,76 %), seguido del levante (28,57 %) y Almería capital (10,94 %), siendo poco significativa su presencia en el poniente almeriense (8,71 %).

Tabla 6. Número de Plazas en Hoteles por Zonas

| Establec | ALMERÍA | INTERIOR | LEVANTE | PONIENTE | TOTAL |
|------------|---------|----------|---------|----------|-------|
| Hoteles 5* | 0 | 253 | 0 | 707 | 960 |
| Hoteles 4* | 2725 | 456 | 3876 | 9038 | 16095 |
| Hoteles 3* | 535 | 366 | 1029 | 3234 | 5164 |
| Hoteles 2* | 446 | 374 | 473 | 150 | 1443 |
| Hoteles 1* | 59 | 279 | 154 | 47 | 539 |
| TOTAL | 3765 | 1728 | 5532 | 13176 | 24201 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Comparaciones temporadas bajas 2005 y 2006.

Los hoteles de 5 estrellas no han experimentado cambios en su oferta de plazas respecto al año anterior.

Los de 4 estrellas han experimentado incrementos importantes. Estos aumentan el 104,73 % en la capital, seguido del interior con un incremento del 83,13 %, del levante con el 16,15 % y, finalmente, el poniente con el 5,32 %.

Los de 3 estrellas suben en la capital el número de plazas respecto del año anterior (11,69 %) y en el poniente el 6,45 %. Por el contrario, bajan en el interior y levante en la misma proporción (34,99 % y 34,37 % respectivamente).

Los de 2 estrellas suben en el poniente (74,41 %) y en el levante (5,34 %), bajan en la capital (7,46 %) y en el interior (6,96 %).

Los de 1 estrella mantienen la misma oferta respecto a la temporada anterior en todas las zonas.

1.3. Hoteles Apartamentos

1.3.1. Número de Hoteles Apartamentos

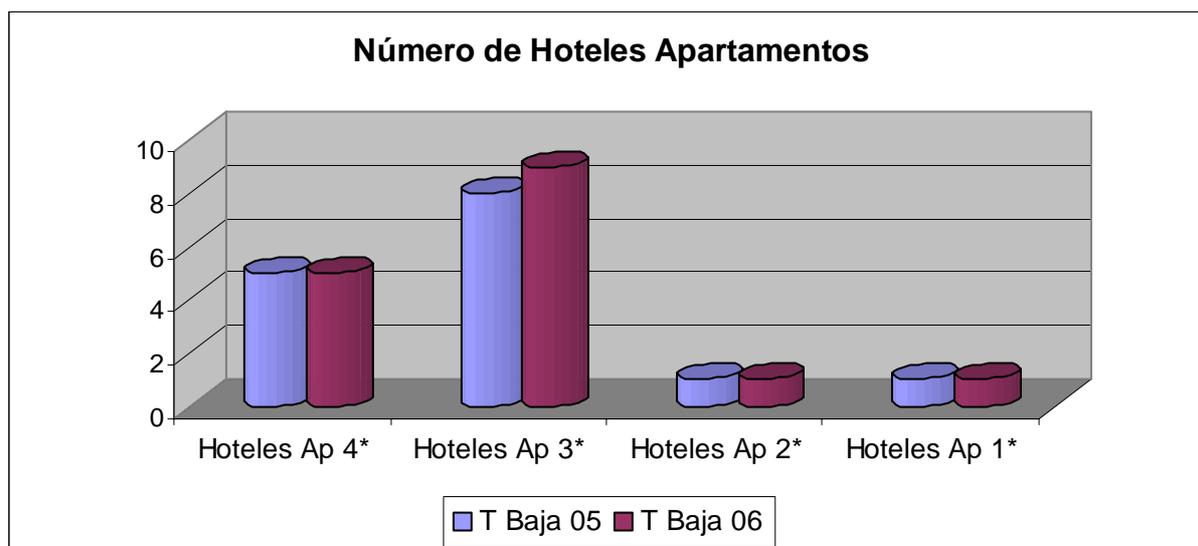
El número de hoteles apartamentos en la provincia se ha incrementado en un establecimiento en la temporada baja de 2006 respecto a la temporada baja anterior.

Tabla 7. Número de Hoteles Apartamentos

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|------------------|-----------|-----------|
| Hoteles Ap 4* | 5 | 5 |
| Hoteles Ap 3* | 8 | 9 |
| Hoteles Ap 2* | 1 | 1 |
| Hoteles Ap 1* | 1 | 1 |
| TOTAL | 15 | 16 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 5. Número de Hoteles Apartamentos



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.3.2. Número de Plazas de los Hoteles Apartamentos

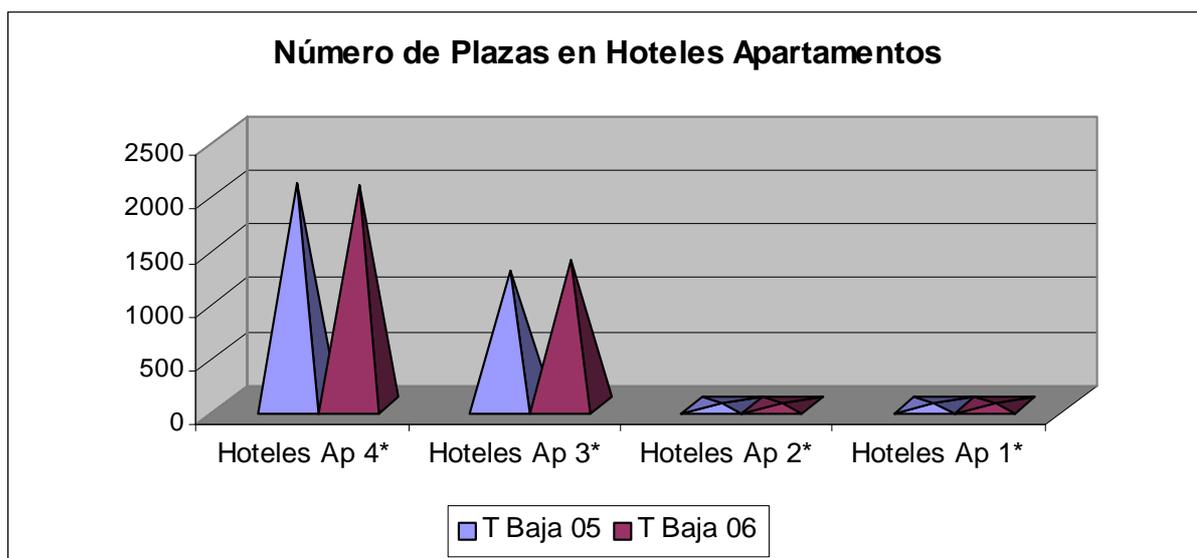
La mayoría de las plazas de los hoteles apartamentos se concentran en los de 4 estrellas (59,87 %), seguido a distancia por los de 3 estrellas (39,33 %), siendo insignificante la oferta realizada por los de 2 y 1 estrellas (0,43 y 0,35 % respectivamente).

Tabla 8. Número de Plazas en Hoteles Apartamentos

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|----------------------------|-----------|-----------|
| Hoteles Ap 4* ³ | 2050 | 2050 |
| Hoteles Ap 3* | 1259 | 1347 |
| Hoteles Ap 2* | 15 | 15 |
| Hoteles Ap 1* | 12 | 12 |
| TOTAL | 3336 | 3424 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 6. Número de Plazas en Hoteles Apartamentos



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.3.3. Número de Plazas de los Hoteles Apartamentos por Zonas

En este tipo de establecimientos la mayoría de las plazas se sitúa en el poniente con el 51,13 %, seguido del levante (41,50 %) y del interior (7,35 %), no existiendo oferta en la capital.

Por categorías, los de 4 estrellas se ubican principalmente en el levante (57,85 %) y en menor medida en el poniente (42,14 %). Los de 3 estrellas son los que más plazas ofertan en el poniente (65,85 %), seguido del interior (18,70 %) y del levante (15,44 %). Los de 2 y 1 estrellas se asientan exclusivamente en la zona del levante.

³ Fe de errata: La suma del número de plazas en los Hoteles apartamentos de cuatro estrellas era de 2050 y no 2060 en la temporada baja de 2005.

Tabla 9. Número de Plazas en Hoteles Apartamentos por Zonas

| Establec | ALMERÍA | INTERIOR | LEVANTE | PONIENTE | TOTAL |
|--------------|----------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Hot Ap 4* | 0 | 0 | 1186 | 864 | 2050 |
| Hot Ap 3* | 0 | 252 | 208 | 887 | 1347 |
| Hot Ap 2* | 0 | 0 | 15 | 0 | 15 |
| Hot Ap 1* | 0 | 0 | 12 | 0 | 12 |
| TOTAL | 0 | 252 | 1421 | 1751 | 3424 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.4. Apartamentos

1.4.1. Número de Apartamentos

En la provincia de Almería el número total de apartamentos tipo 1 supone el 68,88 %, mientras que los tipo 2 y 3 representan el 24,44 % y el 6,68 % respectivamente.

Tabla 10. Número de Apartamentos

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|---------------------|-----------|-----------|
| Apartamentos tipo 3 | 3 | 3 |
| Apartamentos tipo 2 | 11 | 11 |
| Apartamentos tipo 1 | 31 | 31 |
| TOTAL | 45 | 45 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.4.2. Número de Plazas en los Apartamentos

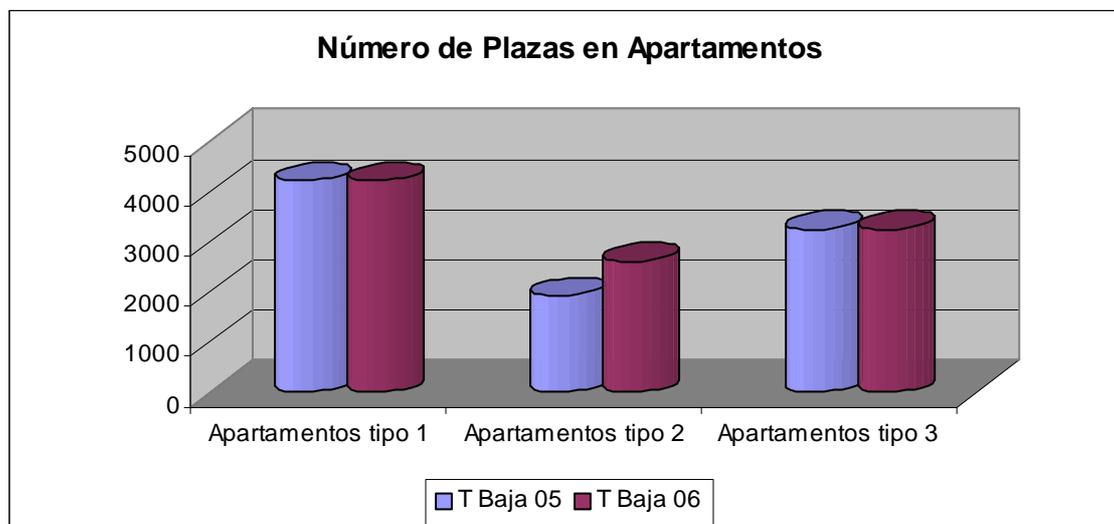
El 41,86 % de la oferta de plazas de los apartamentos se ubican en el tipo 1 (48,43 %), seguido del tipo 3 (32,19 %) y el 25,94 % en el tipo 2.

Tabla 11. Número de Plazas en Apartamentos

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|---------------------|-------------|--------------|
| Apartamentos tipo 1 | 4228 | 4228 |
| Apartamentos tipo 2 | 1930 | 2620 |
| Apartamentos tipo 3 | 3252 | 3252 |
| TOTAL | 9410 | 10100 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 7. Número de Plazas en Apartamentos



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.4.3. Número de Plazas en los Apartamentos por Zonas

El 52,97 % de los apartamentos se ubican en el poniente, seguido del levante (37,82 %). En el interior y en la capital la oferta es menor (8,97 % y 0,23 % respectivamente).

Tabla 12. Número de Plazas en Apartamentos por Zonas

| Establec | ALMERÍA | INTERIOR | LEVANTE | PONIENTE | TOTAL |
|--------------|-----------|------------|-------------|-------------|--------------|
| Tipo 1 | 24 | 574 | 744 | 2886 | 4228 |
| Tipo 2 | 0 | 284 | 912 | 1424 | 2620 |
| Tipo 3 | 0 | 48 | 2164 | 1040 | 3252 |
| TOTAL | 24 | 906 | 3820 | 5350 | 10100 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Los de tipo 1 concentran una mayor oferta en el poniente (68,25 %), seguido del levante y del interior (17,59 % y 13,57 % respectivamente). La capital presenta una capacidad de sólo el 0,56 %.

Los de tipo 2 centran su oferta tanto en el poniente (54,35 %), como en el levante (34,80 %), y en menor medida en el interior (10,83 %).

El tipo 3, igual que ocurriera con el anterior, en la capital no tiene ningún tipo de oferta de este tipo de establecimientos. La mayor concentración de plazas disponibles se dan en el levante (66,54 %) y en el poniente (31,98 %), siendo casi testimonial en el interior (1,47 %).

1.5. Campings

1.5.1. Número de Campings

El 54,16 % de los campings pertenecen a la categoría CM 2 y el 20,83 % a la categoría CM 0. Los de categoría CM 1 y CM 3 representan el 16,66 % y el 8,35 % respectivamente.

Tabla 13. Número de Campings

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|------------------|-----------|-----------|
| Campings CM 0 | 5 | 5 |
| Campings CM 1 | 4 | 4 |
| Campings CM 2 | 14 | 13 |
| Campings CM 3 | 2 | 2 |
| TOTAL | 25 | 24 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.5.2. Número de Plazas en Campings

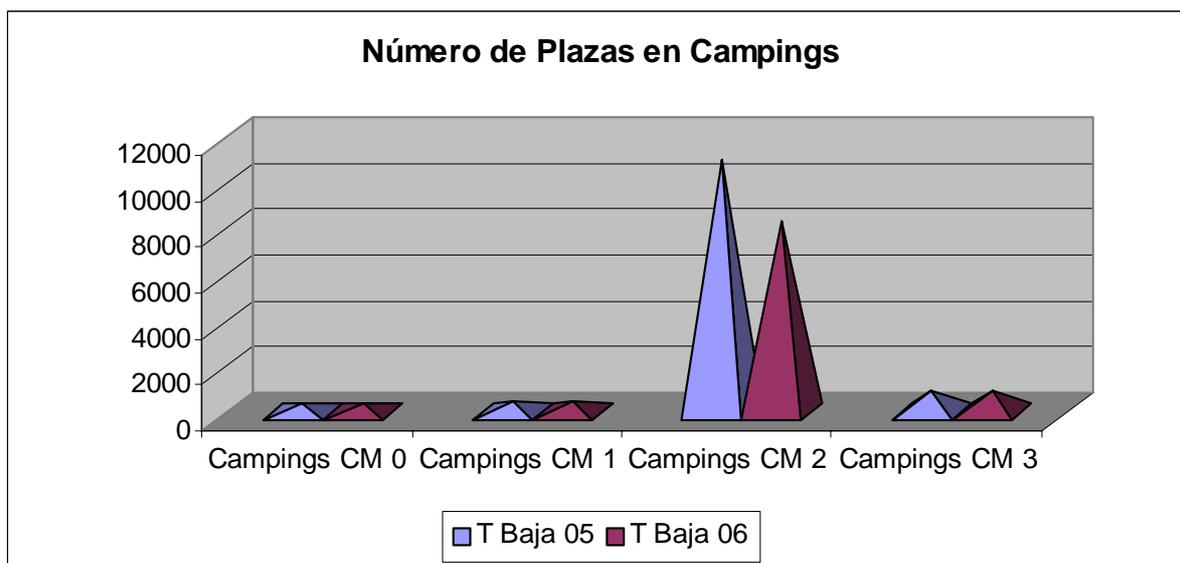
La oferta proveniente de los campings se concentra casi en su totalidad en los de categoría CM 2 (82,89 %), seguido a muy larga distancia de los CM 3 (8,68 %) y de los CM 1 (4,53 %) y, finalmente, los CM 0 que representan el 3,90 % de las plazas.

Tabla 14. Número de Plazas en Campings

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|------------------|--------------|--------------|
| Campings CM 0 | 390 | 390 |
| Campings CM 1 | 455 | 455 |
| Campings CM 2 | 8322 | 8322 |
| Campings CM 3 | 872 | 872 |
| TOTAL | 10039 | 10039 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 8. Número de Plazas en Campings



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.5.3. Número de Plazas de Campings por Zonas

En la actualidad la mayor concentración de oferta por zonas se produce en el levante (61,59 %), seguido del poniente (20,32 %) y del interior (11,23 %). La capital tiene un nivel de oferta del 6,84 % en este tipo de establecimientos.

Por categorías, los CM 0 presentan el mayor número en el levante (53,84 %) y en el interior (46,15 %), no teniendo presencia ni en la capital ni en el poniente.

El número de plazas de los CM 1 está por encima de la media en el poniente (54,52 %), y casi los otros dos cuartos se distribuyen entre el interior (24,39 %) y el levante (21,09 %).

Los de categoría CM 2, mayoritarios en el sector, localizan la mayor parte de la oferta en el levante (60,15 %), seguido del poniente (21,53 %), el interior (10,05 %) y, por último, la capital (8,25 %).

Por último, los CM 3 centralizan en exclusividad su presencia en el levante.

Tabla 15. Número de Plazas en Campings por Zonas

| | ALMERÍA | INTERIOR | LEVANTE | PONIENTE | TOTAL |
|--------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Camp CM 0 | 0 | 180 | 210 | 0 | 390 |
| Camp CM 1 | 0 | 111 | 96 | 248 | 455 |
| Camp CM 2 | 687 | 837 | 5006 | 1792 | 8322 |
| Camp CM 3 | 0 | 0 | 872 | 0 | 872 |
| TOTAL | 687 | 1128 | 6184 | 2040 | 10039 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Comparaciones temporadas bajas 2005 y 2006.

Respecto al año anterior y teniendo en cuenta la oferta de plazas en este tipo de establecimientos, es reseñable la pérdida del 15,12 % en el interior. El levante aumenta el 3,35 %. Se mantienen la oferta de estos establecimientos en la capital y en el poniente.

1.6. Pensiones / Hostales

1.6.1. Número de Pensiones / Hostales

El número de Pensiones / Hostales de 1 estrella ocupa el 70,19 % de la oferta y las de 2 estrellas el 29,80 %.

Tabla 16. Número de Pensiones / Hostales

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|-------------------------|-----------|-----------|
| Pensiones / Hostales 2* | 44 | 45 |
| Pensiones / Hostales 1* | 108 | 106 |
| TOTAL | 152 | 151 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.6.2. Número de Plazas de las Pensiones / Hostales

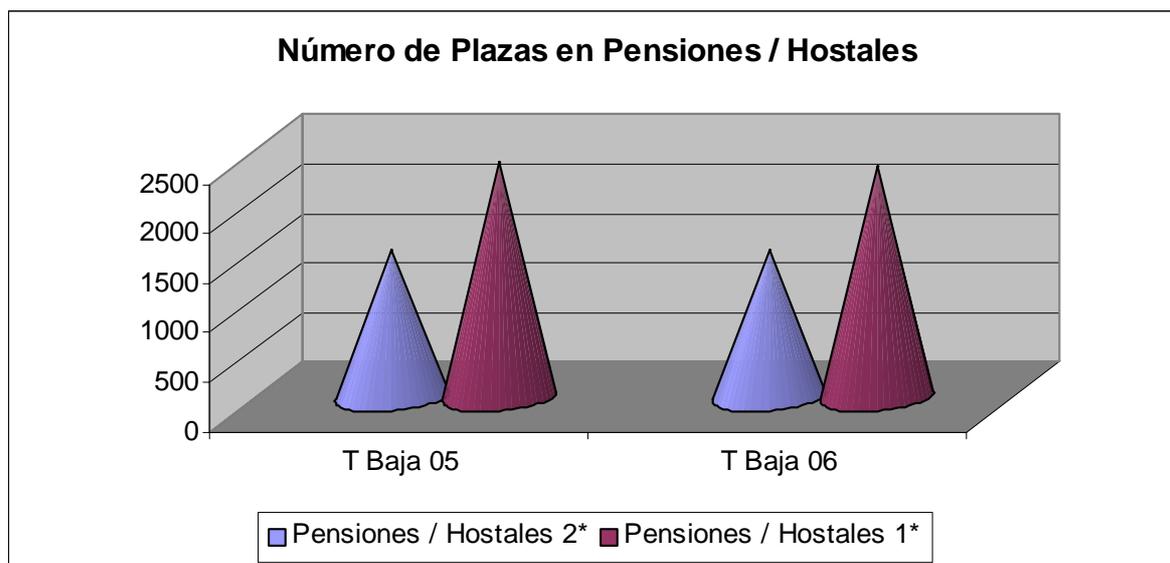
Por lo que ocupa al número de plazas de las pensiones / hostales, la mayor concentración se da en las de 1 estrella (61,09 %) y en menor medida en las de 2 estrellas (38,90 %).

Tabla 17. Número de Plazas en Pensiones / Hostales

| Establecimientos | T Baja 05 | T Baja 06 |
|-------------------------|-----------|-----------|
| Pensiones / Hostales 2* | 1487 | 1484 |
| Pensiones / Hostales 1* | 2373 | 2330 |
| TOTAL | 3860 | 3814 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 9. Número de Plazas en Pensiones / Hostales



Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.6.3. Número de Plazas de las Pensiones / Hostales por Zonas

El 44,25 % de las plazas ofertadas por este tipo de establecimientos se sitúa en el levante almeriense, seguido del interior (36,16 %) y, en menor medida, en el poniente y en la capital (14,23 % y 8,33 %).

La categoría de una estrella, que es la mayoritaria, tiene más presencia en el levante (40,68 %), seguido del interior (39,91 %). El poniente y la capital tienen en esta categoría de establecimientos el 11,41 % y 7,98 % respectivamente.

Las de 2 estrellas se localizan mayoritariamente en el levante (49,86 %), y, en menor medida, en el interior (22,57 %). El poniente dispone del 18,66 % y la capital del 8,89 % de las plazas.

Tabla 18. Número de Plazas en Pensiones / Hostales por Zonas

| Establec | ALMERÍA | INTERIOR | LEVANTE | PONIENTE | TOTAL |
|--------------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| HP 2* | 132 | 335 | 740 | 277 | 1484 |
| HP 1* | 186 | 930 | 948 | 266 | 2330 |
| TOTAL | 318 | 1265 | 1688 | 543 | 3814 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.7. Casas Rurales

1.6.1. Número de Casas Rurales

El número total de casas rurales en la temporada baja 2006 es de 61.

Tabla 19. Número de Pensiones / Hostales

| | |
|------------------|-----------|
| Establecimientos | T Baja 06 |
| Casas Rurales | 61 |
| TOTAL | 61 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.6.2. Número de Plazas de las Casas Rurales

El número de plazas de las casas rurales es de 502.

Tabla 20. Número de Plazas en Casas Rurales

| | |
|------------------|-----------|
| Establecimientos | T Baja 06 |
| Casas Rurales | 502 |
| TOTAL | 502 |

Fuente: REAT y Observatorio Turístico Costa de Almería

1.7. Pernoctaciones

1.7.1. Pernoctaciones de Viajeros en Establecimientos Turísticos

El número total de pernoctaciones estimadas habidas en los meses de noviembre a marzo han sido 2.432.963. Al incluir en este Observatorio los establecimientos de las casas rurales, imposibilita establecer ningún tipo de comparación con el incremento / decremento respecto de la temporadas bajas anteriores.

La media de pernoctaciones estimadas por mes ha sido de 486.593.

Tabla 21. Pernoctaciones Estimadas

| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| T Baja | 1623529 | 1568363 | 1518928 | 1558605 | 1906260 | 2432963 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

Por meses, las pernoctaciones estimadas fueron las siguientes: en marzo se recogieron un total de 554.784, seguido de febrero con 511.296, a continuación diciembre (471.788), enero (466.173) y, por último, noviembre (428.923) como puede observarse en el cuadro siguiente.

Tabla 22. Pernoctaciones por Meses

| Meses | Estimadas 05 | Estimadas 06 |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Noviembre | 323978 | 428923 |
| Diciembre | 392953 | 471788 |
| Enero | 364764 | 466173 |
| Febrero | 388535 | 511296 |
| Marzo | 435030 | 554784 |
| Total | 1906260 | 2432963 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

Por establecimientos turísticos la distribución del número de pernoctaciones fue la siguiente: los hoteles alcanzaron 1.482.247 pernoctaciones, los campings 496.856, los hoteles apartamentos 277.414, los apartamentos 152.641, las pensiones / hostales 22.340 y, por último, las casas rurales 1.465.

Tabla 23. Pernoctaciones por Establecimientos Turísticos

| Establecimientos | Estimadas 06 |
|-------------------------|---------------------|
| Hoteles | 1482247 |
| Hoteles Apartamentos | 277414 |
| Campings | 496856 |
| Apartamentos | 152641 |
| Pensiones / Hostales | 22340 |
| Casas Rurales | 1465 |
| TOTAL | 2432963 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

Por categoría de establecimientos hoteleros, el mayor número de pernoctaciones lo ostentaron los hoteles de 3 estrellas con 897.217, seguido de los de 4 estrellas con 379.836, los hoteles de 2 y 1 alcanzaron las 171.974. Por último los de máxima categoría representan 33.220 pernoctaciones.

Tabla 24. Pernoctaciones por Categoría de Hoteles

| Hoteles | Estimadas 06 |
|----------------|---------------------|
| 5* | 33220 |
| 4* | 379836 |
| 3* | 897217 |
| 2 y 1* | 171974 |
| TOTAL | 1482247 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

Por categoría de establecimientos hoteleros y teniendo en cuenta los cinco meses de la temporada, la distribución de pernoctaciones fue la siguiente: los hoteles de 3 estrellas pasan de tener 191.121 en el mes de marzo a 168.781 en diciembre; los de 4 estrellas tienen un gran número de pernoctaciones en marzo (96.802) y, en menor medida, enero (54.259). Los hoteles de 2 y 1 estrellas alcanzan el mínimo en enero (14.073) y el máximo en noviembre (48.781). Por último, los de 5 estrellas focalizan el mayor número de pernoctaciones en marzo (9.727) y el menor en febrero (3.603).

Tabla 25. Pernoctaciones Estimadas por Meses en Hoteles

| Hoteles | Noviembre | Diciembre | Enero | Febrero | Marzo | TOTAL |
|---------|-----------|-----------|--------|---------|--------|---------|
| 5* | 7780 | 7829 | 4281 | 3603 | 9727 | 33220 |
| 4* | 68387 | 79147 | 54259 | 81241 | 96802 | 379836 |
| 3* | 183084 | 168781 | 174625 | 179606 | 191121 | 897217 |
| 2 y 1* | 48781 | 30334 | 14073 | 32564 | 46222 | 171974 |
| Total | 308032 | 286091 | 247238 | 297014 | 343872 | 1482247 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.7.2. Pernoctaciones de Viajeros en Establecimientos Hoteleros por Categorías y Zonas

Por zonas y categorías de hoteles, el mayor número de pernoctaciones se produjo en el levante con un total de 693.620, seguido por las habidas en el poniente (494.478) y la capital (156.899) y, por último, en el interior (137.250).

Por categorías, la mayor concentración se establece en los hoteles de 3 estrellas situados en el levante (441.799), seguido por los hoteles de 3 estrellas localizados en el poniente (406.085). Los hoteles de 4 y 5 estrellas tienen más pernoctaciones en el levante (235.916) y en el poniente (77.403). Los hoteles de 2 y 1 estrellas tienen una mayor concentración de pernoctaciones en el interior (85.637) y en la capital (59.442).

Tabla 26. Pernoctaciones Estimadas por Categoría de Hoteles y Zonas

| | Capital | Interior | Levante | Poniente | Total |
|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| H4 y H5* | 66517 | 33220 | 235916 | 77403 | 413056 |
| H3* | 30940 | 18393 | 441799 | 406085 | 897217 |
| H2* y 1* | 59442 | 85637 | 15905 | 10990 | 171974 |
| Total | 156899 | 137250 | 693620 | 494478 | 1482247 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.8. Estancia

1.8.1. Estancia Media de Viajeros Alojados por Distintas Categorías en Establecimientos Turísticos

La estancia media total de los viajeros alojados en distintos establecimientos turísticos en Costa de Almería fue para los meses analizados de 5,63 días. Por establecimientos, los campings tienen una estancia de 17,02 días, los apartamentos (5,59), los hoteles apartamentos (4,95), los hoteles (3,94), las casas rurales (2,37) y, por último, las pensiones / hostales 1,49 días.

Respecto a la hostelería, la estancia media por categorías en los meses analizados se da en mayor medida en los hoteles de 3 estrellas con un total de 5,70 días, de los de 2 y 1 estrellas con 3,65 días, de los de 4 estrellas con 2,63 y, por último, los de máxima categoría con 1,70 días.

Tabla 27. Estancia Media por Establecimientos y Categorías de Hoteles

| Establecimiento | Media | 2 y 1E | 3E | 4E | 5E |
|----------------------|-------|--------|------|------|------|
| Apartahoteles | 4,95 | | | | |
| Apartamentos | 5,59 | | | | |
| Campings | 17,02 | | | | |
| Pensiones / Hostales | 1,49 | | | | |
| Casas Rurales | 2,37 | | | | |
| Hoteles | 3,94 | 3,65 | 5,70 | 2,63 | 1,70 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.8.2. Estancia Media Total de los Viajeros por Zonas

Como puede observarse en la tabla 28, la mayor estancia media se sitúa en el poniente con 8,19 días, seguido del interior con 7,21. A continuación el levante con 3,83 y, en último lugar, la capital (2,93 días).

Tabla 28. Estancia Media por Zonas

| Zonas | Estancia media |
|----------|----------------|
| Poniente | 8,19 |
| Levante | 3,83 |
| Capital | 2,93 |
| Interior | 7,21 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.8.3. Estancia Media de los Viajeros por Nacionalidades y Zonas

Los españoles estuvieron en mayor medida en el poniente (4,96) y, en menor medida, en la capital (1,50).

Los alemanes concentraron un mayor número de días de estancia en el poniente (16,05), seguido del interior (10,97) y estuvieron menos tiempo en la capital (3,79) y en el levante (3,44).

Los británicos permanecieron casi por igual en el interior y en el poniente (10,61 y 10,26 días respectivamente) y, en menor medida y por igual, en la levante y en la capital (4,66 y 4,63 respectivamente).

Los belgas estuvieron 13,03 días en el poniente y 12,85 en el interior.

Los franceses fluctuaron entre los 6,23 del poniente y los 1,66 días de la capital.

Los otros países europeos minoritarios se situaron especialmente en el interior (11,86 días).

Por último, los nacionales del resto de países no europeos que nos visitaron se mantuvieron 5,37 días en el poniente como dato más significativo.

Tabla 29. Estancia Media por Zonas y Nacionalidades

| | Espanoles | Alemanes | GB Irlanda | Belgas | Franceses | Otros Europeos | Otros Mundo |
|-----------------|-----------|----------|---------------|--------|-----------|-------------------|----------------|
| Poniente | 4,96 | 16,05 | 10,26 | 13,03 | 6,23 | 6,96 | 5,37 |
| Levante | 3,52 | 3,44 | 4,66 | 4,25 | 4,07 | 3,86 | 2,22 |
| Capital | 1,50 | 3,79 | 4,63 | 1,77 | 1,66 | 1,92 | 1,86 |
| Interior | 3,78 | 10,97 | 10,61 | 12,85 | 5,24 | 11,86 | 2,83 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.8.4. Estancia Media de los Viajeros en los Distintos Establecimientos Turísticos por Nacionalidades

Los españoles tuvieron una estancia que fluctuó de mayor a menor de 6,21 días en los campings y 1,42 en las pensiones / hostales.

Los alemanes variaron entre los 26,65 días en los apartahoteles, 25,22 en los campings y 1,51 en las pensiones / hostales.

Los británicos fundamentalmente estuvieron 24,62 días de media en los campings y 1,90 en las pensiones / hostales.

Los belgas permanecieron especialmente 26,03 días en los apartahoteles, 18,68 en los campings y, en menor medida, 1,69 en las pensiones / hostales.

Los franceses variaron entre los 8,60 días en los apartamentos y 2 en las pensiones / hostales y casas rurales.

Los de otros países europeos pernoctaron 19,22 días en los campings y 1,86 en las pensiones / hostales.

Los otros ciudadanos del mundo tuvieron estancias medias de 8,99 días en los campings y 1,33 en las pensiones / hostales.

Tabla 30. Estancia Media en Establecimientos Turísticos por Nacionalidad

| | Españoles | Alemanes | GB Irlanda | Belgas | Franceses | Otros Europeos | Otros Mundo |
|----------------------|-----------|----------|---------------|--------|-----------|-------------------|----------------|
| Hoteles | 3,69 | 4,89 | 3,79 | 4,36 | 2,65 | 2,81 | 2,21 |
| Apartahotel | 3,50 | 26,65 | 5,14 | 26,03 | 6,90 | 4,13 | 2,51 |
| Apartamentos | 2,67 | 6,68 | 8,40 | 10,71 | 8,60 | 4,71 | 1,72 |
| Campings | 6,21 | 25,22 | 24,62 | 18,68 | 7,34 | 19,22 | 8,99 |
| P / Hostales | 1,42 | 1,51 | 1,90 | 1,69 | 2,00 | 1,86 | 1,33 |
| Casas Rurales | 2,42 | 2,43 | 3,05 | 1,75 | 2,00 | | |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.9. Grado de ocupación

El grado de ocupación en Temporada Baja en los meses analizados ha sido del 36,24 % en marzo, el 32,50 % en febrero, el 31,50 % en noviembre, el 27,64 % en diciembre y el 23,86 % en enero.

1.9.1. Grado de Ocupación de los Establecimientos Turísticos por Meses

Como puede observarse en la tabla 31, la ocupación de los establecimientos hoteleros fluctuó entre el 54,54 % en el mes de marzo y el 32,31 % de enero.

Los hoteles apartamentos tuvieron un grado de ocupación que varía del 34,73 % en febrero, al 34,71 en marzo y el 19,09 % de noviembre.

Los apartamentos cambian desde el 27,39 % en marzo al 18,54 % en enero.

Los campings tienen una ocupación que oscila entre los 21,37 % de febrero y 10,86 % de noviembre.

Las pensiones / hostales van desde el 24,95 % de marzo al 10,26 % de diciembre.

Por último, las casas rurales oscilan entre el 8,01 % en diciembre al 0,86 % en enero.

Tabla 31. Grado de Ocupación de los Establecimientos Turísticos en Temporada Baja 2006

| | Hoteles | Apart. H | Apartam | Campings | P / Hostales | C Rurales |
|------------------|---------|----------|---------|----------|--------------|-----------|
| Noviembre | 53,10 | 19,09 | 20,03 | 10,86 | 21,09 | 5,50 |
| Diciembre | 42,54 | 30,71 | 21,52 | 13,94 | 10,26 | 8,01 |
| Enero | 32,31 | 30,34 | 18,54 | 19,50 | 14,80 | 0,86 |
| Febrero | 47,63 | 34,73 | 21,46 | 21,37 | 21,86 | 4,04 |
| Marzo | 54,54 | 34,71 | 27,39 | 18,40 | 24,95 | 4,73 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.9.2. Grado de Ocupación de los Establecimientos Hoteleros por Zonas

El grado de ocupación por zonas tiene la siguiente composición: para estos cinco meses analizados el mayor índice se da en el poniente (38,78 %), seguido de la capital (31,68 %), del interior (27,821 %) y el levante (24,32 %).

Tabla 32. Grado de Ocupación por Zonas

| Zona | Grado de ocupación |
|----------|--------------------|
| Poniente | 38,78 |
| Levante | 24,32 |
| Capital | 31,68 |
| Interior | 27,82 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.10. Entradas de Viajeros por Aeropuerto y Puerto

1.10.1 Número Total de Entradas de Viajeros de las Distintas Nacionalidades por el Aeropuerto

El número total de viajeros que llegaron al aeropuerto entre noviembre de 2005 y marzo de 2006 fue de 128.420. Este dato hay que interpretarlo teniendo en cuenta que en el momento de cerrar este informe Aena no había publicado en su página web los datos referentes al mes de marzo de 2006⁴. Consecuentemente en este informe no se podrá realizar comparaciones de la llegada de viajeros por el aeropuerto del Almería respecto a la temporada anterior.

El mayor número de entradas se produjo en el mes de noviembre con 33.380 seguido de diciembre con 33.134. Los meses de febrero y enero pasaron a ocupar el tercer y cuarto puestos (32.420 y 29.486 respectivamente).

Como puede observarse en la tabla 33 la entrada de viajeros por nacionalidad fue la siguiente:

- Los españoles, como es lógico, son mayoritarios en el número total de viajeros a lo largo del período y concentraron una mayor entrada en febrero de 2006 (26,33 %).
- Los alemanes centraron en mayor medida sus visitas en noviembre (31,07 %) seguido de enero (26,51 %).
- Los británicos tuvieron una mayor afluencia en diciembre (27,14 %) y en noviembre (26,65 %).
- Los belgas vienen también mayoritariamente en noviembre (35,08 %) y en diciembre (30,64 %).

⁴ Nos estamos refiriendo al día 13 de abril de 2006.

- El resto de nacionalidades y mercados minoritarios siguen desaparecidos en esta temporada de invierno.

Tabla 33. Número de Viajeros⁵ Llegados por el Aeropuerto / Nacionalidad en Temporada Baja 2006

| | nov-05 | dic-05 | ene-06 | feb-06 | mar-06 | T Baja 06 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| España | 18489 | 18329 | 17329 | 19348 | | 73495 |
| Alemania | 764 | 539 | 652 | 504 | | 2459 |
| GB - Irlanda | 13299 | 13543 | 10807 | 12252 | | 49901 |
| Bélgica | 828 | 723 | 627 | 182 | | 2360 |
| Holanda | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| Finlandia | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| Francia | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| Portugal | 0 | 0 | 71 | 0 | | 71 |
| Otros | 0 | 0 | 0 | 134 | | 134 |
| Total | 33380 | 33134 | 29486 | 32420 | | 128420 |

Fuente: AENA y Observatorio Turístico Costa de Almería.

Tabla 34. Porcentaje de Viajeros Llegados al Aeropuerto de Almería por Nacionalidad en Temporada Baja 2006

| | nov-05 | dic-05 | ene-06 | feb-06 | mar-06 | T Baja 06 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| España | 25,16 | 24,94 | 23,58 | 26,33 | | 100,00 |
| Alemania | 31,07 | 21,92 | 26,51 | 20,50 | | 100,00 |
| GB - Irlanda | 26,65 | 27,14 | 21,66 | 24,55 | | 100,00 |
| Bélgica | 35,08 | 30,64 | 26,57 | 7,71 | | 100,00 |
| Holanda | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| Finlandia | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| Francia | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| Portugal | 0,00 | 0,00 | 100,00 | 0,00 | | 100,00 |
| Otros | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 100,00 | | 100,00 |
| Total | 25,99 | 25,80 | 22,96 | 25,25 | | 100,00 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería.

Como anteriormente se ha indicado, no es posible comparar las llegadas de visitantes por nacionalidad en el total de la temporada, pero sí por nacionalidades y por los meses con datos disponibles disponibles, es decir, de noviembre a febrero.

En este sentido, se observa que los españoles aumentan el número de entradas en todos los meses, especialmente en el mes de noviembre (4.176) y febrero (3.555).

⁵ Se incluyen vuelos chárteres y tránsito.

Los alemanes disminuyen por el aeropuerto en todos los meses, especialmente en febrero (-738) y diciembre (-696).

Los ingleses e irlandeses experimentan un incremento en todos los meses analizados, en especial en diciembre y noviembre (7.912 y 7.435 respectivamente).

Los belgas bajan sus entradas en términos generales en toda la temporada, especialmente en febrero (1.008).

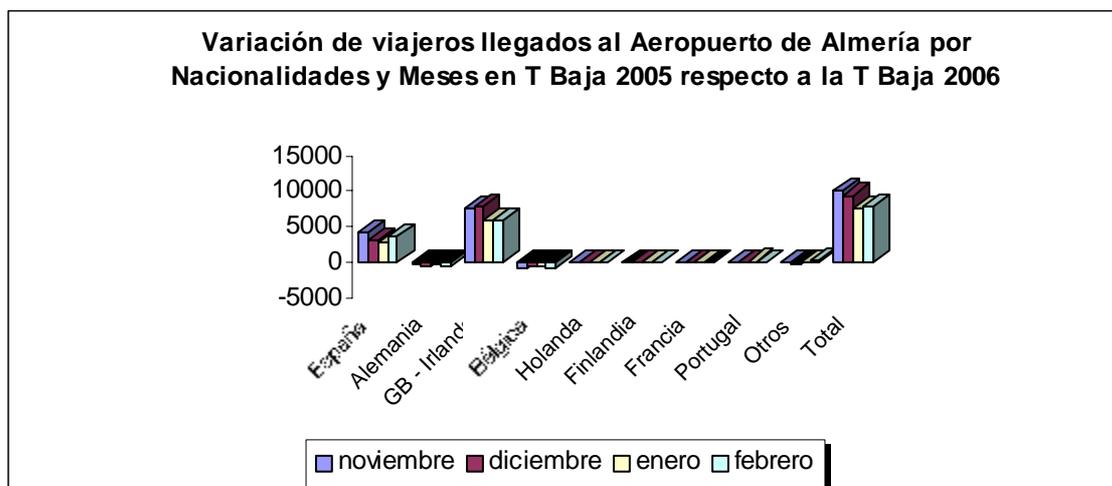
El resto de nacionalidades, como antes se indicó, prácticamente o no han venido, o han disminuido su presencia.

Tabla 35. Variación de Viajeros Llegados al Aeropuerto de Almería por Nacionalidad en la Temporada Baja 2006 respecto a la Temporada Baja 2005

| | noviembre | diciembre | enero | febrero |
|---------------------|-----------|-----------|-------|---------|
| España | 4176 | 3112 | 2637 | 3555 |
| Alemania | -470 | -696 | -454 | -738 |
| GB - Irlanda | 7435 | 7912 | 5828 | 5873 |
| Bélgica | -824 | -645 | -500 | -1008 |
| Holanda | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Finlandia | -129 | 0 | 0 | 0 |
| Francia | 0 | 0 | 0 | -49 |
| Portugal | 0 | 0 | 71 | 0 |
| Otros | 0 | -294 | 0 | 110 |
| Total | 10188 | 9389 | 7582 | 7743 |

Fuente: AENA y Observatorio Turístico Costa de Almería.-

Gráfico 10. Variación de Viajeros Llegados al Aeropuerto de Almería por Nacionalidad y Meses en la Temporada Baja 2005 respecto a la Temporada Baja 2006



Fuente: AENA y Observatorio Turístico Costa de Almería.

1.10.2. Número Total de Entradas de Viajeros por el Puerto en Temporada Baja

El número total de viajeros que entraron por el puerto en los meses de noviembre de 2005 a marzo de 2006 fue de 232.301.

Por meses, enero ha sido el mes con un mayor número de entradas de viajeros con un total de 62.367, seguido de diciembre con 55.494, siendo el mes de menor incidencia marzo con 37.501.

Tabla 36. Entrada de Viajeros por el Puerto en la Temporada Baja 2006

| | T Baja 06 |
|--------------|------------------|
| Noviembre | 38934 |
| Diciembre | 55494 |
| Enero | 62367 |
| Febrero | 38005 |
| Marzo | 37501 |
| Total | 232301 |

Fuente: Autoridad Portuaria de Almería y Motril y Observatorio Turístico Costa de Almería

II. ENCUESTA DE LA DEMANDA TURÍSTICA

2.1. Características sociodemográficas de los turistas

En este apartado presentamos las principales variables sociodemográficas de la demanda turística que visita Costa de Almería en Temporada Baja como son: la nacionalidad, la edad, el sexo, el estado civil y la categoría profesional. Se incluyen también las variables zona turística y localidad de residencia.

2.1.1 Nacionalidad

La distribución de la demanda turística de Costa de Almería en Temporada Baja 2006 por nacionalidades se establece en un 52,6 % de españoles y en un 47,4 % de extranjeros.

Este dato sigue informando de un cambio acaecido en el cómputo general de turistas que visitan Almería desde la temporada baja de 2005. Igualmente, este año los turistas nacionales siguen siendo mayoritarios (52,6 %) respecto de los extranjeros (47,4 %), aunque el turismo nacional retrocede 6 puntos respecto a la temporada baja anterior, espacio que recupera en este ámbito el turismo extranjero.

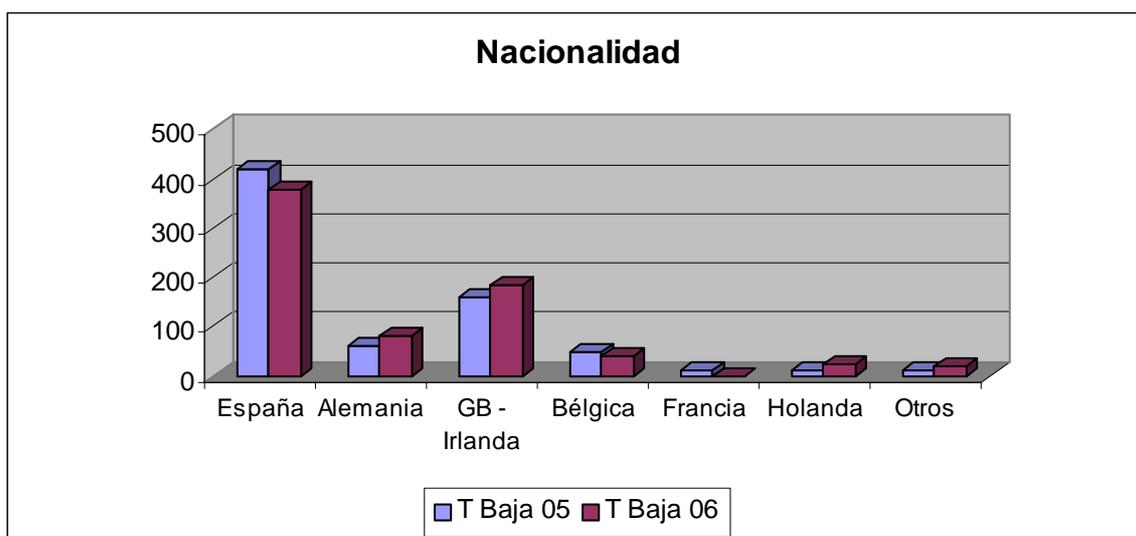
Por países, son los españoles los que más visitaron Costa de Almería en esta Temporada Baja de 2006 (52,6 %) seguido de los ingleses e irlandeses (25,3 %), alemanes (11,1 %), belgas (5,7 %), holandeses (2,9 %) y otros países no especificados (2,4 %).

Tabla 37. Nacionalidad.

| Nacionalidad | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|--------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| España | 421 | 58,5 | 379 | 52,6 |
| Alemania | 60 | 8,3 | 80 | 11,1 |
| GB -Irlanda | 160 | 22,2 | 182 | 25,3 |
| Bélgica | 47 | 6,5 | 41 | 5,7 |
| Francia | 9 | 1,3 | 0 | 0 |
| Holanda | 11 | 1,5 | 21 | 2,9 |
| Otros | 12 | 1,7 | 17 | 2,4 |
| Totales | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 11. Nacionalidad



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

En comparación con las temporadas anteriores y de acuerdo a los datos de la encuesta, lo más significativo es puntualizar el cambio de tendencia, ya vislumbrada en las temporadas 2004 y 2005, en las nacionalidades más importantes que visitan Costa de Almería. En esta temporada sigue la misma tendencia que en las temporadas anteriores donde los británicos han tenido una mayor presencia que los alemanes, incluyendo el descenso del mercado francés.

2.1.2 Edad

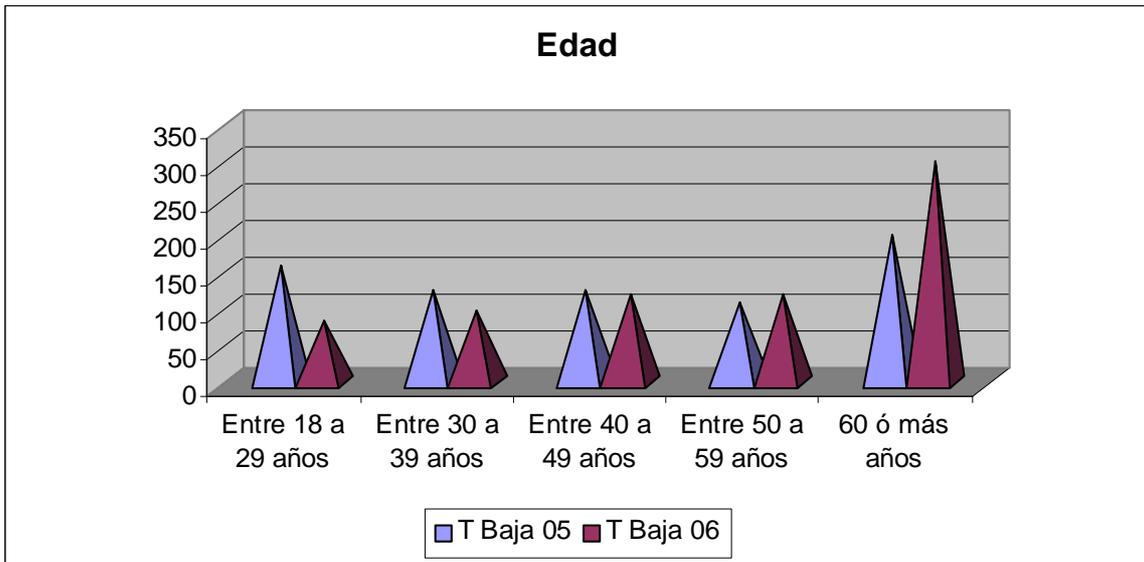
El intervalo de edad de 60 ó más años es el mayoritario a la hora de visitar Costa de Almería en Temporada Baja de 2006 (41,8 %), seguido del tramo de 40 a 59 años que representa algo más de un tercio de los turistas y los más jóvenes que alcanzan una cuarta parte.

Tabla 38. Edad.

| Edad | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|--------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Entre 18 a 29 años | 159 | 22,1 | 84 | 11,7 |
| Entre 30 a 39 años | 125 | 17,4 | 96 | 13,3 |
| Entre 40 a 49 años | 126 | 17,5 | 119 | 16,5 |
| Entre 50 a 59 años | 109 | 15,1 | 120 | 16,7 |
| 60 ó más años | 201 | 27,9 | 301 | 41,8 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 12. Edad

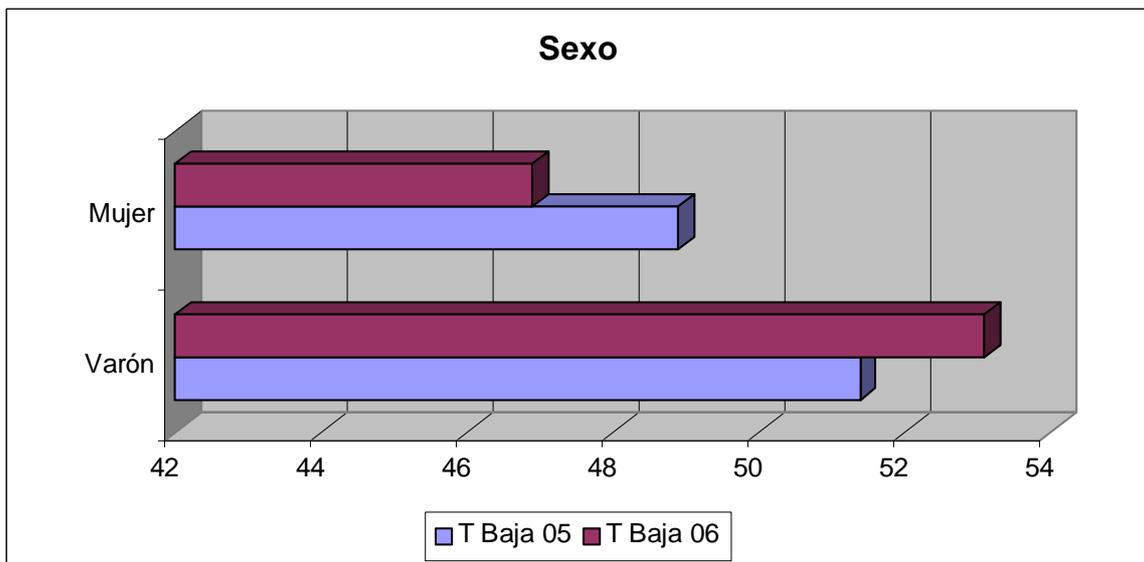


Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.1.3 Sexo

Como se observa en el gráfico, la distribución por sexo de los turistas fue del 53,1 % de hombres y el 46,9 % de mujeres.

Gráfico 13. Sexo



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.1.4 Estado Civil

La mayoría de los turistas ostentaban la condición de casados en un 71,3 % y a mucha distancia se encontraban los solteros (17,8 %). El estado de viudo y separado y / o divorciado supone el 11 % del total de visitantes.

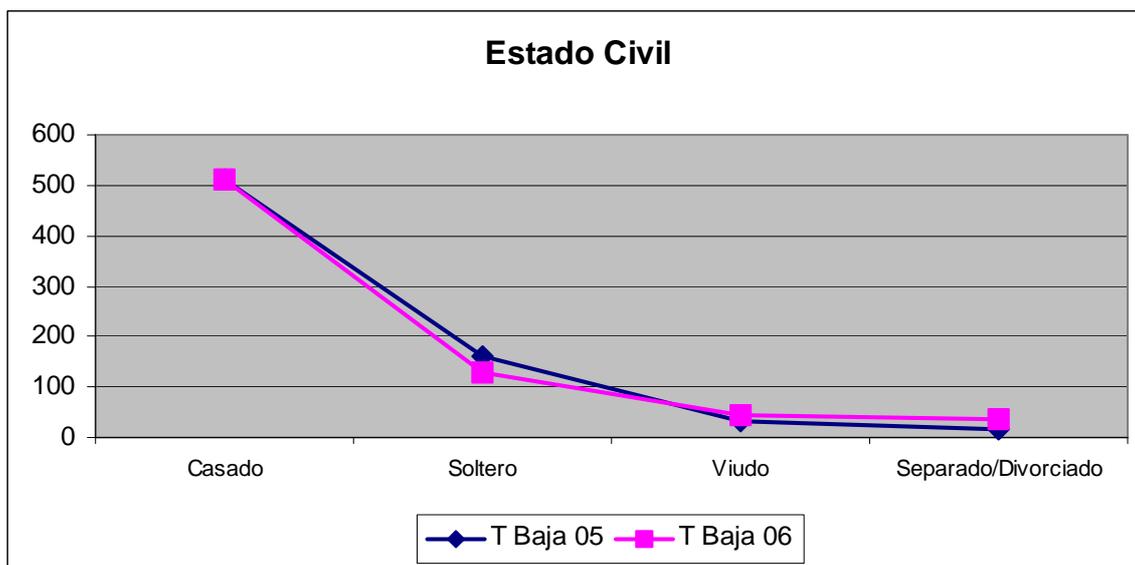
Es de reseñar el incremento de viudos/as y separados/as en un 4,6 % respecto a la temporada anterior.

Tabla 39. Estado civil

| Estado Civil | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|-----------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Casado | 512 | 71,1 | 513 | 71,3 |
| Soltero | 162 | 22,5 | 128 | 17,8 |
| Viudo | 31 | 4,3 | 43 | 6 |
| Separado / Divorciado | 15 | 2,1 | 36 | 5 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 14. Estado Civil



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

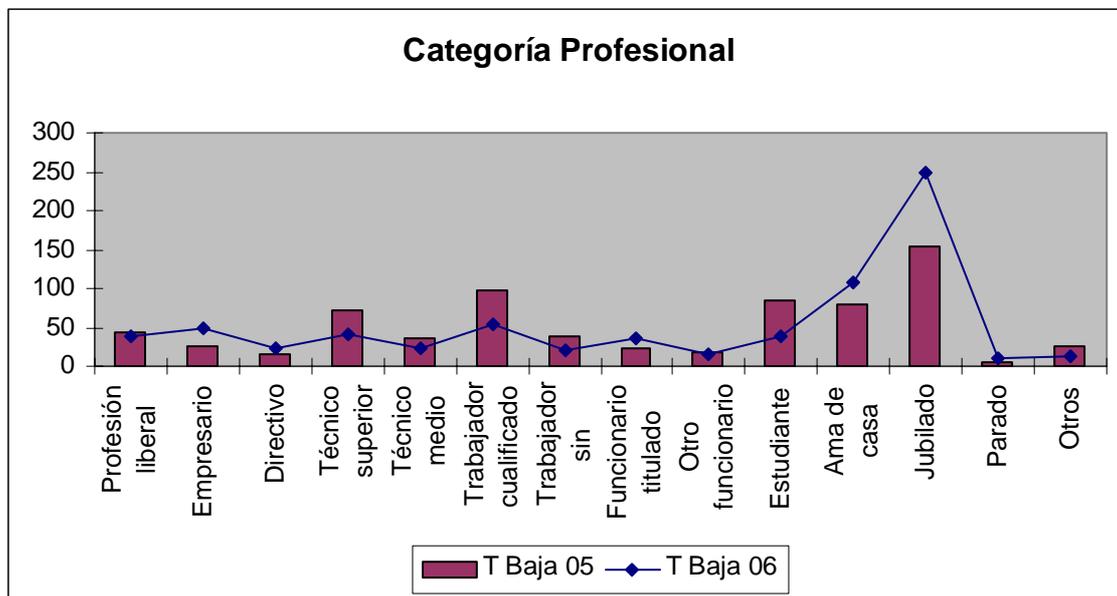
2.1.5 Categoría Profesional

La situación ocupacional más representativa de los turistas que acuden a Costa de Almería en Temporada Baja es la de retiro o jubilados que representan un 34,4 %, seguido por los trabajadores cualificados (7,5 %), y a más distancia, los empresarios (6,9 %).

Tabla 40. Categoría Profesional

| Categoría profesional | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|---------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Profesión liberal | 44 | 6,1 | 39 | 5,4 |
| Empresario | 25 | 3,5 | 50 | 6,9 |
| Directivo | 15 | 2,1 | 23 | 3,2 |
| Técnico superior | 71 | 9,9 | 41 | 5,7 |
| Técnico medio | 37 | 5,1 | 23 | 3,2 |
| Trabajador cualificado | 98 | 13,6 | 54 | 7,5 |
| Trabajador sin cualificar | 39 | 5,4 | 20 | 2,8 |
| Funcionario titulado | 23 | 3,2 | 35 | 4,9 |
| Otro funcionario | 19 | 2,6 | 16 | 2,2 |
| Estudiante | 84 | 11,7 | 38 | 5,3 |
| Ama de casa | 79 | 11 | 108 | 15 |
| Jubilado | 154 | 21,4 | 248 | 34,4 |
| Parado | 6 | 0,8 | 11 | 1,5 |
| Otros | 26 | 3,6 | 14 | 1,9 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 15. Categoría Profesional

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.1.6 Zonas y Localidad de Residencia de los Turistas

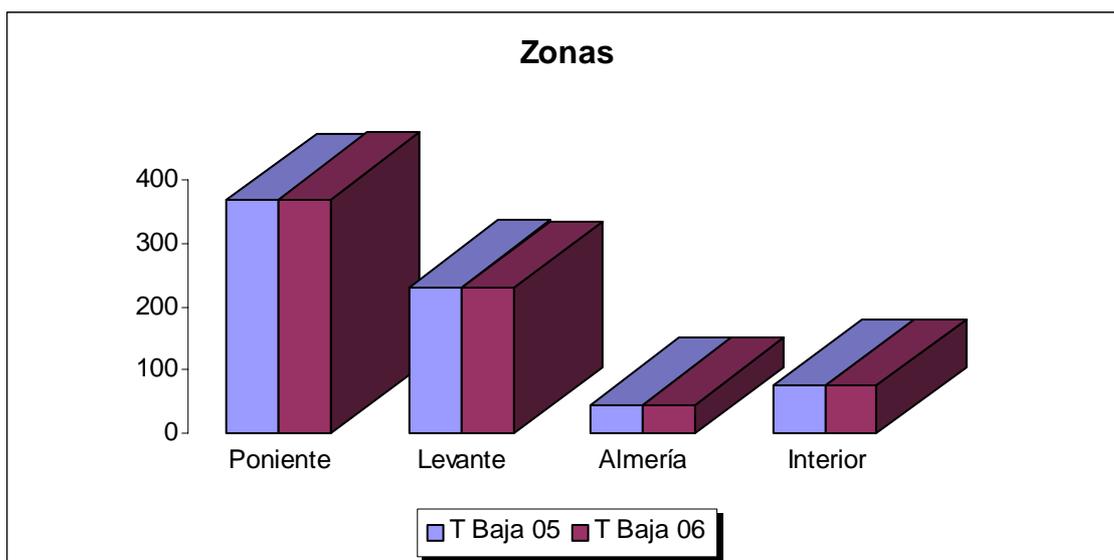
La tabla siguiente representa la distribución de los encuestados por las zonas turísticas donde se encontraban disfrutando de sus vacaciones. En temporada baja los turistas se concentran especialmente en la zona del poniente almeriense en un 51,4 % y en el levante en un 31,9 %. El interior y la capital de la provincia acogen el 10,4 % y el 6,3 % respectivamente.

Tabla 41. Zonas

| Zonas | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|----------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Poniente | 369 | 51,3 | 370 | 51,4 |
| Levante | 231 | 32,1 | 230 | 31,9 |
| Almería | 45 | 6,3 | 45 | 6,3 |
| Interior | 75 | 10,4 | 75 | 10,4 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 16. Zonas



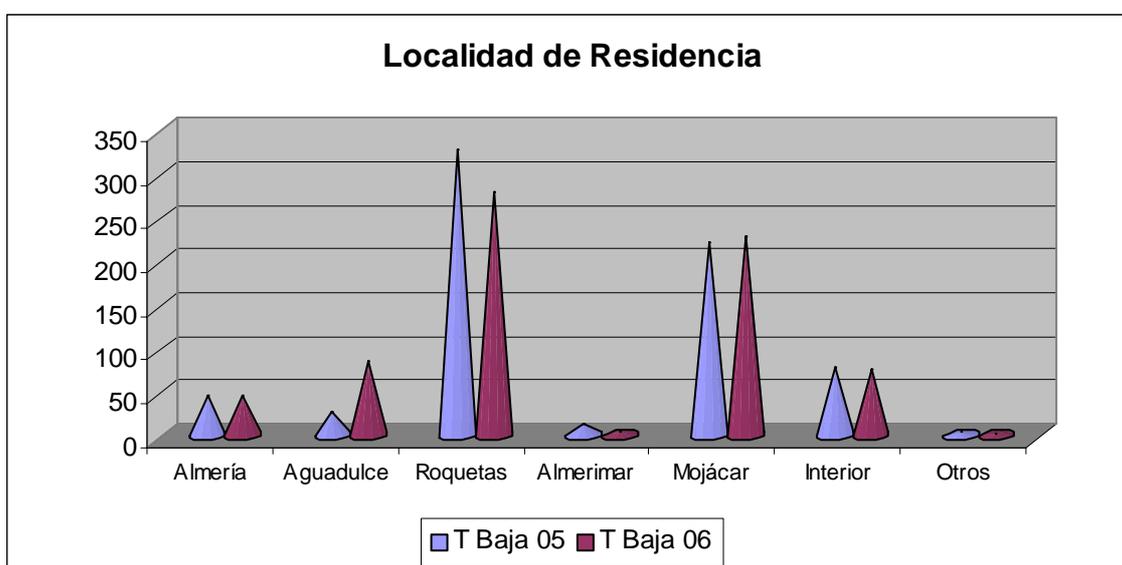
Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Como puede apreciarse en la tabla y gráfico siguientes, los puntos turísticos más representativos de la provincia son especialmente Roquetas de Mar (38,9 %) y, en menor medida, Mojácar (31,8 %), siendo el resto de localidades menos significativas.

Tabla 42. Localidad de Residencia

| Localidad | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|-----------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Almería | 46 | 6,4 | 46 | 6,4 |
| Aguadulce | 27 | 3,8 | 86 | 11,9 |
| Roquetas | 328 | 45,6 | 280 | 38,9 |
| Almerimar | 14 | 1,9 | 3 | 0,4 |
| Mojácar | 222 | 30,8 | 229 | 31,8 |
| Interior | 78 | 10,8 | 75 | 10,4 |
| Otros | 5 | 0,7 | 1 | 0,1 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 17. Localidad de Residencia

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.2. Tipo de Viaje y Motivaciones para Conocer la Costa de Almería

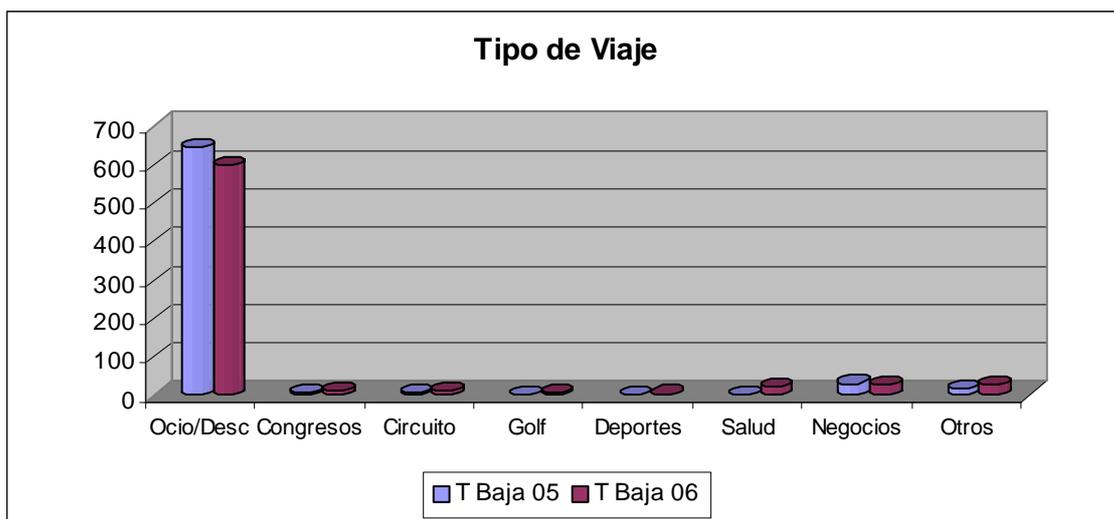
El motivo central del viaje señalado por los turistas en un 83,3 % ha sido el ocio y el descanso, siendo reseñable en esta temporada la visita por cuestión de negocios en el 4,2 % y de salud (3,5 %).

Tabla 43. Tipo de viaje

| Tipo de viaje | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|-----------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Ocio / Descanso | 646 | 89,7 | 600 | 83,3 |
| Congresos | 6 | 0,8 | 11 | 1,5 |
| Circuito | 10 | 1,4 | 12 | 1,7 |
| Golf | 3 | 0,4 | 8 | 1,1 |
| Deportes | 3 | 0,4 | 5 | 0,7 |
| Salud | 3 | 0,4 | 25 | 3,5 |
| Negocios | 31 | 4,3 | 30 | 4,2 |
| Otros | 18 | 2,5 | 29 | 4 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 18. Tipo de Viaje



Fuente: Observatorio Turístico costa de Almería

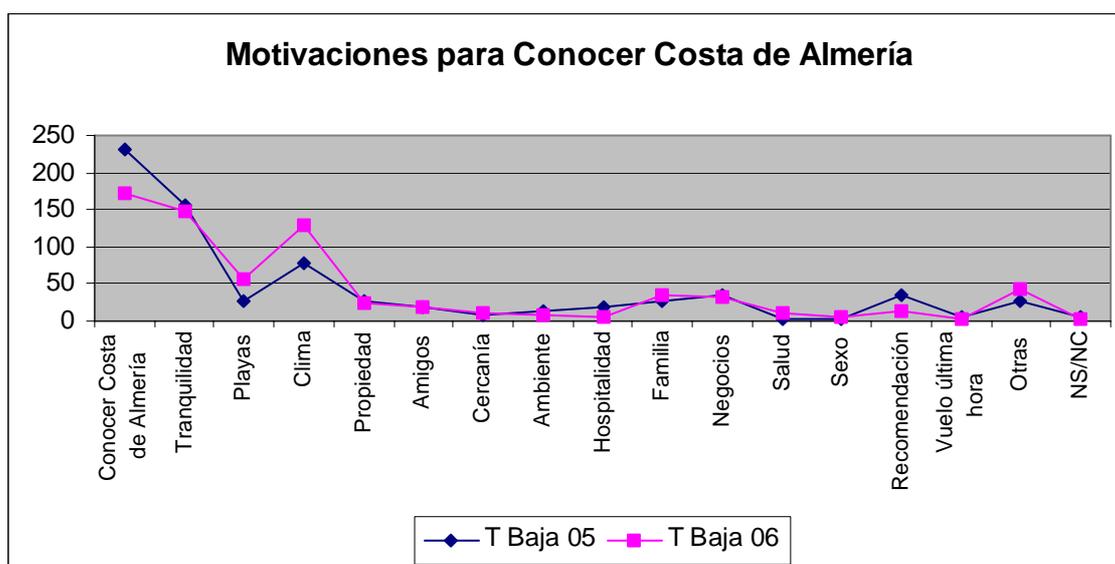
Por otra parte, las motivaciones más significativas señaladas a la hora de tomar la decisión de visitar Costa de Almería son el deseo de conocer Costa de Almería (23,8 %), seguido de la tranquilidad que ofrecen los distintos puntos turísticos de Almería (20,4 %) y, en tercer lugar, el clima (18,1 %).

Tabla 44. Motivaciones para Conocer la Costa de Almería

| Motivaciones | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|--------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Conocer Costa de Almería | 230 | 31,9 | 171 | 23,8 |
| Tranquilidad | 157 | 21,8 | 147 | 20,4 |
| Playas | 28 | 3,9 | 57 | 7,9 |
| Clima | 79 | 11 | 130 | 18,1 |
| Propiedad | 27 | 3,8 | 25 | 3,5 |
| Amigos | 19 | 2,6 | 18 | 2,5 |
| Cercanía | 8 | 1,1 | 12 | 1,7 |
| Ambiente | 14 | 1,9 | 8 | 1,1 |
| Hospitalidad | 18 | 2,5 | 5 | 0,7 |
| Familia | 28 | 3,9 | 36 | 5 |
| Negocios | 36 | 5,0 | 33 | 4,6 |
| Salud | 2 | 0,3 | 12 | 1,7 |
| Sexo | 2 | 0,3 | 5 | 0,7 |
| Recomendación | 34 | 4,7 | 14 | 1,9 |
| Vuelo última hora | 6 | 0,8 | 2 | 0,3 |
| Otras | 26 | 3,6 | 42 | 5,8 |
| NS/NC | 6 | 0,8 | 3 | 0,4 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Las motivaciones aducidas mantienen una cierta lógica a lo largo de las distintas temporadas citándose indistintamente como prioritarias tanto conocer Costa de Almería como el clima y la tranquilidad que proporciona nuestro destino turístico.

Gráfico 19. Motivaciones para Conocer Costa de Almería

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.3. Régimen y Tipo de Alojamiento

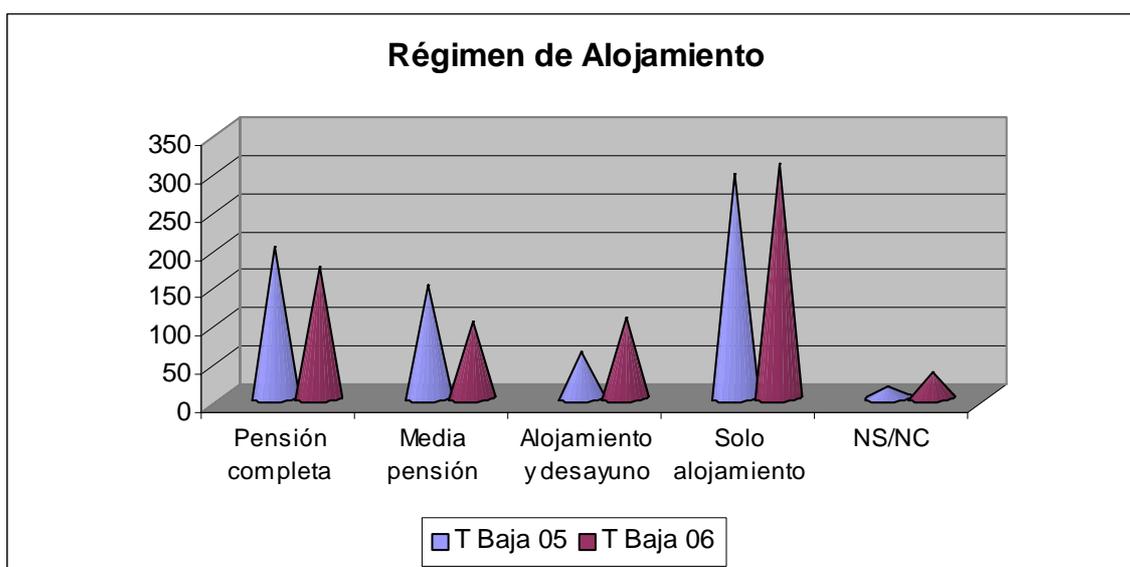
El régimen de alojamiento elegido mayoritariamente es solo el alojamiento (42,8 %), seguido de la pensión completa (24 %), y del alojamiento y del desayuno además de la media pensión casi en la misma proporción (14,7 % y 13,9 %) respectivamente.

Tabla 45. Régimen de alojamiento

| Régimen de alojamiento | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Pensión completa | 200 | 27,8 | 173 | 24 |
| Media pensión | 148 | 20,6 | 100 | 13,9 |
| Alojamiento y desayuno | 61 | 8,5 | 106 | 14,7 |
| Solo alojamiento | 296 | 41,1 | 308 | 42,8 |
| NS/NC | 15 | 2,1 | 33 | 4,6 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 20. Régimen de Alojamiento



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

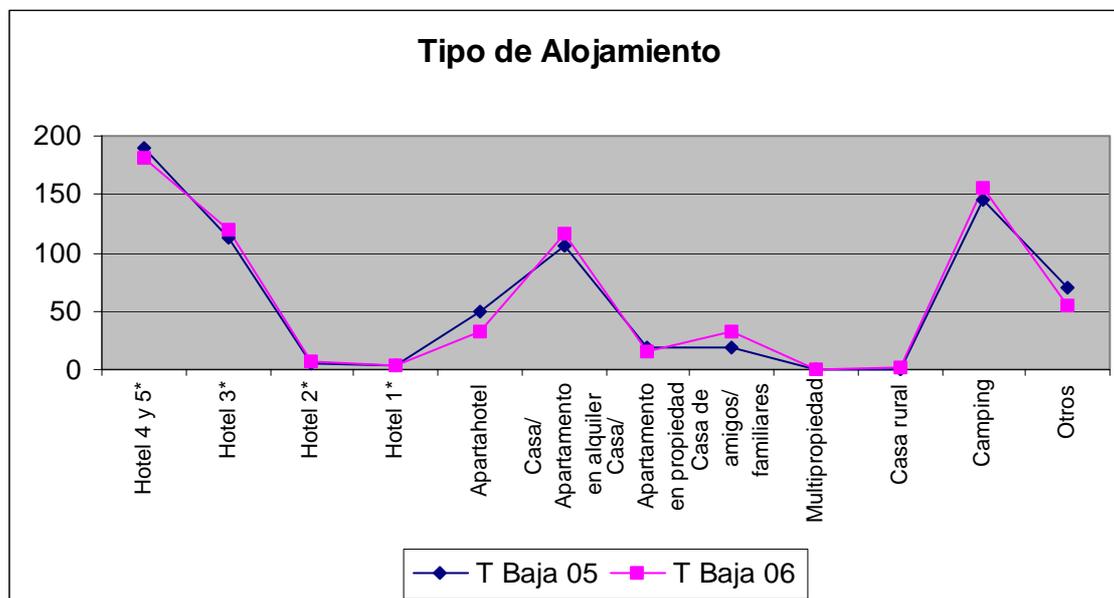
La mayor parte de los turistas se hospedó en hoteles (43,2 %), siendo la categoría de 4 y 5 estrellas la más utilizada por nuestros visitantes (25,3 %), seguido de los campings (21,5 %), los hoteles de 3 estrellas (16,5 %), las casas y apartamentos en alquiler (16,1 %) y, en menor medida, por otro tipo de establecimientos no especificados (7,6 %).

Tabla 46. Tipo de alojamiento

| Tipo de alojamiento | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|--------------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Hotel 4 y 5* | 189 | 26,3 | 182 | 25,3 |
| Hotel 3* | 113 | 15,7 | 119 | 16,5 |
| Hotel 2* | 5 | 0,7 | 6 | 0,8 |
| Hotel 1* | 4 | 0,6 | 4 | 0,6 |
| Apartahotel | 50 | 6,9 | 33 | 4,6 |
| Casa/ Apartamento en alquiler | 106 | 14,7 | 116 | 16,1 |
| Casa/ Apartamento en propiedad | 18 | 2,5 | 16 | 2,2 |
| Casa de amigos/ familiares | 19 | 2,6 | 33 | 4,6 |
| Multipropiedad | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Casa rural | 0 | 0 | 1 | 0,1 |
| Camping | 146 | 20,3 | 155 | 21,5 |
| Otros | 70 | 9,7 | 55 | 7,6 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 21. Tipo de Alojamiento



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.4. Duración de la Estancia

El número de días que estuvieron los turistas en la Costa de Almería en la Temporada Baja 2006 ha cambiado respecto a las temporadas anteriores, situándose las estancias más cortas en primer lugar frente a las medias y largas. Como puede apreciarse en la tabla adjunta, la estancia de 1 a 3 días y de 4 a 8 días ocupan la posición

central (algo más del 28 %), seguido de la de 9 a 15 días (20,8 %) y la de más de un mes (16,7 %). El intervalo de 16 a 30 días fue el menos utilizado (6 %).

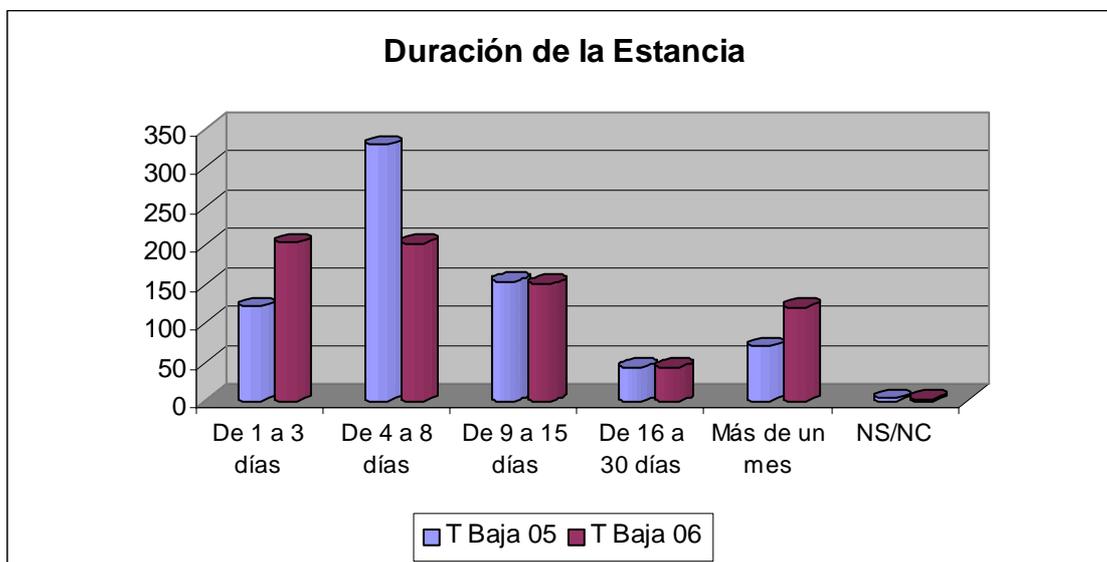
Este dato refleja que la duración de la estancia en Costa de Almería sigue reduciéndose aún más como consecuencia del liderazgo del mercado nacional frente al extranjero en temporada baja.

Tabla 47. Duración de la estancia

| Duración de la estancia | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|-------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| De 1 a 3 días | 121 | 16,8 | 203 | 28,2 |
| De 4 a 8 días | 329 | 45,7 | 202 | 28,1 |
| De 9 a 15 días | 154 | 21,4 | 150 | 20,8 |
| De 16 a 30 días | 43 | 6 | 43 | 6 |
| Más de un mes | 70 | 9,7 | 120 | 16,7 |
| NS/NC | 3 | 0,4 | 2 | 0,3 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 22. Duración de la Estancia



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.5. Medio de Transporte Utilizado

En Temporada Baja tradicionalmente, hasta la última de 2005, ha predominado el turismo extranjero frente al nacional, por lo que el acceso más utilizado a la provincia era el avión, pero en la temporada actual como en la anterior la tendencia ha cambiado. Desde esta perspectiva, al venir más turismo nacional que extranjero, predomina el

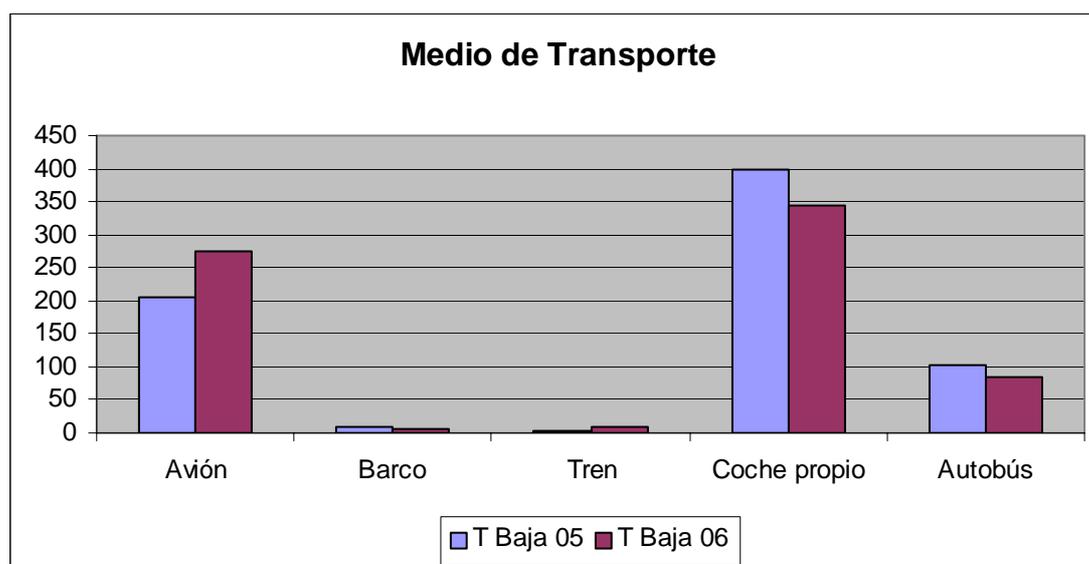
coche propio frente al avión (47,8 % frente al 38,3 %). No obstante, hay que señalar el incremento del autobús como ya se vislumbraba en la temporada anterior (11,8 %).

Tabla 48. Medio de Transporte

| Medio de transporte | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|---------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Avión | 206 | 28,6 | 276 | 38,3 |
| Barco | 10 | 1,4 | 5 | 0,7 |
| Tren | 2 | 0,3 | 10 | 1,4 |
| Coche propio | 398 | 55,3 | 344 | 47,8 |
| Autobús | 105 | 14,4 | 85 | 11,8 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 23. Medio de Transporte



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.6. Tipo de Actividad Realizada en el Viaje Turístico

En el cuestionario se les preguntaba a los entrevistados si habían realizado o les gustaría realizar alguna actividad complementaria dentro de su viaje turístico. El 62,5 % señaló que sí, mientras que el 30,8 % señaló bien que no o que no sabían si les gustaría llevar a término algún tipo de actividad y el 6,7 % no supo qué contestar.

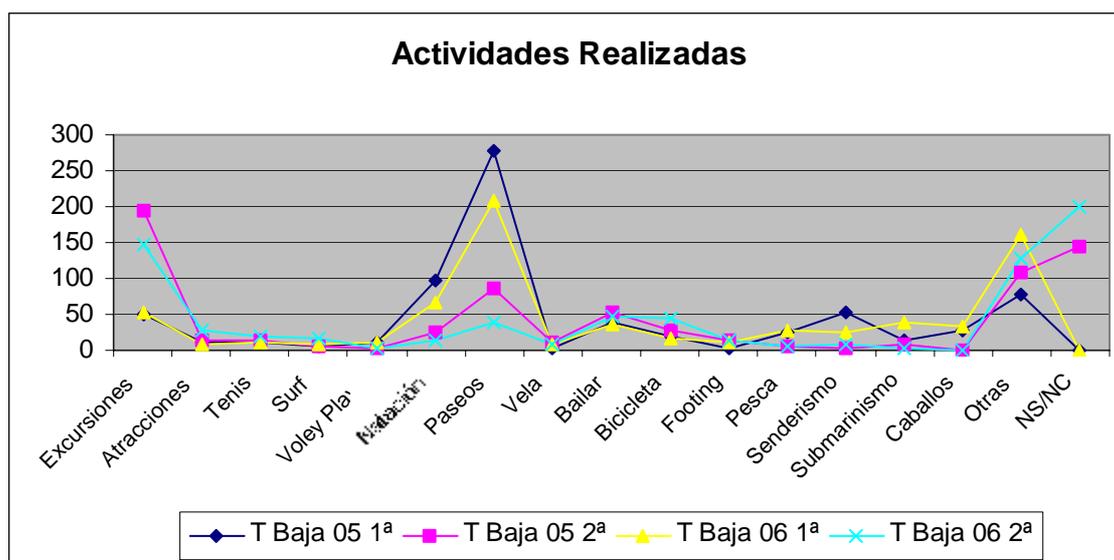
De aquellos que respondieron afirmativamente, el 28,8 % eligió los paseos en primera actividad realizada, mientras que en la segunda señalaron las excursiones (20,4 %). Como segunda opción, tanto en la primera como en la segunda actividad, señalaron otro tipo de actividades como puede verse en la tabla adjunta.

Tabla 49. Actividades realizadas

| Tipo de actividad | T Baja 05 | | | | T Baja 06 | | | |
|-------------------|-----------|------|---------|------|-----------|------|---------|------|
| | Primera | | Segunda | | Primera | | Segunda | |
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Excursiones | 51 | 7,1 | 195 | 27,1 | 52 | 7,2 | 147 | 20,4 |
| Atracciones | 10 | 1,4 | 15 | 2,1 | 7 | 1 | 29 | 4 |
| Tenis | 10 | 1,4 | 15 | 2,1 | 12 | 1,7 | 20 | 2,8 |
| Surf | 6 | 0,8 | 5 | 0,7 | 7 | 1 | 17 | 2,4 |
| Voley Playa | 10 | 1,4 | 4 | 0,6 | 11 | 1,5 | 2 | 0,3 |
| Natación | 98 | 13,6 | 24 | 3,3 | 67 | 9,3 | 13 | 1,8 |
| Paseos | 277 | 38,5 | 86 | 11,9 | 207 | 28,8 | 38 | 5,3 |
| Vela | 2 | 0,3 | 10 | 1,4 | 7 | 1 | 7 | 1 |
| Bailar | 38 | 5,3 | 53 | 7,4 | 36 | 5 | 47 | 6,5 |
| Bicicleta | 20 | 2,8 | 27 | 3,8 | 17 | 2,4 | 44 | 6,1 |
| Footing | 3 | 0,4 | 15 | 2,1 | 10 | 1,4 | 15 | 2,1 |
| Pesca | 24 | 3,3 | 6 | 0,8 | 27 | 3,8 | 6 | 0,8 |
| Senderismo | 53 | 7,4 | 3 | 0,4 | 25 | 3,5 | 7 | 1 |
| Submarinismo | 13 | 1,8 | 8 | 1,1 | 39 | 5,4 | 3 | 0,4 |
| Caballos | 28 | 3,9 | 0 | 0 | 34 | 4,7 | 1 | 0,1 |
| Otras | 77 | 10,7 | 109 | 15,1 | 162 | 22,5 | 127 | 17,1 |
| NS/NC | 0 | 0 | 145 | 20,1 | 0 | 0 | 201 | 27,9 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 24. Actividades realizadas



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.7. Grado y Motivos de Satisfacción e Insatisfacción General del Viaje Turístico

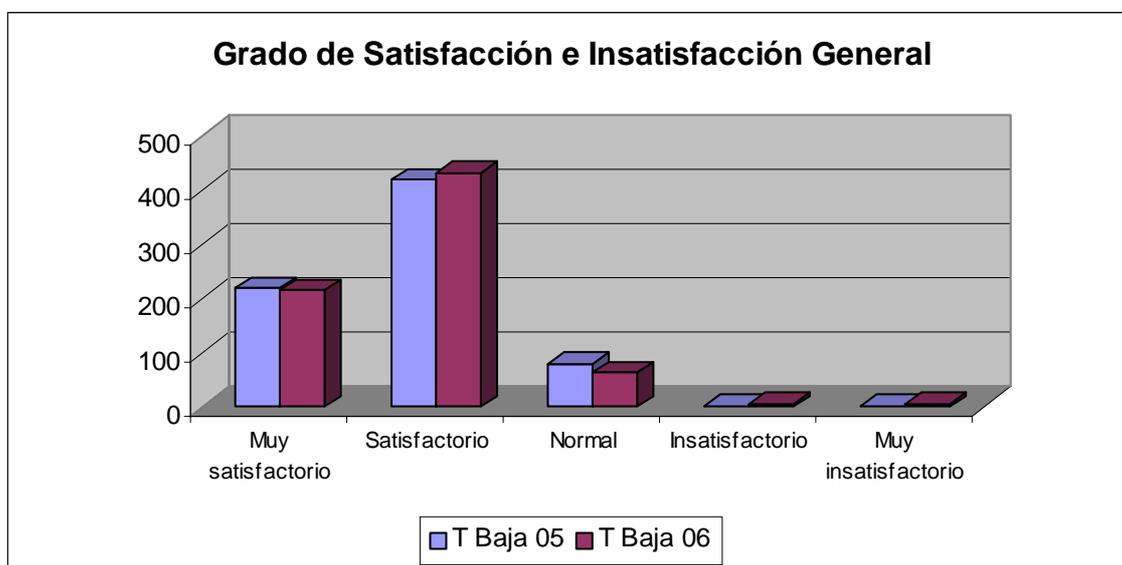
El 89,9 % de los turistas que visitaron Costa de Almería en Temporada Baja señalaron como muy satisfactoria o satisfactoria su estancia. En sentido contrario, está el 1,4 % que adujo como insatisfactoria su visita. Por otra parte, el 8,8 % de los visitantes la calificaron como normal.

Tabla 50. Grado de Satisfacción e Insatisfacción General

| Grado de satisf/insatisf | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|--------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Muy satisfactorio | 219 | 31,9 | 215 | 29,9 |
| Satisfactorio | 419 | 58,2 | 432 | 60 |
| Normal | 80 | 11,1 | 63 | 8,8 |
| Insatisfactorio | 1 | 0,1 | 4 | 0,6 |
| Muy insatisfactorio | 1 | 0,1 | 6 | 0,8 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 25. Grado de Satisfacción e Insatisfacción General



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

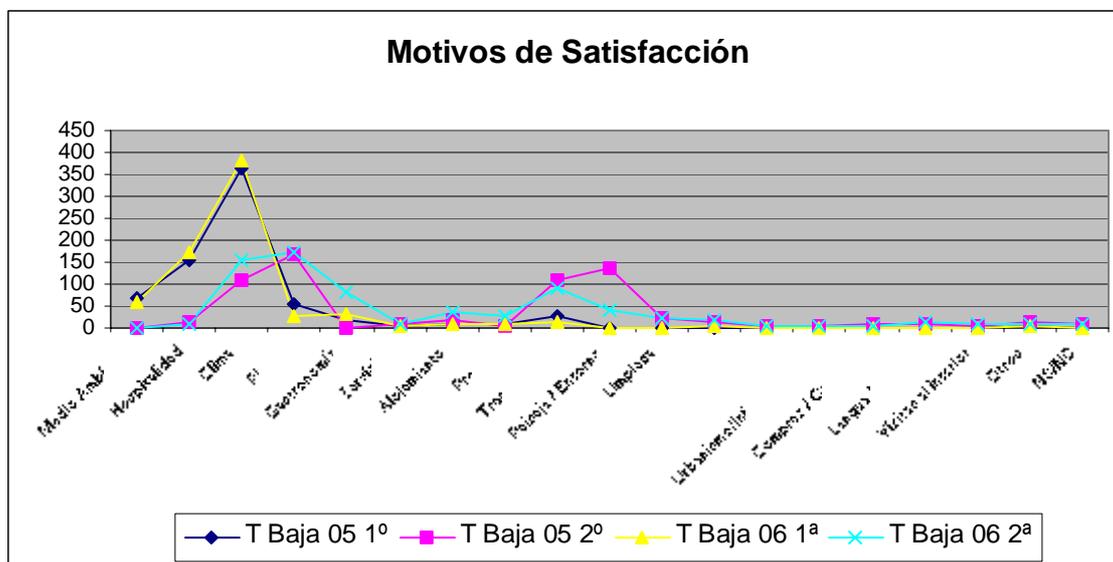
Por otra parte, nuestros visitantes indicaron exactamente igual que en la mayoría de temporadas bajas anteriores, como primer motivo de satisfacción el clima y la hospitalidad recibida (53,1 % y 23,9 % respectivamente). Como segundo motivo los turistas apuntaron las playas (24,4 %) y el clima (21,5 %).

Tabla 51. Motivos de satisfacción

| Motivos de satisfacción | T Baja 05 | | | | T Baja 06 | | | |
|---------------------------|-----------|------|---------|------|-----------|------|---------|------|
| | Primera | | Segunda | | Primera | | Segunda | |
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Medio Ambiente | 70 | 9,7 | 0 | 0 | 60 | 8,3 | 1 | 0,1 |
| Hospitalidad | 153 | 21,3 | 14 | 1,9 | 172 | 23,9 | 8 | 1,1 |
| Clima | 365 | 50,7 | 111 | 15,4 | 382 | 53,1 | 155 | 21,5 |
| Playas | 54 | 7,5 | 166 | 23,1 | 28 | 3,9 | 174 | 24,4 |
| Gastronomía | 18 | 2,5 | 0 | 0 | 33 | 4,6 | 80 | 11,1 |
| Servicios | 6 | 0,8 | 8 | 1,1 | 3 | 0,4 | 10 | 1,4 |
| Alojamiento | 8 | 1,1 | 20 | 2,8 | 8 | 1,1 | 38 | 5,3 |
| Precios | 7 | 1,0 | 6 | 0,8 | 7 | 1 | 26 | 3,6 |
| Tranquilidad | 26 | 3,6 | 107 | 14,9 | 14 | 1,9 | 91 | 12,6 |
| Paisaje / Entorno | 2 | 0,3 | 137 | 19 | 2 | 0,3 | 42 | 5,8 |
| Limpieza | 2 | 0,3 | 21 | 2,9 | 0 | 0 | 21 | 2,9 |
| Sexo | 0 | 0 | 15 | 2,1 | 3 | 0,4 | 16 | 2,2 |
| Seguridad | 0 | 0 | 4 | 0,6 | 0 | 0 | 6 | 0,8 |
| Urbanismo/Infraestructura | 3 | 0,4 | 3 | 0,4 | 2 | 0,3 | 5 | 0,7 |
| Compras / Comercio | 0 | 0 | 11 | 1,5 | 1 | 0,1 | 6 | 0,8 |
| Lengua / Cultura | 1 | 0,1 | 10 | 1,4 | 1 | 0,1 | 13 | 1,8 |
| Visitas al interior | 0 | 0 | 6 | 0,8 | 0 | 0 | 11 | 1,5 |
| Otros | 5 | 0,7 | 14 | 1,9 | 4 | 0,6 | 9 | 1,3 |
| NS/NC | 0 | 0 | 9 | 1,3 | 0 | 0 | 8 | 1,1 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

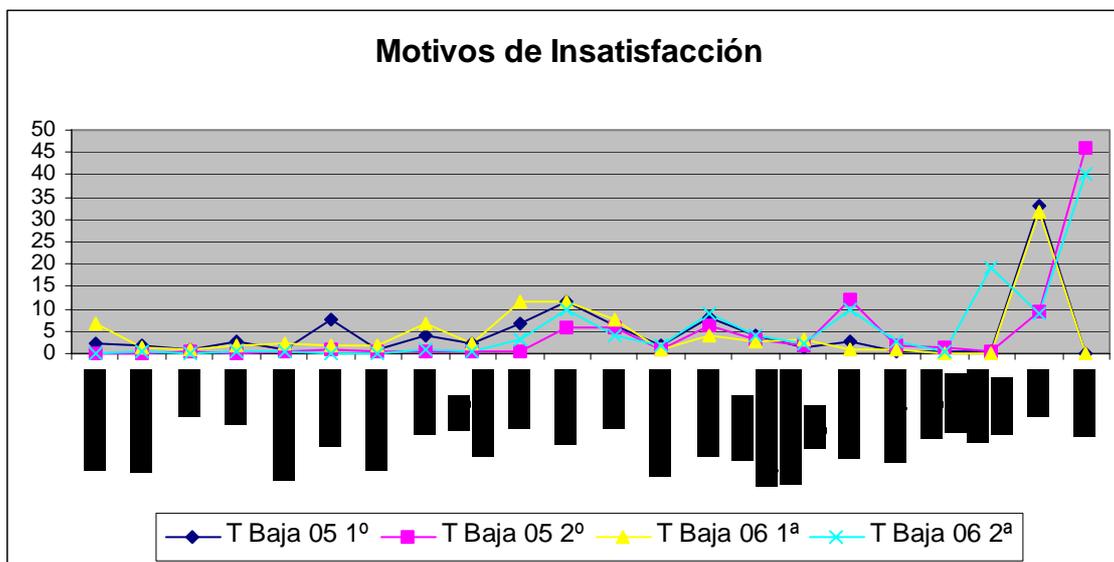
Gráfico 26. Motivos de Satisfacción



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Las insatisfacciones se centraron principalmente, aparte del 31,5 % que señaló otros no incluidos en las categorías iniciales, en los ruidos y la suciedad en la misma proporción (11,8 %). En un segundo nivel, se dio como primera opción un 40,1 % de no respondentes y, en segundo lugar, se apuntaron la suciedad, el urbanismo y las carreteras con más de 9 % cada una.

Gráfico 27. Motivos de Insatisfacción



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.8. Conocimiento del Destino Turístico Costa de Almería

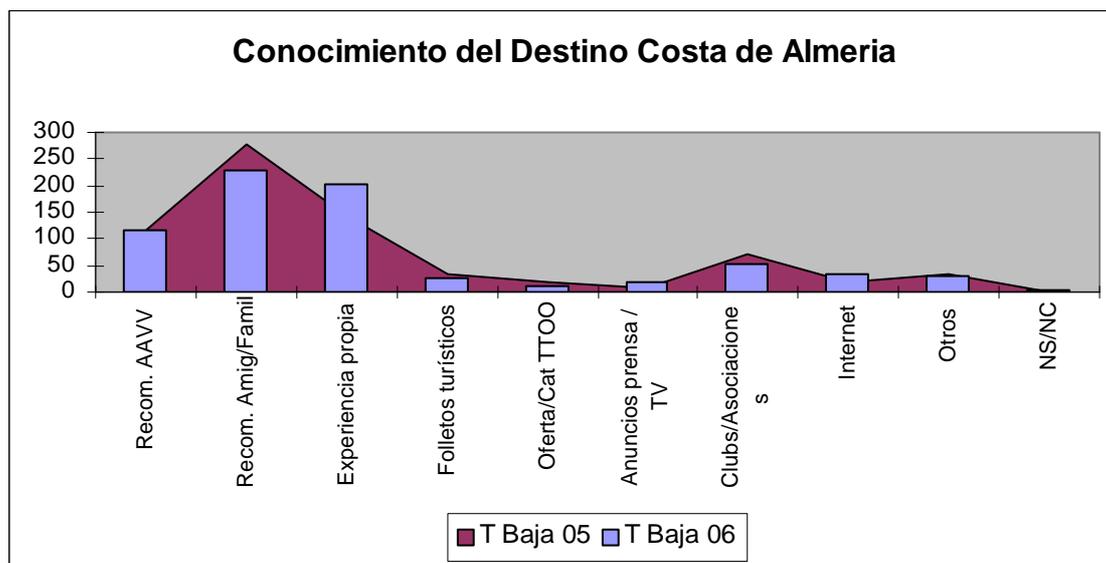
Como puede apreciarse en la tabla y el gráfico siguientes, la mejor forma de conocer el destino turístico Costa de Almería es a través de la recomendación de amigos y familiares (31,5 %), seguido de la experiencia propia (27,9 %) y la recomendación de agencias (16,3 %), siendo el resto de opciones también utilizadas pero en mucha menor medida.

Tabla 52. Conocimiento del Destino Costa de Almería

| Conocimiento | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|----------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Recom. AAVV | 115 | 16 | 117 | 16,3 |
| Recom. Amig/Famil | 276 | 38,3 | 227 | 31,5 |
| Experiencia propia | 141 | 19,6 | 201 | 27,9 |
| Folletos turísticos | 35 | 4,9 | 25 | 3,5 |
| Oferta/Cat TTOO | 17 | 2,4 | 11 | 1,5 |
| Anuncios prensa / TV | 9 | 1,3 | 18 | 2,5 |
| Clubs/Asociaciones | 71 | 9,9 | 52 | 7,2 |
| Internet | 20 | 2,8 | 34 | 4,7 |
| Otros | 35 | 4,9 | 31 | 4,3 |
| NS/NC | 1 | 0,1 | 4 | 0,6 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 28. Conocimiento del Destino Costa de Almería



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.9. La mejor Forma de Informarse para el Viaje Turístico

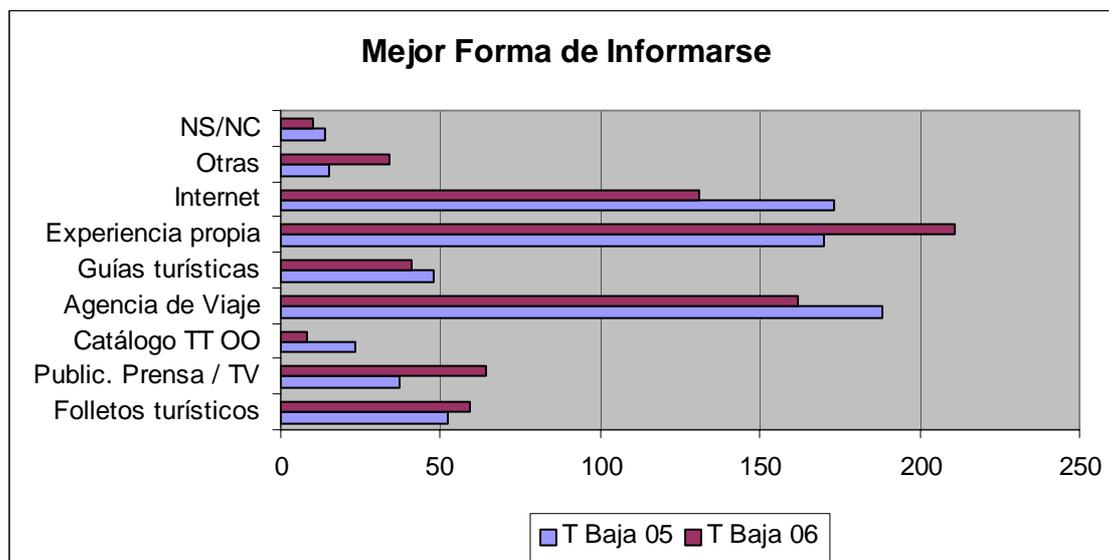
El 29,3 % de los turistas señaló que la forma ideal de informarse antes de realizar un viaje turístico es a través de experiencia propia, dato que complementa la tendencia antes señalada del mercado mayoritario nacional en temporada baja. Le sigue las agencias de viaje (22,5 %) y la vía, cada vez más consolidada, de internet (18,2 %).

Tabla 53. La Mejor Forma de Informarse

| Mejor forma de informarse | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|---------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Folletos turísticos | 52 | 7,2 | 59 | 8,2 |
| Public. Prensa / TV | 37 | 5,1 | 64 | 8,9 |
| Catálogo TT OO | 23 | 3,2 | 8 | 1,1 |
| Agencia de Viaje | 188 | 26,1 | 162 | 22,5 |
| Guías turísticas | 48 | 6,7 | 41 | 5,7 |
| Experiencia propia | 170 | 23,6 | 211 | 29,3 |
| Internet | 173 | 24 | 131 | 18,2 |
| Otras | 15 | 2,1 | 34 | 4,7 |
| NS/NC | 14 | 1,9 | 10 | 1,4 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 29. Mejor Forma de Informarse



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.10. Organización del Viaje Turístico

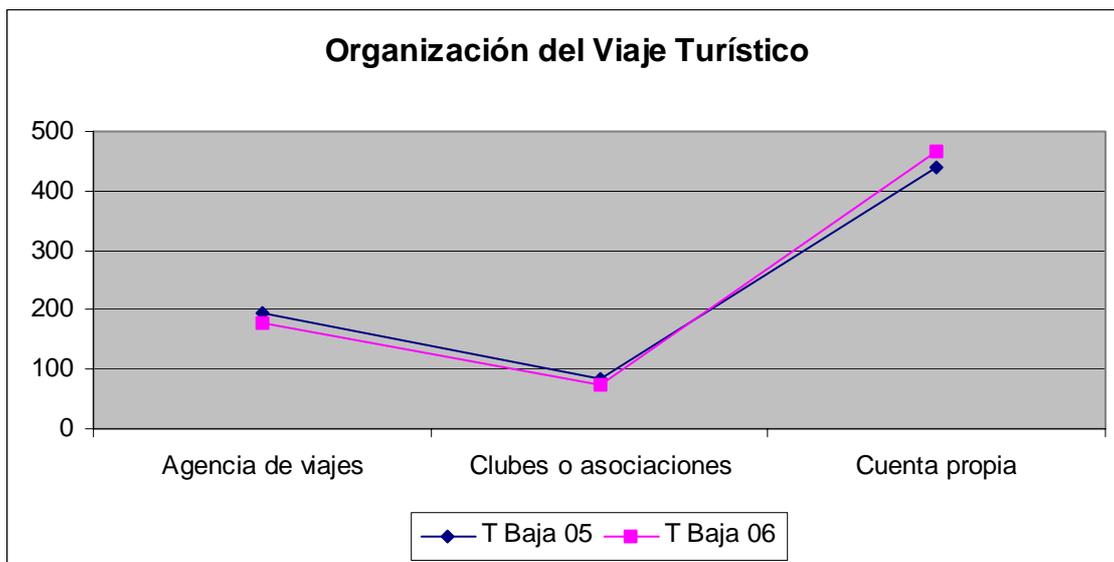
Como es lógico al haber un cambio en el grupo mayoritario de turistas a favor de los nacionales frente a los extranjeros, la organización del viaje turístico también ha experimentado un cierto cambio. Así, la mayoría de los turistas (65 %) señaló que organizaron su viaje por cuenta propia, seguido de aquellos que lo hicieron a través de las agencias de viaje (24,6 %). Los que organizaron el viaje a través de clubes o asociaciones representan un 10,4 %.

Tabla 54. Organización del viaje turístico

| Organización del viaje | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Agencia de viajes | 194 | 26,9 | 177 | 24,6 |
| Clubes o asociaciones | 85 | 11,8 | 75 | 10,4 |
| Cuenta propia | 441 | 61,3 | 468 | 65 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 30. Organización del Viaje Turístico



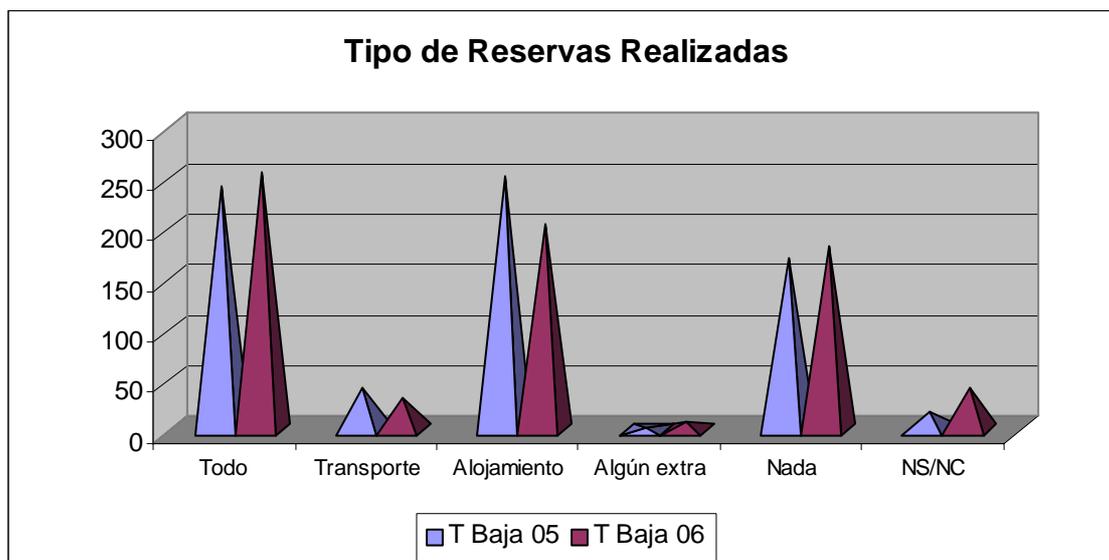
Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Por otra parte, las reservas realizadas tienen la siguiente secuencia: todo en un paquete organizado fue la opción mayoritaria (35,4 %), seguido de solo el alojamiento (28,3 %) y, en menor medida, algo más de una cuarta parte optaron por ningún tipo de contratación.

Tabla 55. Tipo de Reservas Realizadas

| Tipo de reservas | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Todo | 240 | 33,3 | 255 | 35,4 |
| Transporte | 41 | 5,7 | 31 | 4,3 |
| Alojamiento | 251 | 34,9 | 204 | 28,3 |
| Algún extra | 1 | 0,1 | 8 | 1,1 |
| Nada | 169 | 23,5 | 181 | 25,1 |
| NS/NC | 18 | 2,5 | 41 | 5,7 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 31. Tipo de Reservas Realizadas

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.11. Proyectos de Retorno y Recomendación de Visitar Costa de Almería

El 51,3 % de los turistas señalaron tener decidido el destino de sus próximas vacaciones frente al 46,9 % que dijo no tenerlo claro y un 1,8 % de indecisos.

El 82,4 % de los turistas piensa volver a visitar la Costa de Almería en los próximos 3 años, mientras que el 10,1 % señaló negativamente tal opción y el 7,5 % dijo no saber responder.

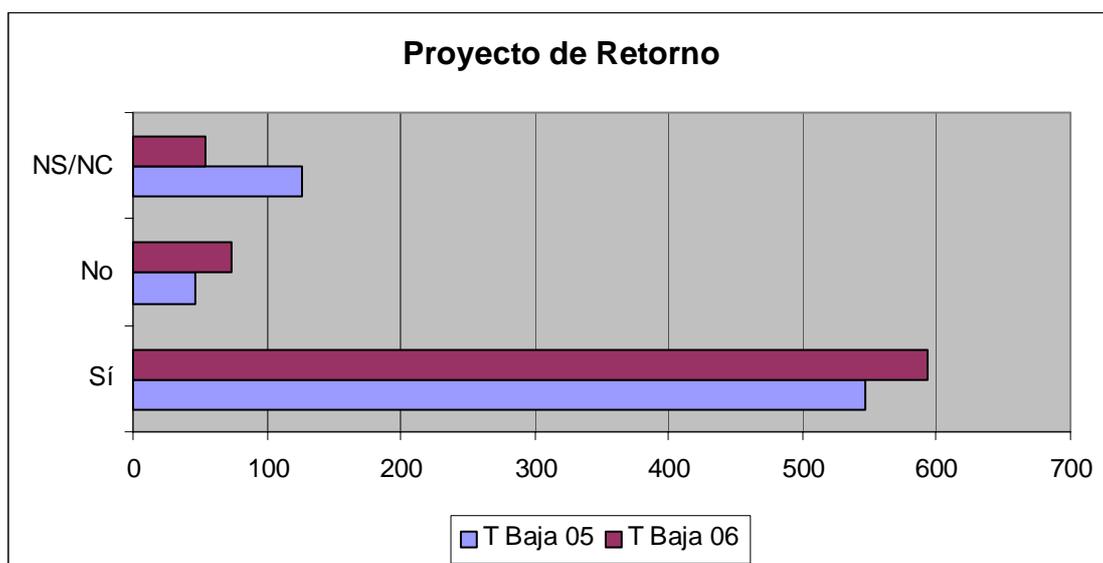
Tabla 56. Proyecto de Retorno a Costa de Almería

| Proyecto de retorno | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|---------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Sí | 547 | 76 | 593 | 82,4 |
| No | 47 | 6,5 | 73 | 10,1 |
| NS/NC | 126 | 17,6 | 54 | 7,5 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

El proyecto de retorno es significativo por cuanto establece información respecto del grado de fidelidad que tiene un destino turístico junto con otra serie de variables como por ejemplo las veces que han visitado el citado destino.

Gráfico 32. Proyecto de Retorno



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Por otra parte, aquellos visitantes que señalaron que recomendarían a sus familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc. Costa de Almería para que en un futuro la visitasen han supuesto un mayoritario 96,5 % de nuestros turistas frente a un insignificante 2,1 % que no piensa recomendarla y un 1,4 % que no supo responder.

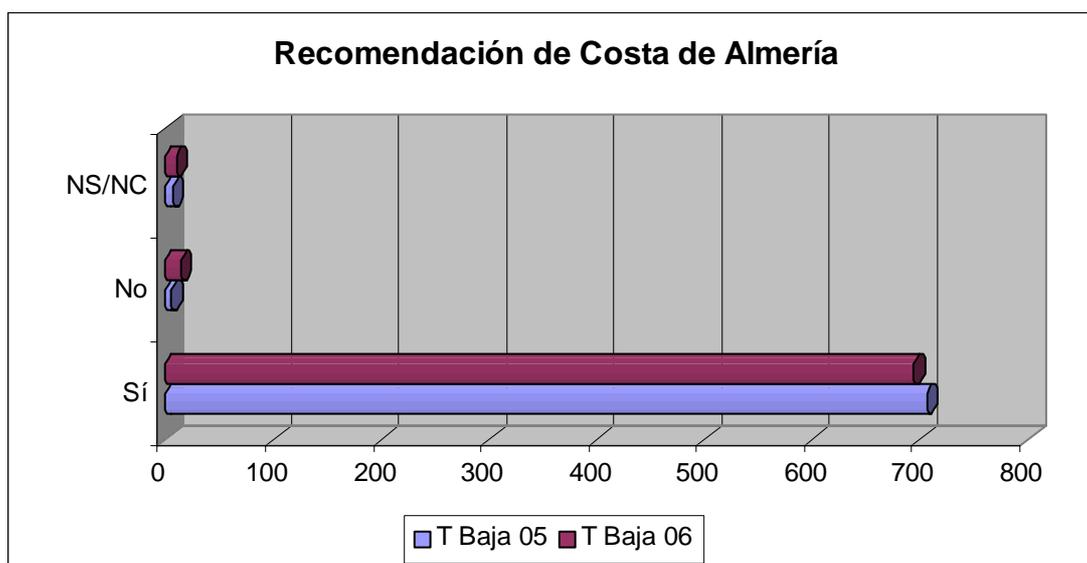
Tabla 57. Recomendación de Costa de Almería

| Recomendación | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|---------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Sí | 707 | 98,2 | 695 | 96,5 |
| No | 6 | 0,8 | 15 | 2,1 |
| NS/NC | 7 | 1 | 10 | 1,4 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Una de las formas más fiables de consolidar un destino turístico es a través de la propaganda cara a cara que se realiza del mismo. En este sentido junto con otras variables antes vistas, la marca Costa de Almería sigue manteniendo unos altos porcentajes de recomendación.

Gráfico 33. Recomendación de Costa de Almería



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.12. Número de Visitas a la Costa de Almería

El 40,6 % de los turistas ha visitado por primera vez Costa de Almería en la temporada baja de 2006, siendo el 58,6 % los que han repetido su visita dos o más veces, lo que da un más que aceptable grado de fiabilidad al destino en la temporada de invierno.

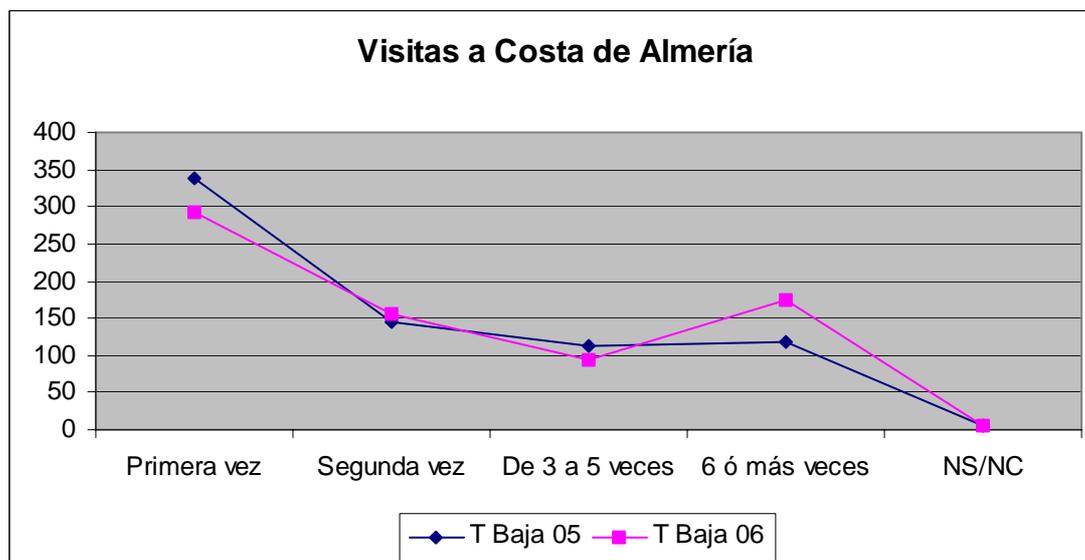
Este dato corrobora especialmente, en temporada baja, la alta fidelidad al destino turístico Costa de Almería por parte de nuestros turistas.

Tabla 58. Visitas a la Costa de Almería

| Número de visitas | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|-------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Primera vez | 338 | 46,9 | 292 | 40,6 |
| Segunda vez | 145 | 20,1 | 155 | 21,5 |
| De 3 a 5 veces | 114 | 15,8 | 93 | 12,9 |
| 6 ó más veces | 117 | 16,3 | 174 | 24,2 |
| NS/NC | 6 | 0,8 | 6 | 0,8 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 34. Visitas a la Costa de Almería



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.13. Visitas a Otras Zonas de la Provincia

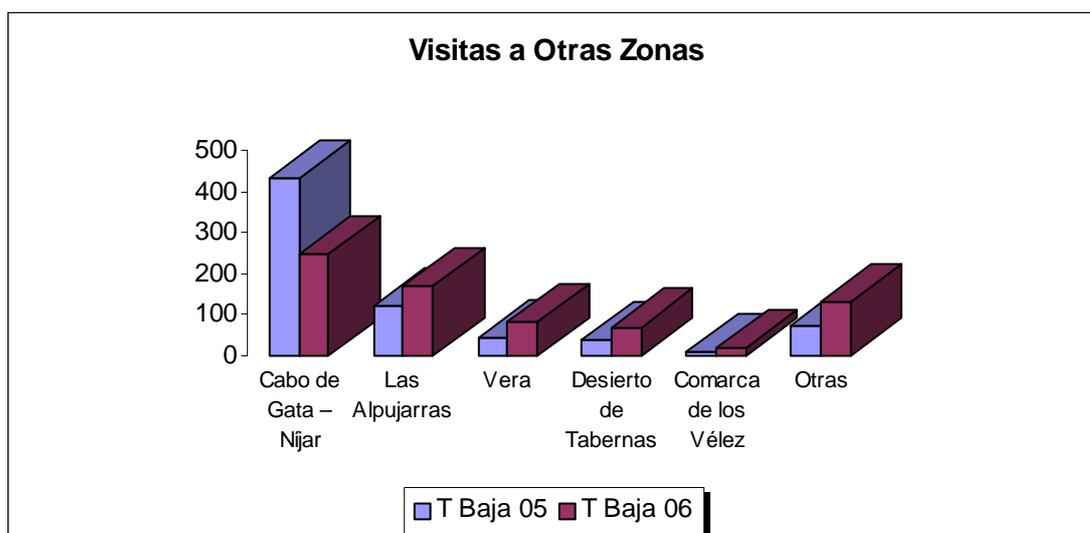
El 64,4 % de los turistas contestaron afirmativamente a la pregunta del cuestionario de si habían visitado o pensaban visitar alguna otra zona de la provincia, frente al 32,6 % que contestó no tener dicha intención y el 2,9 % que no supo responder.

De aquellos que realizaron su visita, el 34,2 % eligió el Cabo de Gata – Níjar, seguido de los que se acercaron a Las Alpujarras (23,8 %), otras zonas no especificadas (18,3 %), Vera (11,3 %), el Desierto de Tabernas (9,7 %) y la comarca de los Vélez (2,8 %).

Tabla 59. Visitas a Otras Zonas

| Visitas a Otras Zonas | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|-----------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Cabo de Gata – Níjar | 433 | 60,1 | 246 | 34,2 |
| Las Alpujarras | 123 | 17,1 | 171 | 23,8 |
| Vera | 42 | 5,8 | 81 | 11,3 |
| Desierto de Tabernas | 38 | 5,3 | 70 | 9,7 |
| Comarca de los Vélez | 9 | 1,3 | 20 | 2,8 |
| Otras | 75 | 10,4 | 132 | 18,3 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 35. Visitas a Otras Zonas

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.14. Zonas Turísticas Competitivas de Costa de Almería

Una de las preguntas del cuestionario iba encaminada a interrogar a los visitantes sobre otras zonas turísticas que consideraban interesantes. De la misma forma se les pedía que señalaran los dos mejores y peores aspectos de la Costa de Almería respecto de otros destinos turísticos conocidos o visitados por nuestros turistas.

El 17,2 % de nuestros turistas señaló Málaga - Costa del Sol como la zona turística más interesante, seguida en segundo lugar por el resto de Andalucía (11,7 %) y en tercer y cuarto lugar, en la misma proporción Canarias y Granada (9,2 % respectivamente).

Tabla 60. Zonas competitivas

| Zonas competitivas | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Málaga / Costa del Sol | 229 | 31,8 | 124 | 17,2 |
| Costa valenciana | 71 | 9,9 | 60 | 8,3 |
| Alicante | 67 | 9,3 | 47 | 6,5 |
| Costa de Murcia | 24 | 3,3 | 23 | 3,2 |
| Palma de Mallorca | 29 | 4 | 51 | 7,1 |
| Canarias | 55 | 7,6 | 66 | 9,2 |
| Costa Brava | 32 | 4,4 | 51 | 7,1 |
| Galicia | 41 | 5,7 | 43 | 6 |
| Granada | 41 | 5,7 | 66 | 9,2 |
| Resto de Andalucía | 41 | 5,7 | 84 | 11,7 |
| Francia | 31 | 4,3 | 25 | 3,5 |
| Italia | 9 | 1,3 | 10 | 1,4 |
| Grecia | 16 | 2,2 | 17 | 2,4 |
| Marruecos | 5 | 0,7 | 16 | 2,2 |
| Otras | 29 | 4 | 37 | 5,1 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Es interesante apuntar el cambio de tendencia en las zonas turísticas competitivas en esta temporada: aunque Málaga – Costa del Sol sigue liderando las preferencias, disminuye significativamente a favor del resto de Andalucía, que aparece por primera vez en segundo lugar y de Canarias y Granada, zonas donde la primera tuvo cierta preponderancia en los inicios del año 2000 y la segunda, que aparece en tercera posición por primera vez desde el año 1998.

2.15. Distintas Formas de Viajar

El 58,1 % de los visitantes de Costa de Almería realizan el viaje en pareja seguido a muy larga distancia por aquellos que suelen venir con los amigos (16,1 %) y por los que suelen venir en familia (13,6 %) y solos (12,1 %).

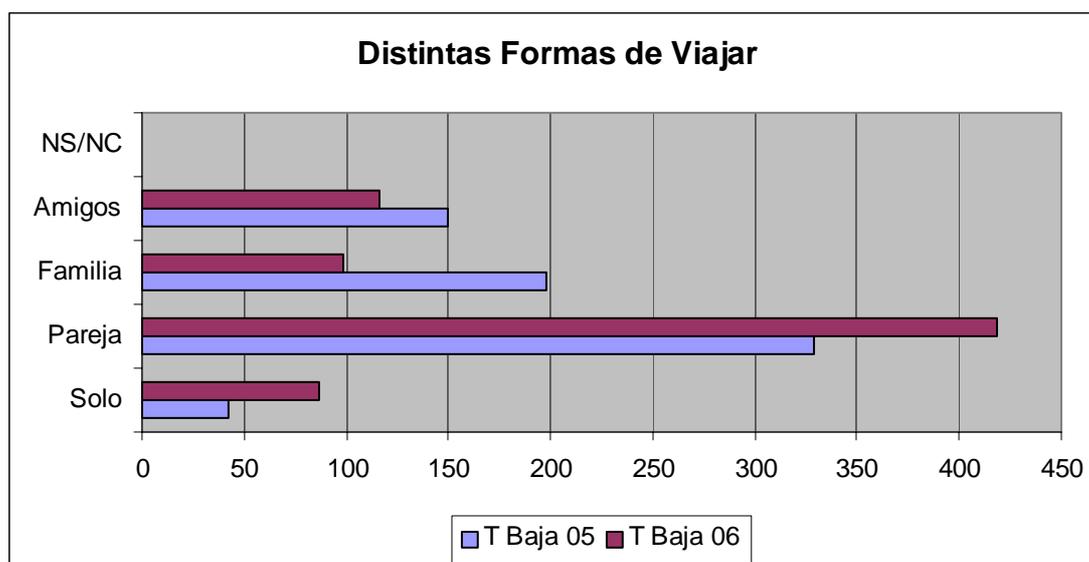
Tabla 61. Distintas Formas de Viajar

| Formas de viajar | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Solo | 42 | 5,8 | 87 | 12,1 |
| Pareja | 329 | 45,7 | 418 | 58,1 |
| Familia | 198 | 27,5 | 98 | 13,6 |
| Amigos | 150 | 20,8 | 116 | 16,1 |
| NS/NC | 1 | 0,1 | 1 | 0,1 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Los turistas que nos visitan en temporada baja suelen mayoritariamente hacerlo en pareja mientras que en temporada alta lo hacen especialmente en familia, tendencia que se mantiene casi constante aunque puedan existir variaciones porcentuales escasamente representativas.

Gráfico 36. Distintas Formas de Viajar



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.15. Motivo y Gasto Diario del Viaje Turístico

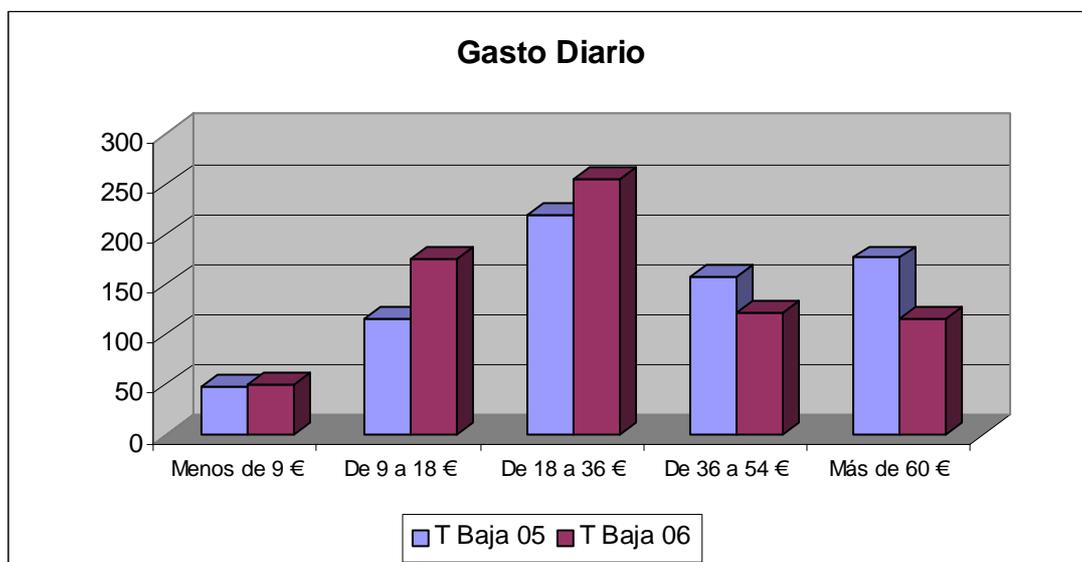
El 35,6 % de los turistas gastó diariamente en su visita de 18 a 36 €, seguido de los que gastaron entre 9 y 18 € que supusieron el 24,4 %. Los que dispusieron entre 36 a 54 € y más de 60 € diarios, en la misma proporción, supusieron más del 16 % del total de visitantes y, en último lugar, aparecen los que dispusieron de menos de 9 € (6,9 %).

Tabla 62. Gasto Diario

| Gasto diario | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|--------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Menos de 9 € | 48 | 6,7 | 50 | 6,9 |
| De 9 a 18 € | 117 | 16,3 | 176 | 24,4 |
| De 18 a 36 € | 220 | 30,6 | 256 | 35,6 |
| De 36 a 54 € | 158 | 21,9 | 122 | 16,9 |
| Más de 60 € | 177 | 24,6 | 116 | 16,1 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

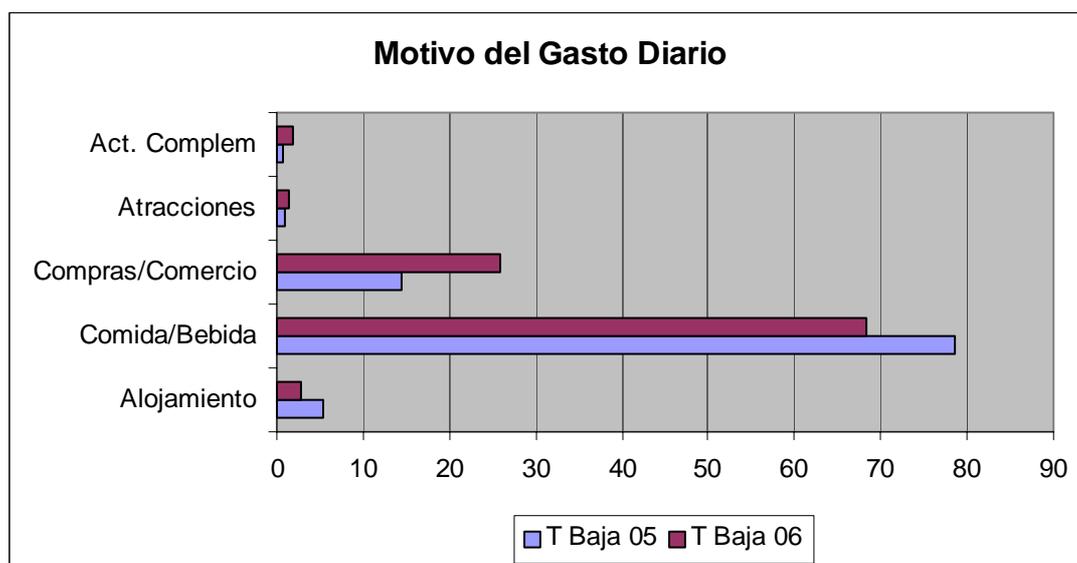
Gráfico 37. Gasto Diario



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Los principales motivos del gasto diario fueron la restauración (68,2 %), seguido de las actividades relacionadas con el comercio (25,8 %) y el alojamiento (2,8 %), interpretándose como marginales aquellas otras actividades señaladas.

Gráfico 38. Motivo del Gasto Diario



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.16. Presupuesto Global del Viaje Turístico

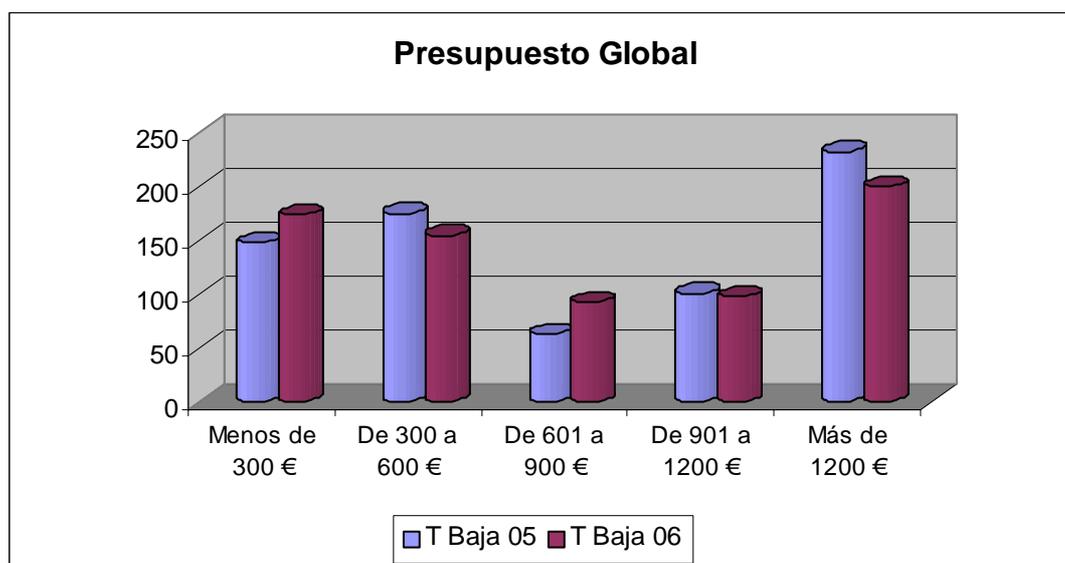
Como puede observarse en el cuadro y gráficos contiguos, los turistas que nos visitaron en temporada baja dispusieron en un 27,8 % de un presupuesto de más de 1.200 € para su viaje a Costa de Almería, seguido de los que gastaron menos de 300 € (24,2 %) y de 300 a 600 € (21,5 %). Aquellos que se situaron en los tramos presupuestarios intermedios, de 600 a 1200 € representaron algo más de una cuarta parte de los turistas.

Tabla 63. Presupuesto Global

| Presupuesto global | T Baja 05 | | T Baja 06 | |
|--------------------|-----------|------|-----------|------|
| | N | % | N | % |
| Menos de 300 € | 148 | 20,6 | 174 | 24,2 |
| De 300 a 600 € | 175 | 24,3 | 155 | 21,5 |
| De 601 a 900 € | 63 | 8,8 | 93 | 12,9 |
| De 901 a 1200 € | 101 | 14 | 98 | 13,6 |
| Más de 1200 € | 233 | 32,4 | 200 | 27,8 |
| Total | 720 | 100 | 720 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

Gráfico 39. Presupuesto Global



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

2.17. Turismo y Cine

Tradicionalmente Almería ha sido considerada tierra de cine al haberse rodado una gran cantidad de películas, muchas de ellas de reconocido prestigio internacional. De hecho, existen no solamente escenarios naturales de gran belleza sino también especializados en determinados géneros como el western, por citar sólo el más representativo.

Desde esta perspectiva se ha querido conocer el nivel de conocimiento, tanto de los escenarios como de las películas más significativas rodadas en Almería, de los spots publicitarios, vídeos musicales, etc., por parte de los turistas que han visitado Costa de Almería en temporada baja.

El 66,5 % de los visitantes señalaron que conocían la particularidad de la provincia de Almería como escenario cinematográfico y artístico en general frente a algo menos de una tercera parte que indicó desconocer esta peculiaridad.

Más particularmente se les preguntó a los visitantes si recordaban alguna de las muchas películas rodadas en Almería a lo largo del tiempo. Un 54,7 % contestó no acordarse de ninguna obra cinematográfica, frente al 44,4 % que afirmó recordar alguna de ellas.

Tabla 64. Películas Rodadas en Almería y Recordadas por los Turistas en Temporada Baja 06.

| Películas | N | % |
|------------------------------|------------|------------|
| 800 balas | 79 | 24,7 |
| Bwana | 4 | 1,3 |
| Cómo gané la guerra | 2 | 0,6 |
| Conan el bárbaro | 2 | 0,6 |
| El beso de Judas | 1 | 0,3 |
| El beso de Judas 2 | 0 | 0 |
| El bueno, el feo y el malo | 83 | 25,9 |
| El Cid | 15 | 4,7 |
| El Imperio del Sol | 0 | 0 |
| Hasta que llegó su hora | 2 | 0,6 |
| Indiana Jones y las Cruzadas | 21 | 6,6 |
| La isla del tesoro | 4 | 1,3 |
| La muerte tenía un precio | 9 | 2,8 |
| Lawrence de Arabia | 81 | 25,3 |
| Martín Hache | 2 | 0,6 |
| Nunca digas nunca jamás | 2 | 0,6 |
| Patton | 1 | 0,3 |
| Poniente | 1 | 0,3 |
| Por un puñado de dólares | 6 | 1,9 |
| Rey de reyes | 3 | 0,9 |
| Total | 320 | 100 |

Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

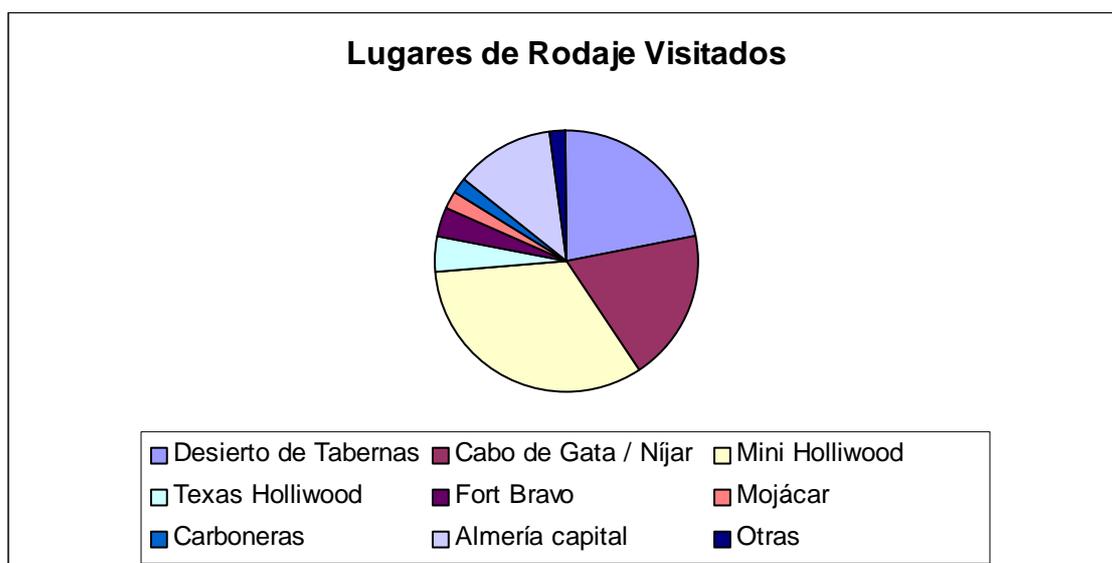
Como puede apreciarse en el cuadro anterior, las películas más conocidas son dos pertenecientes a la filmografía clásica del cine, como son El bueno, El Feo y El Malo (25,9 %) y Lawrence de Arabia (25,3 %), junto con la última producción como es 800 balas (24,7 %). Es reseñable que una película tan conocida y vista como Indiana Jones y las Cruzadas solamente haya sido recordada por el 6,6 % de los visitantes.

También nos interesaba saber los lugares y escenarios de rodaje cinematográficos que habían sido visitados o no por los turistas en esta temporada de invierno.

El 37,4 % sí había visitado algún escenario de rodaje, mientras que el 62,2 % negó haberlo hecho.

De los lugares más visitados podemos citar el Mini Holliwood (33,2 %), el Desierto de Tabernas (21,6 %) y el Cabo de Gata – Níjar (18,6 %).

Gráfico 40. Lugares de Rodaje Visitados



Fuente: Observatorio Turístico Costa de Almería

ANEXO 1: FICHA TÉCNICA

Oferta Turística:

- Universo: todos los establecimientos turísticos abiertos en la Costa de Almería en los meses de abril a octubre según censo de la REAT.
- Ámbito: provincia de Almería.
- Muestra: 29 puntos de muestreo de los diferentes establecimientos turísticos, con un error posible del $\pm 1\%$ para un nivel de confianza del 95,5 % (2 sigma) y $p = q = 50$.
- Selección: estratificada y aleatoria.
- Entrevista: cumplimentación de una encuesta-ficha por parte del establecimiento.
- Fecha del trabajo de campo: del 1 al 6 de abril de 2.006.

Encuesta de la demanda turística:

- Universo: personas mayores de 18 años tanto nacionales como extranjeros.
- Ámbito: provincia de Almería.
- Muestra: 720 cuestionarios con un error posible del $\pm 3,50\%$, para un nivel de confianza del 95,5 % y un $p = q = 50$.
- Selección: aleatoria, estratificada con puntos de muestreo y con entrevistas personales.
- Fecha del trabajo de campo: del 21 al 31 de marzo de 2.006.