



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

**Aportación al Turismo Nacional de la Estación de
Esquí de Sierra Nevada**

Trabajo Fin de Grado presentado por María García Márquez, siendo la tutora del mismo la profesora M. José Vázquez Cueto.

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

D.

D.

Sevilla. Mayo de 2016



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2015-2016]**

TÍTULO:

**APORTACIÓN AL TURISMO NACIONAL DE LA ESTACIÓN DE ESQUÍ
DE SIERRA NEVADA**

AUTOR:

DÑA. MARÍA GARCÍA MÁRQUEZ

TUTOR:

DRA. DÑA. M. JOSÉ VÁZQUEZ CUETO

DEPARTAMENTO:

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA APLICADA III

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

AREA DE METODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMIA Y LA EMPRESA

RESUMEN:

Es reconocido que el sector turístico español es uno de los principales sectores propulsores del PIB nacional. Aunque el turismo de sol y playa es en la actualidad el más demandado se están abriendo camino poco a poco otros alternativos. Entre ellos destacamos el turismo de deportes de nieve, al que está dedicado este trabajo. En concreto analizamos la importancia de la Estación de Esquí de Sierra Nevada situada en la Comunidad Autónoma de Andalucía, que logra mantener en los meses de invierno las cotas alcanzadas por el turismo de playa.

PALABRAS CLAVE:

Turismo de nieve; Sierra Nevada; Andalucía

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	1
2. EL TURISMO: FUENTE DE RIQUEZA.....	3
2.1. VIAJEROS Y PERNOCTACIONES	3
2.1.1. Andalucía en España	3
2.1.2. Granada en Andalucía	5
2.1.3. Granada en España	7
2.2. ESTANCIA MEDIA DE LOS VIAJEROS	10
3. SIERRA NEVADA	11
3.1. HISTORIA DEPORTIVA DE LA ESTACION DE ESQUI	11
3.2. ANÁLISIS SOCIECONOMICO DE LA ESTACION	13
3.1.1. Análisis por temporada.....	15
3.1.2. Procedencia de los usuarios	18
3.2.1. Sierra Nevada con respecto a otras estaciones de nacionales..	19
4. CONCLUSIONES	21

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El turismo es uno de los principales sectores económicos del mundo y se encuentra en continuo movimiento. España no se queda atrás y cada año se consolida como uno de los países que más turistas atraen gracias, en buen parte, a su patrimonio cultural y artístico. Es por ello por lo que se sitúa actualmente como el tercer país con más llegadas de turistas internacionales. Como es lógico, al aumentar el turismo aumentan los ingresos, pero en este aspecto España se sitúa en segunda posición a escala mundial por detrás de Estados Unidos. En 2014 ingresó 65.000 millones de dólares y contabilizó 65 millones de visitantes. Con estos datos no es de extrañar que el turismo represente el 10% del Producto Interior Bruto de España¹.

Los principales destinos turísticos españoles son Cataluña, Islas Baleares, Canarias y Andalucía. Estas comunidades autónomas tienen uno de los mejores climas europeos para el turismo de sol y playa. Hasta años anteriores este turismo era prácticamente el único que se promocionaba internacionalmente, cobrando más importancia en la última década otro tipo de turismo, como el turismo cultural o el turismo rural.

En la actualidad el turismo en Andalucía ofrece empleo a más de 350.000 personas y contribuye al crecimiento del PIB andaluz, el cual actualmente es del 12,7%. Esta actividad turística está protagonizada principalmente por el turismo de playa y sol, un turismo caracterizado por la estacionalidad.

El deporte es otro de los factores importantes de la comunidad, representando un 5,4% del PIB. Este sector lo protagonizan deportes como el golf, piragüismo o esquí. Este último es el más destacable, ya que entre el tipo de turismo que hemos comentado y los deportes principales, es el único que se separa del clima veraniego.

A pesar de encontrar en Andalucía la estación de esquí más meridional de Europa, con un clima idóneo y con la oportunidad de realizar otras actividades por su cercanía con ciudades culturales, esta estación es muy poco conocida y aún menos valorada, y es por ello por lo que vamos a concentrarnos en ella y su turismo de nieve.

La metodología va a ser cuantitativa en su forma descriptiva, apoyándonos en las distintas fuentes de información directa e indirecta que poseemos gracias a una búsqueda exhaustiva de la misma. Dada la diversidad de fuentes, se nos ocasionan una serie de problemas a los que nos referiremos más adelante y que nos llevarán a las conclusiones más importantes de nuestro trabajo.

Este trabajo continuará como el siguiente esquema. En el Capítulo 2 “El turismo: fuente de riqueza”, veremos las estadísticas de la llegada de turistas al país. En el Capítulo 3 continuaremos con el estudio de Sierra Nevada, su historia deportiva y sus usuarios. Por último, el Capítulo 4 termina con las conclusiones de la investigación. Se anexa la bibliografía utilizada.

¹ Datos aportados por el informe anual de la OMT

CAPÍTULO 2

EL TURISMO: FUENTE DE RIQUEZA

El turismo, tanto medido en número de viajeros como en número de pernoctaciones, origina gastos que se traducen en ingresos para las zonas receptoras. En este segundo capítulo vamos a comenzar analizando el número de viajeros y pernoctaciones que se han dado lugar en España, Andalucía y Granada durante los últimos 5 años, para establecer así una visión más clara del turismo con el que nos encontramos.

2.1. VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

Como hemos mencionado en este apartado veremos el número de viajeros y pernoctaciones de los últimos 5 años que llegan a España, Andalucía y Granada. Para ello, vamos a comparar estos datos entre sí para hacernos una idea del porcentaje de turistas que visitan y pernoctan en Andalucía con respecto a los que han llegado a España, el porcentaje que ha visitado Granada con respecto a Andalucía, y por último el porcentaje que representan los turistas de Granada frente a España.

2.1.1. Andalucía en España

Primero hemos calculado el porcentaje de viajeros que llegan a Andalucía con respecto a España, desde el año 2010 a 2015. Estos datos están divididos en meses para poder ver mejor la afluencia según la época del año.

Andalucía en España	2010	2011	2012	2013	2014	2015
M01	16,00%	16,29%	16,76%	16,53%	16,75%	17,18%
M02	17,91%	18,41%	18,46%	18,47%	18,29%	18,99%
M03	18,58%	18,80%	18,59%	18,51%	17,75%	18,33%
M04	19,37%	19,36%	19,53%	20,34%	19,85%	19,11%
M05	17,97%	18,29%	18,02%	18,82%	18,81%	18,40%
M06	17,40%	17,43%	17,32%	17,62%	17,65%	18,07%
M07	16,69%	16,02%	16,09%	16,83%	16,37%	16,78%
M08	17,16%	16,40%	16,84%	17,19%	17,24%	17,27%
M09	17,98%	17,68%	17,56%	18,18%	18,09%	18,17%
M10	17,56%	17,55%	17,30%	17,70%	17,92%	17,96%
M11	16,64%	16,72%	16,27%	16,69%	16,85%	17,54%
M12	16,24%	16,92%	16,53%	16,95%	17,28%	17,77%

Tabla 2.1. Porcentaje de viajeros que representa Andalucía en España

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

En esta tabla vemos que el porcentaje de viajeros es de una media de 17,5% aproximadamente en 2010, y que ésta va aumentando progresivamente llegando a alcanzar un porcentaje de 18% en 2015.

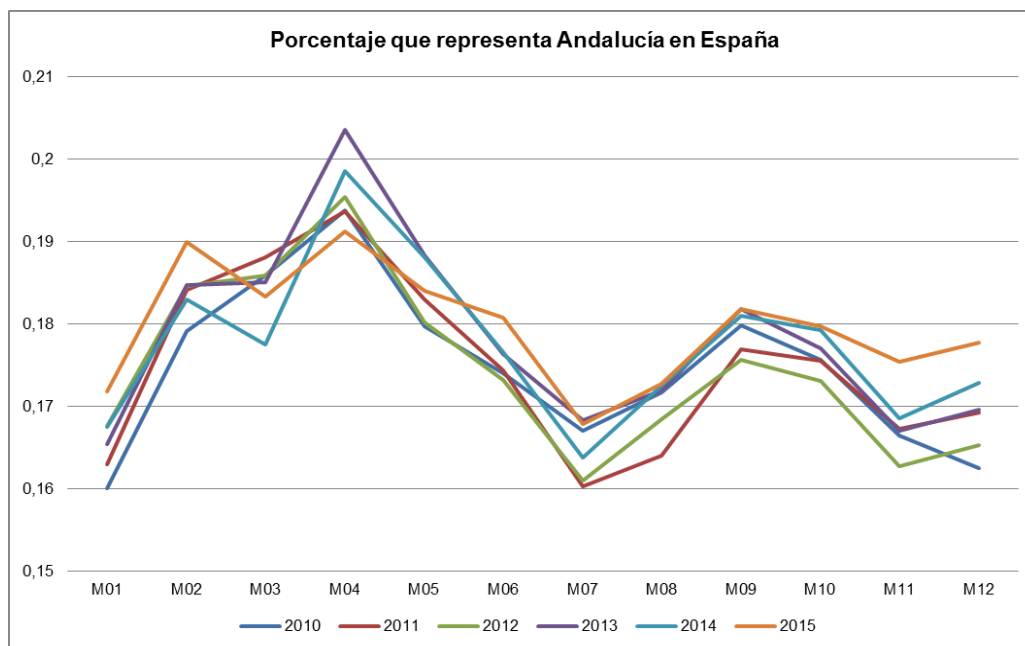


Figura 22.1. Porcentaje de viajeros que representa Andalucía en España

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

A partir de este gráfico vamos a analizar la tendencia que ha seguido el turismo de Andalucía en este tiempo. El punto más destacado durante todos los años se mantiene en el mes de abril, siendo el mes que más turistas recibe, y por otro lado julio el que menos.

El mes de enero empieza bajo, entre un 16% y un 18% de los viajeros españoles, porcentaje que va aumentando cada año excepto en 2013 en el que baja un 0,23% el número de turistas, lo que corresponde aproximadamente a 60.000 viajeros.

Para febrero observamos una subida significativa, aumentando todos los años en torno a un 2% con respecto al mes anterior. Se puede apreciar una subida menos acentuada en el año 2014. Con respecto a marzo, vemos que suelen mantenerse los porcentajes excepto para los dos últimos años, 2014 y 2015, en los que baja 0,5% aproximadamente.

Abril sufre todos los años una subida brusca, siendo siempre el mes que más porcentaje de turistas recibe con respecto a España y 2013 el año que más turistas suma, con un porcentaje de 20,34%. El mes de abril coincide con Semana Santa, una de los periodos vacacionales que más turistas atrae por la festividad religiosa y el buen tiempo.

Desde mayo hasta julio se produce una bajada, dejándonos los datos más bajos de todo el año, acentuándose más aun en el año 2011 y menos en 2015. A partir de agosto percibimos un aumento del porcentaje, más pronunciado en septiembre y a partir de este mes va descendiendo hasta noviembre.

Hemos de destacar que 2015 es el año que se mantiene por encima del resto en prácticamente 9 de los 12 meses con respecto a años anteriores.

Por otro lado hemos analizado el número de pernoctaciones que se han producido en Andalucía. En este caso podemos observar que la variación que se produce de un año a otro es más estable que la de los viajeros.

Aun así la tendencia sigue más o menos los mismos puntos exceptuando el mes de enero y de diciembre, que aunque se siguen consolidando en la parte baja de la tabla,

el porcentaje es mucho menor, de entre un 12% y un 13%. Los meses de verano también descienden con respecto a los meses grandes de marzo y abril, pero podemos observar que el descenso no es tan pronunciado.

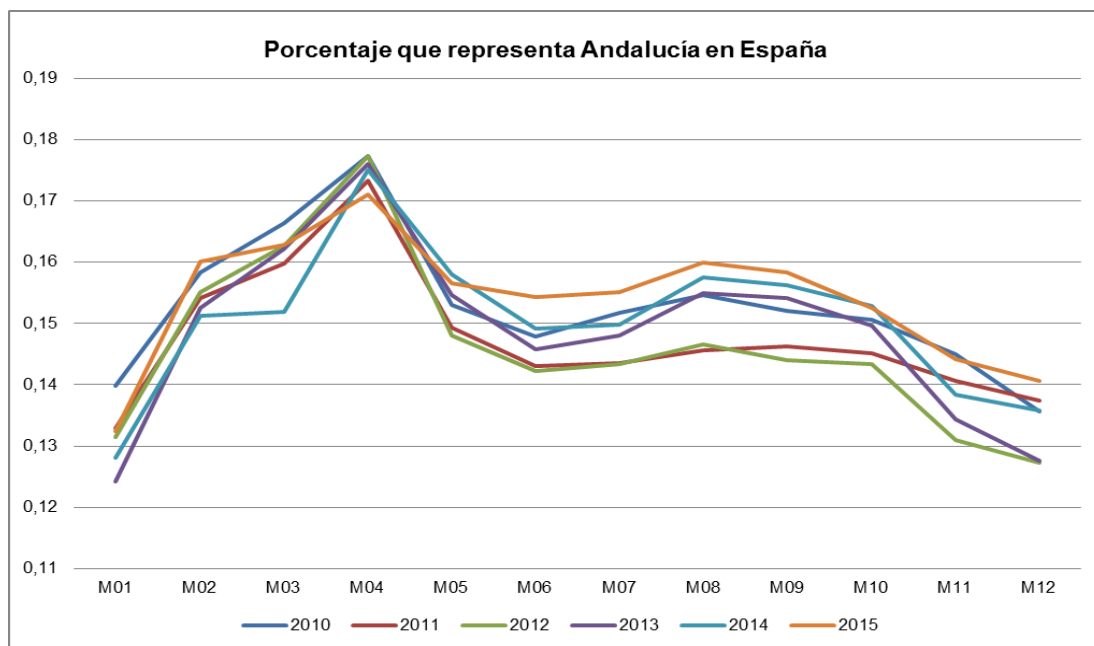


Figura 22.2. Porcentaje de pernoctaciones que representa Andalucía en España
Fuente: Elaboración propia a partir del INE

2.1.2. Granada en Andalucía

En este apartado vamos a ver el porcentaje que representa Granada en Andalucía. Como vemos en la siguiente tabla el porcentaje es más alto que en caso anterior, en el que podemos ver que este se da en Enero de 2015, y teniendo una media este mismo año de 16,3%. La media más alta es de 2013 con un 16,43%.

Granada en Andalucía	2010	2011	2012	2013	2014	2015
M01	20,05%	22,18%	21,88%	22,27%	22,34%	22,65%
M02	19,71%	19,96%	19,50%	22,15%	21,45%	20,81%
M03	17,97%	18,21%	18,66%	19,27%	20,25%	19,61%
M04	16,10%	15,99%	15,91%	16,71%	16,51%	16,53%
M05	14,19%	14,51%	14,93%	14,74%	14,78%	14,61%
M06	12,86%	13,11%	12,93%	14,01%	13,91%	13,33%
M07	10,65%	11,77%	11,35%	11,70%	12,36%	12,65%
M08	11,98%	12,83%	11,27%	12,25%	13,27%	13,14%
M09	13,83%	13,86%	13,72%	14,36%	14,72%	14,45%
M10	15,22%	15,10%	15,59%	16,16%	16,34%	16,07%
M11	15,89%	16,65%	18,34%	19,34%	19,06%	17,64%
M12	19,66%	21,21%	22,72%	22,12%	21,48%	20,09%

Tabla 2.2. Porcentaje de viajeros que representa Granada en Andalucía
Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Con respecto al gráfico, lo primero que destaca es el cambio de la tendencia, la cual no se caracteriza por esas subidas y bajadas tan drásticas que se daban en el caso anterior.

Enero y diciembre, en este caso, son los meses que más turistas reciben. Este dato es de destacar puesto que cuando analizábamos los porcentajes que representan Andalucía con respecto a España, estos meses eran de los menos protagonistas del año.

A partir de enero el porcentaje de afluencia desciende todos los años, protagonizando una bajada desde el 20%-22% al 10%-13% de julio, según el año. Como en el caso anterior, 2015 es el año que comienza más alto en enero y que se mantiene en esta posición también en julio, aunque en algunos meses como febrero y marzo los datos de 2013 o 2014 lo superan.

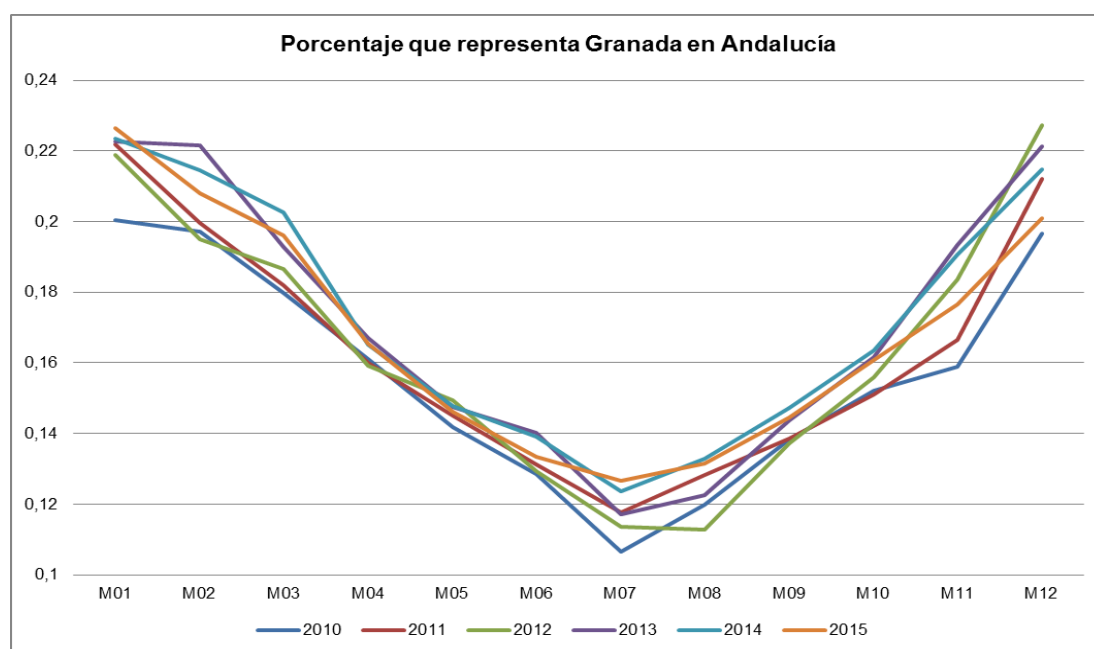


Figura 22.3. Porcentaje de viajeros que representa Granada en Andalucía

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Desde julio hasta diciembre vemos una subida progresiva, aunque en este caso 2015 empieza a alejarse de la primera posición y se sitúa en la cuarta, dejando solo por debajo al año 2010. Durante este semestre los años más significativos han sido también 2013 y 2014.

Si comparamos los datos de los dos apartados, es decir, los porcentajes de Granada en Andalucía y Andalucía en España, podemos ver que los meses de más afluencia en Andalucía son los meses en los que las estaciones de esquí permanecen abiertas, son generalmente turistas atraídos por el turismo de nieve.

Centrándonos en las pernoctaciones podemos ver otra vez como la tendencia es muy parecida a la de los viajeros y a la vez vuelve a haber una diferencia muy poco significativa con respecto a los años analizados. El año de 2015 vuelve a tener el porcentaje más alto en enero, manteniéndose progresivamente junto a la tendencia como el más alto hasta octubre, mes en el que tiene una subida menos acentuada, lo que provoca que acabe en diciembre como año en el que menos turistas pernoctan de los cinco analizados.

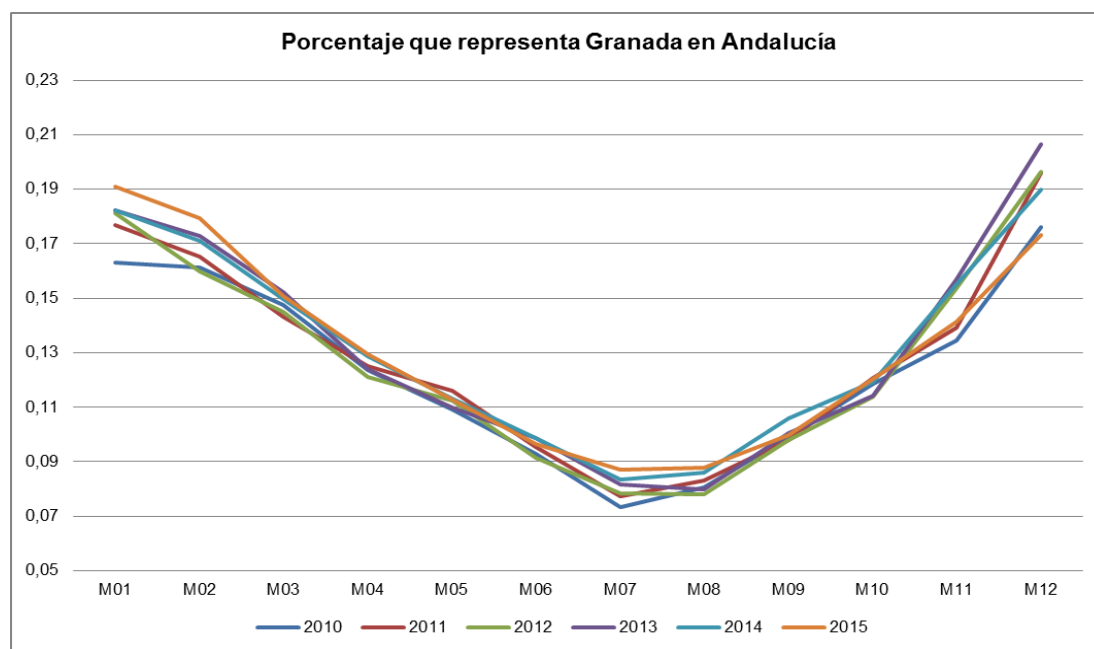


Figura 22.4. Porcentaje de pernoctaciones que representa Granada en Andalucía

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

2.1.3. Granada en España

En este caso hemos de comenzar mencionando que los valores de los porcentajes son mucho menores, debido a que en los casos anteriores nos enfrentábamos a una comparación mucho mayor. Es decir, hasta ahora hemos comparado Andalucía frente a España, lo que equivale a una comunidad autónoma, siendo ésta además una de las mayores del país, y por otro lado Granada en Andalucía, porcentaje que también representa una provincia frente a una comunidad autónoma con otras 7 provincias. En este apartado sin embargo vamos a establecer una relación entre una provincia y el turismo de un país entero, por lo que como hemos mencionado, el porcentaje va a ser mucho menor.

Granada en España	2010	2011	2012	2013	2014	2015
M01	3,21%	3,61%	3,67%	3,68%	3,74%	3,89%
M02	3,53%	3,67%	3,60%	4,09%	3,92%	3,95%
M03	3,34%	3,42%	3,47%	3,57%	3,59%	3,59%
M04	3,12%	3,10%	3,11%	3,40%	3,28%	3,16%
M05	2,55%	2,65%	2,69%	2,77%	2,78%	2,69%
M06	2,24%	2,29%	2,24%	2,47%	2,46%	2,41%
M07	1,78%	1,89%	1,83%	1,97%	2,02%	2,12%
M08	2,06%	2,10%	1,90%	2,11%	2,29%	2,27%
M09	2,49%	2,45%	2,41%	2,61%	2,66%	2,63%
M10	2,67%	2,65%	2,70%	2,86%	2,93%	2,89%
M11	2,64%	2,78%	2,98%	3,23%	3,21%	3,09%
M12	3,19%	3,59%	3,75%	3,75%	3,71%	3,57%

Tabla 2.3. Porcentaje de viajeros que representa Granada en España

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Efectivamente al obtener la tabla de porcentajes, vemos que los porcentajes se establecen entre un 2%-3%, frente al 10%-20% de los otros apartados. Si tenemos en cuenta que España tiene 50 provincias y 2 ciudades autónomas, la media de turismo por provincia sería de aproximadamente 1,92%, por lo que según los datos obtenidos por el INE, Granada se encuentra, menos en 2 de los 72 meses, por encima de la media nacional. Hemos de destacar los datos de afluencia de los meses de invierno, en los que la provincia incluso llega a duplicar esta media.

El porcentaje de viajeros de cada mes tiene valores muy similares a lo largo de estos 6 años, y asemejando en gran medida la tendencia con respecto al gráfico que habíamos obtenido al representar los porcentajes de Granada con respecto a Andalucía.

Enero se mantiene en una de las primeras posiciones con respecto a los meses con más afluencia, destacando 2015. Podemos ver en el caso de enero que cada año desde 2010 a 2015 el porcentaje ha ido subiendo, pasando de un 3,21% a un 3,89%.

Febrero se consolida como el mes con más afluencia de todo el año. Sin embargo en este caso el año con los valores más altos fue 2013, y además con una clara diferencia, registrándose hasta un 4,09%. Por otro lado el año más bajo vuelve a ser 2010, con un 3,53%, aun así situándose como el mes más concurrido de su año.

En marzo comienza a disminuir el porcentaje progresivamente hasta llegar a julio donde se percibe el pico más bajo. A partir de este mes y hasta final de año, el porcentaje vuelve a subir hasta alcanzar unos valores similares a los de enero. Al llegar a diciembre vemos que los años con valores más altos son 2012 y 2013 y en quinto lugar nos encontramos con 2015. 2010 se mantiene como año más bajo.

Si hablamos de las pernoctaciones volvemos a ver que el formato es muy similar. Enero se mantiene alto aunque lo sigue superando el mes de febrero.

Debemos destacar el mes de febrero de 2015, donde los datos no guardan relación con el resto. Estos datos podemos relacionarlos con la celebración de la Universiada de Granada, el segundo multi-evento más importante después de las olimpiadas, y que reúne diferentes deporte de invierno. Se realizó desde el 4 al 14 de febrero y con la que se produjeron más de 16.000 pernoctaciones con un impacto económico de 6 millones de euros.

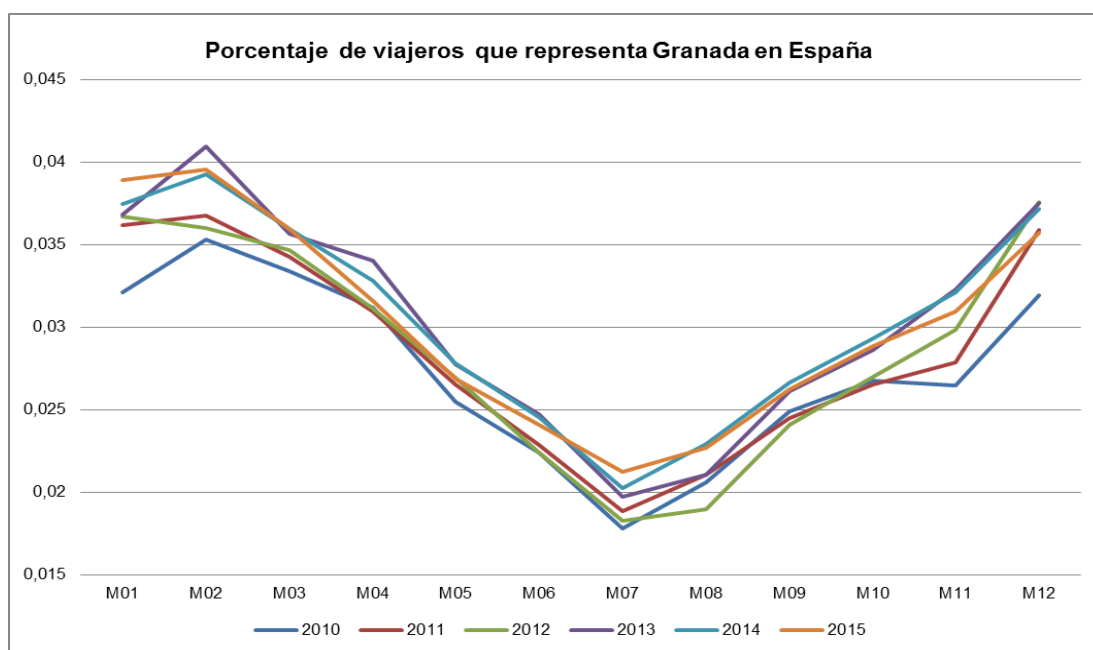


Figura 22.5. Porcentaje de viajeros que representa Granada en España

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Los valores vuelven a bajar hasta julio, siendo 2012 y 2013 los de menor porcentaje, y 2015 como el mayor. A partir de julio vuelven a subir sin excepción hasta el mes de diciembre.

Analizando generalmente el cuadro podemos ver como los meses en los que se mantiene abierta la estación de esquí, Granada prácticamente dobla el porcentaje, pasando de un 2,12% en julio a un 3,95% en febrero.

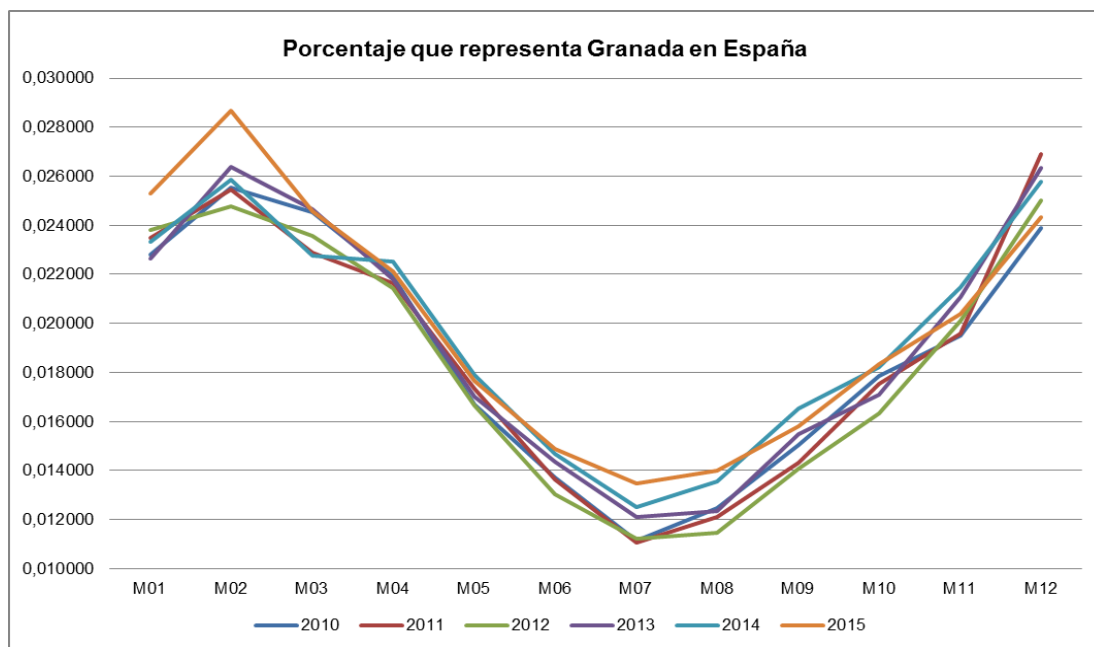


Figura 22.6. Porcentaje de pernoctaciones que representa Granada en España

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Una vez hemos analizado la provincia de Granada desde estos tres puntos de vista podemos concluir dos pautas. Cuando analizamos exclusivamente el turismo de la provincia de Granada, ya sea con respecto a Andalucía o con respecto a España, vemos como las tendencias son muy similares y como los meses en los cuales la temporada de esquí se encuentra operativa tienen los datos de afluencia más altos del año.

En el apartado en el que analizamos Andalucía frente a España vemos como la temporada que destaca no es esta, sino el mes de abril, lo cual podríamos relacionar con una de las festividades más importantes de la Comunidad, como es la Semana Santa sevillana. Esta festividad puede provocar una subida brusca de los datos de afluencia en este mes para toda la Comunidad, dejando así de lado los meses importantes para el deporte de nieve.

2.2. ESTANCIA MEDIA DE LOS VIAJEROS

La estancia media, medida en días, es otro de los datos que vamos a estudiar para establecer cuanto de importante es la oferta turística de la ciudad.

Hemos obtenido los datos del último año, en los que podemos ver que la estancia media de la provincia de Granada es mucho menor que la media de la Comunidad Autónoma de Andalucía y de España. Al igual podemos ver que los meses en los que la estancia es más larga son los meses de verano, y por el contrario noviembre y diciembre son los que menos.

AÑO 2015	M01	M02	M03	M04	M05	M06	M07	M08	M09	M10	M11	M12
Total Nacional	3,14	2,94	3,03	3,01	3,08	3,4	3,76	3,81	3,58	3,24	2,87	2,83
Andalucía	2,42	2,46	2,7	2,69	2,62	2,9	3,48	3,53	3,11	2,76	2,36	2,24
Granada	2,04	2,11	2,07	2,11	2,03	2,1	2,39	2,36	2,15	2,06	1,89	1,93
Málaga	3,53	3,34	3,67	3,55	3,5	3,76	4,25	4,26	3,89	3,88	3,33	3,05
Sevilla	1,85	1,78	1,88	1,94	1,91	1,84	1,96	1,99	1,96	1,93	1,9	1,96

Tabla 2.4. Estancia media de viajeros

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Con el fin de hacernos una idea más general hemos creado este gráfico en el que lo que más destaca es la estancia media de la ciudad de Málaga, la cual sobrepasa en todo momento la media de Andalucía y de España. Los meses de verano son los más elevados, por lo que podemos seguir relacionándolo con el interés por el turismo de sol y playa, teniendo en cuenta además que Málaga tiene una de las zonas costeras más demandadas por los turistas.

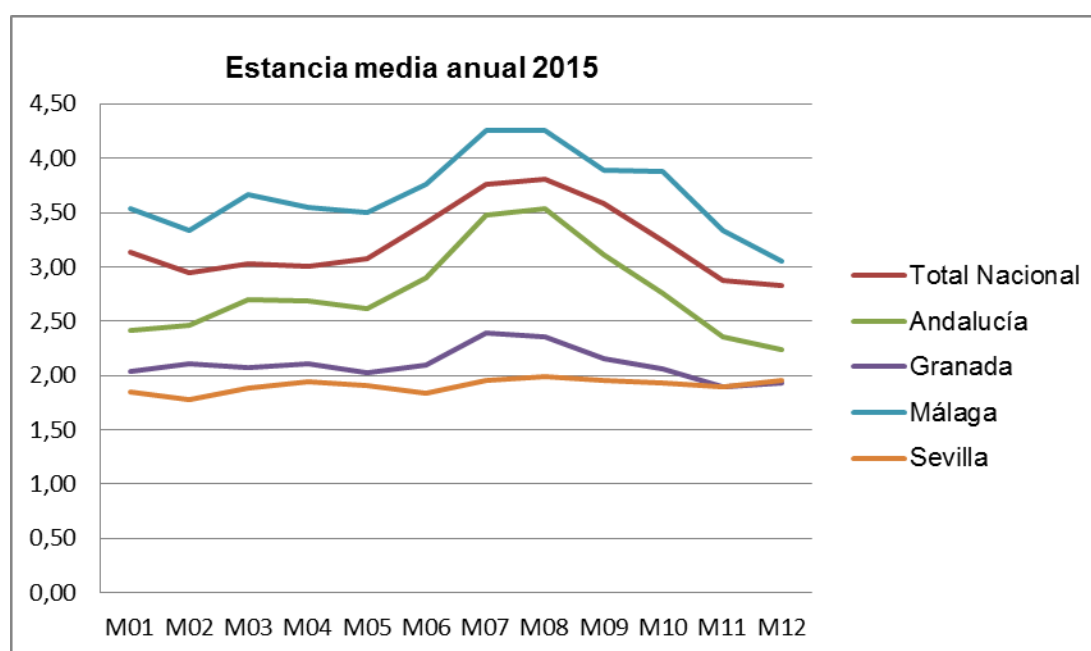


Figura 22.7. Estancia media anual (Año 2015)

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

CAPÍTULO 3

SIERRA NEVADA

3.1. HISTORIA DEPORTIVA DE LA ESTACION DE ESQUI

Sierra Nevada es un macizo montañoso situado en la provincia de Granada, aunque su extensión alcanza también la provincia de Almería. Esta declarado Parque Nacional, Parque Natural y Reserva de la Biosfera. Formada por estas figuras de protección encontramos la estación de esquí de Sierra Nevada, la cual se caracteriza por ser la estación de mayor altitud de España y más meridional de Europa.

Sierra Nevada empezó a escribir su historia como Estación de esquí en el siglo XIX, cuando algunos aficionados a este deporte empezaron a realizar sus primeras excursiones. Fue a finales de este siglo cuando el cónsul de España en Helsinki, Ángel Ganivet, escribió en sus "Cartas" la idea de crear la Finlandia Granadina. Durante estos años la evolución fue muy lenta, hasta que unos aficionados al montañismo decidieron crear una sociedad, a la que llamaron "Diez Amigos Limited", la cual unos años más tarde se convertiría en la Sociedad "Sierra Nevada". Lo primero que hicieron como sociedad fue la construcción del primer albergue de este macizo montañoso.

En 1914 se celebra el primer evento deportivo de la estación, la Semana Deportiva Nacional. Con este evento se empiezan a impulsar las infraestructuras de la estación, construyendo la carretera y un ferrocarril eléctrico. Debido a la Guerra Civil se produjo un paréntesis en la evolución de la estación. En 1940 esta volvió a pisar fuerte celebrando el Campeonato de España, y con este siguieron otros campeonatos nacionales en los años posteriores.

En 1964 se crea la sociedad "Centros Turísticos S.A", la cual años después pasaría a llamarse "Cetursa Sierra Nevada S.A.", y se establece como la empresa de gestión de la estación de Esquí. Con la creación de Cetursa comienzan a crearse infraestructuras para la práctica del deporte, como el Telecabina Borreguiles, que uniría la parte residencial con la parte alta de la estación.

En 1975, Sierra Nevada se consolida como la estación de esquí de referencia para los eventos deportivos más importantes, como la "Final de la Copa del Mundo de Esquí Alpino" que se celebró en 1977. Pero sin ninguna duda el pico de inflexión de la estación se produce con la designación de esta como Sede de los Campeonatos del Mundo de Esquí Alpino de 1995, los cuales se celebrarían finalmente en 1996 por las nefastas condiciones climáticas de ese año.

La situación actual de la estación y de la ciudad de Granada en general no hubiera sido posible sin el Campeonato de 1996, dejando Sierra Nevada como la única estación de España que cuenta con este evento internacional en su historia. Infraestructuras como el Estadio de los Carmenes o la Plaza de Andalucía de Pradolano se construyeron por y para el campeonato de esquí alpino. 160 mil millones de pesetas fue lo que se destinó a infraestructuras y mejoras de la estación. La ciudad entera se implicó, los responsables de la estación realizaron viajes los años anteriores a otros campeonatos para así poder aprender lo que hizo de estos campeonatos un completo éxito. Todo esto convirtió la estación en un hito en el mundo deportivo, destacando por sus instalaciones, ceremonias o el montaje de la prueba nocturna.

A partir de ese momento y durante esta década no se dejaron de dar lugar multitud de eventos como la "Copa de Europa de Esquí Alpino para Damas" o el "Campeonato de España Universitario".

Hemos de destacar que además de los eventos deportivos de esquí y snowboard, Sierra Nevada ha sido protagonista en otros deportes, celebrando campeonatos como la “Vuelta a España” de ciclismo o el Campeonato del Mundo de Parapente.

Durante el siglo XXI la estación sigue acogiendo multitud de competiciones como la Final de la Copa de Europa de Esquí Alpino y los Campeonatos de España absolutos en la temporada 2003/2004. En la siguiente temporada se celebraron las pruebas de la Copa del Mundo de Snowboard y los Campeonatos de España Infantiles de Esquí Alpino, entre otros. La Copa del Mundo de Ski-Cross, el Campeonato de España de Esquí Alpino Damas o el Campeonato del Mundo Junior de Snowboard son otros de los campeonatos que forman parte de la historia deportiva.

Además destacamos la Superfinal de la Copa del Mundo de Snowboard y Freestyle, competición que en 2017 se celebrará otra vez en Sierra Nevada pero esta vez en su totalidad. Será la segunda competición internacional de este nivel que se celebrara en Sierra Nevada después del Campeonato Mundial de Esquí Alpino de 1996.

Una de las razones por las que Sierra Nevada fue elegida como sede organizadora de los Campeonatos del Mundo de Snowboard y Freestyle Ski es la existencia de prácticamente todos los escenarios deportivos necesarios para esta competición. Estos escenarios fueron construidos para la Universiada de Granada en 2015, la cual acogió dijeseis finales de esquí alpino, freestyle, sky y snowboard.

Durante la Universiada se contabilizaron un total de 4.309 acreditados, entre deportistas, técnicos, jueces, etc. El evento genero un impacto de seis millones de euros. Además del impacto económico, debemos mencionar la promoción que se dio indirectamente, ya que el evento tuvo una exposición de 45 millones de personas entre medios de comunicación nacionales e internacionales.



Figura 33.1. Imagen estación de esquí de Sierra Nevada (1975-1978)

Fuente: Nevasport

3.2. ANÁLISIS SOCIECONOMICO DE LA ESTACION

Vamos a comenzar analizando los datos de los turistas que ha recibido la estación de Sierra Nevada cada temporada. Estos datos los hemos dividido en cuatro categorías: Esquiadores (personas que compran el forfait de esquiador para poder disfrutar del deporte de nieve); No esquiadores (número de personas que han adquirido tiques de telecabina para llegar a Borreguiles pero no han realizado el deporte en sí); Actividades (personas que han utilizado las actividades del área recreativa); y Visitantes (los cuales no han utilizado medios mecánicos ni actividades pero han visitado Sierra Nevada durante la temporada).

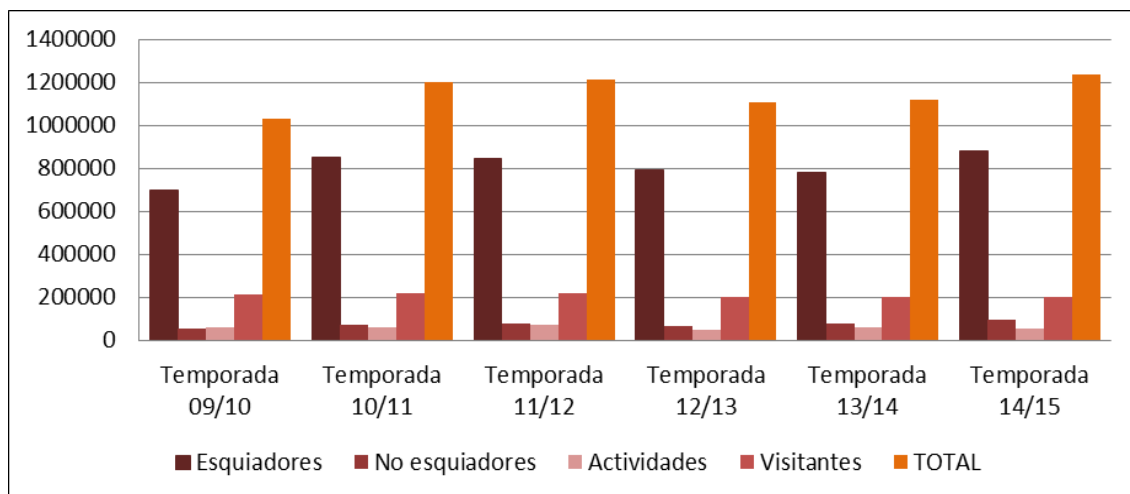


Figura 33.2. Contabilización de turistas en Sierra Nevada

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa

Observamos en el gráfico que los datos con mayor variación son los relativos a los Esquiadores. Para ellos, y en el periodo considerado, salvo leves altibajos las visitas han crecido siendo 2010 el año con menos esquiadores y 2015 el año con más visitas.

No esquiadores y actividades tienen una variación mínima, teniendo en cuenta que la afluencia de este tipo de visitante es muy pequeña en comparación con los esquiadores o con el total. Por otro lado el número de visitantes se mantiene, aunque este dato no es del todo fiable, ya que este tipo de turista difícil de contabilizar, es el turista que visita la estación simplemente para conocer la nieve o hacer compras, por lo que el número es orientativo.

Por último hemos sumado el número de los distintos tipos de turistas para tener una visión más clara de lo ocurrido en los distintos años. Debido a que los esquiadores representan la mayor parte del turismo de la estación, el total de este vuelve a dejar a 2010 y 2015 como los años con menor y mayor afluencia respectivamente.

A continuación vamos a hacer una comparación de los turistas de la estación con los turistas que recibe la provincia de Granada, Andalucía y España.

	Temporada 09/10	Temporada 10/11	Temporada 11/12	Temporada 12/13	Temporada 13/14	Temporada 14/15
España	25305904	26663776	26267085	24830946	26328354	27945191
Andalucía	4550821	4818301	4792623	4550470	4775297	5112790
Granada	821667	897384	905098	910256	951564	1007319
Sierra N.	1031651	1200657	1212886	1106700	1118288	1233584

Tabla 3.1. Contabilización de turistas en los meses de temporada

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Como podemos ver en esta tabla y en el siguiente gráfico, Granada se lleva un porcentaje alto de los turistas de España si tenemos en cuenta las provincias con las que cuenta la Comunidad Autónoma de Andalucía. Por otro lado tenemos los datos de Sierra Nevada, los cuales son en todos los años mayores que los de Granada.

Podemos hablar de una discordancia de datos ya que la lógica nos llevaría pensar que al pertenecer el terreno de la estación de esquí a la provincia de Granada, los datos de ésta deberían ser mayores que los de la estación al incluir los datos de Sierra Nevada y de los demás puntos turísticos. Para esta discordancia tenemos dos conclusiones, la primera sería el fallo de la contabilización, ya que hemos obtenido estos datos de distintas fuentes, y por otro lado que la falta de usuarios fuera suplida por los usuarios que son propietarios de una vivienda y por tanto no pernoctan en la estación, o los usuarios cercanos que al terminar la jornada vuelven a su residencia habitual.

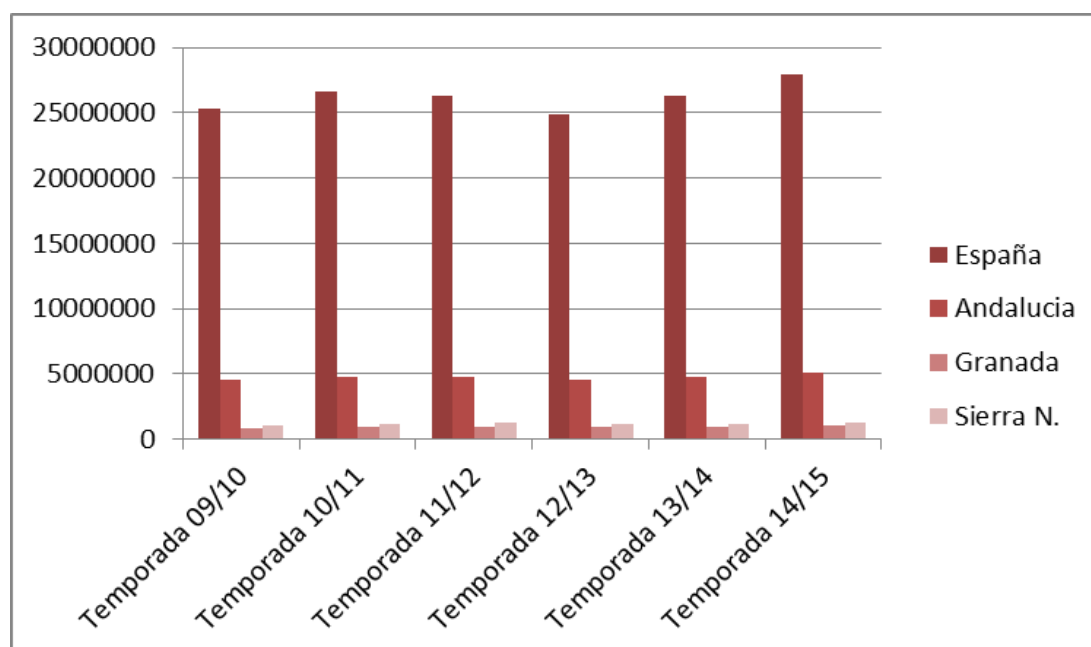


Figura 33.3. Contabilización de turistas en Sierra Nevada

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa

3.1.1. Análisis por temporada

El comienzo de la temporada de esquí está condicionado a las condiciones meteorológicas de la estación, y estas no siempre permiten la cantidad de nieve necesaria para poder realizar el deporte de invierno. Es por ello por lo que la temporada empieza en invierno, con las primeras precipitaciones y la producción de nieve artificial, - generalmente a finales de noviembre, principios de diciembre, y finaliza con la primavera, a finales de abril o principios de mayo. Esto deja las temporadas sujetas a una duración de aproximadamente 150 días, restando los días de cierre total de la estación, normalmente provocados por una climatología adversa.

Naturalmente los días de duración influyen en los datos de afluencia, aunque no es un dato extremadamente influyente como vamos a ver a continuación. Vamos a realizar un análisis de todas las temporadas, comparándolas para así obtener la variación de usuarios que se ha dado con respecto a la temporada anterior.

La temporada 2009/2010 registro una bajada drástica del número de los usuarios en prácticamente todos los segmentos en los que los hemos dividido. Los esquiadores representan la mayor bajada con un 30% menos que la temporada anterior, seguido por los no esquiadores con un 25% menos. Por otro lado tenemos el número de usuarios de las actividades y el de los visitantes, dando estos un valor positivo, a destacar el de actividades con un 54% más.

	TEMPORADA 08/09	TEMPORADA 09/10	%VARIACION
Esquiadores	1001042	701128	-30,00%
No esquiadores	71341	53490	-25,00%
Actividades	40209	62033	54,00%
Visitantes	200000	215000	8,0%
TOTAL	1312592	1031651	-21%

Tabla 3.2. Contabilización de turistas Temporada 2009/2010

Fuente: Elaboración propia a partir de Cetursa

Si contabilizamos a los turistas por meses observamos que diciembre fue el mes de menor número de esquiadores, seguido por abril y febrero. Enero y marzo son los meses de mayor afluencia también incrementada por las festividades navideñas y de Semana Santa. Hemos de destacar que la Semana Santa de 2010 contabilizó un total de 92.321 usuarios, convirtiéndose en la más visitada de su historia. La festividad de Navidad también se convirtió en una de las mejores de su década, llegando a contabilizarse 56.591 usuarios.

Era de esperar que la empresa propietaria de las pistas tomara decisiones después de las bajadas de esta temporada, por lo que establecen nuevas tarifas de los forfaits para la siguiente temporada 2010-2011 y añadiendo nuevas promociones para su cliente potencial, - los jóvenes. Estas promociones vienen a referirse a los bonos universitarios de los que a día de hoy podemos seguir beneficiándonos y que reducen el precio del forfait al 50% aproximadamente.

Los resultados no tardaron en reflejarse, y para la siguiente temporada 2010/2011 ya podíamos ver un aumento en todos los tipos de usuarios. Comenzó el 27 de noviembre, con intensas nevadas durante toda la temporada, lo que también influyó en estas variaciones.

	TEMPORADA 09/10	TEMPORADA 10/11	%VARIACION
Esquiadores	701128	848255	21,00%
No esquiadores	53490	69670	30,00%
Actividades	62033	62732	1,00%
Visitantes	215000	220000	2,0%
TOTAL	1031651	1200657	16%

Tabla 3.3. Contabilización de turistas Temporada 2010/2011

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa

En Sierra Nevada podemos encontrar dos telecabinas que nos llevan a “Borreguiles”, la zona alta de ocio, con distintos bares y restaurantes, y al que muchos turistas acceden para disfrutar del ambiente de las pistas o para jugar con los trineos. Estos son los usuarios que denominamos “No esquiadores” y que han aumentado en un 30% con respecto a la temporada anterior.

En esta ocasión el Puente de la Constitución no alcanzó los niveles previstos ya que se dieron 3 días de condiciones meteorológicas adversas que provocaron el cierre y se redujo la cantidad de nieve con lluvia. Semana Santa también tuvo menos afluencia que años anteriores, alcanzando solo 37.947 usuarios, 50.000 menos que la temporada anterior. En Navidad sin embargo se produjo un aumento muy significativo de más de 80.000 usuarios.

Para la temporada 2011/2012 nos encontramos con un aumento mínimo de la afluencia de los usuarios, de 1,2%, en parte por ser la primera estación de esquí en abrir en España gracias a las intensas nevadas que se produjeron en el mes de noviembre. Estas condiciones favorecieron la temprana apertura, con fecha 26 de noviembre, y se convirtió en la segunda apertura con más kilómetros abiertos de la historia de Sierra Nevada.

	TEMPORADA 10/11	TEMPORADA 11/12	%VARIACION
Esquiadores	848255	843347	-0,60%
No esquiadores	69670	75896	8,90%
Actividades	62732	73643	17,00%
Visitantes	220000	220000	0%
TOTAL	1200657	1212886	1,2%

Tabla 3.4. Contabilización de turistas Temporada 2011/2012

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa

Los usuarios que han utilizado el Trineo Ruso y el Mirlo Blanco suponen el segmento que más se ha incrementado esta temporada, llegando al 17%. Por otro lado los no esquiadores también han sufrido un incremento, aunque algo menor de cerca del 9%.

Por último hemos de destacar que los esquiadores han disminuido un 0,6% que la temporada anterior, porcentaje casi insignificante ya que traducida a usuarios, solo supone 5000 esquiadores menos de los casi 850.000 que se contabilizaron en la temporada 2010/2011.

El mes de diciembre, aún quedándose en tercer lugar después de febrero y enero, sobrepasa a marzo y se convierte en uno de los mejores de la década. Este dato se debe a que en temporadas anteriores el festivo que más usuarios atraía era “Semana Santa”, cambiando este año a la temporada navideña, dejando los datos de estas en

45.730 usuarios y 161.458 usuarios respectivamente. El Puente de la Constitución también acogió a una cantidad relevante de usuarios, 47.629 entre esquiadores y visitantes.

En el invierno 2012/2013 volvemos sufrir una bajada en la cantidad de los usuarios, en medida influenciada por las bajas precipitaciones de este invierno, que bajaron de los 533 litros que se dieron en el invierno de 2011/2012 a los 225 litros de esta.

	TEMPORADA 11/12	TEMPORADA 12/13	%VARIACION
Esquiadores	843347	790326	-6,30%
No esquiadores	75896	66272	-12,70%
Actividades	73643	50102	-32,00%
Visitantes	220000	200000	-9,1%
TOTAL	1212886	1106700	-9%

Tabla 3.5. Contabilización de turistas Temporada 2012/2013

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa

El número de usuarios bajo en todos los aspectos, llegando a ser un 9% menor que la temporada anterior, y dándose su mayor descenso en el segmento de las actividades con un 32% menos. Este descenso en las actividades podemos relacionarlo directamente con la nefasta meteorología de este año, ya que la cantidad de nieve que es el verdadero atractivo para estos turistas ha sido escasa y porque el uso de estas actividades se da mayormente en los días de mejor tiempo. La contabilización de los esquiadores, aun sufriendo un descenso, es el dato que menos varía de los segmentos en los que hemos dividido a los usuarios de la estación, un hecho muy importante ya que es la actividad principal de ésta.

El registro por meses deja a febrero como el mes con más afluencia, seguido de diciembre, gracias a una buena festividad navideña, y seguido del mes de marzo. En Navidad se alcanzó la cifra de 148.125 usuarios y Semana Santa 73.067 usuarios.

La estación comenzó la temporada 2013-2014 el 23 de noviembre y tuvo una duración de 157 días. Fue una temporada difícil, ya que la escasez de nieve conllevó el cierre de la estación en momentos clave como el 25 de diciembre o varios fines de semana en temporada alta.

El porcentaje total de usuarios ha aumentado un 1,04% esta temporada, Los datos más reveladores son los porcentajes de no esquiadores y de actividades, los cuales han sido de un 18% y un 17% mayores que la temporada anterior. Estos datos como hemos dicho anteriormente se refieren a los usuarios que utilizan solo el telecabina y a los que hacen uso de las actividades como el Mirlo Blanco o el Trineo Ruso.

	TEMPORADA 12/13	TEMPORADA 13/14	%VARIACION
Esquiadores	790326	781227	-1,20%
No esquiadores	66272	78427	18,00%
Actividades	50102	58634	17,00%
Visitantes	200000	200000	0%
TOTAL	1106700	1118288	1,04%

Tabla 3.6. Contabilización de turistas Temporada 2013/2014

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa

Desglosando la afluencia por meses, febrero se situó como el mes de mas afluencia con 228.355 usuarios entre esquiadores y no esquiadores, a pesar de que descendió con respecto a la temporada anterior en la que se contabilizaron 234.377 esquiadores. En segundo lugar nos encontramos el mes de enero con 205.849 esquiadores, de los que parte pertenecen al periodo navideño, el cual se establece desde el 23 de diciembre al 6 de enero, y en el que se recibieron 132.529 usuarios, entre esquiadores, no esquiadores y actividades.

El mes de marzo se situó muy cerca con 203.486 usuarios y el mes de abril a pesar de recibir menos usuarios que los meses anteriores fue uno de los mejores con respecto a las temporadas que hemos analizado, debido en parte a la coincidencia con Semana Santa, en la que se recibieron 46.172 usuarios de los 122.941 que hicieron uso de la estación en todo este mes.

La temporada 2014-2015 es la última de la que hemos obtenido datos. Esta temporada comenzó el 29 de noviembre, y es la temporada de mas afluencia de los años que hemos contabilizado, alcanzando 1.233.584 usuarios, un 10% mas que la temporada anterior. Estas cifras se deben en gran parte a la celebración de la Universiada de Invierno de Granada, en las que participaron un total 4.167 deportistas.

	TEMPORADA 13/14	TEMPORADA 14/15	%VARIACION
Esquiadores	781227	878958	12,50%
No esquiadores	78427	98033	16,10%
Actividades	58634	56593	-3,50%
Visitantes	200000	200000	0%
TOTAL	1118288	1233584	10%

Tabla 3.7. Contabilización de turistas Temporada 2014/2015

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa

El mes de febrero vuelve a repetir como el mes de mayor afluencia, con un total de 266.284 usuarios entre esquiadores y no esquiadores. Marzo se sitúa en segunda posición con 246.514 usuarios y seguido de enero con un total de 227.971.

En lo que se refiere al mes de abril la clara protagonista es la festividad de Semana Santa, la cual contabilizo 85.707 usuarios de los 101.367 que se recibieron entre el mes de abril y hasta que cerro la temporada el día 3 de mayo. El periodo navideño no se quedo atrás y atrajo a un total de 165.156 usuarios, el mayor dato desde la temporada 2009-2010.

3.1.2. Procedencia de los usuarios

La estación de esquí de Sierra Nevada, en solitario y en algunos casos en conjunto con la Junta de Andalucía, tiene presencia en multitud de ferias internacionales. Es por esto la importancia de obtener datos acerca de la procedencia de los usuarios.

Es natural que casi la totalidad de los usuarios sean de nacionalidad española, ya que aunque estemos hablando de una gran estación de esquí, tiene una extensión de apenas 100 km esquiable y es una estación de difícil acceso. Aun así, podemos hablar de una gran porcentaje que se mueve entre un 8%-20% de presencia internacional.

Podemos ver en las estadísticas como ha influido la celebración de eventos internacionales en la estación. La primeras temporadas analizadas, de 2010 a 2012 son las dos temporadas con menos presencia internacional, con un 8,6% y un 8%, respectivamente.

Es a partir de la siguiente temporada cuando se sufre un cambio brusco y se llega a doblar este porcentaje con un 17,6%. Es en este punto cuando empezamos a ver los resultados de la promoción turística y de la designación de nuestra estación como sede de pruebas internacionales.

Procedencia de la clientela	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nacional	91,4%	92,0%	82,4%	80,4%	82,9%	87,0%
Internacional	8,6%	8,0%	17,6%	19,6%	17,1%	13,0%

Tabla 3.8. Procedencia de la clientela

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa

Estos sucesos provocan otro aumento de turistas internacionales para la temporada 2012/2013, en la que llegan a representar un 19,6%, el porcentaje más alto de los últimos años. Durante las dos últimas temporadas el porcentaje disminuye progresivamente, pero sin llegar a los porcentajes de 2010 y 2011.

Con respecto a los turistas nacionales, más del 65% se mantiene en la comunidad andaluza, con pequeñas variaciones casi imperceptibles. La comunidad valenciana es la siguiente en el ranking de procedencia con una clara diferencia, seguida de otras comunidades próximas como Murcia o Castilla-La Mancha.

Es de esperar que sean las comunidades meridionales las que más nos visiten si tenemos en cuenta que la mayoría de las 29 estaciones de esquí restantes de España se encuentran en el norte del país.

3.2.1. Sierra Nevada con respecto a otras estaciones de nacionales

Por último gracias a la aportación de la Asociación Turística de Estaciones de Esquí y Montaña (ATUDEM) hemos obtenido los datos de afluencia de todas las estaciones de esquí de España, con los que vamos a comprobar que protagonismo tiene Sierra Nevada con respecto al resto.

En la siguiente tabla podemos ver los datos de afluencia y el porcentaje que representa Sierra Nevada con respecto a las otras 29 estaciones de esquí alpino y 5 de esquí de fondo que se encuentran en nuestro país.

La temporada 2009/2010 es la temporada de más afluencia para las estaciones del territorio nacional y por otro lado que menos turistas recibió Sierra Nevada. Como hemos visto en los apartados anteriores, a pesar de las fuertes precipitaciones, la meteorología no acompañó a la temporada hasta la primavera, una de las razones que explican estos datos.

En las dos temporadas siguientes se produjeron un aumento significativo de este porcentaje, llegando al 17,74% y 22,04% respectivamente. Hemos de destacar que al contrario que en la primera temporada analizada, y a pesar de que la temporada 2011/2012 fue el año que menos visitantes acudieron a las estaciones españolas, Sierra Nevada se mantuvo con el porcentaje más alto. Esta temporada se produjeron intensas nevadas que convirtieron a nuestra estación en la primera en abrir del territorio nacional.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
TODAS LAS ESTACIONES	5917851	5527557	4505715	4699489	4814597	5107394
SIERRA NEVADA	816651	980657	992886	906700	918288	1033584
% EQUIVALENTE	13,80%	17,74%	22,04%	19,29%	19,07%	20,24%

Tabla 3.9. Comparación estaciones de esquí

Fuente: Elaboración propia a partir del Cetursa y ATUDEM

En las próximas temporadas 2012/2013 y 2013/2014, las demás estaciones sufren un incremento, no reflejado en Sierra Nevada ya que se produce un brusco descenso en la primera de estas como también vimos en las primeras contabilizaciones de Cetursa.

La siguiente y última temporada 2014/2015 es la más acentuada de todas, aumentando sus clientes tanto en Sierra Nevada como en las demás estaciones. A pesar del aumento en las demás estaciones españolas, 2015 adquiere el segundo porcentaje más alto con un 20,24%.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES

A lo largo del trabajo hemos descubierto que el turismo de nieve ocupa un lugar muy importante en la economía de España. Es cierto que por el clima característico del país el turismo protagonista es el turismo de sol y playa, pero como hemos visto anteriormente es el turismo de nieve el que salva la afluencia de turistas en los meses de invierno.

Es por ello que creemos que se le debe dar más importancia al turismo de nieve, ya que si aumentara el número de turistas que visitan nuestro país para realizar este tipo de turismo provocarían unos datos de afluencia más altos en los meses de invierno y por tanto más estables durante todo el año.

Es obvio que el número de llegadas de viajeros está directamente relacionado con los ingresos que estos producen, pero estos ingresos no son lo único que aumenta. Junto a los ingresos también aumenta el empleo en el sector turístico, desde las administraciones a las tiendas de alimentación del lugar.

El turismo de sol y playa se produce en zonas costeras, muy alejado de las zonas montañosas propias del turismo de nieve. Sierra Nevada se encuentra en la provincia de Granada, y siendo la única estación del sur de España, su promoción y el éxito producido por ella no debería ser tan escaso como hemos visto. Una buena planificación y mayores y mejores promociones de la misma podrían conseguir una mejor oferta turística que redundaría en la mayor productividad de la zona a nivel nacional.

Una de las mayores ventajas que tiene la Estación de Sierra Nevada es su situación, a tan solo 27 km de la ciudad de Granada, en la que también podemos encontrar infinidad de monumentos históricos. Esta característica es una ventaja para la promoción de la ciudad, multiplicando las actividades que se pueden realizar en ella. Con estos datos es inevitable preguntarnos por qué la afluencia de este foco turístico no aumenta cada año.

Con respecto a los turistas internacionales, hemos visto que el porcentaje de afluencia se encuentra entre el 10% y el 20%, un porcentaje muy escaso para la oferta turística que hemos mencionado. Para disfrutar de una oferta turística lo primero que debemos tener en cuenta es el acceso a la ciudad para disfrutar de ella. Granada no se caracteriza por su buena comunicación, es cierto que dispone de un aeropuerto internacional, pero al que solo llegan 5 vuelos diarios: Barcelona, Londres, Madrid, Melilla y Palma de Mallorca; es decir, solo se recibe un vuelo internacional y con precios mucho más elevados que los que pertenecen a provincias cercanas.

Por otro lado hemos visto que la estancia media de los turistas internacionales en Granada suele ser de aproximadamente 2 días pero sin en cambio en ciudades cercanas con mayor oferta de vuelos como es el caso de Málaga, la estancia media se duplica. Según estos datos y teniendo en cuenta que el número de viajeros en Granada está por encima de la media nacional, podemos concluir que la ciudad nazarí es una "ciudad de paso", es decir, por su cercanía es muy común que los turistas realicen un viaje de ida y vuelta en el mismo día, pernoctando en otras ciudades como Málaga.

Son estas dos reflexiones que podrían ayudar a mejorar la tendencia.

Dejando a un lado el centro de la ciudad y volviendo a nuestro foco de investigación, la estación de esquí, añadimos más dificultades de acceso a la estación: la carretera que une la autovía principal con la estación se construyó en los años

veinte, con unas reformas escasas que producen actualmente multitud de atascos y condiciones anti productivas para su desarrollo. Uno de los grandes problemas ocurre cuando llegan las intensas nevadas, y es que se ha convertido casi en costumbre que el pueblo perteneciente a la estación se quede sin comunicación, obligando a los viajeros a permanecer en sus establecimientos y en algunos casos provocando la pérdida del medio de transporte que los lleve de vuelta su ciudad de origen.

En otro orden de cosas no podemos dejar de mencionar la dificultad continua que nos hemos ido encontrando para encontrar datos de Sierra Nevada, comenzando porque no se realizan unas estadísticas únicas para la estación como las que hemos obtenido para la provincia.

A nuestro modo de ver existe una deficiente organización de la empresa propietaria de la estación de esquí, Cetursa, la cual a pesar de ofrecer un Dossier de Prensa anual con los datos de cada temporada, estos son en ocasiones contradictorios y contienen datos claramente erróneos.

Otro de los problemas con los que nos enfrentamos en este trabajo de investigación fue el tipo de contabilización de nuestras fuentes, por un lado el Instituto Nacional de Estadística nos ofrece una contabilización de los viajeros, es decir, aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones, y Cetursa una contabilización de los usuarios, personas que hacen uso de las infraestructuras de la estación. Esta pequeña diferencia a la hora de contabilizar ha provocado en nuestra investigación que el número de usuarios que nos proporciona Cetursa sea mucho mayor que el total de viajeros que según el INE visitan la provincia de Granada, por lo que hemos deducido que la diferencia de 200.000 personas, aproximadamente, cada temporada se debe a los viajeros que no pernoctan o disponen de vivienda propia en la estación.

Por todo ello recomendamos que el departamento responsable de la Junta de Andalucía y la empresa propietaria de las pistas, Cetursa, realicen una investigación exhaustiva cada año de sus servicios para así explotar la ventaja competitiva que poseen al ser la única estación de esquí del sur de España. Un ejemplo claro fue la celebración de la Copa del Mundo de Esquí Alpino de 1996, para la cual se tuvieron que construir infinidad de infraestructuras, mejoras y estudios para su correcta celebración y por lo que gracias a ella la estación no sigue estancada en la década de los 90. Es cierto que cada año se intentan mejorar las infraestructuras, pero los grandes cambios se han producido gracias a los grandes eventos.

Las estaciones de esquí mejoran cada temporada, Sierra Nevada mejora cada Copa del Mundo. Esperemos otro gran cambio para la Copa del Mundo de Freestyle y Snowboard en 2017 que dure otros 20 años.

Bibliografía

Referencias electrónicas (Páginas Webs):

- Aena.es; Datos vuelos Granada; <http://www.aena.es/csee/Satellite/Aeropuerto-Federico-Garcia-Lorca-Granada-Jaen/es/Page/1056529998926/>
- Cetursa.es; Historia de la estación de esquí; <http://cetursa.es/corporativa/empresa/historia-de-la-estaci%C3%B3n.aspx>
- Cetursa.es; Información estación; Dossier de Prensa Temporada 2010-2011; http://cetursa.es/media/165090/dossier_prensa_2010-2011.pdf
- Cetursa.es; Información estación; Dossier de Prensa Temporada 2012-2013 http://cetursa.es/media/751867/dossier_prensa_temporada_12-13.pdf
- Ideal.es; Campeonato del Mundo de Esquí Alpino de 1996; <http://www.ideal.es/sierranevada/201602/12/anos-mito-20160212005332.html>
- Ideal.es; Universiada de Granada 2015; <http://www.ideal.es/granada/deportes/mas-deportes/201602/15/final-universiada-sierra-mejor-20160214015320.html>
- INE: Encuesta Ocupación hotelera (Viajeros y pernoctaciones por comunidades autónomas y provincias). <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2074&L=0>
- INE: Encuesta Ocupación hotelera. (Estancia media por comunidades autónomas y provincias) <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2065&L=0>
- Junta de Andalucía; Datos económicos y estadísticos; <http://www.juntadeandalucia.es/andalucia/economia/turismo.html>
- Nevasport: Imagen de la estación de esquí de Sierra Nevada (1975-78) <http://www.nevasport.com/reportajes/art/34032/Sierra-Nevada-anos-70-y-80/>
- OMT: Informe anual de la OMT; <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>
- SierraNevada.es; Historia de la estación. "100 años de historia" <http://sierranevada.es/centenario/index.html>
- SierraNevada.es; Información estación; Dossier de Prensa Temporada 2011-2012 http://sierranevadaclub.es/media/656900/dossier_prensa_temporada_11-12.pdf
- SierraNevada.es; Información estación; Dossier de Prensa Temporada 2013-2014 http://sierranevada.es/media/1446/dossier_prensa_temporada_13-14.pdf
- SierraNevada.es; Información estación; Dossier de Prensa Temporada 2014-2015 <http://sierranevada.es/media/2579/dossier-de-prensa-2014-2015.pdf>

SierraNevada.es; Información estación; Dossier de Prensa Temporada 2015-2016

<http://sierranevada.es/media/4502/dossier-de-prensa-2015-2016.pdf>

Wikipedia.org; Información Turismo en España;

https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Espa%C3%B1a#cite_note-10

Wikipedia.org Información Estación Esquí de Sierra Nevada;

https://es.wikipedia.org/wiki/Estaci%C3%B3n_de_esqui%C3%AD_de_Sierra_Nevada

Wikipedia.org Información Sierra Nevada;

[https://es.wikipedia.org/wiki/Sierra_Nevada_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Sierra_Nevada_(Espa%C3%B1a))

Anexos

TABLAS TEMPORADA 2009/2010

	Temporada 08/09	Temporada 09/10	%VARIACION
Esquiadores	1001042	701128	-30,00%
No esquiadores	71341	53490	-25,00%
Actividades	40209	62033	54,00%
TOTAL	1112592	816651	
Visitantes	200000	215000	8,0%
TOTAL	1312592	1031651	-21%

	Primavera	Baja	Media	Alta
Esquiadores	24614	96623	255256	287243
No esquiadores	2133	6559	13569	26744
Actividades	1891	6865	16552	33774

	Esquiadores	No esquiadores	Actividades	TOTAL
Puente Constitución	10968	3384	3730	18082
Navidad Reyes	44950	4336	7305	56591
Semana Santa	80036	6630	5655	92321

	Esquiadores	No esquiadores y actividades
Diciembre	44701	7752
Enero	194434	13522
Febrero	137294	10255
Marzo	204157	10325
Abril	116690	11123

Procedencia de la clientela	100,0%
Nacional	91,40%
Internacional	8,60%
Afluencia por países	100,0%
Portugueses	61,10%
Británicos	6,60%
Polacos	5,50%
Rusos	3,60%
Belgas, noruegos y otros países europeos	23,20%

Ocupación hotelera	65%
Puente de la Constitución	30%
Navidad	57%
Semana Santa	80%
Diciembre	73%
Enero	
Febrero	
Marzo	
Abril	

TABLAS TEMPORADA 2010/2011

	Temporada 09/10	Temporada 10/11	%VARIACION
Esquiadores	701128	848255	21,00%
No esquiadores	53490	69670	30,00%
Actividades	62033	62732	1,00%
Visitantes	215000	220000	2,0%
TOTAL	1031651	1200657	16%

	Primavera	Media	Baja	Alta
Esquiadores	10567	266300	92913	478475
No esquiadores	1408	22258	6787	39217
Actividades	160	19547	8093	34932

	Esquiadores	No esquiadores	Actividades
Puente Constitución	14737	2762	3802
Navidad Reyes	122038	10096	7908
Semana Santa	34381	2479	1087

	Esquiadores	No esquiadores y actividades
Diciembre	109557	21520
Enero	209036	29603
Febrero	236148	35442
Marzo	192247	30784
Abril	101267	14235

Procedencia de la clientela	100,0%
Nacional	92,0%
Internacional	8,0%
Afluencia por países	
Reino Unido	51,6%
Portugal	39,5%
Rusia	
Francia	4,5%
Alemania	2,6%
Italia	1,7%

Ocupación hotelera	65%
Puente de la Constitución	30%
Navidad	57%
Semana Santa	80%
Diciembre	73%
Enero	
Febrero	
Marzo	
Abril	

TABLAS TEMPORADA 2011/2012

	Temporada 10/11	Temporada 11/12	%VARIACION
Esquiadores	848255	843347	-0,60%
No esquiadores	69670	75896	8,90%
Actividades	62732	73643	17,00%
Visitantes	220000	220000	
TOTAL	1200657	1212886	1,2%

	Primavera	Semana Santa	Baja	Alta
Esquiadores	9060	39808	339672	463591
No esquiadores	1756	3168	22829	49005
Actividades	689	2754	26889	43853

	Esquiadores	Visitantes	Actividades
Puente Constitución	40102	4204	3323
Navidad Reyes	128062	23671	9725
Semana Santa	39808	3168	2754

	Esquiadores	No esquiadores y actividades
Diciembre	188883	21520
Enero	204322	29603
Febrero	216837	35442
Marzo	174323	30784
Abril	49922	14235

Procedencia de la clientela	100,0%
Nacional	82,4%
Internacional	17,6%
Afluencia por países	
España	82,4%
Reino Unido	10,80%
Portugal	4,90%
Francia	1,10%
Alemania	0,40%
Italia	0,20%
Otros países	0,30%

Ocupación hotelera	60%
Puente de la Constitución	80%
Navidad	
Semana Santa	
Diciembre	40%
Enero	
Febrero	
Marzo	
Abril	

TABLAS TEMPORADA 2012/2013

	Temporada 11/12	Temporada 12/13	%VARIACION
Esquiadores	843347	790326	-6,30%
No esquiadores	75896	66272	-12,70%
Actividades	73643	50102	-32,00%
Visitantes	220000	200000	-9,1%
TOTAL	1212886	1106700	-9%

	Primavera	Promoción	Baja	Alta
Esquiadores	60779	123058	176677	429812
No esquiadores	4110	8569	9303	44290
Actividades	2827	5684	9760	31831

	Esquiadores	No esquiadores	Actividades
Puente Constitución	31450	4355	2613
Navidad Reyes	126166	12399	9560
Semana Santa	65024	4587	3456

	Esquiadores	No esquiadores y actividades
Diciembre	150167	27801
Enero	169834	22651
Febrero	206491	27886
Marzo	167270	24542
Abril	94931	13348

Procedencia de la clientela	100,0%
Nacional	80,4%
Internacional	19,6%
Afluencia por países	100,0%
España	80,4%
Reino Unido	11,10%
Portugal	5,40%
Rusia	1,20%
Francia	1,10%
Alemania	0,30%
Italia	0,20%
Otros países	0,30%

Ocupación hotelera	63%
Puente de la Constitución	70%
Navidad	69%
Semana Santa	79%
Diciembre	52%
Enero	61%
Febrero	78%
Marzo	70%
Abril	57%

TABLAS TEMPORADA 2013/2014

	Temporada 2012/2013	Temporada 2013/2014	%VARIACION
Esquiadores	790326	781227	-1,20%
No esquiadores	66272	78427	18,00%
Actividades	50102	58634	17,00%
Visitantes	200000	200000	0%
TOTAL	1106700	1118288	

	Primavera	Promoción	Baja	Alta
Esquiadores	23309	91106	277155	389667
No esquiadores	2781	6916	18866	49866
Actividades	2958	4118	18975	32583

	Esquiadores	No esquiadores	Actividades
Puente Constitución	22213	5210	3700
Navidad Reyes	112469	11779	8281
Semana Santa	41314	3673	1185

	Esquiadores	No esquiadores y actividades
Diciembre	129996	27661
Enero	178246	27603
Febrero	192509	35846
Marzo	175008	28478
Abril	105468	17473

Procedencia de la clientela	
Nacional	83%
Internacional	17%
España	
Francia	5,9%
Alemania	7,4%
EEUU	7,4%
Portugal	35,3%
Reino Unido	26,5%
Otros países	17,7%

Ocupación hotelera	
Puente de la Constitución	52%
Navidad	67%
Semana Santa	50%
Diciembre	44%
Enero	59%
Febrero	76%
Marzo	58%
Abril	47%

TABLAS TEMPORADA 2014/2015

	Temporada 13/14	Temporada 14/5	%VARIACION
Esquiadores	781227	878958	12,50%
No esquiadores	78427	98033	16,10%
Actividades	58634	56593	-3,50%
Visitantes	200000	200000	0%
TOTAL	1118288	1233584	10%

	Primavera	Promoción	Baja	Alta
Esquiadores	30114	109500	260852	478492
No esquiadores	4398	9386	18583	65666
Actividades	1387	4894	14937	35375

	Esquiadores	No esquiadores	Actividades
Puente Constitución	21965	4823	2751
Navidad Reyes	136916	18029	10211
Semana Santa	75561	6230	3916

	Esquiadores	No esquiadores y actividades
Diciembre	155722	31989
Enero	194507	33464
Febrero	228057	38227
Marzo	212005	34509
Abril	85582	15785

Procedencia de la clientela	
Nacional	87%
Internacional	13%
España	87%
Francia	0,50%
Alemania	0,30%
Italia	0,05%
Portugal	4,20%
Reino Unido	7,60%
Rusia	0,30%
Otros países	0,10%

Ocupación hotelera	68%
Puente de la Constitución	74%
Navidad	82%
Semana Santa	90%
Diciembre	56%
Enero	69%
Febrero	81%
Marzo	73%
Abril	60%