



Actividad turística por sectores

Capítulo 3

3. ACTIVIDAD TURÍSTICA POR SECTORES.

En el año 2009 operaban en Andalucía un total de 15.835 establecimientos, con 372.290 plazas disponibles. En plena crisis económica la oferta de alojamientos, en plazas, llegó a crecer un 3 por ciento en 2008 y en 2009 repite con una tasa anual del 3,3 por ciento respecto al año anterior. Esta dinámica de crecimiento de la oferta de alojamientos se viene produciendo durante la última década. Si se compara el año 2003 y 2009 (Cuadro 3.2) la variación acumulada se eleva al 21,3 por ciento en número de plazas; particularmente elevada es la generación de plazas en los alojamientos de turismo rural.

Cuadro 3.1

Oferta de alojamientos de Andalucía 2009

	2009		Variación anual porcentajes	
	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
Hoteles	2.434	244.321	1,7	1,5
Apartamentos turísticos	11.964	45.008	2,6	2,2
Acampamentos turísticos	124	72.678	1,4	-0,7
Alojamientos de turismo rural	1.313	10.283	14,0	14,0
Total alojamientos	15.835	372.290	3,3	1,4

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

La importancia de la oferta hotelera con el 65,6 por ciento de las plazas totales es indudable en la oferta turística andaluza. El resto de sectores tienen pesos muy inferiores: 12,1 por ciento apartamentos turísticos, 19,5 por ciento acampamentos turísticos y 2,8 por ciento alojamientos de turismo rural.

Cuadro 3.2

Establecimientos turísticos de Andalucía 2003-2009.

	Establecimientos	Plazas
2003		
Hoteles	2.154	189.127
Apartamentos turísticos	10.462	36.621
Acampamentos turísticos	120	77.984
Alojamientos de turismo rural	380	3.199
Total alojamientos	13.115	306.931
2009		
Hoteles	2.434	244.321
Apartamentos turísticos	11.964	45.008
Acampamentos turísticos	124	72.678
Alojamientos de turismo rural	1.313	10.283
Total alojamientos	15.835	372.290
Variación acumulada porcentajes		
Hoteles	13,0	29,2
Apartamentos turísticos	14,4	22,9
Acampamentos turísticos	3,1	-6,8
Alojamientos de turismo rural	245,9	221,5
Total alojamientos	20,7	21,3

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

Por el lado del empleo ha sido diferente, como se pudo comprobar en el capítulo anterior. Según la información disponible, en 2009 el empleo en las actividades características del turismo ascendía a 201.076 personas y el deterioro se extiende a todos los subsectores como ya se comentó, sobre todo a los servicios de alojamientos y a las agencias de viajes y turoperadores con caídas cada uno de ellos del orden del -7,6 por ciento. En el periodo 2003-2007 la tasa anual media de crecimiento del empleo alcanzaba el 6,1 por ciento.

Por otra parte, en 2009, la concentración de la oferta hotelera en la provincia de Málaga equivalía al 34,4 por ciento del total y en la provincia de Cádiz se localiza el 16,2 por ciento de las plazas hoteleras andaluzas. A nivel regional la oferta hotelera creció en 2009 un 1,5 por ciento respecto al año anterior; resalta el alto ritmo de crecimiento de la provincia de Granada (6,6 por ciento) aunque también es significativo el crecimiento de la oferta hotelera en las provincias de Sevilla y Jaén (Cuadro 3.3).

Cuadro 3.3

Oferta hotelera por provincias, 2009

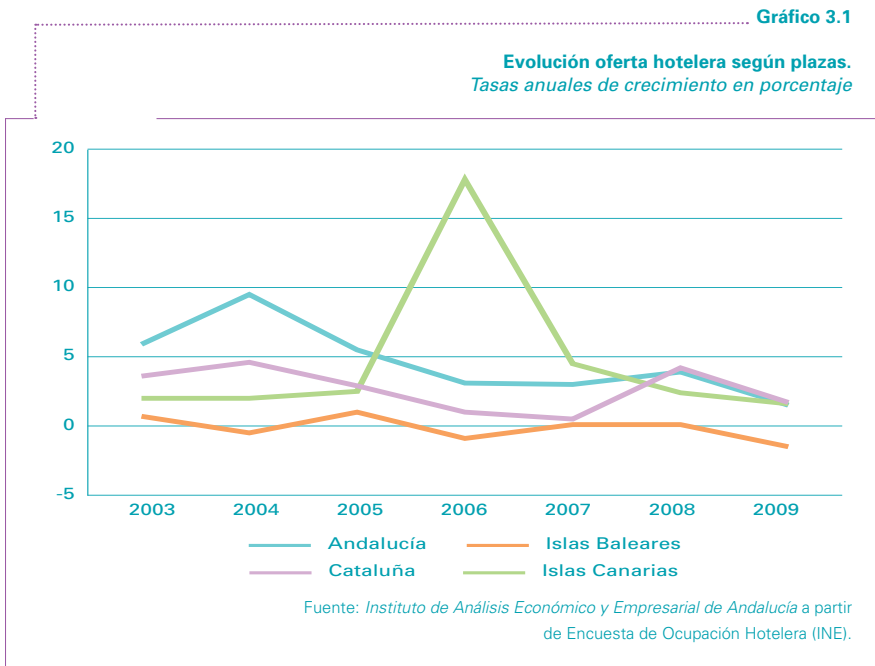
	2009		Variación anual (Porcentaje)	
	Establecimientos hoteleros	Plazas	Establecimientos hoteleros	Plazas
Almería	202	28.797	1,7	0,8
Cádiz	435	39.342	0,5	-0,5
Córdoba	181	9.454	-0,5	1,9
Granada	413	28.413	7,3	6,6
Huelva	150	20.228	-4,0	1,7
Jaén	187	8.799	-0,6	3,8
Málaga	551	83.809	0,7	0,0
Sevilla	315	25.478	3,8	3,9

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

La tasa anual de crecimiento de la oferta hotelera de Andalucía en 2009 coincide prácticamente con la de España (1,7 por ciento). Pero si ampliamos el análisis al periodo 2003-2009, el incremento medio anual¹ de la oferta de Andalucía (4,6 por ciento) supera al de España (3,4 por ciento). En este sentido, hay que resaltar de nuevo el alto nivel de la oferta hotelera andaluza en el contexto nacional y el mantenimiento de altas tasas de crecimiento en la misma. El

1 A partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE.

Gráfico 3.1 confirma a Andalucía en el periodo 2003-2009 como una de las Comunidades² con mayor incremento anual medio (4,6 por ciento), por detrás de Madrid (6,3 por ciento) y País Vasco (5,1 por ciento) y con un nivel similar a Canarias.



El mantenimiento de tasas positivas de crecimiento de la oferta hotelera en la región viene, no obstante, acompañado de una cierta desaceleración: las variaciones anuales eran superiores al 5 por ciento hasta el año 2005; se acoplan a un ritmo inferior, en torno al 3 por ciento, de 2006 a 2008 y llega al 1,5 por ciento de la actualidad.

En este tema, resulta oportuno comparar en el periodo 2003-2009 las evoluciones de las pernoctaciones hoteleras y las de la oferta hotelera (plazas): mientras que las primeras crecen a una tasa anual media del 2 por ciento, la oferta de plazas

2 Datos de la EOH (INE).

Cuadro 3.4

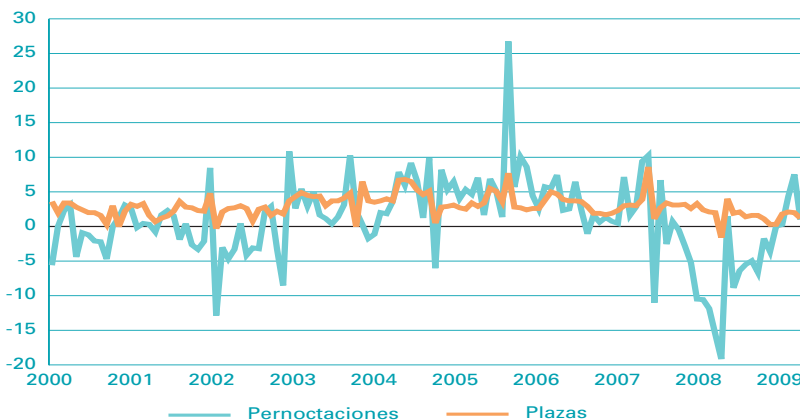
Evolución del grado de ocupación en hoteles.
Porcentaje

	Andalucía	España	Diferencia Andalucía-España
2003	52,0	54,5	2,5
2004	50,2	53,5	3,3
2005	50,7	54,2	3,5
2006	52,2	56,4	4,2
2007	51,8	56,0	4,2
2008	49,3	53,5	4,2
2009	44,8	49,5	4,5

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Gráfico 3.2

Pernoctaciones hoteleras y plazas (2000-2010 abril).
Tasas de variación interanual en porcentaje



Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

hoteleras lo hace al 4,6 por ciento. Esto, lógicamente, tiene sus repercusiones en el grado de ocupación, ya que en Andalucía no solo es inferior al de España sino que la diferencia ha aumentado durante el periodo 2003-2009, de forma que en 2009 llega a 4,7 puntos porcentuales.

La oferta hotelera localizada en destinos litoral se cifra para 2009 en 157.611 plazas, con lo cual representa el 64,5 por ciento de la oferta hotelera total de Andalucía; sólo la Costa del Sol acumula el 31,2 por ciento de la oferta hotelera de la región (Cuadro 3.5). Durante 2008 la oferta hotelera de los destinos de litoral registró tasas positivas de crecimiento, entre el 6,5 por ciento y el 7,5 por ciento en la Costa de la Luz de Huelva, Costa Tropical y Costa del Sol; y en 2009 destaca el alto crecimiento de la Costa Tropical (21,2 por ciento), con un relativo descenso de las plazas en la Costa de la Luz de Cádiz y una muy leve disminución en la Costa del Sol.

Cuadro 3.5

Oferta hotelera en destinos de litoral.

	Plazas estimadas			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	25.406	26.113	26.751	26.885
Costa de la Luz de Cádiz	30.115	32.033	32.606	31.780
Costa Tropical (Granada)	4.574	4.515	4.819	5.840
Costa de la Luz (Huelva)	14.930	15.367	16.469	16.673
Costa del Sol (Málaga)	70.271	71.446	76.826	76.433
	Incrementos anuales (porcentaje)			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	-	2,8	2,4	0,5
Costa de la Luz de Cádiz	-	6,4	1,8	-2,5
Costa Tropical (Granada)	-	-1,3	6,7	21,2
Costa de la Luz (Huelva)	-	2,9	7,2	1,2
Costa del Sol (Málaga)	-	1,7	7,5	-0,5

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

En cuanto al grado de ocupación, en los hoteles de litoral (Cuadro 3.6), se caracteriza por una alta variabilidad entre los distintos destinos de litoral. En 2009, la Costa de la Luz de Huelva tenía un nivel similar, ligeramente inferior, al del conjunto de Andalucía (44,8) y sólo la Costa del Sol lo superaba, en más de 5 puntos porcentuales. En el citado cuadro se puede observar una disminución en el grado de ocupación en los últimos años en los hoteles de todos los destinos de litoral, con ciertas diferencias en esta evolución. Y resalta el deterioro significativo de esta variable en 2009.

Cuadro 3.6

Grado de ocupación en hoteles de litoral.
Plazas

	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	48,2	46,7	45,1	40,4
Costa de la Luz de Cádiz	48,2	48,2	45,3	43,3
Costa Tropical (Granada)	55,0	56,3	50,4	39,3
Costa de la Luz (Huelva)	51,9	51,5	48,3	46,6
Costa del Sol (Málaga)	58,9	58,5	56,3	50,3

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Los impactos de la recesión en términos de empleo se dejaron notar con intensidad en los hoteles del litoral andaluz (Cuadro 3.7), sobre todo en la Costa de Almería y en la Costa del Sol; también la Costa de la Luz de Cádiz sufrió un fuerte ajuste en el empleo, en este caso teniendo en cuenta la evolución de esta variable en 2008 y 2009.

En cuanto a los apartamentos turísticos, el 71,4 por ciento de las plazas de Andalucía se localizan en los destinos de litoral (Cuadro 3.8), sobre todo en la Costa del Sol. En este segmento la parte del litoral más dañada por la recesión, en términos de pérdidas de plaza, es la Costa de Almería que desde 2007 viene registrando tasas anuales de variación negativas; en cambio el efecto sobre la Costa del Sol es muy reducido.

Cuadro 3.7

Empleo en hoteles de litoral.

	Personal empleado			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	2.686	2.694	2.625	2.252
Costa de la Luz de Cádiz	5.772	5.964	5.021	4.492
Costa Tropical (Granada)	643	621	620	563
Costa de la Luz (Huelva)	2.068	2.052	2.018	2.014
Costa del Sol (Málaga)	11.919	12.763	12.420	10.314
	Evolución del empleo			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	-	0,3	-2,6	-14,2
Costa de la Luz de Cádiz	-	3,3	-15,8	-10,5
Costa Tropical (Granada)	-	-3,3	-0,3	-9,2
Costa de la Luz (Huelva)	-	-0,8	-1,7	-0,2
Costa del Sol (Málaga)	-	7,1	-2,7	-17,0

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

El grado de ocupación por plazas de los apartamentos localizados en los destinos de litoral refleja una mayor ocupación en los apartamentos de la Costa del Sol (37,5 por ciento). En la Costa de la Luz de Cádiz no se detecta ningún signo de impacto de la recesión sobre el grado de ocupación, esta variable permanece prácticamente constante en el periodo 2007-2009 y la mayor disminución en 2009, respecto al año anterior, se da en los apartamentos de la Costa del Sol (-6,4 p.p.).

En el nivel de empleo se verifica la mayor importancia relativa de los apartamentos turísticos ubicados en la Costa del Sol. En cuanto a su evolución reciente, se pueden contrastar los fuertes ritmos de creación de empleo en 2007 y 2008 tanto en la Costa de la Luz de Cádiz como en la Costa del Sol con el dato de 2009, de crecimiento inferior a un 1 por ciento en el

primer caso y de retroceso moderado en el segundo caso. En cambio, los datos indican el mayor efecto negativo de la recesión en la Costa de Almería (Cuadro 3.10.).

Cuadro 3.8

Oferta de apartamentos turísticos en destinos de litoral.

	Número de plazas estimadas			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	7.015	6.823	6.273	6.131
Costa de la Luz de Cádiz	1.460	1.992	2.255	2.189
Costa del Sol (Málaga)	20.415	21.321	24.047	23.857
	Incremento anual (porcentaje)			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	-	-2,7	-8,1	-2,3
Costa de la Luz de Cádiz	-	36,4	13,2	-2,9
Costa del Sol (Málaga)	-	4,4	12,8	-0,8

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos. (INE).

Cuadro 3.9

Grado de ocupación en apartamentos turísticos de litoral.

Grado de ocupación por plazas

	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	29,4	27,4	27,2	23,3
Costa de la Luz de Cádiz	25,8	24,2	24,4	24,6
Costa del Sol (Málaga)	43,1	43,4	43,9	37,5

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos. (INE).

Cuadro 3.10

Empleo en apartamentos turísticos de litoral.

	Personal empleado			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	231	271	261	220
Costa de la Luz de Cádiz	91	122	160	162
Costa del Sol (Málaga)	1.404	1.767	2.704	2.641
	Incrementos anuales porcentaje			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	-	17,0	-3,5	-15,8
Costa de la Luz de Cádiz	-	34,2	31,2	0,9
Costa del Sol (Málaga)	-	25,9	53,0	-2,3

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos. (INE).

Las plazas de los acampamentos turísticos situados en el litoral representan el 72,3 por ciento del total de plazas en acampamentos de Andalucía. Este tipo de oferta cobra mayor protagonismo en la Costa de la Luz de Huelva (Cuadro 3.11). Los mayores efectos de la recesión se produjeron en el año 2008 y se notaron con mayor intensidad en la Costa de Almería y en la Costa de la Luz de Cádiz.

Los datos de empleo confirman los comentarios anteriores (Cuadro 3.12), la Costa de Almería ve disminuir su empleo desde 2007 y en los años 2008 y 2009 lo hace a tasas superiores al 10 por ciento.; en la Costa de la Luz de Cádiz la destrucción de empleo en 2008 llegó al 14,6 por ciento aunque en 2009 presentó tasas positivas (3,3 por ciento). Y en los casos de la Costa de la Luz de Huelva y la Costa del Sol los efectos de la recesión se dejaron notar en mayor medida en términos de empleo que en términos de destrucción de plazas.

Cuadro 3.11

Oferta de acampamentos turísticos en destinos de litoral.

	Plazas			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	8.985	7.728	6.624	6.550
Costa de la Luz de Cádiz	12.406	12.499	11.501	11.648
Costa Tropical (Granada)	3.090	3.202	3.234	3.297
Costa de la Luz (Huelva)	19.100	19.317	19.514	19.341
Costa del Sol (Málaga)	12.606	11.617	11.619	11.729
	Incremento anual porcentaje			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	-	-14,0	-14,3	-1,1
Costa de la Luz de Cádiz	-	0,8	-8,0	1,3
Costa Tropical (Granada)	-	3,6	1,0	1,9
Costa de la Luz (Huelva)	-	1,1	1,0	-0,9
Costa del Sol (Málaga)	-	-7,8	0,0	0,9

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos. (INE).

La oferta de alojamientos de turismo rural por zonas turísticas aparece en el Cuadro 3.13. El conjunto de parques naturales llegan a concentrar aproximadamente la mitad de las plazas del total de alojamientos de turismo rural de Andalucía; los principales entornos, según la oferta de alojamientos, son el Parque Natural de Sierra de Grazalema, el Parque Natural de Sierras de Cazorla, Segura y las Villas y el Parque Natural Sierras de Tejada, Aljara y Alhama.

En general, se puede afirmar que la recesión no ha dañado a la oferta de este tipo de alojamientos. De hecho en determinadas zonas turísticas durante 2008 y 2009 se ha registrado un crecimiento en la oferta de alojamientos de turismo rural (Cuadro 3.13). Las zonas más dinámicas son el Parque Natural de Aracena y Picos de Aroche y el Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas.

Cuadro 3.12

Empleo en acampamentos turísticos de litoral.

	Personal empleado			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	86	82	72	65
Costa de la Luz de Cádiz	175	188	161	166
Costa Tropical (Granada)	34	38	38	38
Costa de la Luz (Huelva)	149	159	155	147
Costa del Sol (Málaga)	124	126	131	115
	Incremento anual porcentaje			
	2006	2007	2008	2009
Costa de Almería	-	-4,3	-12,3	-10,2
Costa de la Luz de Cádiz	-	7,6	-14,6	3,3
Costa Tropical (Granada)	-	12,3	0,9	-2,0
Costa de la Luz (Huelva)	-	6,7	-2,3	-5,4
Costa del Sol (Málaga)	-	0,9	4,2	-11,9

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos. (INE).

El grado de ocupación por plazas en este tipo de alojamientos es relativamente bajo (Cuadro 3.14). Los efectos de la recesión no son homogéneos entre los diversos parques naturales, en el año 2009, en general, disminuye el grado de ocupación respecto al año anterior del orden de 4 a 7 puntos porcentuales con dos salvedades: una, las tasas moderadas pero positivas de los Parques Naturales de Sierra Nevada, los Alcornocales y Sierra de Grazalema; y dos, el espectacular crecimiento del grado de ocupación en 2009 en el Parque Natural Sierras de Tejada, Almijara y Alhama.

Las cifras disponibles sobre personal empleado en los alojamientos de turismo rural por zonas turísticas aparecen en el Cuadro 3.15.

Cuadro 3.13

Oferta de alojamientos de turismo rural por zonas turísticas.

	Número de plazas estimadas			
	2006	2007	2008	2009
Parque Nacional Sierra Nevada	280	274	276	327
Parque Natural Los Alcornocales	435	516	550	584
Parque Natural Sierra de Grazalema	703	814	809	889
Parque Natural Sierra de Hornachuelos	186	211	229	251
Parque Natural Sierras Subbéticas	305	431	452	409
Parque Natural Sierra Nevada	347	357	357	409
Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	594	720	758	659
Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche	323	405	454	537
Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas	494	531	601	684
Parque Natural Sierra de las Nieves	345	432	497	-
Parque Natural Sierra Norte de Sevilla	211	213	228	212
	Incremento anual porcentaje			
	2006	2007	2008	2009
Parque Nacional Sierra Nevada	-	-2,2	0,8	18,5
Parque Natural Los Alcornocales	-	18,7	6,6	6,2
Parque Natural Sierra de Grazalema	-	15,8	-0,6	9,8
Parque Natural Sierra de Hornachuelos	-	13,3	8,4	9,7
Parque Natural Sierras Subbéticas	-	41,5	4,7	-9,4
Parque Natural Sierra Nevada	-	2,7	0,2	14,4
Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	-	21,1	5,4	-13,1
Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche	-	25,3	12,3	18,1
Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas	-	7,6	13,1	13,8
Parque Natural Sierra de las Nieves	-	25,0	15,1	-
Parque Natural Sierra Norte de Sevilla	-	1,0	6,8	-6,8

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Alojamientos de Turismo Rural. (INE).

Cuadro 3.14

Grado de ocupación en alojamientos de turismo rural por zonas turísticas.
Grado de ocupación por plazas

	2006	2007	2008	2009
Parque Nacional Sierra Nevada	24,8	22,0	15,0	16,9
Parque Natural Los Alcornocales	24,3	20,4	14,9	15,1
Parque Natural Sierra de Grazalema	20,6	17,6	15,0	16,1
Parque Natural Sierra de Hornachuelos	18,4	20,0	18,0	13,9
Parque Natural Sierras Subbéticas	23,1	20,9	19,0	15,2
Parque Natural Sierra Nevada	24,9	28,3	23,9	16,8
Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	35,5	32,8	24,9	80,6
Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche	23,8	22,4	21,1	15,7
Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas	21,4	18,2	15,0	11,0
Parque Natural Sierra de las Nieves	21,4	22,4	25,5	-
Parque Natural Sierra Norte de Sevilla	20,5	17,1	17,5	14,8

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Alojamientos de Turismo Rural. (INE).

Para completar el análisis de la actividad turística por sectores en 2009 se incorporan las opiniones y percepciones de los empresarios, recogidas en la Encuesta al Sector Turístico³. Por sectores, el hotelero es el que registra la calificación más baja con un 2,5 de media sobre 5 para la trayectoria del año turístico 2009 mientras que las agencias, con 3 puntos, y las casas rurales, con 2,7, son más favorables en cuanto a su evaluación del comportamiento del sector. Recordar que la media del conjunto del sector turístico fue de 2,6.

3 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

Cuadro 3.15

Empleo en alojamientos de turismo rural por zonas turística, 2009.

Personal empleado

Parque Nacional Sierra Nevada	74
Parque Natural Los Alcornocales	79
Parque Natural Sierra de Grazalema	222
Parque Natural Sierra de Hornachuelos	39
Parque Natural Sierras Subbéticas	65
Parque Natural Sierra Nevada	94
Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	168
Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche	167
Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas	130
Parque Natural Sierra de las Nieves	-
Parque Natural Sierra Norte de Sevilla	29

Fuente: Encuesta de Ocupación Alojamientos de Turismo Rural. (INE).

El sector hotelero adquiere en esta ocasión mayor protagonismo tanto por su importancia como principal sector de alojamiento turístico como por el importante número de empresas incluidas en la muestra total de la Encuesta al Sector Turístico 2009. En cuanto a la primera cuestión, éste es el subsector turístico que peor evalúa el turismo en 2009 en Andalucía, su valoración ha disminuido progresivamente en más de un punto respecto a la evaluación del año 2006 y se encuentra por debajo de la puntuación media del conjunto del sector.

Si se observa el desglose por tipologías⁴, solamente los hoteles con predominio de clientes catalogados como de demanda rural y de naturaleza superan a la media del conjunto del sector con una puntuación de 2,6 (Cuadro 3.17). La peor visión del comportamiento del sector turístico andaluz en 2009 corresponde a los

4 Ver Anexo, en particular las notas sobre la ficha técnica de la Encuesta al Sector Turístico y las divisiones por tipologías y por ubicación geográfica del establecimiento.

Cuadro 3.16

Opinión del subsector hotelero sobre el comportamiento del sector turístico en Andalucía en 2009 comparado con 2008, 2007 y 2006. Valoración de 1 a 5

	Media aritmética	Desviación típica	Media aritmética	Desviación típica
	2009		2008	
Hoteles	2,53	0,92	3,1	0,79
Casas rurales	2,7	1,12	3,18	0,72
Agencias viajes	3	1,06	2,8	1,02
Total	2,58	0,96	3,04	0,82
	2007		2006	
Hoteles	3,48	0,68	3,58	0,74
Casas rurales	2,93	0,75	3,47	0,78
Agencias viajes	3,18	0,75	3,56	0,79
Total	3,3	0,76	3,54	0,77

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

Cuadro 3.17

Opinión sobre el comportamiento del sector hotelero por tipología en Andalucía en 2009

Valoración de 1 a 5.

	2009	
	Media aritmética	Desviación típica
Sol y Playa	2,5	0,83
Cultural	2,39	0,92
Rural	2,62	0,98
Negocios	2,46	0,94
Deportivo	2,26	0,72
Total Hoteles	2,53	0,92

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

hoteles dedicados al turismo deportivo (2,3) seguidos de los de tipo cultural (2,4). Si se tiene en cuenta la ubicación del establecimiento (Cuadro 3.18), los hoteles de ciudad manifiestan la mejor valoración, pues con 2,7 puntos superan en 0,2 al conjunto del sector hotelero, mientras que los hoteles de interior, con una puntuación media del 2,4, ofrecen la visión más negativa de la marcha del sector en este último año.

Aunque el año 2009 haya significado un retroceso en la actividad del sector hotelero andaluz, todas las variables han descendido de forma más moderada que en el conjunto del sector turístico, siendo, con descensos del -8,2 y del -6,4 por ciento, los precios de venta y el número de trabajadores respectivamente los aspectos empresariales más afectados. La inversión, al igual que en los resultados globales, es la variable menos negativa con un descenso interanual medio del -1,2 por ciento.

Cuadro 3.18

Opinión sobre el comportamiento del sector hotelero por ubicación en Andalucía en 2009

Valoración de 1 a 5.

	2009	
	Media aritmética	Desviación típica
Interior	2,42	0,89
Litoral	2,53	0,92
Ciudad	2,67	0,93
Total Hoteles	2,53	0,92

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

En el desglose por tipologías (Cuadro 3.19) se observa que los hoteles cuya demanda se asocia al turismo de sol y playa, con un descenso de sus beneficios del -7,4, disminuyen 3,4 puntos porcentuales más que el total del sector hotelero mientras que, en términos de inversión también retroceden 3,5 puntos porcentuales más. Los hoteles de tipología cultural también superan al conjunto del sector hotelero en materia de descenso de ventas (-6,1 por ciento), beneficios (-5,5 por ciento) y número de trabajadores (-7,3 por ciento), aunque en esta última variable, los hoteles dedicados al segmento rural y de naturaleza presenten el descenso más intenso de todas las tipologías (-9,8 por ciento) al igual que en la inversión (-5,5 por ciento). Los descensos más moderados se han producido en los hoteles que atienden una demanda de actividades deportivas, destacando el número de trabajadores que sólo ha variado un -0,8 por ciento de media respecto al 2008.

En cuanto a la localización del establecimiento hotelero (Cuadro 3.20), los hoteles de ciudad presentan la evolución más desfavorable del año 2009

descendiendo todas las variables con más intensidad que el conjunto del sector hotelero andaluz. En los hoteles de interior sucede lo mismo aunque de forma menos intensa siendo los precios de venta, al igual que en los hoteles de ciudad, el aspecto empresarial que más ha descendido. Por otra parte, los hoteles de litoral son los que menos han sufrido la contracción generalizada de la actividad, apenas manifestando descensos en sus ventas y beneficios (-0,3 por ciento ambos) e inversión (-0,6 por ciento).

Cuadro 3.19

Evolución de las principales variables de actividad en el sector hotelero por tipologías en 2009. *Tasas de variación interanual en porcentajes.*

	Media aritmética	Desviación típica	Media aritmética	Desviación típica
	Hoteles de sol y playa		Hoteles culturales	
Cifra de negocio (ventas)	-2,47	19,13	-6,06	15,9
Número de trabajadores	-6,26	14,2	-7,29	19,72
Precios de venta	-5,78	9,29	-7,56	13,2
Beneficios	-7,44	17,5	-5,46	15,69
Inversión	-4,76	12,56	-0,13	4,51
	Hoteles rurales y de naturaleza		Hoteles de negocios y reuniones	
Cifra de negocio (ventas)	-6,44	15,41	-5,8	15,98
Número de trabajadores	-9,81	21,08	-7,65	16,96
Precios de venta	-7,98	14,59	-7,92	10,77
Beneficios	-5,63	17,68	-6,72	16,93
Inversión	-5,51	17,33	-2,069	11,05
	Hoteles deportivos		Total sector hotelero	
Cifra de negocio (ventas)	-2,4	6,94	-4,08	12,97
Número de trabajadores	-0,77	4,98	-6,42	13,69
Precios de venta	-5,25	8,52	-8,2	12
Beneficios	-3,53	8,24	-4,04	14,38
Inversión	-1	8,45	-1,24	9,08

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Cuadro 3.20

Evolución de las principales variables de actividad en el sector hotelero por destinos en 2009. Tasas de variación interanual en porcentajes.

	Media aritmética	Desviación típica	Media aritmética	Desviación típica
	Hoteles de interior		Hoteles de litoral	
Cifra de negocio (ventas)	-5,45	15,14	-0,34	8,5
Número de trabajadores	-7,85	18	-3,2	8,44
Precios de venta	-8,79	14,31	-3,71	7,5
Beneficios	-5,38	18,72	-0,34	8,22
Inversión	-1,76	12,19	-0,59	5,58
	Hoteles de ciudad		Total sector hotelero	
Cifra de negocio (ventas)	-10,75	14,89	-4,08	12,97
Número de trabajadores	-9,58	12,65	-6,42	13,69
Precios de venta	-18,78	10,19	-8,2	12
Beneficios	-10,75	15,59	-4,047	14,38
Inversión	-1,77	9,53	-1,24	9,08

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

