



Perspectivas turísticas

Capítulo 6

6. PERSPECTIVAS TURÍSTICAS.

Los ejercicios de previsión de la actividad turística son difíciles y complejos y no abundan las previsiones, al menos en términos cuantitativo. A nivel mundial, la OMT considera que el turismo internacional recupera un cierto ritmo después de lo ocurrido en el año 2009, estima que la llegada de turistas internacionales creció un 7 por ciento en los dos primeros meses de 2010¹ (en Europa al 3 por ciento) y prevé un crecimiento en los llegadas de turistas internacionales entre un 3-4 por ciento en 2010. Aunque desde la propia institución se llama la atención sobre los numerosos factores que todavía pueden poner en peligro la recuperación, sobre el crecimiento lento de la mayoría de países avanzados y el aumento del desempleo entre los principales países emisores de turismo.

En el caso de España, Exceltur² estima que el PIB turístico disminuirá en 2010 en un -0,9 por ciento respecto al año anterior, catalogando el panorama futuro como de notable moderación en la caída (en 2009 se registró un descenso del -5,6 por ciento en dicha magnitud). Para la citada entidad, se espera en 2010 un comportamiento de la demanda extranjera algo más negativa que la nacional, con un crecimiento de la llegada de turistas extranjeros del 0,2 por ciento aunque los ingresos por turismo, en términos reales, caerán un -4,9 por ciento. Lo anterior se justifica, en parte, en que durante 2010 persistirá la pauta de predominio de viajes de proximidad. Desde el punto de vista empresarial, Exceltur concluye que la mayoría de los empresarios turísticos españoles prevén en 2010 mejorar sus resultados respecto a 2009 y creen que la recuperación de los niveles de rentabilidad previos a la recesión se lograrán a partir del año 2012.

- 1 Según el Barómetro OMT del Turismo Mundial. Hay que interpretar con cautela estas tasas de crecimiento de principio de año puesto que se comparan con un periodo especialmente débil del año 2009.
- 2 Informe Perspectivas Turísticas Exceltur n° 27 (enero 2009) y n° 32 (abril 2010). Alianza para la Excelencia Turística.

Las previsiones sobre el entorno macroeconómico sustentan el argumento de que durante 2010 se moderará el ritmo de descenso de la demanda turística pero aún perdura un elemento de incertidumbre como es la debilidad del consumo privado en los países de nuestro entorno y el aumento del desempleo. De hecho, han sido las tasas negativas de crecimiento económico y el desempleo los factores que en mayor medida han provocado la contracción de la demanda turística durante 2009. En este sentido, las estimaciones sobre el comportamiento de la actividad turística en 2010 se basan, entre otras cuestiones, en las previsiones de crecimiento económico. En éstas se observa que la evolución del consumo privado en Andalucía en 2010 será de un -0,3 por ciento.

Cuadro 6.1**Previsiones de crecimiento económico.**

| | 2008 | 2009 | 2010* |
|-----------------|------|-------|-------|
| Andalucía | | | |
| Agricultura | 0,8 | -0,5 | 0,0 |
| Industria | -1,6 | -12,3 | -2,4 |
| Construcción | -4,7 | -11,8 | -7,1 |
| Servicios | 2,2 | -0,9 | 0,4 |
| PIB | 0,6 | -3,5 | -0,5 |
| Consumo privado | -0,8 | -5,1 | -0,3 |
| Inversión | -4,9 | -13,2 | -6,8 |
| PIB España | 0,9 | -3,6 | -0,5 |

* Previsiones

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía*, Instituto de Estadística de Andalucía e Instituto Nacional de Estadística.

En un contexto de crecimiento esperado de las actividades de servicios en Andalucía de un 0,4 por ciento y de un descenso del -0,5 por ciento en el PIB regional y nacional³ (Cuadro 6.1), nuestras previsiones sobre la actividad turística en 2010 en Andalucía y España se exponen en el Cuadro 6.2. Según los valores del Indicador Sintético de Actividad Turística indican que la actividad turística experimentará un crecimiento anual en 2010 del 0,4 por ciento en Andalucía y del 0,5 por ciento en España.

- 3 En los cálculos del ISTA se tienen en cuenta también las tasas de crecimiento económico de los países de nuestro entorno, entre otras variables. Consultar Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

Los valores trimestrales del Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía, permiten detectar cómo el valor máximo del indicador se alcanzó en el IV trimestre de 2007. A partir de esta fecha se empieza a notar el impacto de la crisis económica y el ritmo de la actividad turística cae en tasas negativas, las mayores tasas negativas y por lo tanto el momento de mayor efecto de la recesión sobre la actividad turística se da en el IV trimestre de 2008. Y el tránsito hacia tasas intertrimestrales

positivas de la actividad turística se produjo en el IV trimestre de 2009, desde entonces las variaciones intertrimestrales son positivas.

Cuadro 6.2

Previsión de crecimiento en 2010 según el Indicador Sintético de Actividad Turística

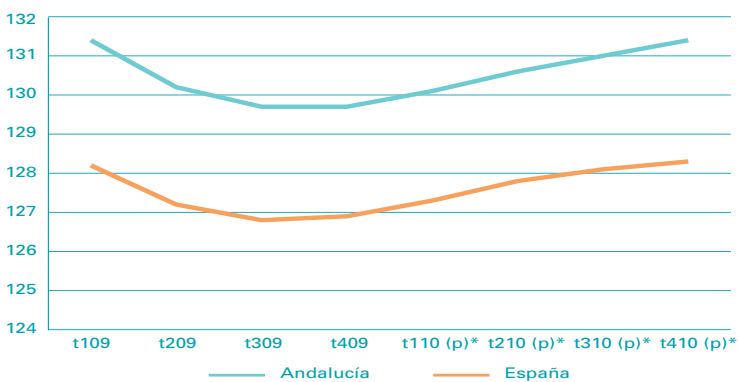
| | Andalucía | España |
|----------------------|-----------|--------|
| t110 | 130,1 | 127,3 |
| t210* | 130,6 | 127,8 |
| t310* | 131,0 | 128,1 |
| t410* | 131,4 | 128,3 |
| Valor anual* | 130,8 | 127,9 |
| Tasa de crecimiento* | 0,4 | 0,5 |

* Valores estimados

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

Gráfico 6.1

Valores trimestrales del ISTA



* Previsiones

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

Cuadro 6.3

ISTA por destinos turísticos de Andalucía.

| | 2009 | 2010 (P) |
|-------------------|------|----------|
| Destino litoral | -4,2 | 0,2 |
| Destino urbano* | -2,7 | 1,1 |
| Resto de destinos | -3,7 | -0,2 |
| Total | -4,0 | 0,4 |

* Capitales de provincia

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

En este informe también se han calculado las previsiones sobre la actividad turística de Andalucía según los destinos turísticos (Cuadro 6.3). Según el Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía, se espera en 2010 un mayor ritmo de crecimiento de las actividades turísticas en los destinos urbanos, capitales de provincia, con un incremento anual del 1,1 por ciento frente a

un 0,2 por ciento de los destinos de litoral. Con la particularidad de que en 2010 la actividad turística disminuirá ligeramente en los destinos de interior y capitales intermedias del interior, a una tasa del -0,2 por ciento.

Las perspectivas turísticas sobre 2010 se completan con el punto de vista de los empresarios turísticos, a partir de los resultados de la Encuesta al Sector Turístico. También se recogen las expectativas del sector sobre la recuperación de la crisis actual.

A pesar del resultado global negativo que ha obtenido el año turístico 2009 y la profunda crisis económica para la que en España se prevé una salida tardía, el sector turístico andaluz se muestra a grandes rasgos positivo respecto a las expectativas que se plantea para 2010, esperando que no se produzcan más descensos y que la actividad al menos se estabilice. Así, un 43,4 por ciento del total del sector estima que las ventas se mantendrán y un 27,6 por ciento incluso espera un ligero aumento (Cuadro 6.4). El número de trabajadores, según estima una gran mayoría de empresas del sector (75,7 por ciento), se mantendrá. Del mismo modo, se espera para los precios de venta similar evolución, con un 66,7 por ciento de establecimientos turísticos que así lo afirma. Un 44,8 por ciento de las empresas coincide en apuntar a un mantenimiento de los beneficios pero también merece ser destacado el 23,9 por ciento que cree que disminuirán ligeramente y el 20,9 por ciento que espera que aumenten, también, ligeramente.

Cuadro 6.4

Expectativa de crecimiento del sector turístico Andalúz en 2010 respecto a 2009, general y por tipologías.

En porcentaje sobre el total de encuestados

| Total | Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|------------------------------|------------------------|-----------------------|--------------|------------------------|------------------------|
| Cifra de negocio (ventas) | 2,4 | 27,6 | 43,4 | 17,4 | 9,2 |
| Número de trabajadores | 0,5 | 11,1 | 75,7 | 10,3 | 2,4 |
| Precios de venta | 0,3 | 9,2 | 66,7 | 18,6 | 5,3 |
| Beneficios | 1,3 | 20,9 | 44,8 | 23,9 | 9,1 |
| Inversión | 4,6 | 14,8 | 65,5 | 7,6 | 7,6 |
| Sol y Playa | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,1 | 26,1 | 42,0 | 27,8 | 2,1 |
| Número de trabajadores | 1,3 | 9,8 | 72,8 | 14,0 | 2,1 |
| Precios de venta | 0,0 | 8,4 | 67,6 | 14,8 | 9,3 |
| Beneficios | 3,4 | 22,5 | 40,7 | 28,3 | 5,1 |
| Inversión | 0,0 | 7,2 | 77,9 | 4,2 | 10,6 |
| Cultural | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 0,0 | 27,3 | 35,7 | 24,1 | 12,9 |
| Número de trabajadores | 1,1 | 7,4 | 78,5 | 6,8 | 6,2 |
| Precios de venta | 0,0 | 10,4 | 65,6 | 17,1 | 6,9 |
| Beneficios | 1,2 | 18,3 | 41,2 | 25,0 | 14,3 |
| Inversión | 3,8 | 17,2 | 64,3 | 5,3 | 9,4 |
| Rural y de naturaleza | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 4,3 | 21,6 | 29,8 | 28,5 | 15,9 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 9,0 | 75,2 | 14,2 | 1,7 |
| Precios de venta | 0,0 | 1,4 | 87,2 | 11,4 | 0,0 |
| Beneficios | 0,0 | 18,9 | 38,9 | 30,9 | 11,3 |
| Inversión | 2,4 | 35,6 | 56,8 | 3,3 | 1,9 |
| Negocios y reuniones | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 1,7 | 27,1 | 46,1 | 13,6 | 8,0 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 12,9 | 60,4 | 18,0 | 5,3 |
| Precios de venta | 0,0 | 16,1 | 54,2 | 20,1 | 6,2 |
| Beneficios | 1,8 | 21,5 | 38,3 | 29,5 | 5,4 |
| Inversión | 5,3 | 12,9 | 60,9 | 7,4 | 10,1 |
| Deportivo | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 1,3 | 43,5 | 41,5 | 8,7 | 5,0 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 35,3 | 47,8 | 16,9 | 0,0 |
| Precios de venta | 0,0 | 23,0 | 61,3 | 14,5 | 1,2 |
| Beneficios | 0,0 | 21,0 | 56,9 | 19,5 | 2,6 |
| Inversión | 0,0 | 32,5 | 57,0 | 1,9 | 8,7 |

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

Las expectativas por tipologías no se desvían de la tendencia general de estabilización aunque existen algunas diferencias que merecen ser mencionadas. En las empresas cuyo tipo de cliente es de "turismo rural y de naturaleza" existe un porcentaje similar de ellas que predice un mantenimiento (29,8 por ciento) y una disminución ligera (28,5 por ciento) de las ventas. Para las empresas de segmento "deportivo", sin embargo, la evaluación de esta variable para 2010 es más positiva, ya que un 43,5 por ciento de ellas apuesta por un aumento moderado y un 41,5 por ciento por un mantenimiento. La tipología deportiva tiene el mayor porcentaje de empresas que creen que el número de trabajadores y precios de venta aumentarán ligeramente (35,3 y 23 por ciento respectivamente frente al 11,1 y el 9,2 por ciento del conjunto del sector). Esta misma tipología destaca, por superar en 12 puntos porcentuales al conjunto del sector, en cuanto a empresas que esperan un mantenimiento de los beneficios, quitándole el peso que otras tipologías dan a una reducción ligera de estos. Por último, la inversión para casi la mayoría de las empresas cuyo cliente es de motivación "sol y playa" se mantendrá (77,9 por ciento) superando en aproximadamente 12 puntos porcentuales al conjunto sectorial. La distribución de las opiniones es más equilibrada en las empresas de "turismo rural y de naturaleza" y "deportivo" en las que, aunque predomina una estabilización de esta variable (56,8 y 57 por ciento en cada caso), también obtienen un peso importante las opiniones en torno a un aumento ligero (35,6 y 32,5 por ciento).

En los resultados obtenidos por ubicación geográfica (Cuadro 6.5) se observa que los establecimientos de alojamiento situados en ciudad tienen una visión más optimista que el conjunto del sector respecto al aumento de ventas, destacando el 33,3 por ciento que espera un aumento moderado de esta variable para 2010, contando también con el porcentaje más alto de empresas que esperan mantener sus trabajadores (78,6 por ciento). También este tipo de empresas tiene una opinión más optimista sobre los beneficios que el conjunto del sector, con un 48,8 y un 23,8 por ciento de ellas que creen que se mantendrán y aumentarán ligeramente en cada caso. Para aquellas empresas localizadas en el interior, el peso que tiene el mantenimiento de precios es mayor que en el conjunto sectorial y que en el resto de ubicaciones (72,6 por

ciento) ocurriendo lo mismo con la inversión cuyo porcentaje de empresas que espera que aumente ligeramente (24,6 por ciento) supera en casi 9 puntos porcentuales a la media del sector y casi duplica a la de los establecimientos de litoral. Estos últimos ven más probable un mantenimiento de las ventas que el resto de establecimientos (48,2 por ciento), mientras que para los beneficios

Cuadro 6.5

Expectativa de crecimiento del sector turístico Andaluz en 2010 respecto a 2009, general y por destinos.
En porcentaje sobre el total de encuestados

| Total | Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|---------------------------|------------------------|-----------------------|--------------|------------------------|------------------------|
| Cifra de negocio (ventas) | 2,4 | 27,6 | 43,4 | 17,4 | 9,2 |
| Número de trabajadores | 0,5 | 11,1 | 75,7 | 10,3 | 2,4 |
| Precios de venta | 0,3 | 9,2 | 66,7 | 18,6 | 5,3 |
| Beneficios | 1,3 | 20,9 | 44,8 | 23,9 | 9,1 |
| Inversión | 4,6 | 14,8 | 65,5 | 7,6 | 7,6 |
| Interior | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,2 | 26,9 | 40,3 | 17,2 | 13,4 |
| Número de trabajadores | 0,8 | 12,0 | 73,7 | 11,3 | 2,3 |
| Precios de venta | 0,0 | 7,4 | 72,6 | 16,3 | 3,7 |
| Beneficios | 2,3 | 21,2 | 40,9 | 21,2 | 14,4 |
| Inversión | 3,0 | 24,6 | 59,7 | 6,0 | 6,7 |
| Litoral | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,9 | 20,9 | 48,2 | 18,7 | 9,4 |
| Número de trabajadores | 0,7 | 11,6 | 73,2 | 11,6 | 2,9 |
| Precios de venta | 0,7 | 5,8 | 67,6 | 19,4 | 6,5 |
| Beneficios | 0,8 | 16,4 | 43,3 | 30,6 | 9,0 |
| Inversión | 6,0 | 12,8 | 63,9 | 10,5 | 6,8 |
| Ciudad | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,4 | 33,3 | 45,2 | 14,3 | 4,8 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 9,5 | 78,6 | 9,5 | 2,4 |
| Precios de venta | 0,0 | 14,3 | 54,8 | 23,8 | 7,1 |
| Beneficios | 1,2 | 23,8 | 48,8 | 22,6 | 3,6 |
| Inversión | 6,0 | 6,0 | 69,1 | 7,1 | 11,9 |

Los porcentajes medios obtenidos por variable para el total del sector incorporan los resultados de todos los encuestados. En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

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

es el conjunto de empresas que mayor peso concede a una disminución ligera (30,6 por ciento frente al 23,9 del global del sector y a los 21,2 y 22,6 por ciento de interior y ciudad respectivamente).

El sector hotelero apuesta por una estabilización de su actividad para 2010, observando también la posibilidad de crecimiento o disminución moderadas de cada una de las variables analizadas. Así, para el número de trabajadores, un 71,7 por ciento de empresas hoteleras espera un mantenimiento, lo mismo que un 65,4 por ciento para la inversión (Cuadro 6.6). En ventas y beneficios, aunque una mayoría de los hoteles apuestan por su mantenimiento hay también un porcentaje considerable de hoteles que prevé un aumento o disminución ligeros.

Los hoteles de demanda orientada al sol y playa perciben para 2010 un mantenimiento del número de trabajadores y precios de venta. En estos últimos destaca el 11,6 por ciento de establecimientos que esperan una disminución fuerte, siendo el mayor porcentaje en esta expectativa para la variable precios de todas las tipologías analizadas. Respecto a las opiniones en torno a la evolución de los beneficios, se encuentran distribuidas entre la estabilización (36,4 por ciento), la disminución ligera (31,2 por ciento) y el aumento moderado (21,8 por ciento). Los hoteles rurales y de naturaleza destacan por la diversidad de opiniones respecto a las ventas, sobre todo porque es la tipología en la que mayor proporción de hoteles prevén que disminuyan fuertemente (17,3 por ciento). En los hoteles de negocios y reuniones así como en los deportivos existe una tendencia general al mantenimiento de precios (51,6 y 53,8 por ciento respectivamente) aunque conviene precisar el porcentaje de hoteles de ambas tipologías que también creen en un aumento moderado de precios de venta, en concreto, un 16,8 por ciento en negocios y un 27,4 por ciento en deportivo. Además, en los hoteles de esta última tipología, la expectativa de mantener beneficios es mayor que en otras (60,2 por ciento), que conceden más peso a una disminución ligera de éstos.

Las expectativas del conjunto de establecimientos situados en el interior (Cuadro 6.7) es muy similar al conjunto del sector hotelero, a excepción de

Cuadro 6.6

**Expectativa de crecimiento del sector hotelero en 2010
respecto a 2009, general y por tipologías.**

En porcentaje sobre el total de encuestados

| Total sector hotelero | Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|--|------------------------|-----------------------|--------------|------------------------|------------------------|
| Cífra de negocio (ventas) | 2,9 | 27,6 | 43,8 | 15,9 | 9,8 |
| Número de trabajadores | 0,6 | 12,7 | 71,7 | 12,1 | 2,9 |
| Precios de venta | 0,3 | 9,2 | 63,3 | 21,2 | 6,0 |
| Beneficios | 1,6 | 20,5 | 43,8 | 24,7 | 9,4 |
| Inversión | 5,2 | 12,6 | 65,4 | 8,4 | 8,4 |
| Hoteles de sol y playa | | | | | |
| Cífra de negocio (ventas) | 2,6 | 26,3 | 42,7 | 25,8 | 2,6 |
| Número de trabajadores | 1,6 | 12,2 | 66,1 | 17,5 | 2,6 |
| Precios de venta | 0,0 | 6,8 | 65,8 | 15,9 | 11,6 |
| Beneficios | 4,3 | 21,8 | 36,4 | 31,2 | 6,4 |
| Inversión | 0,0 | 9,0 | 72,4 | 5,3 | 13,3 |
| Hoteles culturales | | | | | |
| Cífra de negocio (ventas) | 0,0 | 31,3 | 36,8 | 20,6 | 11,3 |
| Número de trabajadores | 1,6 | 10,4 | 69,7 | 9,6 | 8,7 |
| Precios de venta | 0,0 | 13,6 | 56,9 | 19,9 | 9,7 |
| Beneficios | 1,6 | 20,6 | 38,5 | 26,1 | 13,2 |
| Inversión | 5,3 | 13,2 | 62,8 | 7,5 | 11,2 |
| Hoteles rurales y de naturaleza | | | | | |
| Cífra de negocio (ventas) | 8,5 | 25,9 | 29,4 | 18,9 | 17,3 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 17,1 | 53,0 | 26,8 | 3,1 |
| Precios de venta | 0,0 | 2,8 | 81,4 | 15,9 | 0,0 |
| Beneficios | 0,0 | 26,4 | 40,0 | 25,5 | 8,1 |
| Inversión | 4,7 | 20,2 | 75,1 | 0,0 | 0,0 |
| Hoteles de negocios y reunión | | | | | |
| Cífra de negocio (ventas) | 1,8 | 27,3 | 49,1 | 13,2 | 8,5 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 13,7 | 61,5 | 19,2 | 5,6 |
| Precios de venta | 0,0 | 16,8 | 51,6 | 25,1 | 6,6 |
| Beneficios | 1,9 | 21,4 | 40,6 | 30,3 | 5,7 |
| Inversión | 5,6 | 13,8 | 59,5 | 6,7 | 14,5 |
| Hoteles deportivos | | | | | |
| Cífra de negocio (ventas) | 1,5 | 48,6 | 43,1 | 3,8 | 3,0 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 42,5 | 37,2 | 20,3 | 0,0 |
| Precios de venta | 0,0 | 27,4 | 53,8 | 17,3 | 1,4 |
| Beneficios | 0,0 | 22,3 | 60,3 | 17,5 | 0,0 |
| Inversión | 0,0 | 30,2 | 60,2 | 2,3 | 7,4 |

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

Cuadro 6.7

**Expectativa de crecimiento del sector hotelero en 2010
respecto a 2009, general y por destino.**

En porcentaje sobre el total de encuestados

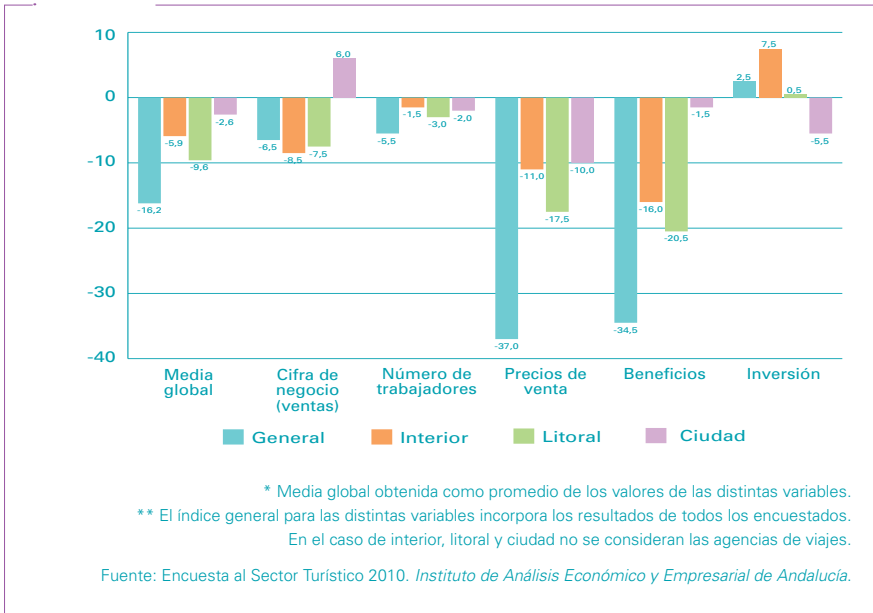
| Total sector hotelero | Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|----------------------------|------------------------|-----------------------|--------------|------------------------|------------------------|
| Cífra de negocio (ventas) | 2,9 | 27,6 | 43,8 | 15,9 | 9,8 |
| Número de trabajadores | 0,6 | 12,7 | 71,7 | 12,1 | 2,9 |
| Precios de venta | 0,3 | 9,2 | 63,3 | 21,2 | 6,0 |
| Beneficios | 1,6 | 20,5 | 43,8 | 24,7 | 9,4 |
| Inversión | 5,2 | 12,6 | 65,4 | 8,4 | 8,4 |
| Hoteles de interior | | | | | |
| Cífra de negocio (ventas) | 3,2 | 30,9 | 37,2 | 13,8 | 14,9 |
| Número de trabajadores | 1,1 | 16,0 | 64,9 | 14,9 | 3,2 |
| Precios de venta | 0,0 | 9,5 | 64,2 | 21,1 | 5,3 |
| Beneficios | 3,3 | 22,8 | 40,2 | 18,5 | 15,2 |
| Inversión | 3,2 | 19,2 | 63,8 | 6,4 | 7,5 |
| Hoteles de litoral | | | | | |
| Cífra de negocio (ventas) | 2,9 | 21,2 | 48,2 | 18,3 | 9,5 |
| Número de trabajadores | 0,7 | 11,8 | 72,8 | 11,8 | 2,9 |
| Precios de venta | 0,7 | 5,8 | 67,9 | 19,7 | 5,8 |
| Beneficios | 0,8 | 16,7 | 43,2 | 30,3 | 9,1 |
| Inversión | 6,1 | 12,2 | 64,1 | 10,7 | 6,9 |
| Hoteles de ciudad | | | | | |
| Cífra de negocio (ventas) | 2,4 | 33,3 | 45,2 | 14,3 | 4,8 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 9,5 | 78,6 | 9,5 | 2,4 |
| Precios de venta | 0,0 | 14,3 | 54,8 | 23,8 | 7,1 |
| Beneficios | 1,2 | 23,8 | 48,8 | 22,6 | 3,6 |
| Inversión | 6,0 | 6,0 | 69,1 | 7,1 | 11,9 |

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

que el porcentaje de establecimientos que estiman una fuerte disminución de las ventas y de los beneficios es mayor que en las otras ubicaciones (14,9 y 15,2 por ciento en cada caso). Casi el 80 por ciento de los hoteles de ciudad prevé un mantenimiento del número de trabajadores en plantilla y supera en 5 puntos porcentuales al conjunto del sector en cuanto a la proporción de empresas con expectativas de aumento moderado de precios.

Gráfico 6.2

Indicador sintético de expectativas de la actividad de las empresas turísticas en 2010
Porcentaje



Desde un punto de vista global y para el sector turístico, incorporando el conjunto de variables que definen la marcha del negocio, los resultados del indicador sintético⁴ de expectativas de la actividad de las empresas turísticas en 2010 se detallan en el Gráfico 6.2. En relación a las expectativas, la visión general es más positiva que para la evolución del sector en 2009, pues la media para el conjunto del sector adquiere un valor del -16,2. Por variables, las puntuaciones obtenidas han mejorado a las de 2009 excepto en precios de venta y beneficios que han alcanzado un -37 y -34,5 en cada caso. Por zonas, destaca el empeoramiento generalizado que esperan las empresas del litoral sobre todo para los precios de venta (-17,5) y para los beneficios (-20,5). Para

4 Ver Anexo, en el apartado sobre la nota explicativa de elaboración del Indicador sintético de expectativas de la actividad de las empresas turísticas.

las zonas de interior y ciudad también se prevé una mejora general siendo en la primera la inversión, con una puntuación del 7,5, y las ventas en la segunda, con un 6, las que mejores perspectivas presentan.

A continuación se exponen las opiniones empresariales sobre las expectativas de superación de la actual crisis. Ante la caída del consumo turístico y las guerras de precios con las que han respondido las empresas dado el carácter perecedero del producto, el descenso de los ingresos ha sido generalizado, siendo necesario formular una pregunta que recoja las expectativas que tiene cada establecimiento respecto a qué tiempo pasará para volver a obtener el mismo nivel de ingresos previos a la crisis. El conjunto del sector no espera una recuperación hasta al menos el año 2012 (Cuadro 6.8) con un 31,1 por ciento de empresas con esta perspectiva, aunque es mayor el porcentaje de empresas que auguran un horizonte más lejano de recuperación con un 38,4 por ciento que opina que no tendrán ingresos similares a los previos a la crisis hasta después del año 2012.

Cuadro 6.8

Año en el que se recuperarán los niveles de ingresos previos a la crisis general y por tipologías.

En porcentaje sobre el total de encuestados

| | Turismo de sol y playa | Turismo cultural | Turismo rural y de naturaleza | Turismo de negocios y reuniones | Turismo deportivo | Total sector |
|-----------------------------------|------------------------|------------------|-------------------------------|---------------------------------|-------------------|--------------|
| 2010 | 5,3 | 1,9 | 4,3 | 4,4 | 1,2 | 4,0 |
| 2011 | 21,0 | 15,5 | 26,7 | 20,8 | 10,9 | 23,7 |
| 2012 | 34,4 | 33,7 | 34,1 | 28,7 | 48,3 | 31,1 |
| Posterior a 2012 | 36,3 | 46,0 | 31,7 | 37,5 | 28,8 | 38,4 |
| No ha perdido niveles de ingresos | 3,0 | 3,0 | 3,3 | 5,2 | 10,9 | 2,9 |

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

Respecto a las tipologías, los establecimientos de turismo deportivo se muestran más positivos en cuanto a su recuperación, pues un 48,3 por ciento considera que en el año 2012 obtendrán un nivel de ingresos similar al que tenían previamente a la crisis, al igual que las empresas de turismo rural y de naturaleza, de las que un 34,1 por ciento cree también que su recuperación llegaría para el mismo año, aunque un 31,7 por ciento de ellas vea más tardía la mejora. Cabe destacar en la tipología deportiva el 10,9 por ciento de establecimientos que afirman no haber perdido niveles de ingresos por causa de la crisis, porcentaje alto comparado con el resto de tipologías.

Teniendo en cuenta la ubicación del establecimiento (Cuadro 6.9), solamente aquellos situados en el interior expresan perspectivas más optimistas que aquellos de litoral o en ciudades, pues la distribución de las opiniones se encuentra más repartida entre una recuperación en 2012 y más allá de ese año, mientras que en las otras ubicaciones una mayoría de alojamientos no esperan recuperarse hasta después de 2012.

Cuadro 6.9

Año en el que se recuperarán los niveles de ingresos previos a la crisis general y por ubicación.

En porcentaje sobre el total de encuestados

| | Interior | Litoral | Ciudad | Total sector |
|-----------------------------------|----------|---------|--------|--------------|
| 2010 | 1,5 | 3,6 | 7,1 | 4,0 |
| 2011 | 26,1 | 20,9 | 20,2 | 23,7 |
| 2012 | 34,3 | 31,7 | 26,2 | 31,1 |
| Posterior a 2012 | 32,8 | 41,7 | 46,4 | 38,4 |
| No ha perdido niveles de ingresos | 5,2 | 2,2 | 0,0 | 2,9 |

* Los porcentajes para el total del sector incorporan los resultados de todos los encuestados. En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

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

Para el sector hotelero la perspectiva de recuperar el nivel de ingresos previos a la crisis es lejana, pues un 40,8 por ciento de ellos no pronostica signos de mejora al menos hasta después de 2012 (Cuadro 6.10). El hotelero se convierte así en el subsector más negativo del conjunto del sector turístico andaluz en el que destacan las agencias de viajes cuya mayoría de empresas estima que su recuperación tendría lugar en 2011 (34,8 por ciento) y 2012 (30,4 por ciento).

Cuadro 6.10

Año en el que se recuperarán los niveles de ingresos previos a la crisis, hoteles general y por tipologías .
En porcentaje sobre el total de encuestados

| | Hoteles de sol y playa | Hoteles culturales | Hoteles rurales y de naturaleza | Hoteles de negocios y reuniones | Hoteles deportivos | Total sector hotelero |
|-----------------------------------|------------------------|--------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------|-----------------------|
| 2010 | 6,6 | 2,6 | 8,4 | 4,6 | 1,4 | 4,1 |
| 2011 | 13,8 | 8,6 | 22,4 | 23,6 | 8,7 | 22,0 |
| 2012 | 39,4 | 40,3 | 27,3 | 30,2 | 49,1 | 30,9 |
| Posterior a 2012 | 36,5 | 44,3 | 35,5 | 39,7 | 27,9 | 40,8 |
| No ha perdido niveles de ingresos | 3,7 | 4,2 | 6,5 | 1,9 | 13,0 | 2,2 |

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

Respecto a las expectativas de los hoteles por tipo de demanda, casi un 50 por ciento de aquellos pertenecientes a la tipología deportiva estiman su recuperación en 2012. En el resto de tipologías predominan las opiniones de recuperación posteriores a 2012 excepto en el sol y playa en el que un 39,4 por ciento cree que esta mejora se produciría en 2012 frente al 36,5 por ciento a favor de una recuperación más lejana en el tiempo.

En cuanto al análisis por destinos (Cuadro 6.11), los hoteles de interior destacan por manifestar las perspectivas más positivas pues, al contrario que litoral y ciudad, ambas, con más de un 40 por ciento de opiniones a favor de una

recuperación posterior a 2012, un 35,5 por ciento de estos establecimientos estiman la mejora en este último año frente a un 34,4 por ciento que lo espera después de 2012.

Cuadro 6.11

**Año en el que se recuperarán los niveles de ingresos previos a la crisis,
hoteles general y por ubicación .**
En porcentaje sobre el total de encuestados

| | Hoteles de interior | Hoteles de litoral | Hoteles de ciudad | Total sector hotelero |
|-----------------------------------|---------------------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| 2010 | 2,2 | 3,7 | 7,1 | 4,1 |
| 2011 | 23,7 | 21,2 | 20,2 | 22,0 |
| 2012 | 35,5 | 31,4 | 26,2 | 30,9 |
| Posterior a 2012 | 34,4 | 41,6 | 46,4 | 40,8 |
| No ha perdido niveles de ingresos | 4,3 | 2,2 | 0,0 | 2,2 |

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

