

## CAPÍTULO 4

# LA OFERTA TURÍSTICA



#### 4. LA OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística de Almería se describe, en principio, a partir de las empresas turísticas que operan en el territorio, la oferta de alojamientos, el empleo, los niveles de precio y la mención de ciertos elementos e infraestructura que potencian la oferta turística de la provincia. Posteriormente, se completa la visión de la oferta con dos cuestiones adicionales, una de carácter coyuntural con objeto de captar la evolución reciente de la actividad turística y otra de carácter estructural para detectar la tendencia a medio y largo plazo de la actividad, con referencia al periodo 1999-2010 (junio).

La primera cuestión a tratar sobre la oferta turística de la provincia de Almería será la descripción de las empresas turísticas que se localizan en el territorio, con una especial atención a las categorías de los establecimientos. La información disponible a este nivel de detalle es del año 2008, se contabilizan un total de 3.421 establecimientos turísticos en la provincia de Almería en las actividades de alojamientos y restauración. En número de establecimientos destacan los apartamentos turísticos y los restaurantes. Y según las plazas ofertadas es notorio el papel de los hoteles seguido a cierta distancia por los apartamentos turísticos. En el segmento hotelero las categorías dominantes son las de 4 estrellas (68,6 por ciento) y 3 estrellas (20,6 por ciento), en el nivel de 5 estrellas el número de plazas sólo alcanza al 3,7 por ciento del total. En los apartamentos turísticos predomina la categoría inferior, 1 llave, con el 51,9 por ciento del total de plazas ofertadas por estos establecimientos, además no aparece ninguna empresa en la categoría superior. De los 784 restaurantes, una abrumadora mayoría son de 1 tenedor (74,2 por ciento), seguidos de los de 2 tenedores (23,2 por ciento). Y entre los campings, el 86,7 por ciento de sus plazas se ofertan en establecimientos de segunda categoría.

A partir de las fuentes estadísticas del INE se puede precisar para el año 2009 las características principales de la oferta de alojamientos turísticos. Para la provincia de Almería se contabilizan en 2009 un total de 1.825 establecimientos de alojamientos, con una capacidad de 38.266 plazas y que generan un empleo de 2.932 trabajadores. La distribución de la oferta de plazas entre los distintos tipos de establecimientos es la siguiente: hoteles (75,4 por ciento), apartamentos turísticos (16,6 por ciento), acampamentos turísticos (6,8 por ciento) y alojamientos de turismo rural (12 por ciento). En la provincia de Almería se localiza el 11,8 por ciento de la oferta de plazas de alojamientos del conjunto de Andalucía; en el segmento hotelero el peso de la provincia es también el 11,8 por ciento de la



oferta hotelera de Andalucía y en el de apartamentos turísticos algo superior, el 14 por ciento. En términos de empleo, la provincia de Almería representa el 7,5 por ciento del empleo total de los establecimientos de alojamientos turísticos de Andalucía; y en los segmentos de hoteles y de apartamentos turísticos los porcentajes son del 7,9 por ciento y del 6,1 por ciento respectivamente, en el caso de los acampamentos turísticos se eleva hasta el 10,3 por ciento. En el ámbito provincial, en la costa de Almería se concentra la mayoría de los establecimientos turísticos de alojamientos, hasta el 92 por ciento del total de establecimientos y también el mismo porcentaje de plazas ofertadas. A nivel de empleo, en la costa almeriense se genera el 87,1 por ciento del empleo provincial de los establecimientos turísticos. A pesar de la crisis económica se comprueba que la oferta de alojamientos, según plazas, creció ligeramente en 2009, un 0,9 por ciento y solo el segmento de apartamentos turísticos experimentó una tasa negativa. La cifra correspondiente a alojamientos de turismo rural puede deberse a incorporaciones al registro de actividades de establecimientos que ya operaban.

Cuadro 4.1		
Empresas turísticas, 2008		
	Número establecimientos	Plazas
<b>HOTELES</b>	<b>130</b>	<b>26.064</b>
5* gran lujo	0	0
5*	2	976
4*	49	17.876
3*	28	5.357
2*	33	1.289
1*	18	566
<b>HOSTALES Y PENSIONES</b>	<b>158</b>	<b>3.908</b>
<b>APARTAMENTOS-HOTEL</b>	<b>16</b>	<b>3.432</b>
5*	0	0
4*	7	2.891
3*	6	469
2*	3	72
1*	0	0
<b>APARTAMENTOS</b>	<b>2.071</b>	<b>8.162</b>
4 llaves	0	0
3 llaves	557	2.242
2 llaves	472	1.687
1 llave	1.042	4.233
<b>CASAS RURALES</b>	<b>54</b>	<b>482</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>784</b>	<b>--</b>
5 tenedores	0	--
4 tenedores	2	--
3 tenedores	18	--
2 tenedores	182	--
1 tenedor	582	--
<b>CAFETERÍAS</b>	<b>190</b>	<b>--</b>
Tres tazas	0	--
Dos tazas	13	--
Una taza	177	--
<b>CAMPINGS</b>	<b>18</b>	<b>10.262</b>
3*	1	894
2*	13	8.897
1*	4	471

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos del Sistema de información Multiterritorial de Andalucía

Cuadro 4.2				
Oferta alojamientos turísticos 2009				
	Número establecimientos	Número plazas	Grado de ocupación por plazas	Personal empleado
<b>Establecimientos hoteleros</b>				
Costa de Almería	156	26.920	40,0	2.268
Almería	203	28.858	39,0	2.530
Andalucía	2.437	244.349	43,5	32.056
<b>Acampamentos turísticos</b>				
Costa de Almería	13	2.167	24,9	65
Almería	18	2.595	24,8	85
Andalucía	124	23.491	24,1	828
<b>Apartamentos turísticos</b>				
Costa de Almería	1.516	6.161	23,4	221
Almería	1.554	6.339	23,0	231
Andalucía	12.000	45.270	30,3	3.757
<b>Alojamientos de turismo rural</b>				
Almería	50	474	14,4	86
Andalucía	1.333	10.645	13,9	2.268

(\*) Para acampamentos turísticos tanto número de plazas como grado de ocupación hacen referencia a parcelas.  
FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos del INE.

Cuadro 4.3		
Oferta de alojamientos de Almería 2009		
Plazas	2009	Variación anual (%)
Hoteles	28.858	1,0
Apartamentos turísticos	6.339	-1,1
Acampamentos turísticos	2.595	1,6
Alojamientos de turismo rural	474	25,3
<b>Total alojamientos</b>	<b>38.266</b>	<b>0,9</b>

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de las Encuestas de ocupación hotelera, en apartamentos turísticos, en acampamentos turísticos y en alojamientos de turismo rural (INE).



Cuadro 4.4								
Personal empleado en establecimientos de alojamientos turísticos (porcentajes)								
	2006		2007		2008		2009	
	Almería	Andalucía	Almería	Andalucía	Almería	Andalucía	Almería	Andalucía
Establecimientos hoteleros	5,3	5,2	1,2	4,0	0,1	-3,3	-14,0	-9,2
Acampamentos	4,4	1,6	-8,2	3,9	-14,4	-3,2	-6,8	-7,2
Apartamentos turísticos	-8,7	1,1	13,6	14,1	-3,8	28,1	-13,8	-3,5
Establecimientos de alojamientos	4,1	4,9	1,9	4,7	-0,7	-0,9	-13,8	-8,6

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, Encuesta de Ocupación de Acampamentos y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos (INE).

Cuadro 4.5								
Personal empleado por tipo de alojamiento 2003-2009								
	Establecimientos hoteleros		Acampamentos turísticos				Alojamientos de turismo rural	
	Andalucía	Almería	Andalucía	Almería	Andalucía	Almería	Andalucía	Almería
2003	28.328	2.324	839	130	2.399	301	710	--
2004	30.534	2.683	876	131	2.665	326	935	--
2005	33.361	2.759	872	111	2.636	263	1.710	67
2006	35.109	2.906	886	115	2.664	240	1.939	67
2007	36.503	2.941	921	107	3.039	278	2.032	74
2008	35.305	2.943	892	92	3.894	267	2.040	70
2009	32.056	2.530	828	85	3.757	231	2.268	86

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación en alojamientos turísticos. INE

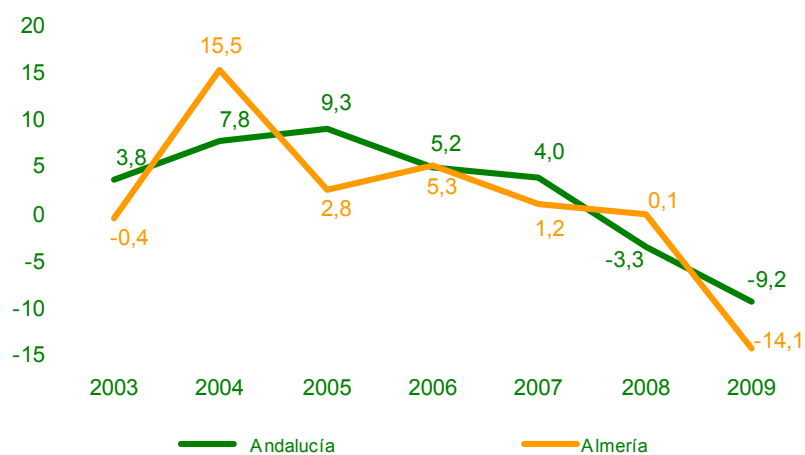
En cuanto a la evolución del empleo en 2009, los establecimientos de alojamientos turísticos sufrieron una variación anual muy negativa, del -13,8 por ciento respecto al año anterior, debido fundamentalmente al comportamiento en el mismo sentido de los hoteles y de los apartamentos turísticos. El sector hotelero de Almería en el año 2009 tuvo un empleo de 2.530 trabajadores pero bajó en un -14,1 por ciento respecto al año anterior (cifra más intensa que la correspondiente a Andalucía, del -9,2 por ciento) en contraste con el crecimiento o mejor dicho estabilidad del año 2008 (frente a una tasa del -3,3 por ciento de Andalucía). Y en el sector de apartamentos turísticos, el empleo en 2009 fue de 231 personas con una tasa negativa del -13,8 por ciento respecto al año anterior (bastante más elevada que el -3,5 por ciento de Andalucía), también en el año 2008 cayó el empleo en un -3,8 (en contraposición a un elevado crecimiento en Andalucía, del 28,1 por ciento). La

destrucción de empleo en estos sectores contribuyó a un aumento significativo del paro registrado en la hostelería, de un 32,5 por ciento en variación interanual en 2009 en Almería (hasta ocho puntos porcentuales superior al incremento del paro registrado en hostelería en Andalucía).

<b>Tasa de variación del volumen de personal empleado por tipo de alojamiento 2003-2009</b>		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Establecimientos hoteleros	Andalucía	3,8	7,8	9,3	5,2	4,0	-3,3	-9,2
	Almería	-0,4	15,5	2,8	5,3	1,2	0,1	-14,1

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación en alojamientos turísticos. INE

GRÁFICO 4.1  
**Evolución personal empleado en hoteles**  
(tasa de variación interanual en porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos. INE

<b>Apartamentos turísticos</b>		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Andalucía		-5,8	11,1	-1,1	1,1	14,1	28,1	-3,5
Almería		-8,7	8,2	-19,3	-8,8	15,8	-3,8	-13,8

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación en alojamientos turísticos. INE

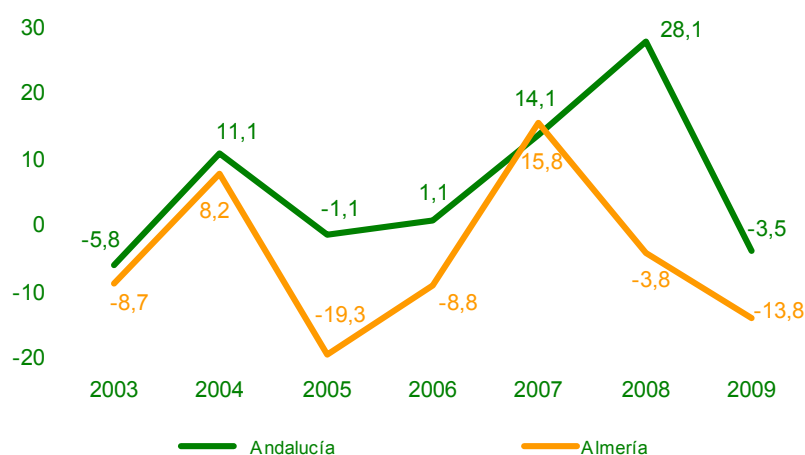


Cuadro 4.6						
Paro registrado en la hostelería Dic.08-Dic.09						
	Andalucía			Almería		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
Diciembre 2008	59.764	22.406 37,5%	37.358 62,5%	3.892	1.391 35,7%	2.501 64,3%
Diciembre 2009	74.106	25.792 34,8%	48.314 65,2%	5.158	1.726 33,5%	3.432 66,5%
Variación interanual	24,0%	15,1%	29,3%	32,5%	24,1%	37,2%

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos del Servicio Público de Empleo Estatal. MTI.

En el sector hotelero, los hoteles localizados en los destinos de litoral acumulan el 76,9 por ciento de los establecimientos hoteleros de la provincia, el 93 por ciento de las plazas hoteleras y el 89 por ciento del empleo de los hoteles en la provincia. Según la información por puntos turísticos suministrada por el INE, en la distribución provincial de la oferta hotelera según plazas llama la atención la alta concentración de la oferta en Roquetas de Mar (41,8 por ciento) y Mojácar (22,2 por ciento), quedando la ciudad de Almería en un discreto plano frente a las localidades anteriores.

GRÁFICO 4.2  
Evolución personal empleado en apartamentos turísticos  
(tasa de variación interanual en porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos. INE

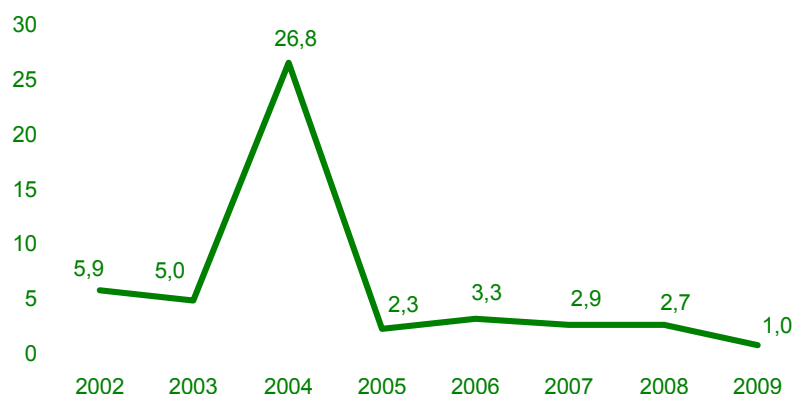
**Cuadro 4.7**

**Distribución de la oferta hotelera por municipios, puntos turísticos. Año 2009**

	Plazas hoteleras	Porcentaje
Almería	3.828	13,3
Mojácar	6.405	22,2
Níjar	1.208	4,2
Roquetas De Mar	12.067	41,8
<b>Provincia de Almería</b>	<b>28.858</b>	<b>100,0</b>

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH (INE).

**GRÁFICO 4.3**  
**Evolución de las plazas hoteleras. Almería**  
(tasa de variación interanual en porcentajes)



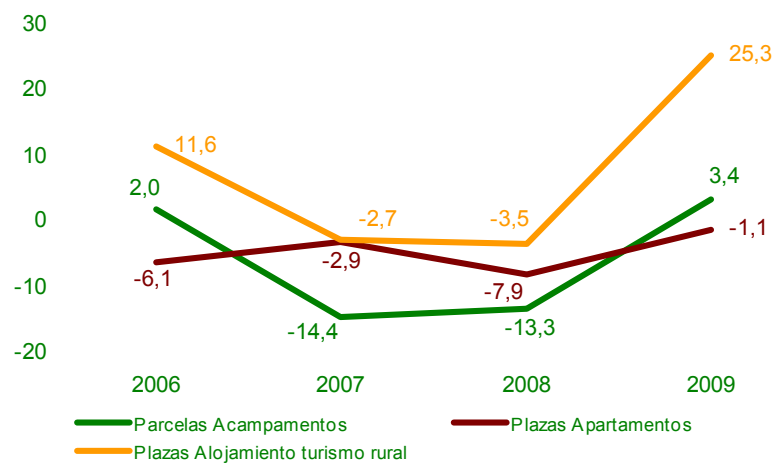
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos del INE.

Los establecimientos de alojamientos turísticos registraron durante 2009 un total de 1.359.412 viajeros y un volumen de 5.500.066 pernoctaciones. Si se interpreta la cifra de pernoctaciones como un indicador del volumen de negocio de estas empresas, la oferta de alojamientos de la provincia de Almería cubrió el 10,9 por ciento de las pernoctaciones totales de Andalucía. Y a su vez, los establecimientos de alojamientos ubicados en la costa de Almería originaron el 95 por ciento del total de las pernoctaciones de la provincia de Almería. También destacar las mayores estancias medias de los acampamentos y apartamentos turísticos frente a los hoteles y a los alojamientos de turismo rural. En la evolución de la oferta de alojamientos turísticos, los hoteles se caracterizan por un crecimiento continuo en su oferta de plazas durante el periodo 2001-2009. Incluso en los años 2008 y 2009, con



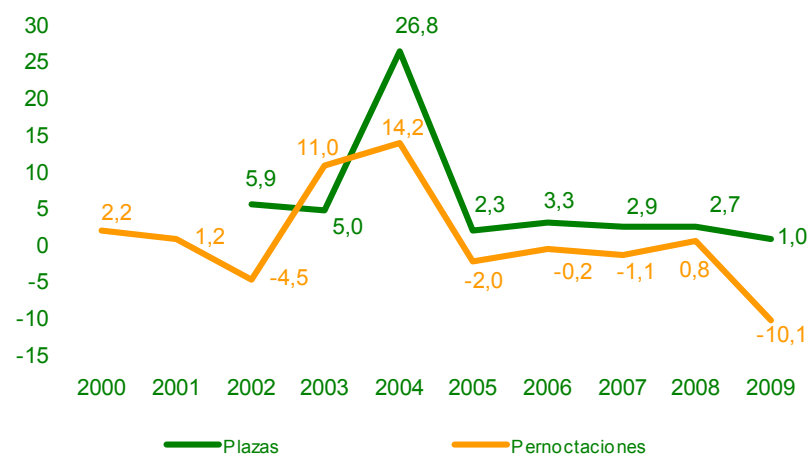
pleno impacto de la crisis sobre la demanda turística, la evolución ha sido positiva, del 2,7 por ciento en 2008 y del 1 por ciento en 2009. En sentido contrario evolucionaron los apartamentos turísticos cuya oferta de plazas en el periodo 2005-2009 se caracteriza por continuas tasas negativas de crecimiento anual. Mayor irregularidad evolutiva se presenta en los acampamentos y en los alojamientos de turismo rural durante el periodo 2005-2009.

GRÁFICO 4.4  
Evolución plazas alojamientos. Almería  
(tasa de variación interanual en porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos del INE.

GRÁFICO 4.5  
Evolución oferta y demanda hotelera. Almería  
(tasa de variación interanual en porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH, INE.

**Cuadro 4.8**

**Viajeros, pernoctaciones y estancia media 2009. Almería**

	Viajeros	Pernoctaciones	Estancia media
<b>Establecimientos hoteleros</b>			
Costa de Almería	1.101.177	4.228.769	3,8
Almería	1.174.231	4.417.123	3,7
Andalucía	14.205.603	40.681.215	2,8
<b>Acampamentos turísticos</b>			
Costa de Almería	71.910	407.326	8,7
Almería	76.190	449.530	9,0
Andalucía	893.280	3.771.684	5,4
<b>Apartamentos turísticos</b>			
Costa de Almería	99.526	600.601	7,7
Almería	101.269	607.265	7,2
Andalucía	867.631	5.194.718	5,9
<b>Alojamientos de turismo rural</b>			
Almería	7.722	26.148	3,3
Andalucía	166.164	551.240	3,2

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos del INE.

**Cuadro 4.9**

**Evolución de la oferta de alojamientos Almería**

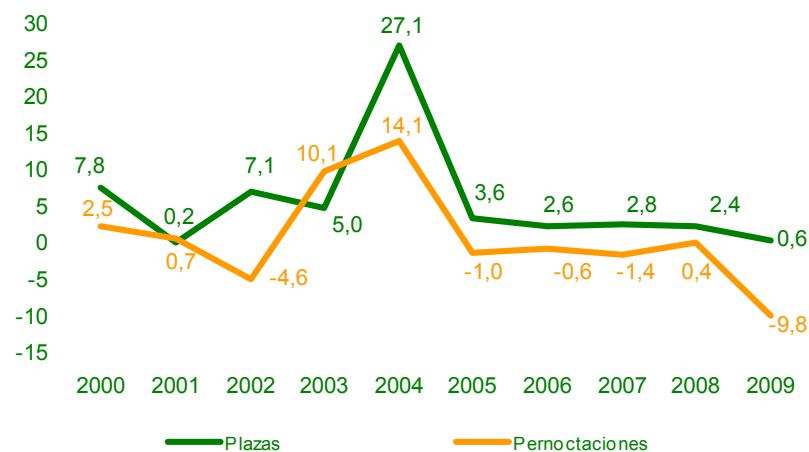
	Plazas hoteleras	Parcelas Acampamentos	Plazas Apartamentos	Plazas Alojamiento turismo rural
2001	18.166	-	-	-
2002	19.237	-	-	-
2003	20.197	-	-	-
2004	25.600	-	-	-
2005	26.196	3.311	7.632	361
2006	27.051	3.378	7.165	403
2007	27.825	2.893	6.959	392
2008	28.580	2.509	6.411	379
2009	28.858	2.595	6.339	474

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos del INE.



Es interesante comparar la evolución de la oferta hotelera, según plazas, con la demanda de alojamientos hoteleros, según pernотaciones, con la finalidad de conocer los posibles desajustes a lo largo del tiempo. En el caso de la provincia de Almería, durante el periodo 2001-2009 en todos los años la oferta hotelera tiene tasas positivas de crecimiento, especialmente en el periodo 2002-2004; en cambio, las pernотaciones hoteleras muestran una mayor irregularidad en su evolución combinando años de altas tasas de crecimiento (2003 y 2004) con años de descensos pronunciados (2002 y 2009). Aunque estos datos hacen difícil interpretar la realidad, si se restan las tasas anuales de oferta y demanda son nítidas las diferencias a favor de la oferta en todos los años del periodo 2001-2009, salvo el año 2003. Estas diferencias son superiores a los 10 puntos porcentuales en los años 2002, 2004 y 2009. El Gráfico 5.5 capta el perfil evolutivo de ambas variables con la línea de oferta por encima de la demanda durante todo el periodo salvo el año citado. Debido a la alta concentración de la oferta y la demanda hotelera en el litoral, los resultados anteriores son casi idénticos cuando se comparan la oferta y la demanda hotelera de la Costa de Almería. Al analizar el caso de Andalucía, se constata que, si bien el desajuste de la oferta respecto a la demanda se produce también a nivel regional, su intensidad es mayor en Almería.

GRÁFICO 4.6  
Evolución oferta y demanda hotelera. Costa de Almería  
(tasa de variación interanual en porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH, INE.

**Cuadro 4.10**  
**Evolución oferta y demanda hotelera. Almería**  
Tasa anual de variación %

	Almería		Costa de Almería		Andalucía		España	
	Plazas	Pernoctaciones	Plazas	Pernoctaciones	Plazas	Pernoctaciones	Plazas	Pernoctaciones
2000	--	2,2	7,8	2,5	--	3,1	2,2	-1,5
2001	--	1,2	0,2	0,7	--	2,2	2,2	0,7
2002	5,9	-4,5	7,1	-4,6	4,2	-0,2	2,3	-2,7
2003	5,0	11,0	5,0	10,1	5,9	4,3	3,9	2,5
2004	26,8	14,2	27,1	14,1	9,5	5,7	4,8	2,9
2005	2,3	-2,0	3,6	-1,0	5,5	6,4	3,2	4,7
2006	3,3	-0,2	2,6	-0,6	3,1	6,0	4,2	8,7
2007	2,9	-1,1	2,8	-1,4	3,0	2,0	2,7	1,7
2008	2,7	0,8	2,4	0,4	3,9	-1,1	3,3	-1,2
2009	1,0	-10,1	0,6	-9,8	1,5	-7,9	1,8	-6,5

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH (INE).

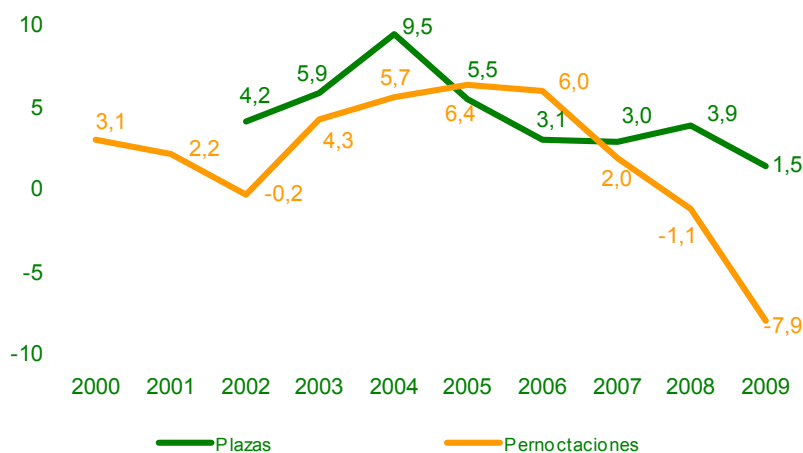
En relación al nivel de precios, resulta difícil encajar los resultados de las opiniones empresariales en Almería en cuanto a la evolución de la cifra de negocio y del nivel de precios en el año 2009 con los datos que describen la realidad turística. Estas opiniones sostienen que la cifra de negocio (ventas) se incrementó un 0,2 por ciento en 2009 respecto al año anterior y que los precios de venta disminuyeron un -5,2 por ciento; son bien diferentes de las que mantienen los empresarios para el conjunto de Andalucía, con caídas del -10,3 por ciento en la cifra de negocio y del -8,8 por ciento en el precio de venta<sup>8</sup>; además, las desviaciones típicas de estas variables son menores en Almería que en Andalucía. En el balance empresarial de Exceltur<sup>9</sup> se hace referencia expresamente a que la caída en la demanda turística en 2009 se vio agravada por la guerra de precios en el sector. Entre sus datos destacan que el 88,4 por ciento de las empresas turísticas españolas disminuyeron sus ventas en el año 2009 (el 56,8 por ciento de las mismas con bajadas de precios de más del -10 por ciento) y que el 91 por ciento de los empresarios turísticos manifestaron que habían reducido sus precios medios (el 44,9 por ciento de este colectivo a un nivel superior al -10 por ciento).

<sup>8</sup> Procedentes de la Encuesta al sector Turístico,

<sup>9</sup> Exceltur: Perspectivas turísticas. Balance empresarial del año 2009 y perspectivas para 2010. Enero, 2010.



GRÁFICO 4.7  
Evolución oferta y demanda hotelera. Andalucía  
(tasa de variación interanual en porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH, INE.

Cuadro 4.11 Evolución del grado de ocupación en hoteles Porcentaje			
	Almería	Andalucía	España
2003	57,4	52,0	54,5
2004	52,3	50,2	53,5
2005	51,0	50,7	54,2
2006	48,9	52,2	56,4
2007	47,2	51,8	56,0
2008	46,1	49,3	53,5
2009	41,2	44,8	49,3

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

En términos de volumen de negocio, las cifras de venta deben haber sufrido el impacto de la reducción de las pernoctaciones hoteleras en Almería en 2009, que fue de un -10,1 por ciento respecto al año anterior. Queda por delimitar el comportamiento de los precios en este periodo. En principio, el INE en su Índice de Precios Hoteleros registra en el año 2009 disminuciones del -5,8 por ciento en España y del -4,2 por ciento en Andalucía; el indicador de rentabilidad del sector hotelero ADR<sup>10</sup> baja en un

<sup>10</sup> Son ingresos por habitación ocupada.

-4,4 por ciento en España y un -2,3 por ciento en Andalucía; y el indicador de rentabilidad del sector hotelero RevPAR<sup>11</sup> se redujo en un -13,1 por ciento en España y en un -11,7 por ciento en Andalucía. Las reducciones de precios a lo largo de 2009 son evidentes, sus efectos en combinación con la caída de la demanda turística han deteriorado las cifras de negocio de las empresas turísticas.

Los indicadores de rentabilidad del sector hotelero del INE y su explotación por Exceltur permiten confirmar cómo se manifiestan los comentarios anteriores en la provincia de Almería. En primer lugar, en la provincia de Almería se confirma un resultado detectado a nivel nacional, en el sentido de que los destinos vacacionales del litoral han sufrido menor pérdida de rentabilidad que los destinos urbanos. La variación media anual de los indicadores de rentabilidad hotelera ADR (ingresos por habitación ocupada) y RevPAR (ingresos por habitación disponible) de los hoteles situados en Mojácar y Roquetas de Mar tiene un mejor comportamiento que la de los hoteles localizados en la ciudad de Almería. Los hoteles de la ciudad de Almería obtuvieron en promedio en 2009 un menor nivel de ingresos por habitación ocupada (ADR) respecto a la media de los hoteles ubicados en destinos urbanos en España, con una diferencia de hasta 25 euros. Si bien el nivel de los ingresos por habitaciones en la ciudad de Almería es netamente inferior, también es cierto que la evolución de los indicadores de rentabilidad de los hoteles de esta ciudad en 2009 fue manifiestamente mejor, con diferencias de 6,8 puntos porcentuales en la evolución del ADR y de hasta 10,5 puntos porcentuales en la del RevPAR. Los hoteles que operan en Mojácar y Roquetas de Mar también obtienen, en promedio, menos ingresos por habitación respecto a la media de los hoteles vacacionales del conjunto de España. Y en estos territorios la evolución del indicador de rentabilidad RevPAR en 2009 fue mejor que la experimentada en los destinos vacacionales del territorio nacional.

La información procedente de los índices de precios hoteleros de Hoteles.com<sup>12</sup> confirma la evolución negativa de los precios de venta en 2009 que en España se traduce en descenso del -14 por ciento respecto al año anterior. Frente a otros destinos andaluces, los precios de los hoteles ubicados en la ciudad de Almería evolucionaron en sentido negativo, un -10 por ciento, pero con menor intensidad que en el conjunto nacional. También se constata que las tarifas aplicadas por los hoteles de Almería

---

<sup>11</sup> Recoge los ingresos por habitación disponible.

<sup>12</sup> Denominado Hotel Price Index. Recoge los precios reales pagados por los clientes por habitación. Se calculan a nivel internacional con más de 94.000 hoteles de algo más de 16.000 localidades.

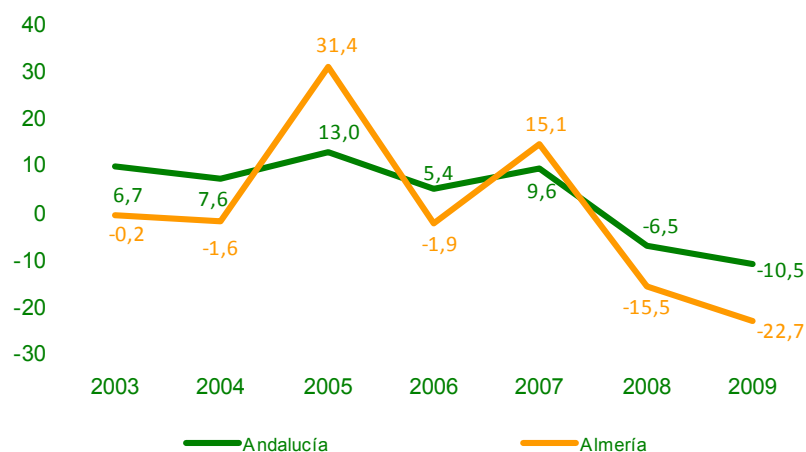


en 2008 y 2009 son netamente inferiores a las del promedio de España, hasta en 32 euros en el año 2008 y 25 euros en 2009, según los precios medios por habitación y noche.

Cuadro 4.12				
Indicadores de rentabilidad del sector hotelero, 2009				
	ADR (euros)	RevPAR (euros)	ADR (variación media anual)	RevPAR (variación media anual)
<b>Destinos urbanos</b>				
Almería ciudad	62,1	32,5	-4,3	-7,6
Promedio destinos urbanos: España	87,6	51,3	-11,1	-18,1
<b>Destinos vacacionales</b>				
Mojácar	52,8	32,9	-3,4	-2,4
Roquetas de Mar	65,4	37,8	1	-4
Promedio destinos vacacionales: España	68,3	45	-2,5	-9,8
<b>Promedio total España</b>	<b>74,9</b>	<b>43,9</b>	<b>-5,4</b>	<b>-13,1</b>

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir del Barómetro de la rentabilidad de los destinos turísticos españoles. Exceltur.

GRÁFICO 4.8  
Evolución tráfico aéreo



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía (AEA)* a partir de los datos de AENA.

Cuadro 4.13			
Precios hoteleros por destinos			
Euros			
	Precio medio habitación/noche		Variación interanual Porcentaje
	2008	2009	
Sevilla	102	86	-16
Córdoba	85	79	-6
Málaga	88	76	-13
Granada	77	69	-10
<b>Almería</b>	<b>67</b>	<b>60</b>	<b>-10</b>
Promedio España	99	85	-14

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir datos del Hotel Price Index. Hoteles.com.

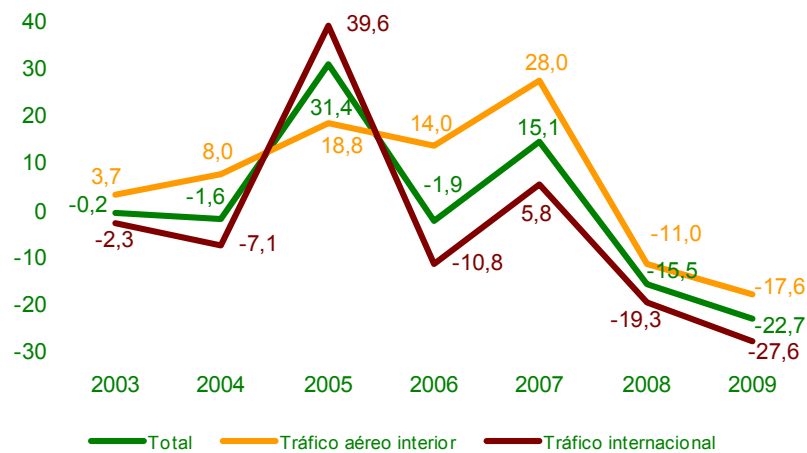
Otros elementos e infraestructuras que contribuyen a reforzar la oferta turística de la provincia de Almería son el aeropuerto, los puertos deportivos y la oferta de campos de golf. El Aeropuerto de Almería constituye un pilar básico del desarrollo turístico de la provincia a pesar de los resultados de la evolución reciente. En el año 2009 el número de entradas y salidas de pasajeros fue de 783.489, sufriendo un muy fuerte retroceso respecto al año anterior motivado en mayor medida por el comportamiento del tráfico internacional, con una caída del -27,6 por ciento. La evolución de las llegadas de pasajeros al Aeropuerto de Almería durante el periodo 2003-2009 muestra un comportamiento bastante errático, con la particularidad de registrar en 2008 y 2009 descensos muy pronunciados, sobre todo en el tráfico internacional. Basta comparar cómo en el periodo 2003-2007 la tasa media anual de crecimiento fue del 9,9 por ciento y si se amplía el periodo (incluyendo también los dos últimos años) el incremento medio anual entre 1999-2009 se hace negativo, un -0,5 por ciento. La especialización del aeropuerto de Almería ha cambiado en los últimos años. En 2005 la composición del tráfico aéreo<sup>13</sup> en dicho aeropuerto era del 35,8 por ciento en tráfico aéreo interior y del 64,2 por ciento en tráfico aéreo internacional, junto al de Málaga mostraba una cierta especialización en tráfico aéreo internacional en el contexto regional. En 2009, el tráfico aéreo interior supera ligeramente al tráfico aéreo internacional, con porcentajes del 51,7 por ciento y 48,3 por ciento respectivamente. En esta última referencia temporal se hace especialmente patente la evolución dispar del tráfico aéreo interior respecto al tráfico internacional. Como complemento de la oferta turística de la provincia de Almería, ésta cuenta con una amplia red de puertos y una aceptable oferta de campos

<sup>13</sup> Ver "Informe Anual del Turismo en Andalucía 2005". *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía*, 2006.



de golf. Contabiliza un total de 8 puertos deportivos, localizados en siete municipios, y con una capacidad de 3.061 amarres. Y con 8 campos de golf con un total de 135 hoyos.

GRÁFICO 4.9  
Evolución tráfico aéreo: llegadas de pasajeros  
(tasa de variación interanual en porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de AENA.

Cuadro 4.14 Transporte aéreo en aeropuertos andaluces Número de pasajeros 2009							
	Almería	Jerez	Córdoba	Granada-Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
Total	791.837	1.079.616	15.474	1.187.813	11.622.429	4.051.392	18.748.561
Tráfico aéreo interior	409.130	714.418	15.239	992.112	2.329.499	2.913.987	7.374.385
Tráfico internacional	382.707	365.198	235	195.701	9.292.930	1.137.405	11.374.176

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos AENA.

Cuadro 4.15 Incremento anual del transporte aéreo en los aeropuertos andaluces Número de pasajeros			
	2009	Incremento anual (%)	Crecimiento medio anual 2003-2009 (%)
Almería	791.837	-22,7	0,3
Jerez	1.079.616	-17,2	6,4
Córdoba	15.474	-30,4	-1,0
Granada-Jaén	1.187.813	-16,5	15,5
Málaga	11.622.429	-9,3	1,8
Sevilla	4.051.392	-7,8	11,0
Andalucía	18.748.561	-10,6	4,0

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos AENA.

**Cuadro 4.16**

**Entradas y salidas pasajeros, Aeropuerto de Almería**

	Almería		
	2.008	2009	Variación anual
Total	1.013.674	783.489	-22,7
Tráfico aéreo interior	494.918	407.948	-17,6
Tráfico internacional	518.756	375.541	-27,6

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir datos de AENA.

**Cuadro 4.17**

**Llegadas de pasajeros Aeropuerto de Almería**  
Incremento anual

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Incremento medio anual 2003-2007	Incremento medio anual 1999-2009
Total	-0,2	-1,6	31,4	-1,9	15,1	-15,5	-22,7	9,9	-0,5
Tráfico aéreo interior	3,7	8,0	18,8	14,0	28,0	-11,0	-17,6	17,0	5,6
Tráfico internacional	-2,3	-7,1	39,6	-10,8	5,8	-19,3	-27,6	5,2	-4,4

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir datos de AENA.

**Cuadro 4.18**

**Puertos deportivos, 2009**

	Puertos	Amarres
Adra	1	249
Almería	1	286
Cuevas de Almanzora	1	89
El Ejido	1	997
Garrucha	1	249
Níjar	1	244
Roquetas de Mar	2	947
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>3061</b>

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir datos de la Agencia Pública de Puertos de Andalucía (APPA).

El estudio de la oferta turística finaliza con una referencia a la evolución reciente de la actividad turística, incluidas las opiniones de los empresarios, y con el análisis de la tendencia. El Indicador Sintético de Actividad Turística<sup>14</sup> es un instrumento adecuado para un análisis más global de la

<sup>14</sup> Desde el punto de vista metodológico, el procedimiento utilizado para el cálculo del Indicador Sintético de Actividad Turística está basado en el aplicado por el National Bureau of Economic Resarch (NBER). Partiendo de los cambios



coyuntura turística, tanto en el ámbito de Andalucía (ISTA) como de la provincia de Almería (ISTAL). El valor de estos índices se modifica conforme se actualizan los datos de las variables que se incluyen en su cálculo. Traducidos los índices a tasas de crecimiento anual, se puede afirmar que la actividad turística en la provincial de Almería en 2009 sufrió un importante impacto negativo, al descender en un -4,9 por ciento respecto al año anterior, casi un punto porcentual superior al descenso de la actividad turística en la región. Durante el periodo 2000-2009 la dinámica de crecimiento de la actividad turística en Andalucía es superior a la de la provincia de Almería. En el periodo 2000-2007 Almería muestra una tasa media anual de crecimiento del 3,1 por ciento frente al 3,7 por ciento de Andalucía. Y en el periodo 2008-2009 la caída acumulada de la actividad en la provincia es de -5,8 por ciento frente al -4,7 de Andalucía.

Cuadro 4.19		
Oferta de campos de golf, 2009		
	Campos	Hoyos
Almería	1	18
Vícar	1	18
Roquetas de Mar	1	18
Turre	1	9
Cuevas de Almanzora	1	18
El Ejido	1	18
Vera	1	18
Mojácar	1	18
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>135</b>

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes.

porcentuales simétricos de las distintas series incluidas en su cálculo, una vez desestacionalizadas y considerado su componente de ciclo-tendencia, se procede a su estandarización, estimando posteriormente las ponderaciones a aplicar a cada indicador parcial con objeto de obtener el Indicador Sintético. Dichas ponderaciones se estiman en función de la variabilidad de cada una de las series utilizadas. En nuestro caso, los indicadores parciales utilizados han sido: PIB ponderado de los principales países emisores de turistas a Andalucía y España; viajeros residentes en el extranjero alojados en establecimientos hoteleros; consumo privado; pernoctaciones de residentes en España en establecimientos hoteleros y afiliados a la Seguridad Social en hostelería y agencias de viajes. Como advertencia a efectos interpretativos, hay que tener en cuenta que las tasas de crecimiento suministradas por el Indicador Sintético de Actividad Turística no tienen exactamente el mismo significado que las tasas de crecimiento de la producción o el PIB turístico.

**Cuadro 4.20**

**Indicador Sintético de Actividad Turística 1999-2009**

	Almería ISTAL	Andalucía ISTA
1999	102,1	102,1
2000	107,1	107,2
2001	110,0	110,9
2002	111,7	113,5
2003	114,8	117,3
2004	119,2	121,8
2005	122,8	126,8
2006	126,9	132,2
2007	130,7	136,9
2008	129,5	136,0
2009	123,2	130,5

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía.*

**Cuadro 4.21**

**Crecimiento según el Indicador Sintético de Actividad Turística 2000-2009**

**Tasa de crecimiento anual**

	Almería	Andalucía
2000	4,9	5,1
2001	2,7	3,4
2002	1,5	2,4
2003	2,8	3,3
2004	3,8	3,8
2005	3,1	4,1
2006	3,3	4,2
2007	3,0	3,6
2008	-1,0	-0,7
2009	-4,9	-4,0

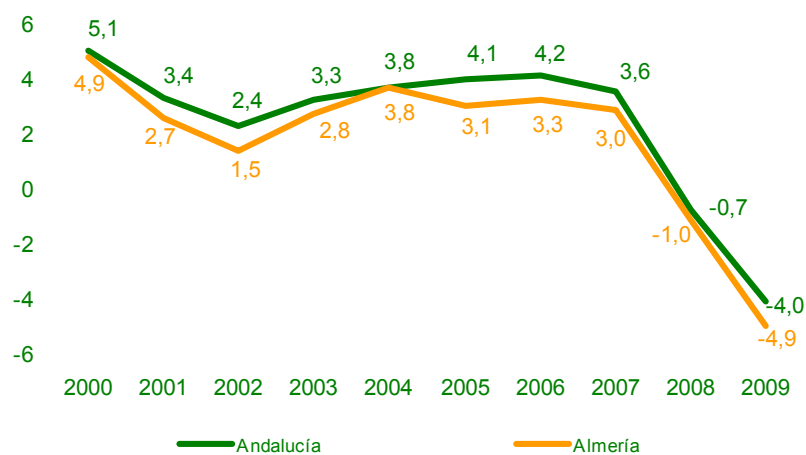
FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía.*

La tasa de variación intertrimestral del ISTA e ISTAL configuran un perfil cíclico bastante similar entre la evolución de la actividad turística en Almería y en Andalucía, aunque siempre con tasas anuales de crecimiento inferiores en la provincia frente a la región durante el periodo 2007-2009. Estos datos trimestrales registran una continua caída de la tasa de variación intertrimestral hasta alcanzar un valor mínimo en el IV trimestre de 2008 en el caso de Almería, con diferente intensidad ocurre lo mismo en el caso de Andalucía. A partir del IV trimestre de 2008 la coyuntura turística



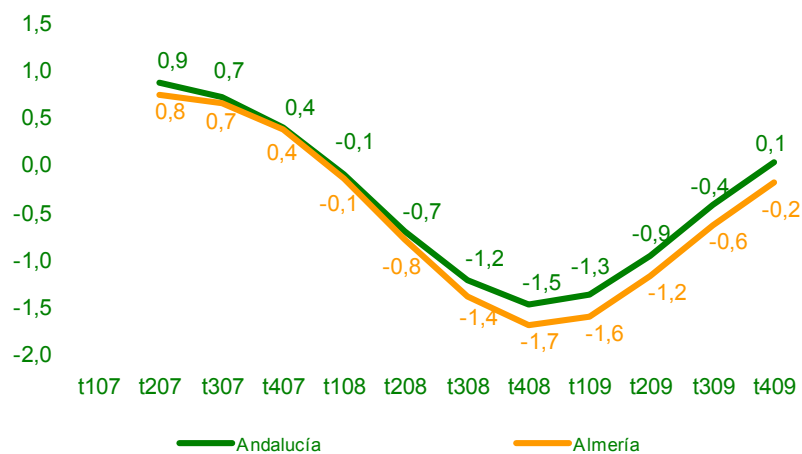
empieza a mejorar y las tasas intertrimestrales evolucionan hasta alcanzar un nivel positivo, del 0,1 por ciento, en el caso de Andalucía en el IV trimestre de 2009 y muy próxima al nivel de estabilidad de la actividad en el caso de la provincia de Almería, con un -0,2 por ciento.

GRÁFICO 4.10  
Indicador Sintético de Actividad Turística



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía (AEA)*.

GRÁFICO 4.11  
Tasa variación intertrimestral del ISTAL e ISTA



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía (AEA)*.

**Cuadro 4.22**

**Valores trimestrales del Indicador Sintético de Actividad Turística 2008-2009**

	Almería		Andalucía	
	Indicador	Tasa variación intertrimestral (%)	Indicador	Tasa variación intertrimestral (%)
t107	129,4	--	135,3	--
t207	130,4	0,8	136,5	0,9
t307	131,3	0,7	137,5	0,7
t407	131,8	0,4	138,1	0,4
t108	131,7	-0,1	138,0	-0,1
t208	130,6	-0,8	137,1	-0,7
t308	128,9	-1,4	135,4	-1,2
t408	126,7	-1,7	133,4	-1,5
t109	124,7	-1,6	131,7	-1,3
t209	123,2	-1,2	130,4	-0,9
t309	122,5	-0,6	129,9	-0,4
t409	122,3	-0,2	130,0	0,1

FUENTE: *Analistas Económicas de Andalucía.*

También se ha calculado el Indicador Sintético de Actividad Turística distinguiendo los destinos de litoral y de costa en el caso de la provincia de Almería. En el año 2009, el destino litoral sufre las consecuencias de la crisis económica con la misma intensidad que el conjunto de la provincia, siendo comparativamente mejor la evolución del destino Almería-ciudad con un descenso menor en 2,7 puntos porcentuales. En los dos años de crisis, 2008 y 2009, la disminución acumulada de la tasa de crecimiento anual fue del -6 por ciento en el destino litoral frente al -3,1 por ciento en el destino Almería-ciudad.

**Cuadro 4.23**

**ISTAL por destinos en provincia de Almería 2009**

Tasa crecimiento anual (%)

	2006	2007	2008	2009
Destino litoral	3,2	2,9	-1,1	-4,9
Destino urbano*	3,5	3,5	0,0	-3,1
<b>Total</b>	<b>3,3</b>	<b>3,0</b>	<b>-1,0</b>	<b>-4,9</b>

\* Ciudad de Almería.

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía.*



Las opiniones y percepciones de los empresarios en 2009 se obtienen a partir de la Encuesta al Sector Turístico<sup>15</sup>. El sector turístico de la provincia de Almería puntúa con un 2,69 sobre 5 el comportamiento del turismo durante 2009, le otorga una valoración ligeramente superior respecto a las opiniones del sector turístico andaluz sobre el turismo en la región. En el caso de Andalucía es el valor más bajo de los obtenidos desde el año 2005 de inicio de la Encuesta al Sector Turístico, pero para el caso de Almería no se puede llevar a cabo conclusiones de esta naturaleza por ser este el primer año de elaboración.

Cuadro 4.24		
Opinión sobre el comportamiento del sector turístico en 2009 (Valoración de 1 a 5)		
	Media aritmética	Desviación típica
Almería	2,69	0,804
Andalucía	2,58	0,960

FUENTE: *Analistas Económicas de Andalucía* a partir la encuesta del sector turístico

Los datos de la Encuesta al Sector Turístico permiten estudiar los efectos de la crisis económica en 2009 sobre diversos aspectos de las actividades de las empresas. La cifra de negocio de las empresas turísticas de la provincia de Almería parece que no se ha visto afectada por el contexto económico e igual ocurre con los beneficios, ambas variables prácticamente permanecen estables respecto al año anterior según las opiniones empresariales, por contraste con las opiniones para el conjunto de Andalucía que manifiestan un descenso en ambas variables en torno al -10 por ciento. En lo relativo al empleo, las opiniones del sector en Almería indican que disminuyó en 2009 un -5,7 por ciento respecto al año anterior, resultado relativamente mejor respecto a la situación de Andalucía. Con el precio de venta ocurre algo similar, puesto que las disminuciones de precios entre las empresas de la provincia, del -5,2 por ciento, fueron inferiores a las de las empresas de la región, del orden de 3,6 puntos porcentuales de diferencia. Y lo mismo en el caso de la inversión empresarial.

<sup>15</sup> La Encuesta al Sector Turístico de Andalucía, elaborada por el Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía, recoge en su ámbito de estudio distintas actividades del sector turístico analizando tres subsectores: establecimientos hoteleros, casas rurales y agencias de viajes, y centrando su atención especialmente en el primero. La distribución de los elementos de la muestra entre los tres grupos analizados comprende 316 establecimientos hoteleros, 43 casas rurales y 23 agencias de viajes, elegidos de forma aleatoria; para un nivel de confianza del 95,5 % se obtiene un error muestral del 4,8%. La Encuesta al Sector Turístico de la provincia de Almería se ha dirigido al sector hotelero, sobre una población en 2009 de 58 hoteles de 3 y 4 estrellas en la provincia la muestra fue de 51 hoteles, implica un margen de error del 5%. La muestra se dividió en tres zonas para obtener una alta representatividad de los resultados a nivel de costa, interior y ciudad.

**Cuadro 4.25**

**Variación en 2009 de las principales variables de actividad del sector turístico**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)

	Almería		Andalucía	
	Media aritmética	Desviación típica	Media aritmética	Desviación típica
Cifra de negocio (ventas)	0,2	13,28	-10,3	18,60
Número de trabajadores	-5,7	13,92	-7,3	15,18
Precios de venta	-5,2	8,78	-8,8	12,50
Beneficios	0,2	10,55	-10,0	19,95
Inversión	-0,7	4,63	-2,5	17,90

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía (AEA)* a partir la encuesta del sector turístico.

Las opiniones de los empresarios sobre las variables anteriores se sintetizan en un indicador único, denominado indicador sintético de la situación de la actividad de las empresas turísticas<sup>16</sup>. Este indicador oscila entre 100, recogiendo un mayor aumento de la variable; valor 0, cuando la variable se comporta de forma estable; y -100, señalando una mayor disminución de la variable. Contrastan para 2009 los resultados de Almería y de Andalucía, mientras que la situación general de la actividad de las empresas turísticas en Andalucía obtiene un valor -21 del indicador, lo que se traduce en una caída notable de la actividad turística, en el caso de la provincia de Almería el indicador apenas cae al nivel-1, lo cual indica una evolución estable en promedio del conjunto de variables relacionadas con las actividades de las empresas turísticas (cifra de negocio, número de trabajadores, precio de venta, beneficios e inversión). Y de forma individual los indicadores de estas variables oscilan entre el -2,1 y el 0,07, valores todos ellos dentro de la zona catalogada como de evolución estable.

<sup>16</sup> Para la obtención del indicador sintético se pondera cada respuesta con un valor, así, para la preguntas relacionadas con la evolución de cada variable se ha multiplicado el valor del -1 por el valor porcentual dado por aquellas respuestas que indican una variación a partir del -5 por ciento, un valor del -0,5 por las que contestaron entre el -2 y -5 por ciento, el 0 por las respuestas entre el intervalo de -2 y 2 por ciento, el 0,5 por las respuestas entre el 2 y el 5 por ciento y el 1 a más del 5 por ciento. A partir de los resultados obtenidos se realiza el promedio para cada variable y después, la media global, que nos indica finalmente cómo ha evolucionado la actividad de las empresas turísticas en conjunto en 2009. En conclusión, si se interpretan los resultados, aquellos más cercanos a 100 muestran un mayor aumento de la variable, si se acercan a -100 denotarían una mayor disminución y los valores en torno a 0 manifiestan un mantenimiento de la variable.



Cuadro 4.26

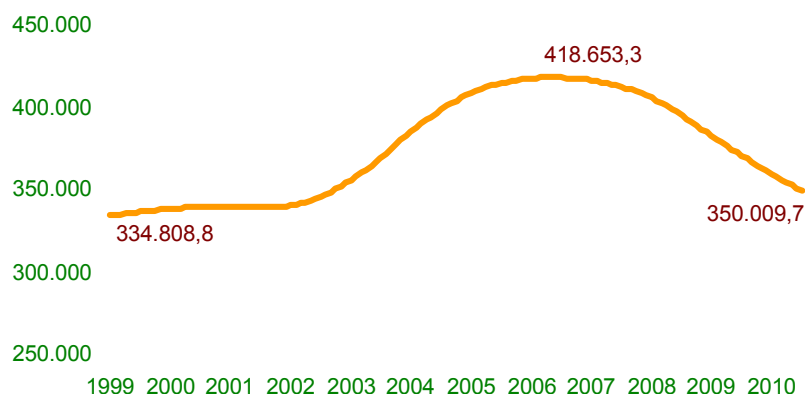
Indicador sintético de situación de la actividad de las empresas turísticas en 2009		
	Almería	Andalucía
Cifra de negocio (ventas)	0,07	-27,4
Número de trabajadores	-2,14	-19,3
Precios de venta	-1,79	-21,7
Beneficios	-0,89	-28,1
Inversión	-0,33	-8,5
Promedio	-1,01	-21

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir la encuesta del sector turístico.

En el análisis de la tendencia también se utiliza como variable las pernoctaciones hoteleras y para el periodo de tiempo 1999-2010 (junio). El componente tendencia de la serie original capta el movimiento a largo de plazo de las pernoctaciones hoteleras en la provincia de Almería. En principio, de los datos se deduce un cambio claro de tendencia en los últimos años, siendo la tendencia decreciente más intensa en el caso de Almería respecto a Andalucía y España. Con objeto de cuantificar el cambio de tendencia registrado se calculan y representan las tasas de variación interperiodos.

La tendencia en las pernoctaciones hoteleras en Almería se caracteriza por un periodo de crecimiento moderado desde febrero del 1999 hasta octubre del 2000 (a un ritmo promedio del 0,07 por ciento mensual) seguido de una etapa desde noviembre del 2001 a julio del 2006 con crecimientos ligeramente negativos. Posteriormente, entre julio del 2001 y mayo del 2006 se da una evolución más dinámica, con tasas mensuales promedio del 0,35 por ciento. A partir de junio del 2006 la tendencia presenta variaciones negativas, las cuales se mantienen hasta el último dato disponible (julio del 2010). En todo el periodo de tendencia negativa, la tasa mensual promedio fue del -0,35 por ciento. Siendo aún más acusada la tendencia negativa desde junio del 2008, con una evolución promedio de la tasa mensual del -0,51 por ciento. En el caso de Andalucía, la tendencia positiva se extiende desde enero de 1999 hasta junio del 2007, con una tasa mensual promedio del 0,28 por ciento. A partir de julio del 2007 y hasta julio del 2010, las variaciones del componente a largo plazo de las pernoctaciones son negativas, siendo el promedio de la tasa mensual de variación del -0,32 por ciento, inferior al ritmo de caída que registra Almería. A partir de diciembre del 2008, la caída es mucho más pronunciada, situándose la tasa mensual promedio en un -0,41 por ciento, que es también inferior en valores absolutos a la correspondiente a Almería.

GRÁFICO 4.12  
Tendencia de las pernoctaciones en Almería  
(Enero 1999 - Julio 2010)



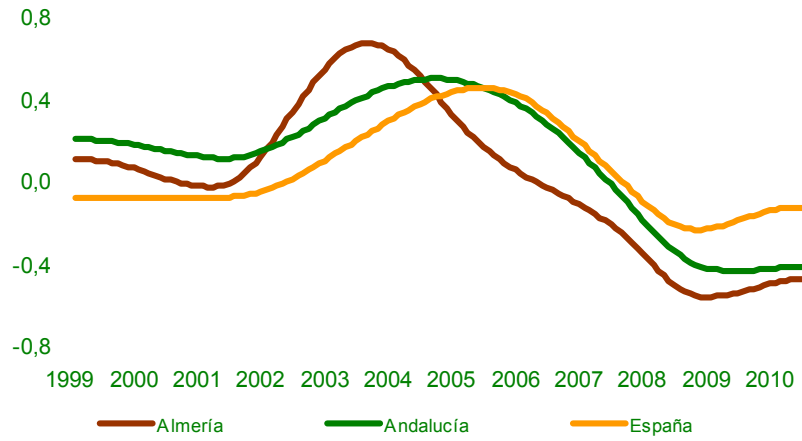
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH (INE).

Y para el caso de España, la tendencia es negativa entre enero 1999 y mayo del 2002, con un ritmo promedio de caída del -0,06 por ciento. A este periodo de variaciones negativas le sigue un periodo con una evolución favorable de la tendencia que se extiende hasta septiembre del 2007 y con una tasa promedio de variación mensual del 0,28 por ciento. A partir de octubre del 2007 nuevamente se genera un periodo con tendencia decreciente que se mantiene hasta el último dato disponible, y con una tasa interperiodo promedio del -0,15 por ciento, bastante más suave que las de Almería y Andalucía.

En conclusión, el cambio de tendencia en los últimos años hacia tasas negativas está afectando a Almería, Andalucía y España pero con diferente intensidad. Dentro de la tendencia negativa en los dos subperiodos que se detectan, en Almería las tasas mensuales promedios son del -0,35 por ciento y del -0,51 por ciento (desde junio de 2008 hasta la actualidad) frente a las tasas promedios de Andalucía, del -0,32 por ciento y del -0,41 por ciento (desde diciembre de 2008 hasta la actualidad). Por tanto, la tendencia negativa de las pernoctaciones hoteleras que persiste en la actualidad es más intensa en la provincia de Almería por comparación con Andalucía. Los resultados son mejores en España, su tendencia presenta una tasa mensual promedio del -0,15 por ciento desde que se inició el cambio de tendencia hasta la actualidad.



GRÁFICO 4.13  
Tasa de variación interperíodo de la tendencia (Enero 1999 - Julio 2010)  
(Porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH (INE).