

**LA VISIBILIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS
DE SEVILLA EN LAS GUÍAS DE VIAJES Y ANÁLISIS
COMPARATIVO EN ANDALUCIA, A NIVEL MUNICIPAL Y
PROVINCIAL¹**

Miryam González Limón, Francisco Zabala Aguayo,
Manuel Luís Pazos Casado e Isabel Vázquez Bermúdez

**Dpto. de Teoría Económica y Economía Política.
Escuela Universitaria de Estudios Empresariales
Universidad de Sevilla**

Resumen

Al aplicar la metodología DAFO al sector hoteles de Sevilla hemos observado entre las Debilidades la escasa efectividad en los medios de publicidad utilizados. Por ello, se ha realizado una investigación sobre la visión externa que se tiene de él.

En este trabajo se analiza la visibilidad de los alojamientos hoteleros de Sevilla por las guías de viajes, y de restaurantes y hoteles. La primera impresión de los turistas

¹ Proyecto de investigación financiado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Convocatoria Orden de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, de 10 de febrero de 2006 (BOJA nº 37, de 23 de febrero de 2006) Resolución de 15 de noviembre de 2006, de la Dirección General de Calidad, Innovación y Prospectiva Turística. (BOJA nº 244, de 20 de diciembre de 2006) nº expte. 2006/284089.



La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

que desean realizar un viaje y desean contratar un alojamiento viene influenciada por las recomendaciones de las guías. Por ello, se estudia la oferta de alojamientos hoteleros de Sevilla realizadas en las guías, tanto a nivel municipal como provincial para después realizar un estudio comparativo del número de citas frente a las demás capitales de provincia de Andalucía, así como también se realiza la relación entre las provincias andaluzas. Finalmente, se calculan unos ratios para ver el peso de las citas en función de diversas variables como son: la población municipal, viajeros por puntos turísticos, establecimientos de restauración y bares, y número de hoteles y pensiones.

Al observar y estudiar las citas en las guías de viajes, guías de restauración y hoteles de los establecimientos hoteleros, a primera vista Sevilla es la ciudad andaluza con mayor número de citas, pero profundizando en el análisis provincial y realizando un análisis comparativo con las variables enunciadas, a través de los ratios calculados, Sevilla pierde esa posición dominante.

1. LOS ALOJAMIENTOS HOTELEROS DE SEVILLA OBSERVADOS A TRAVÉS DE LAS GUÍAS DE VIAJES.

La percepción que los turistas tienen de los hoteles de Andalucía y Sevilla que visitan nuestras ciudades, viene influenciada por las recomendaciones que realizan las guías de viajes. Entre las principales guías de viajes podemos resaltar la Cadoganguides, Lonely Planet o la Rough Guide, que realizan un recorrido por la historia, los principales monumentos, otros lugares de interés, sus fiestas, hoteles, restaurantes, café y bares de tapas, así como algunas tiendas y alrededores de las ciudades. Al dedicar estas guías de viajes una parte a la oferta hotelera de las ciudades, ello influye en la opción de los turistas al elegir los diferentes establecimientos hoteleros.

Además de estas guías dedicadas fundamentalmente a viajes, destacan la Guía Campsa y Michelin, que están más orientadas a la restauración y los alojamientos.

En este estudio se analizan las citas de los alojamientos hoteleros por las guías ya que influyen en el comportamiento del viajero a la hora de contratar un servicio de alojamiento. Se observan tanto los alojamientos hoteleros citados de la ciudad de Sevilla, como de la provincia de Sevilla. Asimismo hemos considerado fundamental realizar un estudio comparativo del número de citas de la ciudad de Sevilla, con las demás capitales de provincia andaluzas, así como también la relación de la provincia de Sevilla con las demás provincias andaluzas. Finalmente se calculan unos ratios para relacionar las citas en las distintas guías tratadas (Campsa, Michelin, Lonely, Rough y

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Cadogan) con algunas variables fundamentales como son: Población municipal, Viajeros por Puntos Turísticos, Establecimientos de Restauración y Bares y Número de Hoteles y Pensiones.

Las guías utilizadas para realizar este trabajo han sido:

Cadoganguides. Spain 2005

Lonely Planet. Spain 2005

The Rough Guide. Spain 2007

Guía Campsa. España 2007

Guía Michelin. España & Portugal 2007

Las guías propiamente de viajes son las tres primeras enunciadas, que comentan, dan orientaciones, recomendaciones y sugerencias a los viajeros que quieren buscar alojamientos en cualquier ciudad, entre otra información.

La guía Cadoganguides comenta los mayores precios en Sevilla que en otros lugares de España, si no reservas con antelación suficiente, sobre todo en Semana Santa y en la Feria de Abril. Los establecimientos los clasifica en cuatro categorías: “luxury-expensive” lujo-carro, “expensive-moderate” caro-moderado, “moderate-inexpensive” moderado-económico y “inexpensive-cheap” económico-barato (pág. 571).

La Guía Lonely Planet aconseja tres atractivas zonas para buscar hotel en la capital sevillana: el Barrio Santa Cruz, el Arenal y el Centro. Clasificándolos en tres categorías: “budget” económico, “mid-range” gama media y “Top end” superior. (pág. 691). Según esta guía casi todas las habitaciones son muy caras tanto en Semana Santa como en la Feria de Abril, e incluso algunos hoteles entre esas dos semanas también tienen los precios altos. Asimismo respecto al precio durante estos intervalos de tiempo, comenta que el incremento supone entre un 30% y un 60% sobre el precio normal. Esta guía recomienda expresamente dos hoteles en Sevilla². Expone que los hoteles en Sevilla son más caros que en otros lugares de España, no quedando en muy buen lugar, en cuanto a precios.

² Las Casas del Rey de Baeza **** y Hotel Simón.*, ambos en el centro de la ciudad.

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Para la Rough Guide la zona más atractiva para buscar hotel es el Barrio Santa Cruz, aunque ello se refleja en los precios. Para esta guía la elevación de precios está motivada por las fiestas grandes de Sevilla. Aunque en las páginas dedicadas al alojamiento en general en España expresa que los precios son razonables y comparables con otros países europeos. Esta guía no da una buena imagen de Sevilla, ya que habla de los pequeños delitos, que son un problema, y del sistema de hurto a los coches en los semáforos, incluso les llama como habitualmente se conocen “los semaforazos”. A los hoteles los clasifica en dos tipos:

- Budget options, opción económica.
- Moderate and expensive options, opciones moderadas y caras.

2. LOS HOTELES DE SEVILLA CITADOS EN LAS GUÍAS DE VIAJES EN RELACIÓN CON LAS DEMÁS CAPITALAS DE PROVINCIAS ANDALUZAS.

En este apartado se realiza un análisis comparativo de las citas de las capitales de provincias andaluzas. Para ello, en la tabla 1 indicamos el número de citas por cada capital de provincia de Andalucía, y su gráfico correspondiente (1).

Tabla 1.
Número de citas por capitales de provincia.

Totales guías	ALMERIA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
CADOGAN	5	6	9	11	4	5	9	16
CAMPSA	8	5	14	22	4	4	12	35
LONELY	5	6	11	21	4	4	9	24
MICHELIN	10	5	17	34	5	3	13	40
ROUGH	3	10	19	23	0	4	16	15
TOTALES	31	32	70	111	17	20	59	130

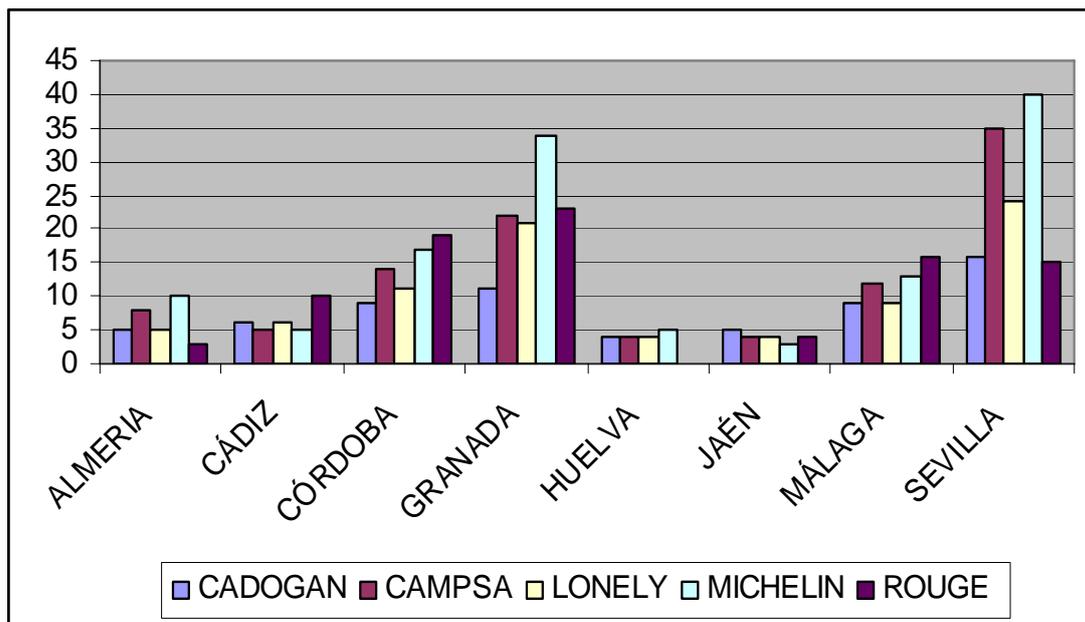
Fuente: Elaboración propia en base a la información contenida en las guías.

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

De los datos totales observamos que la provincia más enunciada por sus hoteles es Sevilla con 130 citas a la que le sigue Granada con 111, después Córdoba con 70 y a mayor distancia Málaga. En el siguiente Gráfico se representa la comparación del número de citas por capitales de provincias de Andalucía pero desglosado por cada una de las guías. En términos absolutos, Sevilla es la ciudad con mayor número de citas, en cuatro de las cinco guías estudiadas (menos en la guía Rough) observamos mayor número de referencias. En la Rough Guide la primera posición la tiene Granada. En todas excepto, en la guía Michelin los mínimos son para Huelva, ocupando la última posición en la guía Michelin, Jaén. Estos resultados también podemos verlo gráficamente.

Gráfico 1.

Comparación del número de citas por capitales de provincias de Andalucía.



Fuente: Elaboración propia en base a la información contenida en las guías.

3. COMPARACIÓN DE RATIOS DE LAS CITAS EN LAS GUÍAS DE VIAJE Y GASTRONÓMICAS EN LAS CAPITALES DE PROVINCIAS ANDALUZAS.³

En este epígrafe se calculan unos ratios para relacionar las citas de los Hoteles en las distintas guías tratadas (Cadogan, Campsa, Lonely, Michelin y Rough) con algunas variables fundamentales que expresan el número de posibles consumidores de los Hoteles, de esta forma se relativiza el número de referencias realizadas por las guías. Las variables que vamos a utilizar son las siguientes:

- Población municipal, para observar la magnitud del sector en función de la población local.
- Viajeros por Puntos Turísticos, que representa la población externa que puede utilizar los servicios de hoteles de los municipios.
- Establecimientos de Restauración y Bares, esta variable representa un atractivo de turismo de cada municipio.
- Número de Hoteles y Pensiones, para comparar el número de referencias respecto a la importancia del sector hotelero en cada municipio.

En la siguiente tabla se encuentran las variables utilizadas para el cálculo de los ratios, con datos muy actualizados.

Tabla 2
Variables para el cálculo de los ratios

VARIABLES	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
Población	185.309	130.561	322.867	237.929	145.763	116.769	560.631	704.414
Viajeros	208.124	187.982	731.022	1.349.986	n.d.	n.d.	456.493	1.705.587
Restauración	1.015	913	1.848	2.479	765	712	2.922	4.043
Hoteles	31	27	79	166	12	13	104	186

Fuente: Elaboración propia en base a la información del INE, IEA y La Caixa.⁴

³ Utilizamos una metodología similar a la de Castillo Manzano, I; López Valpuesta, L (2006).

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

En la tabla 3 se calculan los ratios de las referencias por municipios, con las variables: población, viajeros, establecimientos de restauración y bares, así como con el número de Hoteles y hostales.

Con los resultados obtenidos en las tablas anteriores comprobamos que al relativizar los resultados, Sevilla pierde la primera posición de las referencias totales en las guías. Al analizar individualmente cada ratio, la capital andaluza que tiene el primer puesto en el ranking de citas absolutas se modifica su situación al estudiarla en términos absolutos.

Tabla 3

Ratios Totales en las guías al sector hoteles y hostales de las capitales andaluzas.

Ratios por cada 100,000 habitantes								
Guías	ALMERIA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
CADOGAN	2,70	4,60	2,79	4,62	2,74	4,28	1,61	2,27
CAMPSA	4,32	3,83	4,34	9,25	2,74	3,43	2,14	4,97
LONELY	2,70	4,60	3,41	8,83	2,74	3,43	1,61	3,41
MICHELIN	5,40	3,83	5,27	14,29	3,43	2,57	2,32	5,68
ROUGH	1,62	7,66	5,88	9,67	0,00	3,43	2,85	2,13
Ratios por cada 100,000 viajeros								
Guías	ALMERIA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
CADOGAN	2,40	3,19	1,23	0,81	n.d.	n.d.	1,97	0,88
CAMPSA	3,84	2,66	1,92	1,63	n.d.	n.d.	2,63	2,05
LONELY	2,40	3,19	1,50	1,56	n.d.	n.d.	1,97	1,41
MICHELIN	4,80	2,66	2,33	2,52	n.d.	n.d.	2,85	2,35
ROUGH	1,44	5,32	2,60	1,70	n.d.	n.d.	3,50	0,88

⁴ Población. INE (población al 1 de enero de 2006)

Viajeros. INE: Encuesta de Ocupación Hotelera 2005. No disponible en los municipios de Huelva y Jaén.

Restauración. LA CAIXA: Anuario Económico de España 2006 (datos a 1 de enero de 2005). Número de establecimientos de Restauración y Bares.

Hoteles. IEA: Municipios Andaluces. Datos básicos 2007 (datos referidos al año 2005).

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Ratios por cada 1,000 restaurantes y bares								
Guías	ALMERIA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
CADOGAN	4,93	6,57	4,87	4,44	5,23	7,02	3,08	3,96
CAMPSA	7,88	5,48	7,58	8,87	5,23	5,62	4,11	8,66
LONELY	4,93	6,57	5,95	8,47	5,23	5,62	3,08	5,94
MICHELIN	9,85	5,48	9,20	13,72	6,54	4,21	4,45	9,89
ROUGH	2,96	10,95	10,28	9,28	0,00	5,62	5,48	3,71
Ratios por cada 50 hoteles								
Guías	ALMERIA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
CADOGAN	8,06	11,11	5,70	3,31	16,67	19,23	4,33	4,30
CAMPSA	12,90	9,26	8,86	6,63	16,67	15,38	5,77	9,41
LONELY	8,06	11,11	6,96	6,33	16,67	15,38	4,33	6,45
MICHELIN	16,13	9,26	10,76	10,24	20,83	11,54	6,25	10,75
ROUGH	4,84	18,52	12,03	6,93	0,00	15,38	7,69	4,03

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas, INE, IEA y La Caixa.

Tabla 4

Máximos y Mínimos en los Ratios de referencia en las guías al sector de Hoteles en las capitales andaluzas.

Ratio por cada 100,000 Habitantes				
Guías	Capital	Máximos	Capital	Mínimos
CADOGAN	Granada	4,62	Málaga	1,61
CAMPSA	Granada	9,25	Málaga	2,14
LONELY	Granada	8,83	Málaga	1,61
MICHELIN	Granada	14,29	Málaga	2,32
ROUGH	Granada	9,67	Huelva	0,00
Ratio por cada 100,000 Viajeros				
Guías	Capital	Máximos	Capital	Mínimos
CADOGAN	Cádiz	3,19	Granada	0,81
CAMPSA	Almería	3,84	Granada	1,63
LONELY	Cádiz	3,19	Sevilla	1,41
MICHELIN	Almería	4,80	Córdoba	2,33
ROUGH	Cádiz	5,32	Sevilla	0,88

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Ratio por cada 1,000 establecimientos de Restauración y Bares				
Guías	Capital	Máximos	Capital	Mínimos
CADOGAN	Jaén	7,02	Málaga	3,08
CAMPSA	Granada	8,87	Málaga	4,11
LONELY	Granada	8,47	Málaga	3,08
MICHELIN	Granada	13,72	Jaén	4,21
ROUGH	Cádiz	10,95	Huelva	0,00
Ratio por cada 50 Hoteles				
Guías	Capital	Máximos	Capital	Mínimos
CADOGAN	Jaén	19,23	Granada	3,31
CAMPSA	Huelva	16,67	Málaga	5,77
LONELY	Huelva	16,67	Málaga	4,33
MICHELIN	Huelva	20,83	Málaga	6,25
ROUGH	Cádiz	18,52	Huelva	0,00

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas, INE, IEA y La Caixa.

En la tabla 4 se comparan por guías los máximos y los mínimos de los ratios de referencia. En cuanto al primer ratio –número de Hoteles citados por cada 100.000 habitantes- los máximos los tiene Granada en todas las guías, y los mínimos en Málaga y Huelva. El ratio –número de Hoteles citados por cada 100.000 viajeros- tanto Almería como Cádiz tienen los máximos y los mínimos Córdoba, Granada y Sevilla. Ello representa que en Granada y Sevilla el número de citas en las guías es bajo en relación con el número de viajeros. El tercer ratio –número de Hoteles citados por cada 1.000 establecimientos de Restauración y Bares- varía en gran medida dependiendo de la guía. En el caso de Málaga con mínimos en tres guías de las cinco tratadas, supone un número bajo de cita en relación con el número de establecimientos de Restauración y Bares. El último ratio de referencia es la relación entre el número de citas por cada 50 hoteles, con máximos en Huelva y mínimos en varias provincias, pero con mayor incidencia en Málaga, lo que supone escasas citas en relación con el número de hoteles de la ciudad.

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Tabla 5.

Ratios Totales en las guías al sector de Hoteles en Sevilla y comparación con la media andaluza.

RATIO POR CADA 100.000 HABITANTES		
Guías	SEVILLA	MEDIA ANDALUZA
CADOGAN	2,27	3,20
CAMPSA	4,97	4,38
LONELY	3,41	3,84
MICHELIN	5,68	5,35
ROUGH	2,13	4,15
RATIO POR CADA 100.000 VIAJEROS		
Guías	SEVILLA	MEDIA ANDALUZA
CADOGAN	0,88	1,75
CAMPSA	2,05	2,45
LONELY	1,41	2,01
MICHELIN	2,35	2,92
ROUGH	0,88	2,57
RATIO POR CADA 1.000 RESTAURANTES Y BARES		
Guías	SEVILLA	MEDIA ANDALUZA
CADOGAN	3,96	5,01
CAMPSA	8,66	6,68
LONELY	5,94	5,72
MICHELIN	9,89	7,92
ROUGH	3,71	6,03
RATIO POR CADA 50 HOTELES		
Guías	SEVILLA	MEDIA ANDALUZA
CADOGAN	4,30	9,09
CAMPSA	9,41	10,61
LONELY	6,45	9,41
MICHELIN	10,75	11,97
ROUGH	4,03	8,68

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas, INE, IEA y La Caixa.

En la tabla 5 se compara Sevilla con la media de citas de cada guía en la Comunidad Autónoma Andaluza, destacamos que los valores relativos en Sevilla tanto en función del número de de viajeros, como por número de hoteles, nos encontramos por debajo de la media en todas las guías. En el resto de las variables depende de la guía que observemos.

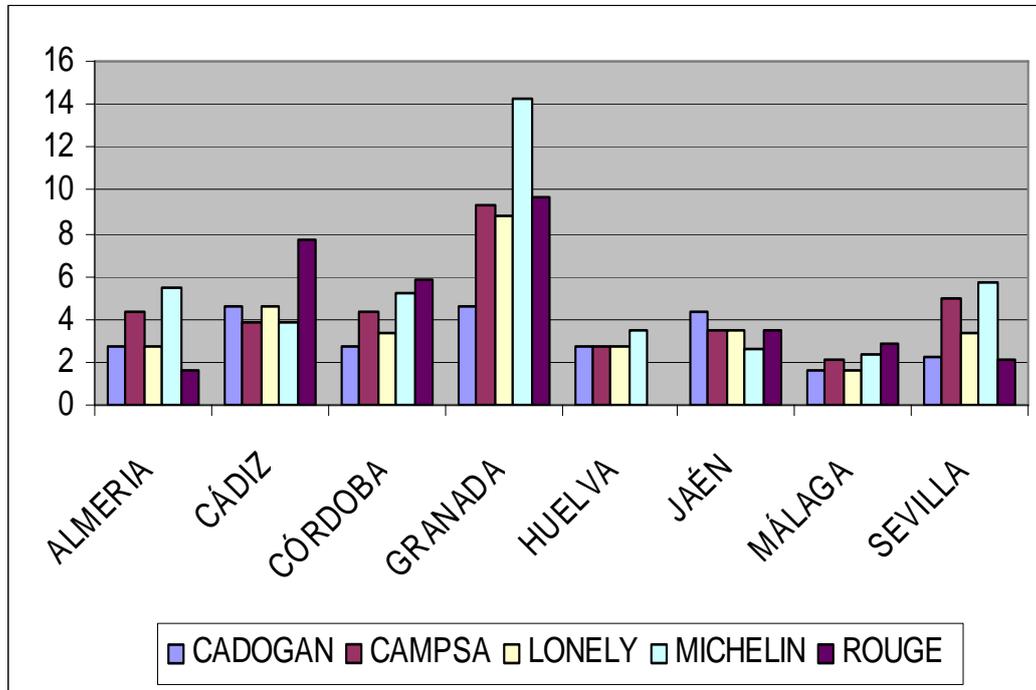
En el gráfico 2 se representa el ratio que relaciona las citas de las cinco guías de cada capital de provincia con la población de cada municipio, Granada presenta unos

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

valores relativos mayores que las demás capitales andaluzas, y los menores en Málaga con la excepción de Huelva en la Rough Guide.

Gráfico 2.

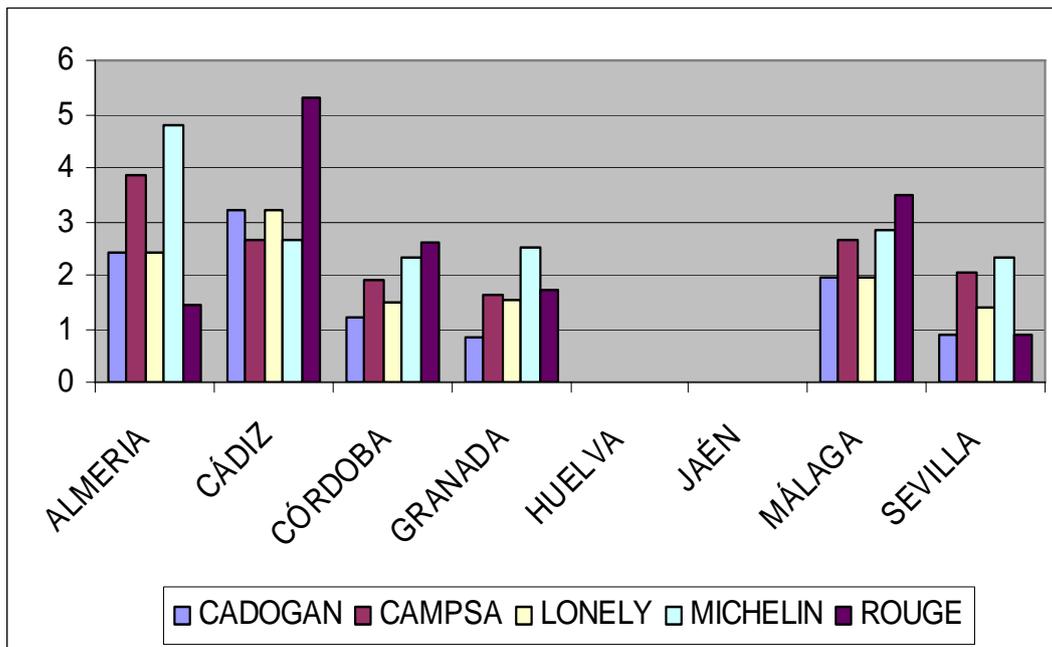
Ratio citas de Hoteles en las guías de viajes y gastronómicas por cada 100.000 habitantes.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas e INE.

Gráfico 3.

Ratio citas de Hoteles en las guías de viajes y gastronómicas por cada 100.000 viajeros.

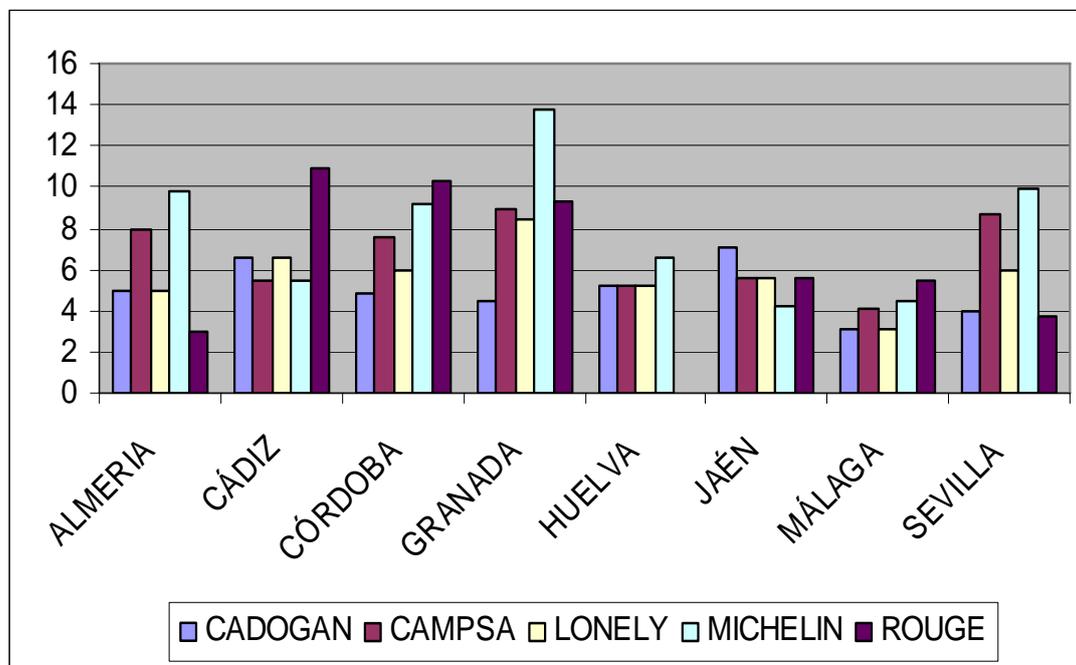


Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas e INE.

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Gráfico 4.

Ratio citas de Hoteles en las guías de viajes y gastronómicas por cada 1.000 establecimientos de Restaurantes y Bares.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas y La Caixa.

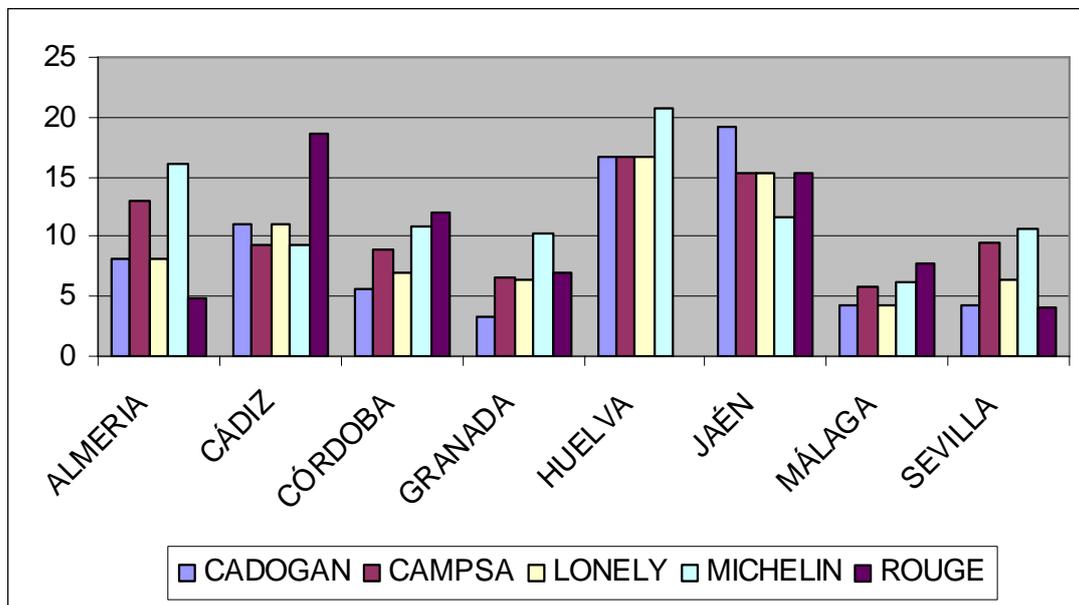
En el ratio por cada 100.000 viajeros Almería y Cádiz tienen los máximos, hay que tener en consideración que son las capitales con menor volumen de viajeros, y los peores valores relativos son obtenidos por Granada y Sevilla. (ver gráfico 3)

Málaga en el ratio de citas en relación con el número de establecimientos de Restauración y Bares obtiene unos valores relativos mínimos en más del cincuenta por ciento de las guías utilizadas en el estudio. Asimismo, Jaén y Huelva con valores mínimos en las guías Michelin y Rough, respectivamente, representan las dos capitales andaluzas con menor número de establecimientos de Restauración y Bares.

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Gráfico.5.

Ratio citas de Hoteles en las guías de viajes y gastronómicas por cada 50 Hoteles.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas e IEA.

El último ratio de referencia es la relación entre el número de citas por cada 50 hoteles, con máximos en Huelva (en tres guías) y mínimos en varias provincias, pero con mayor incidencia en Málaga, también en tres guías, lo que supone escasas citas en relación con el número de hoteles de la cada ciudad.

Como conclusión de los ratios estudiados, la capital andaluza que arroja mejores resultados es Granada. No podemos destacar ninguna capital con mejores resultados en una guía determinada. Por otra parte, Sevilla solo obtiene la segunda posición en el ratio de establecimientos de Restaurantes y Bares para la guía Campsa, a pesar de que obtenía muy buenos resultados con las referencias en términos absolutos. Ello, se debe interpretar porque es la capital andaluza con mayor volumen de población, viajeros, y número de establecimientos de Restauración y Bares y de Hoteles, que son las variables de referencia que hemos utilizado para la obtención de los ratios.

A modo de resumen, presentamos una tabla clasificando por guías el total de citas por capitales de provincias, el total de citas por municipios de cada provincia, los totales provinciales por guías, los máximos y mínimos provinciales por guías y los totales absolutos.

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Tabla 6.

Totales citas por capital de provincias en cada guía.

TOTALES CITAS GUIAS DATOS POR CAPITALES DE PROVINCIA	ALMERIA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
CADOGAN	5	6	9	11	4	5	9	16
CAMPSA	8	5	14	22	4	4	12	35
LONELY	5	6	11	21	4	4	9	24
MICHELIN	10	5	17	34	5	3	13	40
ROUGH	3	10	19	23	0	4	16	15
TOTALES	31	32	70	111	17	20	59	130

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas

Tabla 7.

Totales citas datos por municipios de la provincia en cada guía.

TOTAL CITAS GUIAS DATOS POR MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA	ALMERIA	CADIZ	CORDOBA	GRANADA	HUELVA	JAEN	MALAGA	SEVILLA
CAMPSA	20	78	6	17	22	19	75	13
MICHELIN	25	64	16	26	18	28	69	13
CADOGAN GUIDES	3	33	0	12	12	14	47	6
LONELY PLANET	9	42	14	21	10	13	27	5
ROUGH GUIDES	0	0	36	0	0	0	0	0
TOTALES	57	217	72	76	62	74	218	37

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas

Tabla 8.

Citas máximas y mínimas provinciales por guías

GUÍAS	Máximos	Provincia	Mínimos Provincia	Provincia
CADOGAN	84	Cádiz y Málaga	15	Córdoba
CAMPSA	81	Málaga	22	Huelva
LONELY	56	Málaga	8	Almería
MICHELIN	55	Granada	15	Huelva
ROUGH	55	Córdoba	0	Huelva

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas

La visibilidad de los establecimientos hoteleros de Sevilla en las guías de viaje y análisis comparativo en Andalucía, a nivel municipal y provincial

Tabla 9.

Totales citas por capitales de provincia, por municipios de la provincia y el total provincial.

Totales guías	ALMERIA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
TOTALES CAPITAL PROVINCIA	31	32	70	111	17	20	59	130
TOTALES MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA	57	217	72	76	62	74	218	37
TOTAL PROVINCIAL	88	249	142	187	79	94	277	167

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de las guías tratadas

De los datos totales la provincia más citada es Málaga, en segundo lugar Cádiz, después Granada, la cuarta posición la ocupa Sevilla y en quinto lugar Córdoba. Y en últimas posiciones Jaén, Almería y Huelva por este orden. Ello nos pone de manifiesto que las dos primeras en el ranking son ciudades de costa, a la que le siguen ciudades con mayor patrimonio histórico cultural.



BIBLIOGRAFÍA

Cadoganguides. Spain (2005): Dana Facaros and Michael Pauls.

Castillo Manzano, J.I.; López Valpuesta, L. (2006): *Análisis económico y estratégico del sector de la Hostelería de Sevilla. Hacia la excelencia gastronómica*. Ayuntamiento de Sevilla, Delegación de Economía e Innovación, Sevilla.

Guía Campsa. España (2007): Repsol YPF

Guía Michelin. España & Portugal (2007): Hoteles y restaurantes. Michelin propriétaires- éditeurs. 2006

Instituto de Estadística de Andalucía: (2007):
Anuario Estadístico de Andalucía. IEA Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía.
Municipios Andaluces. Datos básicos 2007

Instituto Nacional de Estadística:
Anuario Estadístico de España 2006.
Encuesta de Ocupación Hotelera 2005
Población al 1 de enero de 2006.

La Caixa (2005): Anuario Estadístico de España.

Lonely Planet. Spain (2005): Published by Lonely Planet Publications Pt y Ltd.

Real Decreto 1634/1983, de 15 de junio, por el que se establecen las normas de clasificación de los establecimientos hoteleros. BOE, de 17 de junio de 1983.

The Rough Guide. (2007): Spain.

