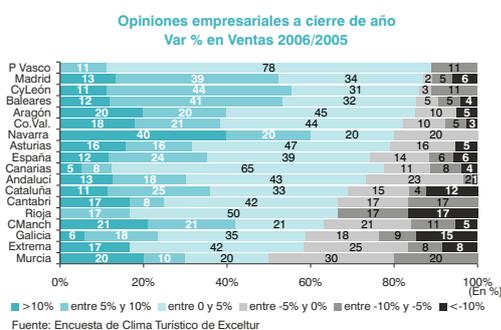


5 Destinos nacionales

Favorable balance de la actividad turística en 2006 tanto en los destinos de sol y playa cómo en los de interior y la España verde, mientras que en los destinos urbanos se cierra un año turístico muy positivo

Los resultados empresariales de 2006 ponen de manifiesto un positivo año turístico en los destinos turísticos nacionales, tanto en los especializados en el producto de sol y playa, cómo en los destinos de la España verde e interior y muy especialmente, en los destinos urbanos. Así, la evolución de la demanda en todos los destinos españoles ha crecido en este año 2006 respecto a los niveles observados en el ejercicio anterior según ponen de manifiesto las pernoctaciones de la EOH del INE y las opiniones empresariales recogidas a cierre de ejercicio en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

En concreto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE las pernoctaciones hoteleras han registrado en el año 2006 crecimientos interanuales positivos en todas las regiones españolas, destacando Extremadura, La Rioja, País Vasco y Asturias dentro de los destinos especializados en el turismo de verde e interior, con crecimientos superiores al 8,0%. Entre los destinos de sol y playa resaltan por el incremento interanual experimentado de la demanda, Baleares, la Comunidad Valenciana y especialmente, Canarias, que tras tres ejercicios consecutivos de práctico estancamiento en las pernoctaciones en alojamiento hotelero han experimentado este año un repunte del 9,2%. El creciente atractivo de la ciudad de Madrid, por otro lado, cierra por tercer año consecutivo un intenso avance de la demanda fruto del éxito del reposicionamiento de la ciudad de Madrid cómo gran destino urbano por excelencia en el panorama internacional.



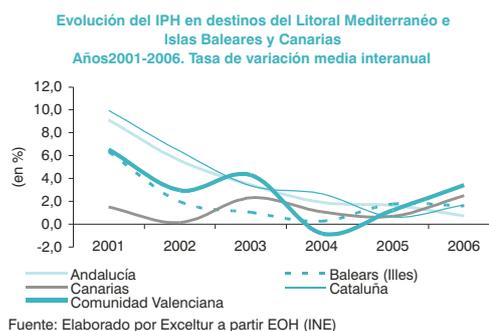
Este dinamismo mostrado por la demanda turística se ha concretado en todas las comunidades autónomas en un elevado consenso sobre el crecimiento de las ventas según la opinión de los gestores de establecimientos hoteleros. Cómo se aprecia en el gráfico adjunto,

que recoge la opinión sobre la variación de las ventas de 2006 respecto al año anterior a detalle de destinos, el porcentaje de empresarios que han manifestado haber experimentado avances positivos en su volumen de ventas en 2006 ha sido mayoritario en todas las regiones españolas, aunque con disímiles grados de consenso e intensidad a la hora de cuantificar este incremento.

Los empresarios de los establecimientos ubicados dentro del interior de España y la España verde han percibido en un mayor porcentaje que la mejora interanual en los niveles de facturación ha sido superior al 5%, mientras que se observa cómo los gestores de hoteles de zonas vacacionales de sol y playa se muestran ligeramente más conservadores a la hora de medir la intensidad de este crecimiento, con la excepción de Baleares, dónde un 41% de los empresarios hoteleros percibieron crecimientos en sus ventas entre el 5% y 10% y un 12% por encima del 10%.

Esta clara mejora en los niveles de facturación ha posibilitado en muchos de los destinos, sobre todo del litoral mediterráneo e islas, que no han acusado avances significativos en sus niveles de precios en el conjunto del año, leves mejoras en clave de rentabilidad empresarial. En los destinos urbanos, de interior y del norte de España, la recuperación de los precios ha sido más evidente y junto al descrito avance en los niveles de facturación, ha posibilitado, según la opinión de un elevado porcentaje de los gestores de establecimientos hoteleros localizados en estos destinos, la mejora interanual en los márgenes empresariales en el año 2006.

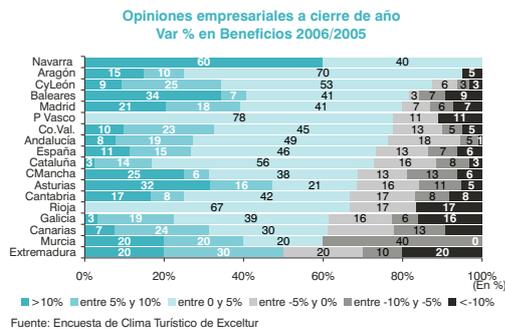
Efectivamente, sí bien es cierto que en la temporada de verano se percibió mayor margen de negociación a efectos de fijar las tarifas que se concretó en un repunte en las niveles de precios en los destinos de sol y playa españoles, el balance para el conjunto del año no ha sido tan favorable y el crecimiento de los precios interanual ha sido muy leve e insuficiente para recuperar la desaceleración sufrida en años precedentes.





Con estos componentes, los empresarios del subsector hotelero de las zonas turísticas del litoral mediterráneo e islas han mostrado un menor consenso respecto a las mejoras interanuales en claves de rentabilidad que en los destinos de interior, España verde y urbanos. Así, en Canarias la percepción sobre la mejora de la rentabilidad empresarial es muy heterogénea, todavía el 38,9% manifiesta haber experimentado pérdidas de rentabilidad en el año 2006.

Mientras en Andalucía y Cataluña, un mayor porcentaje de los empresarios han percibido avances en la rentabilidad empresarial en 2006, muy leve según la mayoría de ellos, existiendo todavía un considerable número de establecimientos que han registrado pérdidas según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Es la Comunidad Valenciana, dentro del litoral mediterráneo, y los destinos del archipiélago balear dónde según la opinión de los profesionales del subsector hotelero el avance en los beneficios en 2006 ha sido más claro e intenso.



En la mayoría de los destinos de interior ó de la España Verde la mejora interanual en clave de rentabilidad empresarial ha sido prácticamente común al conjunto de establecimientos hoteleros de estas zonas turísticas. Destacando en este sentido, la Comunidad de Madrid, dónde según el 39% de los gestores de hoteles madrileños el incremento en los beneficios ha sido superior al 5% y de acuerdo al 41% de los mismo este avance ha estado entre el 0 y el 5%.

1. España Urbana

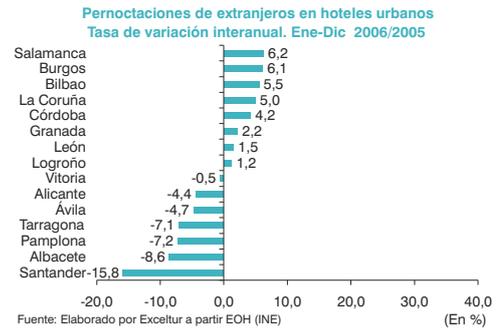
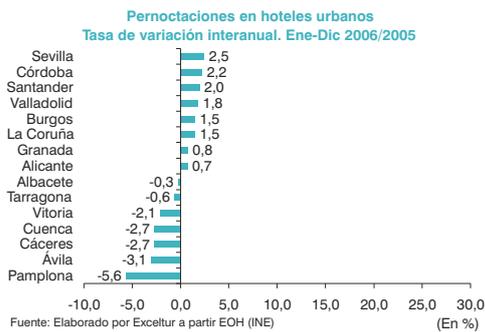
A lo largo de todo el año 2006 se ha prolongado e intensificado la tendencia al alza del turismo en las múltiples ciudades españolas, dando muestras por un lado del acertado reposicionamiento turístico de muchos de estos destinos que han apostado por la diferenciación, renovación urbanística, construcción de equipamientos emblemáticos y celebración de eventos singulares, y por otro, del largo recorrido de la actividad turística en estas ciudades cómo fuente generadora de rentas para sus sociedades locales en un mercado cómo el europeo, con un elevado nivel de demanda potencial hacia las escapadas, e impulsado por la accesibilidad al creciente número de frecuencias y conexiones áreas intraeuropeas.

Las estadísticas de oferta y la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur ponen de manifiesto el favorable comportamiento de la actividad turística en los destinos urbanos españoles de la mano del impulso experimentado en este año 2006 por el turismo de negocios y el de ferias y congresos y el crecimiento sostenido del segmento de "city-breaks" dentro del turismo cultural y de ocio.



De esta manera, en el año 2006, el número total de pernoctaciones en hoteles de las capitales de provincias españolas ascendía a 62,7 millones, un 5,1% más que en el mismo período de tiempo en 2005. El 70,2% del avance de la demanda en los establecimientos urbanos españoles ha sido de la mano de los turistas extranjeros, con especial intensidad en la primera mitad del año. En concreto, las pernoctaciones de los extranjeros registraron un incremento interanual 7,5% en 2006, lo que equivale a 2,1 millones de pernoctaciones más que en el año 2005. Este notable crecimiento viene explicado por la notable atracción turística lograda por el reposicionamiento internacional de muchas de las ciudades españolas dentro del segmento cultural y de ocio, impulsado por la mayor accesibilidad a un conexiones directas y frecuencias entre ciudades europeas, así cómo en el turismo de ferias y congresos, y turismo de negocios.

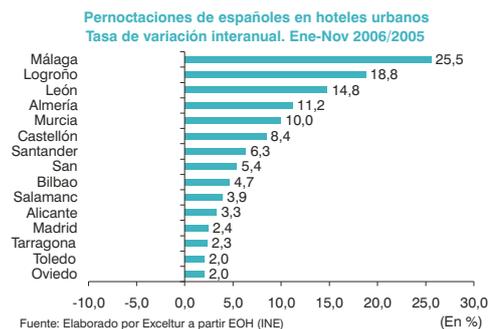




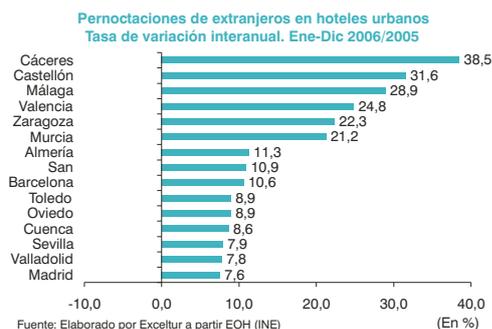
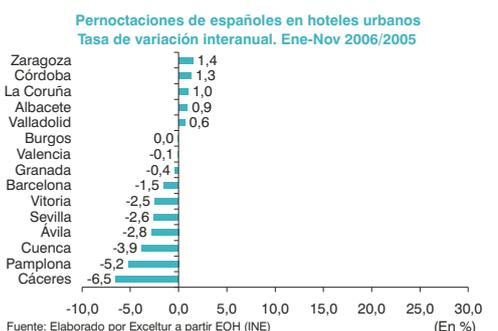
Dentro de las ciudades que concentran un mayor volumen de demanda extranjera, resalta el positivo devenir de la misma en Madrid y Barcelona tanto en su fortaleza, ritmos de avance como en sus implicaciones en términos de volumen. En concreto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE las pernoctaciones hoteleras de extranjeros en estas dos ciudades en el año 2006 crecieron un 7,6% y 10,6% respectivamente, lo que supuso 461 812 mil pernoctaciones adicionales en estas dos ciudades respecto al año 2005.

El aumento de conexiones y frecuencias aéreas a precios más asequibles también se ha dado en el mercado doméstico, fomentando igualmente el desplazamiento de españoles tanto por motivos de ocio como de trabajo entre ciudades españolas. En este sentido, ciudades meridionales de tamaño medio como Málaga, Logroño, Murcia y Castellón se revelan como las que mayor crecimiento de la demanda han experimentado en el año 2006 en términos relativos. Entre las ciudades turísticas más tradicionales en el mapa nacional destaca la pérdida de pernoctaciones de turistas españoles en Barcelona, Granada y Sevilla.

La ciudad que más destaca por el impulso experimentado por la demanda extranjera este año es Valencia, que a través de la celebración de eventos singulares como la visita del Papa y las prerogatas de la Copa de América 2007, y la recuperación y renovación urbanística llevada a cabo en torno a edificios y espacios singulares como el Museo de la Artes y las Ciencias, el Palau de la Música, ha conseguido posicionarse entre los destinos urbanos europeos con mayor proyección internacional. Así, el número de pernoctaciones de no residentes en los hoteles valencianos en este año ha duplicado prácticamente al experimentado en 2002, superando el millón de pernoctaciones.



Las visitas de turistas extranjeros a las ciudades de Madrid, Barcelona y Valencia se han visto beneficiadas por la mayor accesibilidad vía aérea a las mismas protagonizadas por las aerolíneas de bajo coste. Así mismo, entre las ciudades que mayores crecimientos porcentuales han registrado en 2006 se encuentran aquellas donde se ha abierto o consolidado rutas o conexiones con otras ciudades europeas. Este es el caso de ciudades como Málaga donde el número de pasajeros internacionales que llegaron en aerolíneas de bajo coste ascendió a 2,4 millones en 2006, que supuso un crecimiento del 11,4% respecto a 2005.



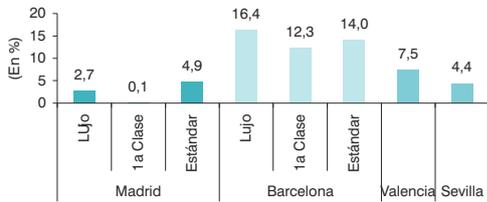
Todo ello se ha concretado en un significativo incremento de las rentabilidades empresariales según revelan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y corrobora la información elaborada por MHI Turismo para cuatro de las principales ciudades turísticas españolas.

La mejora de la ocupación de los hoteles de Barcelona, Madrid, Valencia y Sevilla posibilitada por el positivo crecimiento de la demanda, han posibilitado el aumento de los precios que se ha concretado en una mejora de los ingresos por habitación disponible (RevPAR) en las cuatro ciudades y en las diferentes categorías



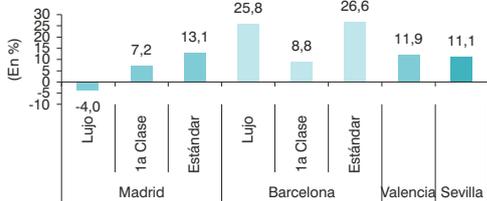
hoteleras. Cabe hacerse notar la intensidad del aumento interanual de las tarifas y de la rentabilidad empresarial en 2006 en las categorías de lujo y estándar de la ciudad de Barcelona y en la ciudad de Valencia.

Precio medio en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

2. Turismo interior: Naturaleza y Cultura

Los resultados obtenidos en el año 2006 en los destinos de interior con una oferta turística orientada al disfrute de la naturaleza y los valores culturales dan continuidad a la senda de crecimiento de sus actividades turísticas en los últimos años.

Tanto las opiniones del sector privado de estas zonas cómo las estadísticas del INE evidencian este favorable avance del turismo en estos destinos de interior. En este sentido, la mayoría de los empresarios de estos destinos manifiestan variaciones interanuales positivas en términos de volumen y rentabilidad empresarial. Destacando particularmente los buenos resultados de Aragón y Castilla y León tanto en clave de ventas cómo de beneficios en el año 2006, según se deriva de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

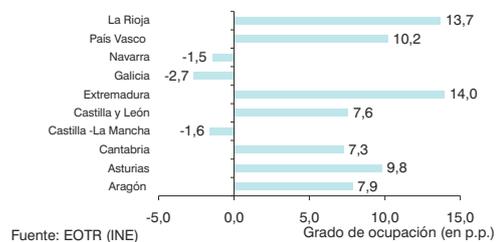
La demanda de servicios de alojamiento rural en estos destinos prolonga en el año 2006 la tendencia al alza observada desde el inicio de esta década. El análisis pormenorizado de los datos de la Encuesta de Ocupación de Turismo Rural del INE revela diferentes ritmos de crecimiento y grados de ajuste entre la demanda y la oferta por destinos. En concreto, en la mayoría de las comunidades la nueva apertura de plazas se mantiene en unos ritmos de crecimiento que son asimilados por la demanda, registrando intensos ritmos de avance en la ocupación de los establecimientos, con la excepción de Navarra, Galicia y Castilla La Mancha, dónde el crecimiento de la oferta no se ve compensado por evolución de la demanda y el nivel de ocupación de muchos establecimientos está sufriendo leves caídas, afectando consecuentemente a la rentabilidad empresarial.

Comportamiento de las pernoctaciones de alojamiento de turismo rural. Ene-Nov 2006/2005 (%)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOTR (INE)

Comportamiento de la ocupación de alojamiento de turismo rural. Ene-Nov 2006/2005



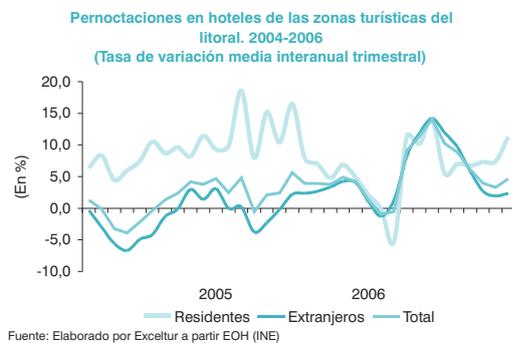
Fuente: EOTR (INE)

En este punto, volvemos a hacer hincapié en un de los de los principales retos a los que se enfrenta el desarrollo actual de la actividad turística en los destinos de interior, controlar el desarrollo futuro de esta oferta y ajustar su crecimiento a unos ritmos más acordes con los requerimientos y necesidades de la demanda, evitando la masificación y congestión de las zonas rurales y, por otro, la necesidad de garantizar unos estándares y características de esta fórmula de establecimiento, para que sigan dinamizando y recuperando la actividad económica en el medio rural



3. Turismo del Litoral Mediterráneo e Islas

Según avalan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y la información detallada para las zonas turísticas de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, el devenir de la actividad turística para el conjunto de los destinos turísticos del litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario en 2006 ha sido muy positivo, debido a la fortaleza de la demanda nacional que ha respondido positivamente a las múltiples campañas promocionales lanzadas desde el sector privado y público de estos destinos, y al crecimiento de la demanda extranjera en los dos trimestres centrales del año, estimulada no obstante por la redistribución de flujos prestados desde otros destinos del litoral mediterráneo oriental que han vuelto a verse afectados desfavorablemente por causas geo-políticas.

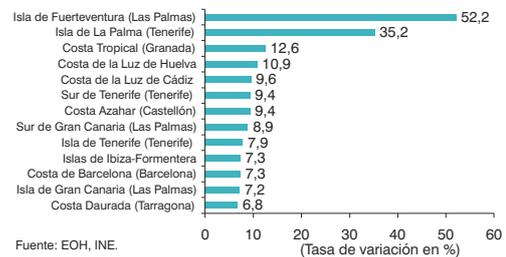


Efectivamente, las pernoctaciones en hoteles en las zonas turísticas del litoral alcanzaron los 234,9 millones en 2006, lo que supone un crecimiento interanual del 6,8% respecto a 2005 según la EOH del INE, que se ha concretado en 15 millones más de pernoctaciones en los alojamientos en estos destinos. La mayor parte de este crecimiento viene explicado por la recuperación de la demanda extranjera que con un incremento del 6,7% anual, explica el 70,5% del total de aumento de pernoctaciones, situándose en niveles muy similares a los alcanzados al comienzo de esta década (172 millones de pernoctaciones).

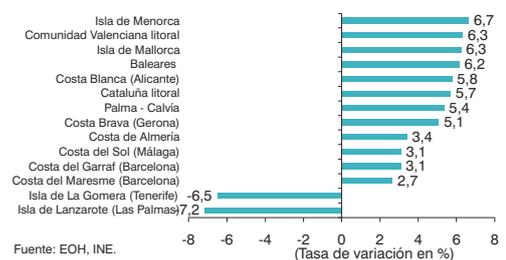
El avance de la demanda extranjera ha sido especialmente favorable en las Islas Canarias, Baleares y en el litoral catalán, donde se han registrado incrementos del 10,5%, 5,1% y 8,7% respectivamente. En el caso de los dos archipiélagos el positivo comportamiento de la demanda nacional ha venido acompañado de una prologación de la senda de crecimiento de la demanda nacional de años anteriores (11,6% en Baleares y 7,4% en Canarias) cerrando el año 2006 con un balance muy positivo en términos de ventas, lejos en cualquier caso de los niveles del año 2000. Dentro de Baleares es especialmente relevante el impulso experimentado por la demanda nacional en las islas de Ibiza y Formentera, que ha pasado a pesar el 15,1% en el año 2000 al 22,1% en 2006 según datos de la EOH del INE.

Las islas del archipiélago canario han tenido por su parte comportamientos muy disímiles, mientras que los grandes destinos canarios se han visto beneficiados del intenso crecimiento de la demanda nacional y extranjera, dentro de las pequeñas islas, destacan La Palma y Fuerteventura que han experimentado un excepcional crecimiento de la demanda de servicios hoteleros, mientras que Lanzarote y La Gomera han sufrido un retroceso en los niveles de pernoctaciones en 2006.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Ene-Dic 2006 - 2005



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Ene-Dic 2006 - 2005



La demanda nacional ha crecido intensamente en Andalucía y el litoral de la Comunidad Valenciana, que se consolidan, junto a Canarias, como los principales destinos del mercado interno en el producto de sol y playa. El incremento interanual de las pernoctaciones de españoles en los destinos del litoral andaluz se concretó en un 8,4% en el año 2006.

El devenir de la demanda nacional en el año 2006 en las diferentes zonas vacacionales andaluzas ha sido muy positivo, con la excepción de la Costa Tropical de Granada donde las pernoctaciones hoteleras de españoles han sufrido un estancamiento respecto a los niveles de 2005. Ha sido precisamente en esta zona y en la Costa de la Luz de Huelva donde la demanda extranjera de servicios hoteleros ha registrado un mayor crecimiento compensando en el caso de la Costa Tropical de Granada el modesto comportamiento de la demanda nacional. La Costa del Sol sigue sin dar muestras de clara recuperación, a pesar del crecimiento observado en las pernoctaciones de españoles (4,6%), la demanda extranjera sigue sin alcanzar los niveles de comienzos de este lustro.

En los destinos de las tres provincias del litoral valenciano la demanda nacional en alojamientos hoteleros ha registrado en 2006 un incremento interanual del 11,5% de las pernoctaciones respecto al año 2005. Mientras, los niveles de pernoctaciones de turistas extranjeros han descendido, teniendo especial relevancia la caída de los mismos en la Costa Blanca, donde el mercado emisor extranjero supone el 47,8% del total de la demanda.

La demanda extranjera en las zonas turísticas costeras catalanas ha experimentado en 2006 un crecimiento notable, destacando el ritmo de crecimiento en los destinos del litoral cercanos a la ciudad de Barcelona y en la Costa Dorada. Por su parte las pernoctaciones de españoles en los destinos de sol y playa catalanes han experimentado una caída en 2006 respecto a los niveles de 2005, excepto en la Costa Brava y la Costa del Garraf donde han registrado crecimientos del 8,8% y 3,4% respectivamente.



El notable impulso en clave de volumen y rentabilidad en el año 2006 en la mayoría de las zonas turísticas del litoral mediterráneo e islas de Baleares y Canarias, con un elevado componente exógeno debido a la redistribución de turistas desde otros mercados competidores con actual pérdida de atractivo debido básicamente al componente de seguridad y cercanía cultural, no debería ser motivo para descuidar las acertadas iniciativas actualmente en marcha de reconversión integral de algunas de las principales zonas turísticas canarias, la renovación contemplada en el Plan de Playa de Palma, y el Plan Qualifica de la Costa del Sol, actuaciones que debieran servir de referencia para su traslación hacia otras zonas del litoral.

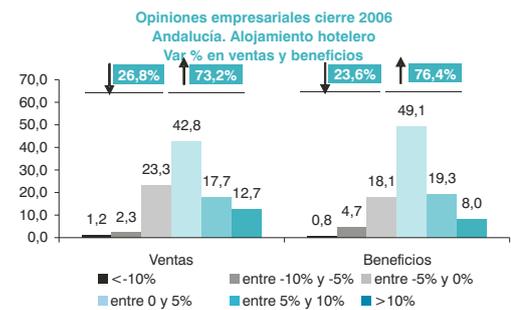
4. Principales destinos nacionales

4.1 Andalucía

El devenir del sector turístico andaluz en el año 2006 ha estado marcado por el dinamismo de la demanda nacional que se ha trasladado a un positivo avance en las ventas del sector de alojamiento reglado, que este año sí, ha venido acompañado de una mejora de la rentabilidad empresarial

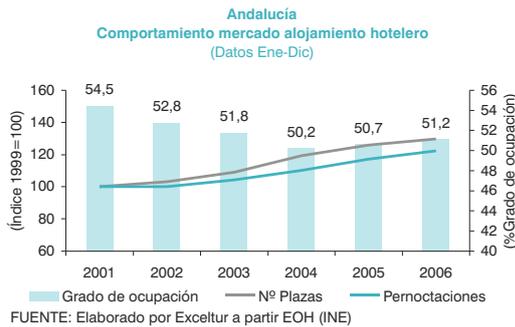
Tal y cómo anticipaban los empresarios del sector turístico andaluz a comienzos de 2006, la fidelidad y el dinamismo de la demanda nacional hacia los destinos y productos turísticos de Andalucía junto a los esfuerzos en promoción y diversificación de producto realizados por la Junta, se ha materializado en un incremento mayoritario de las ventas en el subsector de alojamiento hotelero andaluz, que se ha trasladado a un aumento en lo beneficios durante el año 2006.

La demanda en alojamiento de servicios hoteleros liderada por la fortaleza del turista nacional ha crecido de manera intensa en 2006 (4,5% respecto a 2005 según los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE). Crecimiento que ha propiciado un elevado consenso en cuánto al crecimiento de las ventas en estos establecimientos en el ejercicio turístico 2006 frente a los niveles del año anterior. En concreto, el 73,2% de los gestores de alojamiento hotelero andaluces manifestaban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial a cierre de año haber incrementado los niveles de ventas en 2006, concentrándose la mayoría de los crecimientos en el rango de entre 0 y 5%.

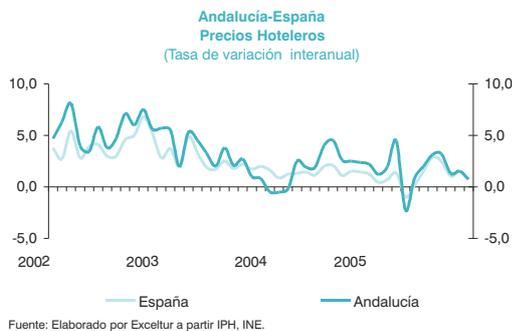


Recuperación de la ocupación en establecimientos hoteleros andaluces que ha propiciado la mejora de la rentabilidad empresarial en 2006

El incremento de la demanda y las ventas en los alojamientos hoteleros ha favorecido una nueva mejora en el grado de ocupación en los hoteles andaluces que da continuidad a la iniciada en 2005 tras cinco años consecutivos de caída a pesar de haber crecido un ejercicio más la oferta de alojamiento en la región. A tenor de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE la media de ocupación en 2006 alcanzó un 51,2%, superando en 0,5 p.p. la ocupación de 2005.



Ha sido este avance en la ocupación de los establecimientos hoteleros el que ha propiciado la mejora de la rentabilidad empresarial en 2006 en un año turístico dónde los precios en los hoteles andaluces se han mantenido en niveles muy cercanos a los de 2005. De hecho, el Índice de Precios Hoteleros del INE registró un incremento interanual de tan sólo el 0,8% en 2006 respecto al año anterior.



Así, el 78,4% de los empresarios del subsector andaluz percibieron un incremento en los beneficios en sus establecimientos en 2006, inclinándose la mayoría de ellos por cuantificar esta mejora como leve, en una banda de entre el 0 y el 5%



Fortaleza de la demanda de los españoles en los destinos turísticos andaluces en el año 2006

Los indicadores de volumen de la demanda turística en Andalucía han experimentado en el ejercicio 2006 unos registros positivos, destacando el elevado dinamismo y fortaleza del turismo nacional, que representa el 39,4% del total de la demanda turística andaluza según el estudio de Impacto Económico del Turismo (IMPACTUR Andalucía 2005).

En este sentido, el año 2006 ha confirmado la consistencia de la demanda de servicios turísticos de los españoles en los destinos andaluces y el retorno obtenido de las acertadas iniciativas de marketing turístico por parte de la Consejería de Turismo, las diversas instituciones andaluzas y empresas privadas dirigidas al mercado nacional. Así, el crecimiento de la demanda nacional ha sido muy intenso y se ha dado en todas las tipologías de alojamiento turístico reglado (hoteles, apartamentos turísticos, campings y turismo rural) y en todos los ámbitos turísticos (vacacional, urbano e interior).



Fuente: Elaboración Exceltur a partir EOH (INE)

En concreto, las pernoctaciones de los españoles en alojamientos reglados en Andalucía registraron un crecimiento del 6,3% en 2006, destacando el avance observado en los establecimientos hoteleros en clave de volumen. El crecimiento nacional desde el año 1999 supone que las pernoctaciones de españoles en los hoteles andaluces en 2006 ascendiesen a 24,2 millones desde los 14,8 millones de 1999, representando el 54,1% del total (43,6 % en 1999), ganando un elevado protagonismo en los últimos años.

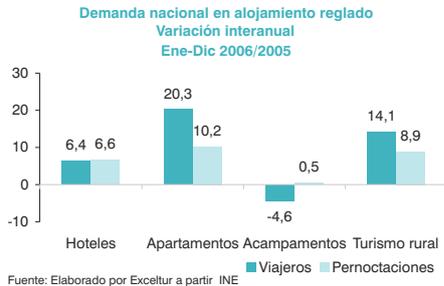


Esta mejora percibida en el turismo nacional se ha dado tanto en turismo urbano, como en el vacacional y de interior, respondiendo a la diversificación del producto turístico andaluz. Así, las pernoctaciones de españoles en establecimientos de turismo rural, mayoritariamente localizados en destinos turísticos de interior, crecieron en 2006 un 8,9%.

La elevada fidelidad del turista nacional a los destinos andaluces, el relevante peso dentro de la estructura de la demanda turística andaluza, su capacidad de gasto y desestacionalización, en un año 2007, dónde se espera que los españoles mantengan uno de los ritmos más elevados en clave de consumo privado dentro del panorama europeo, demandan que los esfuerzos de marketing de administraciones públicas y empresas privadas hacia el mercado



español sigan siendo prioritarios para poder continuar aumentando el importante impacto socio-económico de los viajes y excursiones de los españoles en territorio andaluz.



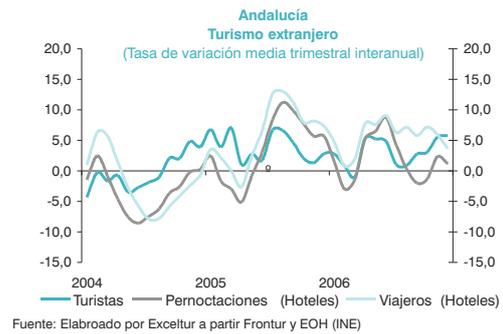
La demanda de alojamiento hotelero por parte de turistas españoles ha crecido en todas las zonas vacacionales del litoral andaluz y dentro de la mayoría de destinos urbanos, dónde destaca el excepcional avance de la demanda nacional en la ciudad de Málaga, muy beneficiado por el incremento de las conexiones aéreas con otras ciudades españolas y el posicionamiento y promoción de la ciudad cómo destino urbano, cultural y de congresos. Este crecimiento contrasta con el estancamiento de la demanda nacional en ciudades con mayor tradición turística como Granada y Sevilla.

El comportamiento del turismo nacional en las zonas turísticas del litoral andaluz ha sido muy favorable, resaltando por su intensidad el incremento de las pernoctaciones de españoles en los hoteles de las zonas de costa menos urbanizadas cómo la Costa de Luz de Cádiz, Huelva y Almería, que registraron crecimientos interanuales del 17,3%, 7,2% y 8,4% respectivamente.

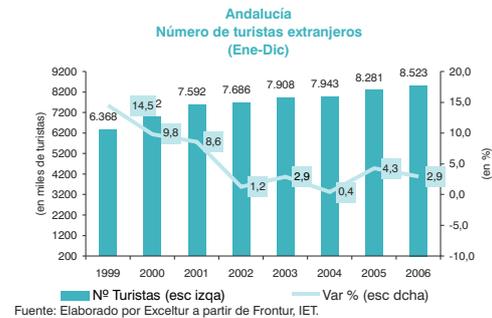


Estancamiento de la demanda extranjera y cambio de sus patrones de comportamiento con una mayor preferencia por el alojamiento residencial propio o de familiares y amigos y que viajan de manera independiente

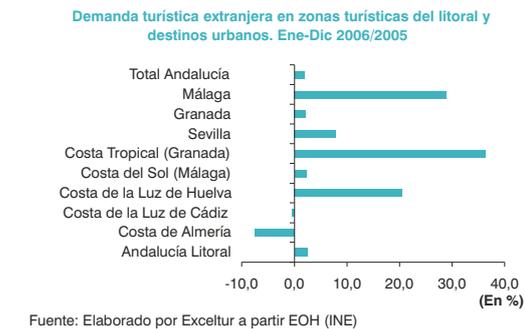
El año 2006 ha sido testigo de la ralentización de los ritmos de crecimiento de la demanda extranjera en Andalucía en un escenario marcado por el rápido cambio del perfil del turista extranjero que visita los destinos de la comunidad hacía un viajero más independiente, con una elevada propensión al uso de alojamiento residencial propio o de familiares amigos y que está condicionando notablemente el impacto socio económico del turismo de no residentes en la comunidad.



En este marco, la llegada de turistas extranjeros a Andalucía en 2006 registró un leve crecimiento del 2,9% según Frontur, que no ha conseguido trasladarse a un incremento de las pernoctaciones en alojamiento reglado en los destinos turísticos andaluces. Así, según las Encuestas de Ocupación del INE para alojamiento reglado, las pernoctaciones de extranjeros en las mismas descendieron un 0,6% respecto al ejercicio 2005.



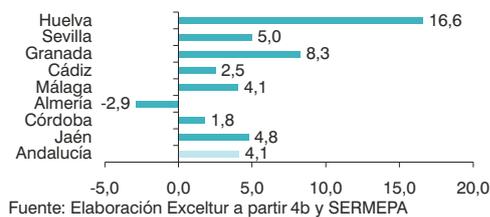
Son los establecimientos hoteleros dentro de los de tipología reglada los únicos que han conseguido cerrar el año con una variación interanual, aunque tímida, positiva, gracias al avance de la demanda extranjera en los destinos urbanos andaluces y en zonas vacacionales menos desarrolladas como la Costa de la Luz de Huelva y la Costa Tropical de Granada.





El dispar comportamiento de la demanda turística extranjera se pone igualmente de manifiesto en el gasto realizado por los turistas no residentes en las provincias andaluzas. Así, el importe desembolsado y la retirada de efectivo de no residentes con tarjetas de crédito VISA y Master Card en provincias como Huelva y Granada, donde se ha identificado un notable incremento de la demanda extranjera de servicios hoteleros, registraron crecimientos interanuales del 16,6% y 8,3% respectivamente. Mientras, se percibe un mantenimiento en niveles muy similares ó algo inferiores a los de 2006 en las provincias de Cádiz y Almería.

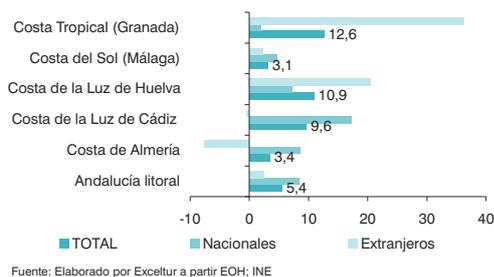
Importe total de efectivo dispuesto y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en Andalucía y sus provincias
Tasa de variación interanual. 2006/2005



Incremento de las ventas y los beneficios en 2006 en los alojamientos hoteleros vacacionales de la costa andaluza y en los hoteles urbanos

En este contexto, los datos agregados y desglosados por zonas turísticas del litoral andaluz, revelan cómo aquellas zonas menos saturadas y de desarrollo más reciente se han comportado mejor que la media del litoral andaluz. Así, destaca el comportamiento de la demanda en la Costa de la Luz de Huelva y de Cádiz con crecimientos de las pernoctaciones totales próximas al 10%.

Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005

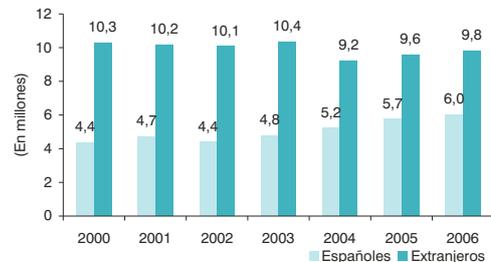


Por su parte, el balance del año turístico en la Costa del Sol es algo más positivo que en años precedentes, recuperando parte de la demanda extranjera perdida desde el año 2003 pero todavía en niveles lejanos a los 10,2 millones de pernoctaciones de extranjeros que en media se recibían en los hoteles de la zona en el período 2000-2003. Un año más, la demanda nacional en los destinos de la Costa del Sol ha mantenido la senda de crecimiento iniciada en el año 2003 compensando la falta de dinamismo de la extranjera.

Sin perjuicio de lo anterior, el año 2007 será un año clave para el futuro de este relevante destino de la costa andaluza por cuanto se debería comenzar a ejecutar las medidas necesarias recogidas en el Plan

Qualifica puesto en marcha por la Junta de Andalucía en 2005, entre las que apuntan como más prioritarias la renovación de las zonas más degradadas de los espacios turísticos de este tramo de la costa malagueña, la inversión en infraestructuras y equipamientos básicos y la apuesta por nuevos productos desestacionalizadores.

Pernoctaciones hoteleras en la Costa del Sol
Años 2000-2006

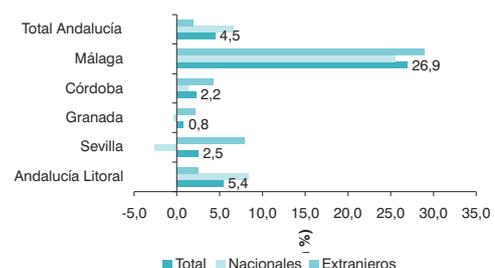


La favorable dinámica de la demanda en el año 2006 en los alojamientos hoteleros de la costa andaluza se ha trasladado a una recuperación de los beneficios empresariales según los resultados a cierre de año de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. En concreto, el 71,9% de los gestores de hoteles del litoral andaluz han percibido un incremento interanual en los beneficios en 2006, que la mayoría de ellos (46,5%) ha cuantificado no superior al 5%.

El éxito del turismo urbano en España vinculado al turismo de incentivos, congresos y convenciones, el turismo cultural y ocio se ha extendido igualmente a las ciudades andaluzas, cuyo mayor exponente en este año 2006 ha sido la ciudad de Málaga, que gracias al esfuerzo de renovación urbana y la apuesta por atributos basados en la cultura y el turismo de negocios ha consolidado su imagen de destino urbano dentro de una zona turística con vocación vacacional, viéndose además favorecida por el aumento de las frecuencias y conexiones aéreas tanto en el mercado doméstico como en el internacional.

Gracias a este esfuerzo el crecimiento que ha experimentado la oferta de alojamiento hotelero en Málaga en los últimos años, que ha pasado de un número máximo disponible de 4,5 mil plazas en 2002 a 6,5 mil en 2006, ha sido cubierta por el avance de la demanda y se ha mejorado incluso la ocupación en los hoteles de la ciudad (53% en 2006 frente a 50% en 2002).

Demanda turística en zonas turísticas del litoral y destinos urbanos. Ene-Dic 2006/2005



El empuje de la demanda en los hoteles de las ciudades turísticas andaluzas se ha traducido a una mejora de las ventas y a un incremento de los beneficios empresariales en 2006 respecto a los niveles del año anterior según la Encuesta de Clima Turístico



Empresarial de Exceltur. Entre los empresarios del subsector hotelero urbano en Andalucía predominaba a cierre de 2006 mayoritariamente la opinión de haber mejorado la rentabilidad en sus establecimientos hoteleros respecto a 2005. En concreto, un 81,8% de los mismos manifestaron haber incrementado sus beneficios en 2006 respecto a 2005, y el 57,5% de ellos cuantificaban esa mejora entre el 0 y 5% de incremento interanual.

4.2 Baleares

2006 se cierra con un positivo balance empresarial para el turismo balear gracias al incremento en ventas y beneficios

Las expectativas empresariales para 2007 son positivas en un marco dónde se espera que la demanda nacional siga creciendo

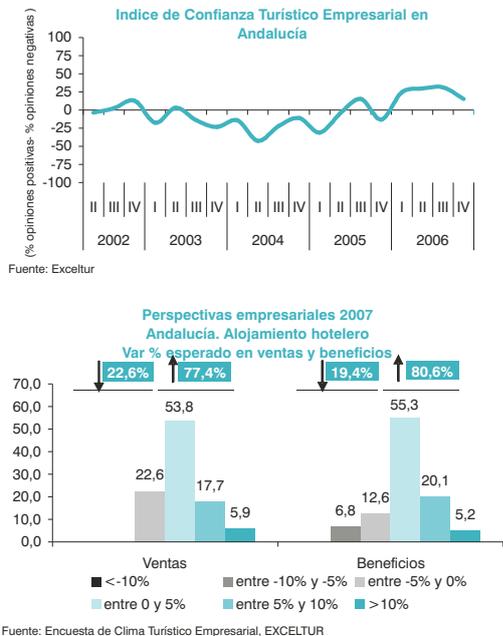
2006 ha culminado el proceso de recuperación que ha venido experimentando el turismo en Baleares durante los tres últimos ejercicios, cerrando un ejercicio con un balance empresarial positivo gracias al aumento de las ventas y de los beneficios de las empresas turísticas de las islas. En esta recuperación ha tenido una notable incidencia el esfuerzo realizado tanto por las administraciones públicas, como por los empresarios, en fortalecer la imagen turística de las islas gracias a unas acertadas políticas de promoción.

En un año 2007 dónde se espera una continuidad en los esfuerzos en promoción realizados en el mercado nacional y en los principales mercados emisores, y que además arranque el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía como documento vertebrador de una nueva política turística andaluza dónde la gestión del territorio, la diversificación de la oferta, la puesta en valor de todos los recursos de la comunidad y la desestacionalización se configuran cómo líneas de trabajo prioritarias, los empresarios turísticos manifiestan optimismo ante los posibles resultados a cierre del año 2007.

En este sentido, si en estos últimos años el acento ha girado más en torno a la promoción para revertir el retroceso que venían sufriendo los destinos Baleares en sus principales mercados extranjeros de origen de turistas, en particular el alemán que fue el que más debilidad llegó a acusar, el futuro más inmediato y especialmente en un momento de bonanza como el actual, aconseja priorizar en mayor medida todas aquellas políticas de mejora de la oferta de productos y destinos en los que siguen latentes múltiples oportunidades y retos competitivos .

En concreto, el 77,4% de los empresarios del subsector hotelero anticipan un incremento de las ventas, que el 53,8% de los mismos cuantifica no superior al 5%. Esta mejora de las ventas se trasladará presumiblemente un año más a un aumento de los beneficios empresariales respecto a los niveles de 2006. En concreto, un 80,6% de los mismos prevén un incremento interanual de los beneficios en 2007, entre el 0 y el 5% según la mayoría de los encuestados.

Si 2005 y 2006 han sido los años de la promoción y la recuperación de la imagen turística de las islas, 2007 debe ser el del inicio de una estrategia decidida de mejora integral de la oferta que enriquezca sus atractivos y facilite una mayor diversificación y desestacionalización



2007 debiera servir para que los responsables de gestionar las políticas turísticas -que tanto a nivel autonómico, como local, resulten elegidos tras las próximas elecciones del mes de mayo- diseñen e implanten estrategias que desde el mayor respeto por la preservación del entorno, permitan pasos más decididos y acelerados en el enriquecimiento de las experiencias y atractivos turísticos. Es decir, pongan el mayor énfasis y procuren desde la renovación de aquellas zonas turísticas sometidas a procesos de obsolescencia, como es el caso de la Playa de Palma cuyo plan integral de renovación integral se hace cada vez más urgente consensuar y poner en marcha, a facilitar la diversificación de la oferta hacia productos y segmentos de mayor valor añadido, que permitan elevar la derrama por un mayor gasto promedio y/o por una mayor desestacionalización del consumo turístico, como entre otros será el caso del turismo urbano y el de convenciones y congresos, con el impulso que supondrá la construcción del nuevo palacio de congresos en la ciudad de Palma.

2006 ha sido testigo tanto de un aumento de la demanda nacional como extranjera

Las buenas condiciones con las que se ha cerrado el conjunto del ejercicio 2006 debieran favorecer avances ante los retos que se avecinan a medio plazo. La demanda tanto nacional como extranjera



hacia las islas ha vuelto a crecer de manera importante en 2006. En concreto, el número de pernотaciones en establecimientos de alojamiento reglados se incrementaron en 2006 un 6,3% en promedio, gracias al fuerte aumento del 12,4%, de la demanda española, mientras la extranjera se incrementaba un 5,4%. Las nuevas fórmulas de turismo vinculadas al medio rural han vuelto a ser las que mayor crecimiento relativo han experimentado aunque desde niveles de demanda muy inferiores al resto, mientras los hoteles y, en menor medida, los apartamentos reglados han compartido el crecimiento en el número de pernотaciones dentro de una senda de crecimiento porcentual más moderada.

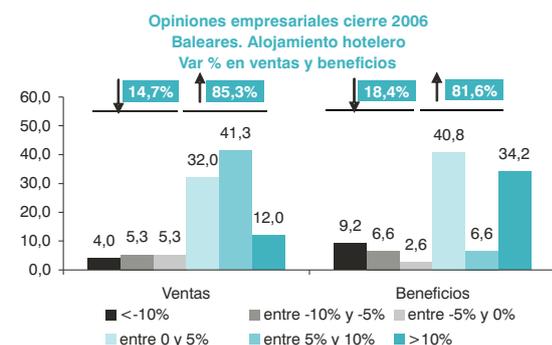


Fuente: Elaboración Exceltur a partir INE



Fuente: INE

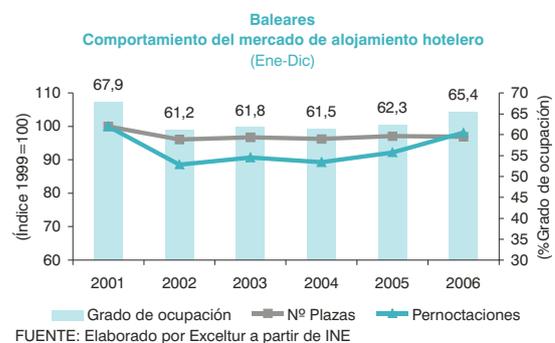
Este comportamiento ha permitido cerrar el año con un crecimiento generalizado de las ventas en los hoteles de las islas. Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial del cierre del año 2006 elaborada por Exceltur, el 85,3% de los empresarios turísticos de alojamiento de las islas manifestaban haber experimentado un crecimiento en sus ventas durante 2006 respecto a los niveles de 2005, con un porcentaje mayoritario (41,3%) que lo cuantificaba por entre el 5% y el 10% y un 12,0% que lo situaba por encima del 10%.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La política de contención en el crecimiento de nueva oferta hotelera ha permitido mejorar los niveles de ocupación y en un escenario de precios contenidos, elevar las rentabilidades respecto de los niveles de 2005

Un año más hay que hacer notar que la acertada política de contención de la oferta hotelera iniciada en 1999 ha permitido que el aumento de la demanda se traduzca en un notable incremento en los niveles de ocupación. En concreto, el año 2006 se ha cerrado con un nivel de ocupación medio en los hoteles de las islas del 65,4% según la EOH del INE, superiores al 62,3% del año 2005 y acercándose al 67% que registró en los inicios de la década.



FUENTE: Elaborado por Exceltur a partir de INE

Aún a pesar de una cierta contención de precios que ha seguido dominando el año 2006, el fuerte aumento de la afluencia turística ha propiciado un crecimiento de los beneficios empresariales y favorecido que se hayan minimizado las políticas de ofertas y descuentos, que habían sido la tónica generalizada en las cuatro últimas temporadas, para intentar superar la atonía de la demanda. En este sentido, el crecimiento medio del Índice de Precios Hoteleros publicado por el INE a lo largo del 2006 se ha situado en el 1,4%, por debajo del crecimiento medio de los hoteles en España y por debajo de la inflación media de los precios al consumo en Baleares.



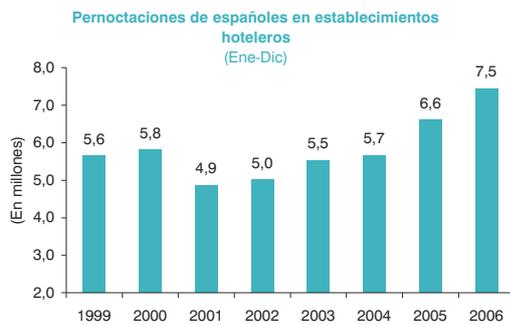
Fuente: IPH, INE.

Consistente con lo anterior, el 81,6% de los empresarios encuestados de Baleares reconocían haber experimentado en 2006 un crecimiento en sus beneficios respecto a los niveles de 2005, con un 40,8% que los sitúa como moderados, inferior al 5%, pero con otro 34,2% que los cifra por encima del 10%. En este sentido, cabe destacar que buena parte de las empresas han ido recuperando los niveles de rentabilidades perdidos en temporadas anteriores, tras tres años de intensas caídas que se extendieron durante el período 2002-2004.

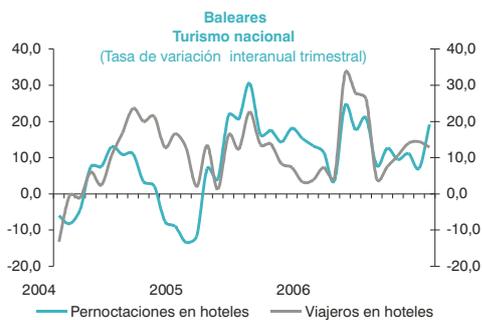


El turista español alcanzando su máximo histórico en términos de pernoctaciones y el alemán han sido los grandes protagonistas de la dinamización de las ventas de las empresas turísticas de las islas durante 2006

El turista español y el alemán han sido los grandes protagonistas de la dinamización de las ventas de las empresas de las islas durante 2006. Esta temporada recién concluida ha vuelto a ser testigo de un nuevo y significativo crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras de la demanda española y ya son cinco años consecutivos, alcanzado un año más un máximo que consolida al mercado español entre los tres principales para las islas junto al británico y al alemán. Los españoles realizaron en 2006 7,5 millones de pernoctaciones en los hoteles de las islas, lo que supone un crecimiento del 12,9% respecto a los niveles de 2005 y muy por encima de los 5 millones de pernoctaciones que se realizaban en 2001, tal y como se desprende de la EOH del INE.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE



Fuente: EOH, INE

El mayor gasto promedio en destino que caracteriza al turista nacional, la paulatina ruptura en las últimas temporadas de la estacionalidad que ha marcado su comportamiento histórico y el que se espera que sea el mercado europeo de mayor crecimiento en el consumo de las familias para 2007 aconseja que se sigan manteniendo las prioridades y esfuerzos de marketing y promoción para el mercado interno por parte de las diversas empresas y administraciones públicas de las islas.

El mercado español debe seguir estando entre los prioritarios dentro de cualquier estrategia de marketing y diseño de producto de las empresas y administraciones turísticas para 2007

El turismo extranjero ha mostrado, por su parte, un comportamiento igualmente muy positivo en 2006 con un aumento en volumen (2,2 millones de pernoctaciones) algo mayor que el del mercado nacional, favorecido por la recuperación del gasto de las familias alemanas y del turista paquetizado familiar y más convencional, que sigue siendo el principal sostén de la industria turística balear. Junto a los ya reconocidos resultados que en términos de la recuperación de imagen y atractivos de Baleares se han alcanzado en algunos de los principales mercados extranjeros, gracias a una promoción institucional más acertada y focalizada, buena parte del crecimiento de la demanda paquetizada hacia Baleares observada desde el mes de abril de 2006 se deriva de las situaciones geopolíticamente adversas que han vuelto a acusar Turquía y Egipto, países que en los últimos años se habían erigido como los más serios competidores del producto de sol y playa de Baleares.

Comparación de las pernoctaciones hoteleras de extranjeros en Baleares y las entradas de turistas extranjeros en Egipto y Turquía.

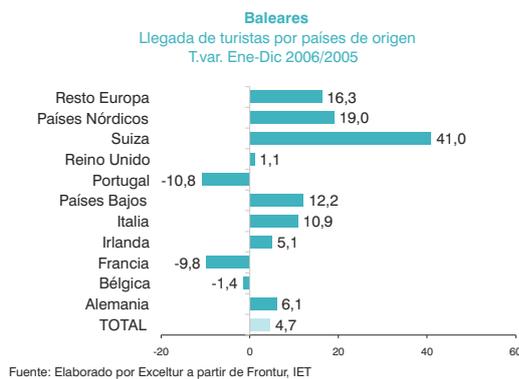
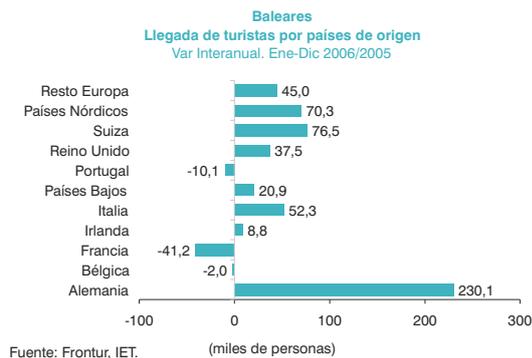


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de institutos de estadística nacionales y EOH

Baleares se ha visto beneficiado por la redirección de flujos turísticos, especialmente desde el mercado alemán, provocada por la inestabilidad geopolítica percibida en algunos países competidores del Mediterráneo oriental

Como se puede observar en el gráfico adjunto, a lo largo del año se ha producido una relación inversa entre la evolución del turismo extranjero hacia estos países y la mayor afluencia hacia Baleares fruto de la redirección de tráficos turísticos ya comentada. No obstante, cabe destacar que, si bien son meses de temporada baja en las islas, los destinos de Baleares hasta el momento apenas han notado la recuperación que han comenzado a experimentar Turquía y Egipto a finales de 2006 y que por el contrario sí han afectado a la dinámica de la llegada de turistas hacia a Canarias en su temporada alta.

La situación de estos destinos y la pérdida que han sufrido especialmente en el mercado alemán (sólo Turquía ha perdido 500 mil turistas alemanes en el año 2006) ha favorecido la captación de turistas de ese trascendental mercado de 4 millones de turistas para Baleares y que según FRONTUR en 2006 ha crecido en 230 mil turistas más que en 2005. Ese dinamismo alemán ha coincidido con la atonía que ha mostrado el turismo británico, tras los fuertes crecimientos que experimentó en las últimas temporadas, y que todo parece apuntar que podría revertirse este año 2007 y volver a apuntar un ligero aumento, si bien mucho más por parte del turista independiente que del paquetizado.



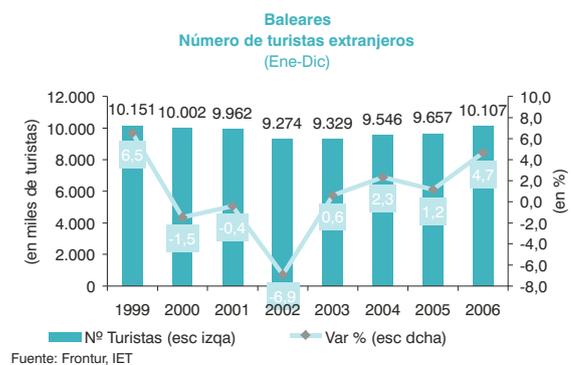
La recuperación de la demanda familiar y paquetizada ha permitido en 2006 incrementar la estancia media y el gasto turístico de los extranjeros

La recuperación del perfil de demanda familiar paquetizada que suele conllevar estancias semanales o quincenales ha favorecido que durante 2006 - y especialmente gracias a las cifras del verano - se haya producido por primera vez desde 1999 un crecimiento en la estancia media hotelera por parte de la demanda extranjera. En 2006 los extranjeros permanecieron en los hoteles de Baleares una media de 6,7 días, es decir 0,1 días más que en 2005 y en los mismos niveles de 2004, aunque aún lejos de los 8,0 días que permanecían en 1999.



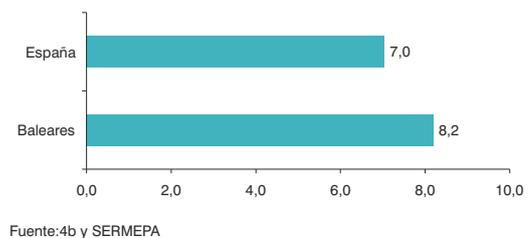
La mayor afluencia de la demanda tradicional paquetizada ha favorecido también un crecimiento en el gasto turístico de los extranjeros y es de esperar, aunque no se disponen de estadísticas para confirmarlo, que también de la demanda nacional, por lo que estimamos que los ingresos turísticos que revierten a las islas se habrán incrementado en 2006.

En este sentido la única información hoy disponible para ilustrar las tendencias en este campo, como es el efectivo dispuesto en cajeros y los pagos realizados por los extranjeros no residentes con tarjetas Visa y Mastercard en los destinos turísticos Baleares, pone de manifiesto que esos desembolsos se incrementaron en 2006 un 8,2%, por encima del crecimiento medio que en España fue del 7,0%. A pesar de que se trata de una estadística que puede estar sesgada algo al alza por ser las tarjetas de crédito un medio de pago cada vez más utilizado por los turistas (que no significa que tengan que gastar más), lo cierto es que si se compara con el aumento total de turistas extranjeros que se ha producido en 2006 en las islas y que FronTUR cifra en un 4,7%, el análisis cruzado pondría de manifiesto un crecimiento del gasto por turista en este pasado año próximo al 3,5% nominal y un mantenimiento en los niveles del pasado año si se descuenta la inflación.



Importe total de efectivo y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en Baleares

Tasa de variación interanual.
2006/2005



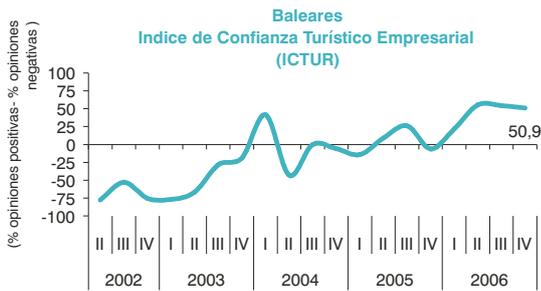
En cuanto a su distribución insular, el crecimiento de la demanda ha sido homogéneo en todas las islas, con aumentos en el número de pernотaciones entre el 6% y el 7,5%. Ibiza y Formentera son los que han visto un mayor aumento en el volumen de pernотaciones hoteleras, que alcanzó el 7,3%, gracias al fuerte tirón de la demanda española que ha crecido este año 2006 un 19,6%. Menorca, esta temporada, vuelve a experimentar un aumento de la demanda tras la complicada temporada que vivió el año 2005, también muy favorecida por la demanda española y Mallorca vuelve a registrar un crecimiento tras la recuperación que ya vivió en 2005.

Las expectativas empresariales para 2007 son muy positivas en un escenario que puede verse afectado tanto por la ralentización del consumo en Alemania, como por las implicaciones de la reciente fusión entre Thomas Cook y My Travel

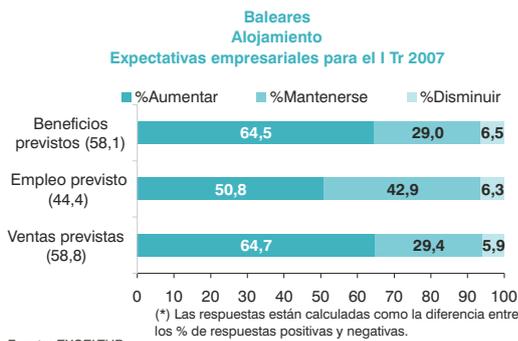


A pesar de ser temporada baja, el año ha concluido con un fuerte aumento de la demanda gracias entre otras razones a la reducción de precios y al buen clima que han disfrutado las islas lo que ha favorecido el alargamiento de la temporada estival. En este escenario los niveles de confianza de los empresarios se han mantenido en niveles máximos desde que en Exceltur elaboramos la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, con buenas perspectivas para el primer trimestre, en gran medida por la información anticipada por los touroperadores para este próximo verano.

Estas expectativas no parecen haber descontado los impactos que la subida de los tipos de gravamen en el IVA en Alemania están empezando a generar en la adquisición de viajes, por la anticipación de compras de bienes de consumo duradero que tuvo lugar desde su anuncio en la segunda mitad de 2005, que de intensificarse tendrán sus repercusiones sobre la demanda turística de este país. Tampoco, porque en el momento de realizar la encuesta no se podía anticipar un fenómeno de concentración de TTOO de esa magnitud, por las implicaciones de la reciente fusión de dos de los principales clientes hoteleros para las islas, Thomas Cook y My Travel, que sin duda introducirá mayor presión en la contratación y precios y que debe servir para seguir potenciando al máximo las estrategias de marketing y distribución multicanal, alentando más actuaciones de marketing relacional contacto directo con el cliente final, además de seguir apostando por aquellos valores y atributos diferenciales de las islas que aseguren la percepción de un mayor valor añadido y una superación de las expectativas de los turistas, que justifiquen el pago de un mayor precio por los servicios prestados.

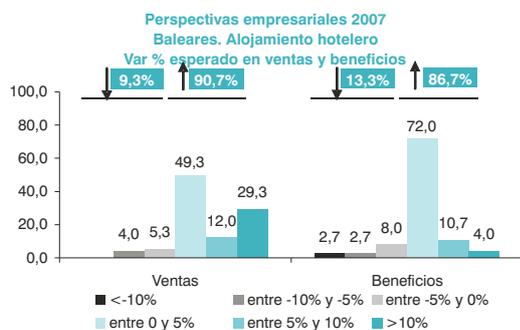


Fuente: EXCELTUR



Fuente: EXCELTUR.

En este escenario, los empresarios se muestran igualmente optimistas sobre la evolución de las ventas y los beneficios para el conjunto de 2007, con un porcentaje mayoritario, superior al 85%, que esperan incrementos en ambos indicadores de sus resultados empresariales para este año. Las expectativas, no obstante, traducen una cierta moderación en la medida en que la mayor parte de los empresarios cifran los crecimientos por debajo del 5%, lo cual es especialmente intenso (72,0%) en el caso de la opinión sobre los beneficios.



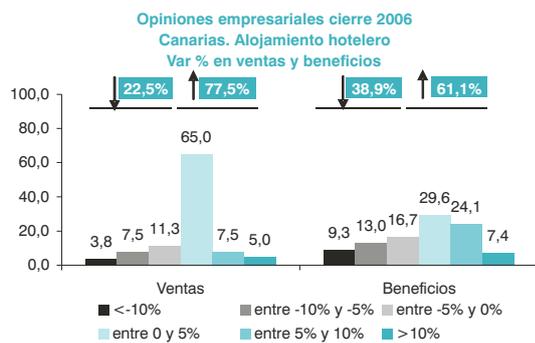
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



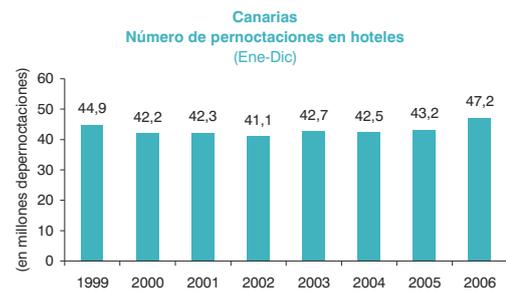
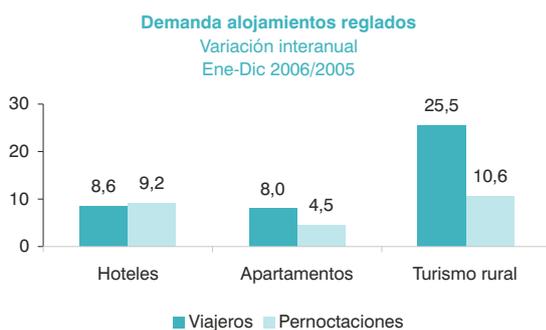
4.3 Canarias

Tal y como se esperaba a comienzos de año, durante 2006 los empresarios turísticos de las islas Canarias han experimentado un crecimiento en las ventas y los beneficios, rompiendo la tendencia de continuas caídas en rentabilidad que se venían observando desde 2002

El año 2006 se cierra con un balance empresarial positivo respecto a la evolución turística en las islas Canarias. El fuerte aumento de la demanda turística hacia las islas explicado por un extraordinario comportamiento de la demanda española que ha sido alentado por el acertado esfuerzo en promoción realizado por el Gobierno de Canarias, junto con un fuerte aumento del turismo extranjero, en parte redirigido desde otros destinos que han sufrido las consecuencias de la inestabilidad geopolítica que ha afectado a su entorno, han incrementado de manera generalizada las ventas de las empresas turísticas de las islas durante 2006.

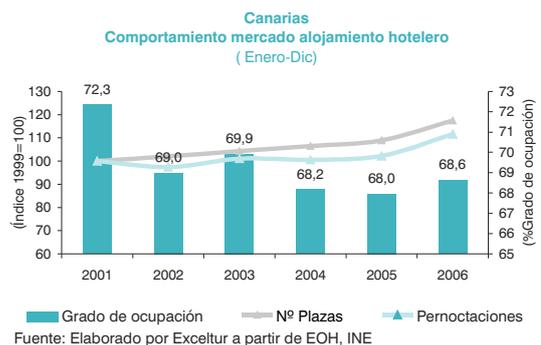


Dentro de las empresas de alojamiento, los establecimientos hoteleros, junto a la incipiente oferta de turismo rural, han sido los que se han visto más beneficiados del incremento de la demanda. Los establecimientos más beneficiados han sido los hoteles nuevos, los localizados en zonas menos densificadas y aquellos que se han renovado y han invertido en equipamientos y nuevas instalaciones para adecuarse a las actuales demandas de los turistas. En concreto, el número de pernoctaciones hoteleras en Canarias ha aumentado en 2006, un 9,2% lo que supone casi 4 millones más que en 2005, alcanzando su máximo histórico.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE.

Gracias a este aumento y según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de balance del año 2006 elaborada por Exceltur, el 77,5% de los empresarios turísticos de alojamiento de las islas manifestaban haber experimentado un crecimiento en sus ventas durante 2006 respecto a los niveles de 2005, si bien la mayor parte (65,0%) lo cuantifica por debajo del 5% y apenas un 12,5% por encima del 5%. De nuevo el fuerte aumento en el número de plazas ha limitado el efecto del incremento de la demanda sobre los niveles de ocupación, si bien se ha reducido la presión a la baja sobre los precios lo que ha permitido un mayor crecimiento de los volúmenes de facturación.



En concreto, durante el año 2006 los precios de los hoteles en Canarias han crecido un 2,5%, ligeramente por encima de la media española (1,8%), según el Índice de Precios Hoteleros (IPH) elaborado por el INE, aunque todavía por debajo de los niveles de inflación media que registraron las islas y que el IPC del INE cifra en un 2,9% de media anual. Este ligero repunte de los precios observado en 2006 no hace sino tratar de cerrar la brecha de reducción en los precios reales percibidos por los establecimientos hoteleros que se lleva produciendo desde el año 2001. En concreto en los últimos cinco años los precios de los hoteles en Canarias se han incrementado apenas un 1,3% de media, mientras la inflación en las islas se ha situado en el 2,5% y los precios de los hoteles en el conjunto de España han aumentado un 2,9%, según el IPH del INE.

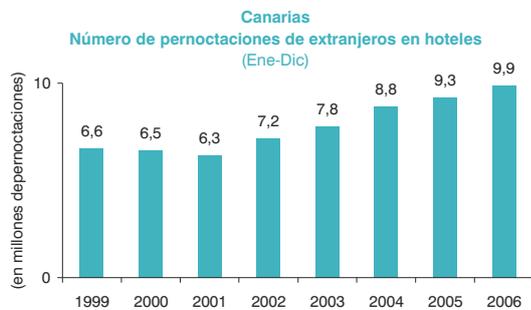




El aumento de las ventas a lo largo del año y el esfuerzo en mejorar la eficiencia para controlar los costes han favorecido un generalizado y en algunos casos más intenso crecimiento de los beneficios empresariales en los hoteles de las islas en 2006. En concreto el 61,1% del total de los empresarios vieron incrementar sus beneficios esta temporada que acaba de finalizar, con un 31,5% para los que las mejoras fueron superiores al 5% a pesar del fuerte aumento de los suministros de agua y energía que se han producido a lo largo del año y que debieran ser objeto de una política de moderación de cara a un año 2007 que se presenta complejo.

La demanda española ha seguido ejerciendo de dinamizador de las ventas de las empresas turísticas, a la que se ha unido este año 2007 un repunte del turismo extranjero

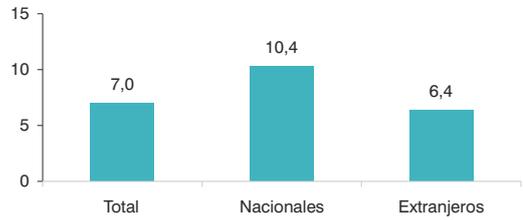
El turismo español un año más ha vuelto a ejercer de revulsivo de las ventas de las empresas turísticas de Canarias. En 2006 los españoles realizaron en el conjunto de establecimientos reglados de las islas (hoteles, apartamentos y casas rurales) 14,7 millones de pernoctaciones, lo que supone un incremento del 10,4% respecto a los datos del año 2005. Con este registro, la demanda turística española alcanza su máximo histórico en Canarias, con casi 5,5 millones de pernoctaciones más que hace 5 años, incrementando cada vez más su presencia en la cuota de mercado turístico de las islas. Si en el año 2001 el turismo español medido a través del número de pernoctaciones representaba apenas un 9,7%, en 2006 su cuota de mercado se elevaba hasta el 16,9%.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE.

A pesar de que todavía con respecto al volumen de turismo extranjero que llega a las islas el mercado español es reducido, su importancia en términos económicos es sustancialmente mayor como demuestra el hecho de ser el mercado que realiza un mayor gasto en destino tras los países nórdicos, según la Encuesta de Gasto turístico elaborada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Esta circunstancia junto a su proximidad, las mayores vinculaciones a las islas y las buenas perspectivas de comportamiento del consumo de las familias para 2007 debieran ser motivos suficientes para seguir siendo un mercado objetivo prioritario de la estrategia de marketing y promoción turística de administraciones y empresas turísticas canarias, toda vez que de cara a este año 2007 se espera sea el mercado de la Unión Europea donde mayor aumente el gasto de las familias.

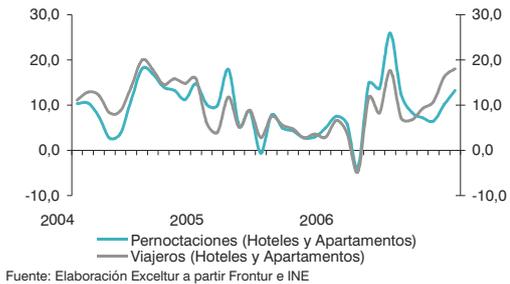
Demanda alojamientos reglados
Variación interanual de las pernoctaciones
Ene-Dic 2006/2005



Fuente: INE

Uno de los rasgos más destacados del comportamiento del turismo nacional a Canarias ha sido el mantenimiento de su dinamismo a lo largo del año y especialmente el mayor crecimiento en los momentos del año históricamente de menor dinamismo como son los meses previos y posteriores al verano. En esta línea, los turistas españoles han comenzado a romper en 2006 la estacionalidad que ha caracterizado sus viajes a las islas, concentrados en los meses de verano.

Canarias Turismo nacional
(Tasa de variación media trimestral interanual)



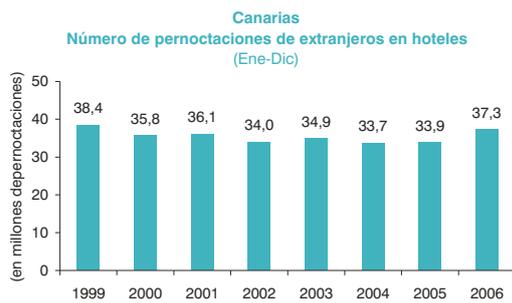
Fuente: Elaboración Exceltur a partir de Frontur e INE

Por su parte, el turismo extranjero ha sido en volumen el que ha favorecido un mayor incremento de las ventas de las empresas turísticas canarias en 2006, que se ha dejado notar especialmente sobre la demanda hotelera. Durante esta temporada recién concluida, el número de pernoctaciones de los turistas extranjeros en establecimientos de alojamiento turístico reglado de las islas se ha incrementado un 6,4%, lo que representa 4 millones de pernoctaciones más que en 2005, mientras el aumento a los hoteles ha sido del 10,0%, acercándose a los niveles de 1999.

Demanda extranjera por tipologías alojativas regladas
Variación interanual
Ene-Dic 2006/2005



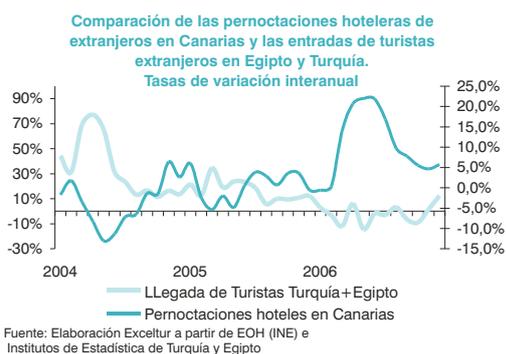
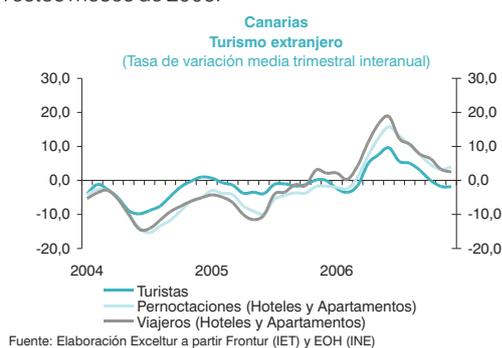
Fuente: INE



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE.

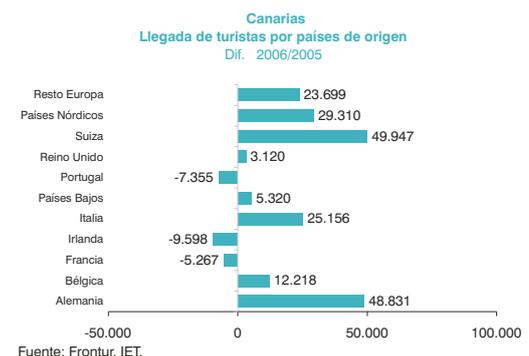
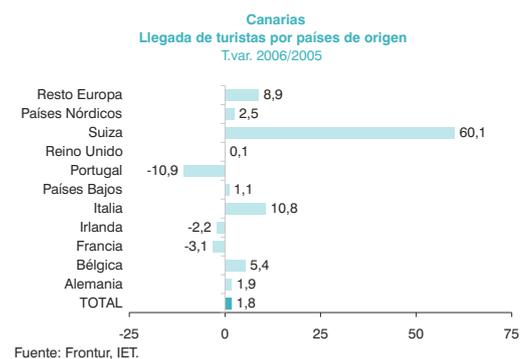
La redirección de flujos desde otros destinos del mediterráneo oriental ha sido determinante para el intenso crecimiento de la demanda extranjera en alojamientos hoteleros

Como hemos venido poniendo de manifiesto desde mediados de año 2005, en los buenos resultados de la demanda extranjera de establecimientos hoteleros ha tenido mucho que ver el importante aunque difícilmente cuantificable flujo de demanda "redirigida" desde los destinos del mediterráneo oriental y, en especial, de Turquía y Egipto. Tal y se evidencia en los gráficos siguientes, existe una clara correspondencia entre la caída en la llegada de turistas que ha sufrido Turquía y, en menor medida, Egipto respecto a las mayores afluencias turísticas a Canarias, demostrando la incidencia de los problemas geopolíticos de los competidores del mediterráneo oriental. De hecho la desaceleración en el crecimiento en la llegada de turistas extranjeros y en sus pernoctaciones hoteleras que se ha observado en Canarias coincide con la recuperación que se ha producido en los dos principales competidores de las islas del mediterráneo oriental que han visto crecer el número de turistas extranjeros en noviembre y diciembre un 6,7%, mientras en los diez meses anteriores se había reducido un 4,0% lo que supone la pérdida de más de un millón de turistas en estos meses de 2006.



Si bien la demanda hacia la oferta hotelera se ha comportado más próxima a lo que han sido los años de mayor afluencia de turismo extranjero hacia las islas, la oferta extrahotelera de apartamentos en un año bueno como 2006 apenas ha crecido un 2,7% hasta alcanzar los 34,4 millones de pernoctaciones, lo que supone 13,2 millones menos que en 2001. Aún cuando el turismo nacional ha compensado en los últimos años una pequeña parte de esta caída, su regresiva evolución debiera impulsar las cada vez más necesarias medidas de renovación y reconversión tanto de unos establecimientos con problemas de obsolescencia como de los espacios urbanos que los acogen y que requieren de la inversión para su revalorización y reposicionamiento de manera que esta oferta contribuya a la competitividad del turismo canario.

Por mercados de origen, los establecimientos turísticos canarios se han beneficiado de la recuperación del mercado alemán y su preferencia por los destinos españoles frente a destinos que habían ganado cuota de mercado a España, como los del mediterráneo oriental, antes mencionados, así como por otros países tradicionales de la demanda hacia las islas como los países nórdicos. Junto a alemanes y nórdicos, 2006 ha sido testigo de un importante aumento del turismo procedente de Italia y Suiza, mientras el turismo británico se ha mantenido estancado en los niveles del año 2005

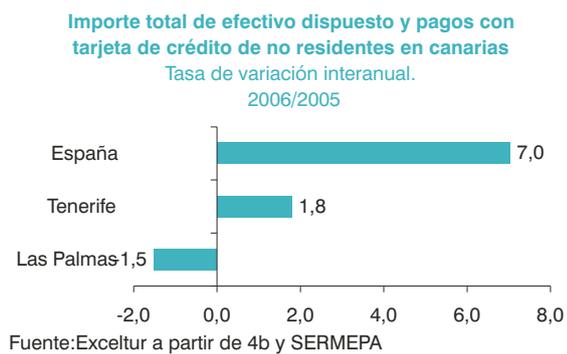


Los ingresos por turismo han crecido en 2006 un 3,5% gracias al empuje del turismo nacional, mientras los resultados de la demanda extranjera siguen marcados por la tendencia a reducir el gasto por cada turista que visita las islas

Por otra parte, la mayor afluencia de turistas a las islas que se ha observado en 2006 se ha dejado notar con menor intensidad sobre el aumento de ingresos tal y como se observa en las estadísticas disponibles, compartiendo la tendencia que se manifiesta en otros

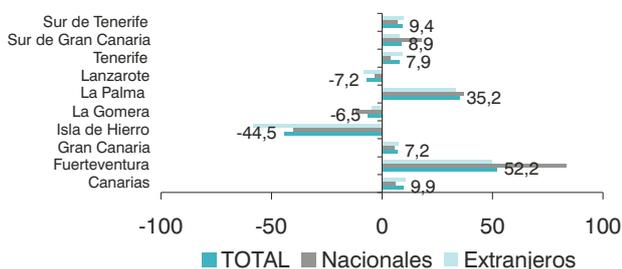


destinos vacacionales españoles desde hace ya varios años. Según el Gobierno de Canarias los Ingresos por turismo se incrementaron en 2006 un 3,5%, lo que supondría un crecimiento real cercano al 1%. Dentro de este comportamiento mientras los ingresos procedentes del turismo nacional se han incrementado un 8%, los correspondientes al turismo extranjero han registrado un aumento del 2,0%, registro que están en consonancia con la moderación en el crecimiento de los pagos con tarjetas de crédito de los extranjeros en las islas, cuya información elaborada a partir de los datos de Sermepa y 4b refleja una caída en los destinos de la provincia de Gran Canaria y un leve aumento en la de Tenerife.



Dentro del comportamiento de la demanda hotelera por islas, Fuerteventura, alentada por un fuerte crecimiento de la oferta, y La Palma, desde niveles de demanda inferiores, experimentaron en 2006 un intenso aumento en el número de pernoctaciones. Dentro de las islas mayores, tanto las zonas del sur de Gran Canaria como de Tenerife donde se localizan los nuevos productos hoteleros en áreas de nueva urbanización configuradas más en clave de las actuales demandas del consumidor, son las que han experimentado un mayor aumento de la demanda, mientras Lanzarote no ha sido capaz de mantener los niveles alcanzados en 2005.

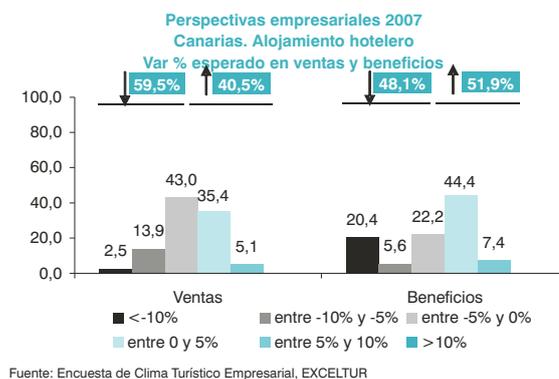
Pernoctaciones en alojamiento hotelero por Islas turísticas
% Var inter. 2006/2005



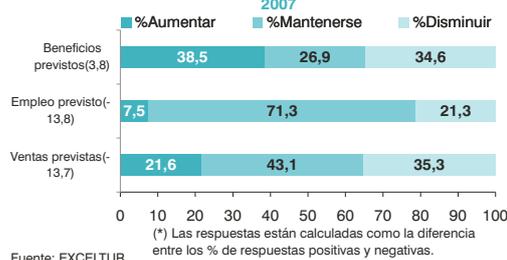
Las expectativas de los empresarios para 2007 descuentan un año complejo, marcado por la atonía en las ventas y el mantenimiento de los beneficios

De cara al año 2007, los empresarios canarios no se muestran optimistas. Casi un 60% de los mismos esperaban a comienzos del año caídas en sus niveles de ventas para esta temporada con un mantenimiento de los beneficios, según se desprende de los

resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. La debilidad de la demanda que ha marcado el cuarto trimestre de 2006, con una desaceleración importante en los ritmos de crecimiento de los indicadores disponibles de afluencia turística, y los bajos niveles de reservas para 2007, confirmados por la evolución de las ventas durante las primeras semanas del año, apuntan la presencia de un año 2007 nuevamente complejo para las islas.



Canarias Alojamiento
Expectativas empresariales para el I trimestre de 2007



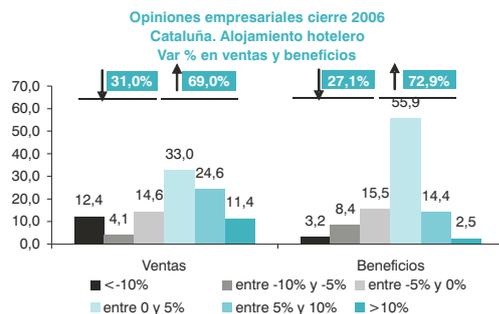
Más allá del necesario esfuerzo en marketing y promoción que habrá que seguir haciendo en 2007 y en cuya definición y puesta en marcha se ha avanzado notablemente en estos últimos años con una mayor coordinación entre islas y la participación de los empresarios, 2007 debiera servir para que los equipos que salgan de las próximas elecciones siguieran apostando por la renovación de los entornos urbanos de los destinos con mayores problemas de degradación del entorno y obsolescencia de la planta alojativa, así como por la inversión en la recuperación y valorización del patrimonio natural y cultural de las diversas islas como reclamo diferenciador de su oferta y complemento de la experiencia de los turistas durante su estancia.

4.4 Cataluña

Positivo balance empresarial del año turístico 2006 en Cataluña en clave de ventas y rentabilidad empresarial

La evolución de todos los indicadores han confirmado las favorables expectativas de comienzo de año respecto a la consecución de un positivo año turístico 2006 en Cataluña. Fundamentalmente ha sido la demanda extranjera la que, un año más, ha continuado alcanzado cifras record en términos de afluencia de turistas y pernoctaciones, aunque moderando sus ritmos de crecimiento respecto a los dos años anteriores. Por su parte, la demanda nacional se ha mantenido en niveles de 2005.

En este marco, y dado el elevado peso de la demanda extranjera en la demanda de servicios de alojamiento hoteleros en el conjunto de los destinos turístico catalanes (64,5% del total de las pernoctaciones), la mayor parte de los empresarios han observado un incremento de sus ventas en el año 2006. Así, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 69,0% de los gestores de establecimientos hoteleros han percibido un crecimiento en sus niveles de facturación, prevaleciendo un elevado número de hoteles (33,0%) dónde este crecimiento ha sido inferior al 5%.



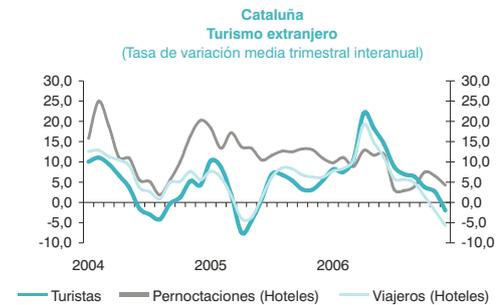
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Prolongación del tirón de la demanda extranjera en los destinos turísticos catalanes en 2006, percibiéndose ciertos síntomas de ralentización en el último trimestre

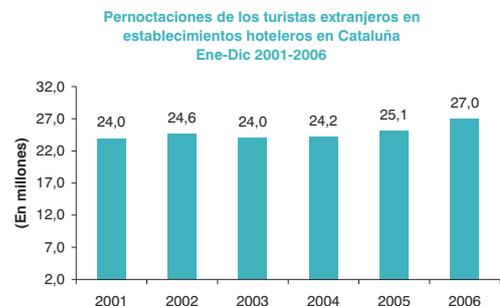
Como antes avanzábamos, el devenir de la actividad turística en Cataluña en el año 2006 ha estado protagonizado un año más por el tirón de la demanda extranjera que ha registrado un nuevo incremento interanual en el número de llegadas y en la demanda de servicios de alojamiento reglado en todos los destinos turísticos catalanes urbanos y del litoral, sí bien, y tal cómo se observa para el conjunto de España, ha mostrado ciertos síntomas de desaceleración a cierre del año, vinculados en parte a la menor propensión al consumo turístico observada en los principales mercados europeos emisores en el cuarto trimestre de 2006.

En concreto, el número de pernoctaciones de extranjeros en el conjunto de establecimientos hoteleros de los diversos destinos catalanes registraron un incremento del 7,7 % en el año 2006 alcanzando los 27 millones de pernoctaciones anuales, percibiéndose una desaceleración de la demanda en la recta final del

año. Así, mientras que el incremento de las pernoctaciones hoteleras de extranjeros en el acumulado hasta el mes de septiembre de 2006 fue del 9,5%, en los tres últimos meses de esta misma variable registró una caída del 1,9%.

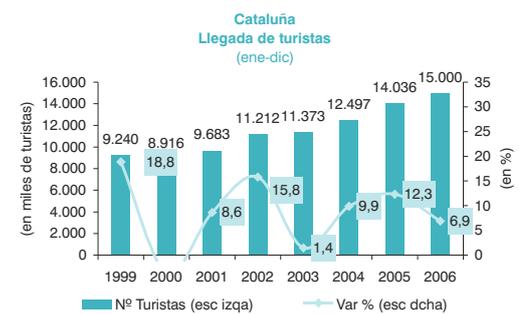


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Frontur e INE



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Esta desaceleración de la demanda de los extranjeros en hoteles, de la que ya se alertaba en el anterior número del Informe Perspectivas de octubre de 2006, está relacionada con una ralentización igualmente de la llegada de turistas extranjeros, y se ha dejado notar de manera más intensa en las zonas turísticas de sol y playa del litoral catalán, sobre todo en la Costa Brava y la Costa del Garraf en la provincia de Barcelona.



Fuente: Frontur, IET.

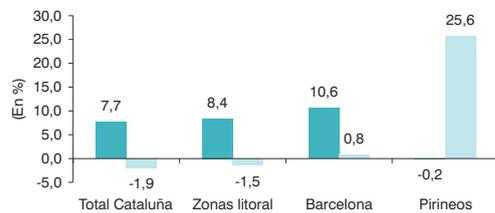
Sin perjuicio de lo anterior, Cataluña ha vuelto a cerrar un año record tanto en afluencia de turistas extranjeros (15 millones de llegadas) cómo en pernoctaciones en alojamiento hotelero (27 millones de pernoctaciones). La ciudad de Barcelona se mantiene cómo el destino que mayor impulso ha recibido en estos últimos años de la mano de la demanda extranjera, lo que tiene mucho que ver con la acertada gestión de "Turisme de Barcelona" en la consolidación del posicionamiento de la ciudad cómo uno de los principales destinos turísticos urbanos internacionales y el continuado reposicionamiento multiproducto tanto en turismo de ocio, cultura, cruceros y shopping cómo en el turismo de negocios, ferias y congresos. Destino que se



ha visto beneficiado por la consolidación del aeropuerto del Prat cómo centro neurálgico de compañías aéreas de bajo coste tanto europeas cómo españolas.

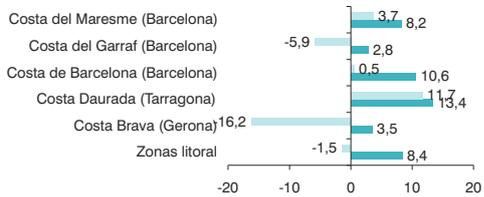
Los destinos turísticos de la costa catalana también han registrado para el conjunto del año un positivo avance en las pernoctaciones disfrutadas por los no residentes en España, que se concretó en un incremento interanual del 8,4% para el conjunto de 2006. El mayor crecimiento se han registrado en la Costa Daurada en Tarragona, destino que ha apostado por complementar la experiencia turística con productos turísticos novedosos y por combinar la presencia del turista independiente y la comercialización de productos a través de touroperadores, y que se ha visto igualmente favorecido por la presencia de aerolíneas de bajo coste en el aeropuerto de Reus.

Pernoctaciones de turistas no residentes en alojamiento hotelero en Cataluña 2006-2005. Tasa de variación interanual



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

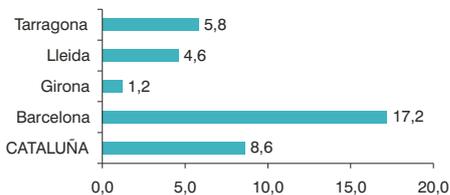
Pernoctaciones de turistas no residentes en zonas turísticas del litoral catalán 2006-2005. Tasa de variación interanual



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

La información relativa al desembolso y retirada de efectivo de no residentes con tarjetas de crédito VISA y Master Card para 2006 por provincias revela un dispar comportamiento del gasto de la demanda extranjera en los diferentes destinos catalanes. Barcelona, con un crecimiento interanual del 17,2%, despunta por el crecimiento interanual de este indicador aproximado del gasto realizado por los extranjeros durante sus viajes y excursiones por la provincia. En Tarragona se experimenta un notable incremento de esta variable, mientras que en la provincia de Gerona se aprecia prácticamente un estancamiento en los mismos niveles de 2005.

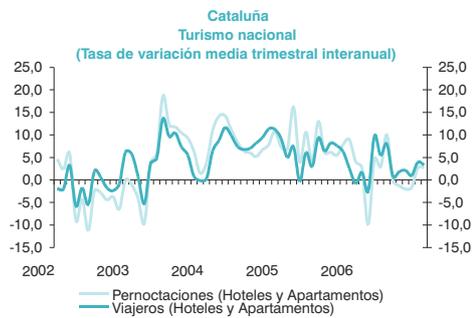
Importe total de efectivo dispuesto y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en las provincias catalanas Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Fuente: 4b y SERMEPA

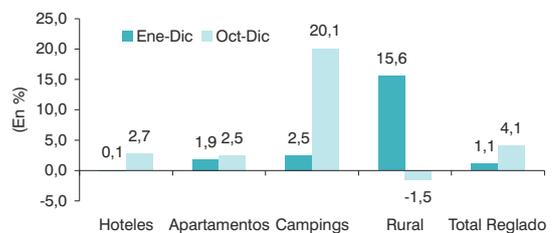
A pesar de que para el conjunto de 2006 la demanda nacional se ha mantenido estancada, se percibe cierta mejora del turismo nacional fundamentalmente en turismo urbano y de interior a cierre de ejercicio

El turismo nacional en los destinos turísticos catalanes en el año 2006 se ha mantenido en niveles similares a los del año 2005, gracias a la mejora percibida en su dinámica durante el segundo trimestre de 2006 y en los últimos meses del año. Así, las pernoctaciones de españoles en el conjunto de alojamiento reglado en Cataluña crecieron tan sólo un 1,1% en el conjunto del año, un 4,1% en el cuarto trimestre, destacando el estancamiento de las hoteleras y el positivo avance del turismo rural en el año 2006.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH y EAP (INE)

Pernoctaciones de turistas residentes en alojamiento reglado en Cataluña 2006-2005. Tasa de variación interanual



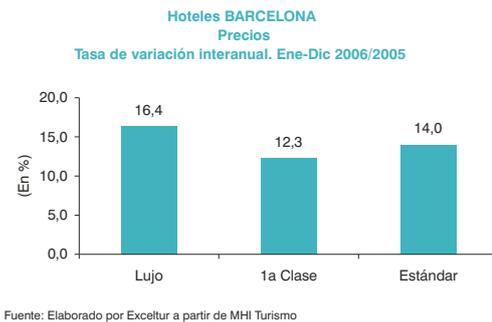
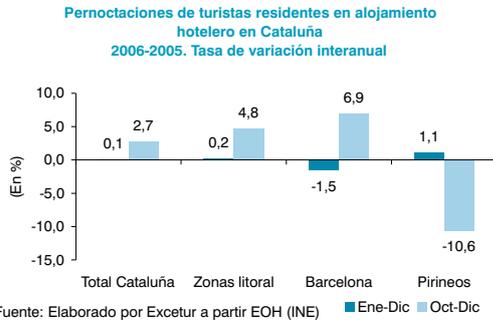
Fuente: Elaborado por Excetur a partir Encuestas Ocupación (INE)

El mayor dinamismo de la demanda nacional en servicios de alojamiento hotelero en los tres últimos meses de 2006 se ha dejado sentir de manera notable en los establecimientos de las zonas del litoral, especialmente en la Costa Brava y en la Costa de Barcelona y del Garraf y en la propia Ciudad Condal. Mientras, y debido a las condiciones climatológicas, que no han favorecido la práctica de deportes de invierno debido a la ausencia de nieves, los hoteles del pirineo catalán han sufrido una severa caída en el número de pernoctaciones, -10,6% entre octubre y diciembre respecto al mismo período de 2005.

A este respecto, y ante los primeros síntomas que pudieran derivarse del proceso de calentamiento global, los centros turísticos invernales de la comunidad comienzan a plantearse nuevas estrategias de producto para evitar la pérdida de atractivo turístico ante la falta de nieve y que requieren de un apoyo en clave de promoción y especial atención por parte de las administraciones públicas en meses venideros para poder compensar en los meses próximos las pérdidas

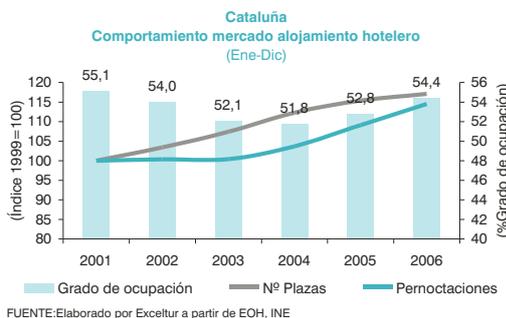


acumuladas en el cuarto trimestre del año 2006. En esta línea, el sector turístico del Valle de Arán ha tomado la acertada iniciativa de comenzar a trabajar en un plan estratégico que permita ofrecer al turista productos turísticos diferentes y complementarios al mero disfrute de la nieve.

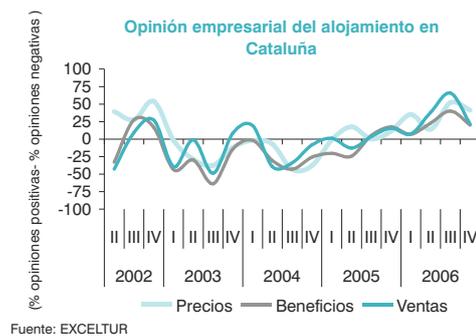


El positivo avance de la demanda ha propiciado una notable mejora en la ocupación de los hoteles catalanes, que a pesar del modesto avance de los precios medios, ha posibilitado una mayoría aunque leve mejora de la rentabilidad empresarial

El positivo comportamiento de la demanda de servicios hoteleros durante 2006, de la mano fundamentalmente del turismo extranjero, ha prolongado la senda de mejora en la ocupación de los hoteles catalanes iniciada en 2005. Según la Encuesta Hotelera del INE el total de pernoctaciones en los hoteles catalanes creció un 5,0%, mientras que el número de plazas abiertas tan solo un 1,5%, lo que ha propiciado una notable mejora del grado de ocupación respecto a temporadas precedentes. En concreto, la ocupación en los establecimientos hoteleros de los destinos catalanes se situó en 2006 a 0,7 p.p. de los niveles de 2001, recuperando gran parte de los niveles de ocupación perdidos en el período 2001-2004.



En este contexto, dónde se ha recuperado levemente los precios medios, intensamente en los destinos urbanos, y se ha avanzado notablemente en los niveles de ocupación, la mayoría de los empresarios (72,9%) manifestaron haber incrementado sus niveles de rentabilidad respecto a 2005, si bien es cierto, que a la hora de cuantificarlos, el 55,9% de los mismo lo hace cómo leve (no superior al 5%) según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Excetur.



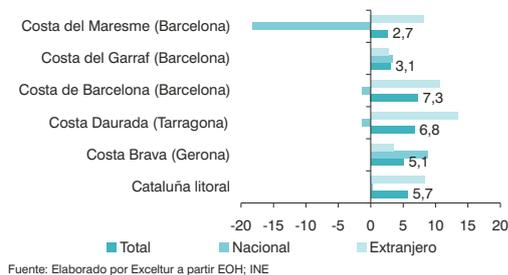
Positivo devenir de la actividad turística en el conjunto de las zonas turísticas del litoral catalán

En este escenario, para el conjunto de los establecimientos hoteleros catalanes se ha percibido un leve crecimiento de las tarifas, que según la EOH del INE se concretó en un 1,8% para el conjunto de 2006. Este comportamiento de los precios ha sido más favorable en los hoteles urbanos, destinos dónde el comportamiento agregado de la demanda ha sido más positivo. Así, según MHI Index, las tarifas en los establecimientos hoteleros barceloneses en 2006 crecieron por encima del 10% en todas las categorías.

Un análisis más desglosado por destinos dentro de Cataluña muestra que la mayoría de las zonas turísticas de costa han experimentado una buena temporada turística en este año 2006 en clave de ventas. Cómo ya se ha avanzado, el comportamiento de la demanda extranjera en estos destinos ha sido positivo en el conjunto del año, mientras que el turismo nacional se ha mantenido en los mismos niveles de 2005, compensando en el cuarto trimestre del año la caída sufrida en las pernoctaciones de extranjeros en la Costa Brava y la Costa del Garraf.

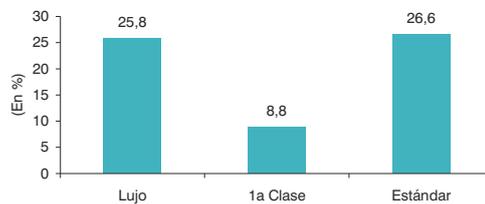


Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH; INE

Hoteles BARCELONA
RevPAR: Ingresos por habitación disponible
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

Favorables expectativas empresariales de cara a 2007, aunque se anticipa un ejercicio turístico algo menos dinámico que 2006

Este año sí, tal y cómo confirman los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, esta mejora en la facturación se ha materializado en positivos avances en términos de rentabilidad empresarial. Así, el 73,1% de los gestores de establecimientos hoteleros del litoral catalán manifestaba haber crecido en las ventas en 2006 y el 76,9% de lo mismos percibían haber incrementado los niveles de beneficios empresariales, la mayoría de ellos, 53,8% entre el 0 y el 5%.

En cuanto a la evolución del turismo urbano, los indicadores de demanda en la ciudad de Barcelona vuelven a poner de manifiesto el excelente posicionamiento internacional y atractivo turístico de la ciudad y el positivo comportamiento del segmento turístico de reuniones, incentivos, congresos y convenciones (MICE) y el turismo de cruceros en 2006.

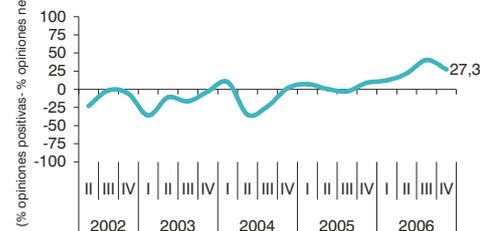
De hecho, según Turismo de Barcelona en 2006 se sobrepasó los 6 millones de llegadas de turista a la ciudad, un 19,3% más que en 2005, y el pasaje de cruceros turístico alcanzó los 1,4 millones de personas, un 14% más que en el año anterior. En la misma línea, el número de pernoctaciones en Barcelona ascendieron en 2006 a 11,3 millones según la EOH del INE, lo que supone un crecimiento del 7,3% respecto 2005, incremento que ha estado liderado por el turismo extranjero, que representa el 72,8% del total de demanda de la ciudad y que registró una variación positiva interanual del 10,6%.

El positivo balance de la actividad turística en Barcelona ha posibilitado al subsector hotelero elevar sus tarifas y mejorar significativamente los niveles de ocupación, a pesar del crecimiento de la oferta hotelera, lo que se ha traducido en un consenso empresarial en cuanto a la mejora en clave de rentabilidad empresarial. En efecto, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el conjunto de 2006, revelan que el 62,2% de los gestores de establecimientos urbanos hoteleros percibieron crecimientos interanuales de los beneficios empresariales en 2006.

Los datos de MHI Turismo reflejan igualmente una intensa mejora de los Ingresos por habitación disponible (RevPAR) en los hoteles de categoría superior en la ciudad de Barcelona en 2006, que prolongan la senda de recuperación de los mismos iniciada a finales de 2005, tras varios años de desajuste entre el crecimiento de la oferta y la demanda.

Con estos componentes, los empresarios turísticos catalanes siguen presentando unos positivos niveles de confianza, aunque se aprecia a cierre de año cierto retroceso respecto a los niveles observados en el trimestre anterior debido a las cautelas que la desaceleración observada en el cuarto trimestre del año de la demanda extranjera ha propiciado entre el subsector hotelero. En cualquier caso, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para Cataluña sigue registrando valores cercanos al máximo de la serie.

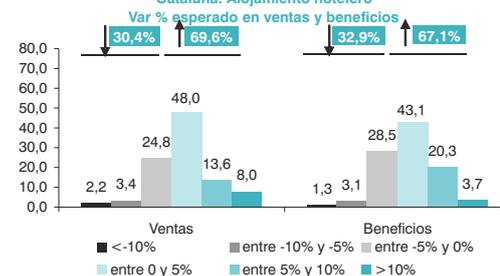
Indice de Confianza Turístico Empresarial en Cataluña



Fuente: EXCELTUR

En este marco, las expectativas de cara a 2007 entre los empresarios del subsector de alojamiento hotelero son de signo positivo, aunque menos favorables que los resultados obtenidos para 2006. En concreto, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 69,6% de los gestores de hoteles esperan que en el año 2007 mejoren los niveles de facturación en sus establecimientos y tan sólo el 21,6% prevén que los crecimientos en las ventas respecto a los niveles de 2005 estén por encima del 5%. Un porcentaje muy similar de profesionales (67,1%) espera que el presumible avance en la ventas se traslade a un nuevo crecimiento de la rentabilidad empresarial.

Perspectivas empresariales 2007
Cataluña. Alojamiento hotelero



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

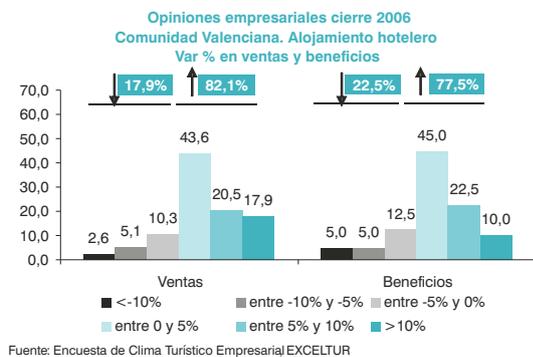


4.5 Comunidad Valenciana

El devenir del sector turístico en la Comunidad Valenciana en 2006 ha estado marcado por el notable empuje de la demanda nacional en las zonas del litoral y el avance de la extranjera en la ciudad de Valencia, que ha venido acompañado una notable recuperación de la rentabilidad empresarial

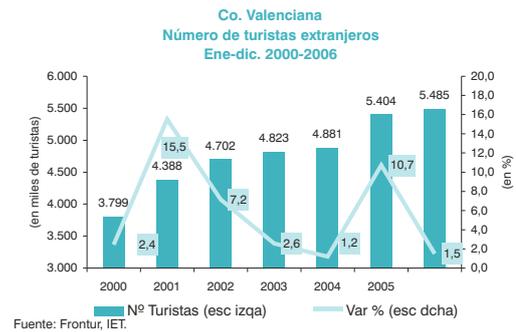
Todos los indicadores relativos a la demanda turística en los destinos turísticos de la Comunidad Valenciana han experimentado en 2006 registros positivos. Entre las dinámicas de la demanda turística destaca el fuerte crecimiento de las pernoctaciones de españoles principalmente en los destinos de costa, el intenso avance en la demanda de servicios hoteleros fundamentalmente en la ciudad de Valencia motivado en gran parte por los actos previos a la American's Cup y el estancamiento que las zonas del litoral han sufrido de la demanda de los no residentes en alojamiento reglado.

El fuerte dinamismo de la demanda traducido en un incremento de las ventas, una mejora del grado de ocupación y un repunte en las tarifas hoteleras, ha posibilitado que en 2006 el balance sobre la evolución interanual de los beneficios empresariales del subsector del alojamiento hotelero haya sido mayoritariamente de signo positivo. De hecho, según el 77,5% de los gestores de hoteles de la Comunidad Valenciana el beneficio empresarial creció en 2006 respecto al año anterior. La mayoría de los profesionales del subsector hotelero cuantifican este crecimiento entre el 0 y el 5%.



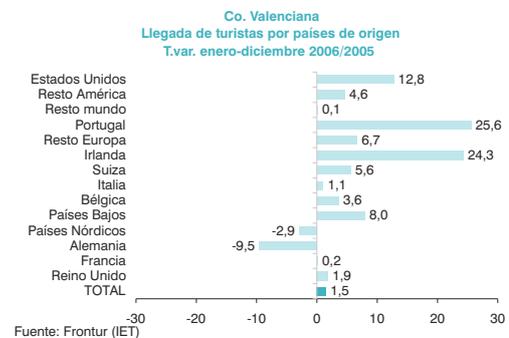
Se incrementa levemente la afluencia de turistas extranjeros, registrándose una caída de la demanda de servicios hoteleros de los mismos en las zonas del litoral y un notable crecimiento en la ciudad de Valencia

La afluencia de turistas extranjeros a la Comunidad Valenciana ha registrado un moderado crecimiento en este año 2006. En concreto, según los datos oficiales de la estadística FRONTUR elaborada por el IET se alcanzaban un total de 5,5 millones de llegadas de turistas en el conjunto del año, lo que supone un crecimiento interanual del 1,5% respecto a 2005.



El análisis de la nacionalidad de los turistas revela cómo han sido los no residentes con origen en el mercado británico los que en mayor número han crecido. De hecho, los británicos, principal mercado de origen extranjero de la Comunidad Valenciana, explica el 56,7% de las 83 mil llegadas de turistas adicionales que ha recibido la región en 2006. Por otro lado, los crecientes vuelos directos entre aeropuertos de la Comunidad Valenciana y ciudades europeas en explican en gran medida el incremento de la llegada de turistas de mercados como Reino Unido, Países Bajos, Italia e Irlanda.

Cabe hacerse notar igualmente la llegada de turistas norteamericanos que se ha incrementado un 12,8% en la comunidad y que confirman el reposicionamiento internacional de Valencia como destino turístico cuyo máximo elemento dinamizador en estos últimos dos años han sido las prerogativas de la Copa de América de vela de 2007 y la imagen externa como destino que ello conlleva.

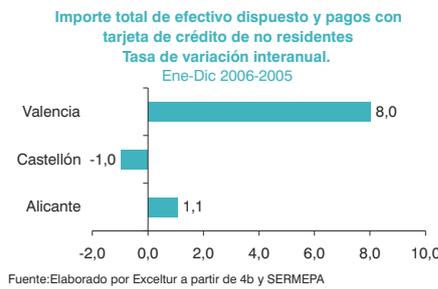


La dinámica y realidad turística de 2006 ha sido disímil entre la ciudad de Valencia y las zonas turísticas del litoral de la Comunidad. Si bien el total de la demanda ha registrado en todos los destinos un balance positivo el crecimiento en la ciudad de Valencia ha venido de la mano del turismo extranjero y en los destinos de costa del nacional. Mientras que las pernoctaciones hoteleras de los no residentes en zonas turísticas como la Costa Blanca descendieron un 0,7% en 2006.

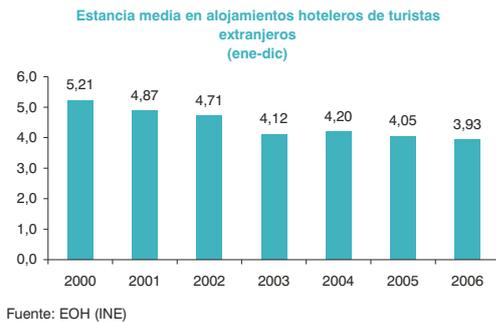




La mayor afluencia de turistas extranjeros tampoco se ha trasladado con la misma intensidad al gasto total, lo que está poniendo de manifiesto las tipologías distintas de consumidores en términos del diferente uso de alojamientos que están visitando los diferentes destinos turísticos de la comunidad (según EGATUR el gasto medio diario del turista extranjero en alojamiento hotelero en 2006 era de 125 euros frente a 59 en el caso del turista que pernocta en alojamiento extra-hotelero). En efecto, la información de los pagos en destino y el efectivo dispuesto en cajeros de las provincias de la Comunidad Valenciana por los no residentes con tarjetas Visa, Mastercard y Amex, ponen de manifiesto un notable incremento del gasto total en la provincia de Valencia dónde el crecimiento de la demanda de alojamiento hotelero ha sido notable, mientras que el gasto en Castellón y Alicante se mantienen en niveles muy similares a los del año 2005.



Al leve crecimiento observado en la llegada de turistas extranjeros demandantes de alojamiento reglado se le ha unido un nuevo descenso de su estancia media corroborada por las cifras del INE para los alojamientos hoteleros, que bajo un horizonte temporal más amplio revela una tendencia a la baja desde el año 2000 y que acumula en los últimos cinco años una caída de 1,28 días en el promedio de días de disfrute de las vacaciones del no residente en establecimientos hoteleros de las tres provincias de la Comunidad.



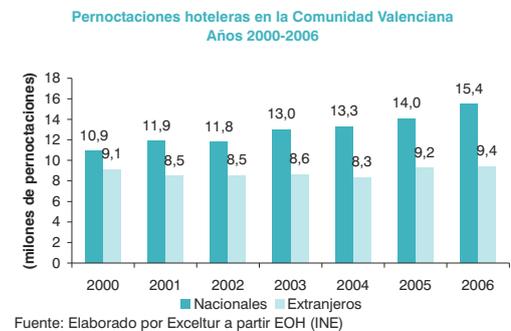
El avance de la demanda nacional dinamiza la actividad turística en los destinos turísticos de la costa de la Comunidad Valenciana

Por su parte, el turismo nacional se configuró en el principal motor de crecimiento de la actividad turística en la Comunidad Valenciana en 2006, respondiendo a los esfuerzos en promoción y marketing que desde la Generalitat se han transmitido al mercado nacional difundiendo la diversidad de la oferta turística en la comunidad, más allá del tradicional turismo de sol y playa, con productos vinculados a las prácticas deportivas, turismo de interior y de salud, de congresos y urbano.



Así, el conjunto de alojamientos reglados en los destinos del litoral valenciano, ciudades e interior registraron un incremento del 7,5% de la demanda nacional, acercándose a los 22 millones de pernoctaciones, que supone el 55,9% del total de la demanda en alojamiento reglado en la Comunidad.

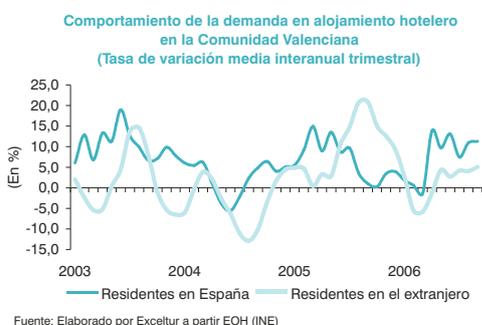
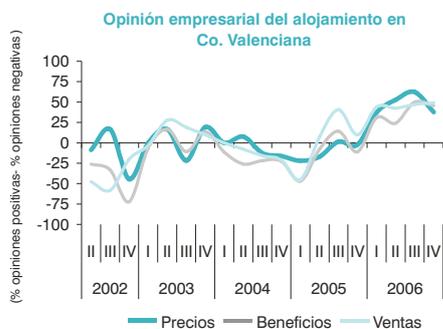
Por tipologías alojativas destaca el incremento en la demanda en hoteles (el número de pernoctaciones de españoles en los hoteles de la Comunidad Valenciana crecieron un 10%, aproximándose a los 15,5 millones, cuatro millones y medio más que en 2000), crecimiento que se ha concentrado en las zonas turísticas del litoral dónde las pernoctaciones de españoles experimentaron un incremento del 11,5% y la estabilización de un volumen de demanda en los establecimientos rurales, que sigue registrando crecimientos positivos, si bien a tasas más próximas a las de un producto turístico que ha superado su fase de lanzamiento.



Incremento del nivel de ventas y leve mejora de la ocupación en los hoteles de la Comunidad Valenciana

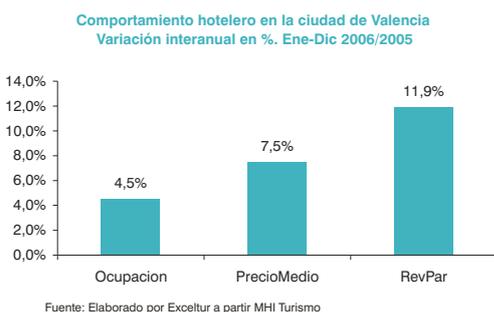


En este marco, el 82,1% de los establecimientos hoteleros que han contestado la Encuesta de Clima Turístico Empresarial manifestaron haber incrementado las ventas en el año 2006. Son mayoría los empresarios que mostraron prudencia a la hora de cuantificar este crecimiento, de hecho el 43,6% estima que las mejoras en los niveles de facturación en 2006 están por debajo del 5%.



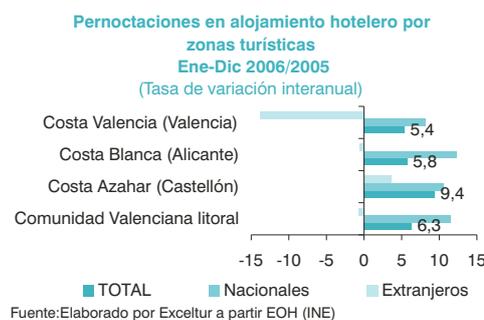
Cómo ya se ha comentado Valencia ha experimentado un año excelente en términos de volumen de llegadas de turistas extranjeros y demanda de servicios de alojamiento hotelero de los mismos, que ha propiciado una mejora notable en el balance de cierre que hacen los gestores de establecimientos hoteleros de la ciudad.

En este sentido, a tenor de los datos de MHI Index el grado de ocupación en los hoteles la ciudad de Valencia ha crecido notablemente en el año 2006, lo que junto al anteriormente señalado repunte de los precios, ha motivado un avance de los Ingresos por habitación disponible (RevPAR) del 11,9% en 2006 respecto a los niveles del año anterior en los hoteles de la ciudad. Datos que viene corroborados por los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial entre los gestores de establecimientos urbanos en la Comunidad Valenciana, que en un 90,9% de los casos confirman una mejora de la rentabilidad empresarial dominando el porcentaje de ellos (54,5%) que cuantifican este incremento por debajo del 5%.



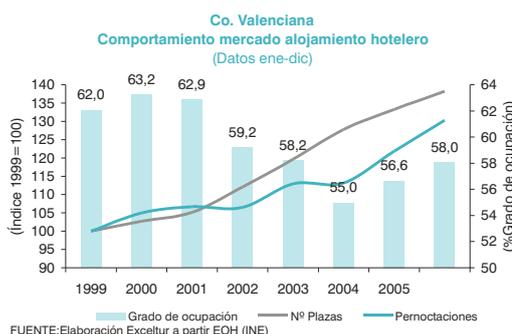
Los destinos turísticos del litoral alicantino, castellonense y valenciano han cerrado 2006 con resultados muy positivos. Estas zonas turísticas, con una estructura de demanda dónde el mercado español tiene un elevado peso, se han visto beneficiadas del buen comportamiento en el año 2006 del turismo nacional y especialmente en el cuarto trimestre del año de las favorables condiciones climatológicas que han incentivado el disfrute del sol y la playa fuera de temporada punta.

En concreto, el crecimiento interanual de las pernoctaciones en la Costa Blanca de Alicante y la Costa Azahar de Castellón en 2006 ha estado por encima de los dos dígitos en términos porcentuales y en la Costa de la provincia de Valencia se registró un crecimiento del 8,2%, lo que ha compensado en las tres zonas turísticas el desfavorable comportamiento de la demanda extranjera. Así, el 78,6% de los empresarios hoteleros de estos destinos han manifestado haber registrado un crecimiento en los niveles de facturación en 2006 que se ha concretado en un positivo aumento de los márgenes empresariales según el 72,4% de los mismos, entre el 0 y el 5% según el 41,4%.



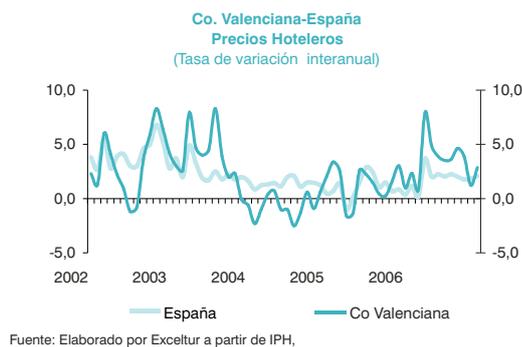
Las condiciones del mercado han permitido una recuperación de precios que ha facilitado el aumento de los márgenes y beneficios empresariales

El año 2006 ha supuesto la prolongación del cambio en la tendencia descendente del grado de ocupación en los hoteles ubicados en los destinos turísticos de las tres provincias valencianas que se venía observando hasta 2004, gracias fundamentalmente a la positiva dinámica de la demanda y, en menor medida, al otro componente que explica la evolución de la tasa de ocupación hotelera, la oferta de alojamiento de plazas hoteleras, que ha seguido creciendo en 2006 aunque de manera menos intensa.





En efecto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE el número de plazas hoteleras en 2006 creció un 3,8%, muy por debajo de los ritmos registrados en el período 2001-2005 cuando crecieron a un ritmo medio interanual del 6,1%. Este avance en los niveles de ocupación hotelera ha favorecido que los empresarios de la Comunidad abandonen temporalmente política de contención de precios predominante en años precedentes. Así, el Índice de Precios Hoteleros elaborado por el INE registró un incremento interanual del 3,6% en 2006, notablemente por encima de la media nacional (1,9%) y del estancamiento de los mismos experimentado en los años 2004 y 2005 (0,3%).



Notable optimismo de cara a 2007 en clave de ventas y beneficios empresariales entre los empresarios de alojamiento hotelero en la Comunidad Valenciana

La consolidación de la ciudad de Valencia como destino turístico urbano internacional, la celebración de la Copa de América en 2007 y las campañas de promoción anunciadas por la Conselleria de Turismo de la Generalitat para poner en valor y promocionar la oferta turística de la comunidad al mercado español, junto a las perspectivas empresariales a comienzo de año anticipan un ejercicio turístico 2007 de signo positivo.

En este marco, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, aunque de manera primordialmente conservadora, el 84,6% de los empresarios del subsector hotelero de la Comunidad Valenciana anticipan crecimientos interanuales de las ventas en 2007, entre el 0 y 5% en el 56,4% de los casos. En la misma línea, prácticamente el mismo porcentaje de empresarios estiman que estas variaciones positivas en la facturación vendrán acompañadas de leves incrementos de sus beneficios empresariales.

