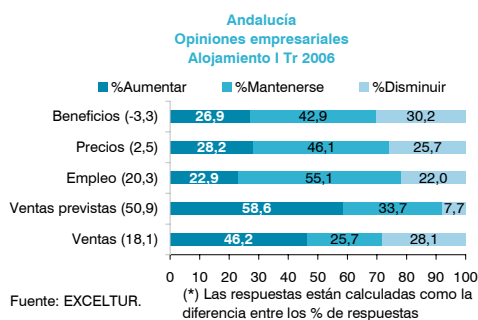


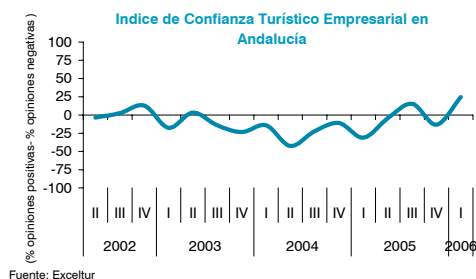
8.1 Andalucía

El nivel de confianza entre los empresarios turísticos en Andalucía mejora a pesar del modesto comienzo de año turístico de la mano de las positivas expectativas para el segundo trimestre y la campaña de verano de 2006

El devenir turístico en Andalucía en los primeros meses del año ha venido marcado por unas condiciones climatológicas adversas que han podido condicionar, sobre todo en las zonas de costa, los resultados empresariales de este primer trimestre de 2006. En este sentido los principales indicadores relativos a la demanda turística en la Comunidad han presentado un dubitativo comienzo de año a lo que se ha unido una nueva contención de los precios, lo que ha supuesto, en un marco de costes laborales y de suministros al alza, un nuevo freno a la esperada mejora de la rentabilidad empresarial.



No obstante, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para Andalucía elaborado a partir de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial y que sintetiza los niveles de confianza de los empresarios del subsector de alojamiento hotelero en la comunidad, ha experimentado un repunte respecto a los valores medios del pasado año 2005, esencialmente debido a que ya se anticipan unas positivas expectativas sobre reservas, ventas y beneficios previstos para el segundo trimestre de 2006.



En el primer trimestre de 2006, los resultados menos favorables se concentraron en las zonas turísticas del litoral

Sí bien el nivel de ventas alcanzado en este primer trimestre de 2006 ha sido muy similar ó levemente superior según la mayoría de los gestores de establecimientos hoteleros en el conjunto de la comunidad, la valoración más específica de los hoteles ubicados en las zonas de costa no ha sido tan positiva, predominando un sentimiento más negativo en cuanto a la evolución de la actividad en el primer trimestre de 2006. Así, para el total de la Comunidad el porcentaje de empresarios que han percibido una leve mejoría en sus niveles de ventas era del 38,4% mientras que en la costa el 39,9% apreciaba caídas en los niveles de facturación, en contraste con sólo un 28,2% que manifestaba haber percibido una leve mejora interanual en las ventas del primer trimestre de 2006.

En este mismo sentido, la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE apunta un ligero retroceso de las pernoctaciones en alojamientos hoteleros de la Comunidad en los meses de enero, febrero y marzo de 2006, observándose una notable caída del volumen de pernoctaciones en las principales zonas del litoral andaluz que contrastan con la positiva evolución de las principales ciudades turísticas del interior de la comunidad.

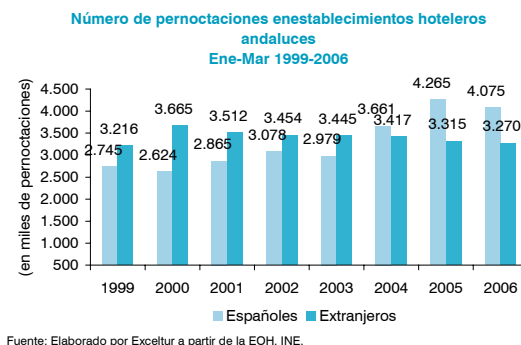
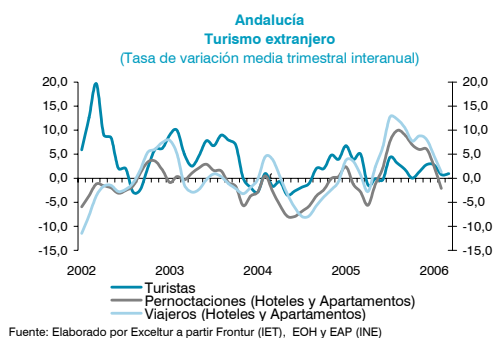
En concreto, mientras que el total de las pernoctaciones en Andalucía descendieron un 3,1% en los tres primeros meses de 2006, el mismo indicador para el conjunto de las principales zonas turísticas en la costa experimentaba una caída del 7,0%.

Por otro lado, y cómo se ve en el gráfico adjunto, la demanda en alojamiento hotelero en las principales ciudades turísticas andaluzas registraba intensos crecimientos interanuales, especialmente la ciudad de Sevilla dónde el número de pernoctaciones en el acumulado hasta el mes de marzo crecía un 6,8% respecto al primer trimestre de 2005. En esta misma línea, la información elaborada por la consultora MHI Turismo y disponible para esta ciudad apunta hacia un comienzo de 2006 muy positivo en clave de ocupación y de mejora en los ingresos por habitación disponible.

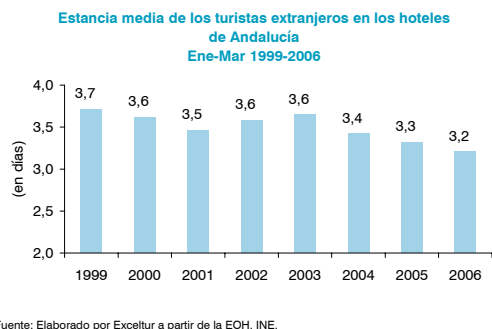


Desaceleración de la demanda extranjera en el comienzo del año turístico 2006

Uno de los factores explicativos del freno a la senda de crecimiento de la demanda en los alojamientos hoteleros en los destinos andaluces ha sido la caída registrada de la llegada de turistas extranjeros, que se concretó en una variación interanual negativa del 1,0% en los tres primeros meses de 2006 y, que se ha materializado en un descenso superior en el número de noches disfrutadas durante sus viajes turísticos en la comunidad debido a nueva caída de la estancia media de los turistas extranjeros en Andalucía. En concreto, para el conjunto de alojamientos hotelero y según los datos de la EOH publicados por el INE, el número de pernoctaciones de extranjeros en la comunidad decreció en el período enero-marzo un 1,4% respecto a las registradas en el mismo período de 2005.

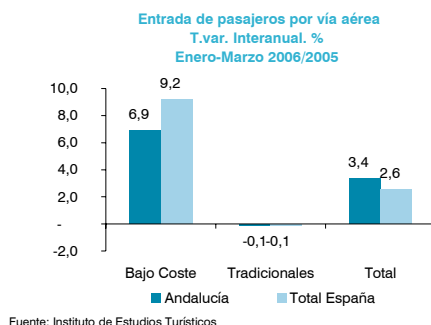


Otras de las razones del negativo resultado en clave de pernoctaciones es la caída del número de días que los turistas extranjeros permanecen en los destinos turísticos de Andalucía. En concreto, en el caso de los alojamientos turísticos hoteleros, sólo en los tres primeros meses de 2006 la caída de la estancia media se ha concretado en 0,1 días respecto a los dos años precedentes, acumulando un descenso cercano a medio día en un marco temporal de análisis más amplio.



Por otro lado, gran parte de la llegada de turistas que llegaron a Andalucía en los tres primeros meses de 2006 lo hicieron a bordo de una aerolínea de bajo coste. De hecho, según el informe elaborado por el IET, y a pesar de que los ritmos de crecimiento de la llegada de pasajeros se hayan ralentizado notablemente tanto en Andalucía como

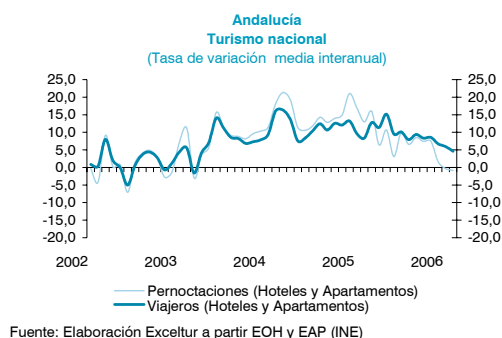
en España, el 50,8% de la entrada de pasajeros internacionales en el primer trimestre del año utilizaba este tipo de compañías, porcentaje significativamente por encima de la media para el conjunto de España, que se ubicaba en el 30,4% en el mismo período de tiempo.



Precisamente, los mercados de origen extranjero con más peso dentro de la estructura de demanda de Andalucía, con un elevado número de conexiones y frecuencias de compañías de bajo coste, se comportaron favorablemente en este comienzo de 2006. Así, según los datos de FRONTUR, mientras que Reino Unido mantuvo prácticamente los mismo niveles de llegadas de turistas que en el mismo período de 2005, el mercado alemán registró una variación positiva del 2,9% en los dos primeros meses de 2006, cifras en línea con el esperado crecimiento de este mercado para el año 2006 por parte de los profesionales del sector.

En este sentido, los principales touroperadores del mercado alemán anticipan efectivamente una redistribución de turistas desde destinos competidores más inestables del Mediterráneo Oriental hacia Andalucía. Así, la Comunidad Andaluza volverá a consolidarse en 2006 como destino estable y seguro respecto a sus competidores y el mercado alemán crecerá, según estimaciones de la propia Junta, en línea con la variación observada para 2005, esto es, un 4,0%.

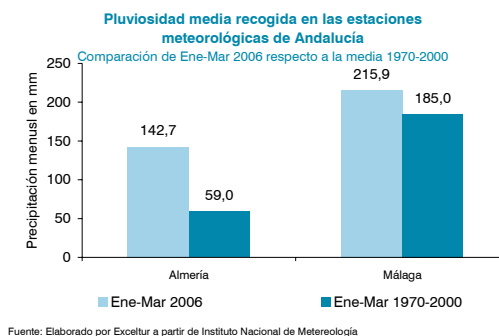
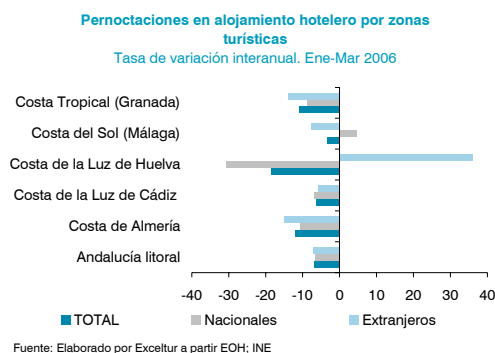
Por su parte, el mercado nacional, ha dado síntomas de ralentización en sus ritmos de avance en los tres primeros meses del año 2006. Así, para el conjunto del alojamiento hotelero andaluz las pernoctaciones realizadas por españoles decrecieron un 0,8% en los meses de enero y febrero, y registraron una caída del 9,6% en marzo por el efecto de la Semana Santa. Las cifras acumuladas a febrero contrastan con una variación positiva interanual del 7,9% en el conjunto del año 2005.



En este contexto, y a pesar de que el peso relativo en el año turístico de los meses de enero, febrero y marzo en las zonas turísticas del litoral andaluz es poco significativo, de hecho, las pernoctaciones en alojamientos hoteleros realizadas en los tres primeros meses representaron sólo el 16,0% del total en años dónde la Semana Santa se celebró en Abril, el mal comienzo del año en la mayoría de los destinos del litoral se torna cuándo menos inquietante, dado que un año más, no se percibe ningún progreso sustancial en clave de desestacionalización de estos destinos turísticos. Precisamente, este debería ser uno de los principales ejes de trabajo sobre los que se definiera el prometedor Plan de Turismo Sostenible para el período 2007-2010, mediante el desarrollo de otros productos con un elevado recorrido de crecimiento en la comunidad cómo es el turismo cultural, de reuniones y náutico.

Ha sido tanto el comportamiento de la demanda externa cómo del turista nacional el que ha marcado este retroceso en términos de ventas en las zonas turísticas costeras de Andalucía, con diferentes intensidades y combinaciones por destinos. Así, destaca la intensa caída de las pernoctaciones extranjeras en la Costa del Sol respecto al buen comportamiento de la demanda nacional, sucediendo lo contrario en la Costa de la Luz de Huelva, dónde la demanda extranjera registró un intenso crecimiento, sí bien su peso relativo dentro del total de la demanda es todavía poco significativo.

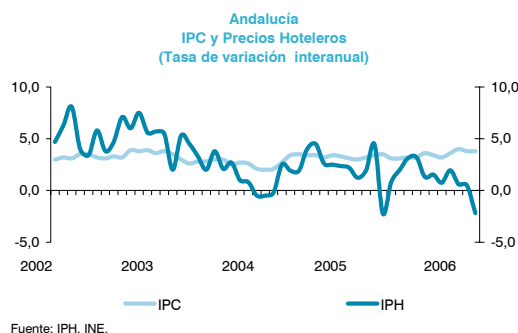
Cómo se mencionaba anteriormente la información recogida en las estaciones meteorológicas localizadas en Andalucía en la zona de influencia de zonas turísticas de costas describe en el primer trimestre de 2006 unas condiciones climatológicas adversas para el disfrute de las actividades asociadas a sol y playa. De hecho, la cantidad de lluvia registrada en Málaga y Almería en el primer trimestre de 2006 supera de manera notable la media de los últimos 30 años según datos del Instituto Nacional de Meteorología.



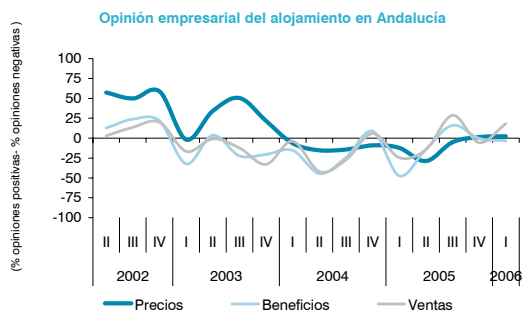
El leve incremento percibido de la demanda se da en un marco de contención de precios que ha propiciado un retroceso en los niveles de rentabilidad empresarial

Por otro lado, el leve incremento observado de la demanda turística en los meses de enero, febrero y marzo se ha dado en un contexto de estancamiento de las tarifas hoteleras e incrementos de los costes, especialmente laborales y de suministros al alza, lo que ha implicado un estrechamiento de los márgenes empresariales en el subsector de hotelería andaluz.

Así, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 46,1% de los gestores de hoteles encuestados este trimestre en Andalucía mantuvieron los niveles de precios en los tres primeros meses de 2006 y sólo el 26,1% incrementó levemente sus tarifas respecto a las del mismo periodo de 2005, manifestando el 23,4 % de los encuestados ligeras caídas. Corroborando esta percepción se enmarca el Índice de Precios Hoteleros elaborado por el INE para la Comunidad, que solo experimentó un ligero repunte del 0,4% en los tres primeros meses de 2006, muy por debajo del nivel medio de inflación en la comunidad, que se concretaba en el 3,8%.



En este marco, la percepción general entre los profesionales del subsector hotelero de Andalucía apunta en este primer trimestre de 2006 a un mantenimiento de las rentabilidades empresariales respecto al mismo trimestre del año anterior. En concreto, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 42,9% de los empresarios percibió los mismo niveles de beneficios empresariales que en el primer trimestre de 2005, prevaleciendo el número de encuestados que observó una ligera mejora respecto a aquellos que señalaron haber percibido una ligera caída los resultados en este primer trimestre de 2006.

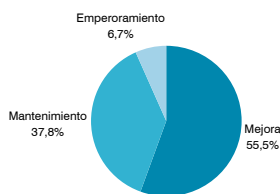


Con una Semana Santa que la mayoría de los empresarios del sector turístico andaluz han valorado cómo muy similar ó ligeramente mejor que la de 2005, las expectativas en términos de ventas y rentabilidad para el segundo trimestre del año son mayoritariamente positivas

A pesar de este modesto comienzo de ejercicio en términos de rentabilidades empresariales, la celebración de la Semana Santa en el mes de abril representa el comienzo de un segundo trimestre de 2006 repleto de atracciones y festividades turísticas en la comunidad, período sobre el cuál las expectativas generales son más favorables. Así, con una Semana Santa que la mayoría de los empresarios del sector turístico andaluz han valorado cómo muy similar ó ligeramente mejor que la de 2005, las expectativas en términos de ventas y rentabilidad para el segundo trimestre del año son muy positivas.

Efectivamente, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 55,5% de los profesionales del subsector de alojamiento hotelero en Andalucía valoro favorablemente la Semana Santa de abril de 2006 respecto a la de marzo de 2005. Destaca la mejora en la percepción empresarial entre los gestores de alojamiento de costa que tras un primer trimestre complejo, percibió una mejora en el 59,1% de los casos en los días de Pascua de 2006 respecto al mismo periodo de tiempo del año anterior.

Andalucía
Valoración empresarial de la Semana Santa de abril 2006 respecto a la de marzo de 2005



Fuente: Exceltur

Este favorable comienzo del segundo trimestre de 2006 parece confirmar las buenas expectativas respecto a los meses venideros, que según el 58,6% de los encuestados registrara un incremento en ventas que, esta vez si, se espera que vaya acompañado de un incremento de los beneficios empresariales según el 54,1% de los gestores de establecimientos hoteleros en Andalucía.

