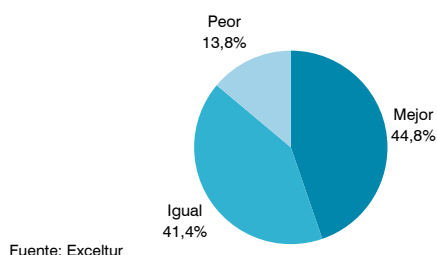


## 8.5 Comunidad Valenciana

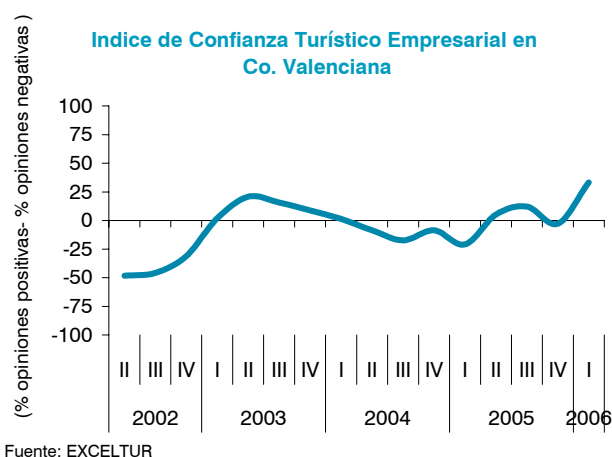
El conjunto del turismo en la Comunidad Valenciana ha iniciado el año 2006 manteniendo el tono positivo con que se cerró el ejercicio 2005

Los buenos datos de demanda extranjera del mes de marzo, el mantenimiento de los viajes de los españoles junto con la valoración de los empresarios respecto al conjunto del trimestre y la comparación de los resultados de la reciente Semana Santa de abril de 2006 respecto a la Semana Santa de marzo de 2005, ponen de manifiesto un inicio de 2006 donde el curso de las actividades turísticas, como en muchas otras zonas del litoral, ha ido de menos a más. Los datos más actualizados de la percepción empresarial respecto a los resultados de la Semana Santa, reflejan un generalizado consenso sobre la mejoría experimentada en este 2006 respecto a la pascua de 2005.

Comunidad Valenciana  
Valoración de los empresarios hoteleros sobre la Semana Santa de abril 2006 respecto a la de marzo de 2005



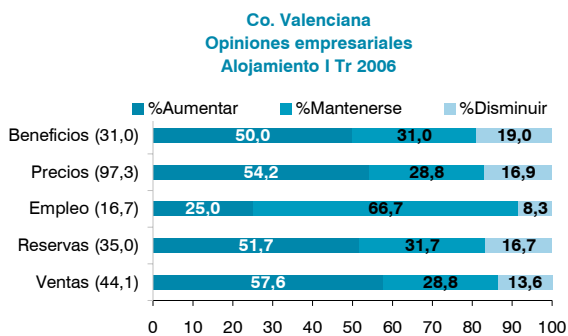
A pesar del débil comienzo del año de la demanda extranjera, los datos positivos del mes de marzo, en los que ha crecido el número de pernoctaciones de los extranjeros en alojamientos hoteleros de la comunidad un 4,9%, teniendo en cuenta que las perspectivas eran de caída por el efecto del distinto calendario de Semana Santa, y las pernoctaciones hoteleras de los españoles que han registrado el mejor marzo y comienzo del año comparado con otros años en los que la Semana Santa ha caído también en abril, explican la recuperación de los niveles de confianza empresarial. El Indicador de Clima Turístico Empresarial de Exceltur se situaba en este primer trimestre del año 2006 en los valores más altos desde que se elabora la Encuesta de Clima Turístico Empresarial.



Durante el primer trimestre han mejorado los niveles de confianza empresarial gracias al tirón de las ventas del mercado nacional y la mejora en los niveles de beneficios respecto a los registros del primer trimestre de 2005

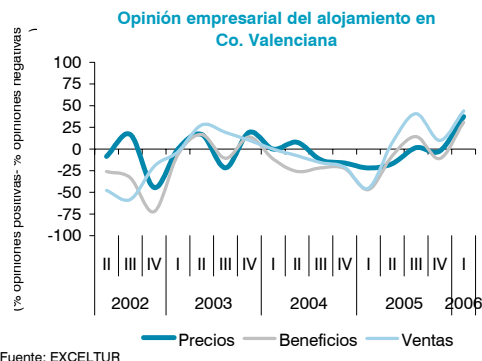
Esta notable mejoría en los niveles de confianza de los empresarios de alojamiento hotelero de la Comunidad Valenciana se explica también por la percepción de cierta recuperación en los beneficios empresariales que han comenzado a percibir en este primer trimestre del año 2006, en relación con el mismo período del pasado año. Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, en estos meses de enero, febrero y marzo, un 50% de los empresarios hoteleros valencianos habían disfrutado de un aumento en sus beneficios en

relación con los registros por estas fechas de la temporada pasada, con un mayor peso de aquellos establecimientos ubicados en la ciudad de Valencia y/o sus áreas de influencia más próximas.



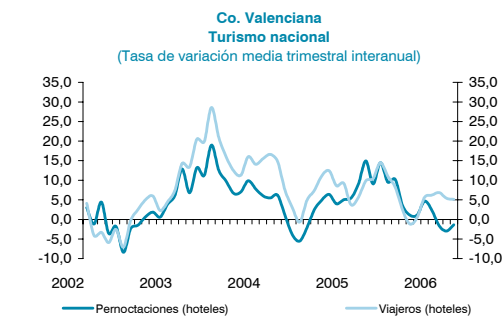
Fuente: EXCELTUR.

(\* Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.



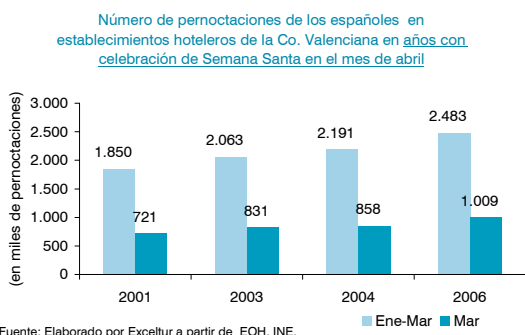
Fuente: EXCELTUR

En esta mejora de los beneficios ha jugado un papel destacado la menor presión sobre los precios, en un escenario donde el número de plazas hoteleras ha crecido con menor intensidad que el pasado año. Así, las plazas abiertas durante los tres primeros meses del año crecían a un ritmo del 2,9%, inferior al 4,4% con que se cerró el año 2005. A pesar del mantenimiento de la competencia de la oferta residencial en el litoral que, sin embargo, en los meses de temporada baja tienen menos presencia por su menor puesta en el mercado al solicitarse estancias más cortas, la opinión generalizada de los empresarios de alojamiento hotelero de la Comunidad (un 54,2%) manifestaban haber incrementado levemente los precios, aumento que el IPH cifra en un 1,6% de media en este trimestre.



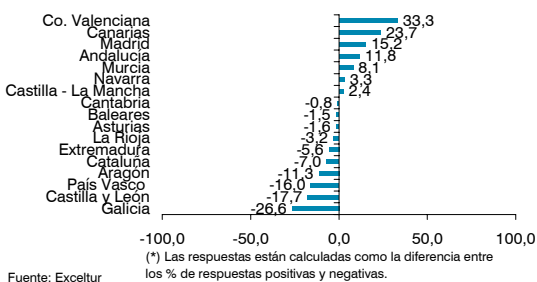
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH y EAP (INE)

El dinamizador del primer trimestre para las empresas turísticas valencianas ha sido la demanda española, que para los destinos de la Comunidad es su principal mercado, representando el 54,2% de las pernoctaciones en el conjunto de las tipologías de alojamiento turístico reglado y el 60,4% de las hoteleras. Como ya se ha expresado antes, las pernoctaciones de los españoles en alojamiento hotelero se ha situado en el período enero-marzo en los niveles más altos respecto a años como 2001, 2003 y 2004 en los que también como en 2006 la Semana Santa se celebró en el mes de abril. De hecho, la fidelidad del mercado español a los destinos valencianos se demuestra en el hecho de que de la opinión de las agencias de viajes españolas recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur sobre los destinos con un mayor dinamismo en las ventas durante este primer trimestre en relación con el primer trimestre del pasado año, la Comunidad Valenciana se situaba en primer lugar.



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

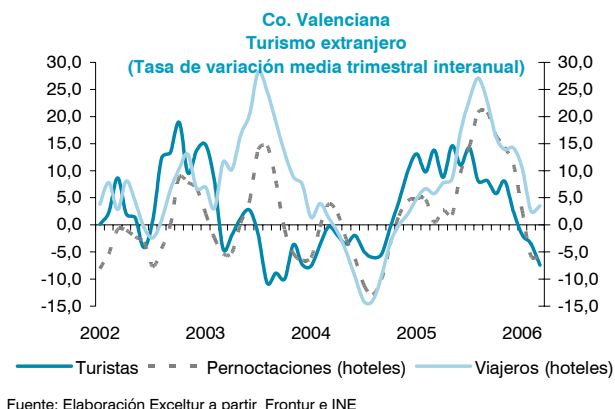
**Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en  
destinos nacionales  
I Trimestre 2006**



Fuente: Exceltur

(\* Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

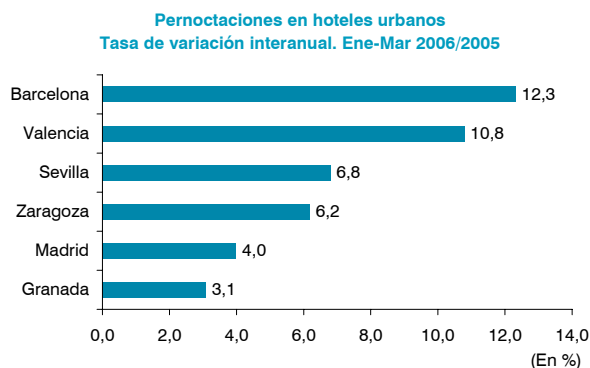
Frente al tirón del mercado español, el turismo extranjero ha iniciado el año con un comportamiento dubitativo que parece dejarse atrás con el buen dato del mes de marzo. Tras un aprovechamiento durante la segunda mitad del pasado año de las rentas de seguridad de España por parte de la Comunidad Valenciana, al igual que otros destinos del litoral español, todo parecía apuntar a que esta tendencia se también se produciría en este comienzo de 2006, y sin embargo esto no ha sucedido. Los datos de enero, febrero y marzo de la demanda extranjera no son positivos. La llegada de turistas extranjeros se ha reducido un 7,4% y las pernoctaciones hoteleras han descendido un 5,8%, a pesar del aumento del 4,9% de marzo. Los buenos registros de la Semana Santa y las generalizadas buenas perspectivas para el litoral español manifestadas por los touroperadores hacen prever una dinamización de la demanda extranjera a medida que vaya avanzando el segundo trimestre y nos acerquemos a la temporada de verano.



La caída de la demanda extranjera se ha manifestado igualmente sobre uno de los motores que venía impulsando el crecimiento de los visitantes extranjeros como son las compañías aéreas de bajo coste. La tendencia de los últimos meses de 2005 y este comienzo de 2006 parecen apuntar a la estabilización de este fenómeno, de manera que en los tres primeros meses del año 2006 el incremento ha sido del 5,6%, por apenas un aumento del 1,0% en el mes de marzo. Alicante sigue siendo el aeropuerto con mayor número de llegadas por su vinculación al disfrute del creciente parque de viviendas en manos de no residentes, alcanzado el flujo en este tipo de compañías en este primer trimestre ya casi el 60% del total de pasajeros que llegan a el aeropuerto de El Altet.

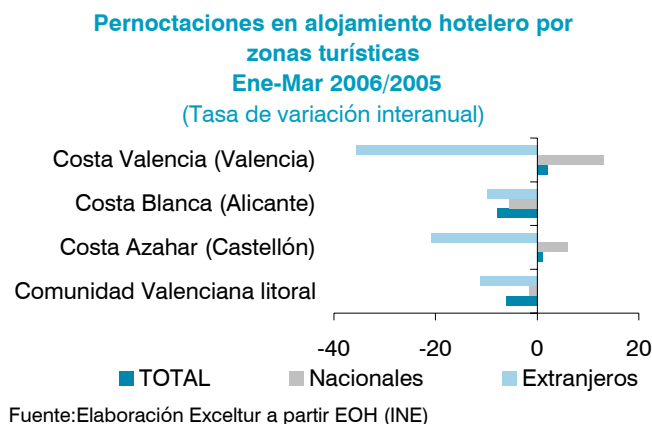
La ciudad de Valencia se posiciona como un gran reclamo de la oferta turística de la Comunidad situándose en este primer trimestre entre las ciudades más dinámicas del turismo urbano español

El devenir turístico de estos primeros meses en la Comunidad Valenciana ha contado con el tirón de Valencia, que ha permitido elevar el nivel promedio de confianza empresarial de la Comunidad, y que trimestre a trimestre se consolida como uno de los destinos de mayor crecimiento de la demanda del turismo urbano español. El éxito de las inversiones realizadas para la revalorización de su entorno urbano a través de su renovación y de la construcción de equipamientos de ocio y cultura de primer nivel, unido a la imagen que le confiere ser sede de la próxima Copa América de vela, se manifiesta en un incremento de la demanda, que en este trimestre se ha manifestado en un 10,8% en el número de pernoctaciones hoteleras, colocándose junto a Barcelona a la cabeza de las ciudades más pujantes del turismo urbano español.

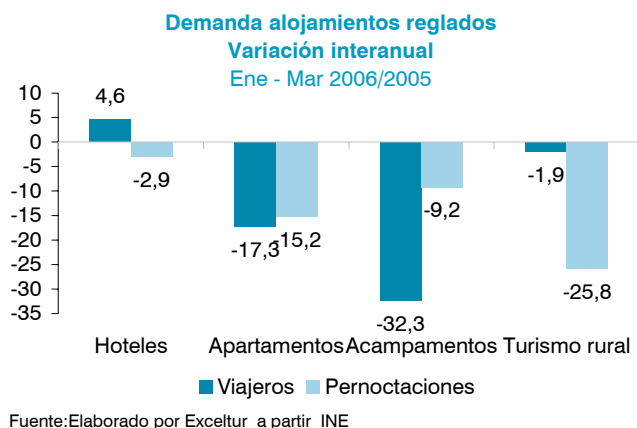


Dentro de los destinos del litoral, los buenos resultados de la ciudad de Valencia en términos de demanda y su capacidad de arrastre hacia su entorno explica el registro positivo que se produce en las pernoctaciones hoteleras en la Costa de la provincia de Valencia, mientras el inicio del año para la Costa Blanca de Alicante se ha visto, por

el contra, lastrado por la debilidad del turismo extranjero, que en esta importante zona turística levantina representa el 52% de la demanda en estos primeros meses del año. Por su parte, la Costa de Azahar, en Castellón, ha visto cómo el aumento del turismo español en estos tres primeros meses del año ha compensado la notable caída de la demanda extranjera.



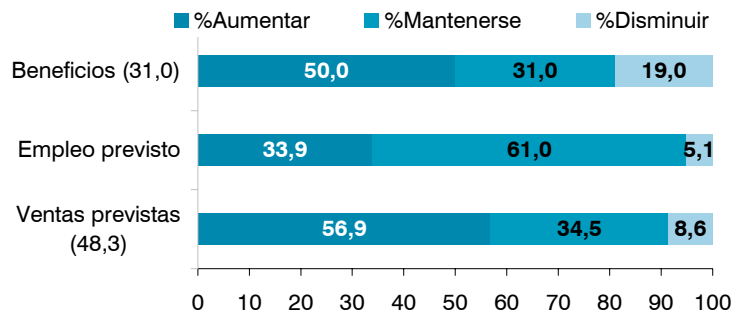
Los hoteles vuelven a constituir un trimestre más la tipología de alojamientos reglados que mejor comportamiento registra dentro de la oferta alojativa de la Comunidad. Mientras las caídas en el número de viajeros y pernoctaciones son generalizadas en la oferta de apartamentos reglados y campings, la oferta hotelera de la Comunidad Valenciana experimenta un 4,6% de crecimiento en el número de viajeros, por una caída del 2,9% en el total de las pernoctaciones, por el efecto de la Semana Santa. No obstante, este primer trimestre vuelve a reflejar el impacto de la caída de la estancia media de los turistas que visitan la Comunidad, (un 7,7% hoteles), lo que reduce el efecto positivo de la mayor llegada de visitantes a los hoteles de la Comunidad.



Los empresarios hoteleros de la Comunidad Valenciana esperan que la dinamización de las ventas que se ha observado en marzo y que se ha mantenido en abril con la celebración de la Semana Santa se extienda a lo largo del segundo trimestre. Las perspectivas sobre la evolución de las ventas, e incluso, de los beneficios son muy positivas, con un 50% que manifiesta esperar incrementos en estos dos indicadores clave de la dinámica empresarial durante los meses de abril, mayo y junio en relación con el mismo período del pasado año. Las buenas perspectivas de la demanda extranjera por el aumento de reservas redirigidas de otros destinos y las mejores condiciones económicas en los países emisores, junto con el fuerte aumento de las reservas experimentado en Valencia y Castellón por la celebración a comienzos de del mes de julio del Encuentro de las Familias en la que participará el Papa, son razones que anticipan unos próximos meses positivos para la industria turística valenciana.

Las expectativas empresariales para el segundo trimestre del año descuentan un comportamiento muy positivo tanto de las ventas como de los beneficios en un contexto de recuperación del turismo extranjero y el tirón del Encuentro de las Familias a celebrarse los días 8 y 9 de julio

**Comunidad Valenciana**  
**Alojamiento**  
**Expectativas empresariales para el II Tr 2006**



Fuente: EXCELTUR.

(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.