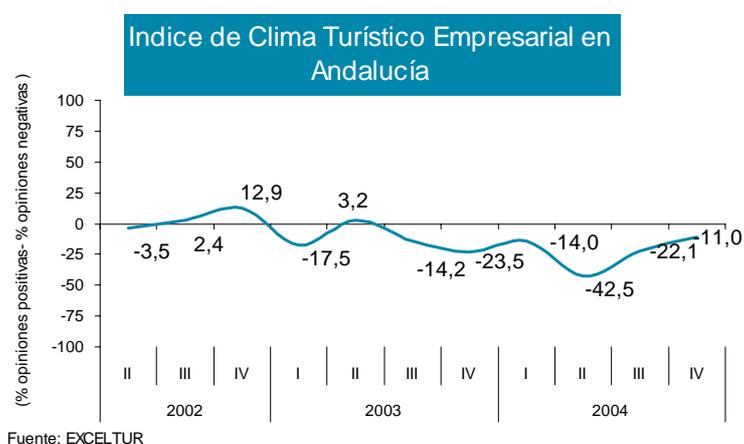


Andalucía

El devenir del **turismo en Andalucía** en este segundo semestre de 2004 ha estado marcado por un intenso dinamismo del mercado nacional y una recuperación de la demanda extranjera que ha compensado la debilidad mostrada por el sector en el primer semestre del año, cerrando de esta manera **2004** con un **balance significativamente más positivo que el esperado en el ecuador de la temporada**.

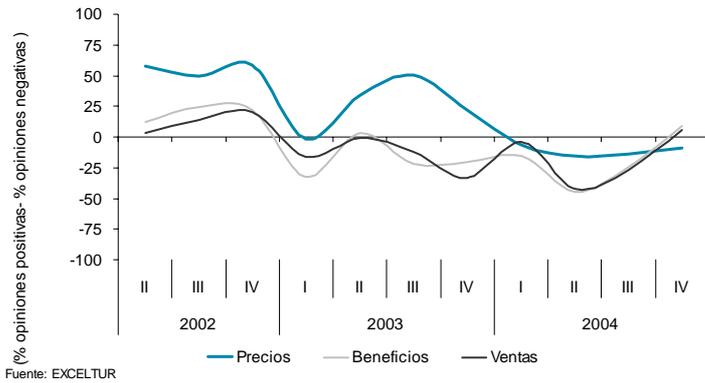
En esta línea, el Indicador de Clima Turístico Empresarial¹ elaborado por Exceltur con frecuencia trimestral intensifica a cierre de ejercicio la senda de recuperación que comenzó en la temporada de verano, experimentando a su vez en los últimos tres meses de 2004 una clara mejoría respecto a los niveles experimentados en el segundo trimestre de 2003 (-11,0 en el cuarto trimestre de 2004 frente a -23,5 en el mismo periodo de 2003).



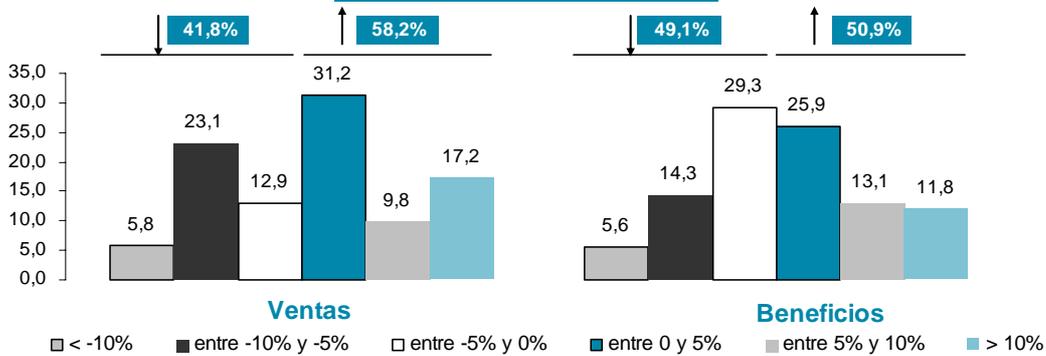
Esta manifiesta recuperación del sentimiento empresarial en Andalucía se explica principalmente por una intensa mejora en los niveles de facturación del sector de alojamiento andaluz en el tercer y cuarto trimestre de 2004. Así, para el cierre del año 2004, el 58,2% de los encuestados andaluces percibieron un crecimiento en sus niveles de ventas respecto al año anterior, que ha supuesto que el 50,9% de los establecimientos hoteleros hayan obtenido un incremento interanual en su volumen de negocio, en un entorno donde sin embargo predomina la opinión de haber vendido a precios inferiores que en el año 2003. Así, en promedio, el 38,9% del sector alojamiento andaluz percibió en 2004 una caída en los niveles de precios respecto a 2003.

¹ El ICTUR es un indicador que mide los niveles de confianza empresarial y está compuesto por la diferencia entre el porcentaje de respuesta de aumento y el porcentaje de respuestas de disminución de los empresarios sobre las ventas previstas, las reservas y el empleo en cada trimestre.

Opinión empresarial del alojamiento en Andalucía

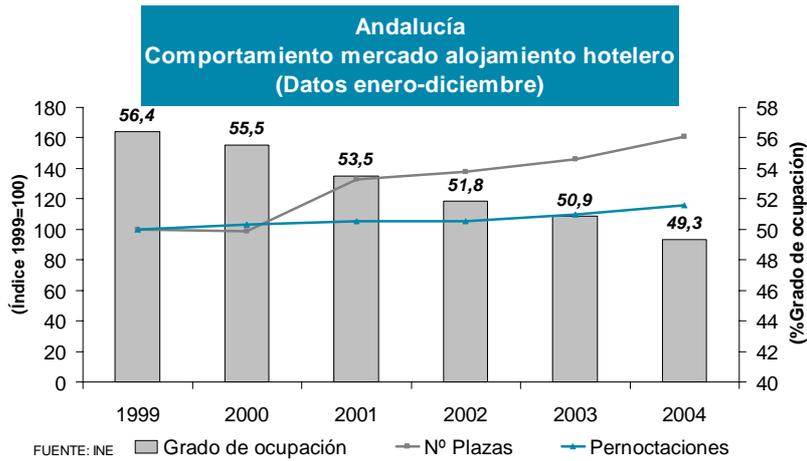


Opiniones empresariales cierre 2004 Var % esperado en ventas y beneficios ANDALUCÍA. SECTOR ALOJAMIENTO

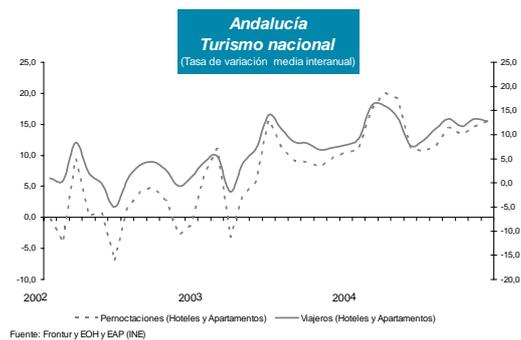
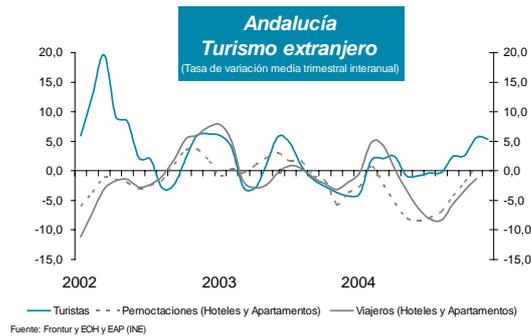


Esta recuperación en las ventas del sector se ha dado en un escenario de sobreoferta por la continuada incorporación de nuevas plazas, resultado no sólo del crecimiento de ellas en establecimientos reglados, sino también del intenso incremento del número de plazas residenciales de potencial uso turístico en los destinos andaluces.

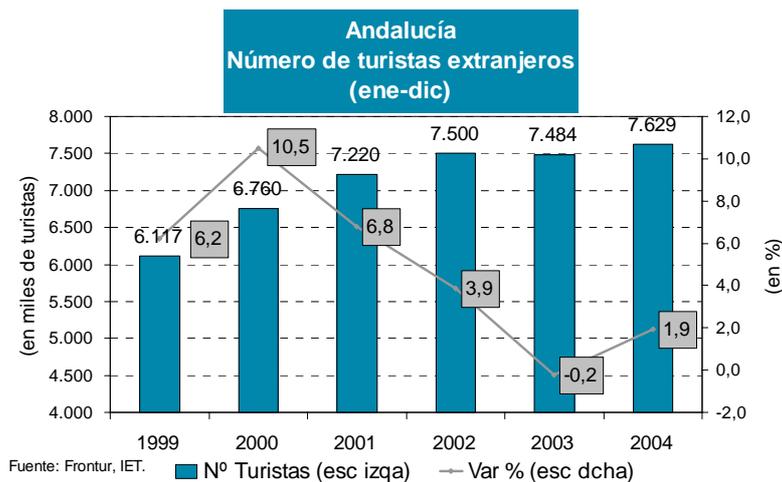
En concreto, según el Registro de Turismo de Andalucía el número de establecimientos hoteleros registrados era un 8,6% mayor en el primer semestre de 2004 que en el de 2003 y el número de plazas de alojamiento hotelero en Andalucía según la EOH del INE ha crecido un 9,9% en el conjunto de 2004 respecto al año anterior, mientras que la demanda en clave de pernoctaciones aumentó un 5,7%, provocando de esta manera en el conjunto del año una reducción del grado de ocupación cifrada en 1,6 p.p. (50,9% en 2004 respecto a 49,3% en 2003).



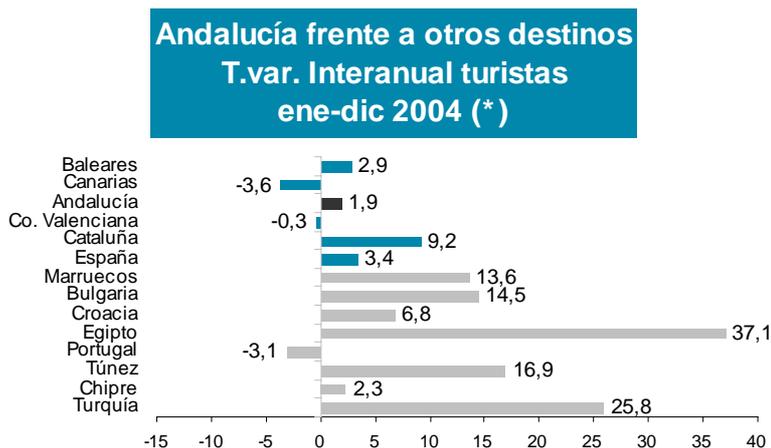
Según los datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, el número de turistas que visitaron los destinos andaluces en 2004 ascendió a más de 22 millones, lo que representa un crecimiento del 3,0% respecto al año anterior, en un año donde los viajes turísticos de los españoles y de los propios andaluces ha ejercido un papel clave dinamizando el conjunto de la demanda turística de la región.



En este marco, el número de turistas extranjeros que llegaron a Andalucía en 2004 era de 7,6 millones según la estadística FRONTUR publicada por el IET, lo que supone un crecimiento interanual del 1,9 frente al mismo periodo de tiempo en 2003. Este resultado viene en gran parte explicado por la recuperación a partir de septiembre de 2004 de unos ritmos de crecimiento en niveles que no se habían registrado desde comienzos del año.



Los destinos andaluces se posicionan entre las regiones con mejor comportamiento dentro del litoral español en clave de llegadas de turistas extranjeros, pero se ven superadas por el resto de países competidores del mediterráneo oriental, que han registrado tasas de crecimiento de dos dígitos en el año 2004.



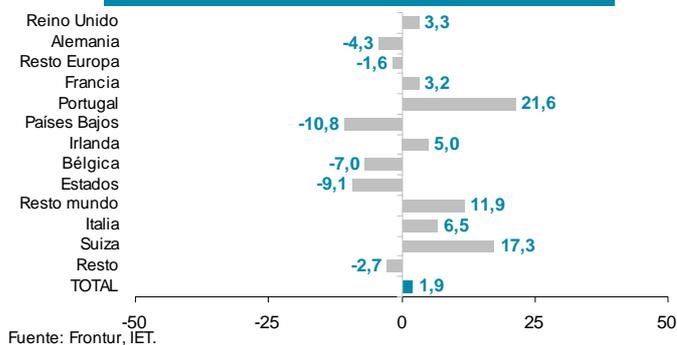
* Datos para destinos extranjeros hasta noviembre excepto Marruecos hasta septiembre y Portugal hasta agosto.

Fuente: Frontur e Insitutos de Estadísticas nacionales

Entre los principales mercados emisores de la demanda exterior andaluza, sobresale el crecimiento del 3,5% del turismo británico lo que representa un incremento de 88 mil turistas de esta nacionalidad con respecto a 2003, principal mercado emisor que concentra el 38% del total de turistas extranjeros que visitan la región, y cuyo dinamismo está cada día más vinculado a las nuevas conexiones e incremento de las frecuencias de las aerolíneas de bajo coste y al aumento del turismo residencial. En este sentido, según la Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA), unos 900.000 ingleses tienen un inmueble en España, y el grado de rotación media en cada uno de ellos es de diez personas que como consecuencia no utilizan alojamientos reglados.

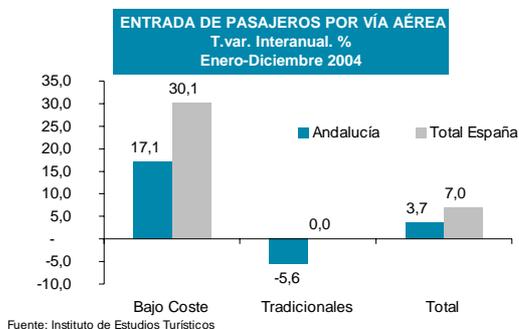
En sentido contrario, hay que introducir una nota de cautela ante la caída del número de alemanes que llegaron a Andalucía en 2004 que se concreto en 37 mil turistas menos de esta nacionalidad ó una caída del 4,3%.

Andalucía Llegada de turistas por países de origen T.var. enero-diciembre 2004



Como antes anticipábamos un 32,4% del total de los turistas extranjeros que llegaron a Andalucía en 2004 lo hicieron utilizando una aerolínea de bajo coste tal y como revelan los datos del IET. En concreto, el número de pasajeros que llegaron a la región en este tipo de aerolínea creció en 2004 un 17,1%, ascendiendo ya a 2,5 millones de turistas, que supone el 46,3% del total de pasajeros llegados por vía aérea, compensando la caída que se produce en el mismo período de tiempo para las aerolíneas tradicionales y eleva a un 3,7% el crecimiento interanual del número de turistas que llegó a Andalucía por este medio de transporte.

Estos datos confirman acelerada tendencia de una nueva tipología de turista que nos visita y que se auto gestiona de manera creciente su viaje en un entorno dónde las compañías aéreas de bajo coste, el uso del alojamiento extrahotelero y el e-commerce tienen cada vez mayor presencia.



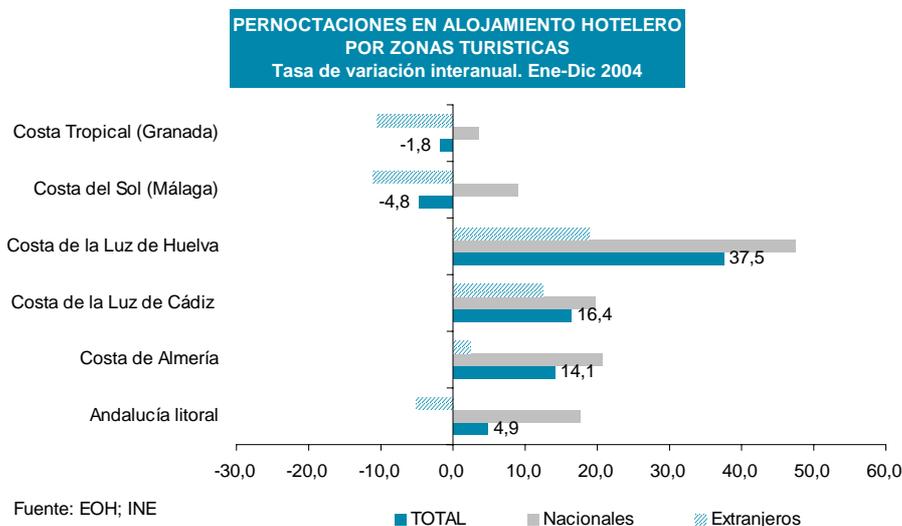
Este saldo positivo en clave de llegadas de turistas que han visitado Andalucía en 2004 no ha tenido una misma correlación en términos de pernoctaciones en alojamientos reglados, que en el acumulado enero-noviembre cayeron un 4,3% respecto al mismo periodo en 2003 debido a una caída de la estancia media en este tipo de establecimiento y a un incremento en el uso de vivienda residencial en sus estancias turísticas en Andalucía.



En este sentido, vinculado a la anteriormente comentada nueva tipología de turista y tal y cómo señala el informe publicado por el patronato de turismo de la Costa del Sol referente al tráfico de las aerolíneas de bajo coste en el aeropuerto de Málaga, un 61% de los turistas extranjeros llegados en este tipo compañías se alojan en establecimientos extrahoteleros.

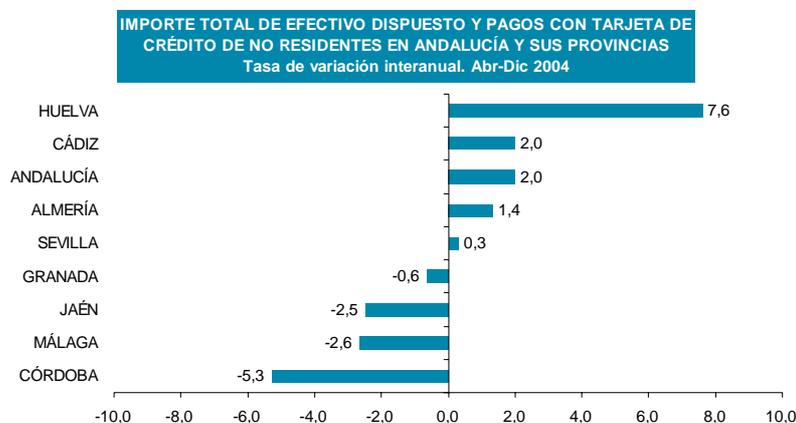
Estos resultados están en línea con los datos proporcionados por la EOH del INE por zonas turísticas, que describen un ejercicio de 2004 poco favorable para los hoteles de la Costa del Sol, que han registrado una caída del 4,8% en el número de pernoctaciones y una desaceleración de 8,1 p.p. en el grado de ocupación y de 0,16 días en la estancia media del turista en un escenario de marcada sobreoferta. En este mismo sentido, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol también ha alertado recientemente de la situación a la que ha descrito como de "crecimiento desmedido" no sostenible de la oferta tanto hotelera como residencial.

En este contexto, es necesario valorar de manera positiva la iniciativa tomada por parte de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía de propiciar la elaboración en 2005 de un Plan de Competitividad para la Costa del Sol en materia turística en respuesta a las inquietudes mostradas por los profesionales del sector en la zona ante la velocidad y profundidad de la tendencia de cambios que se están evidenciando.



Por otro lado, las más recientes zonas turísticas del litoral como son las Costas de la luz de Huelva y Cádiz y la Costa de Almería han experimentado una notable evolución positiva de la demanda tanto nacional como extranjera en el período de enero a noviembre de 2004 que en el caso de Almería sin embargo no ha conseguido cubrir el intenso crecimiento de número de plazas hoteleras en dicho intervalo de tiempo, cifrado en un 19,1% ó 4.548 plazas más que en 2003, registrando como consecuencia una caída en su grado de ocupación cifrada en 8,1 p.p. según los datos de la EOH.

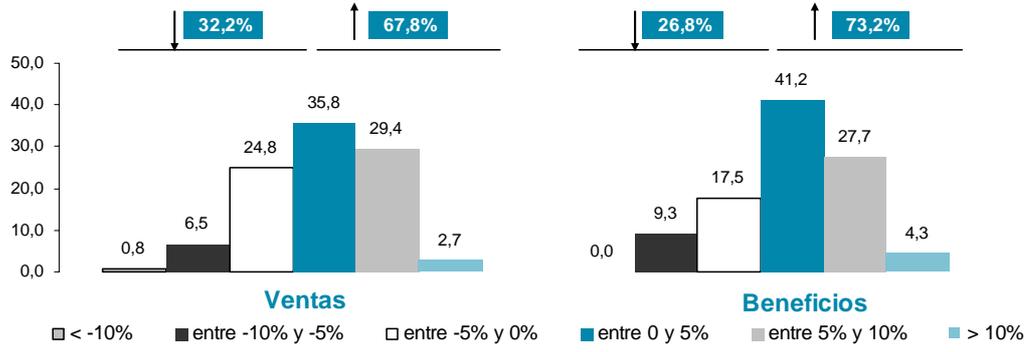
Por otro lado el contraste de estos indicadores con los datos sobre disposición y pago de no residentes con tarjetas de crédito VISA y MASTERCARD, confirman en ese mismo período que los principales efectos del descenso en el número de turistas extranjeros con sus consecuentes impactos económicos se han dejado sentir precisamente en la provincia de Málaga y Granada, experimentando, por otro lado, intensos crecimientos en Huelva y Cádiz.



Fuente:4b y SERMEPA

En cuanto a las expectativas empresariales para el año 2005, basada en el subsector de alojamiento, es predominante el positivismo. De hecho, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, el 67,8% de los empresarios del sector alojamiento esperan un crecimiento de sus ventas en 2005 respecto a 2004 y el 73,2% de sus beneficios, situándose la mayoría de ellos en cuotas de crecimiento entre el 0 y el 5%.

Perspectivas empresariales 2005
Var % en ventas y beneficios
ANDALUCÍA. SECTOR ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur