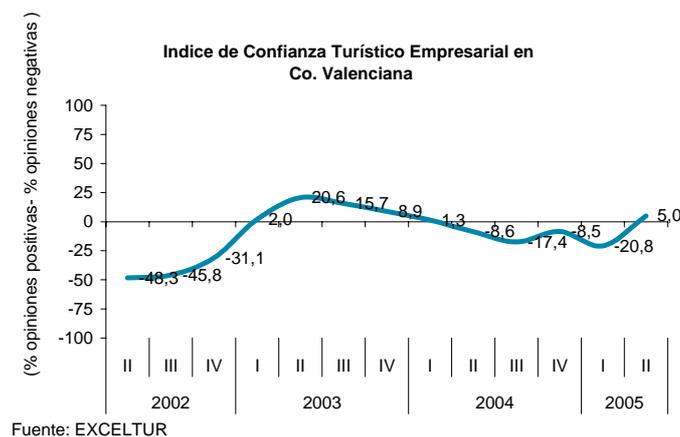


COMUNIDAD VALENCIANA

Los niveles de confianza empresarial en la Comunidad Valenciana en el segundo trimestre de 2005 han mejorado notablemente sustentado en un tirón de la demanda tanto nacional como extranjera. En este sentido, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial¹ relativo a la comunidad volvió a situarse en valores positivos en este segundo trimestre de 2005 tras cuatro trimestres consecutivos de saldos negativos. Sin embargo, la mejora en el sentimiento empresarial sigue estando condicionada por la reducción de los precios en una situación de exceso de oferta alojativa en el mercado, que se ha vuelto a intensificar durante este trimestre.

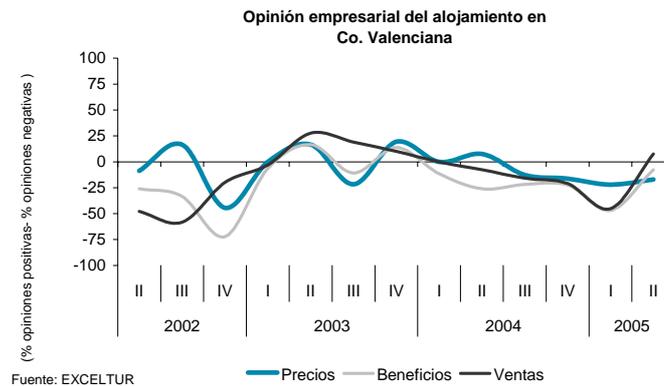
Destaca, como veremos más adelante, el positivo balance de la actividad turística en la ciudad de Valencia gracias al destacado posicionamiento dentro del turismo náutico con la celebración de las prerogatas de la Copa de América, del turismo urbano y del turismo de negocio.



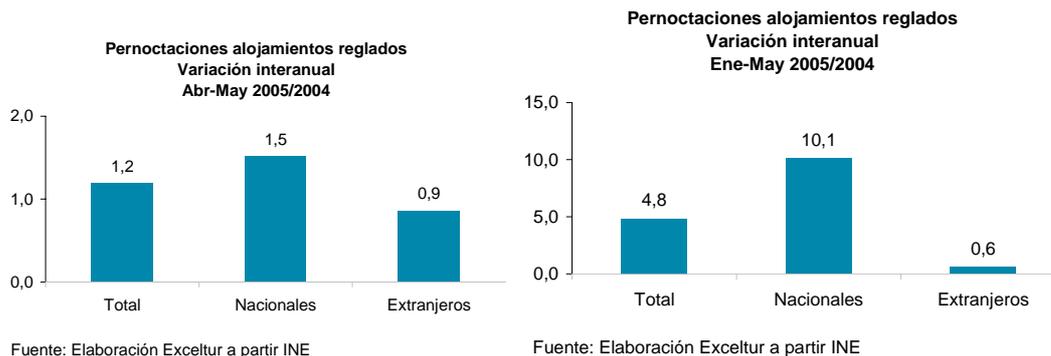
La positiva evolución de los flujos de entradas de turistas extranjeros y la fortaleza mostrada un trimestre más por la demanda nacional ha contribuido a una significativa mejora de las ventas en los establecimientos hoteleros de la Comunidad Valenciana.

En concreto, el 43,4% de los empresarios del sector de la comunidad ha manifestado una mejora en su nivel de ventas respecto al mismo trimestre del año anterior de acuerdo con los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial elaborado por Exceltur

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.

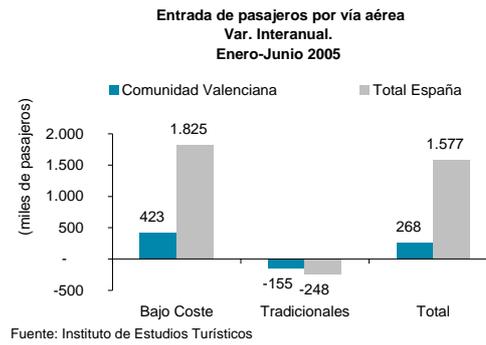
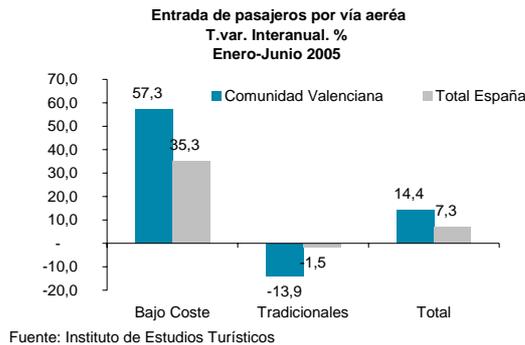


Esta mejora se ve a su vez corroborada por los datos elaborados por el INE para el conjunto de establecimientos reglados. Así, las pernoctaciones entre los meses de abril – mayo en este tipo de alojamientos crecieron un 1,2%, un 5,0% sí comparamos el período marzo – mayo para eliminar el efecto de la Semana Santa, con ello, el número de pernoctaciones en establecimientos reglados en los primeros cinco meses del año crecieron un 4,8%.



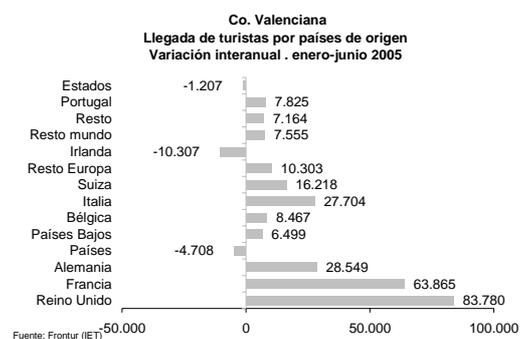
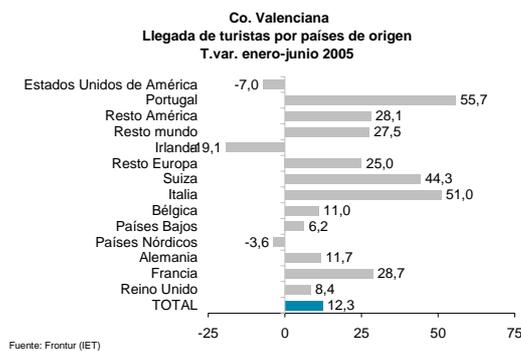
En cualquier caso, el crecimiento en entradas de turistas extranjeros no se ha trasladado en toda la intensidad esperada en clave de pernoctaciones en los alojamientos reglados de las provincias de Alicante, Castellón y Valencia debido a la nueva tipología de turista que visita los destinos de la Comunidad Valenciana, que viajan de una manera más independiente, con una mayor propensión al uso de la vivienda residencial y con un alto grado de utilización de las compañías aéreas de bajo coste.

Es precisamente la llegada de turistas en compañías de bajo coste, lo que está explicando el incremento en la afluencia de turistas extranjeros a la Comunidad. De hecho, el número de turistas llegados a la Comunidad Valenciana en aerolíneas de bajo coste aumentó un 57,3% en el primer semestre de 2005, lo que representa 423 mil personas más. Esta cifra es superior al incremento de llegadas de turistas extranjeros a los destinos turísticos de la comunidad en los seis primeros meses del año, que se concretaba en 252 mil turistas más.

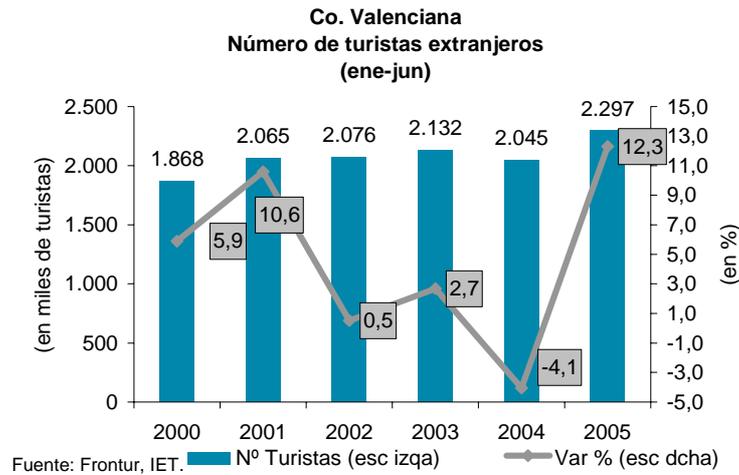


Precisamente el mayor uso de la vivienda residencial del turista extranjero en sus viajes turístico en la comunidad junto al abaratamiento del transporte desde el país de origen al destino turístico apuntan hacia una mayor frecuencia de visita de un mismo turista a la Comunidad Valenciana. En este punto, de nuevo, las estadísticas actuales no nos permiten conocer si se trata de la misma persona que llega con más frecuencia al destino turístico, ó si se está incrementando el número de turistas que visitan las provincias de Alicante, Castellón y Valencia.

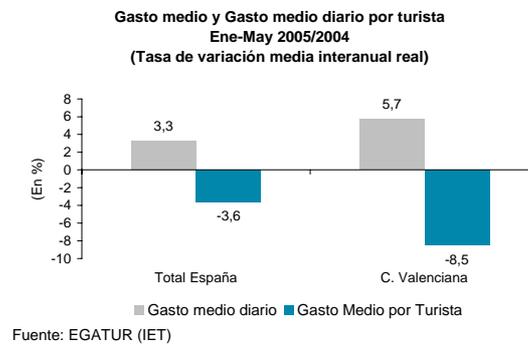
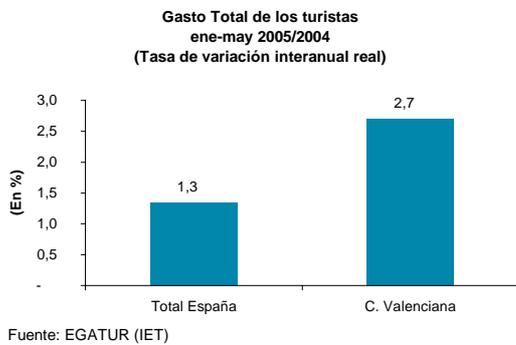
Entre los principales mercados de origen, destaca el incremento en el número de llegadas de turistas procedentes de Reino Unido y Alemania, dos de los principales mercados de origen y cuyo flujo turístico actual está muy vinculado con las aerolíneas de bajo coste, el 70% de los pasajeros que llegan a España en este tipo de compañía aérea son de nacionalidad alemana y británica. Destaca a su vez el incremento interanual del 28,7% en el primer semestre de 2005 en el número de llegadas de turistas franceses



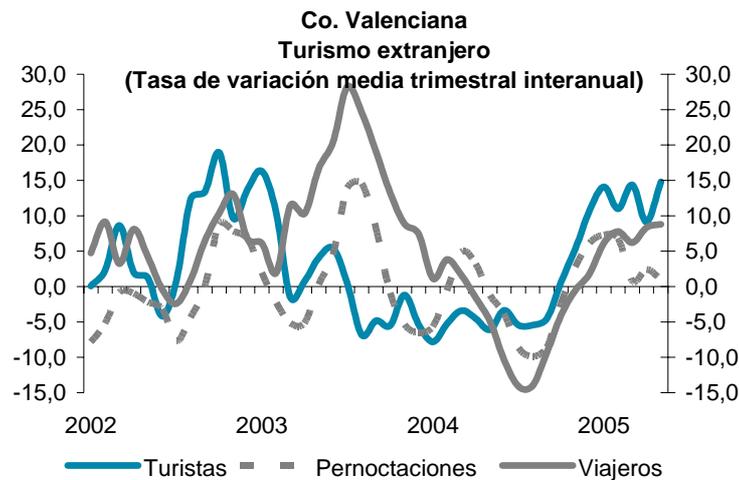
Con estos componentes explicativos, la recuperación de los flujos de turistas extranjeros en los seis primeros meses del año es clara y ha supuesto un incremento en el gasto turístico de los mismos en la Comunidad Valenciana, que según los datos de EGATUR acumulados hasta el mes de mayo creció un 2,7% en términos reales, por encima del crecimiento registrado en el conjunto de España que se ubicaba en el 1,3%.



No obstante, y sí bien es cierto que el gasto medio diario en los destinos turísticos de la comunidad diario entre los meses de enero y mayo ha incrementado hasta 65 euros, que supone un crecimiento interanual del 5,7% en términos reales (descontando el efecto de la inflación), la caída de la estancia media de los turistas extranjeros en la Comunidad Valenciana ha implicado una reducción del gasto medio por turista del 8,5% respecto al mismo período de tiempo en 2004.

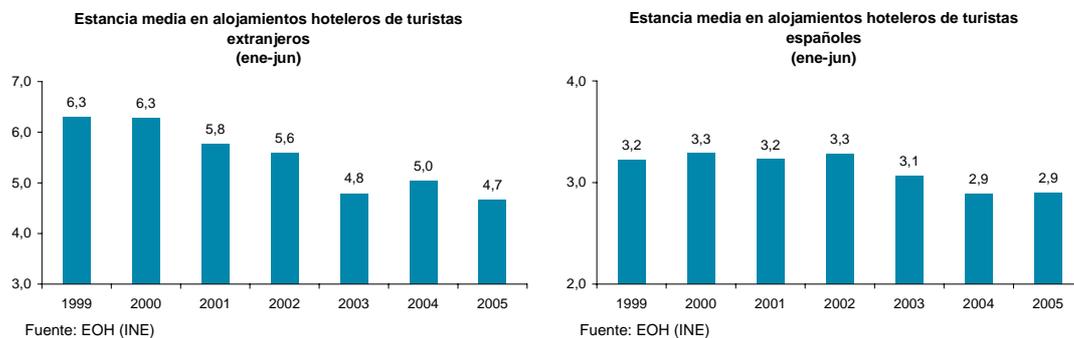


En este sentido, la estancia media de los turistas extranjeros en las provincias de Alicante, Castellón y Valencia ha disminuido un trimestre más pasando de 4,9 días de media en los meses de abril-junio de 2004 a 4,4 días en 2005.



Fuente: Elaboración Exceltur a partir Frontur e INE

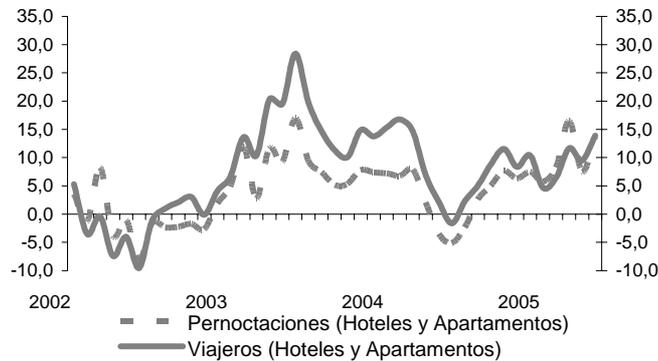
Así, la estancia media de los extranjeros en establecimientos hoteleros en la Comunidad Valenciana ha descendido 0,3 días en el dato acumulado hasta junio respecto al mismo período de 2004, consolidándose en una senda decreciente. Por su parte, el período de estancia media de los españoles en este intervalo temporal se mantiene más en línea con los observados en años precedentes, aunque por debajo de la frontera de tres días.



El positivo comportamiento de la demanda de los españoles ha contribuido positivamente al incremento de las ventas en el sector. De hecho, el 62,5% de los gestores de las grandes empresas de distribución y agencias de viajes españolas han manifestado haber incrementado sus ventas en este segundo trimestre de 2005 a los destinos turísticos de la Comunidad Valenciana.

Este dinamismo se ha concretado en un incremento interanual de las pernoctaciones de españoles en los alojamientos reglados de la comunidad del 1,5% en los meses de abril y mayo y del 9,9% en el acumulado anual hasta el mes de mayo de 2005.

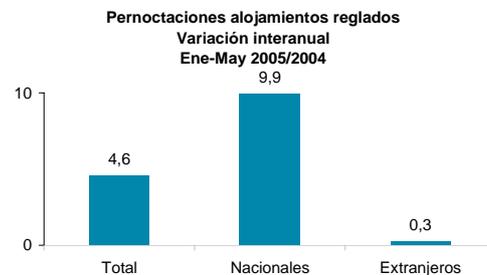
**Co. Valenciana
Turismo nacional
(Tasa de variación media trimestral interanual)**



Fuente: Elaboración Exceltur a partir EOH y EAP (INE)



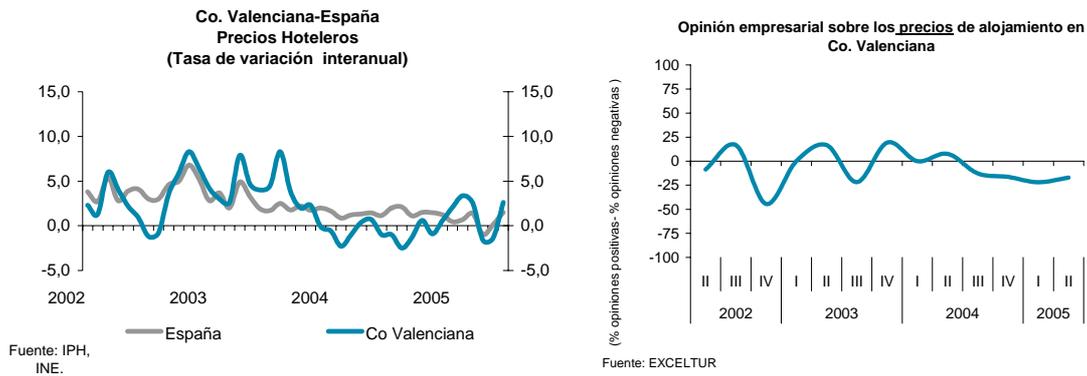
Fuente: Elaboración Exceltur a partir INE



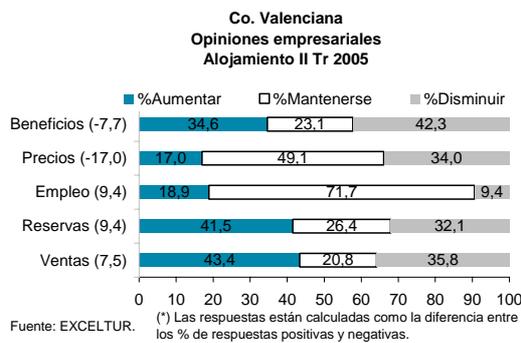
Fuente: Elaboración Exceltur a partir INE

Cómo ha sucedido en el conjunto de los destinos turísticos del litoral mediterráneo y las islas una de las claves de la mejora en los niveles de ventas ha estado en un nuevo esfuerzo realizado por parte de los empresarios del sector en términos de contener y/o reducir los precios, que en una situación de desajuste entre oferta y demanda se configura cómo una estrategia constante a lo largo de las últimas temporadas.

Efectivamente, el 34,0% de los gestores de los hoteles de la Comunidad Valenciana bajaron sus precios en el segundo trimestre de 2005 y el 49,1% los mantuvieron a los mismos niveles. Así se deriva también de la evolución del Índice de Precios Hoteleros del INE que a pesar de haber experimentado un ligero repunte en los primeros meses y en junio de 2005 ha vuelto a tasas de variación negativas en los meses de abril y mayo, concretándose en un crecimiento medio interanual del 1,3% en el primer semestre de 2005.

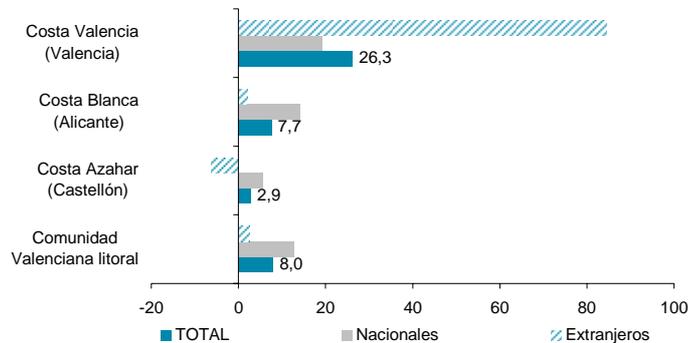


Desaceleración en los precios que ha provocado que el 42,3% de los gestores de establecimientos hoteleros en la Comunidad Valenciana hayan experimentado caídas en los beneficios empresariales en el segundo trimestre de 2005 a pesar de la constatada mejora en los niveles de ventas.



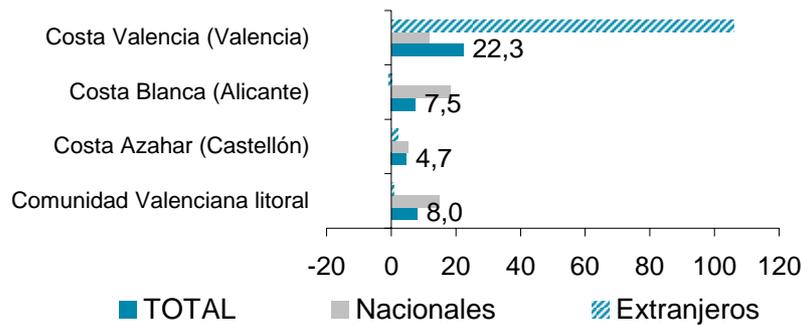
El resultado positivo en clave de ventas en los seis primeros meses de 2005 ha sido común a todas las zonas turísticas del litoral de la comunidad. Resalta el incremento de las pernoctaciones hoteleras de extranjeros en términos porcentuales en los municipios turísticos de la denominada Costa de Valencia y el excepcional comportamiento de la demanda española en los hoteles de 5,4 y 3 estrellas de la Costa Blanca.

**Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Tasa de variación interanual. Abr-Jun2005**



Fuente:Elaboración Exceltur a partir EOH (INE)

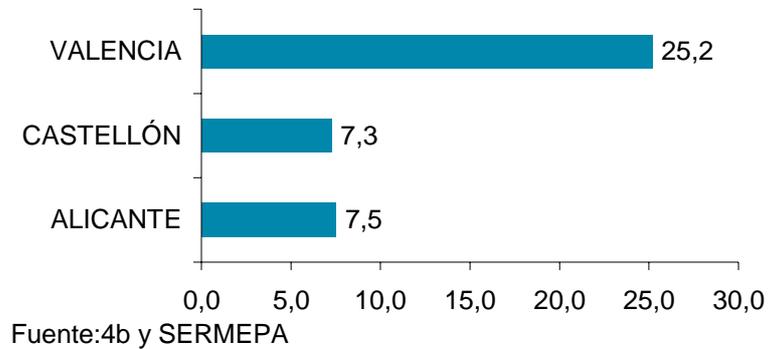
**Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Ene-Jun 2005/2004
(Tasa de variación interanual)**



Fuente:Elaboración Exceltur a partir EOH (INE)

El efectivo dispuesto de cajeros automáticos y los pagos con tarjeta de crédito Visa y Mastercard de no residentes que se ha producido en el segundo trimestre de 2005 avalan la mayor afluencia de extranjeros y el mayor gasto realizado en estas provincias y con especial intensidad en Valencia, dónde a los excepcionales resultados de su costa se une la consolidación de la ciudad de Valencia cómo destino turístico y de negocios.

**Importe total de efectivo dispuesto y pagos con
tarjeta de crédito de no residentes
Tasa de variación interanual. Abr-Jun 2005**



De cara al tercer trimestre de 2005 las perspectivas entre los empresarios del sector en la Comunidad Valenciana siguen siendo positivas en clave de ventas manteniendo los mismos condicionantes a la hora de trasladar el incremento de la demanda a mejoras de rentabilidades empresariales, debido fundamentalmente a la sobreoferta de todo el conjunto de alternativas alojativas que no permite mejorar precios.