

# Destinos

## III.1. Análisis de las Comunidades Autónomas

Baleares  
Canarias  
Cataluña  
Andalucía  
C. Valenciana

## III.2. Geografía Turística de España

## III.3. Fichas de las Comunidades Autónomas

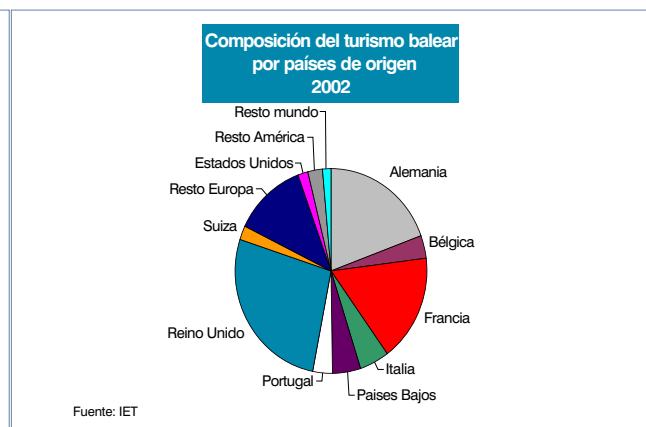
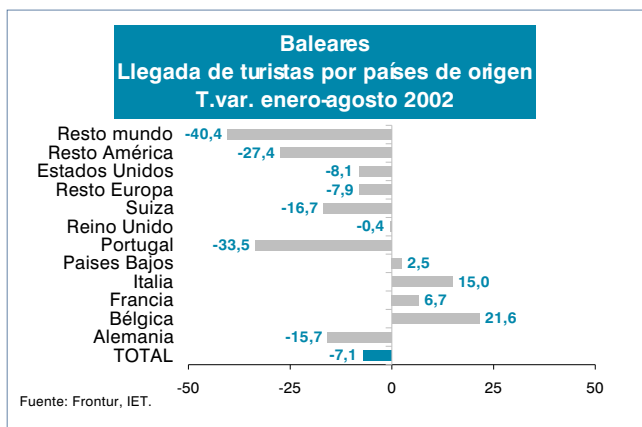


# Análisis de las Comunidades Autónomas

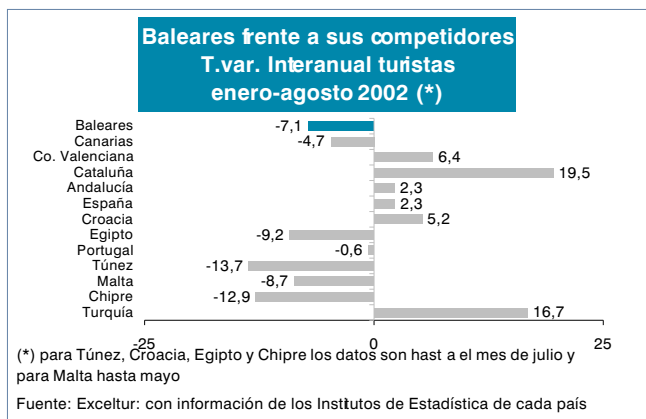
## Baleares

**La temporada de verano en Baleares ha mantenido los síntomas de recesión que lleva padeciendo desde el pasado año.** Los meses centrales de verano han sido testigos de una desaceleración en los ritmos de caída en el número de turistas, que no ha sido capaz de enderezar los niveles de actividad del conjunto del año, con un clima empresarial que se mantiene muy pesimista sobre la evolución de sus ventas y resultados.

Durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2002 se ha producido un retroceso del 7,0% en el número de turistas, que eleva al 7,9% la pérdida de turistas acumulados a lo largo de todo el año 2002 (730.000 turistas), en relación con el año 2001. Detrás de estas cifras se identifica un mantenimiento de la atonía del mercado alemán, que acumula una caída del 16,3% en el conjunto del año, mientras el mercado francés e italiano registran un importante dinamismo.

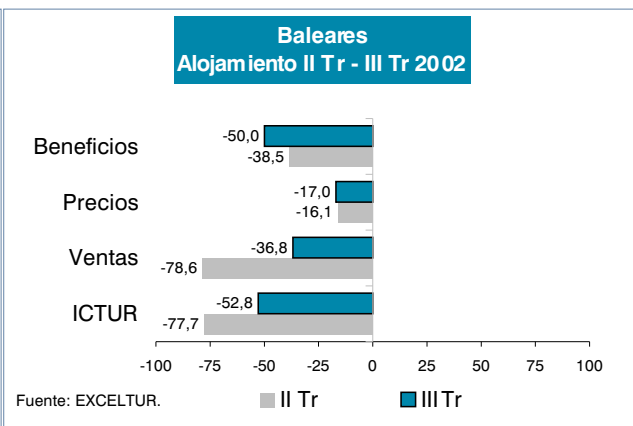
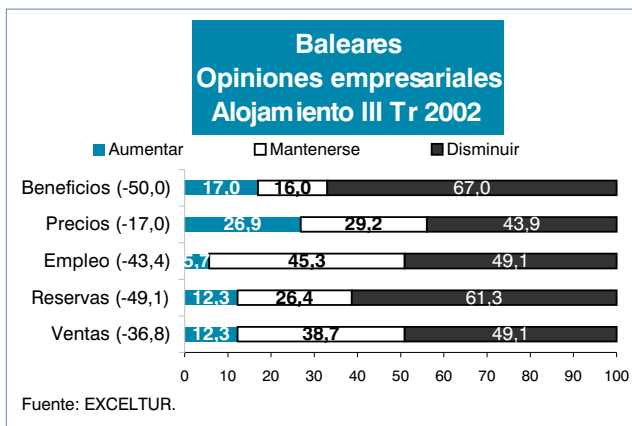


**La magnitud de la caída de la demanda turística internacional en Baleares ha sido mayor a la registrada por los destinos especializados en el producto de sol y playa con más alta afluencia de turistas.** La pérdida de turistas acumulada por Baleares en los ocho primeros meses del año dista mucho de aproximarse a los crecimientos de Turquía (16,7%), principal mercado competidor por número de turistas, de Croacia (5,2%) y del resto de destinos españoles de costa. Por el contrario, el comportamiento Balear ha sido ligeramente mejor al de destinos de pequeño tamaño como Malta (-8,7%), Chipre (-12,9%) y, en menor medida, Túnez (-13,7%) y Egipto (-9,2%), afectados sustancialmente por la percepción de inseguridad geopolítica.



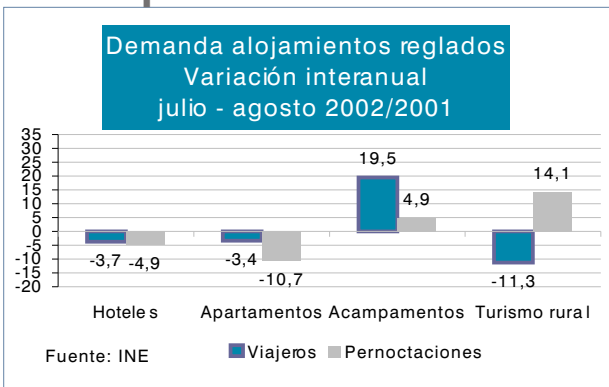
La desaceleración en el proceso de caída en el número de turistas en los meses de verano ha estado protagonizado por una llegada de turistas alojados en apartamentos de alquiler y casas propias o de familiares y amigos, tendencia que se viene produciendo en los últimos años, y que se ha intensificado en un escenario de ralentización económica, con efectos muy negativos sobre el sistema económico balear.

Dentro de este contexto, **el sector hotelero ha sido el que más ha sufrido las consecuencias de esta situación.** La opinión de los empresarios de alojamiento hotelero de las Islas, manifestada en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial Exceltur al igual que durante el segundo trimestre, se ha mantenido en niveles muy negativos durante la temporada de verano en relación con el resto de territorios turísticos españoles. Los datos de la Encuesta permiten identificar una opinión generalizada de caída de las ventas durante el tercer trimestre, que, sin embargo, mejora con respecto a la situación del segundo trimestre. En los meses de julio, agosto y septiembre, un 49,1% de los empresarios encuestados manifestaban haber experimentado una reducción en el volumen de ventas en relación con el mismo período del año 2001, mientras un 12,3% opinaban que sus ventas habían aumentado, generando un saldo de -36,8, inferior al -78,6 obtenido en el segundo trimestre del año.

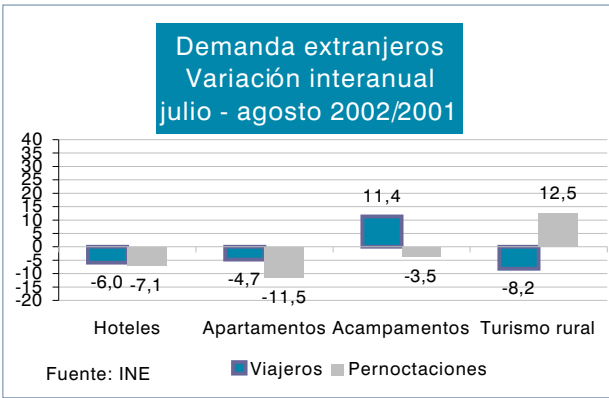
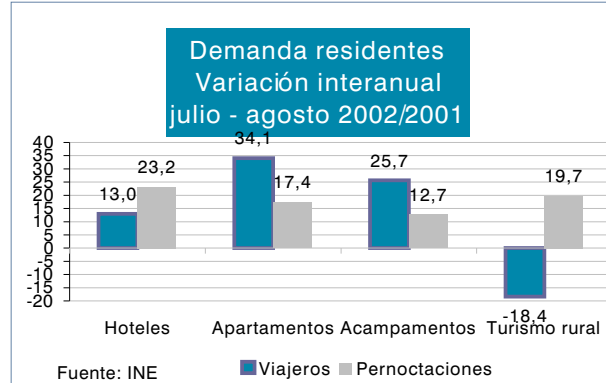
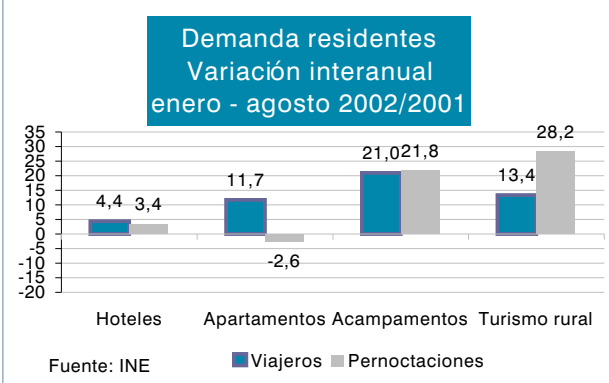
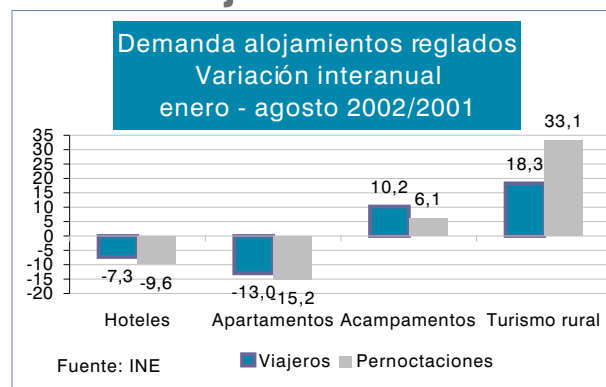


La mejora en la percepción de las ventas no se ha trasladado a los beneficios empresariales, que, por el contrario, durante la temporada de verano han experimentado una relevante caída, según la información derivada de la encuesta. El 67,0% de los empresarios perciben una caída en sus márgenes en la temporada de verano, mientras sólo un 17,0% declaran que se ha producido un incremento. El saldo resultante de los porcentajes de opiniones positivas y negativas se sitúa en -50,0, reflejando un deterioro frente a la situación del segundo trimestre (-38,5). La explicación a esta circunstancia se encuentra en la espiral de reducción en los precios en las que se ha entrado este verano con el objetivo de compensar la caída de la demanda, principalmente extranjera. El indicador de precios de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial Exceltur tomaba un valor de -17,0, en los mismos niveles que los del segundo trimestre (-16,1).

## Temporada de Verano

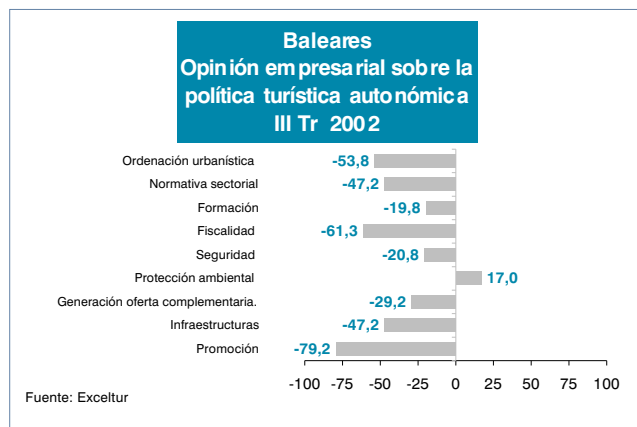
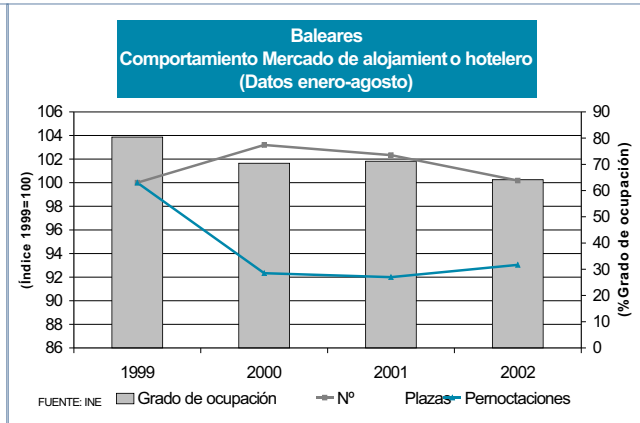
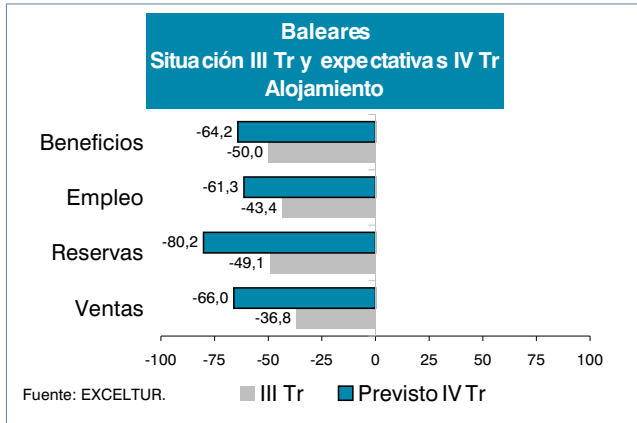


## Conjunto del año



Los datos de las Encuestas de Ocupación del INE corroboran la situación reflejada por la opinión empresarial. En la temporada de verano (meses de julio y agosto), el número de viajeros descendía un 3,7%, y el de pernoctaciones un 4,9%, mientras las pernoctaciones en acampamentos y alojamientos de turismo rural crecían un 4,9% y un 14,1%, respectivamente. La demanda de viajeros nacionales ha sido la que mejor se ha comportado esta temporada, con crecimientos del 13,0%, elevando el número de pernoctaciones en un 23,2%, lo que ha permitido compensar la caída en la llegada de turistas extranjeros.

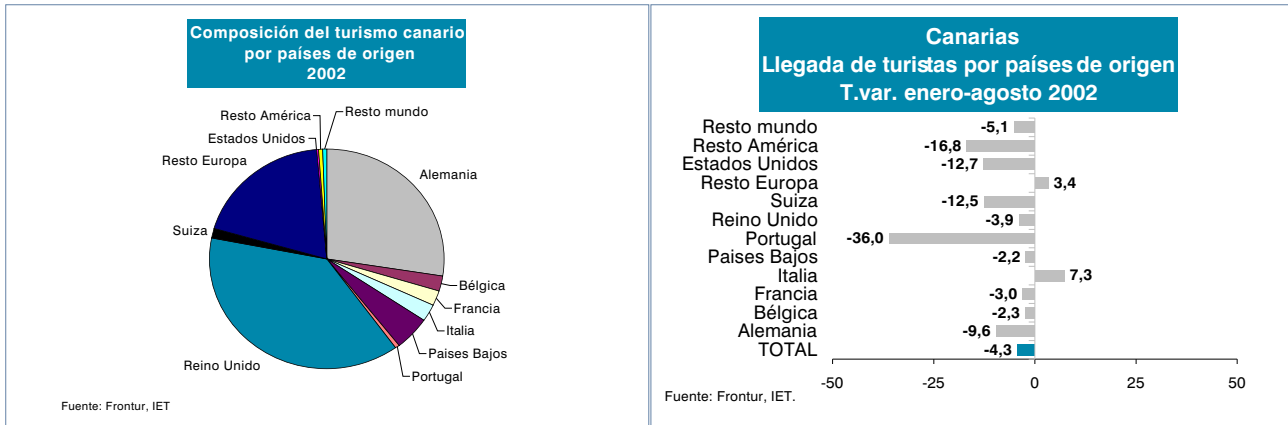
**De cara al cuarto trimestre los empresarios prevén unos menores niveles de actividad, en relación con el año 2001**, con una caída en sus márgenes, por lo que se espera cerrar un año "para olvidar".



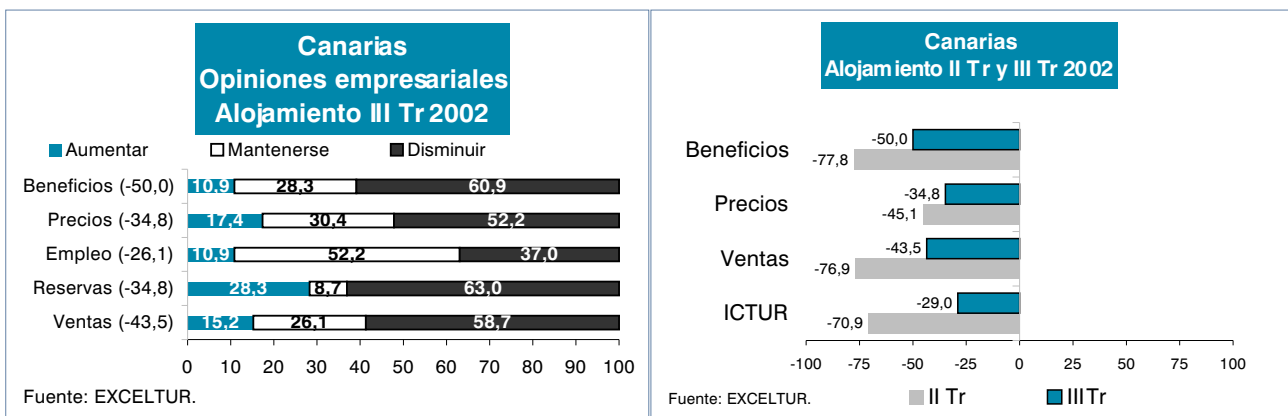
**La complicada situación del turismo balear en este contexto se agrava con una falta de sintonía entre las actuaciones de política turística por parte del Govern Balear y las necesidades identificadas por los empresarios.** El Govern Balear se sitúa entre las distintas administraciones públicas autonómicas como la peor valorada por los empresarios localizados en su territorio. El predominio de saldos negativos en la diferencia de porcentajes de respuestas sobre el carácter positivo o negativo de la política autonómica en los elementos de su competencia determinantes del éxito turístico son una muestra de esta circunstancia. En este escenario, las políticas peor percibidas son la estrategia de promoción, la fiscalidad y la ordenación urbanística, mientras el único elemento valorado positivamente es la protección de los recursos naturales.

# Canarias

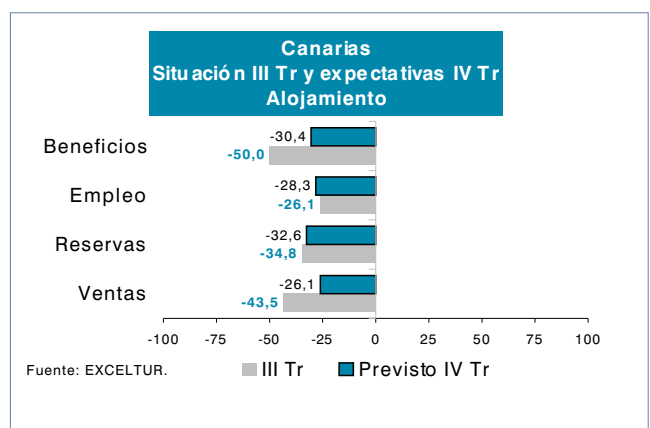
El comportamiento turístico de Canarias durante el verano ha estado marcado por una serie de factores que le pueden situar en una posición de riesgo de cara al futuro. La generalizada caída de la demanda que se ha venido experimentando a lo largo de todo el año ha sido respondida por los empresarios con un drástico recorte de los precios que ha dinamizado el mercado, especialmente nacional, pero que puede hipotecar la capacidad de venta en cuanto a la recuperación de precios en la próxima temporada. La respuesta del empresariado canario a la coyuntura de demanda, a través de la citada estrategia de reducción en los precios ha tenido como coste una caída en los niveles de beneficios en relación con la temporada de verano de 2001.



El mercado de turistas extranjeros no acaba de recuperar los niveles de 2001. Durante los meses de julio, agosto y septiembre llegaron a Canarias un 2,4 % menos de turistas que en los mismos meses de 2001, lo que eleva la caída interanual del conjunto del año hasta un 4,4% (356.000 turistas menos). La atonía en la llegada de turistas ha sido generalizada en los principales mercados de origen, que han presentado, con la excepción del mercado italiano, caídas interanuales en el período de enero a septiembre. Destacan por su tamaño, el descenso del 9,6% interanual de los alemanes llegados a las Islas en este período (en torno a los 190.000 turistas), junto al desplome del mercado británico (un 2,8% interanual, aproximadamente 101.000 turistas). Esta tendencia ha generado una caída en el número de pernотaciones de no residentes en establecimientos hoteleros durante el período enero-agosto del 5,9%.

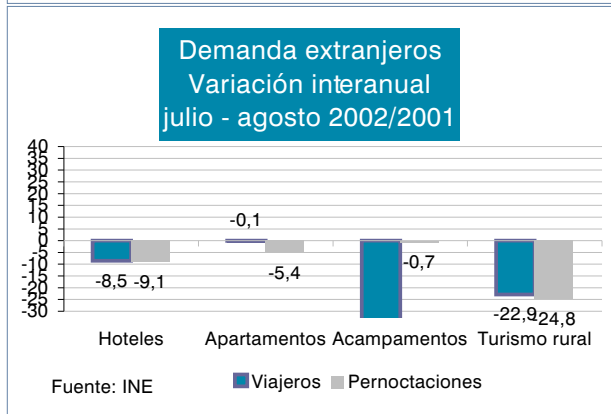
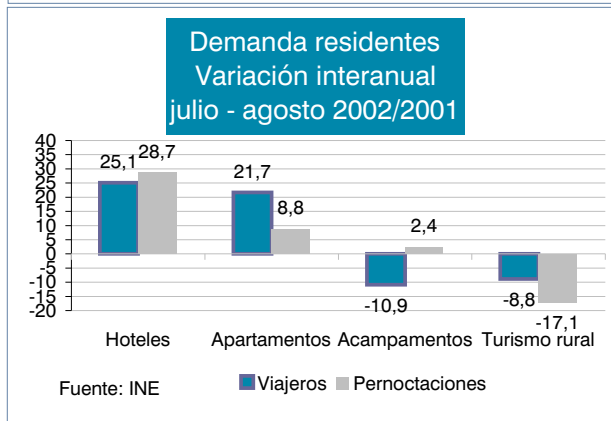
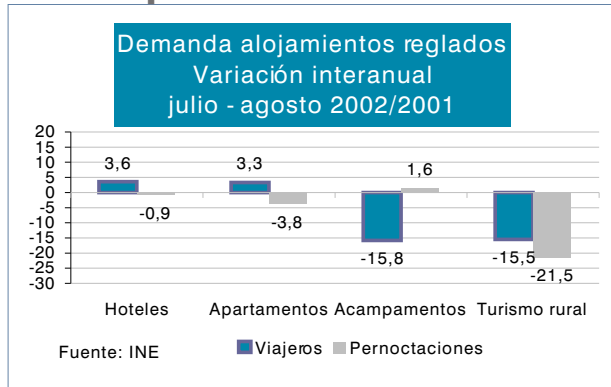


La temporada de verano ha venido marcada por la recuperación del mercado español que ha limitado los efectos de la caída de turistas extranjeros. Según, la información suministrada por el INE, el número de pernотaciones de españoles en hoteles durante los meses de julio y agosto se elevaba un 28,7%, con un crecimiento del 25,1% en total de viajeros. Canarias es, según la Encuesta de Clima Empresarial Exceltur realizada a las agencias de viajes de toda España, el destino con mayores crecimientos en las ventas de paquetes nacionales en los meses de verano. Este es el resultado de las agresivas campañas realizadas por las grandes agencias de viajes y touroperadores españoles, que en este período entraron en fuerte competencia con una espiral de precios a la baja que igualmente afectó a los niveles de precios y demanda de otros destinos nacionales.

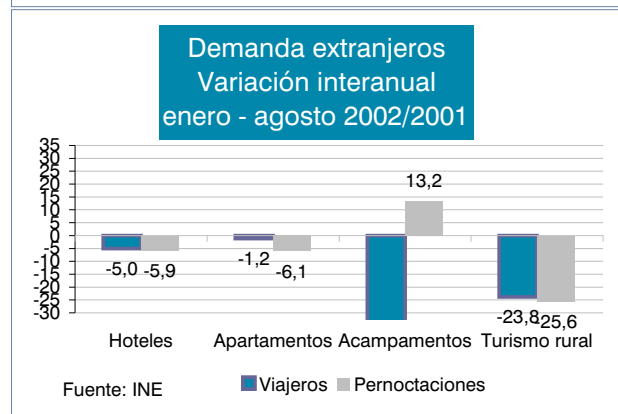
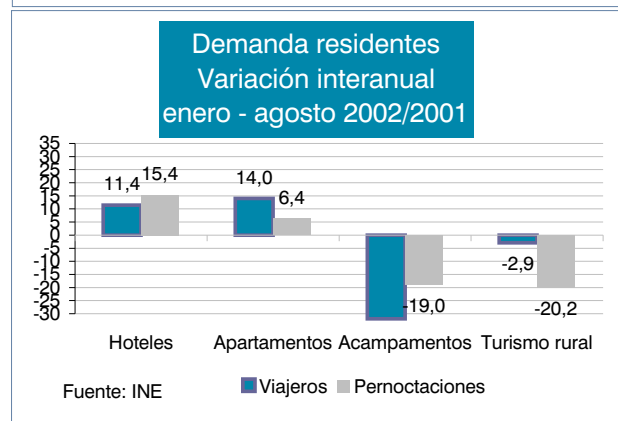
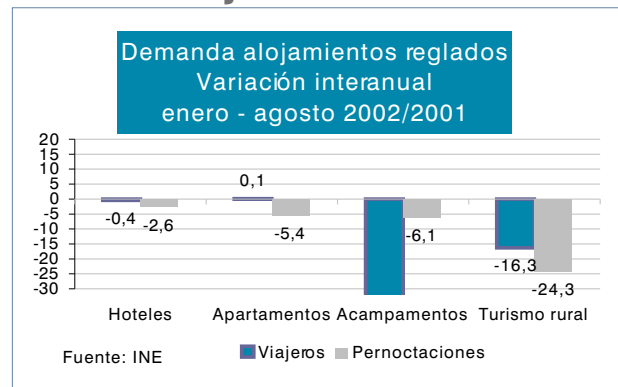


La recuperación del mercado español ha permitido cerrar con niveles de afluencia más acordes con la altura del año, pero por debajo de los alcanzados en 2001. Según la opinión de los empresarios de alojamiento encuestados sobre los resultados de verano, el 58,7% declaraban haber experimentado una caída en sus niveles de ventas en relación con la temporada de verano de 2001, mientras que un exiguo 15,2% manifestaba un crecimiento en sus ventas. El saldo de -43,5, si bien todavía muy negativo, refleja una mejora de la situación en relación con el segundo trimestre del año, donde esta cifra se reducía hasta un -76,9.

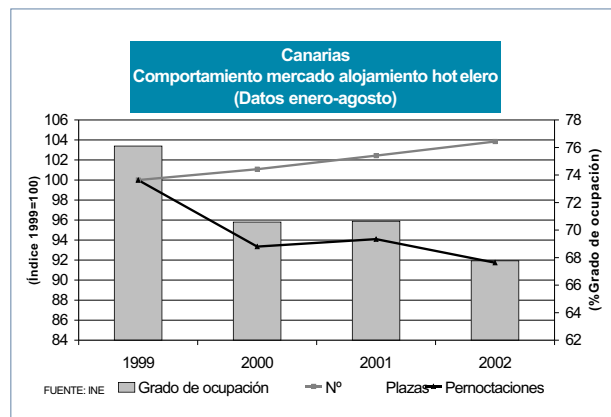
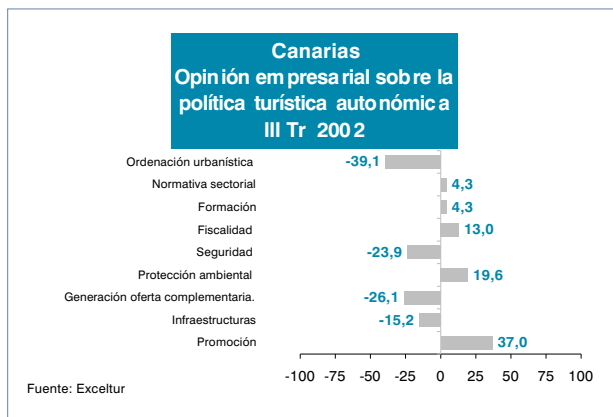
## Temporada de Verano



## Conjunto del año



Fruto de la estrategia de reducción en los precios medios de venta, confirmado por el 52,2% de los encuestados, acompañado de la caída en las ventas se ha producido una reducción de los beneficios. Un 60,9% de los empresarios manifestaba una caída en sus márgenes, generando un saldo frente a los que opinan que éstos han aumentado de -50,0. Más allá del negativo comportamiento del mercado en el año 2002, desde 1999 se viene ampliando el diferencial entre el número de plazas hoteleras, que no ha parado de crecer, y el volumen de demanda, provocando una peligrosa situación de sobre oferta en el mercado del alojamiento, que puede seguir agravándose en función de los nuevos proyectos de construcción previstos.



Los datos del tercer trimestre reflejan una mejora respecto a la situación del tercer trimestre. La menor caída en las ventas y las expectativas de que la moderada tendencia de recuperación se extienda al cuarto trimestre han provocado una mejora de la confianza empresarial recogida por el Indicador de Clima Turístico Exceltur (ICTUR). En concreto el ICTUR pasaba de un valor de -70,9 en el segundo trimestre a un ratio de -29,0.