



BALANCE DE 2006
PERSPECTIVAS DE 2007

BALEARES

7.2 Baleares

2006 se cierra con un positivo balance empresarial para el turismo balear gracias al incremento en ventas y beneficios

2006 ha culminado el proceso de recuperación que ha venido experimentando el turismo en Baleares durante los tres últimos ejercicios, cerrando un ejercicio con un balance empresarial positivo gracias al aumento de las ventas y de los beneficios de las empresas turísticas de las islas. En esta recuperación ha tenido una notable incidencia el esfuerzo realizado tanto por las administraciones públicas, como por los empresarios, en fortalecer la imagen turística de las islas gracias a unas acertadas políticas de promoción.

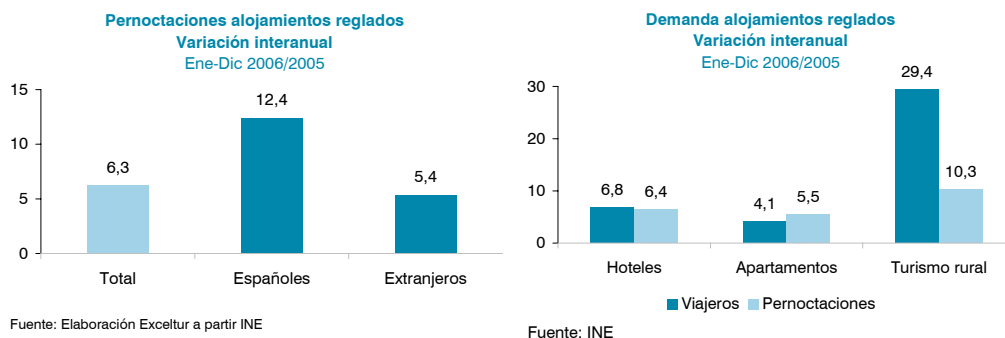
En este sentido, si en estos últimos años el acento ha girado más en torno a la promoción para revertir el retroceso que venían sufriendo los destinos Baleares en sus principales mercados extranjeros de origen de turistas, en particular el alemán que fue el que más debilidad llegó a acusar, el futuro más inmediato y especialmente en un momento de bonanza como el actual, aconseja priorizar en mayor medida todas aquellas políticas de mejora de la oferta de productos y destinos en los que siguen latentes múltiples oportunidades y retos competitivos.

Si 2005 y 2006 has sido los años de la promoción y la recuperación de la imagen turística de las islas, 2007 debe ser el del inicio de una estrategia decidida de mejora integral de la oferta que enriquezca sus atractivos y facilite una mayor diversificación y desestacionalización

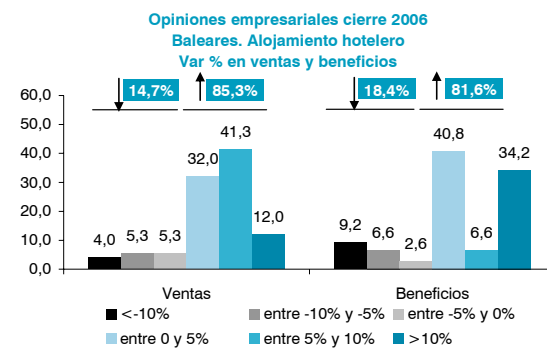
2007 debiera servir para que los responsables de gestionar las políticas turísticas -que tanto a nivel autonómico, como local, resulten elegidos tras las próximas elecciones del mes de mayo- diseñen e implanten estrategias que desde el mayor respeto por la preservación del entorno, permitan pasos más decididos y acelerados en el enriquecimiento de las experiencias y atractivos turísticos. Es decir, pongan el mayor énfasis y procuren desde la renovación de aquellas zonas turísticas sometidas a procesos de obsolescencia, como es el caso de la Playa de Palma cuyo plan integral de renovación integral se hace cada vez más urgente consensuar y poner en marcha, a facilitar la diversificación de la oferta hacia productos y segmentos del mayor valor añadido, que permitan elevar la derrama por un mayor gasto promedio y/o por una mayor desestacionalización del consumo turístico, como entre otros será el caso del turismo urbano y el de convenciones y congresos, con el impulso que supondrá la construcción del nuevo palacio de congresos en la ciudad de Palma.

2006 ha sido testigo tanto de un aumento de la demanda nacional como extranjera

Las buenas condiciones con las que se ha cerrado el conjunto del ejercicio 2006 debieran favorecer avances ante los retos que se avecinan a medio plazo. La demanda tanto nacional como extranjera hacia las islas ha vuelto a crecer de manera importante en 2006. En concreto, el número de pernoctaciones en establecimientos de alojamiento reglados se incrementaron en 2006 un 6,3% en promedio, gracias al fuerte aumento del 12,4%, de la demanda española, mientras la extranjera se incrementaba un 5,4%. Las nuevas fórmulas de turismo vinculadas al medio rural han vuelto a ser las que mayor crecimiento relativo han experimentado aunque desde niveles de demanda muy inferiores al resto, mientras los hoteles y, en menor medida, los apartamentos reglados han compartido el crecimiento en el número de pernoctaciones dentro de una senda de crecimiento porcentual más moderada.

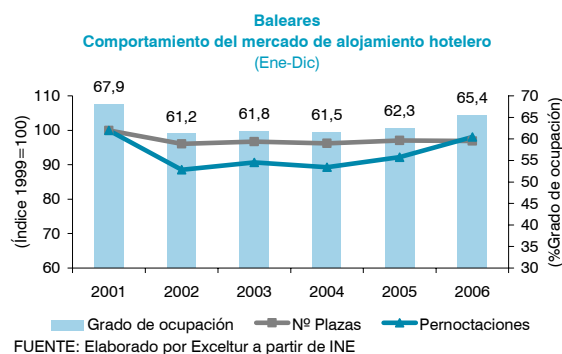


Este comportamiento ha permitido cerrar el año con un crecimiento generalizado de las ventas en los hoteles de las islas. Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial del cierre del año 2006 elaborada por Exceltur, el 85,3% de los empresarios turísticos de alojamiento de las islas manifestaban haber experimentado un crecimiento en sus ventas durante 2006 respecto a los niveles de 2005, con un porcentaje mayoritario (41,3%) que lo cuantificaba por entre el 5% y el 10% y un 12,0% que lo situaba por encima del 10%.

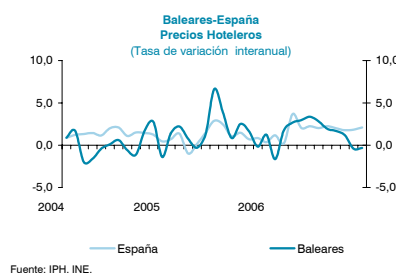


La política de contención en el crecimiento de nueva oferta hotelera ha permitido mejorar los niveles de ocupación y en un escenario de precios contenidos, elevar las rentabilidades respecto de los niveles de 2005

Un año más hay que hacer notar que la acertada política de contención de la oferta hotelera iniciada en 1999 ha permitido que el aumento de la demanda se traduzca en un notable incremento en los niveles de ocupación. En concreto, el año 2006 se ha cerrado con un nivel de ocupación medio en los hoteles de las islas del 65,4% según la EOH del INE, superiores al 62,3% del año 2005 y acercándose al 67% que regía en los inicios de la década.



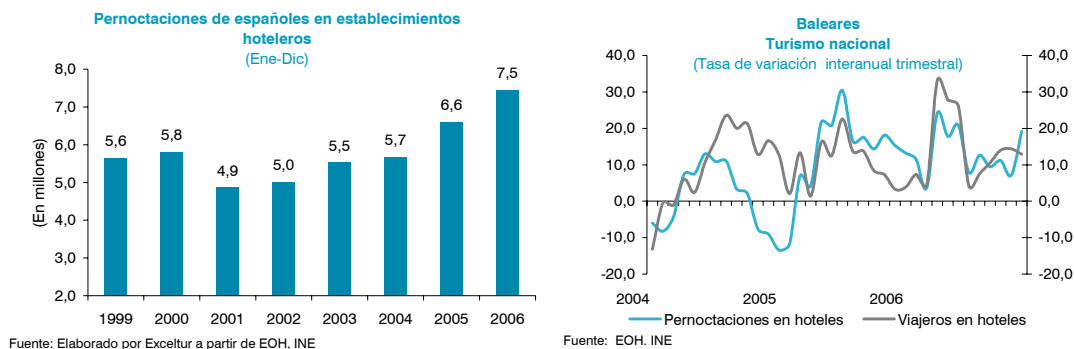
Aún a pesar de una cierta contención de precios que ha seguido dominando el año 2006, el fuerte aumento de la afluencia turística ha propiciado un crecimiento de los beneficios empresariales y favorecido que se hayan minimizado las políticas de ofertas y descuentos, que habían sido la tónica generalizada en las cuatro últimas temporadas, para intentar superar la atonía de la demanda. En este sentido, el crecimiento medio del Índice de Precios Hoteleros publicado por el INE a lo largo del 2006 se ha situado en el 1,4%, por debajo del crecimiento medio de los hoteles en España y por debajo de la inflación media de los precios al consumo en Baleares.



Consistente con lo anterior, el 81,6% de los empresarios encuestados de Baleares reconocían haber experimentado en 2006 un crecimiento en sus beneficios respecto a los niveles de 2005, con un 40,8% que los sitúa como moderados, inferior al 5%, pero con otro 34,2% que los cifran por encima del 10%. En este sentido, cabe destacar que buena parte de las empresas han ido recuperando los niveles de rentabilidades perdidos en temporadas anteriores, tras tres años de intensas caídas que se extendieron durante el período 2002-2004.

El turista español alcanzando su máximo histórico en términos de pernoctaciones y el alemán han sido los grandes protagonistas de la dinamización de las ventas de las empresas turísticas de las islas durante 2006

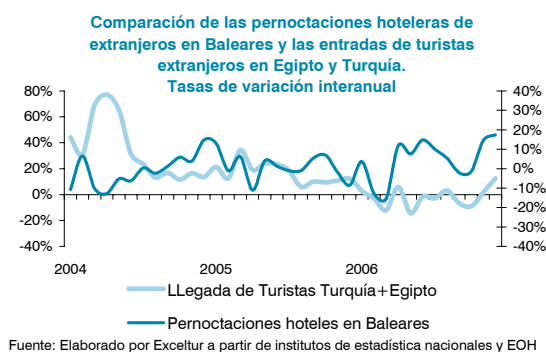
El turista español y el alemán han sido los grandes protagonistas de la dinamización de las ventas de las empresas de las islas durante 2006. Esta temporada recién concluida ha vuelto a ser testigo de un nuevo y significativo crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras de la demanda española y ya son cinco años consecutivos, alcanzado un año más un máximo que consolida al mercado español entre los tres principales para las islas junto al británico y al alemán. Los españoles realizaron en 2006 7,5 millones de pernoctaciones en los hoteles de las islas, lo que supone un crecimiento del 12,9% respecto a los niveles de 2005 y muy por encima de los 5 millones de pernoctaciones que se realizaban en 2001, tal y como se desprende de la EOH del INE.



El mayor gasto promedio en destino que caracteriza al turista nacional, la paulatina ruptura en las últimas temporadas de la estacionalidad que ha marcado su comportamiento histórico y el que se espere que el 2007 aconseja que se sigan manteniendo las prioridades y esfuerzos de marketing y promoción para el mercado interno por parte de las diversas empresas y administraciones públicas de las islas.

El mercado español debe seguir estando entre los prioritarios dentro de cualquier estrategia de marketing y diseño de producto de las empresas y administraciones turísticas para 2007

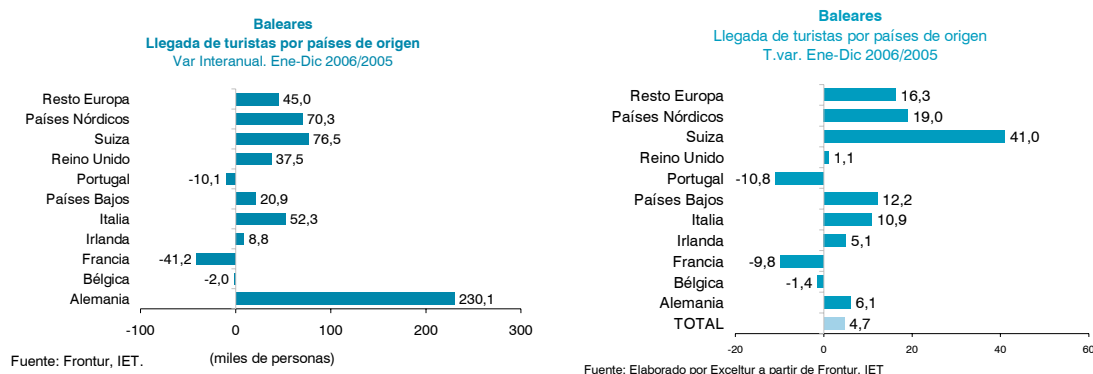
El turismo extranjero ha mostrado, por su parte, un comportamiento igualmente muy positivo en 2006 con un aumento en volumen (2,2 millones de pernoctaciones) algo mayor que el del mercado nacional, favorecido por la recuperación del gasto de las familias alemanas y del turista paquetizado familiar y más convencional, que sigue siendo el principal sostén de la industria turística balear. Junto a los ya reconocidos resultados que en términos de la recuperación de imagen y atractivos de Baleares se han alcanzado en algunos de los principales mercados extranjeros, gracias a una promoción institucional más acertada y focalizada, buena parte del crecimiento de la demanda paquetizada hacia Baleares observada desde el mes de abril de 2006 se deriva de las situaciones geopolíticamente adversas que han vuelto a acusar Turquía y Egipto, países que en los últimos años se habían erigido como los más serios competidores del producto de sol y playa de Baleares.



Baleares se ha visto beneficiado por la redirección de flujos turísticos, especialmente desde el mercado alemán, provocada por la inestabilidad geopolítica percibida en algunos países competidores del Mediterráneo oriental

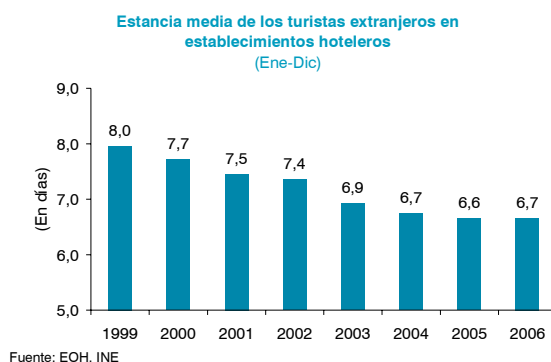
Como se puede observar en el gráfico adjunto, a lo largo del año se ha producido una relación inversa entre la evolución del turismo extranjero hacia estos países y la mayor afluencia hacia Baleares fruto de la redirección de flujos turísticos ya comentada. No obstante, cabe destacar que, si bien son meses de temporada baja en las islas, los destinos de Baleares hasta el momento apenas han notado la recuperación que han comenzado a experimentar Turquía y Egipto a finales de 2006 y que por el contrario sí han afectado a la dinámica de la llegada de turistas hacia a Canarias en su temporada alta.

La situación de estos destinos y la pérdida que han sufrido especialmente en el mercado alemán (sólo Turquía ha perdido 500 mil turistas alemanes en el año 2006) ha favorecido la captación de turistas de ese trascendental mercado de 4 millones de turistas para Baleares y que según FRONTUR en 2006 ha crecido en 230 mil turistas más que en 2005. Ese dinamismo alemán ha coincidido con la atonía que ha mostrado el turismo británico, tras los fuertes crecimientos que experimentó en las últimas temporadas, y que todo parece apuntar que podría revertirse este año 2007 y volver a apuntar un ligero aumento, si bien mucho más por parte del turista independiente que del paquetizado.



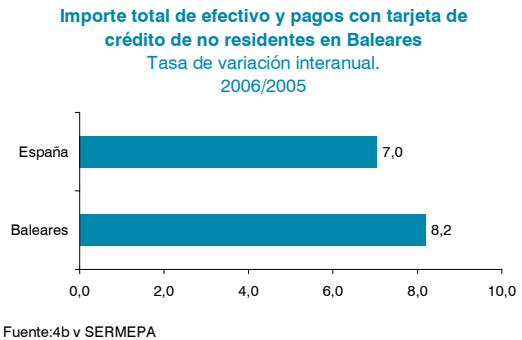
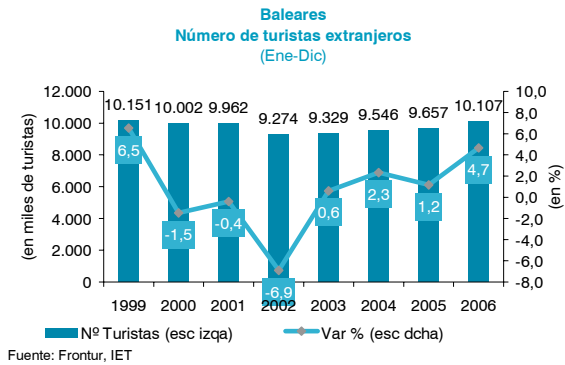
La recuperación de la demanda familiar y paquetizada ha permitido en 2006 incrementar la estancia media y el gasto turístico de los extranjeros

La recuperación del perfil de demanda familiar paquetizada que suele conllevar estancias semanales o quincenales ha favorecido que durante 2006 - y especialmente gracias a las cifras del verano- se haya producido por primera vez desde 1999 un crecimiento en la estancia media hotelera por parte de la demanda extranjera. En 2006 los extranjeros permanecieron en los hoteles de Baleares una media de 6,7 días, es decir 0,1 días más que en 2005 y en los mismos niveles de 2004, aunque aún lejos de los 8,0 días que permanecían en 1999.



La mayor afluencia de la demanda tradicional paquetizada ha favorecido también un crecimiento en el gasto turístico de los extranjeros y es de esperar, aunque no se disponen de estadísticas para confirmarlo, que también de la demanda nacional, por lo que estimamos que los ingresos turísticos que revierten a las islas se habrán incrementado en 2006.

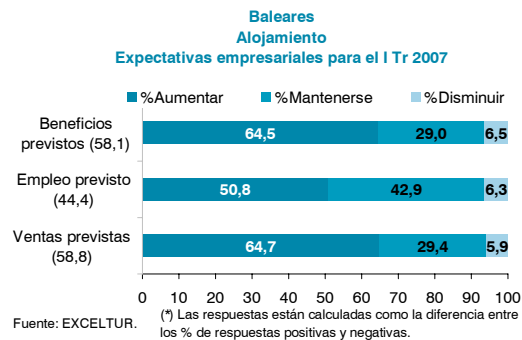
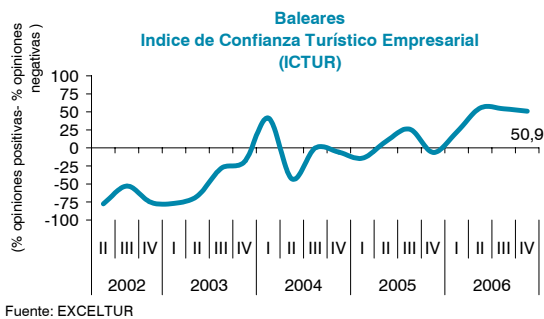
En este sentido la única información hoy disponible para ilustrar las tendencias en este campo, como es el efectivo dispuesto en cajeros y los pagos realizados por los extranjeros no residentes con tarjetas Visa y Mastercard en los destinos turísticos Baleares, pone de manifiesto que esos desembolsos se incrementaron en 2006 un 8,2%, por encima del crecimiento medio que en España fue del 7,0%. A pesar de que se trata de una estadística que puede estar sesgada algo al alza por ser las tarjetas de crédito un medio de pago cada vez más utilizado por los turistas (que no significa que tengan que gastar más), lo cierto es que si se compara con el aumento total de turistas extranjeros que se ha producido en 2006 en las islas y que Frontur cifra en un 4,7%, el análisis cruzado pondría de manifiesto un crecimiento del gasto por turista en este pasado año próximo al 3,5% nominal y un mantenimiento en los niveles del pasado año si se descuenta la inflación.



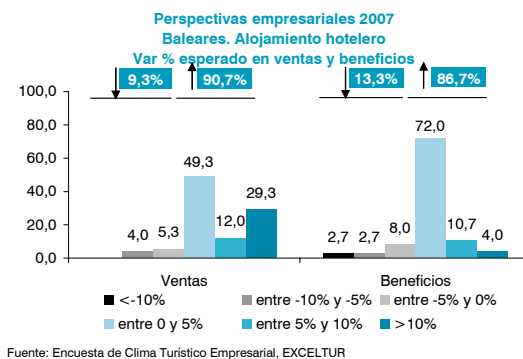
En cuanto a su distribución insular, el crecimiento de la demanda ha sido homogéneo en todas las islas, con aumentos en el número de pernoctaciones entre el 6% y el 7,5%. Ibiza y Formentera son los que han visto un mayor aumento en el volumen de pernoctaciones hoteleras, que alcanzó el 7,3%, gracias al fuerte tirón de la demanda española que ha crecido este año 2006 un 19,6%. Menorca, esta temporada, vuelve a experimentar un aumento de la demanda tras la complicada temporada que vivió el año 2005, también muy favorecida por la demanda española y Mallorca vuelve a registrar un crecimiento tras la recuperación que ya vivió en 2005.

Las expectativas empresariales para 2007 son muy positivas en un escenario que puede verse afectado tanto por la ralentización del consumo en Alemania, como por las implicaciones de la reciente fusión entre Thomas Cook y My Travel

A pesar de ser temporada baja, el año ha concluido con un fuerte aumento de la demanda gracias entre otras razones a la reducción de precios y al buen clima que han disfrutado las islas lo que ha favorecido el alargamiento de la temporada estival. En este escenario los niveles de confianza de los empresarios se han mantenido en niveles máximos desde que en Exceltur elaboramos la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, con buenas perspectivas para el primer trimestre, en gran medida por la información anticipada por los touroperadores para este próximo verano.



En este escenario, los empresarios se muestran igualmente optimistas sobre la evolución de las ventas y los beneficios para el conjunto de 2007, con un porcentaje mayoritario, superior al 85%, que esperan incrementos en ambos indicadores de sus resultados empresariales para este año. Las expectativas, no obstante, traducen una cierta moderación en la medida en que la mayor parte de los empresarios cifran los crecimientos por debajo del 5%, lo cual es especialmente intenso (72,0%) en el caso de la opinión sobre los beneficios.



Estas expectativas no parecen haber descontado los impactos que la subida de los tipos de gravamen en el IVA en Alemania están empezando a generar en la adquisición de viajes, por la anticipación de compras de bienes de consumo duradero que tuvo lugar desde su anuncio en la segunda mitad de 2005, que de intensificarse tendrán sus repercusiones sobre la demanda turística de este país. Tampoco, porque en el momento de realizar la encuesta no se podía anticipar un fenómeno de concentración de TTOO de esa magnitud, por las implicaciones de la reciente fusión de dos de los principales clientes hoteleros para las islas, Thomas Cook y My Travel, que sin duda introducirá mayor presión en la contratación y precios y que debe servir para seguir potenciando al máximo las estrategias de marketing y distribución multicanal, alentando más actuaciones de marketing relacional contacto directo con el cliente final, además de seguir apostando por aquellos valores y atributos diferenciales de las islas que aseguren la percepción de un mayor valor añadido y una superación de las expectativas de los turistas, que justifiquen el pago de un mayor precio por los servicios prestados.