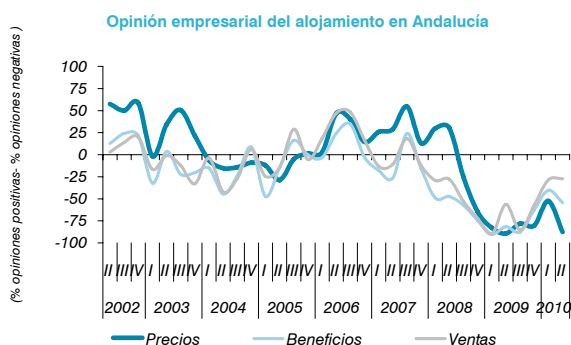


# Andalucía

## Leve repunte en la afluencia de turistas en Andalucía en el segundo trimestre de 2010, sin traducirse aún en mejoras de resultados empresariales

El devenir de la actividad turística en Andalucía en el segundo trimestre de 2010 ha venido protagonizada por el repunte de la demanda extranjera en los destinos urbanos, una mayor afluencia de turistas nacionales en determinados destinos del litoral andaluz y un nuevo retroceso de la de extranjeros en los mismos.

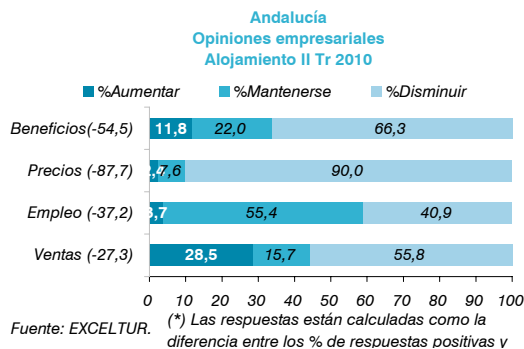
El repunte de la afluencia de los turistas españoles se sustenta en gran parte en las políticas de ofertas y descuentos que han sido generalizadas. Este condicionante junto al desajuste que existe entre el número de plazas de alojamiento en el mercado y los niveles de demanda, ha provocado una nueva caída en la ocupación y las ventas de los hoteles andaluces, que se ha materializado en un descenso generalizado de sus beneficios en el segundo trimestre de 2010 en relación a los niveles alcanzados en los meses de abril, mayo y junio de 2009, que ya acumulaban caídas interanuales.



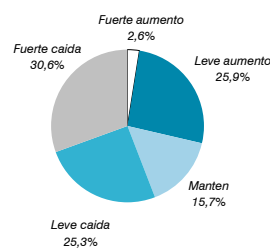
## Caída generalizada de ventas y rentabilidad en los establecimientos hoteleros andaluces en el segundo trimestre de 2010, con especial intensidad en los alojamientos vacacionales de costa

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur cerrada en esta edición el 6 de julio de 2010 revelan que el 55,8% de los hoteles andaluces han experimentado descensos interanuales de sus ventas en el segundo trimestre de 2010, existiendo todavía un elevado porcentaje de establecimientos que experimentan fuertes caídas en sus ventas (el 25,3% de los gestores de establecimientos hoteleros en Andalucía cuantifican esta caída como leve y el 30,6% como intensa).

Esta heterogeneidad observada en la valoración de las ventas del segundo trimestre de 2010 responde como se desarrolla más adelante al favorable comportamiento interanual que han registrado relevantes destinos turísticos andaluces como Sevilla y Marbella, recuperando parte de los niveles perdidos como consecuencia de la crisis económica financiera internacional que afectó de manera intensa al sector turístico en 2009.



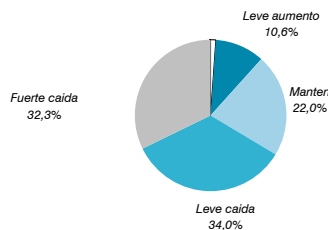
### Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento Hotelero Andalucía. IIT 2010



Fuente: EXCELTUR.

El desfavorable balance de la evolución de las ventas en el segundo trimestre de 2010, la caída del grado de ocupación y la reducción de tarifas, se ha materializado en un generalizado descenso interanual de la rentabilidad percibida por los gestores de los hoteles andaluces. En concreto, el 66,3% de los empresarios hoteleros andaluces han evidenciado un retroceso en el beneficio en sus establecimientos, que el 34,0% describían como leve y el 32,3% como fuerte.

### Opinión empresarial sobre los beneficios. Alojamiento Hotelero Andalucía. IIT 2010

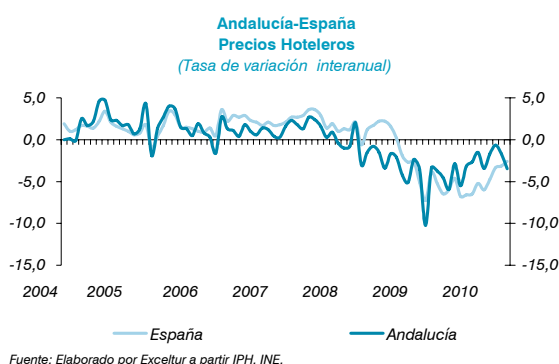


Fuente: EXCELTUR.

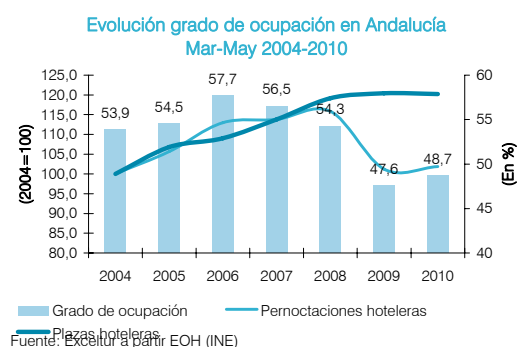
## Espiral de bajada de tarifas desde el año 2008 y bajos niveles de ocupación

Y es que según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y el Índice de Precios Hoteleros que elabora el INE la caída de las tarifas medias en los establecimientos hoteleros andaluces acumulan ya en este ecuador de 2010 más de dos años de caídas interanuales.

En niveles, y con datos disponibles de los indicadores de rentabilidad del INE desde el año 2008, esto supone una caída de la tarifa media diaria desde el 69,4 promedio para los meses marzo-mayo de 2008 hasta los 65,3 del mismo período de 2010, que en el caso de los hoteles de más categoría se eleva a 10 euros diarios para los 5\* y 7,4 euros diarios en los 4\*.



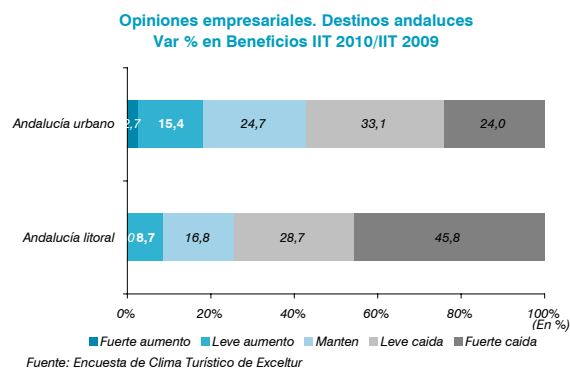
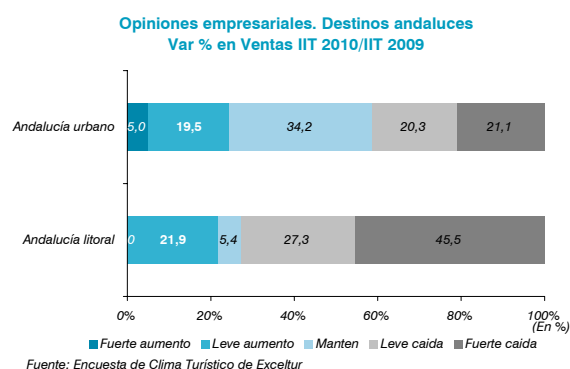
Esta espiral de bajadas de tarifas convive con unos niveles de ocupación muy reducidos dado que la demanda no ha recuperado los niveles perdidos en los últimos años, situándose en el año 2010 en número de pernoctaciones hoteleras similares a las de 2004, con alrededor de un 20% más de plazas en el mercado. Esta mayor oferta hotelera convive adicionalmente con el mayor número de oferta de plazas turísticas de viviendas turísticas residenciales que en la última década se ha construido en el litoral andaluz.



En esta tesitura y más allá de los volúmenes y ganancias empresariales perdidas a raíz de la crisis económica financiera global, un buen número de los destinos turísticos vacacionales del litoral andaluz sigue perdiendo paulatinamente competitividad y se encuentra ante un escenario marcado por la elevada competencia internacional y nacional, los cambios en los valores y comportamientos del turista, que

refuerzan la necesidad de un inaplazable ejercicio de reposicionamiento de sus modelos de gestión de demanda y oferta impulsado al máximo nivel institucional y con la implicación de todos los actores públicos y privados del sector turístico andaluz. En síntesis que potencien un desarrollo más competitivo de cara al futuro que garantice los mayores efectos multiplicadores socioeconómicos, el bienestar social y la sostenibilidad medioambiental en estos destinos en el medio y largo plazo.

Como botón de muestra de esta compleja situación competitiva para la hotelería vacacional andaluza, los resultados de la Encuesta de Clima Turística revelan que el desfavorable balance empresarial del segundo trimestre de 2010 se concentra en los establecimientos de costa, donde según el 45,5% y el 45,8% de sus gestores se están registrando en el segundo trimestre de 2010 aún fuertes caídas interanuales de sus ventas y beneficios, respectivamente.

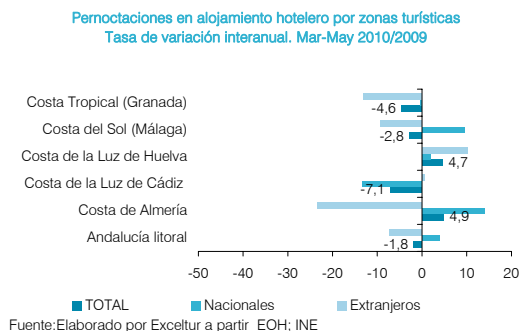
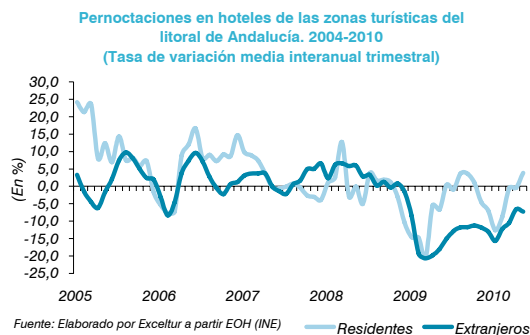


## Disparidad de comportamiento de la actividad turística por mercados, destinos y zonas turísticas en el litoral andaluz

Sí bien el deterioro de la rentabilidad empresarial ha sido generalizado en la hotelería vacacional de la costa andaluza en el segundo trimestre de 2010, los condicionantes e intensidad del mismo varían entre zonas y destinos en función del comportamiento de la demanda y las diferentes estrategias de precios.

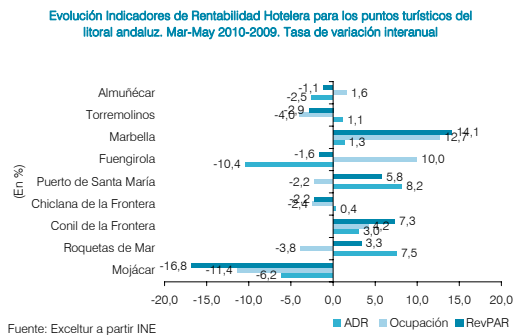
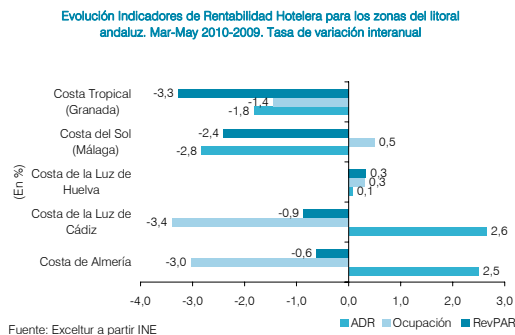
En este sentido, el avance de la demanda nacional en las zonas del litoral, alentada por los bajos precios, y que se ha concretado en un incremento

interanual de las pernoctaciones hoteleras del 3,9% en el total del litoral andaluz entre los meses de marzo y mayo de 2010, muy intensa en la Costa del Sol, en la de Almería y en la Costa de la Luz de Huelva, contrasta con el retroceso de la demanda de los extranjeros en estos mismos meses, sobre todo en la Costa del Sol, y que ha supuesto una caída interanual del -7,2%. El mayor peso del mercado extranjero en este período supone que para el conjunto del litoral andaluz la demanda, medida a través de las pernoctaciones hoteleras, haya retrocedido un -1,8%.



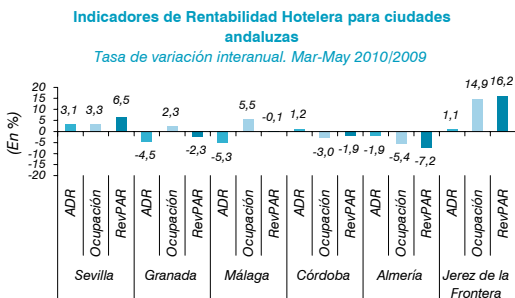
Este comportamiento de la demanda se ha trasladado a una mejora de la ocupación en los meses de marzo-mayo de 2010 en la Costa del Sol, sobre todo en Marbella y Fuengirola, y en la Costa de la Luz de Huelva, dónde el mantenimiento de la tarifa media (ADR) ha permitido en un tímido incremento de la rentabilidad empresarial medida a través del Ingreso por Habitación Disponible (RevPAR). En el caso de la Costa del Sol, la caída media de los precios (-2,8%), se ha trasladado a un deterioro interanual de los márgenes empresariales del -2,4% según el indicador de RevPAR del INE para los meses de marzo, abril y mayo.

El resto de destinos experimentaron retrocesos interanuales de esta variable de la rentabilidad de negocio, que en el caso de la Costa de la Luz de Cádiz y Costa de Almería se han amortiguado levemente debido al leve descenso de las tarifas medias diarias.



### Se recuperan levemente las ventas y los beneficios empresariales en la hotelería urbana

Por otro lado, la hotelería en las principales ciudades andaluzas, se ha visto favorecida en el período primaveral de 2010 por un repunte de la demanda extranjera, que ha elevado los niveles de ocupación y rentabilidad considerablemente en ciudades como Sevilla y que ha mejorado la ocupación sin trasladarse todavía a rentabilidades por la caída de los precios en Granada y Málaga como pone de manifiesto los datos del INE utilizados por Exceltur para la elaboración del Barómetro de Rentabilidad de los Destinos y que se recogen en el siguiente gráfico que contempla la variación interanual de las tarifas medias (ADR, average daily rate, tarifa media diaria), ocupación y los ingresos medios unitarios por habitación disponible (RevPAR).



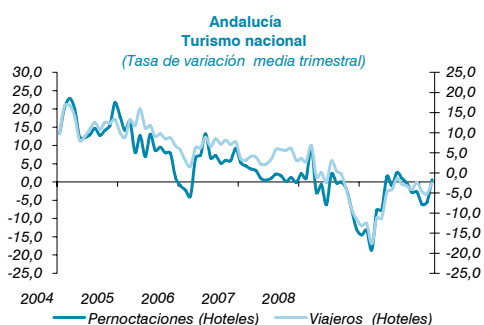
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

En este sentido, la Encuesta de confianza empresarial de Exceltur para el segundo trimestre de 2010 revela que las ventas respecto a los meses de abril, mayo y junio de 2009 para el conjunto de la hotelería urbana andaluza ha crecido en el 24,5% de

sus establecimientos y se ha mantenido en niveles de 2009 en el 34,2%, mientras que el beneficio empresarial sigue descendiendo en el 57,1% de los mismos.

### Leve recuperación de la demanda nacional en el litoral andaluz y repunte de la extranjera en destinos urbanos

Como ya se ha apuntado, estos resultados empresariales tienen mucho que ver con el dispar comportamiento de la demanda por mercados, productos y destinos turísticos. La demanda nacional ha experimentado entre los meses de marzo y mayo de 2010 un incremento del 2,8% en las pernoctaciones en hoteles en Andalucía, que se ha concentrado en las zonas del litoral. En concreto en la Costa del Sol (+9,5%) y en la Costa de Almería (+14,0%) según la explotación de los datos de la EOH del INE para zonas turísticas.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

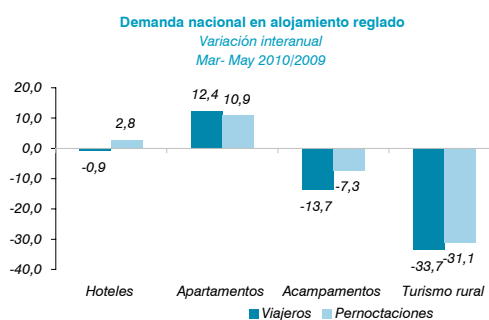
Este incremento de la demanda de servicios turísticos por parte de los españoles refleja por un lado la mayor preferencia de viajes de proximidad y a destinos con acceso en vehículo propio en una tesitura macroeconómica para los españoles de reducidos niveles de confianza sobre el devenir de la economía y niveles de renta disponible a la baja.

Por otro lado, el dinamismo de estos flujos de turistas nacionales ha venido en gran parte motivado por los bajos precios ofertados, que como hemos expuesto anteriormente, está dañando considerablemente los márgenes unitarios, especialmente en la hotelería vacacional.

El comportamiento de la demanda nacional en el resto de alojamientos turísticos reglados (campings, apartamentos y turismo rural) ha sido disímil según ponen de manifiesto los datos de las Encuestas de Ocupación del INE y como queda de manifiesto en el gráfico adjunto.

Mientras que los apartamentos turísticos, cuyo índice de precios para la media española también refleja una caída media de precios del -3,8%, han registrado un intenso avance en la demanda de servicios por parte de los españoles, los campings, cuya actividad no se ha visto favorecida por las condiciones meteorológicas de la primavera de 2010 y el turismo rural, muy condicionado por la mala campaña de Semana Santa, han

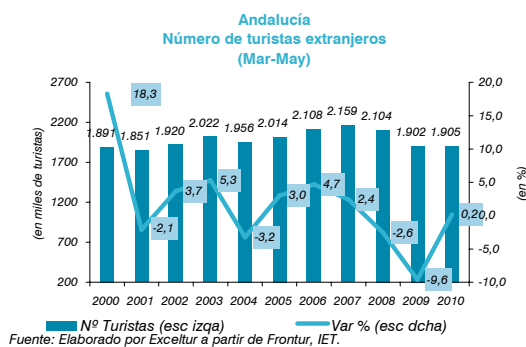
experimentado intensos retrocesos interanuales en sus niveles de pernoctaciones.



Fuente: Elaboración Exceltur a partir de INE

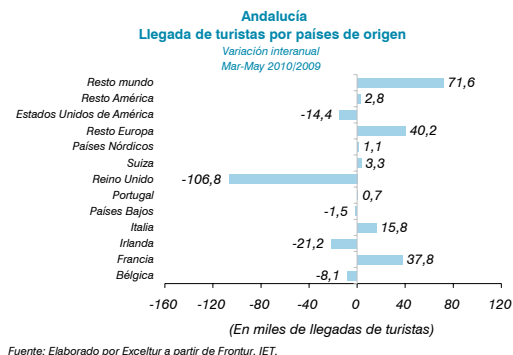
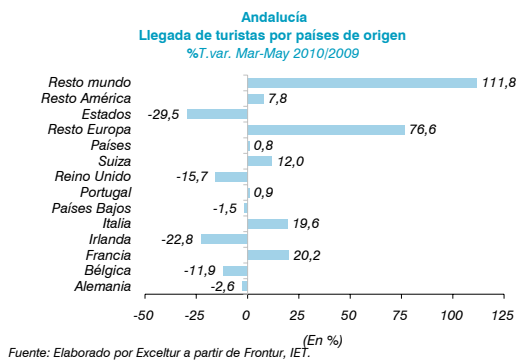
### Se mantienen los niveles de afluencia de turistas extranjeros en Andalucía en la primavera de 2010

Por su parte, la demanda extranjera ha mantenido los niveles de afluencia el segundo trimestre de 2010, a pesar del desfavorable resultado del mes de abril por el cierre del espacio aéreo europeo debido a la crisis generada por las cenizas del volcán islandés. Así, en términos de afluencia, la llegada de turistas extranjeros a los destinos andaluces registró una variación interanual del 0,2% entre marzo y mayo de 2010, lo que en el acumulado anual hasta mayo supone un incremento interanual del 1,9% de la mano del buen arranque del año y las cifras del mes de mayo.

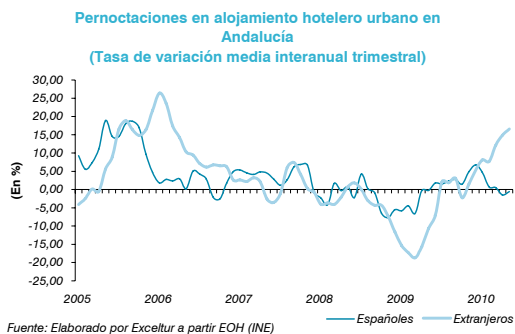


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET.

Según la estadística FRONTUR, la intensa caída de la llegada de turistas británicos, el principal mercado emisor extranjero para Andalucía, y el alemán, ha sido en parte compensada por el intenso avance de los turistas franceses e italianos y los procedentes de mercados emisores emergentes (resto del mundo) y del resto de Europa.



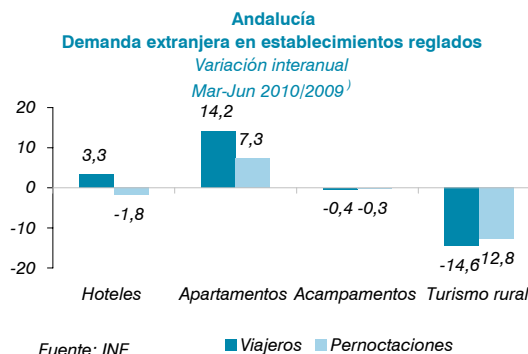
Los mercados que se han caracterizado por un mejor comportamiento en términos de afluencia han elegido las ciudades urbanas andaluzas como sus destinos preferentes en la primavera de 2010. De hecho, la EOH del INE revela que mientras que las pernoctaciones de extranjeros en hoteles para el total de Andalucía se han reducido un -1,8%, las noches en los alojamientos urbanos de las principales ciudades andaluzas han crecido un 16,6%, con especial intensidad en Málaga, Córdoba y Almería



La reducción de la afluencia de los mercados emisores con más tradición para el turismo andaluz, británico y alemán, explican gran parte de la caída interanual de las pernoctaciones hoteleras de extranjeros del -7,2% en el acumulado marzo-mayo de 2010 en el conjunto de su litoral, caída que ha sido muy fuerte en la Costa del Sol en términos porcentuales y volumen (-9,4%, lo que supone 215 mil pernoctaciones menos).

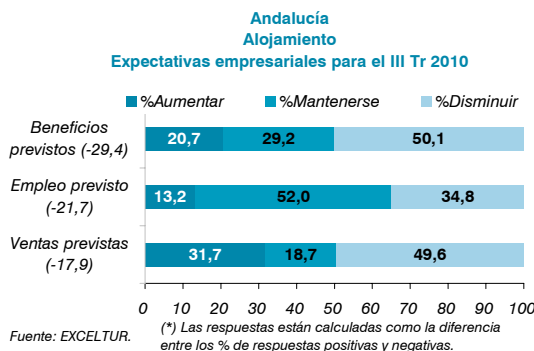
La evolución de la demanda extranjera en el resto de establecimientos reglados entre los meses de marzo y mayo de 2010 ha sido también negativa con la excepción de los apartamentos turísticos,

siguiendo pautas similares a las apuntadas para la demanda nacional, tal y como revelan los datos del INE y se observa en el gráfico adjunto.



### Bajan los niveles de confianza turística empresarial en el ecuador del año 2010 ante un segundo semestre que se anticipa complejo

En este marco, y ante una temporada de verano de 2010 para el que el conjunto del sector hotelero andaluz anticipa que se mantenga cierto ritmo de avance interanual de la demanda, aunque a costa de unos precios muy "tristes", la facturación y rentabilidad empresarial no se espera se recupere sustancialmente.



En este sentido, el Índice de Confianza Turístico Empresarial para Andalucía inducido por esa tendencia se mantiene en el cierre del segundo trimestre del año 2010 se mantiene en valores negativos, incluso retrocede levemente respecto a los valores del mes de abril de 2010.

