

PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

COYUNTURA DEL SECTOR TURISTICO

FEBRERO DE 2006

CIERRE 2005 Y
PREVISIONES 2006

INDICE

AREA DE RESUMEN

- **PRÓLOGO** **1**
- **RESUMEN EJECUTIVO. El turismo en 2005. ¿Qué nos espera en 2006?** **2**

AREA DE INDICADORES **5**

- 1. Entrada de turistas:** **6**
 - 1.1 *Gran Canaria.* 6
 - 1.2 *Canarias. Análisis por Islas.* 13
- 2. Oferta turística en Gran Canaria:** **17**
 - 2.1 *Plazas turísticas en Gran Canaria. Distribución geográfica.* 18
 - 2.2 *Gran Canaria. Evolución de capacidad.* 19
- 3. Ocupación:** **20**
 - 3.1 *Ocupación hotelera y extrahotelera. Enero 2006.* 20
 - 3.2 *Ocupación hotelera y extrahotelera. Resumen 2005.* 26
- 4 Precios:** **29**
 - 4.1 *Índice de Precios de Consumo. Enero de 2006.* 29
 - 4.2 *Índices de precios e ingresos hoteleros.* 29
 - Índice de precios de apartamentos. Enero de 2006.* 29
- 5 Empleo:** **31**
 - 5.1 *Encuesta de Población Activa.* 31
 - 5.2 *Parados registrados en el INEM.* 32

AREA DE ANALISIS Y ESTUDIOS **34**

- **NUESTROS MERCADOS. EVOLUCION Y PERSPECTIVAS.** **35**
- **LA ESTACIONALIDAD EN GRAN CANARIA. OCUPACIÓN Y ESTANCIA MEDIA EN 2004 Y 2005. INE.** **39**



ÁREA DE RESUMEN

El año turístico 2005 ya es historia. Y lo hemos cerrado con aspectos positivos, como el vigor del mercado peninsular o las buenas ocupaciones alcanzadas en algunos segmentos alojativos.

Sin embargo, hemos de percatarnos de una cuestión: salvar nuestros niveles de actividad es una cuestión cada vez más difícil.

Tenemos más y más competidores, más baratos y con infraestructuras a estrenar, con operadores interesados en minimizar los riesgos (vuelos, camas...) y con mejor conectividad aérea (menor distancia, crecimiento de conexiones, líneas de coste reducido, etc.).

Y ante este panorama hemos de hacer dos cosas primordiales:

1. Asegurar el liderazgo invernal (base de nuestro éxito) fortaleciendo presencia en mercados tradicionales y abriendo nuevos nichos de forma paulatina.
2. Establecer un círculo virtuoso en el destino, que permita reposicionarlo en nuestros mercados como un destino renovado, accesible y diferente....

¿En qué se define este círculo virtuoso? En cuatro puntos, cuatro pilares:

- Renovación de la planta, alojativa y comercial: tenemos que pasar a la acción, e incentivar a nuestros empresarios para conseguir en el medio plazo reinventar el producto que tantos éxitos nos ha dado.
- Mejora de la conectividad aérea: en los últimos tiempos nos encontramos en muchos mercados con que no existen suficientes conexiones aéreas. En el próximo año tenemos que solventar esto, dinamizando mercados tradicionales y haciendo despegar destinos emergentes.
- Posicionamiento en Internet: tal y como comprobamos en la Jornada que a este respecto organizó recientemente el Patronato de Turismo de Gran Canaria, un destino turístico que hoy en día no está en Internet, simplemente va a dejar de existir.
- Consolidación del producto interior: Si tenemos un alojamiento renovado y nuestros clientes pueden reservar y llegar con facilidad a la Isla, tenemos que ofrecerles un producto único, diferente y continuamente auditado, que les obligue a conocer más y mejor Gran Canaria.

Juan José Cardona González
Consejero-Presidente. Patronato de Turismo de Gran Canaria

-El turismo en 2005

Para analizar el año turístico 2005, vamos a comenzar con nuestro entorno más cercano, **Gran Canaria**.

Como podemos observar en el cuadro anexo, la Isla ha cerrado el ejercicio con parámetros muy similares a los ofrecidos en 2004, de tal forma que, mientras el número de turistas ha sido idéntico, la ligera reducción de la estancia media ha reducido la ocupación del destino en algo más de medio punto.

RESUMEN ACTIVIDAD TURISTICA EN GRAN CANARIA. 2005.			
ANOS/DATOS	NUMERO DE TURISTAS	ESTANCIA MEDIA	OCUPACION MEDIA
TOTAL	3.270.621	8,34	67,90%
VARIACION	0,01%	-0,83%	-0,60%

Fuente: AENA. INE.

Analizando los tres indicadores apuntados, hemos de indicar los siguientes puntos clave:

1. Entrada de turistas: la diversificación del destino se consolida, frente al notable descenso de mercados maduros, especialmente Reino Unido. La fortaleza del mercado latino y nacional, junto al vigor renovado de Escandinavia, han permitido equilibrar el cierre del año, cuya evolución, sin embargo, fue dispar.

Mientras los períodos invernales (primer trimestre del año, esencialmente) fueron bastante positivos, el semestre veraniego de 2005 fue complicado, confirmando las dificultades crecientes para ser competitivos en la temporada estival.

2. Estancia media: los resultados de este indicador han ido decayendo conforme avanzaba el año, de tal forma que a partir del segundo semestre se empeoraban los registros de 2004.

Si lo analizamos por segmentos, observamos cómo el sector hotelero es el *culpable* de la caída de la estancia promedio, ya que pasa de 7,66 a 7,47 días; sin embargo, el sector extrahotelero consigue mantener sus niveles de estancia, lo que supone un gran resultado, ya que todos los destinos internacionales están sufriendo importantes reducciones en el número de días por cliente.

El hecho de que Gran Canaria consolide sus cifras de estancia media supone un objetivo estratégico del destino, ya que a mayor estancia menor necesidad de captación de nuevos clientes.

3. Ocupación: para cerrar este triángulo, hemos de analizar la ocupación promedio de nuestros alojamientos, en la que es el sector extrahotelero el que registra mayores problemas, perdiendo casi dos puntos de actividad respecto al año 2004. Este dato contrasta con el ligero avance del sector hotelero, contradicción que pone de manifiesto la realidad del destino y uno de sus principales problemas: la competitividad del segmento extrahotelero.

Llegado este punto, debemos mirar hacia lo ocurrido en nuestro entorno más cercano, **Canarias y el conjunto de España**; para el Archipiélago, el volumen de clientes se pudo mantener solamente gracias al aporte del turismo nacional (en extranjeros se registró un -1,5% de resultado), aunque en términos monetarios Canarias fue la Comunidad donde más creció el gasto por turista en 2005 (+4%).

A nivel nacional, por su parte, el panorama se define con un crecimiento importante del número de turistas (3 millones de clientes más que en 2004), pero paralelo a la caída del gasto medio por turista (-2%) y, especialmente, al descenso de los ingresos reales por turismo.

Este crecimiento cuantitativo está basado en la explosión de las líneas de bajo coste, que está generando más clientes, pero que gastan menos dinero y se alojan menos días en España, cuestión que se debe valorar en Canarias en un momento de amplio debate sobre la implantación de las líneas de bajo coste en el Archipiélago.

Para continuar con nuestro análisis geográfico, debemos cerrar con unas mínimas pinceladas acerca del **turismo en el Mundo** en el pasado año; según la Organización Mundial del Turismo, el número de viajes turísticos se incrementó en un 5,5% en 2005, superando la cifra histórica de los 800 millones de desplazamientos anuales.

Tal y como comenta el ente coordinador turístico mundial, *"aunque 2005 fue sin duda un año tumultuoso, el turismo internacional ha salido sorprendentemente bien parado"*, con Africa y Asia-Pacífico como las zonas de mayor dinamismo durante 2005.

Los atentados terroristas en Turquía o Egipto y la voracidad de los fenómenos tropicales en el Caribe, por citar algunos ejemplos, no han podido minar el crecimiento imparable de lo que podríamos denominar la *mayor corriente positiva mundial: el turismo*.

El vigor de esta nuestra principal industria nos hace ser optimistas ante el futuro, aunque observar que nuestro destino continúa aprovechándose de las desgracias ajenas nos obliga a cuidar más y mejor de nuestra actividad turística.

¿Qué nos espera en 2006?-

Una vez planteado el escenario que nos dejó el período 2005, debemos adentrarnos en las perspectivas que nos dibuja 2006, en general, y sus temporadas en particular.

En cuanto a lo más inmediato, el invierno 05-06, indicar que la evolución en Gran Canaria es ligeramente positiva (a pesar del mal dato de enero), en línea con años anteriores, lo que consolida nuestro liderazgo invernal, especialmente en términos de ocupación alojativa.

Ya para el conjunto del año y el verano 2006 las previsiones indican continuidad respecto de 2005, aunque con un ligero optimismo, en base a las previsiones macroeconómicas en la zona euro (en particular en Reino Unido y Alemania), a lo que hay que unir los posibles desvíos de otros destinos en favor de Canarias o la celebración del Mundial de fútbol en tierras germanas (probable mejora del turismo durante y antes, ralentización tras el evento).

Pero la continuidad es la conclusión, con:

- Un mercado británico cada vez más alejado de los destinos tradicionales, y orientado ante todo a zonas con vuelos de bajo coste y buen posicionamiento en Internet.
- Un mercado alemán donde el precio continúa siendo el factor número 1 de decisión vacacional, y en el que la fidelización del cliente es la clave para mantener nuestra cuota de mercado.
- Mercados intermedios (Holanda, Escandinavia) llamados a convertirse en bastiones del destino, si continúan con una senda positiva.
- Unos mercados de tamaño aún pequeño y de gran potencial (Italia, Francia, Bélgica, Portugal) en los que sustentar la diversificación del destino y la mejora del perfil del cliente.
- Unos competidores que, si las desgracias dejan de afectarles (gripe aviar...) van a alcanzar niveles de clientes inexplicables pocos años atrás.
- Un cliente al que hemos de conseguir mantener más días en la Isla, conseguir que vuelva y saber cómo conocer y gastar más en Gran Canaria. Ello nos permitirá crecer en riqueza sin tener que captar muchos más clientes.
- Un destino en el que hemos de trabajar profundamente, dotándonos de mayor conectividad (aérea y a través de Internet) y renovando drásticamente nuestro producto, alojativo y complementario.



ÁREA DE INDICADORES

Indicadores

1. Entrada de turistas.

1.1 Gran Canaria.

A) Enero de 2006

- **Datos globales.**

A lo largo del mes de enero de 2006 se registró la llegada a la isla de Gran Canaria de 300.331 turistas, lo cual supone un decrecimiento del 6,75% en términos interanuales, esto es, con respecto al primer mes de 2005.

Si comparamos la evolución de enero de 2006 con la de años precedentes, denotamos una vuelta a los niveles estructurales ofrecidos hasta 2004, ya que el dato de 2005 era el más elevado desde el año 1999.

- **Datos por zonas y nacionalidades.**

Las cifras de entrada de turistas según mercados de origen marcan una mayoría muy amplia de descensos, lo que provoca el -6,75% general de todo el destino.

En función de los mercados considerados, y comenzando por los países germanos, indicar que registran un descenso global, aunque especialmente intenso en el caso austriaco (-15,37%), quedando Suiza y Alemania por debajo de los dos dígitos.

En el ámbito anglófono, los descensos van del -15,07% ofrecido por Irlanda al -7,85% mostrado en el caso del Reino Unido.

En cuanto al mercado escandinavo, muestra un crecimiento significativo en un mercado emergente como el islandés (+29,82%), mientras que el resto de naciones muestran diversos descensos.

El contrapunto a este panorama de contracción los reflejan dos grupos de demanda:

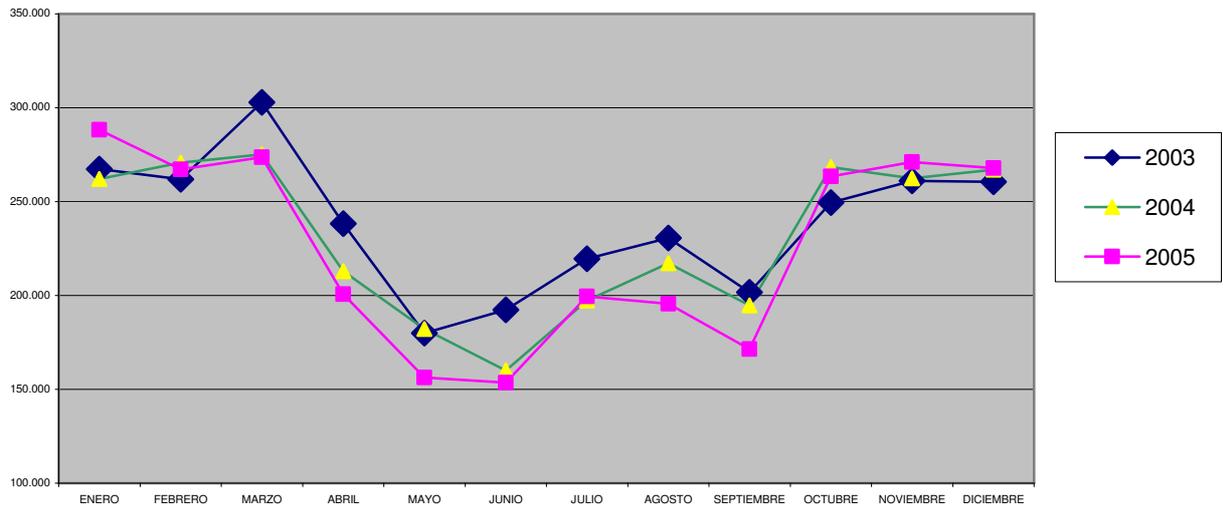
- Mercados latinos, con crecimientos de dos dígitos en todos los casos.
- Mercados del Este, donde República Checa y Polonia muestran ascensos esperanzadores.

ENTRADA DE TURISTAS EN GRAN CANARIA. ENERO 2006.				
PAIS	2005	2006	DIFERENCIA	VAR %
ALEMANIA	73.912	68.323	-5.589	-7,56%
AUSTRIA	5.029	4.256	-773	-15,37%
BELGICA	5.487	5.084	-403	-7,34%
DINAMARCA	20.496	18.499	-1.997	-9,74%
FEDERACION RUSA	0	76	76	-
FINLANDIA	18.506	18.033	-473	-2,56%
FRANCIA	2.061	2.635	574	27,85%
REINO UNIDO	53.518	49.315	-4.203	-7,85%
HOLANDA	19.764	15.184	-4.580	-23,17%
IRLANDA	9.450	8.026	-1.424	-15,07%
ITALIA	4.680	5.271	591	12,63%
NORUEGA	31.676	29.921	-1.755	-5,54%
REPUBLICA CHECA	1.094	1.236	142	12,98%
POLONIA	442	822	380	85,97%
SUECIA	30.615	25.539	-5.076	-16,58%
SUIZA	3.364	3.164	-200	-5,95%
PORTUGAL	470	556	86	18,30%
LUXEMBURGO	1.033	924	-109	-10,55%
ISLANDIA	2.522	3.274	752	29,82%
ESPAÑA	33.817	34.264	447	1,32%
OTROS PAISES	4.138	5.929	1.791	43,28%
TOTALES	322.074	300.331	-21.743	-6,75%

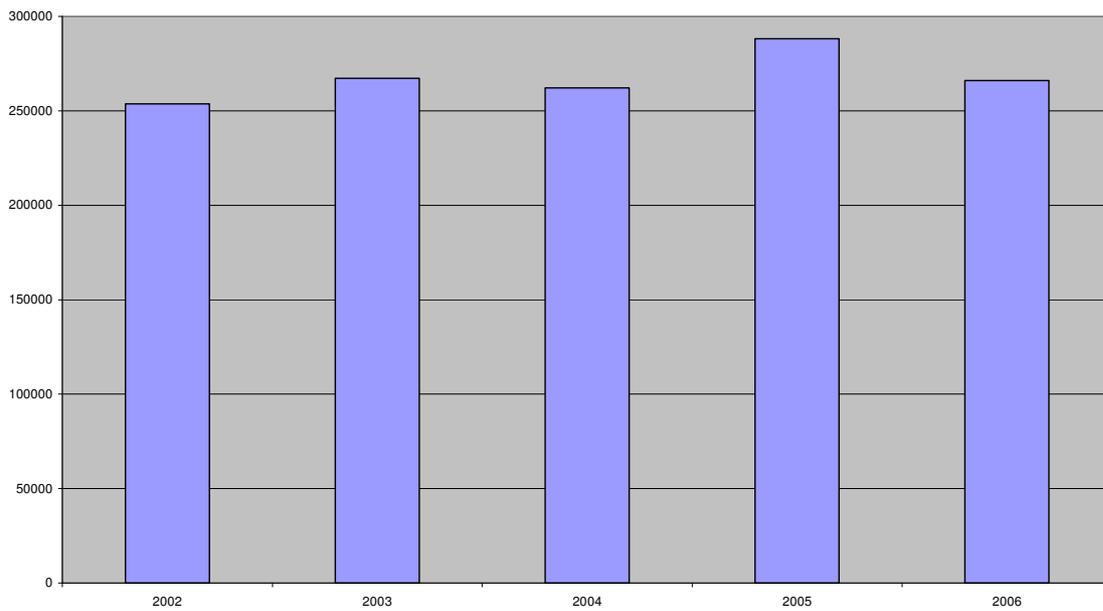
FUENTE: AENA.

ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA.

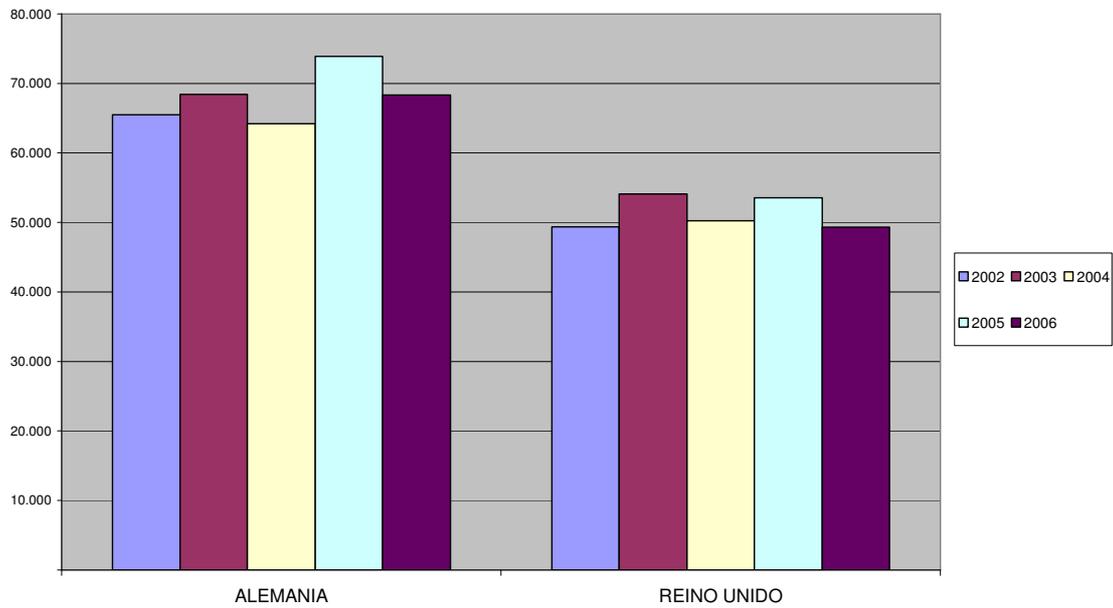
TURISTAS EXTRANJEROS EN GRAN CANARIA POR MESES. 2003-2005.



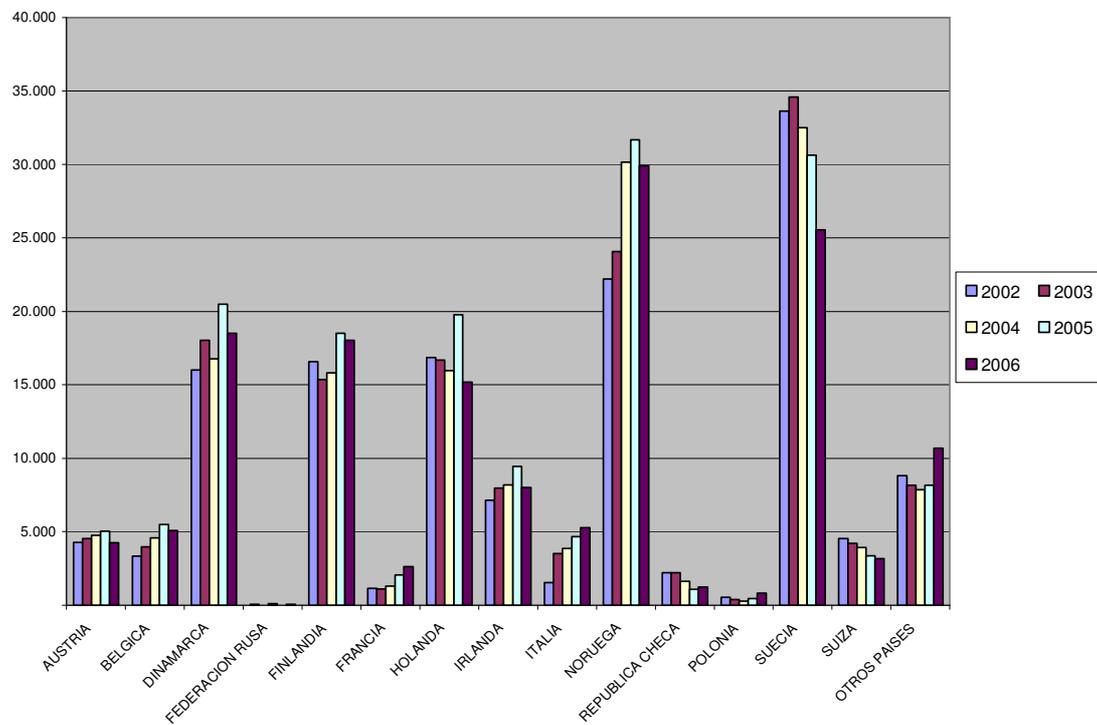
**Turistas extranjeros en Gran Canaria.
Enero. 2002-2006.**



**ENTRADA DE TURISTAS EN GRAN CANARIA. REINO UNIDO Y ALEMANIA.
ENERO. 2002-2006.**



**ENTRADA DE TURISTAS EN GRAN CANARIA.
ENERO. 2002-2006.**



**FUENTE: AENA.
ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA.**

B) Resumen año 2005

- **Datos globales.**

A lo largo de 2004 Gran Canaria recibió 3.270.621 turistas, con un ascenso mínimo del 0,01% en comparación con los resultados del año 2003 (229 visitantes más).

En comparación con la situación existente doce meses atrás, hemos de recordar que en 2003 se registraba un descenso interanual del 0,46%.

Si observamos los últimos cinco años transcurridos, vemos cómo, tras la notable caída del año 2002, en los últimos tres años se han mantenidos niveles muy similares.

- **Datos por zonas y nacionalidades.**

La evolución general del año 2005 se puede observar bajo la perspectiva del descenso en uno de nuestros mercados principales, el británico, frente a la reactivación del sector escandinavo, la fortaleza de los mercados latinos y la reiteración de los buenos resultados del turismo nacional.

De esta forma, el pasado año llegaron a Gran Canaria 562.480 turistas nacionales, lo cual supuso un incremento del 12,38% frente a las cifras calculadas para 2004.

Asimismo, el mercado escandinavo en su conjunto obtuvo un aumento del 6,54%, continuando la senda de recuperación establecida desde el pasado 2004; incluso, los registros iniciales del invierno 2005-2006 siguen invitando al optimismo moderado en este nicho de demanda.

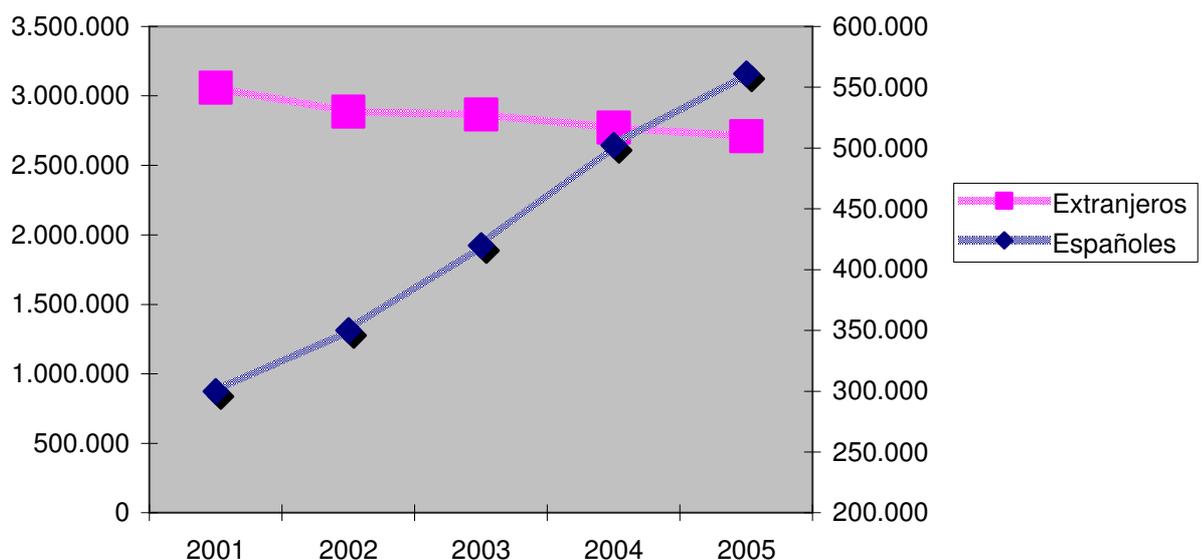
Por su parte, Alemania ve reducido su volumen emisor en un mínimo 1%, lo que supone contener los niveles de demanda en un marco de claras dificultades socioeconómicas en el país teutón. Esta consistencia le permite volver a consolidarse como el primer mercado de demanda para Gran Canaria, en detrimento de Reino Unido, que perdió un 11,53% en 2005 en nuestra Isla.

En el resto de mercados, comentar la vitalidad de los mercados latinos (11,52% de crecimiento en su conjunto), el mantenimiento de las cifras en el Benelux, que muestra una tendencia al alza en el cierre de 2005, o los malos registros mostrados para Austria y Suiza, mercados que muestran un descenso generalizado en los últimos años para todos los destinos tradicionales, como Canarias.

ENTRADA DE TURISTAS EN GRAN CANARIA. AÑO 2005.

PAIS	2004	2005	DIFERENCIA	VAR %
ALEMANIA	757.347	749.799	-7.548	-1,00%
AUSTRIA	50.770	45.385	-5.385	-10,61%
BELGICA	51.602	51.996	394	0,76%
DINAMARCA	114.474	123.032	8.558	7,48%
FEDERACION RUSA	836	198	-638	-76,32%
FINLANDIA	102.113	116.562	14.449	14,15%
FRANCIA	19.977	22.831	2.854	14,29%
REINO UNIDO	760.897	673.143	-87.754	-11,53%
HOLANDA	188.610	188.356	-254	-0,13%
IRLANDA	120.781	122.518	1.737	1,44%
ITALIA	33.068	34.782	1.714	5,18%
NORUEGA	193.021	214.040	21.019	10,89%
REPUBLICA CHECA	15.570	15.177	-393	-2,52%
POLONIA	4.832	6.012	1.180	24,42%
SUECIA	205.391	198.991	-6.400	-3,12%
SUIZA	51.455	38.190	-13.265	-25,78%
PORTUGAL	23.784	28.066	4.282	18,00%
LUXEMBURGO	15.019	13.059	-1.960	-13,05%
ISLANDIA	10.696	13.987	3.291	30,77%
ESPAÑA	500.494	562.480	61.986	12,38%
OTROS PAISES	49.655	52.017	2.362	4,76%
TOTALES	3.270.392	3.270.621	229	0,01%

Turistas en Gran Canaria. Extranjeros y nacionales. 2001-2005



FUENTE: AENA. ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA.

ANALISIS DE LA ENTRADA DE TURISTAS A LO LARGO DE 2005

	2.004	2.005	DIFER.	VAR%
ALEMANIA, REINO UNIDO	1.518.244	1.422.942	-95.302	-6,28%
RESTO DE MERCADOS	1.752.148	1.847.679	95.531	5,45%

	2.004	2.005
CUOTA ALEMANIA, REINO UNIDO	46,42%	43,51%
CUOTA RESTO DE MERCADOS	53,58%	56,49%

EVOLUCION POR ZONAS DE ORIGEN	2004	2005	DIFER.	VAR%	CUOTA MDO. 04	CUOTA MDO. 05
ESCANDINAVOS	625.695	666.612	40.917	6,54%	19,13%	20,38%
LATINOS	76.829	85.679	8.850	11,52%	2,35%	2,62%
ESPAÑA	500.494	562.480	61.986	12,38%	15,30%	17,20%
GERMANOS	859.572	833.374	-26.198	-3,05%	26,28%	25,48%
ANGLOFONOS	881.678	795.661	-86.017	-9,76%	26,96%	24,33%
BENELUX	255.231	253.411	-1.820	-0,71%	7,80%	7,75%
ESTE DE EUROPA	21.238	21.387	149	0,70%	0,65%	0,65%
OTROS PAISES	49.655	52.017	2.362	4,76%	1,52%	1,59%
TOTAL	3.270.392	3.270.621	229	0,01%	100,00%	100,00%

Fuente: AENA.

1.2 Canarias. Análisis por Islas.

Entradas totales.

El marco actual en Canarias, tanto en el mes de enero de 2006 como en el pasado año, presenta un marco de decrecimientos, aunque el aumento obtenido por Fuerteventura y La Palma en el conjunto del año pasado atenuaron en cierta medida el descenso del resto de Islas, para un acumulado del -1,59%.

Por tanto, por islas en 2005 denotamos descensos generalizados, aunque con diferente intensidad; así, nos situamos entre el -4,63% de Lanzarote y el +3,40% de La Palma.

Por su parte, como comentamos, en el mes de enero la caída registrada en el conjunto regional se forma a través de los descensos de todas las Islas, pasando del -0,63% de Tenerife al -18,63% de La Palma.

Fuentes del Gobierno regional indican que el descenso en el número de turistas extranjeros en Canarias se ha compensado en buena medida con la afluencia de turismo nacional, aunque la carencia de datos exactos de este mercado nos impide realizar un juicio global de los resultados.

Mercado alemán.

El año 2005 registró un 1,84% de ascenso para el emisor germano hacia Canarias, producto del crecimiento registrado en Fuerteventura, Tenerife y La Palma, en contraposición con el -6,72% obtenido en Lanzarote.

Por su parte, en el pasado mes de enero se registran importantes descensos en todas las Islas, de tal forma que en el conjunto regional este ámbito de demanda haya decrecido en un 8,35%.

Mercado británico.

Este mercado, líder con amplia diferencia en Canarias, registra en 2005, sin embargo, un decrecimiento del 6,37%; si descendemos a nivel insular, todas muestran caídas, aunque son La Palma y Gran Canaria las que asumen la mayores descensos.

Por su parte, en enero de 2006 el cliente británico el conjunto del Archipiélago desciende en un 1,78%, en un mercado en el que solamente Tenerife consigue crecer en demanda en enero (+4,59%).

Mercado noruego.

Los resultados en este mercado vienen marcados por la fortaleza mostrada a lo largo del año en Gran Canaria y Lanzarote.

De esta forma, con el +10,89% grancanario y el 9,53% conejero, el resultado del resto de Islas ha llevado el global regional hasta el +7,50%.

Con respecto al pasado enero de 2006, apuntar un decrecimiento regional del 2,83%, en el que, sin embargo, nos encontramos con una única Isla en positivo, Tenerife, aunque con un aumento no tan importante como para conseguir un incremento global para Canarias.

Variación en la entrada de turistas alemanes en Canarias. Mes de enero 2006. Años 2004-2005.

ISLAS	Mes de enero		2004-2005	
	Var. Total	Var. %	Var. Total	Var. %
GRAN CANARIA	-5589	-7,56%	-7.315	-0,97%
FUERTEVENTURA	-6010	-11,47%	11.578	1,80%
LANZAROTE	-4311	-13,35%	-25.691	-6,72%
TENERIFE	-3589	-4,76%	64.131	9,54%
LA PALMA	-776	-8,86%	3.905	4,73%
CANARIAS	-20275	-8,35%	46.608	1,84%

Variación en la entrada de turistas británicos en Canarias. Mes de enero 2006. Años 2004-2005.

ISLAS	Mes de enero		2004-2005	
	Var. Total	Var. %	Var. Total	Var. %
GRAN CANARIA	-4203	-7,85%	-87.753	-11,53%
FUERTEVENTURA	-2416	-7,87%	-38.296	-8,82%
LANZAROTE	-3289	-5%	-52.339	-5,72%
TENERIFE	5803	4,59%	-67.112	-3,80%
LA PALMA	-817	-96,80%	-1.579	-34,84%
CANARIAS	-4922	-1,78%	-247.079	-6,37%

Variación en la entrada de turistas noruegos en Canarias. Mes de enero 2006. Años 2004-2005.

ISLAS	Mes de enero		2004-2005	
	Var. Total	Var. %	Var. Total	Var. %
GRAN CANARIA	-1755	-5,54%	21.019	10,89%
FUERTEVENTURA	0	0	-3.380	-97,38%
LANZAROTE	-22	-0,42%	3.402	9,53%
TENERIFE	384	3,11%	1.460	2,18%
LA PALMA	0	0	-81	-100,00%
CANARIAS	-1393	-2,83%	22.420	7,50%

Entrada de turistas extranjeros en Canarias. Mes de enero. 2005-2006.

ISLAS	2005	2006	Diferencia	Porcentaje
GRAN CANARIA	288.257	266.067	-22.190	-7,70%
TENERIFE	327.849	325.774	-2.075	-0,63%
LANZAROTE	142.648	133.346	-9.302	-6,52%
FUERTEVENTURA	101.979	95.387	-6.592	-6,46%
LA PALMA	13.243	10.776	-2.467	-18,63%
CANARIAS	873.976	831.350	-42.626	-4,88%

Entrada de turistas extranjeros en Canarias. 2005-2006.

ISLAS	2005	2006	Diferencia	Porcentaje
GRAN CANARIA	2.769.898	2.708.140	-61.758	-2,23%
FUERTEVENTURA	1.314.017	1.317.765	3.748	0,29%
LANZAROTE	1.770.176	1.688.223	-81.953	-4,63%
TENERIFE	3.457.070	3.442.787	-14.283	-0,41%
LA PALMA	116.104	120.048	3.944	3,40%
CANARIAS	9.427.265	9.276.963	-150.302	-1,59%

FUENTE: AENA. ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

2. Oferta turística en Gran Canaria. Distribución geográfica y por categorías. Evolución de capacidad.

En la actualidad existen en Gran Canaria un total de 154.330 plazas turísticas, de las cuales 144.005 son autorizadas (esto es, con licencia de apertura concedida) y 10.325 pendientes (aquellas con trámites aún no resueltos por parte de los empresarios solicitantes de la citada licencia).

Distribución geográfica

Los complejos alojativos en la Isla se encuentran mayoritariamente concentradas en tres municipios, San Bartolomé de Tirajana, Mogán y Las Palmas de Gran Canaria, que en conjunto representan el 99,5% de la oferta, que se completa en otros 11 ayuntamientos grancanarios. Destaca ante todo San Bartolomé de Tirajana, con un total de 106.223 plazas, por delante de Mogán, con 39.820; tal y como comentaremos para el conjunto insular, es el segmento extrahotelero el predominante en ambas zonas, mientras que en Las Palmas de Gran Canaria es el segmento hotelero, por su mayor orientación al turismo de negocios, sin olvidar una incipiente reactivación del turismo vacacional en la capital de la Isla.

Distribución por categorías

Como apuntamos, la oferta turística grancanaria se caracteriza por la preeminencia del sector extrahotelero, que en la actualidad engloba al 66,53% de la capacidad alojativa de la Isla. Dentro de este grupo, es la categoría de 2 llaves la de mayor presencia, con 47.340, por delante de las 44.224 con categoría de 1 llave y las 10.469 situadas en complejos alojativos de 3 llaves.

Por su parte, el segmento hotelero alcanza las 51.653 camas, dentro de las cuales los hoteles de 4 estrellas son los más numerosos, sumando un total de 24.598 plazas, mientras que en 3 estrellas se registran 15.415; 5.949 están catalogadas como de 5 estrellas, quedando el resto encuadradas en las categorías de 1 y 2 estrellas.

Evolución de capacidad

Tal y como podemos observar en el gráfico correspondiente (en el que por motivos de homogeneidad solamente consideramos las plazas autorizadas), el volumen de plazas alojativas en Gran Canaria desde 1999 ha mostrado dos tendencias distintas: mientras hasta el año 2002 se registró un descenso continuado (motivado principalmente por el cierre de antiguos complejos extrahoteleros, frente a algunas aperturas de hoteles), desde 2003 se registró un repunte, especialmente en el sector hotelero, que ha alcanzado un tamaño récord en la Isla, confirmando la cada vez mayor presencia de hoteles, y de alta categoría, dentro de nuestra oferta alojativa.

2.1 Plazas turísticas en Gran Canaria. Distribución geográfica.

PLAZAS TURISTICAS EN GRAN CANARIA. FEBRERO DE 2006.

MUNICIPIO	PLAZAS TURISTICAS AUTORIZADAS			PLAZAS TURISTICAS PENDIENTES			PLAZAS TURISTICAS TOTALES		
	HOTELEROS	EXTRAH.	TOTAL	HOTELEROS	EXTRAH.	TOTAL	HOTELEROS	EXTRAH.	TOTAL
AGAETE	63	0	63	119	0	119	182	0	182
AGUIMES	10	0	10	0	0	0	10	0	10
ARTENARA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARUCAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FIRGAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GALDAR	12	0	12	0	0	0	12	0	12
INGENIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	5447	1945	7392	37	0	37	5484	1945	7429
MOGAN	9161	24045	33206	4307	2307	6614	13468	26352	39820
MOYA	12	0	12	0	0	0	12	0	12
SAN BARTOLOME DE TIRAJANA	29772	72934	102706	2071	1446	3517	31843	74380	106223
SAN NICOLAS DE TOLENTINO	47	0	47	0	0	0	47	0	47
SANTA BRIGIDA	131	0	131	0	0	0	131	0	131
SANTA LUCIA DE TIRAJANA	356	0	356	0	0	0	356	0	356
SANTA MARIA DE GUIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TEJEDA	14	0	14	0	0	0	14	0	14
TELDE	56	0	56	0	0	0	56	0	56
TEROR	0	0	0	18	0	18	18	0	18
VALLESECO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VALSEQUILLO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VEGA DE SAN MATEO	0	0	0	20	0	20	20	0	20
TOTAL	45081	98924	144005	6572	3753	10325	51653	102677	154330

Plazas autorizadas: aquellas que cuentan con licencia de apertura.

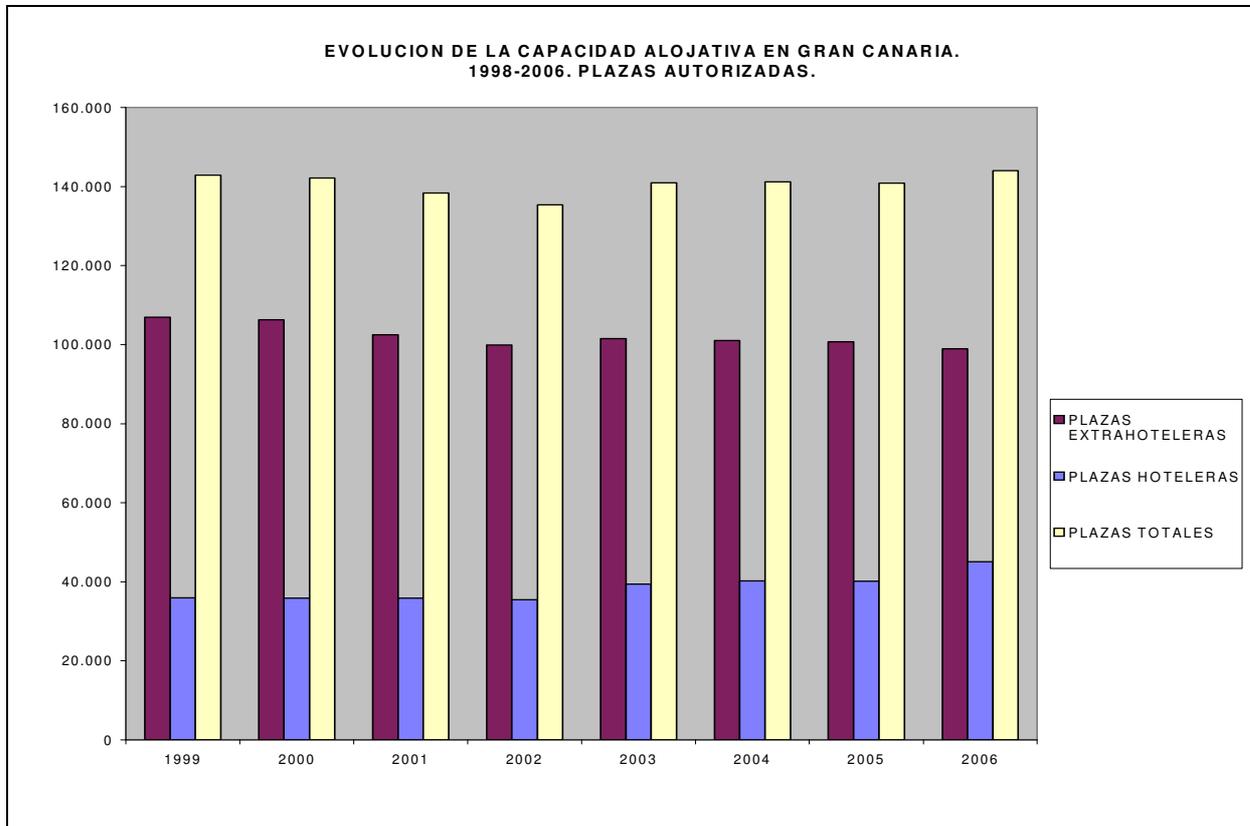
Plazas pendientes: aquellas que se encuentran en trámite de concesión de clasificación y apertura.

Fuente: Patronato de Turismo de Gran Canaria.

2.2 Gran Canaria. Evolución de capacidad.

CATEGORIA	AUTORIZADAS	PENDIENTES	TOTALES
1 ESTRELLA	2232	115	2347
2 ESTRELLAS	3207	137	3344
3 ESTRELLAS	14146	1269	15415
4 ESTRELLAS	20097	4501	24598
5 ESTRELLAS	5399	550	5949
TOTAL PLAZAS HOTELERAS	45081	6572	51653
1 LLAVE	41907	2317	44224
2 LLAVES	46632	708	47340
3 LLAVES	10385	84	10469
4 LLAVES	0	644	644
TOTAL PLAZAS EXTRAHOTELERAS	98924	3753	102677
TOTAL PLAZAS	144005	10325	154330

Plazas autorizadas: aquellas que cuentan con licencia de apertura.
Plazas pendientes: aquellas que se encuentran en trámite de concesión de clasificación y apertura.



3. Indicadores del sector alojativo.

3.1 *Ocupación hotelera y extrahotelera. Enero 2006.*

Ocupación hotelera. Islas y municipios.

- Grado de ocupación.

Analizando este indicador a nivel de islas, observamos que Gran Canaria alcanza el 80,112% de ocupación, frente al 77,98% de la Isla de Tenerife y al 75,71% de La Gomera.

Fuera del Archipiélago Canario, la Costa de Barcelona alcanza el nivel más alto, con un 55,57%.

En cuanto a los municipios canarios, es Mogán el que registra un mayor índice de ocupación (86,65%), frente al 86,26% calculado para el caso de Arona.

- Nivel de reservas.

El porcentaje de reservas realizadas a dos y tres meses vista muestra a la Costa de Barcelona en el primer lugar, con el 60,31% y 61,54% de reservas, de forma respectiva; a continuación se sitúan La Gomera y Gran Canaria.

En cuanto a los municipios, destacar los niveles de Mogán, con porcentajes del 70,77% en el plazo de dos meses y del 67,56% en el caso de tres mensualidades.

- Estancia media.

Las mayores estancias medias por destino recogidas a nivel nacional se alcanzan en Fuerteventura, con 9,80 días, por delante de los datos de Tenerife (7,92 días) y Gran Canaria, que queda en 7,51 días.

Si analizamos los municipios turísticos, es San Bartolomé de Tirajana el que obtiene un registro más alto (9,24 días) por delante de Arona, con 9,10 jornadas.

Encuesta de Ocupación Hotelera. Enero de 2006. Zonas y puntos turísticos.

	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Por plazas	Por plazas fin de semana	Por habita- ciones	A dos meses vista	A tres meses vista	cia media	personal emplead
Zonas turísticas con mayor grado de ocupación en el mes											
Isla de Tenerife	56.598	161.760	260.482	1.468.314	72,44	70,29	77,98	59,35	53,41	7,92	14.230
Isla de Gran Canaria	31.098	122.646	119.123	1.035.123	72,00	71,32	80,11	59,75	57,54	7,51	8.926
Isla de La Gomera	2.158	4.902	4.987	30.391	66,72	72,97	75,71	59,29	61,99	5,01	408
Isla de Lanzarote	18.178	56.599	69.209	356.444	61,16	58,00	64,13	55,86	55,03	5,69	3.922
Isla de Fuerteventura	3.513	31.811	17.235	328.903	47,06	48,81	59,28	51,46	51,81	9,80	3.886
Pirineo Aragonés	49.889	1.547	150.082	4.795	46,95	50,93	47,17	41,51	37,64	3,01	1.370
Costa de Barcelona	113.375	216.252	188.773	492.710	45,25	48,91	55,57	60,31	61,54	2,07	9.089
Isla de Mallorca	40.648	70.220	160.217	390.285	44,39	42,36	46,82	53,93	60,89	4,97	5.670

Puntos turísticos con mayor grado de ocupación en el mes

Naut Arán	13.160	2.373	50.983	6.670	83,70	77,69	81,44	63,06	49,78	3,71	576
Monachil	18.161	5.104	56.502	18.929	82,94	77,82	77,03	53,96	48,73	3,24	501
Arona	5.512	42.310	50.112	385.201	81,04	75,59	86,26	61,21	56,64	9,10	3.122
Mogán	1.206	35.802	5.951	243.698	79,30	79,05	86,65	70,77	67,56	6,75	1.559
Adeje	12.270	72.844	64.169	666.809	78,95	76,66	84,70	66,24	60,10	8,59	5.984
San Bartolomé de Tirajana	9.508	76.722	56.850	740.167	73,63	73,49	83,53	58,94	56,86	9,24	6.471
Benasque	12.616	193	38.859	402	67,56	59,60	72,42	52,67	45,63	3,07	273
Sallent de Gállego	9.291	346	32.278	952	65,67	71,28	64,19	51,82	29,09	3,45	289
Puerto de La Cruz	15.243	26.811	78.854	272.137	64,92	65,86	69,52	50,21	40,18	8,35	3.078
Jaca	11.721	216	35.850	1.410	62,87	65,63	61,73	54,75	46,97	3,12	205

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Elaboración: Patronato de Turismo de Gran Canaria.

Viajeros, pernoctaciones, estancia media provincias y CC.AA. Enero de 2006.

Provincias	Número de viajeros			Número de pernoctaciones			Estancia media
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
TOTAL	4.063.638	2.601.052	1.462.586	11.833.132	5.532.802	6.300.330	2,91
Andalucía	765.620	513.320	252.300	1.997.650	1.144.794	852.856	2,61
Cádiz	81.934	59.892	22.042	184.717	121.884	62.832	2,25
Málaga	199.849	104.754	95.095	732.464	278.997	453.467	3,67
Sevilla	140.732	88.972	51.760	261.630	150.122	111.508	1,86
Balears (Illes)	120.030	48.775	71.255	584.361	189.010	395.351	4,87
Canarias	495.807	114.724	381.083	3.725.843	478.262	3.247.581	7,51
Palmas (Las)	263.845	52.789	211.055	1.926.038	205.567	1.720.471	7,30
Santa Cruz de Tenerife	231.962	61.934	170.028	1.799.805	272.695	1.527.110	7,76
Cataluña	626.389	331.334	295.055	1.383.719	711.353	672.366	2,21
Barcelona	433.795	181.488	252.307	888.162	310.109	578.053	2,05
Girona	86.284	59.323	26.961	244.303	183.399	60.904	2,83
Lleida	72.495	63.347	9.148	189.152	169.938	19.214	2,61
Tarragona	33.815	27.175	6.640	62.103	47.907	14.196	1,84
Comunidad Valenciana	427.927	300.171	127.756	1.084.079	662.038	422.042	2,53
Alicante	227.338	147.753	79.585	676.087	348.271	327.816	2,97
Castellón	44.157	37.057	7.100	106.959	93.047	13.912	2,42
Valencia	156.433	115.361	41.072	301.034	220.720	80.313	1,92
Madrid (Comunidad de)	593.559	397.225	196.334	1.143.212	712.834	430.378	1,93

Establecimientos, plazas, grado de ocupación, reservas, personal empleado. Enero de 2006.

Provincias	Número establecimientos abiertos estimados según la encuesta	Número de plazas estimadas según la encuesta	Grado de ocupación			Grado de ocupación por hab. esp..		Total personal empleado
			Por plazas	Por plazas en fin de semana	Por habitaciones	A dos meses vista	A tres meses vista	
TOTAL	11.957	941.278	40,30	43,16	46,28	44,95	46,18	140.598
Andalucía	2.033	182.566	35,15	39,58	40,23	39,25	40,77	25.617
Cádiz	300	24.404	24,38	30,12	33,45	34,54	37,64	3.773
Málaga	447	61.481	38,25	39,82	42,52	41,73	41,15	9.518
Sevilla	301	24.568	34,23	40,94	41,24	44,59	52,66	3.797
Balears (Illes)	171	42.833	43,98	42,25	46,74	53,48	60,35	6.050
Canarias	489	177.608	66,98	65,70	73,97	57,52	54,15	31.786
Palmas (Las)	224	96.857	63,41	62,75	71,47	56,76	55,39	16.733
Santa Cruz de Tenerife	265	80.750	71,25	69,24	76,87	58,39	52,71	15.053
Cataluña	1.460	113.875	38,95	41,09	46,38	48,44	49,26	17.922
Barcelona	717	68.352	41,78	45,15	52,44	56,51	57,51	12.243
Girona	303	21.284	36,66	37,35	37,78	38,49	41,99	2.664
Lleida	288	16.035	37,40	41,93	40,35	40,77	41,55	2.188
Tarragona	152	8.203	24,41	24,06	27,38	18,71	11,57	827
Comunidad Valenciana	874	96.520	36,10	41,93	44,86	51,53	52,87	12.792
Alicante	405	56.781	38,23	45,18	47,49	51,76	54,02	7.710
Castellón	153	10.860	31,72	35,34	38,55	45,71	47,32	1.071
Valencia	317	28.879	33,54	38,37	42,00	53,15	52,60	4.012
Madrid (Comunidad de)	1.146	82.834	44,38	50,51	55,63	59,95	61,76	13.352

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.
Elaboración: Patronato de Turismo de Gran Canaria.

Ocupación extrahotelera. Islas y municipios.

- Viajeros entrados.

En este indicador observamos que Gran Canaria es el destino que recibió un mayor número absoluto de visitantes en establecimientos extrahoteleros, con 146.550; este liderazgo se mantiene en huéspedes extranjeros (141.733), mientras que Tenerife comanda los registros en nacionales (8.531). En el total, por detrás de Gran Canaria se sitúan Tenerife, con 111.792 viajeros, y Lanzarote, con 76.800 huéspedes.

Descendiendo a nivel municipal, San Bartolomé de Tirajana muestra una notable primacía, con un total de 92.580 viajeros, frente al siguiente, Mogán, en donde se registró la estancia de 49.567 personas en alojamientos extrahoteleros.

- Grado de ocupación.

Analizando este indicador a nivel de islas, el nivel de ocupación más elevado lo registra Gran Canaria, con un 82,66%, y Tenerife (76,29%); fuera de Canarias, es Mallorca la zona de mayor ocupación, un 49,17%.

Considerando los municipios turísticos, es Mogán quien sobresale, ya que en enero alcanzó un grado de ocupación del 84,52%, cifra que queda por encima de San Bartolomé de Tirajana (82,75%).

- Estancia media.

Las mayores estancias medias recogidas en los destinos canarios se alcanzan en La Gomera, con 12,19 jornadas, precediendo a Fuerteventura, con 10,02 días, y Gran Canaria, con 9,58.

El análisis municipal muestra a Benidorm como la zona de superior estancia, con 15,42 días, por delante de Pájara (12,27 días); dentro de Gran Canaria, es San Bartolomé de Tirajana el más destacado: 9,86 días.

En este marco, hemos de aludir a que la primacía de ciertos municipios en estancia media corresponde al crecimiento del turismo residencial, cada vez más desarrollado (especialmente en el área mediterránea), asociado a estancias largas en los destinos.

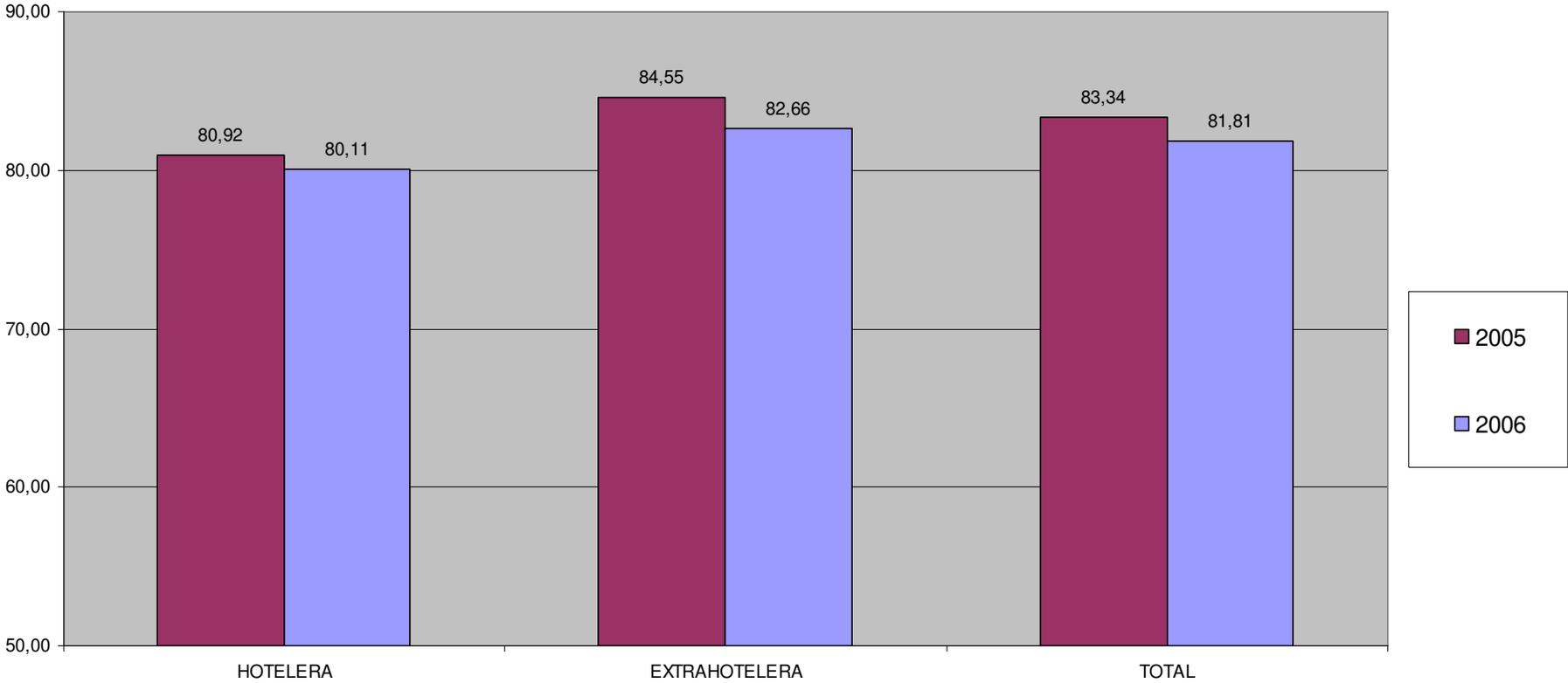
Encuesta de Ocupación Extrahotelera. Enero de 2006. Zonas y puntos turísticos.

Zonas turísticas	Viajeros		Pernoctaciones		Estancia media	Capacidad		Grado de ocupación		Personal empleado
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero		Plazas estimadas	Apartamentos est.	Por plazas	Por apartamentos	
Isla de Gran Canaria	4.817	141.733	26.184	1.378.254	9,58	80.278	25.426	55,84	82,66	4.617
Isla de Tenerife	8.531	103.261	46.761	912.171	8,58	54.379	17.277	56,64	76,29	3.778
Isla de Lanzarote	5.730	71.070	42.256	661.944	9,17	47.298	14.232	47,36	68,00	3.480
Isla de Fuerteventura	2.123	25.597	14.538	263.224	10,02	27.508	8.803	32,37	47,23	1.550
Costa Blanca	3.767	15.239	34.420	229.652	13,89	39.903	8.653	21,21	40,74	1.121
Costa del Sol	3.048	15.790	15.297	164.091	9,52	18.274	5.287	31,47	46,25	1.201
Isla de La Palma	1.229	3.625	9.543	38.680	9,94	4.173	1.417	37,22	49,09	387
Isla de Mallorca	453	3.882	3.254	41.586	10,35	4.813	1.494	29,90	49,17	386
Isla de La Gomera	461	2.393	6.176	28.615	12,19	3.244	1.106	34,59	51,77	265
Costa Azahar	1.387	336	20.469	9.843	17,60	7.195	1.331	13,57	21,26	144

Puntos turísticos	Viajeros		Pernoctaciones		Estancia media	Capacidad		Grado de ocupación		Personal empleado
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero		Plazas estimadas	Apartamentos est.	Por plazas	Por apartamentos	
San Bartolome de Tirajana	3.413	89.167	20.928	892.243	9,86	52.961	16.855	54,96	82,75	2.858
Mogán	552	49.015	2.984	459.270	9,33	25.177	7.708	58,72	84,52	1.629
Tias	2.259	39.815	18.728	373.479	9,32	25.756	7.998	48,66	67,93	1.682
Arona	2.709	38.022	16.758	343.805	8,85	20.312	6.354	57,00	76,14	1.351
Adeje	689	38.663	3.666	310.324	7,98	18.658	5.500	53,98	74,73	1.366
Teguise	3.093	20.107	19.400	179.725	8,58	13.641	4.043	45,42	65,83	1.129
Benidorm	586	11.255	7.579	175.035	15,42	17.392	4.129	33,61	58,60	558
Puerto de la Cruz	4.191	13.951	21.436	149.111	9,40	8.098	3.315	67,71	81,72	570
La Oliva	801	10.229	4.581	100.056	9,49	9.553	2.886	34,75	51,42	646
Pajara	508	6.641	2.409	85.271	12,27	9.707	3.229	28,99	42,88	485

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE).
ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA.

OCUPACION EN GRAN CANARIA. ENERO. 2005-2006.



3.2 Ocupación hotelera y extrahotelera. Resumen 2005.

En base a los datos de resumen de la actividad turística en el pasado 2005 ofrecidos por el INE, podemos destacar:

- Ocupación hotelera: entre las zonas turísticas españolas, es Mallorca el que registra un nivel más alto de ocupación por plazas, el 70,70%, mientras que el de menor actividad es la Costa Brava (55,43%).

Los destinos canarios se sitúan en niveles intermedios, con Tenerife en el 68,36% y Gran Canaria en el 67%; estos números superan el 70% si nos referimos solamente a la zona Sur de cada Isla.

Descendiendo al nivel de los municipios turísticos, es Benidorm el que registra mejores cifras, con un 79,49%, quedando los municipios canarios en torno al 72% de media.

En cuanto a la estancia media, Gran Canaria destaca como la zona de mayor número de días (7,48), por delante de Tenerife y Mallorca; por su parte, a nivel municipal, es San Bartolomé de Tirajana el líder con diferencia.

- Ocupación extrahotelera: Gran Canaria, al concentrar un porcentaje muy alto dentro del total de plazas en España, lidera las estadísticas en términos de viajeros alojados y pernoctaciones.

Por su parte, en términos de ocupación, es Lanzarote el líder en 2005, ya que consiguió una actividad promedio del 67,69%.

Mientras, en los municipios turísticos destaca Mogán, como el de mayor actividad de toda España (70,35%).

En cuanto a otros indicadores, nos detenemos a observar la estancia promedio, en la que la Costa Mediterránea presenta las cifras más altas (por encima de 10 días, asociado a la importancia del turismo residencial), mientras que para Canarias los registros se sitúan entre los 8 y los 9 días.

Para finalizar, indicar que es Benidorm quien ofrece una mayor estancia media, con 10,30 días, a mucha distancia de los 9,20 días que se han calculado para el caso de Tegui.

() Nota: en los datos de resumen, nos basamos en las cifras de ocupación por plazas, ya que el INE no ofrece los registros de indicador en función del número de habitaciones.*

RESUMEN DE LA ENCUESTA DE OCUPACION HOTELERA. 2005. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA.

Zonas turísticas	Viajeros		Pernoctaciones		Grados de ocupación		Nº estable- cimientos abiertos	Nº plazas estimadas según la encuesta*	Estan- cia media	Total personal empleado*
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Por plazas**	Por plazas en fin de semana**				
Isla de Mallorca	841.536	4.712.677	4.278.673	34.686.025	70,70	75,95	539	146.264	7,02	19.732
Isla de Tenerife	1.062.443	1.557.596	5.026.821	14.207.848	68,36	69,25	209	75.770	7,34	14.270
Palma-Calvía	536.138	2.162.441	2.588.525	14.459.728	69,56	75,46	249	65.529	6,32	8.866
Costa del Sol	1.637.801	1.829.906	5.607.490	9.513.179	59,15	68,27	371	67.817	4,36	11.078
Costa Blanca	1.861.808	1.239.919	7.131.047	7.457.853	67,85	76,35	354	56.884	4,70	7.989
Sur de Tenerife	499.639	1.291.316	2.451.676	11.711.949	70,90	71,09	110	53.665	7,91	10.222
Costa de Barcelona	1.319.409	2.938.998	2.900.838	7.581.443	61,13	69,27	434	46.659	2,46	8.770
Isla de Gran Canaria	438.356	935.195	1.708.696	8.572.264	66,99	67,78	109	41.508	7,48	7.095
Costa Brava	996.790	1.579.369	3.072.377	7.078.473	55,43	64,58	404	48.069	3,94	5.645
Sur de Gran Canaria	199.778	860.456	1.015.868	8.257.169	70,23	70,96	60	35.663	8,75	6.281
Puntos turísticos	Viajeros		Pernoctaciones		Grados de ocupación		Nº estable- cimientos abiertos	Nº plazas estimadas según la encuesta*	Estan- cia media	Total personal empleado*
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Por plazas**	Por plazas en fin de semana**				
Benidorm	733.418	762.026	4.300.896	6.331.741	79,49	83,10	118	35.197	7,11	4.872
Barcelona	1.291.633	2.917.664	2.819.689	7.543.690	61,26	69,02	420	46.034	2,46	8.709
Calvía	166.674	1.015.681	889.241	7.359.143	67,40	69,46	106	32.265	6,98	3.997
Palma de Mallorca	358.165	1.059.432	1.585.011	6.571.590	70,69	74,73	136	31.173	5,75	4.446
Adeje	266.522	708.849	1.323.836	6.556.729	72,54	73,84	48	29.000	8,08	5.987
San Bartolomé de Tirajana	173.024	660.667	863.332	6.435.801	71,45	74,02	44	27.568	8,76	5.173
Lloret de Mar	255.232	721.965	1.196.110	4.336.274	72,20	74,95	63	19.719	5,66	1.918
Salou	361.330	455.475	1.526.058	3.308.957	75,01	79,59	34	16.194	5,92	1.794
Torremolinos	437.698	484.441	1.751.436	2.719.188	66,71	72,40	58	17.694	4,85	2.361

RESUMEN DE LA ENCUESTA DE OCUPACION EXTRAHOTELERA. 2005. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA.

Zonas turísticas	Viajeros		Pernoctaciones		Estancia media	Capacidad**		G. de ocupac***		Personal empleado**
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero		Plazas estimadas	Apartamentos est.	Por plazas	Por apartamentos	
Isla de Gran Canaria	227.140	1.282.098	1.153.928	12.215.692	8,77	74.191	294.398	48,87	65,69	4.066
Isla de Tenerife	235.068	1.042.171	1.228.277	9.230.001	8,19	55.793	17.652	46,92	66,84	3.542
Isla de Lanzarote	102.309	861.890	690.940	7.743.244	8,75	44.253	13.477	51,57	67,69	3.283
Isla de Mallorca	39.051	713.325	320.593	5.690.596	7,99	26.583	9.443	59,82	65,52	2.637
Costa Blanca	177.758	367.826	1.481.662	3.983.980	10,02	46.056	10.014	32,34	49,87	1.309
Isla de Fuerteventura	69.162	377.583	489.683	3.704.808	9,39	30.291	9.318	37,55	51,64	1.742
Costa del Sol	95.964	314.414	563.587	3.030.827	8,76	21.156	6.184	45,98	59,18	1.475
Costa Brava	64.954	177.180	716.188	1.814.158	10,45	21.422	4.514	31,92	41,72	554
Costa Daurada	94.246	152.397	799.719	1.596.570	9,72	17.278	3.511	37,69	50,81	452
Isla de Ibiza-Formentera	46.960	188.691	272.673	1.798.062	8,79	10.413	3.487	53,12	61,70	702
Puntos turísticos										
	Viajeros		Pernoctaciones		Estancia media	Capacidad**		G. de ocupac***		Personal empleado**
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero		Plazas estimadas	Apartamentos est.	Por plazas	Por apartamentos	
San Bartolomé de Tirajana	177.027	839.648	901.958	8.101.388	8,86	51.407	16.912	47,51	64,70	2.704
Tías	64.876	507.475	422.500	4.431.279	8,48	25.691	8.092	51,06	67,34	1.720
Mogán	27.491	430.672	138.277	3.927.484	8,87	20.358	6.496	54,05	70,35	1.240
Arona	37.547	405.430	184.681	3.612.398	8,57	21.180	6.572	48,94	63,99	1.354
Adeje	34.810	403.736	168.339	3.386.024	8,10	18.935	5.558	51,20	69,81	1.319
Benidorm	45.657	215.507	378.843	2.310.013	10,30	17.254	4.148	42,57	64,64	561
Teguise	21.160	213.591	134.602	2.025.178	9,20	10.633	3.182	54,75	67,81	890
La Oliva	30.455	171.420	175.955	1.568.403	8,64	11.496	3.245	40,86	57,99	725
Puerto de La Cruz	137.950	89.406	729.907	963.724	7,45	8.085	3.274	57,03	65,36	570
Calvià	6.088	202.421	29.838	1.657.700	8,09	7.459	2.720	60,67	69,50	740

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE). ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA.

4. Indicadores de precios.

4.1 Índice de precios de consumo. Enero de 2006.

- General:

Durante enero de 2006, el Índice de Precios al Consumo a nivel nacional se ha reducido en 0,4 puntos porcentuales, lo que ha supuesto llevar el crecimiento en los últimos doce meses hasta el 4,2%; en Canarias se registran datos mensuales e interanuales del -0,2% y +3,2%, respectivamente.

A nivel provincial, observamos que Las Palmas obtiene igual descenso frente a la provincia occidental (-0,2%); en el último año, por su parte, Santa Cruz de Tenerife registra un crecimiento inflacionista del 2,9%, por el 3,4% de Las Palmas.

- Ámbito turístico:

El grupo que engloba hostelería y turismo ("Hoteles, cafés y restaurantes") registra a nivel nacional un crecimiento de 0,6 puntos en enero, que a nivel de Canarias se transforma en un ascenso de 0,3 puntos porcentuales.

A nivel interanual los niveles de esta partida se encuentran en el 4,5% en el conjunto de España, mientras que para Canarias la cifra queda en el 2,9%, por debajo de la media regional de precios.

4.2 Índices de precios e ingresos hoteleros. Índice de precios de apartamentos. Enero de 2006.

Hoteleros. 1. Precios: todos los ámbitos analizados registran incrementos interanuales, con un +0,4% en el conjunto nacional, y un escaso +0,1% para Canarias. 2. Ingresos: en este caso, todas las zonas consideradas obtienen asimismo crecimientos, que van del 0,2% de Canarias al 3,1% de Andalucía, frente al +1,3% para la media nacional.

Apartamentos: este indicador de nueva creación establece un crecimiento general de los precios del 1,5%, variación que roza el 2,5% para las tarifas de fin de semana, y que queda en torno al +1,45% en las tarifas normal y de mayoristas.

INDICE DE PRECIOS AL CONSUMO. CANARIAS-NACIONAL-PROVINCIAS. 2006-2005. GENERAL Y SECTOR TURISTICO.

CANARIAS			NACIONAL		
ENERO DE 2006	VAR. RESP. DIC	VAR ENE-ENE	VAR. RESP. DIC	VAR ENE-ENE	
TOTAL	-0,20	3,20	-0,40	4,20	
Hoteles, cafes y restaurantes	0,30	2,90	0,60	4,50	

LAS PALMAS			S/C DE TENERIFE		
ENERO DE 2006	VAR. RESP. DIC	VAR ENE-ENE	VAR. RESP. DIC	VAR ENE-ENE	
TOTAL	-0,2	3,40	-0,20	2,90	
Hoteles, cafes y restaurantes	0,20	2,20	0,50	3,80	

INDICES DE PRECIOS E INGRESOS HOTELEROS

PRECIOS	VAR ENE-ENE
CANARIAS	0,10%
BALEARES	1,20%
ANDALUCIA	0,60%
NACIONAL	0,40%

INGRESOS	VAR ENE-ENE
CANARIAS	0,20%
BALEARES	0,20%
ANDALUCIA	3,10%
NACIONAL	1,30%

INDICE DE PRECIOS DE APARTAMENTOS

INDICE GENERAL Y TARIFAS

ENERO	Índice	Tasa de variación interanual
TOTAL	101,6	1,5
Normal	100,62	1,457
Fin de semana	111,06	2,454
Tour-operadores y ag	101,71	1,477

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE). ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA.

5. Indicadores de empleo.

5.1 Encuesta de Población Activa. Cuarto trimestre de 2005.

A) Canarias-Nacional

Durante el cuarto trimestre de 2005 el número de ocupados en España fue de 19.314.300, un 4,89% más que el mismo período del año 2004, así como un 0,64% por encima del tercer trimestre de 2005.

A nivel autonómico, Canarias alcanza los 863.200 ocupados, lo que representa un avance en términos interanuales (5,80%) y trimestrales (+2,59%).

En términos de paro, indicar que Canarias registra un decremento en su nivel con respecto al mismo período de 2004 (-19,18%) frente al descenso del 11,10% calculado para el conjunto de España.

Mientras, a nivel trimestral, Canarias reduce su número de parados en un 1,43% frente al ascenso del 4,32% en todo el Estado.

Por su parte, y en términos de tasa de paro, los resultados son: 8,70% del conjunto de España por 10,67% de Canarias.

B) Provincias

Los resultados a nivel provincial definen, en términos de población ocupada, que Las Palmas cuenta con 444.400 ocupados, cifra que queda en 418.800 en el caso de la provincia occidental canaria.

Con respecto al nivel de parados, Santa Cruz de Tenerife registra una población desempleada de 43.400 personas, mientras que en Las Palmas este indicador queda en 59.600 en total.

Estos hechos han traído como consecuencia que las tasas de paro provinciales queden en el 11,83% de Las Palmas frente al 9,39% de Santa Cruz de Tenerife.

5.2 Parados registrados en las oficinas del INEM. Enero de 2006.

A) General

Canarias-Nacional:

El número de parados inscritos en Canarias en enero de 2006 fue de 133.647 personas, lo que supone un incremento del 2,86% respecto del nivel alcanzado en el mes de diciembre y del 0,62% en comparación con el resultado de enero de 2005.

Por su parte, la evolución a nivel nacional define un ascenso del 3,26% en la comparación mensual, frente al 0,23% de decremento interanual.

Gran Canaria:

Gran Canaria registra en enero un total de 62.390 parados inscritos en el INEM, un 13,29% más que en el mismo mes del año 2005.

B) Hostelería

Gran Canaria:

Los 7.604 desempleados encuadrados en el sector de la hostelería en Gran Canaria representan el 12,19% del total de parados registrados en la Isla.

Frente al mes de enero de 2005, el paro en esta actividad económica creció en la Isla en un 25,15%.

Municipios:

La circunstancia apuntada en el párrafo anterior se consolida en los municipios eminentemente turísticos, ya que todos registran incrementos respecto al mes de enero de 2005.

INDICADORES DE EMPLEO LIGADOS AL SECTOR TURÍSTICO

ENCUESTA DE POBLACION ACTIVA. 4T 2005.

PARADOS REGISTRADOS EN INEM. ENERO 2006.

DATOS GENERALES (MILES)

EPA	CANARIAS	NACIONAL
OCUPADOS TOTAL	863,2	19314,3
VAR. TRIMESTRAL	2,59%	0,64%
VAR. INTERANUAL	5,80%	4,89%
PARADOS TOTAL	103,1	1841,3
VAR. TRIMESTRAL	-1,43%	4,32%
VAR. INTERANUAL	-19,18%	-11,10%
TASA DE PARO	10,67%	8,70%

EPA	LAS PALMAS	S/C DE TFE.
OCUPADOS TOTAL	444,4	418,8
PARADOS TOTAL	59,6	43,4
TASA DE PARO	11,83%	9,39%

INEM	CANARIAS	NACIONAL
PARADOS	133.647	2.171.503
VARIACION MENSUAL	2,86%	3,26%
VARIACION INTERANUAL	0,62%	-0,23%

INEM	GRAN CANARIA	
	TOTAL	HOSTELERIA
PARADOS	62.390	7.604
VARIACION INTERANUAL	13,29%	25,15%
% SOBRE TOTAL	-	12,19%

INEM	SAN BARTOLOME	LAS PALMAS G.C.	MOGAN
PARADOS HOSTELERIA	1.127	2.679	375
VARIACION INTERANUAL	38,28%	18,17%	52,44%

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE). INSTITUTO NACIONAL DE EMPLEO (INEM).
ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA.



ÁREA DE ANÁLISIS Y ESTUDIOS

Mercados de origen. Evolución y perspectivas

- **Mercado anglófono.**

Los 150.000 clientes británicos perdidos en los dos últimos años para Gran Canaria desequilibran, sin duda, las cifras de nuestro destino.

Este dato se extiende a toda Canarias, así como a Baleares; los datos turísticos a nivel nacional muestran que mientras los archipiélagos caen de forma importante, las áreas mediterráneas peninsulares crecen de forma importante, al abrigo de las compañías de bajo coste (aunque hemos de indicar que en los últimos tiempos Baleares se ha posicionado en este segmento, recuperando cifras de actividad anteriores).

En un mercado altamente orientado al factor precio, la lejanía de Canarias, la competencia en precios de otros destinos y el modelo de comercialización aplicado (recordemos que el mercado británico es el que se ha adaptado mejor a Internet y los paquetes dinámicos) nos hace estar *fuera de mercado*.

Ante este panorama, los trabajos por posicionarnos en segmentos de cliente medios y altos o la atracción de mayores y mejores conexiones aéreas suponen un halo de esperanza, tímidamente mostrado en la atenuación de las caídas para los últimos meses.

En cuanto a Irlanda, el resultado de 2005 (+1,44%) evidencia nuestra estabilidad en este mercado, que, sin embargo, muestra aún un fuerte potencial de crecimiento para nuestra Isla.

- **Mercado escandinavo.**

La vitalidad de estos mercados es incuestionable en los últimos tiempos; esta fuerza le ha permitido estar cerca de convertirse en el segundo grupo de demanda en Gran Canaria, ya que en su conjunto representan un porcentaje muy similar al del Reino Unido.

Los crecimientos de Noruega, Finlandia, Dinamarca e Islandia enjugaron la ligera caída del 3% mostrada en el caso de Suecia, lo que evidencia la importancia de incidir en su recuperación.

La solidez de las economías nórdicas, los problemas de competidores como el Sudeste Asiático y, ante todo, la confianza de los operadores turísticos en Gran Canaria como destino seguro se revelan como las claves de estos buenos resultados, que se prevén mantener en el invierno 2005-2006.

- **Mercado alemán.**

El cierre de 2005 para Gran Canaria (-1%) va en consonancia con la línea de estabilidad mostrada para el conjunto de Canarias, y que se considera como un dato muy razonable dadas las perspectivas económicas, políticas y sociales existentes en el país germano.

El crecimiento mostrado por Baleares (+7%), asociado a una notable bajada de precios, evidencia que el mercado alemán se mantiene en una situación de debilidad notable, y una dependencia muy alta del factor precio, lo cual no impide que en 2005 se haya mantenido como nuestro mercado líder (750.000 clientes).

Las buenas previsiones ofrecidas por las patronales turísticas alemanas para el actual año turístico, unido a factores como la fidelidad del cliente hacia Gran Canaria y el progresivo reposicionamiento de la Isla como destino segmentado y renovado, hacen albergar esperanzas para 2006.

- **Mercado nacional.**

En los últimos años el turismo nacional ha salvado las temporadas veraniegas del litoral español. Los Informes de cierre de 2005 lo siguen atestiguando.

La fortaleza de la economía española y del consumo privado provocan que el ocio vacacional sea cada vez más un bien de uso normal para el consumidor español, con un potencial de crecimiento del que Gran Canaria está recibiendo importantes aportaciones.

Los 60.000 pax. obtenidos de crecimiento en 2005 (+12%) así lo demuestran, aunque hemos de observar una atenuación en el incremento, para Gran Canaria y otras Islas del Archipiélago.

La apuesta decidida por el mercado nacional que han realizado hoteleros, administraciones y operadores turísticos augura nuevos ascensos en 2006, en el que la consolidación de conexiones directas con toda la Península nos permitirá atraer clientes en invierno y en escapadas de corta duración.

- **Mercados latinos.**

Italia: la apuesta estratégica de Gran Canaria y de su Patronato por los mercados latinos en los últimos años ha permitido captar a nuevos operadores en este objetivo.

De esta forma, la apertura de la conexión directa con Milán, a través de Binter Canarias, ha supuesto un gran impulso a este mercado, de tal forma que en el segundo semestre de 2005 hemos crecido un 8,23%, frente al -6% que reflejábamos, por ejemplo, hasta abril.

Sin embargo, hemos de seguir trabajando, ya que el potencial es mucho mayor para este mercado, donde la apertura de conexiones aéreas es imprescindible para conseguir incrementos exponenciales.

Portugal: muy buenos resultados en 2005 para Gran Canaria, especialmente en el segundo semestre del año, coincidiendo con la temporada veraniega.

Así, el 18% de crecimiento logrado en el último año viene a consolidar los ascensos conseguidos en los últimos ejercicios, orientados de forma especial al mercado madeirense, aunque la Portugal continental progresa de forma adecuada.

Francia: 2005 ha supuesto también el refuerzo de nuestra estrategia y el despegue de este mercado en Gran Canaria, a través del refuerzo de los vuelos existentes. las acciones promocionales comprometidas con operadores como el T.O. Fram o la apertura de los directos con París a través de Binter Canarias han permitido cerrar el ejercicio con un 14,29% de ascenso.

Las perspectivas para 2006, con la incorporación de un Promotor de Gran Canaria para el área francófona, y las acciones comerciales previstas indican que el crecimiento alcanzado se puede repetir en el presente año.

- **Europa del Este.**

Polonia: el 24,42% de incremento ofrecido en los datos de AENA sería aún mayor si contabilizáramos los visitantes llegados vía Madrid en vuelo regular.

No obstante, los 6.000 clientes directos traídos en 2005 demuestran que este país es un líder turístico emisor en potencial a medio y largo plazo, cuestión confirmada por la orientación de los operadores turísticos hacia Canarias.

Rusia: es indudable que las estadísticas disponibles a través de AENA no recogen la realidad de este mercado, ya que los 198 clientes que se manifiesta han llegado a Gran Canaria en 2005 contrastan con las cifras establecidas por los TT.OO.

Asimismo, las condiciones económicas y la mejora del sistema de concesión de visados están mejorando de forma importante la capacidad potencial de este mercado.

República Checa: la continuidad en las estadísticas de 2005 supone un alivio tras el importante descenso de 2004. A pesar de la inestabilidad del sector turístico checo, la información disponible plantea a Canarias como el único destino español en invierno, con una perspectiva de crecimiento del 10%.

- **Benelux.**

Holanda: Gran Canaria ha mantenido en 2005 las cifras de afluencia mostradas el año anterior, lo que supone cortar los tres años de descensos consecutivos en la Isla.

Los 188.000 clientes con los que contamos deben suponer un suelo, un mínimo histórico a partir del cual reactivemos los resultados.

Hay que destacar que en Holanda se empieza a ver una ligera estabilidad, si no mejora, de la economía, lo que se traduce directamente en el gasto de vacaciones. Por lo general, el holandés realiza una media de 2,5 viajes al año y un gasto anual de 2.600.-€, y busca, como destino de sus vacaciones, un lugar que le ofrezca diversidad de actividades, lo que se ajusta perfectamente a Gran Canaria.

Además, contamos con la propia iniciativa de los TT.OO. para trabajar por la promoción del destino GC, ya que en general coinciden en esperar un ligero aumento en las ventas este año.

Bélgica: este país ha mostrado una recuperación muy fuerte en los últimos meses, ya que si entre enero y septiembre mostraba un -6%, en el conjunto de 2005 ha conseguido cerrar en positivo (+0,76%).

El potencial de crecimiento de este país, la predisposición de sus operadores con la Isla y el atractivo perfil del cliente belga nos hacen albergar fundadas esperanzas de desarrollo para 2006 y años sucesivos.

En este sentido, el refuerzo promocional y la incorporación de un Promotor turístico con sede en Bruselas pueden ayudar tremendamente a ello.

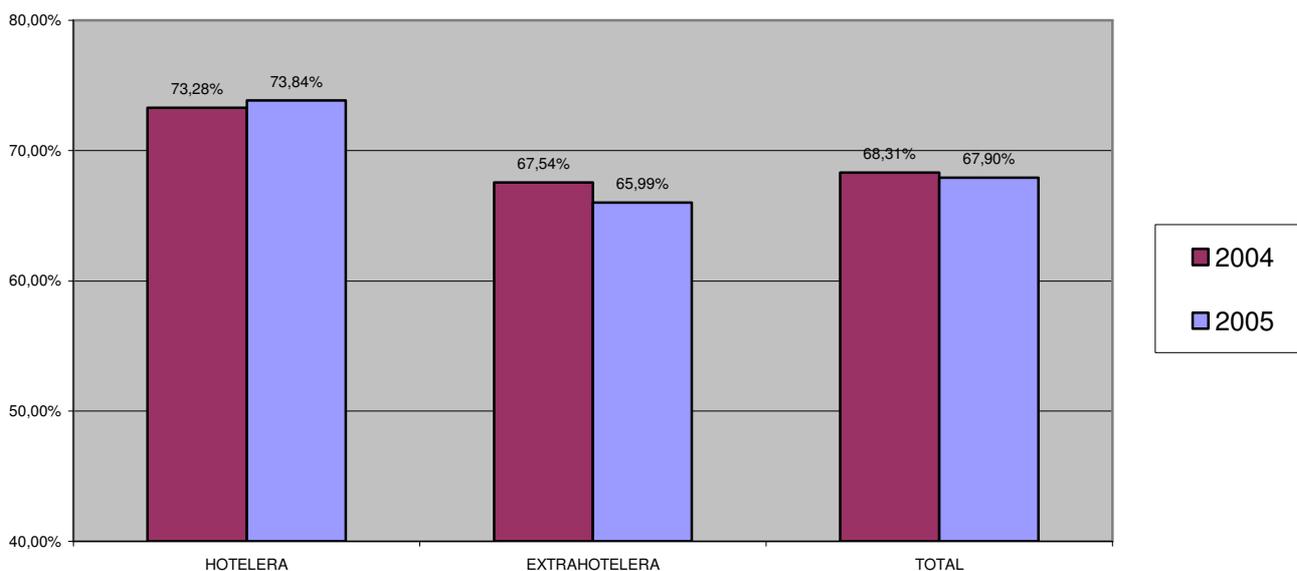
La estacionalidad en Gran Canaria. Ocupación y estancia media. 2004 Y 2005. INE.

OCUPACION EN GRAN CANARIA, POR SEGMENTOS Y MESES. 2005.

<i>MES/SEGMENTO</i>	<i>HOTELERA</i>	<i>EXTRAHOTELERA</i>	<i>TOTAL</i>
Enero	80,92	84,55	83,35
Febrero	80,6	83,27	80,30
Marzo	76,08	81,82	79,93
Abril	67,40	65,15	65,89
Mayo	60,22	41,32	41,32
Junio	59,72	45,29	50,05
Julio	66,73	55,97	59,52
Agosto	80,91	66,68	71,37
Septiembre	75,98	55,96	62,56
Octubre	77,87	63,37	68,15
Noviembre	85,58	80,88	82,43
Diciembre	74,02	67,61	69,72
MEDIA AÑO 2005	73,84%	65,99%	67,90%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.
Elaboración: Patronato de Turismo de Gran Canaria.

OCUPACION EN GRAN CANARIA. 2004-2005.



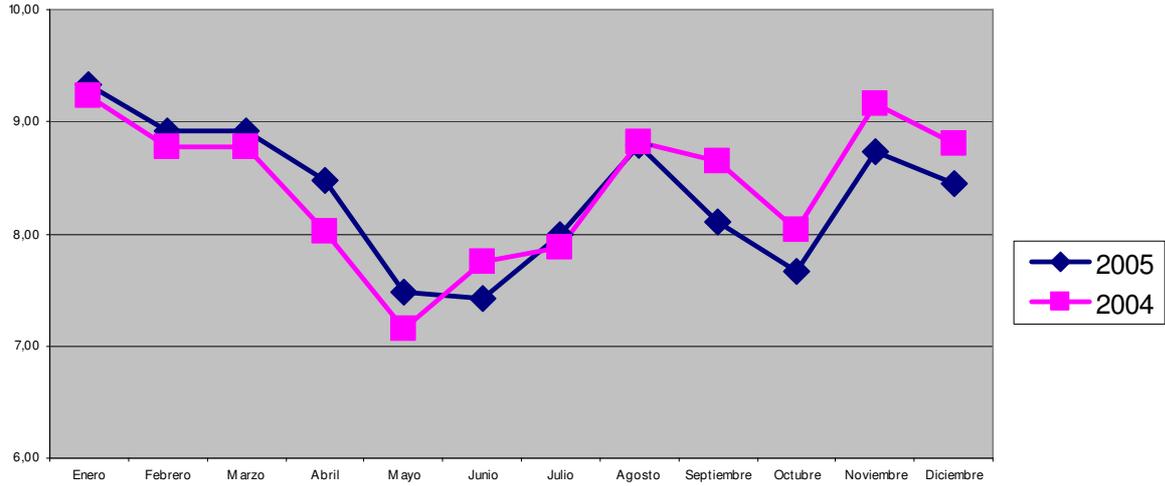
ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA, POR SEGMENTOS Y MESES. 2005.

<i>MES/SEGMENTO</i>	<i>HOTELERA</i>	<i>EXTRAHOTELERA</i>	<i>TOTAL</i>
Enero	8,65	9,66	9,33
Febrero	7,83	9,46	8,92
Marzo	7,3	9,71	8,92
Abril	7,08	9,17	8,48
Mayo	6,78	7,48	7,48
Junio	7,00	7,64	7,43
Julio	7,16	8,41	8,00
Agosto	7,89	9,23	8,79
Septiembre	7,61	8,36	8,11
Octubre	7,13	7,93	7,67
Noviembre	7,64	9,27	8,73
Diciembre	7,61	8,87	8,45
MEDIA AÑO 2005	7,47	8,77	8,34

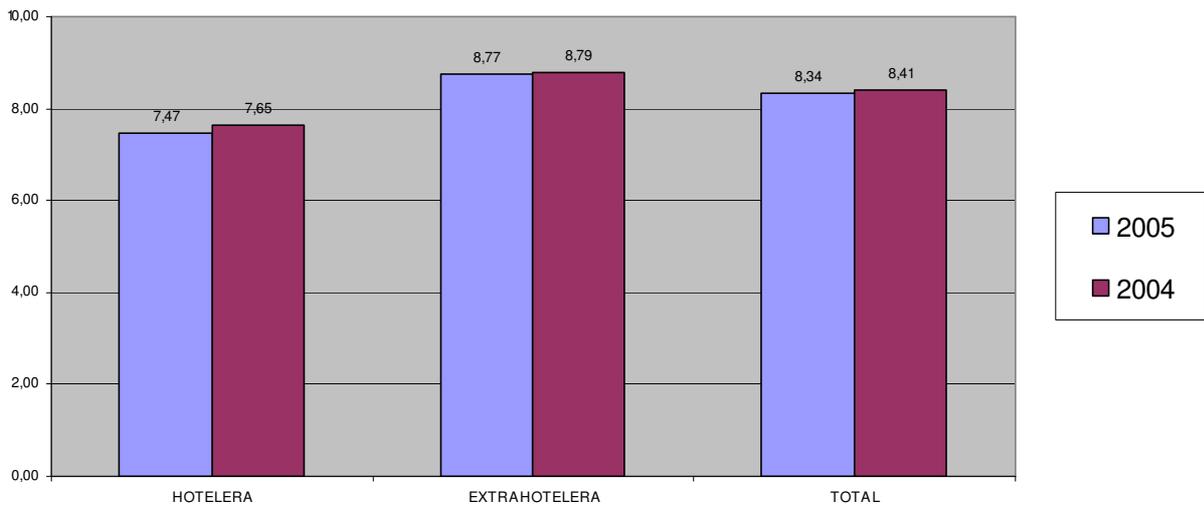
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Elaboración: Patronato de Turismo de Gran Canaria.

ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA. 2004-2005.



ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA. 2004-2005.



Las claves del Informe

El cierre del año 2005:

a) Gran Canaria:

- Entrada de turistas:
 - Estabilidad respecto al año 2004
 - Mejora de la diversificación de mercados (latinos, escandinavos...)
 - Debilidad del mercado británico
- Actividad empresarial:
 - Estancia media: mantenimiento (dato positivo frente a la tendencia decreciente mostrada a nivel mundial)
 - Ocupación: ligero descenso global, con caída sector extrahotelero y suave aumento segmento hotelero

b) España y el Mundo:

- España: crecimiento de visitantes frente a caída de ingresos por turista.
- Mundo: récord histórico de viajes turísticos a nivel mundial. La fortaleza del turismo por encima de amenazas y catástrofes.

¿Qué nos espera en 2006?:

- Previsión general: continuidad respecto año anterior, aunque con ligero optimismo, en base a:
 - Mejora indicadores macroeconómicos zona euro, especialmente Reino Unido (y tal vez Alemania)
 - Previsiones ofrecidas por los operadores internacionales con referencia a Canarias y Gran Canaria
 - Desvíos de clientes previstos a destinos competidores, afectados por factores exógenos
 - Mundial de Fútbol como elemento de incentivo de ventas (aunque con posible efecto de caída tras el final del evento).