

# PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

## COYUNTURA DEL SECTOR TURISTICO

NOVIEMBRE DE 2006

CIERRE TEMPORADA DE VERANO  
Y PREVISIONES

## INDICE

### AREA DE RESUMEN

<b>PRÓLOGO</b>	<b>1</b>
----------------	----------

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>2</b>
--------------------------	----------

### AREA DE INDICADORES

<b>1. Entrada de turistas:</b>	<b>6</b>
1.1 <i>Gran Canaria. Octubre de 2006.</i>	6
<i>Enero-Octubre 2006.</i>	11
1.2 <i>Canarias. Análisis por Islas. Turistas extranjeros.</i>	12
1.3 <i>Temporada de verano 2006.</i>	13
<b>2. Ocupación:</b>	<b>16</b>
2.1 <i>Ocupación hotelera. Octubre 2006.</i>	16
2.2 <i>Ocupación extrahotelera. Octubre 2006.</i>	19
<b>3 Precios:</b>	<b>21</b>
3.1 <i>Índice de Precios de Consumo. Octubre 2006.</i>	21
3.2 <i>Índices de precios e ingresos hoteleros.</i>	
<i>Índice de precios de apartamentos. Octubre 2006.</i>	21
<b>4 Empleo:</b>	<b>23</b>
4.1 <i>Encuesta de Población Activa.</i>	23
4.2 <i>Parados registrados en el INEM.</i>	24

### AREA DE ANALISIS Y ESTUDIOS

➤ <b>NUESTROS MERCADOS. EVOLUCION Y PERSPECTIVAS.</b>	<b>27</b>
<b>¿Cómo compran nuestros clientes vuelo y alojamiento?</b>	
➤ <b>El rol de Internet. Encuesta de Gasto Turístico. ISTAC</b>	<b>32</b>

<b>Las claves del informe</b>	<b>34</b>
-------------------------------	-----------

Tal y como desgranamos en el presente Informe, la temporada de verano 2006 ha supuesto la primera en positivo del último quinquenio, especialmente si tenemos en cuenta la llegada de turistas extranjeros a la Isla.

Aunque este indicador de entradas no debe ser la base única como indicador de referencia, hemos de considerar la importancia de alcanzar un punto de inflexión en una temporada como la veraniega, donde la competitividad turística internacional es máxima.

Teniendo en cuenta los acontecimientos (naturales, políticos, de seguridad) que están generando dificultades en varios de nuestros principales destinos competidores, para darnos cuenta de que Gran Canaria, y Canarias en su conjunto, es un destino refugio, seguro, cómodo para los viajeros europeos.

La planificación que, en la actualidad, preparamos dentro del Plan Estratégico de Promoción de Gran Canaria 2007-2011 plantea numerosos pilares de actuación, uno de los cuales será, sin duda, explorar la sensación global de seguridad como una de las fortalezas y potencias de nuestro destino turístico.

Esta planificación comentada busca ofrecer a nuestro sector empresarial un marco estable y profesional de colaboración mutua en la gestión promocional de Gran Canaria.

Dicha gestión se cristaliza en documentos de ejecución, como el Plan de Marketing 2007, que, en breve, se presentará al conjunto de los agentes turísticos de la Isla como fruto del trabajo realizado a lo largo de los últimos meses.

El margen para la improvisación no existe, o debe quedar limitado; si conocemos en qué situación tenemos y hacia dónde queremos ir, tendremos una gran parte del camino recorrido.

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

## **RESUMEN EJECUTIVO**

-Cierre verano 2006-

Tal y como indican los principales indicadores y organismos turísticos de nuestro entorno, el año 2006, y en especial su temporada de verano, ha supuesto la reactivación de los destinos tradicionales de costa europeos, especialmente los españoles.

La situación descrita ocurre dentro de un entorno favorable, en el que se combinan factores como la robustez macroeconómica de la Zona Euro, la caída de los precios del petróleo o la creciente importancia del factor *confianza* (cercanía, seguridad) en la toma de decisiones vacacionales.

Orientando este comentario inicial hacia un entorno más cercano, podemos comentar que Canarias registró en el verano 2006 un incremento del 3,63% en la entrada de turistas extranjeros, evolución compartida por todas las Islas, excepto Lanzarote (-0,24%).

Ya para Gran Canaria, el avance se situó asimismo en el entorno del 3%, lo que supuso el primer crecimiento del volumen de turistas en la temporada veraniega desde el año 2001, lo cual indica los problemas de competitividad que un destino como el nuestro posee en verano, y que solamente son atenuados cuando coinciden diversos factores como los antes apuntados.

En este sentido, y aunque los aumentos por mercados son numerosos, existen una serie de orígenes que lideran el crecimiento veraniego en Gran Canaria; así, el ámbito centroeuropeo (Holanda, Suiza, Bélgica, Alemania) acumula una ganancia conjunta superior a los 43.000 pax., quedando las peores cifras para países como Irlanda o Portugal.

Pero no hemos de detenernos exclusivamente en la llegada de clientes como un factor de resultados turísticos, ya que, evidentemente, no mide la generación de ingresos o la ocupación real de los establecimientos.

En este sentido, y tomando como referencia la Encuesta de Gasto Turístico del Instituto Canario de Estadística para el tercer trimestre de 2006, observamos que Gran Canaria se sitúa como la Isla del Archipiélago con mayor generación de gasto por cliente, tanto en cuanto al desembolso realizado en el país de origen como al llevado a cabo en su estancia vacacional.

Sin embargo, y si comparamos los datos de 2006 con los del tercer trimestre de 2005, comprobamos que el nivel total de gasto diario se ha reducido en un

0,6% en un año, en base a un incremento del 2% en el gasto realizado en origen y a la caída del 4% en el dinero desembolsado en la Isla.

La pauta apuntada (crecimientos cuantitativos pero reducción de los ingresos por cliente) reproduce los registros que ofrece España como destino turístico en su conjunto, y nos debe hacer pensar en innovar y hacer atractiva nuestra oferta complementaria como vía para el incremento de los ingresos turísticos.

GASTO MEDIO POR TURISTA Y DÍA, EN EUROS. TERCER TRIMESTRE 2006.			
	<b>TOTAL</b>	<b>ORIGEN</b>	<b>CANARIAS</b>
LANZAROTE	102,83	63,10	39,73
FUERTEVENTURA	98,52	66,64	31,88
GRAN CANARIA	107,30	64,63	42,67
TENERIFE	105,70	61,84	43,86
LA PALMA	97,06	62,62	34,44
<b>TOTAL</b>	<b>104,84</b>	<b>63,51</b>	<b>41,33</b>

Fuente: Instituto Canario de Estadística.

El crecimiento aludido en verano se obtuvo a pesar de los negativos resultados obtenidos en la Isla en octubre (-4,23%).

En el último mes previo a la temporada de invierno, la gran mayoría de los mercados de origen mostraron descensos interanuales, aunque existen determinados países (Bélgica, Suiza) que, como veremos a lo largo de este Informe, están mostrando un vigor muy notable en la emisión de clientes a Gran Canaria.

La bonanza meteorológica y el proceso de cambio de temporada han podido influir en ese resultado, contrastado en términos de ocupación con las cifras publicadas por el INE, con caídas tanto en el sector hotelero como en el extrahotelero.

#### *-Previsiones invierno 2006/2007-*

A pesar de los resultados contradictorios ofrecidos en el mes de octubre, las previsiones globales con las que contamos nos hacen ser optimistas, al menos en mantener los niveles de actividad turística en la Isla alcanzados en el invierno 2005-2006.

A priori arrancamos con unos supuestos de partida adecuados, con indicadores macroeconómicos europeos en alza mayoritariamente, donde únicamente se aprecian ligeras dudas con una posible nueva subida de tipos de interés por parte el Banco Central Europeo o medidas fiscales a implantar en Alemania.

Si la economía mantiene su vigor, y se mantiene el *efecto refugio* que Canarias (y Gran Canaria, evidentemente) está mostrando en muchos de nuestros mercados, ante problemas de seguridad, producto o infraestructuras de muchos de los competidores, las previsiones iniciales mantendrán su valor.

Estas previsiones iniciales sitúan, por ejemplo, en el entorno del 4% de incremento el volumen total de plazas aéreas previstas para Gran Canaria en la temporada invernal; asimismo, los indicadores adelantados de reservas hoteleras (INE) muestran a Gran Canaria como líder nacional, con niveles superiores a los que se obtenían en el invierno anterior.

Incluso, a nivel general, las estimaciones emitidas desde Turespaña para el invierno en el conjunto de España muestran un optimismo moderado.

Ya dentro de una previsión global, existen mercados de origen con comportamientos diferentes entre sí.

Por una parte, los mercados centroeuropeos ofrecen las perspectivas más halagüeñas, continuando la tendencia de los últimos meses.

Si Alemania confirma lo comentado, apoyado en gran medida por la mejora de la conectividad aérea con la Isla (parte fundamental del trabajo estratégico del Patronato en la actualidad, con proyectos como el implantado con AirBerlin) la probabilidad de obtener un buen resultado global en la Isla crecerá notablemente.

En el lado inverso, se sitúan algunos mercados de menor tamaño (Europa del Este), siendo Escandinavia, Reino Unido e Irlanda los que muestran mayor incertidumbre, siendo los que marcarán la tendencia definitiva del invierno 2006-2007.

Los nórdicos en su conjunto muestran mayor probabilidad de mantenimiento de cifras (aunque combinando ascensos y descensos leves en los distintos países).

Sin embargo, son los mercados de habla inglesa de los que dependemos para obtener un buen resultado general.

En el caso del Reino Unido, y aunque Gran Canaria se sitúe mejor que la mayoría de competidores, el descenso global de las reservas de viaje de los británicos para el Invierno va a provocar que la evolución de los paquetes dinámicos y las reservas de última hora marquen los datos finales.



## ***ÁREA DE INDICADORES***

## Indicadores

### 1. Entrada de turistas.

#### 1.1 Gran Canaria.

##### A) Octubre de 2006

- **Datos globales.**

A lo largo del mes de octubre de 2006 se registró la llegada a la isla de Gran Canaria de 303.603 turistas, lo cual supone un descenso del 4,23% en términos interanuales, esto es, con respecto al mismo mes de 2005.

Si comparamos la evolución de octubre de 2006 con la de años precedentes, observamos cómo se mantienen niveles similares en el último quinquenio.

- **Datos por zonas y nacionalidades.**

Las cifras de entrada de turistas según mercados de origen marcan una mayoría amplia de descensos, lo que provoca el decrecimiento general de todo el destino.

En función de los mercados considerados:

- Mercados germano-hablantes: se produce un movimiento contradictorio, con el descenso de Alemania (-4,1%), el mantenimiento de Austria y el notable impulso de Suiza (+25,40%).
- En el ámbito anglófono, la pauta es claramente negativa, con un -8% para Reino Unido (rompiendo la tendencia de los últimos meses) y un -26,6% para Irlanda.
- Mercado escandinavo: exceptuando el caso de Dinamarca (4,52%), todos los países muestran descensos significativos en términos porcentuales, en respuesta al mejor verano en Escandinavia de los últimos años.
- Mercados latinos: Exceptuando el ligero -4% de Francia (solo -95 pax), Italia y Portugal muestran un vigor más que destacable.
- Benelux: los grandes resultados de Bélgica y Luxemburgo contradicen el descenso para el mercado holandés (-9,21%).
- Mercados del Este: mantienen el dinamismo de meses anteriores, con crecimientos del 29,99% (República Checa) y del 23,27% (Polonia).





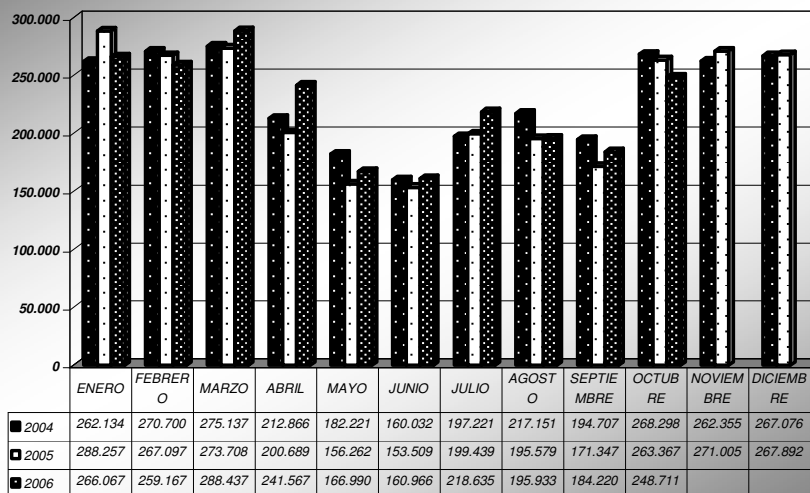
## ENTRADA DE TURISTAS EN GRAN CANARIA.OCTUBRE 2006.

PAIS	2005	2006	DIFERENCIA	VAR %
ALEMANIA	73.074	70.033	-3.041	-4,16%
AUSTRIA	4.360	4.348	-12	-0,28%
BELGICA	4.883	5.800	917	18,78%
DINAMARCA	9.780	10.222	442	4,52%
FEDERACION RUSA	0	333	333	-
FINLANDIA	11.787	10.554	-1.233	-10,46%
FRANCIA	2.281	2.186	-95	-4,16%
REINO UNIDO	71.598	65.859	-5.739	-8,02%
HOLANDA	19.375	17.591	-1.784	-9,21%
IRLANDA	12.385	9.088	-3.297	-26,62%
ITALIA	2.654	3.338	684	25,77%
NORUEGA	20.320	17.848	-2.472	-12,17%
REPUBLICA CHECA	1.770	1.866	96	5,42%
POLONIA	237	253	16	6,75%
SUECIA	16.098	13.642	-2.456	-15,26%
SUIZA	6.008	7.534	1.526	25,40%
PORTUGAL	1.079	1.551	472	43,74%
LUXEMBURGO	1.367	1.586	219	16,02%
ISLANDIA	784	751	-33	-4,21%
ESPAÑA	53.666	54.892	1.226	2,28%
OTROS PAISES	3.517	4.328	811	23,06%
<b>TOTALES</b>	<b>317.023</b>	<b>303.603</b>	<b>-13.420</b>	<b>-4,23%</b>

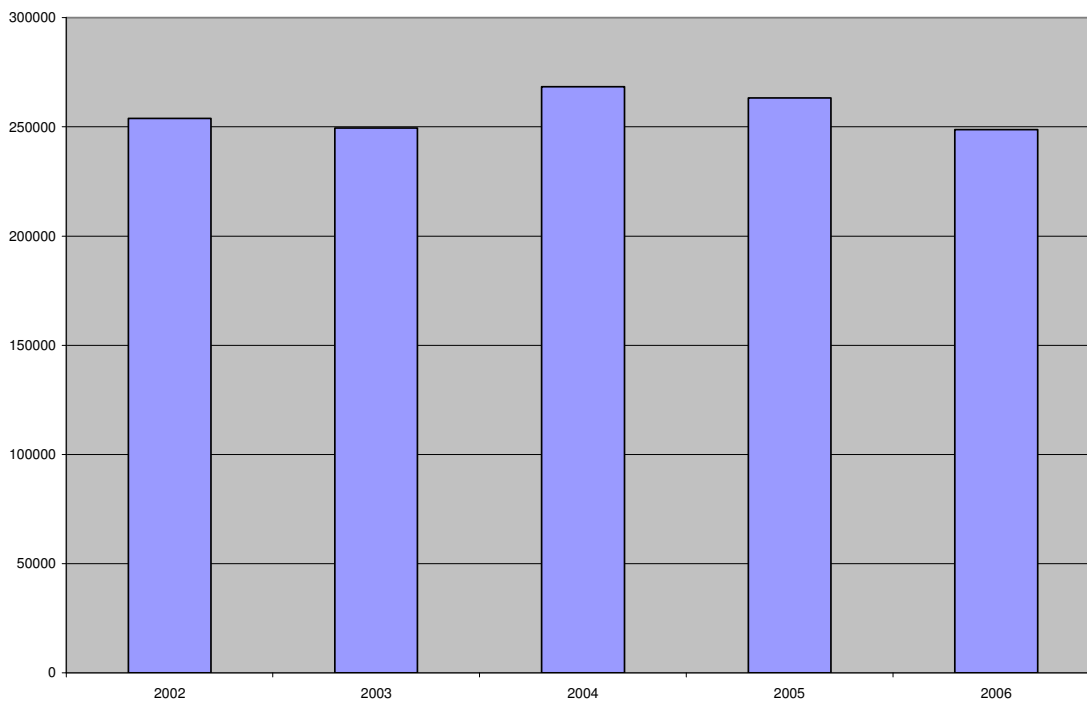
FUENTE: AENA. ELABORACION: PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA.



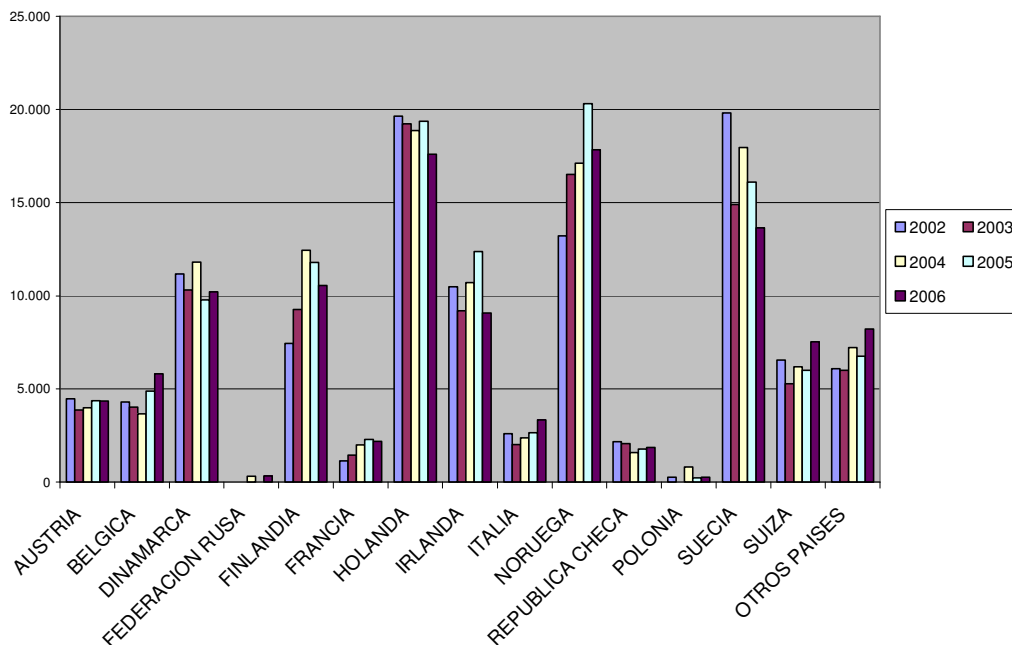
Turistas extranjeros en Gran Canaria, por meses. 2004-2006.



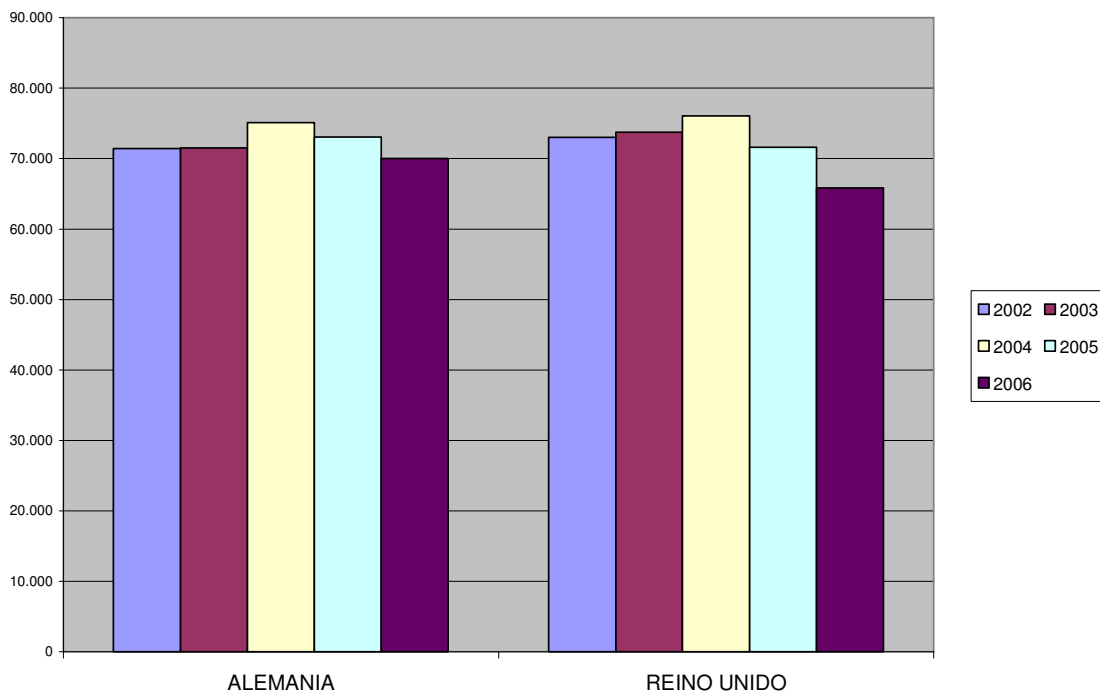
Turistas extranjeros en Gran Canaria.  
Octubre. 2002-2006.



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



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



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



## ANALISIS DE LA ENTRADA DE TURISTAS A LO LARGO DE 2006

	2.005	2.006	DIF.	VAR%
ALEMANIA, REINO UNIDO	1.185.072	1.202.472	17.400	1,47%
RESTO DE MERCADOS	1.459.192	1.522.308	63.116	4,33%

	2.005	2.006
CUOTA ALEM. Y R. UNIDO	44,82%	44,13%
CUOTA RESTO MERCADOS	55,18%	55,87%

ZONAS DE ORIGEN	2005	2006	DIF.	VAR%	CUOTA MDO. 05	CUOTA MDO. 06
ESCANDINAVOS	460.306	464.862	4.556	0,99%	17,41%	17,58%
LATINOS	72.667	81.618	8.951	12,32%	2,75%	3,09%
ESPANA	475.016	494.087	19.071	4,01%	17,96%	18,69%
GERMANOS	678.811	717.345	38.534	5,68%	25,67%	27,13%
ANGLOFONOS	684.887	661.350	-23.537	-3,44%	25,90%	25,01%
BENELUX	212.717	229.581	16.864	7,93%	8,04%	8,68%
ESTE DE EUROPA	17.292	22.844	5.552	32,11%	0,65%	0,86%
OTROS PAISES	42.568	53.093	10.525	24,73%	1,61%	2,01%
TOTAL	2.644.264	2.724.780	80.516	3,04%	100,00%	100,00%

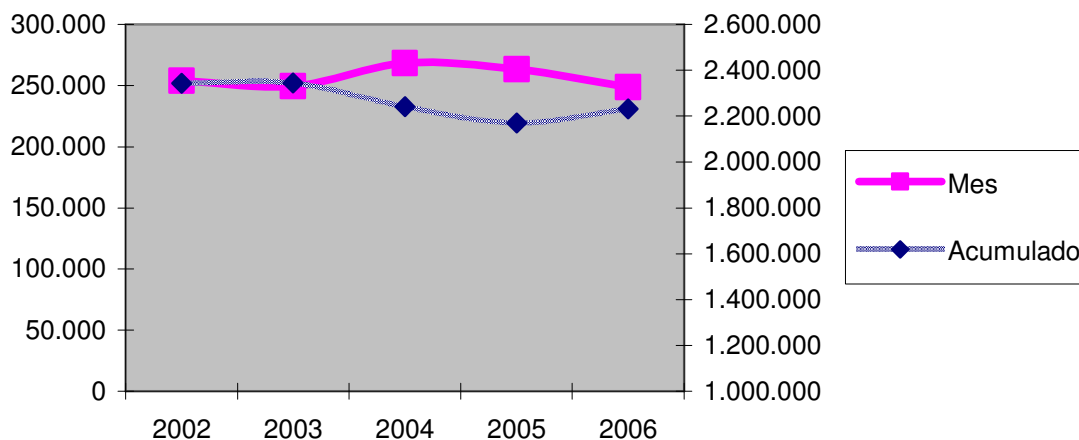
## 1.1 Gran Canaria.

### B) Enero-Octubre de 2006.

#### ENTRADA DE TURISTAS EN GRAN CANARIA.ENERO-OCTUBRE 2006.

PAIS	2005	2006	DIFERENCIA	VAR %
ALEMANIA	609.268	635.170	25.902	4,25%
AUSTRIA	37.682	39.338	1.656	4,39%
BELGICA	42.284	53.303	11.019	26,06%
DINAMARCA	87.611	95.752	8.141	9,29%
FEDERACION RUSA	198	904	706	356,57%
FINLANDIA	77.155	78.553	1.398	1,81%
FRANCIA	17.846	22.606	4.760	26,67%
REINO UNIDO	575.804	567.302	-8.502	-1,48%
HOLANDA	159.205	164.626	5.421	3,41%
IRLANDA	109.083	94.048	-15.035	-13,78%
ITALIA	28.642	36.705	8.063	28,15%
NORUEGA	147.606	151.135	3.529	2,39%
REPUBLICA CHECA	12.073	15.586	3.513	29,10%
POLONIA	5.021	6.354	1.333	26,55%
SUECIA	137.269	128.030	-9.239	-6,73%
SUIZA	31.861	42.837	10.976	34,45%
PORTUGAL	26.179	22.307	-3.872	-14,79%
LUXEMBURGO	11.228	11.652	424	3,78%
ISLANDIA	10.665	11.392	727	6,82%
ESPAÑA	475.016	494.087	19.071	4,01%
OTROS PAISES	42.568	53.093	10.525	24,73%
<b>TOTALES</b>	<b>2.644.264</b>	<b>2.724.780</b>	<b>80.516</b>	<b>3,04%</b>

#### Turistas extranjeros Gran Canaria. Octubre. Acumulado año 2006.



## 1.2 Canarias. Análisis por Islas. Turistas extranjeros.

### Entradas totales.

El marco actual en Canarias en el mes de octubre de 2006 ofrece un descenso a nivel global, cifrado en un 2,38%.

Esta cifra viene a contradecir la tendencia positiva ofrecida a nivel regional en los últimos meses, y que permite, en el conjunto del año, obtener un crecimiento agregado del 3,34%.

Analizando por Islas, vemos que para octubre todas las Islas, con la única excepción de Fuerteventura (+0,47%), muestran caídas, las cuales fluctúan entre el -0,97% de Tenerife y el -5,56% para Gran Canaria.

En el acumulado de 2006, la situación es exactamente inversa, con todas las Islas obteniendo crecimientos, con la salvedad de Lanzarote (-0,54%). En este período enero-octubre, es Fuerteventura la más beneficiada (+7,95%).

### TURISTAS EXTRANJEROS EN *CANARIAS*. OCTUBRE. 2005-2006.

Tur. Extranjeros	2005	2006	Var total	Var %
GRAN CANARIA	263357	248711	-14646	-5,56%
FUERTEVENTURA	129217	129822	605	0,47%
LANZAROTE	159531	155739	-3792	-2,38%
TENERIFE	330348	327139	-3209	-0,97%
Total	882453	861411	-21042	-2,38%

### TURISTAS EXTRANJEROS EN *CANARIAS*. ENERO-OCTUBRE. 2005-2006.

Tur. Extranjeros	2005	2006	Var total	Var %
GRAN CANARIA	2169332	2230929	61597	2,84%
FUERTEVENTURA	1106520	1194508	87988	7,95%
LANZAROTE	1414238	1406663	-7575	-0,54%
TENERIFE	2786896	2894438	107542	3,86%
Total	7476986	7726538	249552	3,34%

Fuente: AENA:

## **1.3 Temporada de verano 2006**

### **Gran Canaria**

A lo largo de la temporada de verano 2006 (mayo-octubre) llegaron a Gran Canaria un total de 1.515.334 turistas, 44.304 más que los cuantificados en el mismo intervalo del ejercicio pasado (+3,01%); si eliminamos la estimación del mercado nacional, se obtiene un crecimiento del 3,16%, con un total de 35.958 turistas extranjeros más que en el verano 2005.

Si diferenciamos los resultados en función del origen de los visitantes, hemos de constatar que se observan una alta mayoría de ascensos.

En este sentido, existe una serie de mercados que lideran el crecimiento veraniego en Gran Canaria, primero en el último quinquenio; así, el ámbito centroeuropeo (Holanda, Suiza, Bélgica, Alemania) acumula una ganancia conjunta superior a los 43.000 pax.

Si tomamos el resto de países, podemos confirmar la combinación homogénea de ascensos y descensos.

En el lado positivo, hemos de mencionar a los mercados latinos (Italia y Francia) y los del Este (Polonia, República Checa) como los más dinámicos, frente a la estabilidad de los escandinavos en su conjunto, y al ligero incremento que ofrece el turismo peninsular español (+2,52%).

Por su parte, y en cuanto a caídas reseñables, estas se circunscriben a los mercados anglófonos, mayoritariamente, aunque hemos de diferenciar el -1,90% de Reino Unido (el descenso más suave de los últimos años), del -16,50% de Irlanda.

### **Canarias**

En la pasada temporada de verano Canarias recibió un total de 4.327.727 visitantes foráneos, lo que, frente a los 4.176.055 del mismo período de 2005, supone un crecimiento interanual del 3,63%.

La situación que se observa a nivel regional global se define asimismo con ascensos en todas las Islas (excepto el leve -0,24% de Lanzarote). Los aumentos son de diferente intensidad, pasando de un 7,95% en Fuerteventura a un 3,09% en Tenerife o un 3,17% en el caso de Gran Canaria.



## TURISTAS EXTRANJEROS EN CANARIAS. TEMPORADA DE VERANO 2006.

<b>Tur. Extranjeros</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Var total</b>	<b>Var %</b>
<i>Gran Canaria</i>	1.139.581	1.175.667	36.086	3,17%
<i>Fuerteventura</i>	684.314	754.811	70.497	10,30%
<i>Lanzarote</i>	831.589	829.630	-1.959	-0,24%
<i>Tenerife</i>	1.520.571	1.567.619	47.048	3,09%
<i>Total</i>	4.176.055	4.327.727	151.672	3,63%





<b>ENTRADA DE TURISTAS EN GRAN CANARIA.VERANO 2006.</b>				
<b>PAIS</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>DIFERENCIA</b>	<b>VAR %</b>
ALEMANIA	332.840	347.535	14.695	4,42%
AUSTRIA	21.894	23.113	1.219	5,57%
BELGICA	24.217	32.473	8.256	34,09%
DINAMARCA	20.812	23.144	2.332	11,21%
FEDERACION RUSA	0	510	510	-
FINLANDIA	16.296	15.219	-1.077	-6,61%
FRANCIA	9.604	11.112	1.508	15,70%
REINO UNIDO	370.682	363.626	-7.056	-1,90%
HOLANDA	90.094	99.158	9.064	10,06%
IRLANDA	74.200	61.957	-12.243	-16,50%
ITALIA	14.936	19.662	4.726	31,64%
NORUEGA	45.977	45.807	-170	-0,37%
REPUBLICA CHECA	7.420	9.645	2.225	29,99%
POLONIA	3.073	3.788	715	23,27%
SUECIA	33.270	31.347	-1.923	-5,78%
SUIZA	18.842	30.306	11.464	60,84%
PORTUGAL	21.977	18.375	-3.602	-16,39%
LUXEMBURGO	7.020	7.503	483	6,88%
ISLANDIA	784	751	-33	-4,21%
ESPAÑA	331.533	339.879	8.346	2,52%
OTROS PAISES	25.559	30.424	4.865	19,03%
<b>TOTALES</b>	<b>1.471.030</b>	<b>1.515.334</b>	<b>44.304</b>	<b>3,01%</b>

Fuente: AENA. Gobierno de Canarias.

## **2. Indicadores del sector alojativo.**

### **2.1 *Ocupación hotelera y extrahotelera. Octubre 2006.***

#### **Ocupación hotelera. Islas y municipios.**

- Grado de ocupación.

Analizando este indicador a nivel de islas, observamos que Gran Canaria alcanza el 75,88% de ocupación, frente al 74,05% de la Isla de Tenerife y al 77,44% de Fuerteventura.

Fuera del Archipiélago Canario, son la Costa de Barcelona y la Costa Blanca los que muestran el nivel más alto, con cifras del 83,07% y 75,50%, respectivamente.

En cuanto a los municipios canarios, es Arona el que registra un mayor índice de ocupación (90,02%), frente al 82,66% de Tías y el 79,20% calculado para el caso de San Bartolomé de Tirajana.

- Nivel de reservas.

El porcentaje de reservas realizadas a dos meses vista muestra a la Isla de Gran Canaria como líder, con el 68,00% de reservas; a continuación se sitúan Fuerteventura y Tenerife.

Para reservas a tres meses vista (esto es, enero de 2007) es Gran Canaria asimismo la primera a nivel nacional, ya que cuenta con un 63,25% de reservas confirmadas.

En cuanto a los municipios canarios, es Arona el más destacado, por delante de Adeje y San Bartolomé de Tirajana.

- Estancia media.

Las mayores estancias medias por destino recogidas se alcanzan en Fuerteventura, con 8,13 días, muy por delante de los datos de Tenerife, que queda en 6,76 días.

Si analizamos los municipios turísticos, es Pájara el que obtiene un registro más alto (8,56 días), dato tras el cual se sitúan Tías (7,66 días) y Arona (7,56 días de alojamiento en promedio).

## Encuesta de Ocupación Hotelera. Octubre de 2006. Zonas y puntos turísticos.

	Viajeros		Pernoctaciones		Grado ocup.			Ocup. habit. Esperado		Estancia media	Total personal empleado
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Por plazas	Por plazas fin de semana	Por habitaciones	A dos meses vista	A tres meses vista		
<b>Datos por zonas y municipios turísticos</b>											
<b>Zonas turísticas</b>											
Costa Blanca	168.976	125.569	677.351	718.512	70,62	78,15	75,50	53,42	49,03	4,74	9.212
Costa de Barcelona	148.475	340.603	287.027	778.278	69,90	78,47	83,07	54,94	51,15	2,18	9.562
Isla de Tenerife	98.603	166.151	435.457	1.354.450	68,54	73,09	74,05	61,22	57,04	6,76	15.877
Isla de Gran Canaria	54.461	118.276	186.510	927.236	68,08	73,26	75,88	68,00	63,25	6,45	9.311
Isla de Fuerteventura	10.467	58.817	40.081	523.544	67,56	70,40	77,44	63,02	52,43	8,13	4.822
Isla de Lanzarote	28.536	55.971	120.784	392.479	65,61	64,47	70,28	56,47	52,45	6,07	4.537
Costa del Maresme	31.058	61.772	71.698	360.802	63,41	63,19	63,51	23,38	10,84	4,66	1.974
Isla de Mallorca	82.838	524.070	285.525	3.634.475	62,43	61,91	61,22	39,72	26,85	6,46	27.075
Costa del Sol	175.763	211.320	456.912	876.938	56,48	63,49	65,76	41,51	36,41	3,45	13.094
Costa Daurada	117.027	107.333	244.732	514.431	53,79	62,50	57,22	25,95	16,13	3,38	5.336
Costa Brava	99.863	126.915	242.382	499.314	44,61	51,02	49,18	35,06	28,28	3,27	6.312
Costa de la Luz de Cádiz	108.819	63.060	228.991	265.184	47,01	58,04	56,39	31,45	27,10	2,88	6.064
<b>Municipios turísticos</b>											
Nerja	8.486	34.089	9.743	88.612	85,74	68,50	66,26	48,42	40,74	2,31	585
Benidorm	71.940	73.013	453.312	551.377	82,73	89,81	86,57	60,25	55,26	6,93	5.546
Arona	12.452	45.093	67.778	367.317	79,64	82,65	90,02	70,28	65,38	7,56	3.192
Torremolinos	61.208	50.194	217.059	260.776	74,21	70,03	77,54	61,78	53,84	4,29	2.670
Tías	4.971	22.253	27.641	180.831	74,15	73,01	82,66	62,27	48,49	7,66	1.554
Adeje	25.015	85.814	115.940	689.481	72,73	76,97	77,73	69,11	65,14	7,27	6.874
Pájara	2.902	37.891	16.048	333.218	71,30	76,57	78,10	63,14	48,93	8,56	3.139
San Bartolomé de Tirajá	19.817	82.686	92.098	682.155	71,17	76,83	79,20	68,58	63,21	7,55	6.615
Barcelona	145.058	340.079	278.838	780.112	70,26	78,76	83,24	55,29	51,28	2,18	9.488
Calella	12.040	20.633	26.307	123.778	69,59	64,11	61,00	23,99	4,34	4,59	607

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

## Viajeros, pernoctaciones, estancia media. Provincias y CC.AA. Sector hotelero. Octubre 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	
<b>TOTAL</b>	7.384.473	4.168.204	3.216.269	23.348.550	9.360.163	13.988.387	3,16
<b>Andalucía</b>	1.438.329	834.966	603.363	3.741.266	1.843.870	1.897.395	2,60
Almería	85.928	65.503	20.425	338.748	210.135	128.613	3,94
Cádiz	219.151	136.917	82.233	577.373	278.068	299.304	2,63
Málaga	429.855	198.155	231.700	1.414.597	499.252	915.345	3,29
Sevilla	233.160	124.760	108.399	437.529	227.998	209.531	1,88
<b>Balears (Illes)</b>	730.981	133.706	597.275	4.653.165	432.834	4.220.331	6,37
<b>Canarias</b>	611.761	204.087	407.674	4.073.638	819.166	3.254.472	6,66
Palmas (Las)	326.528	93.464	233.063	2.190.633	347.375	1.843.258	6,71
Santa Cruz de Tenerife	285.233	110.622	174.611	1.883.005	471.791	1.411.214	6,60
<b>Cataluña</b>	1.233.748	540.776	692.971	3.424.143	1.136.153	2.287.991	2,78
Barcelona	711.294	260.327	450.967	1.773.730	514.823	1.258.907	2,49
Girona	242.911	115.039	127.872	778.324	276.079	502.245	3,20
Lleida	55.182	48.383	6.799	112.926	100.519	12.407	2,05
Tarragona	224.360	117.027	107.333	759.164	244.732	514.431	3,38
<b>Comunidad Valenciana</b>	657.077	435.874	221.204	2.222.339	1.261.845	960.494	3,38
Alicante	312.469	182.945	129.524	1.433.852	702.108	731.744	4,59
Castellón	100.382	77.713	22.669	297.752	220.121	77.631	2,97
Valencia	244.227	175.216	69.011	490.735	339.616	151.119	2,01
<b>Madrid (Comunidad de)</b>	844.446	492.221	352.225	1.611.579	867.289	744.290	1,91

## Establecimientos, plazas, grado de ocupación, reservas, empleados. Provincias y CC.AA. Sector hotelero. Octubre 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	
<b>TOTAL</b>	14.256	1.365.861	54,55	61,42	60,38	42,86	37,64	205.340
<b>Andalucía</b>	2.349	235.703	50,75	61,44	59,04	35,16	31,32	36.897
Cádiz	398	40.174	45,87	57,69	54,55	29,75	24,62	7.167
Málaga	562	82.130	55,07	62,37	63,74	40,51	34,68	14.456
Sevilla	300	24.733	56,48	71,57	67,97	35,25	33,92	3.908
<b>Balears (Illes)</b>	903	249.880	59,36	58,35	57,60	43,52	32,06	32.891
<b>Canarias</b>	498	192.269	67,09	70,68	73,75	62,20	57,13	35.710
Palmas (Las)	229	102.947	67,35	70,43	74,94	64,24	58,20	18.670
Santa Cruz de Tenerife	269	89.322	66,79	70,97	72,39	59,87	55,90	17.040
<b>Cataluña</b>	1.859	203.837	53,57	60,97	60,70	40,98	35,84	28.269
Barcelona	849	90.051	62,93	69,11	72,85	50,98	48,04	14.621
Girona	497	56.584	44,01	51,62	48,48	35,32	29,20	6.809
Lleida	268	12.593	28,80	39,89	33,91	39,87	37,82	1.503
Tarragona	245	44.608	53,79	62,50	57,22	25,95	16,13	5.336
<b>Comunidad Valenciana</b>	997	116.436	60,90	69,68	67,85	49,78	46,04	16.564
Alicante	462	66.528	68,60	76,00	73,42	52,33	48,02	9.594
Castellón	186	17.519	54,33	62,79	60,79	49,86	49,23	2.129
Valencia	349	32.389	48,64	60,10	59,97	44,45	40,33	4.841
<b>Madrid (Comunidad de)</b>	1.147	87.185	59,31	70,70	75,62	57,75	57,08	14.487

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 de visitantes en establecimientos extrahoteleros, con 138.195; este liderazgo se mantiene en huéspedes extranjeros (120.017), siendo Tenerife la que sobresale en extranjeros (18.279 frente a los cercanos 18.178 de Gran Canaria).

En el total de clientes alojados, por detrás de Gran Canaria, se sitúan la citada Tenerife (110.320) y Lanzarote, con 87.728 huéspedes.

Descendiendo a nivel municipal, San Bartolomé de Tirajana muestra una notable primacía, con un total de 84.892 viajeros, frente al siguiente, Tías, en donde se registró la estancia de 46.953 personas en alojamientos extrahoteleros.

- Grado de ocupación.

Analizando este indicador a nivel de islas, el nivel de ocupación más elevado lo registran Lanzarote y Tenerife, con cifras del 66,13% y 64,70%, respectivamente; en el resto de España, destaca la Costa del Sol, con cifras del 59,29% en octubre.

Considerando los municipios turísticos canarios, es el núcleo mayorero de La Oliva el que destaca, registrando niveles del 71,72% de ocupación media.

- Estancia media.

Las mayores estancias medias recogidas en los destinos canarios se alcanzan en Lanzarote, con 8,85 jornadas, precediendo a Gran Canaria, con 8,44 días, y Tenerife, con 7,59.

El análisis municipal muestra a Teguiise como la zona de superior estancia, con 9,04 días, por delante de Mogán (8,89 días), el más destacado dentro de Gran Canaria, con mejores registros que los de San Bartolomé de Tirajana.

### Encuesta de Ocupación Extrahotelera. Octubre de 2006. Zonas y puntos turísticos.

Zonas turísticas	Viajeros		Pernoctaciones			Capacidad		Grado de ocupación		Personal empleado
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Estancia media	Plazas estimadas	Apartamentos est.	Por plazas	Por apartamentos	
Isla de Gran Canaria	18.178	120.017	80.405	1.085.344	8,44	88.012	28.927	42,44	55,20	4.910
Isla de Tenerife	18.279	92.041	94.364	742.833	7,59	53.990	17.027	49,88	64,70	3.929
Isla de Lanzarote	10.510	77.208	74.489	701.747	8,85	48.616	15.064	50,76	66,13	3.827
Isla de Mallorca	3.824	74.657	20.833	593.831	7,83	42.431	14.765	46,09	52,28	4.567
Costa Blanca	9.451	34.867	77.965	353.704	9,74	48.049	10.499	28,72	47,27	1.466
Isla de Fuerteventura	8.335	51.144	34.078	344.180	6,36	26.451	8.981	45,67	60,57	2.413
Costa del Sol	5.438	32.752	21.314	264.989	7,50	21.021	6.169	43,54	59,29	1.464
Isla de Menorca	1.778	23.146	4.954	186.291	7,67	12.520	4.099	46,82	45,24	1.106
Islas de Ibiza-Formentera	2.164	14.566	11.505	118.803	7,79	12.303	4.258	33,95	38,54	772
Costa Daurada	4.342	8.929	26.495	82.654	8,22	20.673	4.149	16,91	26,18	581

Puntos turísticos	Viajeros		Pernoctaciones			Capacidad		Grado de ocupación		Personal empleado
	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Estancia media	Plazas estimadas	Apartamentos est.	Por plazas	Por apartamentos	
San Bartolomé de Tirajana	8.774	77.118	35.513	711.583	8,70	60.997	19.800	39,38	52,95	3.097
Tías	5.887	41.066	40.953	369.633	8,74	26.802	8.552	48,92	64,95	1.708
Mogán	2.870	39.133	19.530	353.808	8,89	23.634	7.712	50,29	61,81	1.574
Arona	2.744	40.809	16.132	319.086	7,70	20.914	6.444	51,57	66,49	1.401
Adeje	2.420	30.014	15.848	255.946	8,38	17.502	5.116	50,05	67,95	1.352
Benidorm	4.034	21.557	37.258	205.593	9,49	18.811	4.501	41,28	61,25	636
Teguise	2.390	22.332	14.368	209.144	9,04	13.721	4.079	51,49	63,08	1.200
Calvia	1.254	17.619	7.758	154.221	8,58	9.941	3.685	52,24	60,92	930
Pájara	3.217	24.331	8.907	136.976	5,30	10.460	3.840	45,25	58,23	1.306
La Oliva	2.899	17.251	13.854	129.024	7,09	8.903	2.814	49,77	71,72	734

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

### **3. Indicadores de precios.**

#### **3.1 Índice de precios de consumo. Octubre de 2006.**

- General:

Durante octubre de 2006, el Índice de Precios al Consumo a nivel nacional ha crecido en 0,4 puntos porcentuales, lo que ha supuesto llevar el crecimiento en los últimos doce meses hasta el 2,5%; en Canarias se registran datos mensuales e interanuales del -0,1% y 1,8%, respectivamente.

A nivel provincial, observamos que Las Palmas obtiene un incremento mensual del 0,1%, mientras que la provincia occidental se redujo un 0,2%; en el último año, la situación describe un 1,9% de crecimiento en Las Palmas frente al 1,6% de Santa Cruz de Tenerife.

- Ámbito turístico:

El grupo que engloba hostelería y turismo ("Hoteles, cafés y restaurantes") registra a nivel nacional un crecimiento nulo en julio, que a nivel de Canarias se transforma en un ascenso mínimo de 0,1 puntos porcentuales.

A nivel interanual los niveles de esta partida se encuentran en el 4,4% en el conjunto de España, mientras que para Canarias la cifra queda en el 3,6%, ambos por encima de la media global de precios.

#### **3.2 Índices de precios e ingresos hoteleros. Índice de precios de apartamentos. Octubre de 2006.**

Hoteleros:

- Precios: todos los ámbitos analizados registran incrementos interanuales, con un +1,8% en el conjunto nacional y un +2,5% para Canarias.
- Ingresos: en este caso, las zonas consideradas obtienen asimismo crecimientos, con un 2,7% tanto para Canarias como para la media nacional.

Apartamentos: este indicador establece un crecimiento interanual de los precios del 5,58%, quedando la mayoría de las tarifas muy concentradas en torno a este nivel.



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

CANARIAS			NACIONAL		
OCTUBRE DE 2006	VAR. RESP. SEP	VAR OCT-OCT	VAR. RESP. SEP	VAR OCT-OCT	
TOTAL	-0,10	1,80	0,40	2,50	
Hoteles, cafes y restaurantes	0,10	3,60	0,00	4,40	

LAS PALMAS			S/C DE TENERIFE		
OCTUBRE DE 2006	VAR. RESP. SEP	VAR OCT-OCT	VAR. RESP. SEP	VAR OCT-OCT	
TOTAL	0,1	1,90	-0,20	1,60	
Hoteles, cafes y restaurantes	0,00	3,30	0,10	3,00	

**INDICES DE PRECIOS E INGRESOS HOTELEROS**

PRECIOS	VAR OCT-OCT
CANARIAS	2,50%
BALEARES	1,20%
ANDALUCIA	0,30%
NACIONAL	1,80%

INGRESOS	VAR OCT-OCT
CANARIAS	2,70%
BALEARES	1,00%
ANDALUCIA	2,30%
NACIONAL	2,70%

**INDICE DE PRECIOS DE APARTAMENTOS**

INDICE GENERAL Y TARIFAS OCTUBRE	Índice	Tasa de variación interanual
<b>TOTAL</b>	<b>116,87</b>	<b>5,58</b>
Tarifa normal	120,42	4,97
Tarifa estancias hasta un mes	118,45	0,74
Tarifa estancias superiores a un mes	108,04	9,32
Estudio	112,87	5,99
Apartamentos de 2/4 plazas	119,25	5,37
Apartamentos de 4/6 plazas	113,40	5,05

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



## **4. Indicadores de empleo.**

### **4.1 Encuesta de Población Activa. Tercer trimestre de 2006.**

#### **A) Canarias-Nacional**

Durante el tercer trimestre de 2006 el número de ocupados en España fue de 19.895.600, un 3,67% más que el mismo período del año 2005, así como un 1,03% por encima del segundo trimestre de 2006.

A nivel autonómico, Canarias alcanza los 887.500 ocupados, lo que representa un avance en términos interanuales (5,48%) y trimestrales (0,67%).

En términos de paro, indicar que Canarias registra un incremento en su nivel con respecto al mismo período de 2005, frente al crecimiento cero calculado para el conjunto de España.

Mientras, a nivel trimestral, Canarias incrementa su número de parados en un 5,45%, frente al descenso del 3,92% en todo el Estado.

Por su parte, y en términos de tasa de paro, los resultados son: 8,15% del conjunto de España por 11,88% de Canarias.

#### **B) Provincias**

Los resultados a nivel provincial definen, en términos de población ocupada, que Las Palmas cuenta con 465.100 ocupados, cifra que queda en 422.400 en el caso de la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

Con respecto al nivel de parados, dicha provincia registra una población desempleada de 51.200 personas, mientras que en Las Palmas este indicador queda en 68.500 en total.

Estos hechos han traído como consecuencia que las tasas de paro provinciales queden en el 12,84% de Las Palmas frente al 10,81% de Santa Cruz de Tenerife.

## **4.2 Parados registrados en las oficinas del INEM. Octubre de 2006.**

### **A) General**

Canarias-Nacional:

El número de parados inscritos en Canarias en octubre de 2006 fue de 126.004 personas, un 3,29% menos que en el mismo mes del año anterior.

Mientras, en el conjunto del territorio nacional, el volumen de desempleados alcanzó el 1.992.836 (-2,92% frente a octubre de 2005).

Gran Canaria:

Gran Canaria registra en julio un total de 59.634 parados inscritos en el Instituto Nacional de Empleo, un -3,44% interanual.

### **B) Hostelería**

Gran Canaria:

Los 7.483 desempleados encuadrados en el sector de la hostelería en Gran Canaria representan el 12,55% del total de parados registrados en la Isla.

Municipios:

En cuanto a los municipios eminentemente turísticos, registran niveles dispares, que van desde los 370 parados en Mogán hasta los 2.579 en Las Palmas de Gran Canaria.

## INDICADORES DE EMPLEO LIGADOS AL SECTOR TURÍSTICO

ENCUESTA DE POBLACION ACTIVA. 3T 2006.

PARADOS REGISTRADOS EN INEM. OCTUBRE 2006.

DATOS GENERALES (MILES)

EPA	CANARIAS	NACIONAL
OCUPADOS TOTAL	887,5	19895,6
VAR. TRIMESTRAL	0,67%	1,03%
VAR. INTERANUAL	5,48%	3,67%
PARADOS TOTAL	119,6	1765
VAR. TRIMESTRAL	5,45%	-3,92%
VAR. INTERANUAL	14,42%	0,00%
TASA DE PARO	11,88%	8,15%

EPA	LAS PALMAS	S/C DE TFE.
OCUPADOS TOTAL	465,1	422,4
PARADOS TOTAL	68,5	51,2
TASA DE PARO	12,84%	10,81%

INEM	CANARIAS	NACIONAL
PARADOS	126.004	1.992.836
VARIACION INTERANUAL	-3,29%	-2,92%

INEM	GRAN CANARIA	
	TOTAL	HOSTELERIA
PARADOS	59.634	7.483
VAR INTERANUAL	-3,44%	-1,59%
% HOSTELERIA SOBRE TOTAL		12,55%

INEM	SAN BARTOLOME	LAS PALMAS G.C.	MOGAN
PARADOS HOSTELERIA	1.117	2.579	370
VARIACION INTERANUAL	0,06%	-0,02%	0,01%

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.**

A día de hoy, las previsiones existentes muestran a Gran Canaria por encima de la tendencia general del mercado en cuanto a reservas de paquetes, lo que no evita estar en un nivel inferior al registrado doce meses atrás.

Si observamos los diferentes competidores de la Isla, observamos cómo mantienen, a lo sumo, la situación de Gran Canaria, mostrando muchos de ellos (Turquía, Egipto) descensos mucho más pronunciados.

Tras los resultados negativos de este mercado en los últimos meses, que han empañado la buena evolución del primer semestre, y los comentarios antes realizados, el mantenimiento de los niveles de afluencia del Invierno 2005-2006 (301.000 clientes) constituye un objetivo optimista.

Para ello, las ventas al segmento familias, la mejora de la conectividad aérea con el Reino Unido y una mejora de consumo privado y nivel de empleo en el Reino Unido se tornan fundamentales.

En cuanto a Irlanda, la evolución en 2006 no invita al optimismo, en un mercado en el que Gran Canaria está perdiendo competitividad frente a otros destinos cercanos.

A pesar del mantenimiento inicial de cupos, el descenso de las cifras de llegadas en el conjunto del invierno es probable.

- **Mercado alemán.**

El cierre del verano 2006 en el mercado alemán se traduce en importantes cifras de crecimiento, auspiciadas por varios factores: incrementos de frecuencias y plazas aéreas, mal de año de nuestros competidores y refuerzo de las campañas promocionales con los TT.OO., AA.VV. y líneas aéreas.

Las líneas aéreas, que ya se habían preparado para un buen verano, tuvieron incluso en ocasiones que reaccionar rápidamente a la creciente demanda.

Destacamos la estabilidad del mercado austriaco y el espectacular crecimiento en Suiza, basado en la credibilidad que vuelve a ganar el destino Gran Canaria entre los TT.OO., que han sabido perfectamente transmitir a sus clientes. La mejora de la conectividad aérea ha hecho el resto.

De cara al invierno, las previsiones son alentadoras y, aunque la demanda ha reaccionado lentamente y a partir de enero-febrero todavía hay mucho por vender, ya se puede hablar de importantes cifras.

El aumento de contingente de camas entre los TT.OO. se corresponde con el incremento de plazas de avión, que entre todas las líneas aéreas suman un +8% en comparación con invierno 2005/06; alrededor de 120 vuelos semanales se recibirán en la isla desde Alemania en la temporada invernal.

Preocupa notablemente la reacción que pueda tener el consumidor ante el aumento del IVA del 16% al 19% a partir del 1 de enero de 2007; aunque la continua bajada del paro hace albergar esperanzas de un cierto equilibrio coyuntural.

- **Mercado nacional.**

La evolución del mercado nacional en la pasada temporada de verano 2006 arroja la estabilización del crecimiento obtenido en el último quinquenio, aumento sin precedentes en nuestros mercados turísticos de origen.

A pesar de esta estabilización, lógica en todo caso, los operadores y clientes del mercado nacional continúan reaccionando de forma positiva hacia Gran Canaria, donde la cooperación con touroperadores y líneas aéreas es fundamental.

En cuanto a las previsiones del Invierno, la programación de los mayoristas nacionales se está ampliando en la Isla, enfocando su acción hacia viajes de corta duración asociados a fines de semana y puentes.

Si a esto unimos un creciente interés por la época navideña, observamos cómo avanza la desestacionalización del mercado nacional en Gran Canaria; otra prueba de ello es el mantenimiento de numerosas conexiones chárter durante todo el año.

- **Mercados latinos.**

*Italia:*

El sector turístico italiano en el ámbito de la turoperación se viene caracterizando por una continua adaptación a las vicisitudes del mercado; así, crece el uso de Internet para la compra de productos turísticos.

En líneas generales podremos esperar un incremento del turismo independiente servido por línea regular y bajo coste. La programación de vuelos chárter se centra principalmente en las Islas Canarias. Las Canarias se convierten en la principal apuesta del Grupo Alpitour y la isla de Fuerteventura se incluye en la programación de Columbus Teorema, Sprintours y Condor.

La asociación de TT.OO. Astoi prevé que las Islas Canarias serán el destino español preferido por los italianos para el invierno, con un crecimiento general del 15% para las islas (un 8% para Península). Tales estimaciones vienen confirmadas por los principales turoperadores, quienes anuncian un + 10% en las reservas hacia las Islas.

Egipto, el principal destino invernal italiano, no consigue recuperarse, aunque es posible que aumente si se cierran acuerdos con los principales TT.OO. para incentivar este destino.

Un destino que está realizando una óptima actuación de cara al invierno es el Sudeste Asiático (Islas Maldivas y Tailandia). Según datos de Astoi, es el único destino con un 100% de reservas para el puente de Diciembre y Fin de año.

#### *Francia:*

La preferencia de los franceses por tomar sus vacaciones en su propio país o en zonas muy cercanas (Cataluña) es cada vez mayor, lo cual resta potencial a los destinos de sol y playa como el nuestro. Por esa preferencia hacia los viajes internos, principalmente, la compañía aérea Ryanair ha decidido dejar de operar en este país.

El mantenimiento de los niveles de plazas aéreas para el Invierno en Gran Canaria, y la evolución positiva que muestra en lo que vamos de 2006 nos hacen albergar esperanzas sobre el mantenimiento de niveles de inviernos anteriores.

Aquellos franceses que deciden viajar se inclinan por destinos como Malta, Grecia y sus islas; y, a pesar del bajón sufrido, Túnez y Turquía continúan siendo destinos atractivos para este país, debido al bombardeo publicitario y a la promoción que hacen dirigida al gran público.

#### *Portugal:*

El turismo emisor portugués hacia Gran Canaria delata buenas previsiones para la temporada invernal, ya que, de un lado, las cifras de slots aéreos indican aumento en el volumen de plazas contratadas, y, de otro, los datos iniciales de reservas y ventas de los TT.OO. son positivas.

- **Mercado escandinavo.**

A grandes rasgos, la principal noticia es que parece cierta una recuperación cara al invierno en el mercado sueco; de esta forma, algunos TT.OO. están vendiendo sus paquetes a un precio que les está permitiendo obtener un buen margen de beneficio.

De otro lado, el nivel de reservas es bueno, pero harán una segunda campaña promocional para tratar de vender el máximo número posible a precio de catálogo.

El mercado noruego presenta una coyuntura económica óptima, la mejor de los últimos 15 años, y es de esperar que sigan con su tendencia positiva de los últimos años, donde han desbancado a Suecia como primer país emisor de Escandinavia.

Finlandia presenta una pauta de estabilidad de cara al invierno; ningún destino competidor ha conseguido cuajar en los gustos del público finés y las previsiones de cara al invierno son de mejorar ligeramente los niveles del año anterior.

Finalmente, Dinamarca espera redirigir a Canarias parte de la cuota de turistas que han dejado de ver atractivos los destinos árabes tras la llamada "crisis de las caricaturas" del invierno anterior, por lo que se espera una cierta recuperación de este mercado.

- **Benelux.**

*Holanda:*

A pesar de que España continúa siendo el destino preferido para este país, se percibe cierta disminución en el número de reservas y visitas.

En cuanto a las comunidades españolas que comienzan a recibir más visitantes provenientes de Holanda cabe destacar: Cataluña y Costa del Sol.

Canarias en general y con respecto al invierno 2005/2006 pierde en cuota de mercado un 4,10 % en reservas iniciales, aunque el notable incremento en las previsiones de plazas aéreas para Gran Canaria prevé una evolución más positiva en el caso de nuestra Isla.

*Bélgica:*

Cabe destacar el descenso que, como fruto de ciertos parámetros como seguridad, clima, enfermedades, etc., vienen sufriendo destinos como Túnez,



Turquía, Marruecos, que han visto una notable disminución en sus reservas como destinos de invierno, y que en Bélgica y Luxemburgo se ha dejado sentir notablemente, favoreciendo el aumento de visitantes belgas a Gran Canaria.

Dentro del mercado español, asistimos a la supremacía de Gran Canaria como destino de invierno. Nos encontramos en la primera posición de destinos españoles que son visitados con la contratación de un paquete turístico. Con respecto a las ventas de "seat only" ocupamos la octava posición.

Hemos de tener en cuenta a nivel global para el Benelux el hecho de que en este invierno las nevadas no hayan tenido aún lugar, lo que podría, por un lado, arrojar en los próximos meses datos alentadores pues los destinos de ski podría ser sustituidos por otros destinos; y por otro lado, que las vacaciones blancas podrían retardarse al primer trimestre del año en detrimento de nuestro destino.

- **Mercados del Este de Europa.**

El verano 2006 se cerró con cifras de notable avance para los principales mercados de esta área, creciendo Polonia y República Checa por encima del 20%.

Para el invierno, las perspectivas no son tan halagüeñas, aunque Gran Canaria sigue manteniendo su posición destacada en las preferencias vacacionales de checos y polacos, a los que habrá que añadir los mercados totalmente estacionales, como las repúblicas bálticas.

## ¿Cómo compran nuestros clientes vuelo y alojamiento? El rol de Internet. Encuesta de Gasto Turístico. ISTAC.

Dentro de los múltiples resultados que ofrece la Encuesta de Gasto Turístico del ISTAC, hemos optado por mostrar en el presente Informe de Coyuntura unos datos tremendamente útiles sobre el sistema de comercialización y compra por parte de nuestros clientes.

Así, analizamos de qué manera adquieren los turistas el vuelo y el alojamiento en Gran Canaria, conceptos que mantienen grandes semejanzas.

De un lado, en cuanto a la compra del vuelo, vemos que casi un 78% de los clientes la realiza a un touroperador o a una agencia de viajes, quedando en el entorno del 13% el volumen de clientes que lo adquiere de forma directa a la línea aérea.

Sin embargo, si observamos, dentro de cada categoría, los turistas que han realizado su compra a través de Internet, tenemos que prácticamente un tercio de los clientes llegados a Gran Canaria en lo que va de 2006 adquirieron su vuelo a través de la Red, en diferentes vías: Web de touroperador, web de compañía aérea y Portal de Internet.

En esta línea, es destacable que el 45% de los que adquirieron el vuelo a través de un touroperador, lo hicieron utilizando el site de Internet de éste, lo que da una idea del potencial que para los grandes operadores supone poner su fuerza de ventas a disposición de los usuarios de la Red.

<b>Compra del vuelo a Gran Canaria. Media Enero-Septiembre 2006.</b>	
<b>A UN TOUR OPERADOR</b>	<b>41,40%</b>
WEB TOUR OPERADOR	44,85%
DIRECTAMENTE AL TOUROPERADOR	53,05%
A TRAVÉS DE LA TV	2,10%
<b>A LA COMPAÑÍA AÉREA</b>	<b>12,75%</b>
WEB DE LA CÍA AÉREA	69,53%
DIRECTAMENTE CÍA AÉREA	26,78%
A TRAVÉS DE LA TV	3,69%
<b>A UNA AGENCIA DE VIAJES</b>	<b>36,85%</b>
<b>EN UN PORTAL DE INTERNET</b>	<b>4,95%</b>
<b>NO LO SABE</b>	<b>4,05%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico 2006. Instituto Canario de Estadística.

En cuanto al alojamiento, observamos que la estructura de compra es similar a la del caso del vuelo, aunque en menor medida, ya que por ejemplo el 72% de clientes recurre a TT.OO. o LL.AA., frente al 78% en el caso del vuelo. Este margen se explica en buena medida por el 6,83% de personas que declararon no necesitar compra de alojamiento (segundas residencias).

En cuanto a la presencia de Internet, se ve algo reducida, quedando en un 27% en total; en este punto, hemos de observar que solamente esta reducción se debe al bajo nivel de camas compradas por Internet directamente al alojamiento, que apenas llega al 5% del total.

<b>Compra del alojamiento en Gran Canaria. Media Enero-septiembre 2006.</b>	
<b>A UN TOUR OPERADOR</b>	<b>38,80%</b>
WEB TOUR OPERADOR	46,45%
DIRECTAMENTE AL TOUROPERADOR	51,90%
A TRAVÉS DE LA TV	1,65%
<b>AL ALOJAMIENTO DIRECTAMENTE</b>	<b>11,44%</b>
WEB DEL ALOJAMIENTO	44,51%
DIRECTAMENTE ESTABLECIMIENTO	45,75%
A TRAVÉS DE LA TV	4,67%
A TRAVÉS DE UNA INMOBILIARIA	5,06%
<b>A UNA AGENCIA DE VIAJES</b>	<b>33,27%</b>
<b>EN UN PORTAL DE INTERNET</b>	<b>3,74%</b>
<b>NO LO SABE</b>	<b>5,91%</b>
<b>NO LE HACIA FALTA</b>	<b>6,83%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico 2006. Instituto Canario de Estadística.

Los datos presentados en este anexo especial constituyen una orientación notable para los operadores públicos y privados.

Las cifras muestran una estructura que, pivotando sobre sí misma, se orienta de manera decidida a utilizar las nuevas tecnologías; esto es, mismos operadores, pero diferente canal de comercialización.

La excepción en este punto la constituyen las compras en los portales específicos de viajes en Internet, que, aunque con cifras incipientes (menores al 5%) van tomando posiciones rápidamente.

## ***Las claves del Informe***

### ***Situación verano 2006:***

#### a) Gran Canaria:

- Entrada de turistas: Crecimiento del 3%. Primer aumento en verano en los últimos 5 años, a pesar de la caída ofrecida en octubre (-4,23%).
- Gasto Turístico: líder a nivel regional, aunque con descenso respecto de niveles de 2005. Importancia de mejorar ingresos por cliente.
- Mercados:
  - Alemania: +4,42%.
  - Gran dinamismo mercados centroeuropeos: Benelux, Suiza, Austria.
  - Liger retroceso del 2% en Reino Unido, tras punto de inflexión en trimestre agosto-octubre.
  - Caídas en Irlanda y Portugal.

#### b) Situación global del mercado:

- Entorno favorable.
- Robustez macroeconómica de la Zona Euro.
- Caída de los precios del petróleo.
- Creciente importancia del factor *confianza* (cercanía, seguridad) en la toma de decisiones vacacionales.

### ***Previsiones invierno 2006-2007:***

- Previsiones de partida ligeramente optimistas si se mantienen las condiciones globales del mercado.
- 4% previsto de incremento en el volumen de plazas aéreas reservadas a Gran Canaria en el período invernal.
- Mercados:
  - Buenas perspectivas para Benelux y mercados de habla germana, principalmente.
  - Posible estabilidad global en Escandinavia.
  - Incertidumbre en el caso de Irlanda y Reino Unido.