

CONTENIDO:

<i>Estadísticas</i>	2
<i>Editorial (cont.)</i>	3
<i>Nuestro Tema (cont.)</i>	3
<i>Links útiles</i>	4
<i>Convocatorias</i>	4
<i>Directorio</i>	4

“...el Turismo es el principal sector productor español cuyo peso en el PIB en 2005 ocupó al 12,4% de la población activa y los ingresos por turismo internacional aumentaron un 5,8% el año pasado”.

“El marketing online facilita al cliente el conocimiento del producto desde su casa sin tener que acudir a ferias o a agencias de viaje además, su bajo coste y su amplio grado de segmentación, lo convierte en un novedoso y valioso método promocional.”

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL

Durante el primer semestre de 2006, habían entrado en nuestro país 25,5 millones de turistas extranjeros, lo que supone un incremento del 6% respecto del mismo periodo del año anterior, según los datos de la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).

Los seis destinos habituales de nuestro país acapararon el 90,4% de los turistas y un 61,6% de ellos procedía de los tres principales mercados emisores que son Francia, Reino Unido y Alemania).



Cataluña sigue siendo líder como destino español acogiendo a 6,5 millones de turistas durante este primer semestre, habiendo experimentado un significativo aumento del 10,8% respecto del año anterior impulsado por el mercado francés que aumentó un 13,1%. Canarias se mantiene en segundo puesto como destino al haber recibido 4,7 millones de turistas, un 3,2% más

que el año pasado principalmente por el incremento de sus mercados visitantes principalmente por el británico y por el alemán que crecieron un 1% y un 5,3% respectivamente.

Baleares, en tercer lugar, recibió 4 millones de turistas, un 5,3% más que el mismo periodo del año anterior siendo el Alemania, con un incremento del 5,5% y el Reino Unido con un 2,7% los principales países visitantes que acapararon el 76% de todas las llegadas internacionales.

El cuarto puesto lo mantiene Andalucía con 3,7 millones y con un incremento del 2,6%

DESTINOS EMERGENTES Y NUEVAS FORMAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

La aparición de destinos emergentes en el Mediterráneo, como Turquía, Croacia, Túnez, Eslovenia... está provocando que España se replantee la necesidad de reorientar sus servicios turísticos ya que, contra estos nuevos destinos no se puede competir con nuestros precios. A nuestro favor, no sólo tenemos mejores infraestructuras, sino que gozamos de una probada y reconocida experiencia que nos avala frente a estos destinos aún sin consolidarse en calidad y servicios de atención al cliente.

Los destinos emergentes antes citados, además del clásico “sol y playa”,

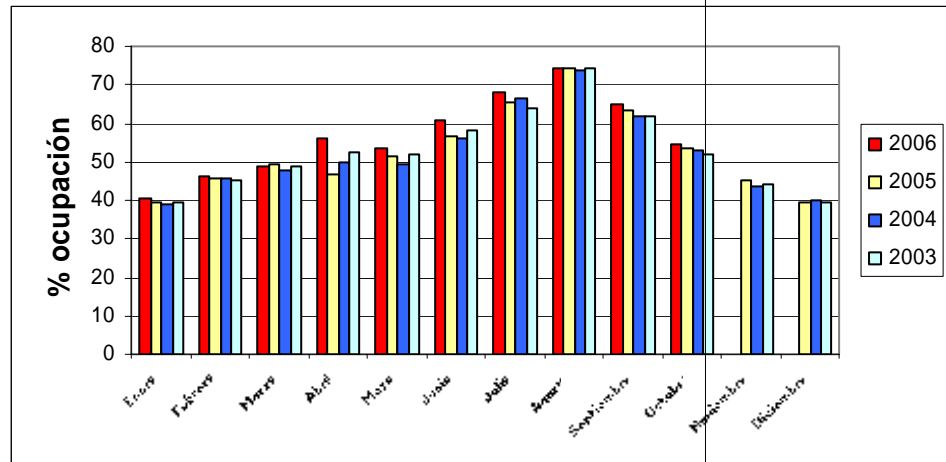
ofrecen spas, balnearios, deportes de invierno, caza y pesca deportiva y una gran riqueza cultural sin embargo, aunque la penetración de Internet en estos países se ha incrementado sensiblemente, casi ninguno ofrece aún reservas on-line lo que hace que el turista acostumbrado a diseñar su propio viaje, no se anime a visitar estos países.

A su vez, el incremento del

poder adquisitivo y del nivel cultural en los países más desarrollados además del manejo actual que hay de la información a través de Internet han hecho que las nuevas tendencias de la demanda turística vayan derivando hacia otras actividades más allá del sol y playa, como el turismo de aventura, el cultural, el exótico o el deportivo, entre otros, así como hacia nuevas formas de contratación del viaje a través de las reservas on-line en las que el turista se organiza tanto el itinerario como el alojamiento y las visitas “a la carta” (cuatro de cada diez españoles planifica su viaje a través de Internet).

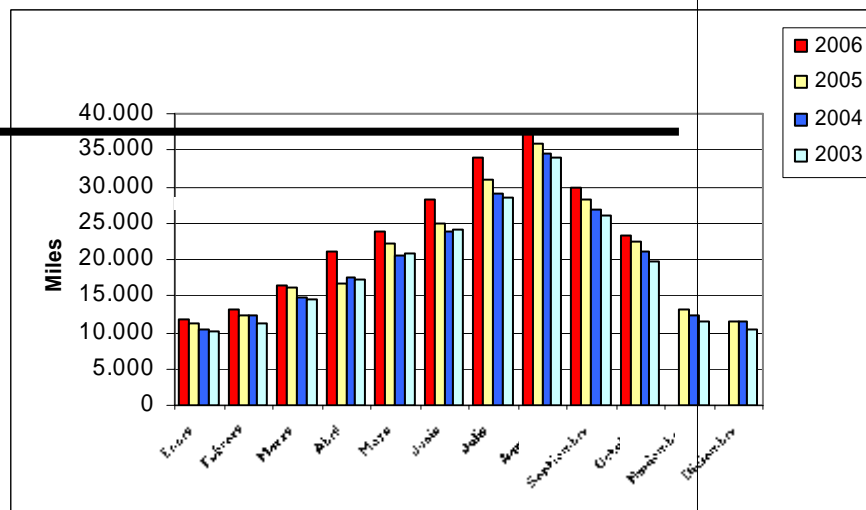


GRADO DE OCUPACIÓN EN EL TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS



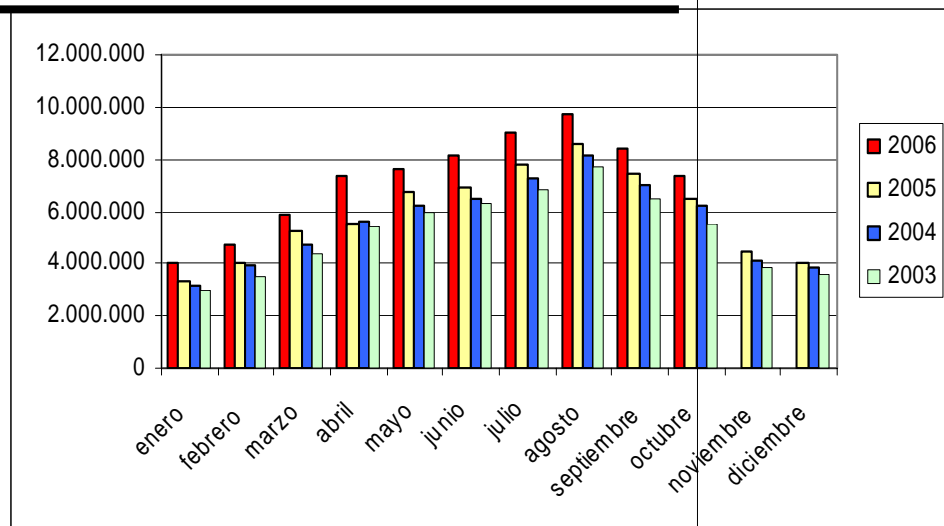
El grado de ocupación durante el 2006 ha aumentado respecto a 2005 consiguiendo, en algunos meses, superar el de años anteriores.

TOTAL DE PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS



También el total de pernoctaciones ha aumentado respecto a años anteriores, sobre todo en los meses abril a julio.

TOTAL VIAJEROS



El total de viajeros ha experimentado un fuerte incremento que viene apreciándose desde principios de año con lo que las expectativas pronosticadas para final de año en cuanto al total de viajeros se cum-

(VIENE PAG. 1)

siendo los británicos sus principales visitantes. La Comunidad Valenciana se sitúa en quinto lugar siendo el único destino que ha disminuido su número de turistas extranjeros y, por último, Madrid, como sexto destino, ha sido la comunidad que más ha incrementado su número de visitantes extranjeros con un 16,9%, esto es, 1,8 millones de turistas.

Como en años anteriores, el mercado británico sigue siendo el principal mercado emisor seguido de Alemania y Francia incrementando todos ellos su cuota de visitantes durante este primer trimestre del año respecto del año anterior. Italia, cuarto en el ranking con el 5,5% de los turistas extranjeros que visitan nuestro país, ha experimentado un espectacular crecimiento alcanzando casi el 18%.

A pesar de estos buenos datos, nuestro mercado sigue soportando ciertas debi-

lidades como la concentración de la oferta y la demanda, la obsolescencia de infraestructuras turísticas o la inflación. Pero una de las principales debilidades a las que se enfrenta el sector es la baja productividad. Para superar estas debilidades, se han tomado varias medidas entre las que se incluyen la modificación de las tablas de amortización aplicables a las empresas del sector o la aprobación del Plan de Promoción Exterior de 2006 dotado con 71,6 millones de euros, un 18,8% más que en 2005, con el fin de consolidar el consumo de productos de mayor rentabilidad. Además, para mejorar la comercialización de nuestros productos, se han tomado otras medidas como la creación del portal spain.info, publicidad y marketing on line o creación del directorio de centrales de reservas.



La Creación del Consejo Español de Turismo, la mejora de la información estadística, el incremento de la participación de los agentes públicos y privados y el fomento de la internacionalización de la empresa turística española han sido también medidas tomadas para superar las debilidades del sector

El ministro de Turismo Joan Clos acaba de elaborar un informe que concluye que el Turismo es el principal sector productor español cuyo peso en el PIB en 2005 ocupó al 12,4% de la población activa y los ingresos por turismo internacional aumentaron un 5,8% el año pasado. Este informe

también sitúa a España como segundo destino turístico internacional, después de Francia y también, segundo en ingresos.

Situados ya a últimos de año, ya podemos afirmar que España alcanzará otro récord de visitantes en 2006 además, según Francesco Frangialli, secretario general de la Organización Mundial de Turismo, nuestro país superará este año a sus competidores del Mediterráneo.

(Fuente: Hosteltur)

La promoción del destino es de suma importancia si se quiere seguir siendo líder. Todos los esfuerzos deben concentrarse en "vender" el producto no sólo utilizando las técnicas tradicionales sino aprovechando todas las herramientas que hoy en día nos proporcionan las nuevas tecnologías como Internet. El marketing on-line facilita al cliente el conocimiento del producto desde su casa sin tener que acudir a ferias o a agencias de viaje, además, su bajo coste y su amplio grado de segmentación, lo convierte en un novedoso y valorado método promocional. Es importante definir los objetivos de la promoción. En algunos casos será el mantenimiento del mercado y en otros, la desestacionalización o la diversificación, por poner algunos ejemplos. Una vez definidos los objetivos, el siguiente paso consistiría en definir el destinatario de esta promoción que puede ser el potencial turista o los intermediarios y empresas del sector o la combinación de ambos.

Para conseguir una promoción eficaz, la unión del sector público y privado es

fundamental y necesaria. Existen varias formas de materializar esta colaboración como son los patronatos de turismo, los consorcios turísticos o las fundaciones.

Otros destinos que ya amenazan el turismo español y el europeo en general, son los destinos asiáticos ayudados por sus emergentes economías, principalmente la china y la india. China se convertirá en 2020 en el principal destino turístico del mundo aunque, a su vez, será también el principal mercado emisor a medida que su economía se vaya fortaleciendo, de hecho, el crecimiento de las compañías de bajo coste están contribuyendo a que los chinos viajen a otros países.

En China está prevista la construcción de 48 nuevos aeropuertos en los próximos cinco años, además, las grandes cadenas hoteleras ya proyectan su expansión en esta zona así co-

mo los grandes parques temáticos como Disney que ya tiene abierto su primer centro en Hong Kong.

Las compañías hoteleras españolas todavía siguen prefiriendo el Caribe para su expansión. Jamaica y Brasil son los nuevos países donde nuestros hoteles han enfocado sus inversiones.

www.uhy-fay.com



Madrid

C/ Velázquez, 70
28001 Madrid

Tel: 91 426 07 23

Barcelona

C/ Provenza, 276
08008 Barcelona

Tel: 93 419 88 21

Málaga

Pl. de la Solidaridad, 7
Edif. Araucaria, 11 6º B
29002 Málaga

Tel: 95 206 04 69

Marbella

Centro de Negocios
Puerta de Banús
Nueva Andalucía
29660 Marbella

Tel: 95 276 40 65
Fax: 95 282 59 34

E-mail: mailbox@uhy-fay.com

www.afe.es Asociación de Ferias españolas. Todo lo relativo a las diferentes ferias y exposiciones: calendario, contenido, contactos, etc.

www.world-tourism.org/español/ Página oficial de la Organización Mundial del Turismo en español

www.ine.es Instituto Nacional de Estadística

www.iet.tourspain.es Instituto de Estudios Turísticos de España.

www.euro-online.org Información completa sobre todo lo se refiere al euro

- www.spain.info: información turística de España

CONVOCATORIAS

ENERO

31-04 febrero : **FITUR**. Feria de Madrid IFEMA. Madrid

FEBRERO

13-16: **ENOMAQ**: Salón internacional de Maquinaria y Equipos para Bodegas. Feria de Zaragoza.

17-21: **FORUM GASTRONÓMICO GIRONA**: Fira de Girona.

15-18: **NORMUEBLE**: Feria internacional de muestras de Gijón.

26-28: **ANATO**: Feria Internacional de Turismo. Bogotá. COLOMBIA

28-02 marzo: **GENERA**: Feria internacional de Energía y Medioambiente. Ifema. Madrid

MARZO

03-06: **HOSTELEQUIP**: Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

02-05: **BARCELONA DEGUSTA**: Todo sobre el comer. Fira de Barcelona.

03-05: **FIRATAST**: Alimentación, restaurantes, hostelería. Fira de Girona. Girona.

UHY Fay & Co Hospitality

Consultoría Financiera

Asesoramiento Tributario

Asesoramiento Laboral

Sistemas de información y gestión (CRM, ERP, etc.)

Medioambiente y prevención de riesgos laborales

Fusiones, adquisiciones, valoraciones y franquicias

Certificaciones de calidad

Gestión del conocimiento del negocio y formación

Velázquez, 70. 28001 Madrid. Tel. :91 4260723, Fax 91 4260724

www.uhy-fay.com