



INFORME D'ACTIVITAT HOTELERA A CATALUNYA

ANY 2008

SITUACIÓ I PREVISIONS PEL 2009

UAB

Universitat Autònoma
de Barcelona



**Escola Universitària
de Turisme i Direcció Hotelera**

Adscrita a la **UAB**

INFORME D'ACTIVITAT HOTELERA A CATALUNYA ANY 2008: Situació i Previsions 2009
--

Abril 2009

**Equip Cinert
EUTDH-UAB**

Investigadors:

**Albert Vancells
Francesc Josep Uroz
Juan Antonio Duro
Daniel Blabia
Víctor Giménez
David Martínez**

SUMARI

Índex de Taules i Gràfics

Sigles utilitzades en el text

Marques turístiques

1.- Introducció

2.- Establiments hotelers a Catalunya: anàlisi censal de l'oferta

3.- Inflació i variació dels ingressos hotelers

4.- L'evolució dels indicadors de demanda turística agregada al 2008: viatgers, pernoctacions i estades en allotjaments hotelers

5.- Anàlisi comptable de les empreses hoteleres a Catalunya

6.- Prediccions per a la demanda hotelera a Catalunya per l'exercici del 2009

7.- Una anàlisi local: l'evolució de l'activitat hotelera als principals municipis turístics catalans

8.- Consideracions finals

9.- Bibliografia

ÍNDEX DE TAULES I GRÀFICS

Gràfica 2.1. Participació relativa de les marques turístiques en termes d'indicadors censals d'oferta hotelera, 2008

Gràfica 2.2. Evolució del número d'establiments hotelers a Catalunya, 2007-2008

Gràfica 2.3. Evolució del número d'establiments hotelers a Catalunya per marques turístiques, 2008

Gràfica 2.4. Evolució del número d'habitacions hoteleres a Catalunya per marques turístiques, 2008

Gràfica 2.5. Evolució del número de places hoteleres a Catalunya per marques turístiques, 2008

Gràfica 2.6. Evolució de la mida mitjana (places per establiment) per marques turístiques catalanes, 2007-2008

Taula 2.1. Descomposició bifactorial del creixement de les places hoteleres a Catalunya per marques i l'any 2008

Gràfica 2.7. Evolució de la taxa d'ocupació en establiments hotelers per províncies catalanes, 2007-2008

Gràfica 3.1. Variació interanual de l'IPH als mesos d'estiu a Catalunya, 2007-2008

Gràfica 3.2. Variació interanual de l'IPH als mesos d'estiu a Catalunya, 2001-2008

Gràfica 3.3. Variació interanual de l'IH als mesos d'estiu a Catalunya, 2007-2008

Gràfica 3.4. Variació interanual de l'IH als mesos d'estiu a Catalunya, 2003-2008

Taula 4.1. Viatgers, pernoctacions i estades en establiments hotelers a Catalunya per demarcacions, 2008

Gràfica 4.1. Creixement del nombre de viatgers hotelers en les demarcacions catalanes, 2008

Gràfica 4.2. Creixement de pernoctacions hoteleres en les demarcacions catalanes, 2008

Gràfica 4.3. Variació de l'estada mitjana en establiments hotelers en les demarcacions catalanes, 2008

Taula 4.2. Viatgers i pernoctacions en establiments hotelers a Catalunya per mercats emissors, 2007 i 2008

Taula 4.3. Viatgers i pernoctacions en establiments hotelers a la demarcació de Barcelona per mercats emissors, 2007 i 2008

Taula 4.4. Viatgers i pernoctacions en establiments hotelers a la demarcació de Girona per mercats emissors, 2007 i 2008

Taula 4.5. Viatgers i pernoctacions en establiments hotelers a la demarcació de Lleida per mercats emissors, 2007 i 2008

Taula 4.6. Viatgers i pernoctacions en establiments hotelers a la demarcació de Tarragona per mercats emissors, 2007 i 2008

Taula 4.7. Concentració temporal de la demanda hotelera a Catalunya per demarcacions, 2007 i 2008

Gràfica 4.4. Concentració temporal de viatgers hotelers per demarcacions catalanes, 2007 i 2008

Gràfica 4.5. Concentració temporal de pernoctacions hoteleres per demarcacions catalanes, 2007 i 2008

Taula 5.1. Magnituds agregades de balanç i comptes de resultats 2005 i 2007

Taula 5.2. Posició de Tresoreria, Liquiditat. 2005 i 2007

Gràfica 5.1. Evolució dels components del ROA segons segments d'ocupació. 2005 i 2007

Taula 5.3. Evolució del ROE amb resultats extraordinaris per segments d'ocupació, 2005 i 2007

Taula 5.4. Evolució ROE sense resultats extraordinaris segons segments d'ocupació, 2005 i 2007

Taula 6.1. Demanda hotelera per demarcacions catalanes al 2008 i previsions pel 2009

Gràfica 6.1. Creixement de la demanda hotelera per demarcacions catalanes, previsions pel 2009

Gràfica 6.2. Creixement de l'estada mitjana hotelera per demarcacions catalanes, previsions pel 2009

Taula 6.2. Demanda hotelera a Catalunya distribuïda per mercats emissors al 2008 i previsions pel 2009

Gràfica 6.3. Creixement del nombre de viatgers hotelers a Catalunya per mercats emissors, previsions pel 2009

Gràfica 6.4. Creixement del nombre de pernoctacions hoteleres a Catalunya per mercats emissors, previsions pel 2009

Taula 6.3. Demanda hotelera a la demarcació de Barcelona distribuïda per mercats emissors al 2008 i previsions pel 2009

Taula 6.4. Demanda hotelera a la demarcació de Girona distribuïda per mercats emissors al 2008 i previsions pel 2009

Taula 6.5. Demanda hotelera a la demarcació de Lleida distribuïda per mercats emissors al 2008 i previsions pel 2009

Taula 6.6. Demanda hotelera a la demarcació de Tarragona distribuïda per mercats emissors al 2008 i previsions pel 2009

Taula 7.1. Establiments i places hoteleres al municipi de Barcelona, 2007 i 2008

Taula 7.2. Establiments i places hoteleres al municipi de Lloret de Mar, 2007 i 2008

Taula 7.3. Establiments i places hotelers al municipi de Lleida, 2007 i 2008

Taula 7.4. Establiments i places hoteleres al municipi de Vielha e Mijaran, 2007 i 2008

Taula 7.5. Establiments i places hoteleres al municipi de Cambrils, 2007 i 2008

Taula 7.6. Establiments i places hoteleres al municipi de Tarragona, 2007 i 2008

Taula 7.7. Establiments i places hoteleres al municipi de Salou, 2007 i 2008

Taula 7.8. Demanda hotelera al municipi de Barcelona, 2007 i 2008

Taula 7.9. Taxes d'ocupació hotelera al municipi de Barcelona, 2007 i 2008

Taula 7.10. Demanda hotelera al municipi de Lloret de Mar, 2007 i 2008

Taula 7.11. Taxes d'ocupació hotelera al municipi de Lloret de Mar, 2007 i 2008

Taula 7.12. Demanda hotelera al municipi de Lleida, 2007 i 2008

Taula 7.13. Taxes d'ocupació hotelera al municipi de Lleida, 2007 i 2008

Taula 7.14. Demanda hotelera al municipi de Vielha i Mijaran, 2007 i 2008

Taula 7.15. Taxes d'ocupació hotelera al municipi de Vielha i Mijaran, 2007 i 2008

Taula 7.16. Demanda hotelera al municipi de Cambrils, 2007 i 2008

Taula 7.17. Taxes d'ocupació hotelera al municipi de Cambrils, 2007-2008

Taula 7.18. Demanda hotelera al municipi de Tarragona, 2007 i 2008

Taula 7.19. Taxes d'ocupació hotelera al municipi de Tarragona, 2007 i 2008

Taula 7.20. Demanda hotelera al municipi de Salou, 2007 i 2008

Taula 7.21. Taxes d'ocupació hotelera al municipi de Salou, 2007 i 2008

SIGLES UTILITZADES EN EL TEXT

BAIT/EBIT: Resultat d'explotació

CCAA: Comunitats Autònomes

CInERT: Centre Internacional d'Estudis i Recerca del Turisme de l'EUTDH

EBITDA: Resultat abans d'interessos, impostos, amortitzacions i deprecacions

EEUU: Estats Units d'Amèrica

EOH: Enquesta d'Ocupació Hotelera

EUTDH: Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera

FMI: Fons Monetari Internacional

INE: Institut Nacional d'Estadística

IPC: Índex de Preus al Consum

IPH: Índex de Preus Hotelers

IIH: Índex d'Ingressos Hotelers

IVA: Impost sobre el valor afegit

ROA: Return On Assets. Rendiment de l'actiu

ROE: Return On Equity. Rendiment dels fons propis

PIMES: Petites i Mitjanes Empreses

SABI: Sistema d'Anàlisi de Balanços Ibèrics

UAB: Universitat Autònoma de Barcelona

UNESCO: Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura

MARQUES TURÍSTIQUES

Des de l'any 2003 (Llei 31/2002 de 30 de desembre) la divisió geoturística de Catalunya s'estableix en deu marques:

- *Barcelona*: Barcelonès
- *Catalunya Central*: Anoia, Bages, Osona, Vallès Occidental, Vallès Oriental
- *Costa Brava*: Alt Empordà, Baix Empordà, Gironès, Pla de l'Estany, Selva
- *Costa Daurada*: Alt Camp, Baix Camp, Baix Penedès, Conca de Barberà, Priorat, Tarragonès
- *Costa de Garraf*: Alt Penedès, Baix Llobregat, Garraf
- *Costa del Maresme*: Maresme
- *Pirineus*: Alt Urgell, Alta Ribagorça, Berguedà, Cerdanya, Garrotxa, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Ripollès, Solsonès
- *Terres de l'Ebre*: Baix Ebre, Montsià, Ribera d'Ebre, Terra Alta
- *Terres de Lleida*: Garrigues, Noguera, Pla d'Urgell, Segarra, Segrià, Urgell
- *Val d'Aran*: Val d'Aran

1. Introducció

La indústria hotelera concentra el gruix de l'activitat turística a Catalunya i a Espanya. Malgrat la seva significació, no hi ha al mercat cap document analític que faci palesa, amb cert grau de continuïtat, la seva importància, evolució i perspectives a casa nostra. Aquesta carència, afegida a la necessitat que tenen els agents econòmics de disposar d'instruments informatius amb els que fonamentar les seves decisions estratègiques, ha motivat l'aparició de l'Informe d'Activitat Hotelera a Catalunya (IAH, en endavant), del que enguany es publica la segona edició.

L'edició de 2008 d'aquest estudi, que fa referència a les xifres de 2008 i a les previsions per l'any 2009, té com a objectiu millorar i consolidar aquest treball d'investigació, i conté tres novetats o punts substancials respecte a l'edició anterior que volem subratllar: en primer lloc, amplia l'anàlisi de l'oferta hotelera a Catalunya en base a l'explotació de les dades sobre establiments hotelers procedents de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya; en segon lloc, incorpora, com a innovació, una secció on es revisa l'evolució de la rendibilitat hotelera de les empreses catalanes als darrers anys a partir de l'explotació de la informació comptable procedent del registre mercantil; i tercer, i atès a l'actual conjuntura recessiva general, ofereix les perspectives quantitatives de la demanda hotelera a Catalunya per l'exercici del 2009, basades en models econòmics tècnicament millorats.

El IAH esdevé, per tant, un company de viatge adient de l'Índex UAB d'Activitat Turística, document referencial de l'anàlisi turístic a Catalunya i del que en el 2009 es publicarà la vuitena edició. L'IAH incorpora, però, alguns valors diferencials respecte a aquest que volem destacar: primer, l'estudi es genera temporalment abans que l'Índex, aspecte especialment rellevant pel que fa a l'apartat de previsions turístiques i a la seva difusió; segon, l'IAH es concentra en un dels subsectors turístics, amb anàlisis detallats, per exemple, sobre la rendibilitat empresarial; i tercer, aquest estudi té una clara vocació territorial. Així, proveeix d'informació i anàlisi a nivell provincial o de marca turística

(anàlisi censal de l'oferta, evolució de la demanda i previsions d'aquesta) i, en algun cas, a nivell local (oferta hotelera i demanda hotelera als principals municipis turístics).

L'any 2008, com es veurà, reflecteix ja clarament l'aturada del creixement de la demanda hotelera, que encara coincideix amb un procés d'expansió de l'oferta. D'aquesta manera, les taxes d'ocupació i els preus ja capturen els efectes d'una conjuntura gens expansiva. El significat empitjorament de l'escenari macroeconòmic ocorregut des de l'estiu del 2008, i la seva intensificació clara en els primers mesos del 2009, conformen un escenari gens optimista pel 2009. El 2009 ha de ser un any de "resistència" pel sector hotelier català i, en conseqüència, pel sector turístic, a l'espera de la desitjada recuperació de la demanda turística (que podria ser al 2010) i al progrés dels factors competitius i dels productes turístics catalans.

Esperem, doncs, que aquest estudi sigui d'utilitat pels agents econòmics.

2. Establiments hotelers a Catalunya: anàlisi censal de l'oferta

En aquesta secció passarem revista a les principals xifres deduïdes de l'anàlisi censal dels establiments hotelers al llarg de la geografia catalana. Fonamentalment, la informació considerada té a veure amb les dades recopilades, i periòdicament actualitzades, per la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya. Des d'un punt de vista territorial la informació es proveeix al nivell de marques turístiques, un àmbit territorial més proper al concepte de destinació turística que el de la província.

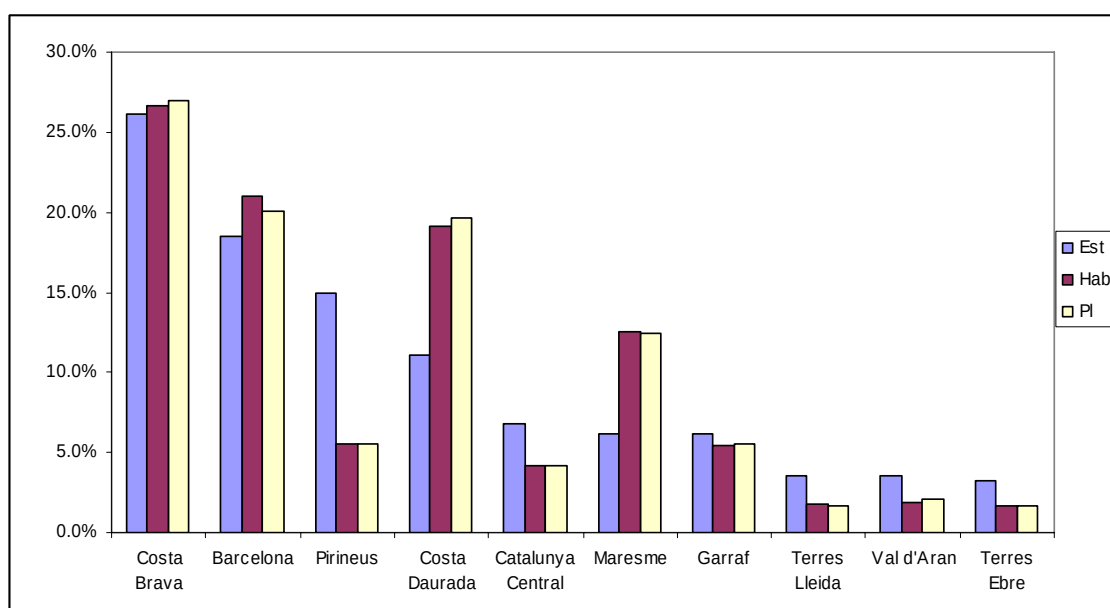
El 2008 el número d'establiments hotelers a Catalunya era de 2.735 unitats de totes les categories, que comptabilitzaven 141.592 habitacions i 270.832 places en total. Aquestes dades globals implicarien, doncs, una dimensió mitjana per establiment de 52 habitacions i 99 places¹.

¹ Entenem que el nombre de places hoteleres equival al nombre de llits fixos de l'establiment.

El gruix dels establiments es situen a les marques turístiques Costa Brava (715, 26,1% del total), Barcelona (505, 18,5% del total) i Pirineus (410, 15% del total). En termes d'habitacions, atès a la mida típica menor del establiments situats a la marca Pirineus, encapçalen el rànquing Costa Brava (37.762, 26,7% del total), Barcelona (29.780, 21% del total) i Costa Daurada (27.055, 19,1% del total). En termes de places, l'ordenació qualitativament no varia, liderant el rànquing Costa Brava (73.128, 27% del total), seguida de Barcelona (54.455, 20,1% del total) i Costa Daurada (53.351, 19,7% del total). D'aquesta manera, prop del 70% de l'oferta hotelera, mesurada en termes d'habitacions i places, es localitza en les tres marques turístiques principals: Costa Brava, Costa Daurada i Barcelona. Cal observar, de tota manera, que el rànquing de marques turístiques segons l'indicador censal d'oferta hotelera varia, a funció de si la unitat de mesura, són habitacions, places o establiments (unitats empresarials), particularment aquests últims.

GRÀFICA 2.1: PARTICIPACIÓ RELATIVA DE LES MARQUES TURÍSTIQUES EN TERMES D'INDICADORS CENSALS D'OFERTA HOTELERA, 2008

Percentatges



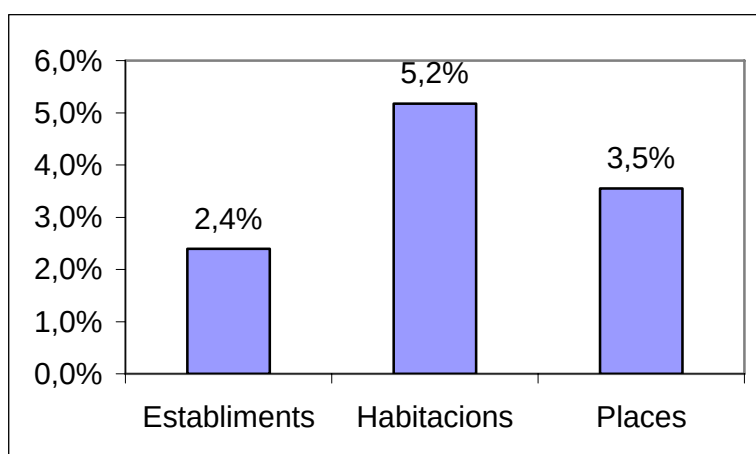
Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.

En termes evolutius s'observa un creixement del nombre d'establiments a l'any 2008, en termes interanuals, del 2,4% (64 establiments més). En termes d'habitacions l'augment ha estat superior, del 5,2% (6.970 habitacions més) i del 3,5% en termes de places (9.284 places més). Així, les dades indiquen una expansió de l'oferta substancial en tant sols un any, on s'ha de subratllar especialment la progressió traçada pel número d'habitacions. Si l'evolució l'analitzem des de 2004, el creixement hauria estat del 6,4% en termes d'establiments (un 1,6% en promig anual), del 9,7% en termes d'habitacions (un 2,4% en promig anual) i del 9,3% en termes de places (un 2,3% en promig anual). Per tant, el 2008 és un any d'increment diferencial dins d'un període de creixement, particularment pel que fa referència a les habitacions.

D'altra banda, s'ha de fer constar que el major augment en termes d'habitacions i de places que aquell experimentat pel número d'establiments posa de manifest un increment en la mida mitjana dels establiments. En efecte, la dinàmica traçada pels diferents indicadors implicaria que el número d'habitacions per establiment hotelier a Catalunya hauria passat de 50,4 al 2007 a 51,8 al 2008, transformació que equivaldria, en termes de places, a un augment de 97,9 a 99.

GRÀFICA 2.2: EVOLUCIÓ DEL NÚMERO D'ESTABLIMENTS HOTELERS A CATALUNYA, 2007-2008

Percentatges

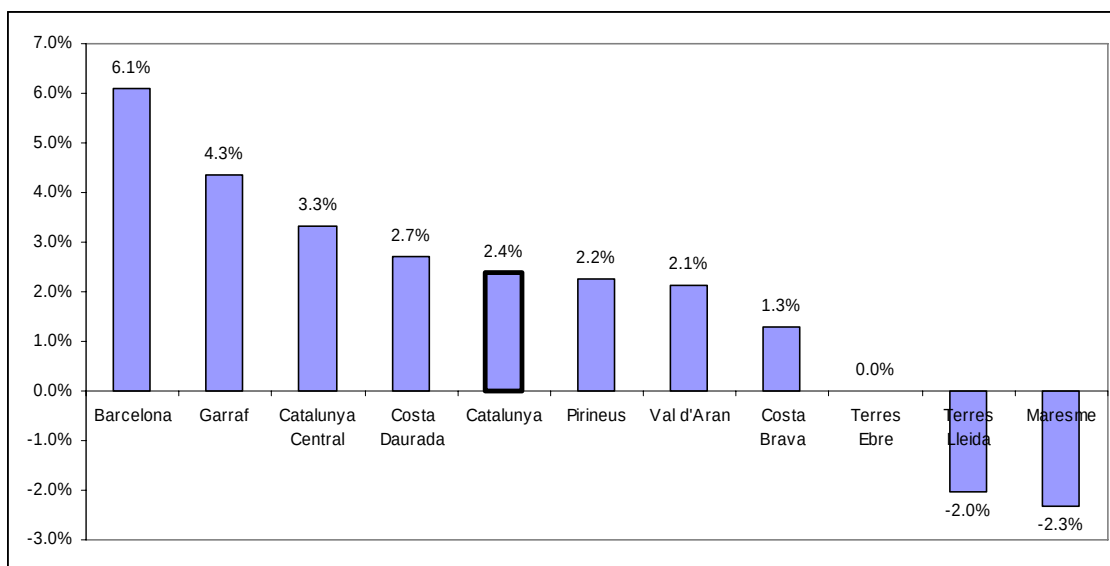


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.

Quant al ritme de creixement dels establiments al territori i per marques turístiques, cal destacar dins el grup de marques amb més establiments l'increment de l'oferta registrat a Barcelona, amb una progressió del 6,1% en el 2008 (29 establiments més), seguit de lluny per la Costa de Garraf (4,3% i 7 establiments més). La marca Costa Brava exhibeix un lleuger augment de l'1,3%, 9 establiments, i Costa Daurada del 2,7%, 8 establiments més. De fet, la marca Barcelona explicaria per si sola el 45% de l'augment en el número d'establiments hotelers a Catalunya al llarg de l'exercici del 2008. Si prenem una perspectiva temporal més àmplia, és a dir, l'anàlisi d'allò succeït al període 2004-2007, sobresurt, novament, el paper de Barcelona com a dinamitzadora del parc hoteler a Catalunya, almenys des d'un punt de vista quantitatiu. Així, solament l'augment dels establiments en aquesta marca explicaria el 44% de l'increment experimentat per Catalunya (72 establiments dels 165 registrats en total). D'altra banda, en aquests darrers anys s'ha de subratllar la substancial expansió habilitada per la marca Pirineus, amb 39 establiments més, que conforma el 24% de l'augment total. Per tant, l'increment del número d'establiments hotelers a Catalunya als darrers anys rau bàsicament en l'expansió de Barcelona i dels Pirineus. En contrast, la Costa Brava, que concentra la major part dels establiments, hauria patit una destrucció neta d'aquests en el període.

GRÀFICA 2.3: EVOLUCIÓ DEL NÚMERO D'ESTABLIMENTS HOTELERS A CATALUNYA PER MARQUES TURÍSTIQUES, 2008

Percentatges

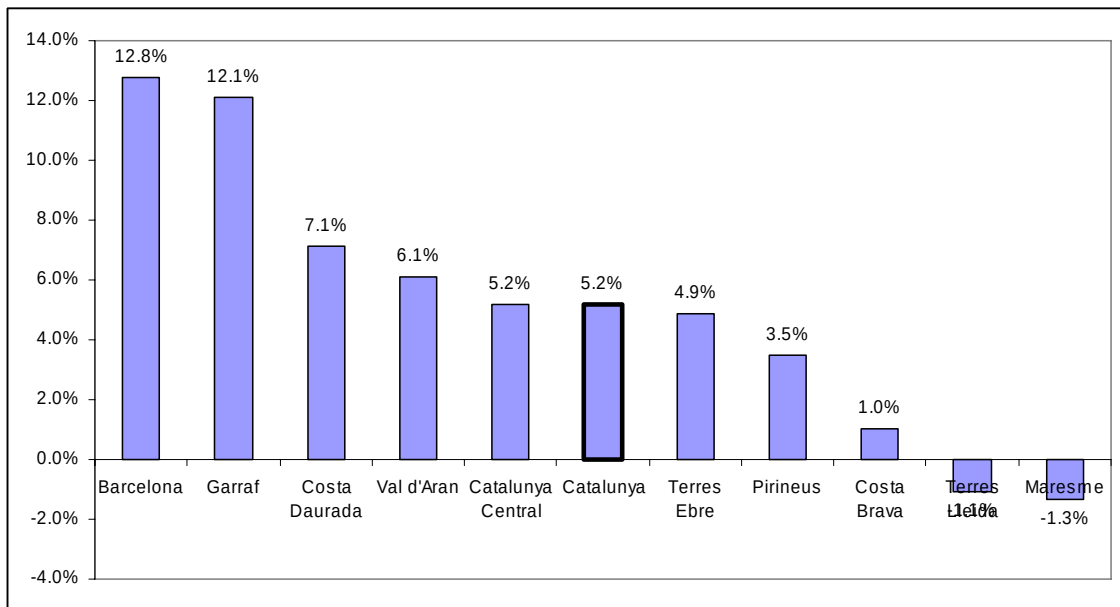


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.

L'anàlisi del creixement de l'oferta segons el número d'habitacions confirma el paper preponderant de Barcelona en la senda expansiva del 2008. En efecte, amb un 12,8% d'augment, aquesta marca lidera el rànquing de creixement relatiu, seguida de prop per la Costa de Garraf (12,1%). Així, l'expansió habilitada per Barcelona aporta el 49% de l'augment total registrat a tot Catalunya. Ara, i a diferència de l'indicador anterior, el creixement dels Pirineus es prou limitat, atès a la mida, més reduïda, de la planta hotelera. En segon lloc, quant a augment absolut, apareix la Costa Daurada, que amb un 7,1% d'augment aporta el 26% del creixement registrat a Catalunya. La primera marca en número d'habitacions, la Costa Brava, exhibeix, però, un lleuger augment de l'1% en el total d'habitacions.

GRÀFICA 2.4: EVOLUCIÓ DEL NÚMERO D'HABITACIONS HOTELERES A CATALUNYA PER MARQUES TURÍSTIQUES, 2008

Percentatges

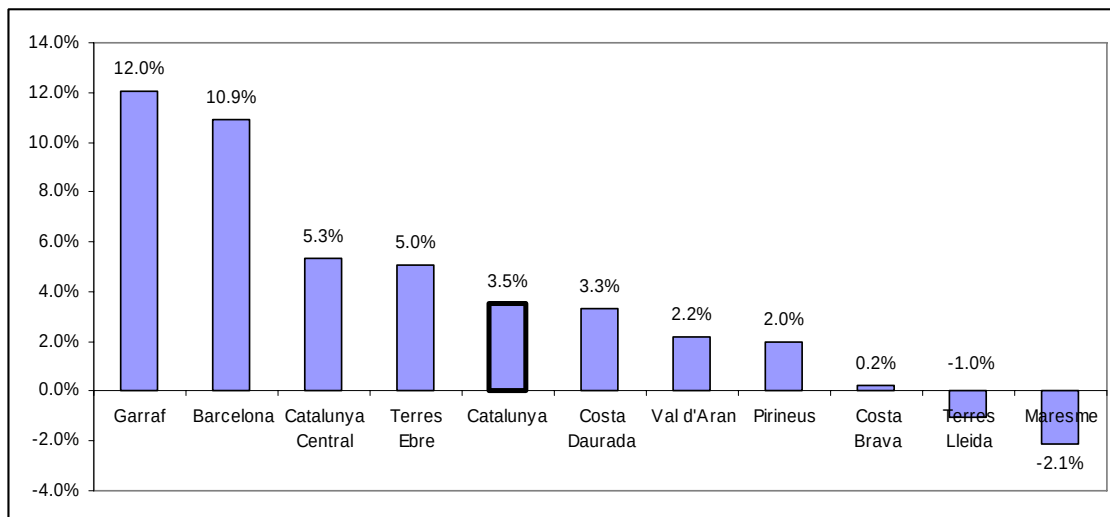


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.

L'anàlisi de la dinàmica de l'oferta hotelera anterior queda reforçat si ens fixem en les places hoteleres i la seva evolució. Novament, l'augment experimentat per aquestes a Catalunya no es pot explicar sense tenir en compte el paper prominent de Barcelona, que amb un augment de 5.371 places al 2008 (10,9% interanual) explica el 58% de l'increment total a Catalunya. Lluny de Barcelona es situen Costa Daurada, amb 1.720 places més, i Costa de Garraf, amb 1.622, que signifiquen una aportació respectiva del 19% i del 18% de l'augment total a Catalunya.

GRÀFICA 2.5: EVOLUCIÓ DEL NÚMERO DE PLACES HOTELERES A CATALUNYA PER MARQUES TURÍSTIQUES, 2008

Percentatges

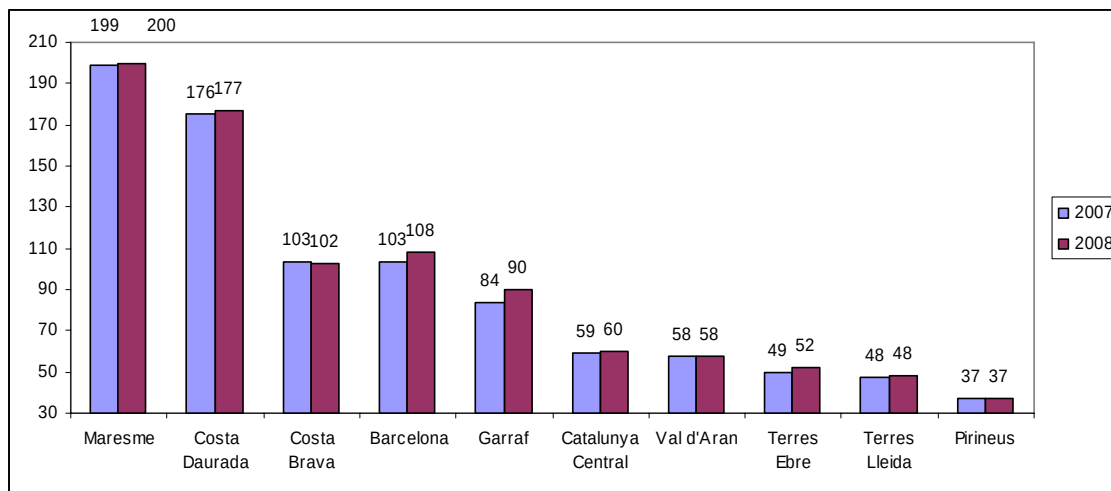


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.

L'observació conjunta de l'evolució d'establiments i places permet constatar el paper dels canvis de mida en l'evolució de l'oferta al llarg de les distintes marques turístiques de Catalunya. S'observa que, per exemple, en el cas de Barcelona, motor del creixement a Catalunya, l'augment en les places ha comptat amb l'ajut del notori increment en la mida mitjana de la planta hotelera que ha passat de les 103 a les 108 places en promig en tant sols un any. En aquest escenari qualitatiu es troba la Costa de Garraf, on l'augment en la mida mitjana ha estat certament significatiu, passant de 84 a 90. En el cas de la Costa Daurada, l'altra marca expansiva en termes de places, l'augment en la mida mitjana ha estat limitat. A la Costa Brava la mida mitjana s'ha reduït suaument. Per a una major concreció, hem implementat un senzill exercici de descomposició logarítmica del creixement en les places hoteleres en dos factors additius: la dinàmica dels establiments i la de la seva mida mitjana (places per establiment). En el cas de la Costa del Garraf, marca amb el major creixement, el gruix de l'augment s'explica pel factor mida. En el cas de Barcelona el paper d'ambdós factors es qualitativament bastant aproximat. La imatge global de Catalunya indica que dels 3,5 punts percentuals en que van augmentar les places hoteleres al 2008, dues terceres parts s'expliquen per l'increment en el número d'establiments i la resta pel de la mida (places per establiment).

GRÀFICA 2.6: EVOLUCIÓ DE LA MIDA MITJANA (PLACES PER ESTABLIMENT) PER MARQUES TURÍSTIQUES CATALANES, 2007-2008.

Places per establiment



Nota: l'indicador de la mida mitjana de l'oferta són el número de places per establiment hotelier.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.

TAULA 2.1: DESCOMPOSICIÓ BIFACTORIAL DEL CREIXEMENT DE LES PLACES HOTELERES A CATALUNYA PER MARQUES L'ANY 2008

Percentatges

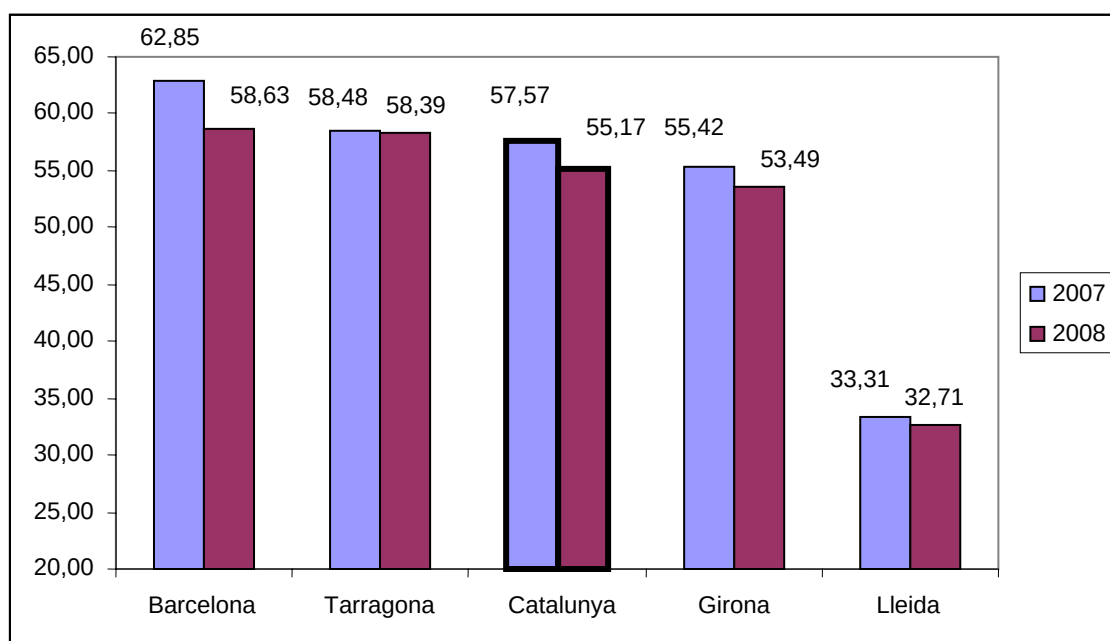
	Places	Establiments	Places establiment
Costa de Garraf	11.4%	4.3%	7.1%
Barcelona	10.4%	5.9%	4.5%
Catalunya Central	5.2%	3.3%	1.9%
Terres de l'Ebre	4.9%	0.0%	4.9%
Costa Daurada	3.3%	2.7%	0.6%
Val d'Aran	2.1%	2.1%	0.0%
Pirineus	2.0%	2.2%	-0.3%
Costa Brava	0.2%	1.3%	-1.1%
Terres de Lleida	-1.1%	-2.1%	1.0%
Costa del Maresme	-2.1%	-2.3%	0.2%
Catalunya	3.5%	2.4%	1.1%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.

Per consegüent, hi ha més oferta hotelera, bàsicament centrada entorn a la capital catalana, que topa amb el clar procés de desacceleració i aturada del creixement de la demanda al 2008 (veure capítol 4). L'ajustament de l'oferta davant d'aquest escenari només pot venir de dos canals: la baixada de l'ocupació i/o l'ajustament dels preus. Com veiem en la gràfica, la reducció existent en grau d'ocupació és un fet, principalment a la província de Barcelona (cal recordar en aquest sentit Costa de Garraf i Barcelona en termes de marques). En el proper capítol, d'altra banda, veurem la rellevància del segon dels factors anteriorment esmentats.

GRÀFICA 2.7: EVOLUCIÓ DE LA TAXA D'OcupACIÓ EN ESTABLIMENTS HOTELERS PER PROVÍNCIES CATALANES, 2007-2008.

Taxa d'ocupació



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

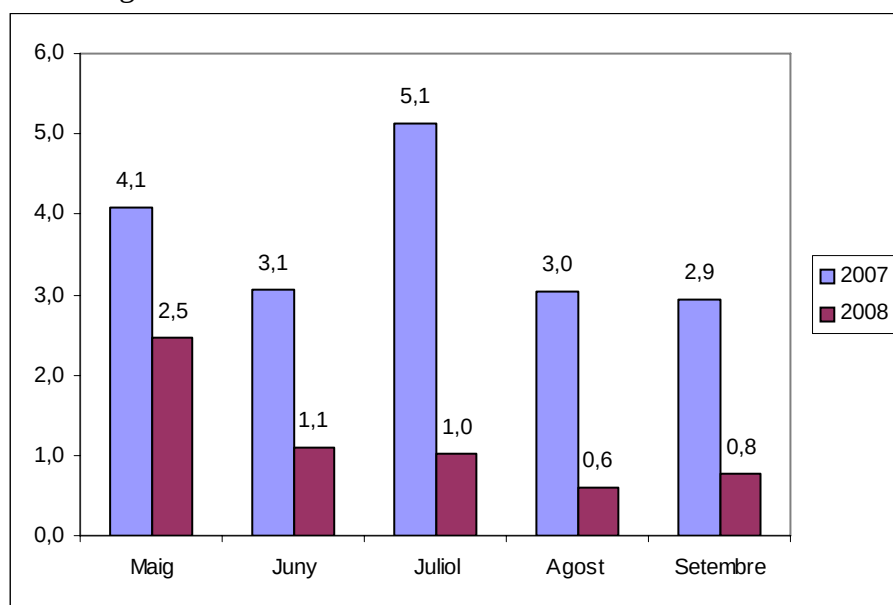
3. Inflació i variació dels ingressos hotelers

Els preus hotelers constitueixen un indicador força rellevant en termes de l'oferta. En el cas espanyol l'INE ens ofereix mensualment l'índex de preus hotelers (IPH), mesura aproximada de l'evolució dels preus en els establiments. A la gràfica adjunta s'ha subministrat l'evolució de l'índex de preus hotelers en el mesos de demanda turística més intensa a Catalunya. Són dades referides en taxes interanuals i, per tant, temporalment comparables.

Les dades del 2008 mostren una clara contenció dels preus hotelers en el mesos turístics. En efecte, l'any passat els increments dels preus han estat clarament inferiors als del 2007. Cal destacar, a més a més, que el nivell de creixement és molt limitat, de l'1%, i que a mesura que avançava l'any els increments anaven caient. Entenem que aquest resultat posterior és un reflex fidel de l'impacte de la desacceleració econòmica i l'*aturada* sobre les estratègies de preus, molt centrades en consolidar la quota de mercat. De fet, i com veurem en la secció posterior, la demanda hotelera restarà molt estabilitzada tot l'any.

GRÀFICA 3.1: VARIACIÓ INTERANUAL DE L'IPH ELS MESOS D'ESTIU A CATALUNYA, 2007-2008

Percentatges

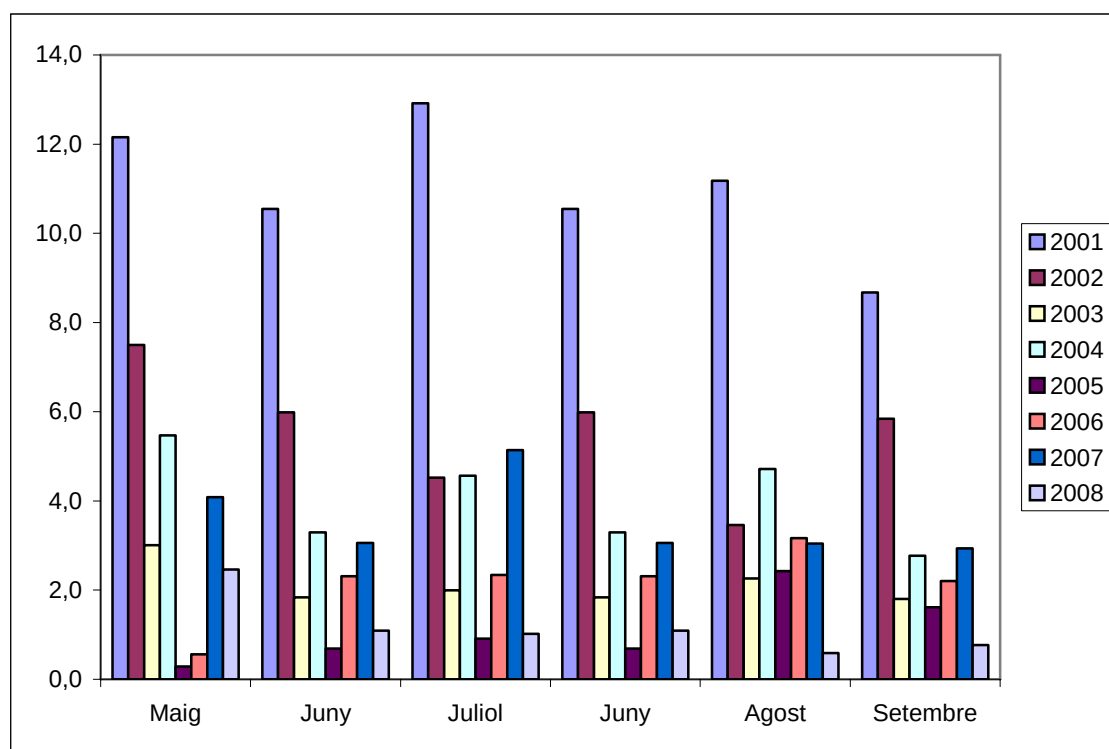


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

D'altra banda, hem volgut contextualitzar la situació traçada pels preus al 2008 en un context temporal més ampli, en aquest cas des del 2001. Ara es percep amb cruesa la gran desacceleració en el creixement dels preus hotelers experimentada els mesos d'estiu del 2008. En efecte, tant l'agost com el setembre del 2008 van registrar les taxes de creixement més baixes de tot el període. I pel que fa a la resta de mesos, només al 2005 trobem una situació de creixement inferior.

GRÀFICA 3.2: VARIACIÓ INTERANUAL DE L'IPH ELS MESOS D'ESTIU A CATALUNYA, 2001-2008

Percentatges



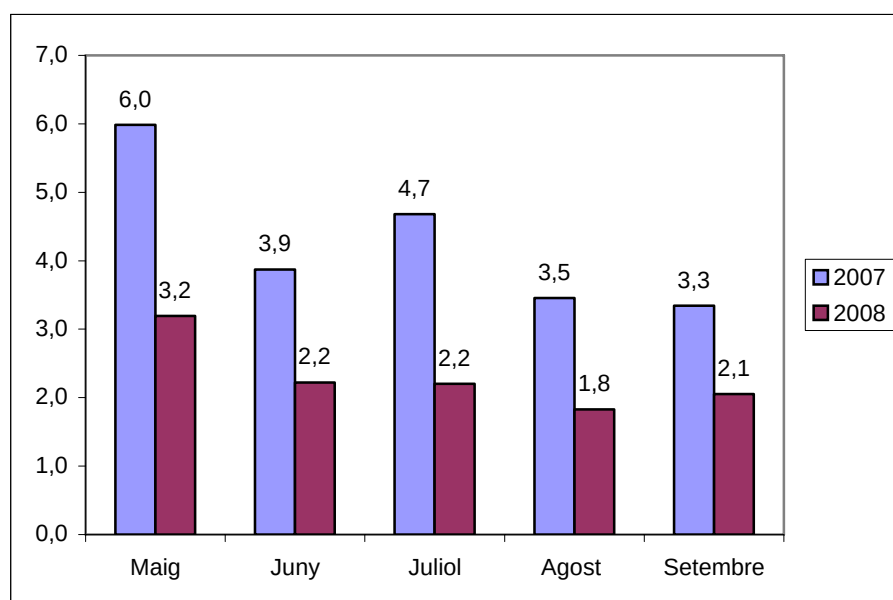
Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Com s'ha traduït aquesta desacceleració dels preus en termes d'ingressos? S'observa novament, en efecte, una clara desacceleració en el creixement, atenent a les dades subministrades per l'Índex d'Ingressos Hotelers (IIH), elaborat també per l'INE. Aquest Índex captura la variació dels preus del producte hotelier i l'estructura de tarifes amb el volum de vendes. El creixement de la facturació, doncs, es va situar el 2008 a uns nivells certament baixos de promig. La contextualització de l'evolució dels ingressos en el període 2003-

2008 novament n'illustra la profunditat de l'alentiment experimentat el 2008. Així, seguint la tònica traçada pels preus, els mesos d'agost i setembre del 2008 figuren com els de menor creixement de la facturació dels darrers sis anys i la resta de mesos només es veuen superats, en negatiu, per l'any 2005. Així doncs, s'ha produït un gran alentiment en el creixement dels preus i dels ingressos, fet que reflecteix fidelment la debilitat de la conjuntura el 2008. És evident que aquesta variació dels ingressos hotelers podria estar impactant significativament en la rendibilitat de la indústria hotelera, atès la moderació dels preus, l'increment dels costos i l'augment de les comissions per vendes.

GRÀFICA 3.3: VARIACIÓ INTERANUAL DE L'IIH ELS MESOS D'ESTIU A CATALUNYA, 2007-2008

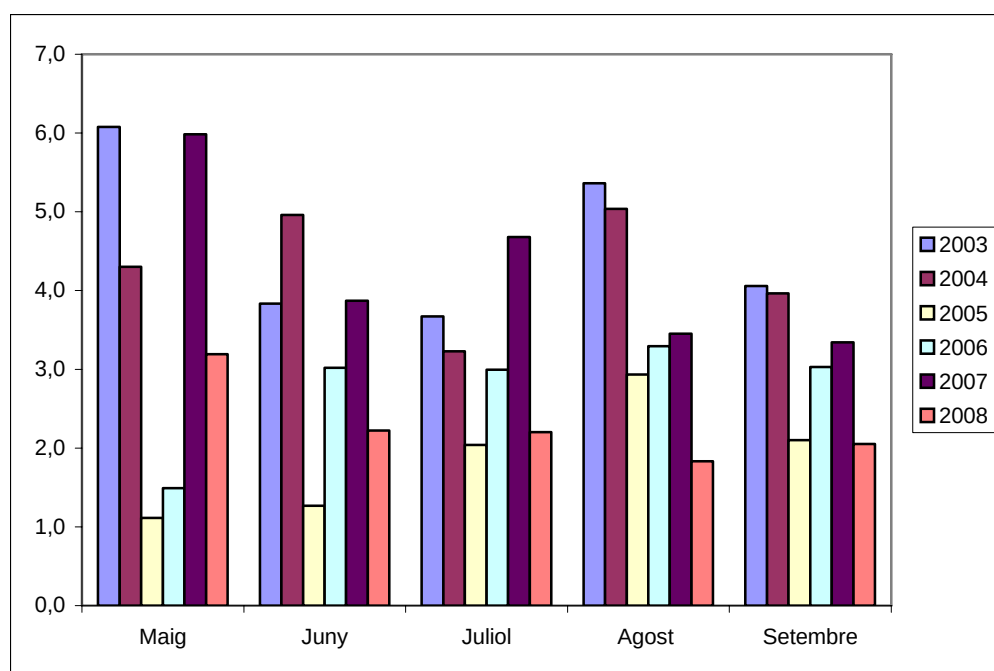
Percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

GRÀFICA 3.4: VARIACIÓ INTERANUAL DE L'IIH ELS MESOS D'ESTIU A CATALUNYA, 2003-2008

Percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

4. L'evolució dels indicadors de demanda turística agregada al 2008: viatgers, pernoctacions i estades en allotjaments hotelers

Catalunya concentra entre el 16 i el 17% de la demanda hotelera a Espanya. És, per exemple, la segona CCAA per flux de viatgers hotelers, només superada per Andalusia, i la quarta, si considerem el rànkig en termes de pernoctacions; superada, en aquest cas, per les Balears, Canàries i Andalusia (en aquest ordre). En termes de viatgers hotelers no residents a Espanya, Catalunya lideraria el llistat autonòmic estatal, amb el 23% del total estatal.

En aquesta secció es revisaran els principals resultats sobre demanda hotelera relatius a 2008, extrets de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera (EOH) que elabora l'INE mensualment. L'anàlisi de la demanda es centrarà en tres indicadors: els viatgers a establiments hotelers (turistes), les pernoctacions generades per aquests² i l'estada mitjana. El primer, com ja hem comentat altres vegades, és un indicador de tipus poblacional i més relacionat amb una anàlisi en termes de quota de mercat i de fidelització de les destinacions; el segon ens aproxima d'una manera més acurada a l'impacte econòmic real dels turistes al territori; i el tercer és un indicador secundari, derivats dels dos anteriors, que ens informa sobre una de les principals característiques del comportament del turista. La informació es segmentarà per províncies, amb la qual cosa oferim una anàlisi més territorialitzada, i per mercats emissors, una informació valuosa en termes de planificació de polítiques, per exemple.

En primer lloc, les dades posen de manifest que al 2008 el número de viatgers hotelers a Catalunya va arribar als 14,4 milions, amb una lleugera davallada del 0,1%. Pel que fa a les pernoctacions, aquestes van significar quasi 42 milions, és a dir, un lleuger retrocés del 0,7%. D'aquesta manera, les dades de demanda hotelera a Catalunya clarament es situaven el 2008 en una posició d'atonía. Aquest situació de "creixement zero" podria venir determinada no solament per la materialització parcial del efectes de la desacceleració

² Recordem que aquestes estadístiques exclouen les pernoctacions en establiments d'allotjament no hotelers.

econòmica a nivell global i espanyola, sinó també pel resultat d'un "efecte de saturació" dels fluxos turístics, ja observat al 2007.

Per províncies, s'observen clarament dues casuístiques en termes de viatgers. Per un costat, una dinàmica de creixement positiu traçada per la província de Barcelona (que concentra ja el 58% dels viatgers hotelers totals que arriben a Catalunya) i per Lleida (6% del total), amb augments del 2,7% i 2,4%, respectivament. Per l'altra, Girona (21% del total) i Tarragona (15% del total) amb retrocessos del 5,3% i 3,5%, respectivament. De fet, sense el concurs de la província de Barcelona el volum de viatgers a Catalunya hauria retrocedit un 1,6% al 2008, en lloc del 0,1% realment observat. En termes territorials, la gran diferència en les aportacions de les diferents províncies entre l'exercici del 2008 i el del 2007 és la incorporació de la província de Girona com a territori en retrocés en el volum de viatgers.

Si ens fixem en les pernoctacions hoteleres generades sorgeixen alguns comentaris bàsics: en primer lloc, les variacions anuals de les pernoctacions són més limitades que les emergides quan s'analitzen els viatgers; dit d'una altra manera, la seva evolució anual es més estable. Segon, les províncies que han experimentat augments en el nombre de viatgers no els han traduït en termes de pernoctacions. Això ens ho trobem notablement a Barcelona, que va registrar una reducció en el nombre de pernoctacions; fet que contrasta amb l'augment de prop del 3% en la xifra de viatgers. En tercer lloc, la imatge negativa de les províncies que varen registrar descensos en el nombre de viatgers s'atenua quan se n'analitzen les pernoctacions. En aquest escenari destaca, per exemple, Tarragona, on ha disminuït el nombre viatgers en un 3,5% però on s'ha registrat un lleuger augment en pernoctacions de l'ordre del 0,5% (la única província que augmenta, de fet). I quart, fruit de tot l'anterior, destacar que l'estada mitjana típica en els establiments hotelers torna a reduir-se el 2008, encara que d'una forma limitada: un 0,6% a Catalunya³. De tota manera, en termes de l'evolució de l'estada mitjana hotelera s'observen fortes discrepàncies segons les províncies, En efecte, mentre que a Girona i a

³ En definitiva, la durada mitjana de l'estada al 2008 a Catalunya segueix la tendència negativa de l'any 2007, quan la caiguda va ser de l'1,1%.

Tarragona l'estada mitjana creix vora un 4%, a Barcelona i Lleida disminueix prop d'un 3%-4% segons el cas. Així, s'observa a nivell territorial una clara correlació negativa entre els augments en el flux de demanda poblacional hotelera i l'evolució de l'estada mitjana. Sembla que els increments dels viatgers es produeixen a costa d'una reducció en l'estada que pot ser de tal magnitud, que finalment produeixi una reducció en les pernoctacions totals, com és el cas, paradigmàtic, de la província de Barcelona.

TAULA 4.1: VIATGERS, PERNOCTACIONS I ESTADES EN ESTABLIMENTS HOTELERS A CATALUNYA PER DEMARCACIONS, 2008

Viatges, pernoctacions, dies i percentatges

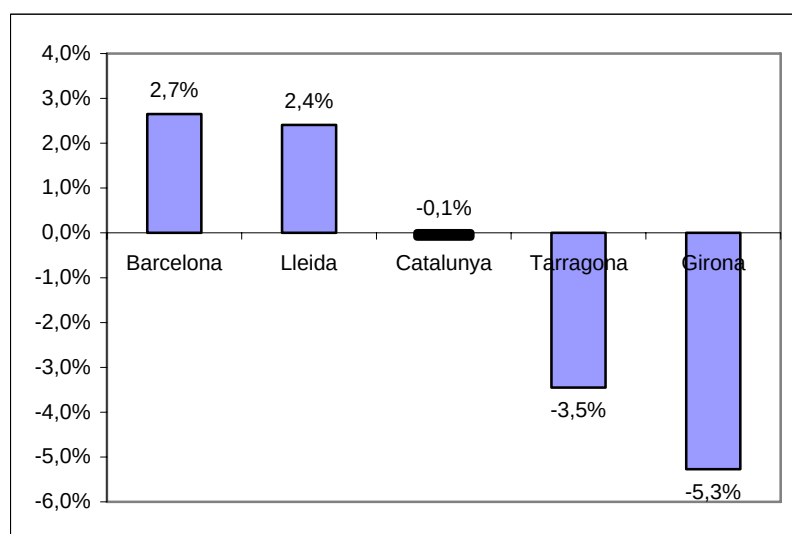
	Viatgers 2008	Variació 07/08	Pernoctacions 2008	Variació 07/08	Estada Mitjana 2008	Variació 07/08
Barcelona	8.345.419	2,7%	20.123.607	-0,9%	2,41	-3,5%
Girona	3.032.894	-5,3%	11.191.583	-1,3%	3,69	4,1%
Lleida	813.462	2,4%	1.895.089	-0,4%	2,33	-2,7%
Tarragona	2.220.048	-3,5%	8.771.987	0,5%	3,95	4,0%
Catalunya	14.411.823	-0,1%	41.982.266	-0,7%	2,91	-0,6%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

GRÀFICA 4.1: CREIXEMENT DEL NOMBRE DE VIATGERS HOTELERS EN LES DEMARCACIONS CATALANES, 2008

Percentatges

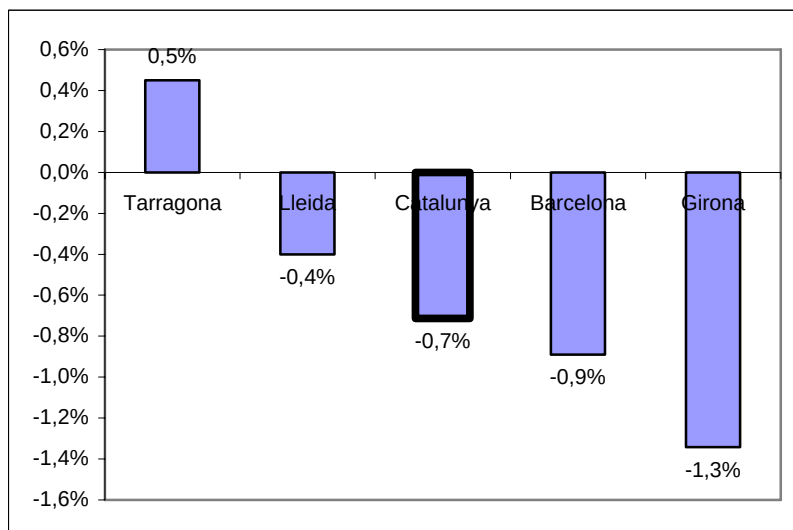


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

GRÀFICA 4.2: CREIXEMENT DE LES PERNOCTACIONS HOTELERES EN LES DEMARCACIONS CATALANES, 2008

Percentatges

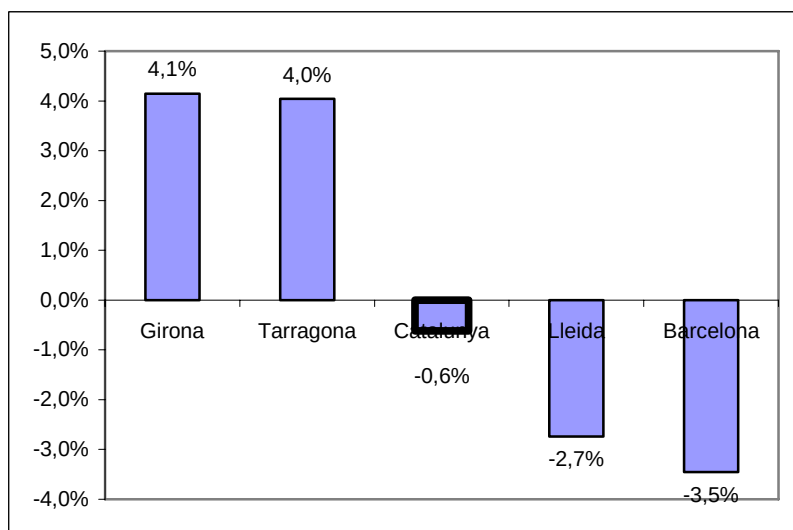


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

GRÀFICA 4.3: VARIACIÓ DE L'ESTADA MITJANA EN ESTABLIMENTS HOTELERS EN LES DEMARCACIONS CATALANES, 2008

Percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

Per mercats emissors, els resultats per Catalunya ens indiquen diversos patrons d'interès:

En primer lloc, s'observa un comportament dispar segons si parlem del mercat espanyol o estranger. En efecte, mentre que el mercat espanyol va mostrar un clar retrocés el 2008, l'estranger encara va experimentar augments. En el cas del nombre de viatgers, la reducció de l'1,9% del nombre de viatgers espanyols contrasta amb l'augment de l'1,3% del dels estrangers. La reducció d'un 3,3% en el nombre de pernoctacions generades per residents a Espanya contrasta anàlogament amb el 0,7% d'augment associat al nombre de pernoctacions d'estrangers. D'aquesta manera, l'aparent estabilitat dels fluxos de demanda al 2008 descansa en el "bon" resultat del mercat estranger, si tenim en compte la pèrdua de posicions del mercat espanyol⁴. Els mercats estrangers generarien ja el 58% dels viatgers totals i el 65% de les pernoctacions a Catalunya en establiments hotelers.

En segon lloc, d'entre el mercats tradicionals europeus i de major pes va destacar al 2008 el bon comportament del de viatgers francesos (principal mercat estranger hotelier, conjuntament amb el dels britànics), amb augments en el nombre de viatgers i pernoctacions⁵. Per una altra banda, els decreixements del mercat italià i sobretot del britànic (pel seu pes relatiu, en aquest darrer cas) afegixen un punt de complicació en l'evolució futura de la demanda.

Tercer, els mercats emissors més dinàmics es troben en la categoria dels emergents. És el cas del mercat rus, amb augments del 19% en viatgers i del 14% en pernoctacions hoteleres generades, i del grup conformat per la resta de països, amb augments del 7% i 8% respectivament.

Quart, i malgrat l'anterior, cal destacar el retrocés del mercat nord-americà, de gran potencial de creixement, patró que contrasta amb l'augment experimentat al 2007, sobretot en el nombre de viatgers⁶.

⁴ Aquest fet posa de manifest la crisi i el canvi de cicle de les economies catalana i espanyola.

⁵ El mercat alemany, per la seva banda, contribueix amb petits augments en viatges i pernoctacions a l'aparent estabilitat general.

⁶ El comportament desfavorable dels mercats emissors britànics i dels EEUU podria ser ocasionat per la depreciació de la lliura i el dòlar en relació a l'euro.

**TAULA 4.2. : VIATGERS I PERNOCTACIONS EN ESTABLIMENTS
HOTELERS A CATALUNYA PER MERCATS EMISSORS, 2007 I 2008**

Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers		Variació	Pernoctacions		Variació
	2007	2008	07/08	2007	2008	07/08
Espanyols	6.235.571	6.116.738	-1,9%	14.670.830	14.188.837	-3,3%
Estrangers	8.189.663	8.295.085	1,3%	27.612.873	27.793.429	0,7%
Alemanys	734.508	738.373	0,5%	2.944.385	2.949.404	0,2%
Francesos	1.412.641	1.460.128	3,4%	3.865.023	4.067.479	5,2%
Italians	772.120	729.051	-5,6%	2.219.596	2.068.451	-6,8%
Britànics	1.542.459	1.421.040	-7,9%	6.454.188	5.911.617	-8,4%
Belgues	287.936	286.061	-0,7%	1.338.973	1.327.045	-0,9%
Holandesos	416.016	439.290	5,6%	1.869.026	1.830.112	-2,1%
Russos	237.937	282.648	18,8%	1.559.268	1.779.885	14,1%
EEUU	476.191	468.893	-1,5%	973.479	967.922	-0,6%
Resta ⁷	2.309.855	2.469.601	6,9%	6.388.935	6.891.514	7,9%
Total	14.425.234	14.411.823	-0,1%	42.283.703	41.982.266	-0,7%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

Si es detalla l'anàlisi per mercats emissors i províncies s'observa que la de Barcelona registra un augment en el nombre de viatgers que, en contrast amb la situació global catalana, va comptar amb la participació expansiva tant del mercat espanyol com estranger. De fet, sense l'aportació de Barcelona al creixement del nombre de turistes hotelers espanyols, el mercat espanyol a nivell de Catalunya s'hauria reduït en prop d'un 3,5% el 2008 (enfront de la reducció de l'1,9% final). Si fem l'anàlisi per mercats estrangers, s'ha de destacar el creixement del mercat francès (el 40% del total), amb taxes d'augment superiors al 8%, tant en el nombre de viatgers com de pernoctacions hoteleres. Destaca també, en el costat dels augments, el mercat rus (36% del total que rep Catalunya), que creix un 19% en viatgers i un 13% en pernoctacions. Un comportament distint és el del mercat holandès, en el qual un creixement del nombre de viatgers aproximat del 8% no ha suposat cap increment de pernoctacions. Pel que fa a les baixades, la que més crida l'atenció és la del mercat britànic, que disminueix un 7,4% en el nombre de

⁷ Entre aquests caldria destacar l'expansió dels països nòrdics, tant en el nombre de viatgers com en el de pernoctacions.

viatgers i un substancial 15% en el de pernoctacions, i que contrasta amb l'augment de l'any anterior.

TAULA 4.3 : VIATGERS I PERNOCTACIONS EN ESTABLIMENTS HOTELERS A LA DEMARCACIÓ DE BARCELONA PER MERCATS EMISSORS, 2007 I 2008

Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers		Variació	Pernoctacions		Variació
	2007	2008	07/08	2007	2008	07/08
Espanyols	2.875.431	2.969.889	3,3%	5.702.843	5.626.504	-1,3%
Estrangers	5.254.375	5.375.530	2,3%	14.601.596	14.497.103	-0,7%
Alemanys	485.366	490.834	1,1%	1.659.684	1.631.038	-1,7%
Francesos	538.824	582.931	8,2%	1.208.203	1.327.463	9,9%
Italians	581.318	552.251	-5,0%	1.510.337	1.417.786	-6,1%
Britànics	875.684	810.995	-7,4%	2.802.109	2.396.405	-14,5%
Belgues	141.687	145.193	2,5%	437.307	453.333	3,7%
Holandesos	283.730	308.304	8,7%	1.156.641	1.160.288	0,3%
Russos	85.221	101.135	18,7%	406.883	459.470	12,9%
EEUU	438.188	436.496	-0,4%	895.195	891.940	-0,4%
Reste	1.824.357	1.947.390	6,7%	4.525.237	4.759.380	5,2%
Total	8.129.806	8.345.419	2,7%	20.304.439	20.123.607	-0,9%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

Girona és la segona demarcació catalana pel que fa al turisme hotelier, concentrant gairebé el 21% dels viatgers hotelers a Catalunya i el 27% de les pernoctacions. L'any 2008, com hem observat prèviament, es va notar un retrocés clar en la xifra de viatgers dels establiments hotelers, i un menor retrocés en les pernoctacions. Aquesta reducció en la demanda hotelera, particularment intensa en termes de viatgers, s'atribueix bàsicament a la pèrdua de posicions del mercat espanyol, que es redueix un 9,1% en viatgers i un 4,4% en pernoctacions. El mercat espanyol aporta en aquesta demarcació el 41% dels viatgers hotelers i el 31% de les pernoctacions. Pel que fa al mercat estranger, la reducció del nombre de viatgers en un 2,5% es centra en l'evolució negativa dels viatgers italians i, sobretot, dels britànics. De fet, si el mercat britànic s'hagués mantingut estable, el nombre total de viatgers procedents de l'estranger en aquesta província fins i tot hauria pujat lleument.

Quant als augments, destaca el del mercat rus (Girona atrau el 25% del total a Catalunya), igual que l'any anterior.

TAULA 4.4: VIATGERS I PERNOCTACIONS EN ESTABLIMENTS HOTELERS A LA DEMARCACIÓ DE GIRONA PER MERCATS EMISSORS, 2007 I 2008

Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers			Pernoctacions		
	2007	2008	Variació 07/08	2007	2008	Variació 07/08
Espanyols	1.353.127	1.229.987	-9,1%	3.573.345	3.415.644	-4,4%
Estrangers	1.848.556	1.802.907	-2,5%	7.770.547	7.775.939	0,1%
Alemanys	198.745	202.557	1,9%	1.065.648	1.146.433	7,6%
Francesos	606.648	618.418	1,9%	1.869.221	1.981.924	6,0%
Italians	163.845	150.040	-8,4%	647.207	589.186	-9,0%
Britànics	289.851	240.076	-17,2%	1.355.645	1.130.162	-16,6%
Belgues	115.319	107.912	-6,4%	717.476	678.438	-5,4%
Holandesos	76.992	78.482	1,9%	405.210	387.111	-4,5%
Russos	60.289	70.225	16,5%	417.529	496.801	19,0%
EEUU	26.714	19.550	-26,8%	55.783	41.944	-24,8%
Resta	310.153	315.648	1,8%	1.236.828	1.323.940	7,0%
Total	3.201.683	3.032.894	-5,3%	11.343.892	11.191.583	-1,3%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

La demarcació de Lleida és la menys desenvolupada en termes de demanda hotelera a Catalunya i la que gaudeix, com a tret diferencial, de l'aportació més gran del mercat nacional. Pel que fa a viatgers, això significa el 85% del total (87% en termes de pernoctacions). En termes dinàmics, la demanda hotelera a Lleida (viatgers) va augmentar un 2,4% al 2008, un creixement que descansa exclusivament en el del mercat espanyol (del 3,7%), atès a la davallada del nombre de viatgers estrangers, francesos bàsicament. Aquest augment del nombre de viatgers no es va traduir, però, en un creixement del nombre de pernoctacions a causa del retrocés experimentat per alguns mercats estrangers, particularment el francès.

TAULA 4.5 : VIATGERS I PERNOCTACIONS EN ESTABLIMENTS HOTELERS A LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA PER MERCATS EMISSORS, 2007 I 2008

Viatgers, pernoctacions i percentatge

	Viatgers		Variació	Pernoctacions		Variació
	2007	2008	07/08	2007	2008	07/08
Espanyols	668.918	693.540	3,7%	1.625.755	1.648.513	1,4%
Estrangers	125.439	119.922	-4,4%	276.948	246.576	-11,0%
Alemanys	8.114	8.779	8,2%	14.019	13.792	-1,6%
Francesos	54.583	46.324	-15,1%	132.822	97.628	-26,5%
Italians	6.995	6.974	-0,3%	10.909	12.488	14,5%
Britànics	7.777	10.089	29,7%	16.747	19.619	17,1%
Belgues	3.474	2.709	-22,0%	10.193	8.666	-15,0%
Holandesos	2.700	3.228	19,6%	4.819	5.249	8,9%
Russos	762	701	-8,0%	1.155	4.809	316,4%
EEUU	3.642	4.391	20,6%	5.853	7.666	31,0%
Resta	37.392	36.727	-1,8%	80.431	76.659	-4,7%
Total	794.357	813.462	2,4%	1.902.703	1.895.089	-0,4%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

Finalment, pel que fa a la demarcació de Tarragona, destaca una reducció en el nombre de viatgers hotelers el 2008 que es tradueix en la pèrdua d'un 3,5% de viatgers, però que contrasta amb el lleu augment del nombre de pernoctacions en un 0,5%. La reducció en el nombre de viatgers s'atribueix críticament a la debilitat del mercat espanyol, que retrocedeix un significatiu 8,6%. En contrast, el número de viatgers procedents del mercat estranger a la demarcació de Tarragona va augmentar un 3,7% el 2008, un creixement causat pels mercats agrupats sota "Resta" i el rus. De fet, Tarragona concentra el mercat rus en major mesura, ja que aporta el 39% dels viatgers hotelers d'aquest país que arriben a Catalunya. L'augment suau del nombre de pernoctacions totals és conseqüència de l'increment del 6,2% registrat en el nombre de pernoctacions de viatgers estrangers, clarament superior al de la resta de demarcacions. Els mercats britànic, rus i dels països agrupats sota "Resta" són els responsables d'aquesta evolució, que contrasta amb la del mercat emissor espanyol, que ha experimentat una caiguda del 7,2% en pernoctacions. El treball fet en aquest demarcació per conquerir els mercats emergents davant la saturació dels tradicionals, està donant els seus fruits.

TAULA 4.6 : VIATGERS I PERNOCTACIONS EN ESTABLIMENTS HOTELERS A LA DEMARCACIÓ DE TARRAGONA PER MERCATS EMISSORS, 2007 I 2008

Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers		Variació	Pernoctacions		Variació
	2007	2008	07/08	2007	2008	07/08
Espanyols	1.338.095	1.223.321	-8,6%	3.768.886	3.498.176	-7,2%
Estrangers	961.293	996.727	3,7%	4.963.781	5.273.811	6,2%
Alemanys	42.283	36.203	-14,4%	205.034	158.141	-22,9%
Francesos	212.586	212.456	-0,1%	654.778	660.463	0,9%
Italians	19.963	19.786	-0,9%	51.142	48.992	-4,2%
Britànics	369.147	359.879	-2,5%	2.279.687	2.365.431	3,8%
Belgues	27.456	30.248	10,2%	173.997	186.609	7,2%
Holandesos	52.594	49.276	-6,3%	302.356	277.464	-8,2%
Russos	91.666	110.543	20,6%	733.701	818.117	11,5%
EEUU	7.647	8.456	10,6%	16.648	26.372	58,4%
Resta	137.951	169.880	23,1%	546.438	732.222	34,0%
Total	2.299.388	2.220.048	-3,5%	8.732.667	8.771.987	0,5%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

Finalment, ens interessa conèixer com s'han traduït aquestes evolucions en termes de la concentració temporal (mensual) de la demanda hotelera. Per contestar de manera rigorosa s'han reproduït els índexs de concentració mensual de la demanda (índexs de Herfindahl) per a les quatre demarcacions, tot analitzant els darrers dos anys i les dues variables de demanda hotelera. En aquest sentit, les dades mostren un lleuger augment de la concentració el 2008, tant en viatgers com en pernoctacions. Aquest creixement està bastant generalitzat en totes les demarcacions (només Girona es manté estable en termes de pernoctacions). Per demarcacions destaca la major concentració existent a Tarragona i Girona i la menor a Barcelona i Lleida, malgrat que Barcelona sigui la més important pel que fa a la demanda hotelera catalana.

TAULA 4.7 : CONCENTRACIÓ TEMPORAL DE LA DEMANDA HOTELERA A CATALUNYA PER DEMARCACIONS, 2007 i 2008

Índexs Herfindahl

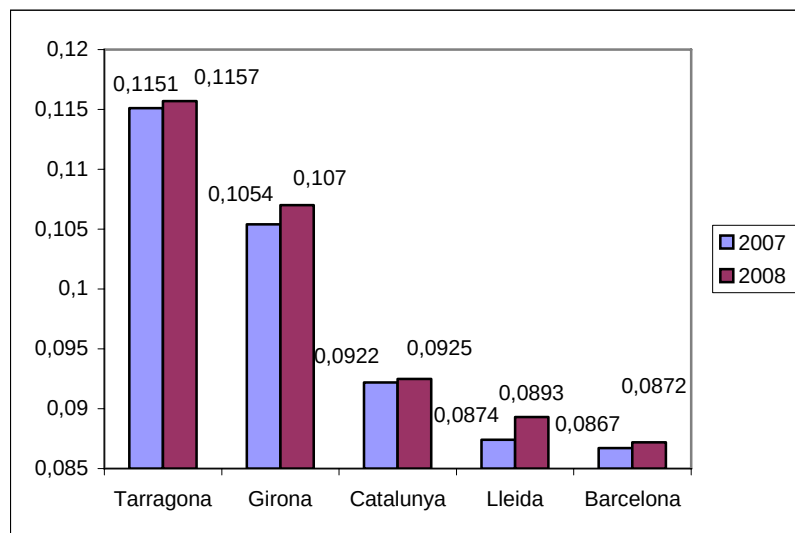
	Viatgers		Pernoctacions	
	2007	2008	2007	2008
Barcelona	0,0867	0.0872	0,0932	0.0936
Girona	0,1054	0.1070	0,1222	0.1222
Lleida	0,0874	0.0893	0,0931	0.0967
Tarragona	0,1151	0.1157	0,1347	0.1397
Catalunya	0,0922	0.0925	0,1055	0.1063

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

GRÀFICA 4.4: CONCENTRACIÓ TEMPORAL DE VIATGERS HOTELERS PER DEMARCACIONS CATALANES, 2007 i 2008

Índexs Herfindahl

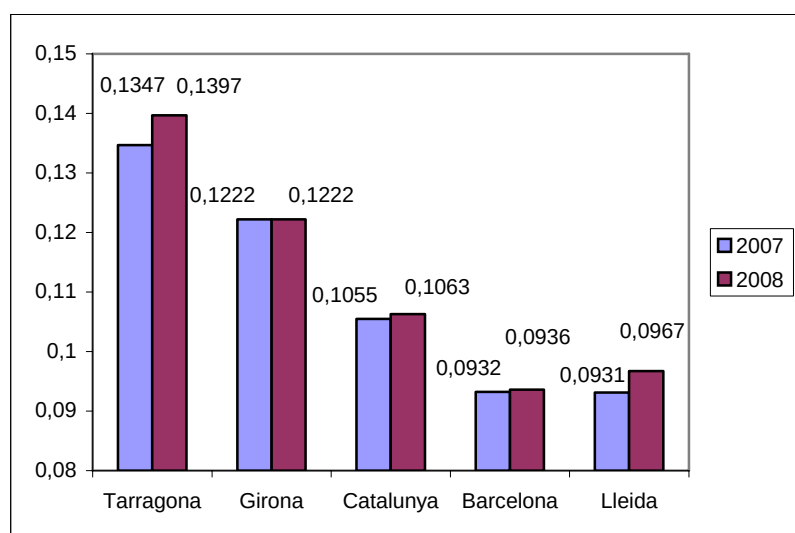


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

GRÀFICA 4.5: CONCENTRACIÓ TEMPORAL DE PERNOCTACIONS HOTELERES PER DEMARCACIONS CATALANES, 2007 i 2008

Índexs Herfindahl



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE

Nota: Les dades referents al 2008 són provisionals.

Així, globalment la demanda hotelera va mostrar durant el 2008 una situació d'atonía, amb certes discrepàncies territorials, significatius retrocessos del mercat britànic i un lleu augment de la concentració mensual. El mercat espanyol reula a les demarcacions amb més presència del producte climàtic i el mercat estranger resisteix a Barcelona i, sobretot, a Tarragona. Una nota contundentment positiva la posen certs mercats emergents, com el rus i els països agrupats sota "Resta", demostrant l'eficàcia dels canvis en la política de promoció portada a terme.

5. Anàlisi comptable de les empreses hoteleres a Catalunya

L'objectiu d'aquest capítol consisteix en explicar quin és l'estat econòmic i financer de les empreses hoteleres que tenen la seva seu social a Catalunya, siguin els que siguin els territoris on duen a terme les seves activitats i a la llum de les dades fetes públiques al Registre Mercantil. La mostra recull el desdoblament entre societats patrimonials i explotadores que conformen el negoci hotelier, doncs ambdues reflecteixen la realitat⁸.

La mostra analitzada ha estat el resultant d'introduir els següents criteris de selecció sobre la base de dades SABI:

Seu social a Catalunya

Codi CNAE: 551

Codis IAE: 6860, 6800, 6810, 6820, 6840, 6860, 6891, 9420

10 empleats com a mínim

Ingressos d'explotació mínims de 6.000 €

L'últim requeriment es justifica per la conveniència d'eliminar les societats instrumentals exclusivament tenedores d'accions o prestadores de diners a les seves participades que només facturen ingressos financers per dividends o interessos de crèdits. Amb aquests criteris han estat seleccionades 636 empreses.

⁸ El present estudi té un precedent en el Capítol 3 de l'Índex UAB d'Activitat Turística de l'any 2005.

Tots els indicadors fan referència als anys 2005 i 2007. A la següent taula presentem les principals magnituds agregades de balanç i de resultats de la mostra.

TAULA 5.1: MAGNITUDS AGREGADES DE BALANÇ I COMPTES DE RESULTATS 2005 I 2007

Milions d'euros (M€)

	2005	2007
Dades del balanç		
Actiu fix net	4.037	4.975
Actiu circulat	1.079	1.306
Actiu Total	5.116	6.281
Fons Propis	1.943	2.225
Exigible a llarg termini	1.957	2.395
Exigible a curt termini	1.216	1.661
Passiu Total	5.116	6.281
Dades del compte de pèrdues i guanys	2005	2007
Ingressos d'explotació	1.911	2.413
Marge brut	1.569	1.990
EBITDA	324	416
Resultat de l'explotació (EBIT/BAIT)	154	214
Resultat Ordinari	102	107
Resultat Extraordinari	-72	48
Resultat Abans d'Impostos	30	155
Resultat net	-11	93
Cash Flow Net	159	295
Altres dades laborals		
Número empleats	26.435	31.211

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del SABI.

L'estudi començarà amb una anàlisi del vessant patrimonial, per després examinar la parcel·la econòmica amb l'objectiu d'aprofundir en la composició del resultat, la generació de fons, i finalment el rendiment de l'actiu i la rendibilitat de l'accionista.

5.1. Anàlisi patrimonial

Ens interessem primerament per la composició de l'actiu, on, com no podia ser d'una altra manera en aquest sector, hi ha un predomini clar de les immobilitzacions.

Actiu

Cal remarcar el gran increment dels actius de la mostra enregistrat des de l'any 2003, que han passat de sumar 1,889 M€ aquell any a 5.116 M€ només dos anys després (el 2005), i que l'any 2007 van assolir la quantitat de 6.281 M€. Es constata així que al llarg del bienni 2004-2005 es van materialitzar molts projectes d'expansió de l'oferta, fent que la inversió es multipliqués per 2,7. L'augment en el període 2006-2007 és molt més moderat, especialment en xifres relatives.

En relació a l'actiu fix, aquest suposa el 79% de la inversió total en els dos anys observats, una mica per sota de la mitjana espanyola del sector, on la banda de participació de l'actiu fix en l'actiu total es mou entre el 80% i el 85%.

A priori es podia esperar un impacte més gran de l'actiu fix, si s'observa la baixa incidència que s'atribueix normalment a la inversió de capital circulant als hotels i el fet que algunes empreses hagin actualitzat el valor d'inventari dels edificis en explotació. Cal tenir en compte, però, tres factors que poden ajudar a l'explicació de la diferència:

1. El grau d'amortització dels immobilitzats i la variació entre entrades i sortides d'immobilitzat. La base de dades utilitzada presenta els actius fixos pel seu valor net, sense diferenciar entre el cost de la inversió i l'amortització acumulada. Aquesta mancança es pal·lia quan els actius són moderns i estan poc amortitzats⁹.
2. L'atorgament de facilitats de pagament a determinats segments de la demanda (operadors turístics i empreses, principalment), que han anat fent pujar la inversió en clients, i per tant el volum de l'actiu circulant.
3. El propòsit de mantenir un excedent de tresoreria per a noves inversions, engreixant així els actius líquids més allà de la necessitat operacional.

Sens dubte la mostra seleccionada té un grau d'afectació més gran per les circumstàncies assenyalades.

Pel que fa a l'actiu circulant, les existències representen el 5,3% l'any 2007, proporció quelcom més petita que la de l'any 2005. Òbviament, els hotels no són intensius en estocs i així ho corroboren les xifres.

La participació dels deutors (bàsicament clients) oscil·la entre el 47,4% de l'any 2005 i el 48,6% de l'any 2007. L'augment de 1,2 punts s'inscriu en la línia de les facilitats a la clientela per tal d'afavorir-ne l'ocupació per alguns segments exigents en aquest sentit.

Els actius més líquids, representats per la tresoreria i les inversions financeres temporals, suposen al voltant del 47% als dos exercicis, proporció molt més elevada que en la immensa majoria de les activitats econòmiques. Aquesta disponibilitat supera amb escreix les exigències del funcionament ordinari. Esdevé un coixí per tal d'aprofitar possibles oportunitats de compra de nous hotels, el que es pot justificar des d'un punt de mira estratègic però que topa

⁹ Recordem que l'administració fiscal ha permès una amortització més ràpida dels immobilitzats hotelers bàsicament des de 2006.

amb un model de gestió inspirat en aconseguir la màxima rotació dels actius i la seva rendibilització per mitjà de l'activitat troncal.

Remarquem un cop més que un projecte d'empresa el defineix l'actiu i la seva gestió eficaç com a força motriu cap a la liquiditat, la rendibilitat i la generació de recursos, independentment de com s'hagi finançat.

Passiu

L'any 2005, el 62% de la inversió es finança amb deute. Per tant, els accionistes cobreixen el 38% de l'actiu, proporció de dependència patrimonial moderada.

La relació d'endeutament, que compara l'exigible total amb els fons propis, és de 1,63 i 1,82, respectivament, els anys 2005 i 2007. Això vol dir que, per exemple, l'any 2007, per cada 100 euros que aportaven els accionistes al finançament de l'actiu, els creditors contribuïen amb 182 euros. Es una distribució acceptable en la línia del que s'entén com un nivell mig de risc patrimonial.

Existeix, però, una gran diferència atenent el nivell d'ocupació de les empreses de la mostra. Així, les que tenen una plantilla superior a 100 treballadors presenten l'any 2007 un grau d'endeutament de 2,7, que tendeix clarament a alt. En canvi, les que ocupen fins a 25 treballadors tenen un grau d'endeutament de només 1,14 el mateix any. Es constata un creixement gradual del nivell d'endeutament a mida que augmenta l'ocupació fins al segment d'empreses que ocupen entre 51 i 100 treballadors, on se situa en 1,41. A partir d'aquí l'augment és molt fort i s'explica per la dimensió dels projectes executats els últims anys amb recurs intens al crèdit aliè.

Tot i l'alça referida, el grau d'endeutament no és el seu punt més feble, encara que pugui condicionar la gestió d'explotació en èpoques de predomini de l'oferta. Com a complement de l'anterior, podem mesurar la qualitat de l'exigible atenent aquests paràmetres:

- Distribució de l'exigible per tipus de venciment.
- Proporció del deute que és financer i, per tant, té un cost explícit d'interessos.
- Proporció del deute a curt termini que correspon als recursos del cicle d'exploació.

En relació a la distribució de l'exigible, el 61,7% l'any 2005 i el 59,1% l'any 2007 venç a llarg termini (més d'un any). Aquesta proporció és raonable en el sector i l'ha propiciat l'obertura de nous hotels en períodes immediats anteriors.

Segons quin sigui el venciment mig del deute a llarg, dada que no és pública, pot fer més exigent la consecució de cash flow per tal d'atendre els venciments i condicionar molt la negociació dels preus de venda a la fi de cobrir les ocupacions mínimes en un temps de crisi econòmica com l'actual.

D'altra banda, els recursos bancaris suposen entre el 66% i el 68% del deute total, admetent a efectes pràctics que tot l'exigible a llarg termini és bancari. Això implica que els compromisos a curt termini amb les entitats financeres representarien entre el 16% i el 17% d'aquest tipus de deute i estarien justificats pel descompte de saldos a càrrec de clients i l'ús de pòlisses de crèdit per cobrir el desfasament temporal entre pagaments i cobraments.

Atesa l'estructura de capitals, els recursos bancaris de la mostra financen un 42%-43% de l'actiu total. És moderada, en especial si tenim en compte l'augment de l'oferta enregistrat en períodes recents.

Podem definir els recursos cíclics com aquells que proporciona de forma espontània l'exercici mateix de l'activitat. Els principals provenen del deute amb els proveïdors comercials i dels compromisos habituals amb les entitats públiques. Hem suposat que són cíclics tots aquells que a la mostra no es cataloguen expressament com a financers. D'acord amb aquesta divisòria, el 83% del exigible a curt seria cíclic. Això no ens pot sorprendre de cap manera, atès que un hotel no ha d'ésser intensiu en el finançament bancari de curt

termini, llevat que el període de cobrament dels seus ingressos sigui llarg o que vulgui mantenir un estoc de tresoreria destinat al creixement de les activitats quan s'escaigui. A la mostra es dona la segona circumstància exposada, però no ha provocat un ús important dels recursos bancaris a curt termini. Ho valorem positivament.

Com a conclusió del vessant patrimonial, podem assenyalar que tant l'estructura inversora com la financera són coherents amb el tipus d'activitat, tot i els augments dels actius fixos i del deute a llarg termini, motivats per l'obertura de nous hotels.

Acabada la referència a l'actiu i al passiu separadament, ara cal relacionar-los.

Equilibri Financer

Als dos exercicis considerats hi ha dèficit de fons de maniobra. Els capitals permanents (fons propis + deutes a llarg termini) no arriben a cobrir tot l'immobilitzat net de les amortitzacions acumulades, amb sengles dèficits de 138 M€ i 355 M€, l'últim dels quals representa un 27% de l'actiu circulant.

Un hotel es pot permetre operar amb fons de maniobra deficitari, atès que sovint el cicle d'explotació no demana fons i, per contra, n'allibera. Tot i això, la repercussió del dèficit de l'any 2007 es pot considerar una mica elevada. Els recursos cíclics superen les inversions cícliques en 445 M€ l'any 2005 i en 671 M€ l'any 2007. Pot influir-hi sens dubte la presumpció feta d'haver considerat com a cíclics tots els deutes a curt termini no declarats com a financers, però tampoc fins al punt de capgirar la situació.

La mostra combina un dèficit de fons de maniobra amb un alliberament de recursos més quantiós pel cicle d'explotació. Com a conseqüència, la posició de tresoreria, calculada per diferència entre el fons de maniobra i les necessitats cícliques netes (en aquest cas negatives), resulta excedentària i es materialitza en la diferència entre els actius líquids i els deutes financers a curt termini. Es pot comprovar tot seguit amb aquest quadre:

TAULA 5.2: POSICIÓ DE TRESORERIA, LIQUIDITAT. 2005 I 2007

Milions d'euros (M€)

	2005	2007
Fons de maniobra	-138	-355
Necessitats cícliques	-445	-671
Posició de Tresoreria	307	316
Actius Líquids	505	601
Deute financer a curt	198	285

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del SABI.

L'anàlisi de l'equilibri financer es completa amb la rotació de les partides essencials del circulant d'explotació, que són les d'existències, clients i proveïdors.

La rotació d'estocs calculada pel quocient entre el saldo d'existències i els consums de l'any per queviures, articles de neteja, aixovar i altres materials, s'agilitza poc. Els saldos d'existències l'any 2005 equivalien a 64 dies dels consums referits i l'any 2007 a 60 dies. Aquesta rotació és quelcom lenta i podria justificar-la una política d'aprovisionaments conservadora dels establiments turístics.

La rotació de clients es manté estable. El període mig de cobrament es mou entre 96 i 97 dies els anys 2005 i 2007. No s'ha tingut en compte l'efecte de l'IVA contingut en el saldo de clients, per tractar-se d'una mostra variada on hi caben diferents tipus d'aplicació de l'impost segons la categoria dels hotels o la seva localització. La composició de les vendes per canals és determinant, de forma que un pes més gran dels segments empresa, tour operadors i agències de viatges, n'alenteix la rotació.

La rotació de proveïdors és normal. L'any 2005 el deute amb els creditors d'explotació equival a 73 dies de la suma dels consums i les altres despeses

d'explotació subjectes a l'IVA. L'any 2007 és de 78 dies. Pel càlcul, no ens hem limitat als subministradors de consumibles. Hem suposat que totes les despeses d'explotació diferents de les de personal i d'amortitzacions de l'actiu fix són motivades per la contractació de serveis, els proveïdors dels quals poden atorgar crèdit comercial (manteniments, reparacions, publicitat, material d'oficina i altres).

L'equilibri financer és satisfactori, doncs. La posició de tresoreria és positiva en termes nets, al donar-se un dèficit de fons de maniobra menor que l'alliberament de recursos pel cycle d'explotació. A la vegada, és meritòria la reserva de fons líquids per a nous projectes apel·lant poc al crèdit bancari de curt termini. Només un element per a la reflexió: el període mig de cobrament dels ingressos que s'apropa molt als 100 dies.

5.2. Vessant Econòmic

La primera referència és el Compte de Pèrdues i Guanys. Després s'estableixen relacions entre determinats nivells del resultat i alguns elements del Balanç per tal d'obtenir-ne rendiments i rendibilitats.

Compte de Pèrdues i Guanys

Ens ocupem dels ingressos i dels diferents marges fins arribar al resultat net d'impostos, així com de la generació de recursos (cash flow econòmic).

Els ingressos d'explotació creixen un 26,2% entre 2005 i 2007 i arriben aquest últim any a 2.413 M€. Es una evolució propiciada més per la col·locació i venda d'un nombre més alt de places, que no pas per l'efecte preu.

La cascada de marges es veu afectada. El primer de tots, conegut com a Valor Afegit Brut (ingressos d'explotació menys consums de queviures, articles de neteja i altres materials) se situa els dos anys al voltant del 82% dels ingressos, proporció normal atesa la baixa incidència d'aquell tipus de consums.

L'EBITDA expressa els fons generats al nivell de l'explotació i es calcula per diferència entre el Valor Afegit Brut i la suma de les despeses d'explotació sense incloure entre elles les dotacions per a l'amortització de l'actiu fix. En xifres arriba als 324 M€ l'any 2005 i als 416 M€ l'any 2007, i la seva incidència es manté estable entorn al 17% dels ingressos els dos exercicis.

El resultat d'explotació, també conegut amb les sigles EBIT o BAIT, calculat per diferència entre l'EBITDA i les amortitzacions dotades de l'actiu fix, puja en xifres absolutes fins a assolir 154 M€ i 214 M€, respectivament. Mesurat respecte dels ingressos, n'augmenta del 8,1% l'any 2005 al 8,9% l'any 2007. Aquest marge d'explotació és baix i el provoca l'impacte de les despeses d'explotació (personal i amortitzacions, bàsicament) sobre els ingressos. Després veurem si la rotació de l'actiu ho pot compensar, però cal tenir molt present que el rendiment de la inversió en un negoci hotel·ler s'obté molt més gràcies al marge de l'explotació que no pas a la rotació de l'actiu, i que en aquest cas les fortes inversions realitzades en exercicis precedents l'hauran perjudicada. En qualsevol cas, és un avís important.

Tot seguit abordem els efectes del finançament, materialitzats en els interessos del deute. Aquí s'ha enregistrat un fortíssim augment de la càrrega suportada, especialment en xifres absolutes. Les despeses financeres sumen 163 M€ l'any 2007, enfront als 83,6 M€ de l'any 2005. Es cert que el deute financer també ha crescut, però molt menys. Mentre que la despesa per interessos augmenta un 95%, el deute remunerat de forma explícita creix un 24%. L'augment del cost del diner en el bienni considerat s'apunta com el motiu principal de l'evolució de les dues magnituds. Així, les despeses financeres passen a representar l'any 2007 el 6,7% dels ingressos d'explotació, 2,3 punts més que l'any 2005.

Malgrat la millora del resultat d'explotació en xifres absolutes i relatives, l'alça de les despeses financeres ha impedit el creixement relatiu del resultat ordinari. Aquesta magnitud se situa l'any 2007 en 107 M€, 5 M€ més que l'any 2005. Mesurada, però, sobre els ingressos d'explotació, davalla del 2% al 1,7%.

El comportament dels resultats extraordinaris és totalment oposat els anys 2005 i 2007. Mentre el primer any esmentat presenten un saldo net desfavorable de 72 M€, el segon aporten un guany net de 48 M€. Es comprendrà que no els hàgim considerat a l'hora de calcular el rendiment de l'actiu, a la fi d'evitar una comparació del tot heterogènia.

Com a conseqüència, el resultat abans d'impostos (resultat ordinari + resultat extraordinari) pateix la influència del que acabem de comentar. L'any 2005 el benefici és de 30 M€ i el 2007 de 155 M€. Aquesta variació tan sensible no esdevé de l'activitat ordinària, on el benefici puja lleugerament de 102 M€ a 107 M€, com s'ha dit.

La càrrega fiscal drena 41 M€ l'any 2005 i provoca una pèrdua neta comptable de 11 M€. Això vol dir que una part significativa de les despeses de caire extraordinari comptabilitzades no es podia deduir de la base de l'impost sobre el benefici de societats. Si el resultat comptable hagués estat la magnitud principal pel seu càlcul, fora inversemblant que un guany de 30 M€ merités una quota impositiva de 41 M€.

L'any 2007 la quota suportada (62 M€) equival al 40% del benefici abans d'impostos (155 M€). Tot i acomodar-se molt més als tipus impositius, és gairebé segur que algunes despeses comptabilitzades tampoc van ser deduïbles.

El guany net d'impostos l'any 2007 (93 M€) equival al 3,8% dels ingressos d'explotació i, sobre la pèrdua de 11 M€ de l'any 2005, no calen comparacions.

Si incorporem al resultat net anterior les dotacions per l'amortització de l'actiu fix, el *cash flow* net d'impostos generat és de 160 M€ l'any 2005 i de 295 M€ el 2007, quantitats que suposen el 8,4% i el 12,2% respectivament dels ingressos d'explotació. Sense considerar els resultats atípics, els fons generats per l'activitat ordinària abans d'impostos foren de 273 M€ l'any 2005 i de 369 M€ l'any 2007, quantitats equivalents al 14,3% i al 15,3% dels ingressos d'explotació. En qualsevol cas, són percentatges discrets atesos el mecanisme

de rendibilització dels actius i la importància de les inversions de reposició per preservar la competitivitat dels hotels.

Examinada la composició del Compte de Pèrdues i Guanys, és l'hora de referir-nos a una sèrie d'indicadors que mesuren diferents aspectes d'eficiència en la gestió econòmica i financera.

Valor Afegit per Empleat

Aquest indicador és molt més útil que el volum d'ingressos per empleat, per que ens acostava a la capacitat d'assumir els costos laborals sense perjudicar greument el resultat de l'explotació.

El podem calcular a dos nivells; un primer, que és el més habitual, comparant el Marge Brut amb el nombre de persones ocupades, i un altre, menys utilitzat, prenent la diferència entre els ingressos i totes les despeses d'explotació tretes les de personal, i dividint-la així mateix pel nombre de persones ocupades.

El primer nivell és més general. S'ubica tot just després de restar els consums bàsics (alimentació, aixovar, etc.) a la facturació i ha de permetre eixugar amb escreix totes les despeses d'explotació. En aquest nivell, s'obté una quantitat de 59.353 euros per empleat l'any 2005 i de 63.760 euros l'any 2007. Sens dubte, és un indicador de la productivitat de l'explotació.

El segon nivell és més específic. Ja han estat deduïdes totes les despeses d'explotació llevat de les de personal. La quantitat que en resulta ha de permetre encaixar el cost de la mà d'obra i deixar un excedent com a resultat d'explotació. En aquest cas les magnituds són de 29.960 euros i 31.975 euros respectivament, amb un creixement molt curt.

Pel que fa al cost mig anual per empleat, evoluciona de 24.135 euros a 25.120 euros, amb increments inferiors al 3% interanual.

Hi ha una capacitat suficient d'atendre la remuneració del personal, per bé que el cost mig per empleat absorbeix un 78,6% del Valor Afegit per empleat (com a indicador de competitivitat de la indústria).

Mentre en el primer nivell es produeix un augment del 7,4%, en el segon n'és del 6,7%. La diferència obeeix a l'increment de les despeses d'explotació no laborals per empleat.

Relació Deute Financer/EBITDA

És una mesura de capacitat de reembossament del deute financer a llarg termini mitjançant la generació de fons per l'explotació. Quan més alt sigui el quocient, pitjor.

L'any 2005 el deute financer era equivalent a 6 vegades l'EBITDA, i el 2007 baixa fins a suposar-ne 5,7 vegades. Es un multiplicador alt, com a conseqüència de la presa de crèdits a llarg termini en períodes anteriors per finançar el gran creixement de les inversions enregistrat aleshores i d'una resposta de l'EBITDA menys brillant de la que s'esperava.

La relació ha assolit un nivell que tècnicament admet poca tolerància a nous increments, més encara en un escenari econòmic com el present.

Relació entre l'EBITDA i les Despeses Financeres

Mesura la capacitat dels fons generats al nivell de l'explotació per tal d'absorbir el cost del deute financer. En el bienni contemplat, la pujada del preu del diner i el volum de crèdit manegat, tot i l'augment de l'EBITDA, provoquen que el quocient no arribi a 4 vegades en el millor dels casos (si es pren la despesa financera neta de l'ingrés financer) ni a 2,6 si s'adopta la despesa financera sense restar els ingressos financers per considerar que no deixen de ser una categoria més dels extraordinaris. Es una cobertura curta.

L'anterior no ha de fer perdre de vista la necessitat d'actuar intensament sobre l'explotació, atès que el tipus d'interès és una variable exògena no controlada per les empreses hoteleres, que només poden pal·liar els seus efectes mitjançant la contractació de derivats de cobertura d'aquest risc.

El rendiment de l'actiu (ROA)

El ROA (acrònim de l'anglès Return On Assets) és l'indicador cabdal de l'anàlisi econòmica. Ens assenyala si la inversió és viable o no. El ROA, la rendibilitat econòmica, ha de superar amb certa amplitud el cost del diner bancari al qual les empreses es poden endeutar.

Té dos components; el marge d'explotació (Resultat d'explotació/Ingressos d'explotació) i la rotació de la inversió (Ingressos d'explotació/Actiu total net).

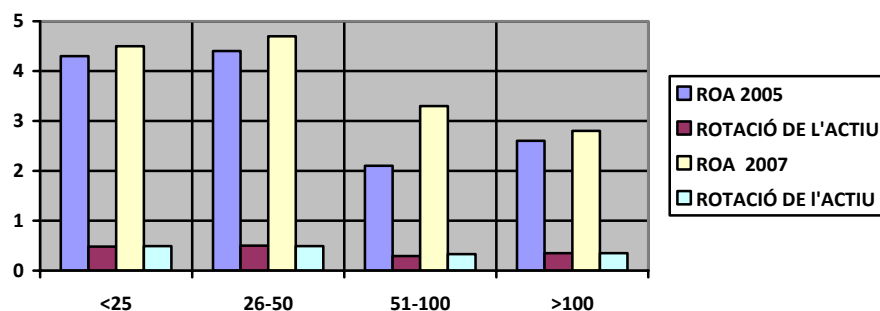
En el comentari del Compte de Pèrdues i Guanys ens hem referit a la pujada del marge d'explotació entre 2005 i 2007, que passa del 8% al 8,9%. Restava pendent la conducta de la rotació, és a dir, el nombre de vegades que els ingressos d'explotació multipliquen l'actiu. Doncs bé, l'any 2005 és de 0,37 i l'any 2007 de 0,38.

La conseqüència de tot plegat és que el ROA augmenta lleument des d'un 3% l'any 2005 fins un 3,4% l'any 2007. En els dos exercicis és inferior als tipus d'interès als que es poden endeutar els operadors i també dels que suporten pel seu finançament bancari actual. Es un rendiment del tot insuficient.

No n'hi ha prou amb les molt petites millores del marge d'explotació i de la rotació de l'actiu enregistrades entre 2005 i 2007. El ROA és una assignatura pendent del sector que l'hauria d'obligar a revisar la gestió i l'estructura dels establiments.

GRÀFICA 5.1: EVOLUCIÓ DELS COMPONENTS DEL ROA SEGONS SEGMENTS D'Ocupació. 2005 I 2007

Percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del SABI.

En els dos anys s'observa una diferència notable del ROA atenent els segments d'ocupació. Les empreses fins a 50 treballadors aconseguixen una taxa que oscil·la entre el 4,3% i el 4,7%, mentre que per nivells de plantilla superiors no se supera en cap cas el 3,3% i s'arriba fins i tot al 2,1% en el tram de més de 100 empleats. Tanmateix, no hi ha un paral·lelisme clar entre els dos components de l'indicador. Mentre que la forquilla del marge és relativament estreta (es mou entre el 7,3% i el 10% en els quadres anteriors), la rotació té un comportament molt dispar i oscil·la entre 0,29 voltes i 0,50 voltes de les vendes sobre l'actiu. La diferència de les rotacions té un pes més gran que el marge d'explotació en la conducta del ROA per segments de plantilla.

Comprovarem tot seguit si els accionistes de les empreses que configuren la mostra han vist perjudicada la rendibilitat de les seves aportacions per causa de la trajectòria del ROA o per altres motius.

La rendibilitat de l'accionista: ROE

El ROE (acrònim de l'anglès Return on Equity) mesura el profit que els propietaris treuen de la seva aportació, altrament dit la rendibilitat dels capitals propis.

Es calcula mitjançant la divisió entre el resultat (abans o després d'impostos) i els capitals propis. Preferim situar-la abans d'impostos i que l'accionista valori si li resulta prou remuneradora tenint en compte que sempre haurà d'encaixar una càrrega fiscal.

El ROE era del 1,5% l'any 2005 i del 7% l'any 2007. La diferència s'explica per la diferent contribució dels resultats extraordinaris en els dos exercicis. Si no es consideren, les rendibilitats són del 5,2% i del 4,8% respectivament. Veiem ara la influència del ROA en el ROE.

La rendibilitat de l'accionista és una conseqüència del que rendeix l'actiu i de l'efecte impulsor o reductor sobre ell que pugui derivar-se de l'estructura de capitals i del cost mig del deute.

Per tant, el punt de partida del ROE és el ROA. Aquest pot millorar o empitjorar en funció de la ratio d'endeutament ($\text{Exigible Total} / \text{Capitals Propis}$) i de la diferència entre el ROA ($\text{Resultat d'exploració} / \text{Actiu Total Net}$) i el cost mig del deute ($\text{Despeses Financeres} / \text{Exigible Total}$). La incidència d'aquests elements modificadors del ROA en el camí cap a la rendibilitat de l'accionista els resum el factor de palanquejament financer que ha estat més favorable l'any 2007, fent possible de multiplicar el ROA per 2,05 i assolir així un ROE del 7%, 5 punts i mig més alt que l'obtingut l'any 2005 per l'efecte de les pèrdues extraordinàries.

Després d'impostos, la rendibilitat de l'accionista es redueix al 4,2% l'any 2007. No cal discutir si retribueix adequadament la prima de risc de l'activitat hotelera. Es evident que no la remunera.

El lector pot qüestionar quin és aleshores l'interès dels socis en mantenir les seves participacions. Hi pot haver consideracions de tota mena (estratègiques, familiars, de confiança en una plusvàlua futura), a més de la possibilitat que hagin rebut compensacions amb càrrec a les despeses de les empreses, per

tant molt abans d'arribar al seu resultat operacional, però no tenim dades que ens permetin avaluar l'abast d'aquesta rendibilitat afegida¹⁰.

Observem ara la conducta del ROE per segments d'ocupació de les empreses.

TAULA 5.3: EVOLUCIÓ DEL ROE AMB RESULTATS EXTRAORDINARIS PER SEGMENTS D'OCUPACIÓ 2005 I 2007

Percentatges

ANY	General	<25	26-50	51-100	>100
2005	1,5	11,1	7,9	9,2	Negatiu
2007	7	8,7	11,1	7,9	3,4

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del SABI.

Aquí, la rendibilitat general de l'accionista a la mostra la condiciona molt el segment d'empreses amb més de 100 empleats, que és negativa l'any 2005 i força baixa l'any 2007. Aquell any els resultats extraordinaris negatius porten cap a una pèrdua en el segment referit, mentre que en els altres augmenten la rendibilitat de l'accionista. Per contra, l'any 2007, tots els segments empitjoren amb la supressió dels extraordinaris.

Si fem abstracció dels resultats extraordinaris, el quadre anterior quedaria així:

TAULA 5.4: EVOLUCIÓ ROE SENSE RESULTATS EXTRAORDINARIS SEGONS SEGMENTS D'OCUPACIÓ 2005 I 2007

Percentatges

ANY	General	<25	26-50	51-100	>100
2005	5,3	7,4	7,3	3,6	4,5
2007	4,8	6,9	7,7	4,9	0,3

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del SABI.

Es molt preocupant la rendibilitat abans d'extraordinaris i d'impostos en el segment de més de 100 treballadors, gairebé inexistent. L'impacte de les

¹⁰ Anteriorment també hem fet referència a la possibilitat de distints règims d'explotació hotelera.

despeses financeres és molt més fort que la palanca de l'endeutament, de forma que el ROE resulta inferior al ROA.

Per concloure, direm que el ROE augmenta molt l'any 2007, encara que en menor mesura per causa del ROA i en major pel palanquejament financer i l'impacte dels resultats extraordinaris.

Per tant, les empreses hoteleres catalanes que conformen la mostra tenien a l'acabament del 2007 el repte urgent de redreçar el rendiment de les seves explotacions, perjudicat de forma sostinguda des que va començar la dècada actual. No podien mantenir la política d'expansió d'exercicis anteriors. S'havien de concentrar en fer les inversions de reposició necessàries per mantenir la competitivitat de la seva oferta present i potenciar la generació de recursos per pagar els venciments del deute bancari a llarg termini contractat en un període anterior de fort creixement. Dit d'una altra manera, calia pair les inversions aprofitant que la situació patrimonial i la financera estaven raonablement equilibrades.

Aquest objectiu l'haurien d'abordar en un mercat cada vegada més competitiu on, juntament als operadors hotelers, actuen empreses d'altres sectors, com ara l'immobiliari i el constructor, principalment, que veuen en aquest negoci un mecanisme per diversificar les seves activitats i aconseguir una renda estable a mode de cupó del seu patrimoni d'explotació.

El marc descrit demana un sentit innovador en la gestió dels hotels i de la seva oferta de serveis, amb un producte hotelier diferenciat, amb una millora continuada dels nivells de qualitat i cultura del servei, així com un gran rigor professional en l'elecció de nous projectes tot confiant que no s'enregistren situacions més pertorbadores de la demanda de les que ja es manifesten a hores d'ara, sense oblidar els canals de comercialització més adients a la tipologia de clients de l'establiment.

La conducta menys favorable del preu del diner els últims anys i les restriccions del crèdit han de fer meditar molt l'execució d'inversions en nous hotels que

generin taxes de rendiment perillosament baixes. No serveix l'argument de que és obligat fer-les per l'acció de la competència, ni donar com a constant que els tipus d'interès es mantindran a llarg termini com a l'abril de 2009.

Més que mai, considerem que s'han d'esmerçar tots els esforços en revisar molt a fons tot el circuit d'explotació dels establiments, de forma curosa i individualitzada, a la fi d'augmentar el seu rendiment econòmic. Malgrat possibles sinergies de cadena, els beneficis de l'activitat s'han de fer òptims a cadascun dels hotels.

6. Prediccions per a la demanda hotelera a Catalunya per l'exercici del 2009

Les previsions de demanda hotelera a Catalunya no poden ser especialment positives per l'exercici del 2009. La conjuntura econòmica a Catalunya, a Espanya i a Europa és recessiva des de finals del 2008, com no es coneixia des de feia temps. Així, des de mitjans de l'any 2008 les expectatives de creixement dels organismes internacionals i nacionals especialitzats semblen haver iniciat una mena de cursa per veure qui proporciona pitjors registres.

En els casos espanyol i català la crisi econòmica té tres components. Un primer element té relació amb la crisi financera global, encetada als EEUU després de l'estiu del 2008 però amb un contagi inesperat a la resta d'economies, principalment europees, des d'ençà; un segon, d'especial virulència en el nostre cas, el provoca una crisi sectorial, la de la construcció, lògica conseqüència de la bombolla acumulada en el passat i que ha esclatat amb una rapidesa superior a la desitjada; i un tercer element, descrit com una crisi de demanda (o keynesiana), generada per les dues anteriors i accentuada per la pèrdua de confiança dels consumidors, que s'ha materialitzat en una significativa reculada del consum privat (amb taxes negatives del 3%). La implicació global de tot plegat és una previsió de decreixement del PIB real per Espanya i Catalunya en el 2009, que alguns situen a l'entorn del 3%. Certament, doncs, s'espera una contracció espectacular, si finalment es concreta, que produiria una taxa d'atur

del 17%. A més a més, els pessimistes comencen a aplaçar l'esperada recuperació cap al 2011.

Evidentment, els fluxos turístics no restaran aïllats d'aquest entorn depressiu. La renda, l'ocupació i la confiança estan, en gran mesura, darrere de la decisió de viatjar, de l'elecció de la destinació concreta i de la resta de característiques del viatge (dies d'estada, despesa total i en destinació, etc.), paràmetres aquests significativament afectats per la conjuntura.

Abans de subministrar les previsions, però, voldríem sintetitzar, en uns quants arguments previs, quines són les nostres hipòtesis sobre les conseqüències de la crisi sobre la demanda hotelera -turística- a Catalunya (i a Espanya). En primer lloc, esperaríem que el flux de viatgers no materialitzi un retrocés molt accentuat. El viatge cap a un altre lloc diferent del de residència habitual, i durant uns dies, representa per molts, de facto, un bé de primera necessitat. Sacrificar-lo origina una gran pèrdua de benestar que només es donarà, evidentment, si és indispensable. En segon lloc, veiem raonable que la conjuntura afecti a variables associades a la despesa del viatger, com és el cas dels dies d'estada per viatge o la despesa per dia. Conseqüentment, preveiem un impacte de l'empitjorament greu del cicle econòmic sobre la despesa per turista més significatiu (variable que no estimem en aquesta secció per manca d'informació). En tercer lloc, esperem canvis en els patrons dels viatges amb un redireccionament d'aquests cap a les destinacions més properes (que impliquen menys despesa), un augment en la utilització del cotxe privat com a mitjà de transport (ajudat per la reducció dels preus del combustible) i una major sensibilitat dels turistes davant els preus, que es concreta, per exemple, en l'increment de reserves de darrera hora. I, finalment, s'esperen canvis en l'oferta amb el creixement del concepte del low-cost i dels paquets integrats, com a vies per atraure demanda i mantenir les taxes d'ocupació, que tenen a la vegada com a perspectiva de demanda preus tancats del producte i control de la despesa, tan necessària en la situació actual.

Entrem en les previsions. Abans de tot recordar que els models que serveixen de base per extreure-les son de tipus multivariant, amb dades anuals per

mercats emissors i on s'ha aplicat la tècnica de panell amb efectes fixes. S'han assajat diferents especificacions, amb els regressors convencionals utilitzats en els models de demanda agregada, fins trobar les equacions més satisfactòries. Per tant, les previsions es basen en el comportament del passat. Una sobreacció dels turistes davant la conjuntura existent no serà captada. Així, doncs, els models no poden tenir en compte les pors injustificades.

Les xifres previstes posen de manifest, en efecte, un empitjorament dels registres respecte a l'exercici del 2008¹¹. Així, segons les nostres previsions, el nombre de viatgers a establiments hotelers catalans al llarg del 2009 disminuirà en un 1,3%, reducció més intensa que l'experimentada l'any passat, que va ser del 0,1% (però, de tota manera, no especialment substancial). Per la seva banda, el nombre de pernoctacions generades regularia d'una manera més intensa, fins assolir una taxa del 2,8%, que deixaria enrere la reducció del 0,6% habilitada en el 2008. Novament, doncs, les estades mitjanes reflectirien un descens en promig, en aquest cas de l'1,5%. Lògicament, aquests pronòstics han de presentar una reducció superior al volum total. No obstant, esperaríem que la conjuntura impactés d'una manera més acusada sobre variables de despesa, les quals no hem pogut estimar.

Per demarcacions, Barcelona continuaria liderant la demanda hotelera a Catalunya, amb les seves marques principals de Barcelona, Costa de Garraf i Maresme, amb una recepció total de 8,35 milions de viatgers i 19,2 milions de pernoctacions hoteleres generades. En aquest cas, s'observa una aturada en el creixement del nombre de viatgers amb una xifra del 0,1% respecte l'any passat (que va créixer un 2,7%) i una significativa reducció en el nombre de pernoctacions, de prop del 5%, registres que són el fonament del patró registrat a tot Catalunya. El *gap* entre el creixement del nombre de viatgers i de pernoctacions en el cas de la demarcació de Barcelona originaria un descens significatiu en el nombre d'estades mitjanes, al voltant del 5%. En el cas de Girona i Tarragona s'observarien descensos significatius en el nombre de viatgers, en línia amb l'any anterior; són descensos, però, que no es traduïrien

¹¹ Cal recordar, no obstant, que les estimacions solament inclouen els turistes que pernocten en establiments hotelers. Per tant, els turistes residencials resten exclosos de l'anàlisi.

amb la mateixa intensitat en el nombre de pernoctacions. Pel que fa a la demarcació de Lleida, aquesta mostrarà la millor evolució de totes en termes de viatgers, fins i tot amb una previsió positiva en el creixement del seu nombre, i una lleugera reducció en el de pernoctacions.

**TAULA 6.1: DEMANDA HOTELERA PER DEMARCACIONS CATALANES
AL 2008 I PREVISIONS PEL 2009**

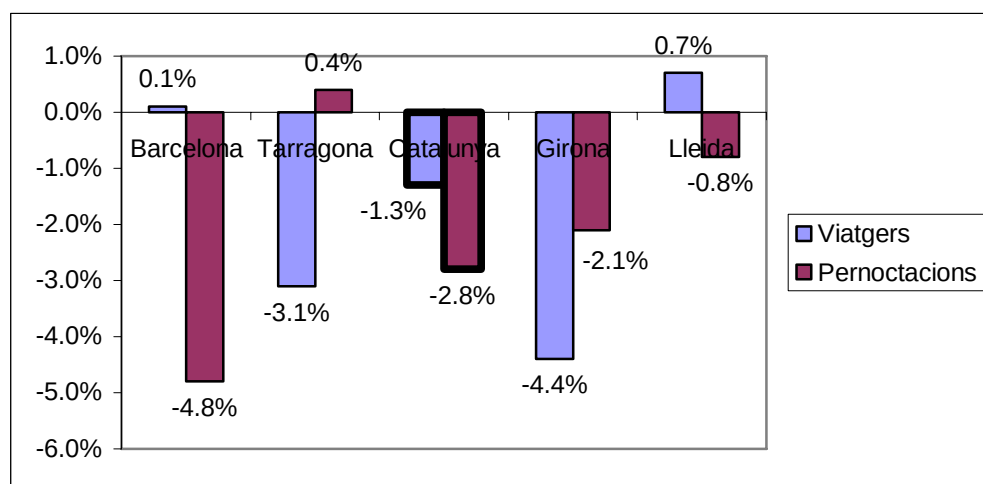
Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers 2008	Previsions 2009	Variació 09/08	Pernoctacions 2008	Previsions 2009	Variació 09/08
Barcelona	8.345.419	8.353.764	0.1%	20.123.607	19.157.674	-4.8%
Girona	3.032.894	2.899.447	-4.4%	11.191.583	10.956.560	-2.1%
Lleida	813.462	819.156	0.7%	1.895.089	1.879.928	-0.8%
Tarragona	2.220.048	2.151.227	-3.1%	8.771.987	8.807.075	0.4%
Catalunya	14.411.823	14.223.594	-1.3%	41.982.266	40.801.237	-2.8%

Font: Elaboració pròpia.

**GRÀFICA 6.1: CREIXEMENT DE LA DEMANDA HOTELERA PER
DEMARCACIONS CATALANES, PREVISIONS PEL 2009**

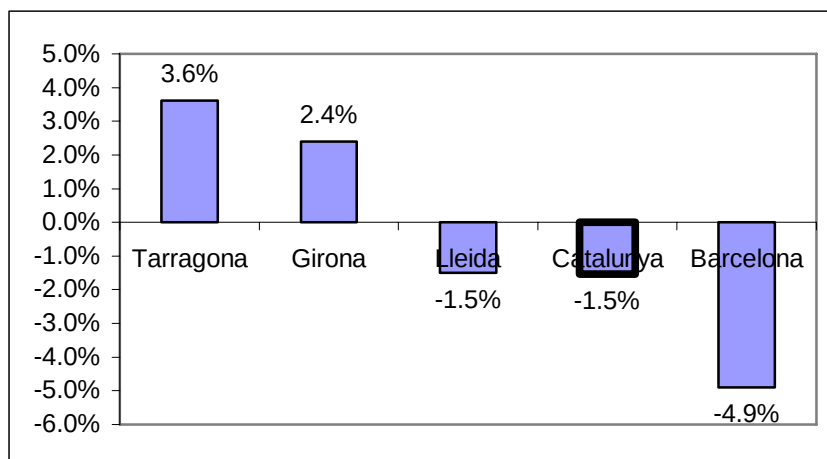
Percentatges



Font: Elaboració pròpia.

GRÀFICA 6.2: CREIXEMENT DE L'ESTADA MITJANA HOTELERA PER DEMARCACIONS CATALANES, PREVISIONS PEL 2009

Percentatges



Font: Elaboració pròpia.

L'anàlisi de les previsions per mercats emissors, començant amb la dels viatgers en establiments hotelers, posa de manifest, entre d'altres aspectes, la significativa reducció esperada per als mercats italià i britànic¹², que respon a un patró declinant ja iniciat l'any passat al que se li han sumat els efectes de la crisi econòmica. No obstant, la reducció global de l'1,3% es fonamenta bàsicament en la de la demanda per part del mercat espanyol, que significa més del 40% del total. Aquesta reducció es traduirà de forma intensa en el nombre de pernотacions, que podria declinar en un 4,4%. Els mercats de viatgers alemanys, italians i britànics mostrarien significatives reduccions en les pernотacions. Per contra, el mercat de viatgers francesos mantindria la seva demanda hotelera a Catalunya, que no és poc.

Amb aquesta tessitura, doncs, els establiments es troben davant d'un dilema: veure passivament com les taxes d'ocupació declinen de manera significativa al llarg de l'exercici o actuar i sacrificar marges, en benefici de la quota de mercat, i implementar estratègies agressives amb els preus.

¹² Aquest mercat està afectat de forma diferencial per un tipus de canvi desfavorable que encareix Catalunya (i Espanya).

TAULA 6.2: DEMANDA HOTELERA A CATALUNYA DISTRIBUÏDA PER MERCATS EMISSORS AL 2008 I PREVISIONS PEL 2009

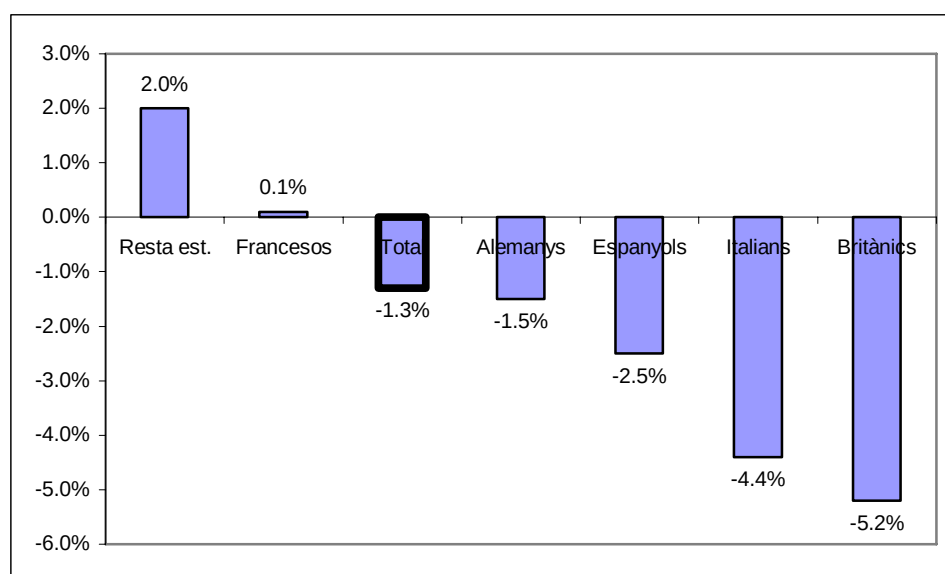
Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers 2008	Previsions 2009	Variació 09/08	Pernoctacions 2008	Previsions 2009	Variació 09/08
Espanyols	6.116.738	5.965.348	-2.5%	14.188.837	13.565.890	-4.4%
Alemanys	738.373	727.267	-1.5%	2.949.404	2.829.148	-4.1%
Francesos	1.460.128	1.461.245	0.1%	4.067.479	4.076.172	0.2%
Italians	729.051	697.193	-4.4%	2.068.451	1.937.532	-6.3%
Britànics	1.421.040	1.347.616	-5.2%	5.911.617	5.635.649	-4.7%
Resta est.	3.946.493	4.024.924	2.0%	12.796.478	12.756.843	-0.3%
Total	14.411.823	14.223.594	-1.3%	41.982.266	40.801.237	-2.8%

Font: Elaboració pròpia.

GRÀFICA 6.3: CREIXEMENT DEL NOMBRE DE VIATGERS HOTELERS A CATALUNYA PER MERCATS EMISSORS, PREVISIONS PEL 2009

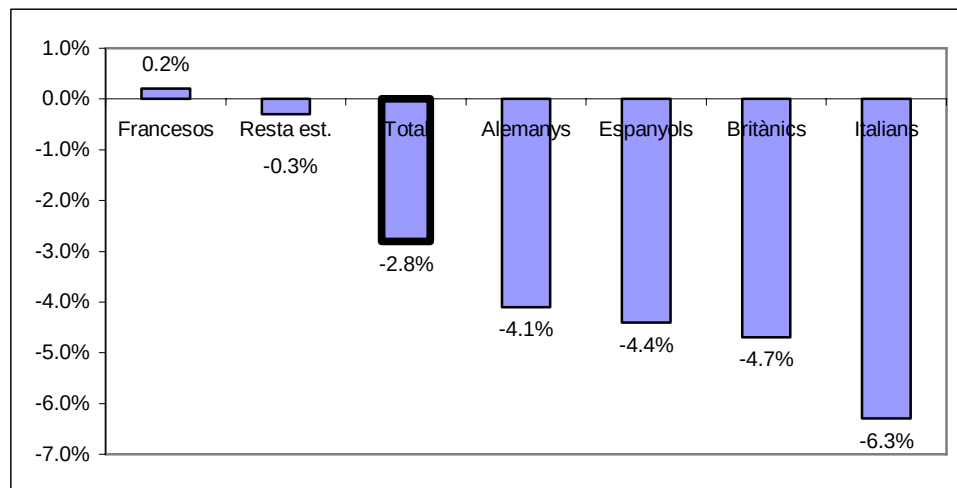
Percentatges



Font: Elaboració pròpia.

GRÀFICA 6.4: CREIXEMENT DEL NOMBRE DE LES PERNOCTACIONS HOTELERES A CATALUNYA PER MERCATS EMISSORS, PREVISIONS PEL 2009

Percentatges



Font: Elaboració pròpia.

Pel que respecta a la província de Barcelona, les previsions per mercats posen de relleu el declivi dels mercats britànic i italià, amb disminucions previstes en el nombre de viatgers del 6,4% i 4,4% respectivament. El resultat mantingut en termes del nombre de viatgers es sustentaria en la resistència del mercat espanyol a baixar i el creixement del 2,3% en la resta de mercats. Pel que fa a les pernoctacions, s'observaria una davallada bastant generalitzada, mostrant l'impacte de la crisi. En el cas del nombre de viatgers britànics, la reducció esperada seria del 13%, i d'un 7,7% en el cas dels italians. El mercat espanyol també baixaria, amb una minva del 5,4%. Només el mercat de viatgers francesos mostraria un augment de l'1,5%.

TAULA 6.3: DEMANDA HOTELERA A LA DEMARCACIÓ DE BARCELONA DISTRIBUÏDA PER MERCATS EMISSORS AL 2008 I PREVISIONS PEL 2009

Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers 2008	Previsions 2009	Variació 09/08	Pernoctacions 2008	Previsions 2009	Variació 09/08
Espanyols	2.969.889	2.966.966	-0.1%	5.626.504	5.323.870	-5.4%
Alemanys	490.834	488.890	-0.4%	1.631.038	1.546.455	-5.2%
Francesos	582.931	604.333	3.7%	1.327.463	1.346.970	1.5%
Italians	552.251	528.149	-4.4%	1.417.786	1.308.707	-7.7%
Britànics	810.995	758.704	-6.4%	2.396.405	2.084.906	-13.0%

Resta est.	2.938.519	3.006.721	2.3%	7.724.411	7.546.765	-2.3%
Total	8.345.419	8.353.764	0.1%	20.123.607	19.157.674	-4.8%

Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a la demarcació de Girona, la reducció en el nombre de viatgers hotelers a un ritme del 4,4% respondrà a la reducció generalitzada dels mercats individualitzats en les estimacions. Així, el mercat espanyol acumularà un retrocés del 5,3%. També s'han d'assenyalar les reduccions del mercat italià (5,2%) i, en especial, del britànic, en aquest cas amb un declivi de prop del 7%. En el cas de les pernoctacions, amb descensos de menor relleu, també es detecta una generalització del patró descendent. En aquest sentit s'ha de subratllar, atès el seu pes dins el global, la reducció del 2,8% del mercat espanyol.

TAULA 6.4: DEMANDA HOTELERA A LA DEMARCACIÓ DE GIRONA DISTRIBUÏDA PER MERCATS EMISSORS AL 2008 I PREVISIONS PEL 2009

Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers 2008	Previsions 2009	Variació 09/08	Pernoctacions 2008	Previsions 2009	Variació 09/08
Espanyols	1.229.987	1.165.112	-5.3%	3.415.644	3.320.461	-2.8%
Alemanys	202.557	197.384	-2.6%	1.146.433	1.142.601	-0.3%
Francesos	618.418	600.521	-2.9%	1.981.924	1.959.745	-1.1%
Italians	150.040	142.272	-5.2%	589.186	568.722	-3.5%
Britànics	240.076	223.915	-6.7%	1.130.162	1.077.603	-4.7%
Resta est.	591.816	570.243	-3.6%	2.928.234	2.887.427	-1.4%
Total	3.032.894	2.899.447	-4.4%	11.191.583	10.956.560	-2.1%

Font: Elaboració pròpia.

La demarcació de Lleida, la de menor pes en termes de demanda hotelera, és la que obtindrà millors resultats pel que fa al nombre de viatgers. S'espera que el nombre de viatgers espanyols augmentin en un 1%, així com el d'alemanys i el de britànics, encara que en aquests dos casos s'ha de constatar els reduïts números inicials de base. La demarcació també mostrarà números certament més positius en termes de pernoctacions, amb una reducció, encara que limitada, del 0,8%.

**TAULA 6.5: DEMANDA HOTELERA A LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA
DISTRIBUÏDA PER MERCATS EMISSORS AL 2008 I PREVISIONS PEL 2009**

Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers 2008	Previsions 2009	Variació 09/08	Pernoctacions 2008	Previsions 2009	Variació 09/08
Espanyols	693.540	700.475	1.0%	1.648.513	1.640.270	-0.5%
Alemanys	8.779	8.990	2.4%	13.792	13.737	-0.4%
Francesos	46.324	44.147	-4.7%	97.628	90.501	-7.3%
Italians	6.974	6.946	-0.4%	12.488	12.875	3.1%
Britànics	10.089	10.876	7.8%	19.619	20.188	2.9%
Resta est.	47.756	47.722	-0.1%	103.049	102.356	-0.7%
Total	813.462	819.156	0.7%	1.895.089	1.879.928	-0.8%

Font: Elaboració pròpia.

Finalment, pel que fa a la demarcació de Tarragona, la reducció en el número de viatgers del 3,1% es nodrirà de la caiguda del 7,4% prevista per al mercat espanyol, fonamentalment. El mercat de viatgers alemanys es reduirà en un 11,6%, xifra important encara que aquest mercat tingui un menor pes. El registre positiu del nombre de pernoctacions conviurà amb dinàmiques força contraposades dels diferents mercats emissors. Per una banda, els mercats de viatgers espanyols, alemanys i italians registraran descensos però, en contrast, s'espera que els de francesos, britànics i la resta de mercats augmentin.

**TAULA 6.6: DEMANDA HOTELERA A LA DEMARCACIÓ DE TARRAGONA
DISTRIBUÏDA PER MERCATS EMISSORS AL 2008 I PREVISIONS PEL 2009**

Viatgers, pernoctacions i percentatges

	Viatgers 2008	Previsions 2009	Variació 09/08	Pernoctacions 2008	Previsions 2009	Variació 09/08
Espanyols	1.223.321	1.132.795	-7.4%	3.498.176	3.281.289	-6.2%
Alemanys	36.203	32.003	-11.6%	158.141	126.355	-20.1%
Francesos	212.456	212.244	-0.1%	660.463	678.956	2.8%
Italians	19.786	19.826	0.2%	48.992	47.228	-3.6%
Britànics	359.879	354.121	-1.6%	2.365.431	2.452.952	3.7%
Resta est.	368.403	400.238	8.6%	2.040.784	2.220.295	8.8%
Total	2.220.048	2.151.227	-3.1%	8.771.987	8.807.075	0.4%

Font: Elaboració pròpia.

Així les coses, les previsions apunten a que la conjuntura afecti, lògicament, als fluxos de demanda hotelera a Catalunya analitzats (viatgers i pernoctacions) però no d'una forma dramàtica. En particular, el retrocés del número de viatgers superarà per poc l'1% i el de les pernoctacions hoteleres no arribarà al 3%.

7. Una anàlisi local: l'evolució de l'activitat hotelera als principals municipis turístics catalans

L'anàlisi de l'activitat hotelera pel conjunt de Catalunya i per a l'exercici de 2008 es torna a completar, un any més, amb el detall evolutiu en relació a l'activitat hotelera corresponent a les principals destinacions turístiques de Catalunya, prenent el municipi com a *proxy* del concepte de destinació. L'elecció dels municipis es basa en dos criteris: el primer, la importància de la seva oferta hotelera (en termes quantitatius), i el segon, l'aspecte territorial. Si utilitzéssim exclusivament el criteri del nombre de places hoteleres, per exemple, Lleida quedaria fora de l'anàlisi. Els municipis triats són 7: Barcelona (52.000 places), Lloret de Mar (33.000 places), Salou (30.000 places), Cambrils (6.000 places), Tarragona (3.000 places), Vielha e Mijaran (3.000 places) i Lleida (2.100 places).

7.1. L'oferta turística hotelera a 7 municipis turístics de Catalunya

Abans de tot, s'ha de precisar que les dades provenen de l'INE. L'anàlisi la farem amb una ordenació per "tipologia de producte". Així, es pot analitzar la dinàmica de les destinacions de platja (Lloret, Cambrils, Salou), continuant amb la d'alta muntanya (Vielha e Mijaran) i finalitzant amb les destinacions més "urbanes" o de capital, com Lleida, Tarragona i Barcelona. Aquesta divisió ens permetrà, de fet, inspeccionar tendències comunes, si s'escau.

També s'ha de precisar, prèviament, que la Setmana Santa de l'any 2008 va ser al mes de març, mentre que al 2007 va tenir lloc a l'abril, la qual cosa provoca disparitats interanuals en els mesos afectats. En les taules s'observarà que per alguns municipis hi ha mesos que no apareixen, especialment novembre, desembre, gener i febrer. La raó és que en aquests mesos no hi ha prou establiments oberts com per considerar l'estadística mostral de l'INE com a significativa de la població real d'establiments. Aquesta

situació només es dona en les tres destinacions de sol i platja (Lloret, Cambrils i Salou).

Com es veu, en les tres destinacions de sol i platja s'identifica un cert estancament quant a l'oferta d'establiments i de places al llarg de l'any 2008, respecte a l'any 2007. Les tres tenen un nombre similar d'establiments oberts d'un any a l'altre, amb una tendència molt lleugera de reducció, quasi insignificant. Pel que fa al nombre de places, es detecta un estancament tant en el cas de Lloret de Mar com de Cambrils, mentre que a Salou n'hi ha un increment. Si ens fixem en l'evolució dels tres darrers anys, agafant les dades de l'Informe d'Activitat Hotelera del 2007, s'observa una tendència a l'estancament i a la reducció en el número d'establiments, i d'estancament o lleuger creixement en el nombre de places estimades. Aquestes tendències ens podrien indicar un lleuger retrocés en l'oferta d'allotjament hotelier en les destinacions de sol i platja tradicionals (Lloret i Cambrils) i un manteniment en la destinació que ha aconseguit diversificar i completar l'oferta gràcies a la presència de Port Aventura: Salou. També podria indicar una reducció en el nombre d'establiments petits i una tendència a que els nous siguin més grans quant a capacitat de places.

Pel que fa a la posició i dinàmica de Vielha e Mijaran, considerada com a referència en aquesta secció del turisme de muntanya (neu i esportiu), val la pena destacar la tendència alcista, tant en nombre d'establiments oberts com de places estimades, en el gruix de l'any.

Analitzem ara les dues capitals de província incloses a la mostra de municipis, deixant Barcelona pel final: Tarragona i Lleida. Ambdues ciutats tenen una capacitat d'allotjament similar, superior quant a nombre d'establiments i places a Tarragona, encara que s'ha de tenir en compte que els recursos turístics de les dues ciutats són molt diferents. Tarragona és Patrimoni Cultural de la Humanitat segons la UNESCO, amb la *Imperial Tarraco Romana* com a conjunt monumental i arqueològic i, a més a més, té platja, mentre que Lleida no disposa de recursos inicialment tant *potents*, i s'ha centrat en el turisme de negocis. En aquestes dues destinacions es produeix una estabilitat molt

acusada quant a quantitat d'establiments, tot i que la tendència és cap a l'increment. Si prenem una sèrie temporal més llarga identificaríem, en el cas de Lleida, un patró significativament creixent en el nombre d'establiments oberts i de places. L'altre punt a destacar en el cas de Lleida és la seva estabilitat quant a nombre d'establiments oberts al llarg de tot l'any. Pel que fa a Tarragona, la tendència és mantenir-se al voltant de 30 establiments i 3.000 places. La dificultat per Tarragona quant a l'increment de l'oferta s'atribueix a la pressió competitiva de les destinacions de la Costa Daurada.

Per últim cal analitzar el *fenomen* Barcelona. La tendència dels darrers anys s'ha dirigit cap a un progressiu increment en el nombre d'hotels i de places i, a més, molt renovades. Això significa el tancament d'establiments antics i de menor categoria, i l'obertura d'establiments i places de major categoria. Sembla, no obstant, que ja hi ha indicis d'aturada del procés expansiu de l'oferta arran de la desacceleració i la crisi econòmica.¹³

Per tant, i amb les dificultats inherents a la síntesi, podríem destacar els següents patrons generals:

- Les destinacions tradicionals de sol i platja tendeixen a l'estancament o reducció de l'oferta.
- Les ciutats tendeixen a incrementar la seva activitat, gràcies a l'oferta urbana i de *city-breaks*.
- Les poblacions que aconseguixin oferir un producte més enllà del tradicional, de sol o neu, tindrien més possibilitats de millorar la seva planta hotelera.

¹³ En qualsevol cas, caldrà debatre sobre el constant increment del nombre d'establiments i de places hoteleres, que ha portat a la capital catalana a tenir una sobreoferta. La previsió d'apertura de nous hotels entre 2009 i 2012 és de 54 establiments, segons l'Informe del Mercat d'Hotels de Barcelona de Jordà & Guasch de Gener 2009.

TAULA 7.1: ESTABLIMENTS I PLACES HOTELERES AL MUNICIPI DE BARCELONA, 2007 I 2008

Unitats i percentatges

	Establiments Oberts Estimats	Establiments Oberts Estimats	Places Estimades	Places Estimades	Variació Establiments Oberts	Variació Places Estimades
	2.008	2.007	2.008	2.007	Variació 07/08	Variació 07/08
Gener	444	408	49.714	48.085	8,1%	3,3%
Febrer	445	413	49.759	48.435	7,2%	2,7%
Març	439	411	49.287	48.352	6,4%	1,9%
Abril	441	411	49.669	48.402	6,8%	2,6%
Maig	437	419	49.595	48.498	4,1%	2,2%
Juny	446	413	51.933	48.470	7,4%	6,7%
Juliol	438	435	51.824	49.128	0,7%	5,2%
Agost	436	423	51.116	49.037	3,0%	4,1%
Setembre	437	427	51.082	49.100	2,3%	3,9%
Octubre	448	420	52.272	48.436	6,3%	7,3%
Novembre	444	418	52.135	48.330	5,9%	7,3%
Desembre	435	416	52.049	48.640	4,4%	6,5%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.2: ESTABLIMENTS I PLACES HOTELERES AL MUNICIPI DE LLORET DE MAR, 2007 I 2008

Unitats i percentatges

	Establiments Oberts Estimats	Establiments Oberts Estimats	Places Estimades	Places Estimades	Variació Establiments Oberts	Variació Places Estimades
	2.008	2.007	2.008	2.007	Variació 07/08	Variació 07/08
Març	53	39	17.323	15.802	26,4%	8,8%
Abril	68	71	24.451	26.509	-4,4%	-8,4%
Maig	82	83	26.176	26.851	-1,2%	-2,6%
Juny	106	103	30.725	29.286	2,8%	4,7%
Juliol	125	127	33.633	32.251	-1,6%	4,1%
Agost	127	130	33.275	33.109	-2,4%	0,5%

Setembre	93	112	29.908	31.231	-20,4%	-4,4%
Octubre	63	63	22.922	22.584	0,0%	1,5%
Novembre	21	23	9.166	9.962	-9,5%	-8,7%
Desembre	18	...	6.469	...		

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.3: ESTABLIMENTS I PLACES HOTELERES AL MUNICIPI DE LLEIDA, 2007 I 2008

Unitats i percentatges

	Establiments Oberts Estimats	Establiments Oberts Estimats	Places Estimades	Places Estimades	Variació Establiments Oberts	Variació Places Estimades
	2.008	2.007	2.008	2.007	Variació 07/08	Variació 07/08
Gener	23	20	2.154	2.006	13,0%	6,9%
Febrer	23	20	2.154	2.006	13,0%	6,9%
Març	23	20	2.154	2.006	13,0%	6,9%
Abril	23	20	2.154	2.006	13,0%	6,9%
Maig	23	20	2.154	2.006	13,0%	6,9%
Juny	22	20	2.122	2.006	9,1%	5,5%
Juliol	22	22	2.122	2.056	0,0%	3,1%
Agost	22	22	2.122	2.056	0,0%	3,1%
Setembre	22	22	2.122	2.056	0,0%	3,1%
Octubre	22	22	2.122	2.056	0,0%	3,1%
Novembre	22	22	2.184	2.056	0,0%	5,9%
Desembre	22	23	2.184	2.154	-4,5%	1,4%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.4: ESTABLIMENTS I PLACES HOTELERES AL MUNICIPI DE VIELHA E MIJARAN, 2007 I 2008

Unitats i percentatges

	Establiments Oberts Estimats	Establiments Oberts Estimats	Places Estimades	Places Estimades	Variació Establiments Oberts	Variació Places Estimades
	2.008	2.007	2.008	2.007	Variació 07/08	Variació 07/08
Gener	42	39	3.277	3.143	7,1%	4,1%
Febrer	42	40	3.277	3.224	4,8%	1,6%
Març	41	39	3.262	3.143	4,9%	3,6%
Abril	31	35	2.211	2.712	-12,9%	-22,7%
Maig	30	29	2.274	2.261	3,3%	0,6%
Juny	33	33	2.676	2.775	0,0%	-3,7%
Juliol	41	39	3.275	3.207	4,9%	2,1%
Agost	42	40	3.276	3.251	4,8%	0,8%
Setembre	38	38	3.023	3.119	0,0%	-3,2%
Octubre	29	29	1.864	2.000	0,0%	-7,3%
Novembre	22	20	1.178	1.098	9,1%	6,8%
Desembre	40	38	3.209	3.171	5,0%	1,2%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.5: ESTABLIMENTS I PLACES HOTELERES AL MUNICIPI DE CAMBRILS, 2007 I 2008

Unitats i percentatges

	Establiments Oberts Estimats	Establiments Oberts Estimats	Places Estimades	Places Estimades	Variació Establiments Oberts	Variació Places Estimades
	2.008	2.007	2.008	2.007	Variació 07/08	Variació 07/08
Març	13	16	1.820	1.629	-23,1%	10,5%
Abril	26	27	3.833	4.667	-3,8%	-21,8%
Maig	30	29	5.385	5.370	3,3%	0,3%
Juny	31	30	5.915	5.892	3,2%	0,4%
Juliol	32	33	6.216	6.260	-3,1%	-0,7%
Agost	32	33	6.207	6.249	-3,1%	-0,7%
Setembre	32	31	6.230	6.194	3,1%	0,6%
Octubre	23	22	3.723	3.489	4,3%	6,3%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.6: ESTABLIMENTS I PLACES HOTELERES AL MUNICIPI DE TARRAGONA, 2007 I 2008

Unitats i percentatges

	Establiments Oberts Estimats	Establiments Oberts Estimats	Places Estimades	Places Estimades	Variació Establiments Oberts	Variació Places Estimades
	2.008	2.007	2.008	2.007	Variació 07/08	Variació 07/08
Gener	23	25	2.733	3.334	-8,7%	-22,0%
Febrer	25	26	2.848	3.403	-4,0%	-19,5%
Març	27	28	2.897	3.355	-3,7%	-15,8%
Abril	30	30	3.042	3.560	0,0%	-17,0%
Maig	30	28	3.140	3.608	6,7%	-14,9%
Juny	30	28	2.800	3.608	6,7%	-28,9%
Juliol	30	30	3.018	3.658	0,0%	-21,2%
Agost	26	28	3.017	3.088	-7,7%	-2,4%
Setembre	29	28	3.099	3.088	3,4%	0,4%
Octubre	28	27	2.969	2.961	3,6%	0,3%
Novembre	28	26	2.976	2.883	7,1%	3,1%
Desembre	25	23	2.791	2.670	8,0%	4,3%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.7: ESTABLIMENTS I PLACES HOTELERES AL MUNICIPI DE SALOU, 2007 I 2008

Unitats i percentatges

	Establiments Oberts Estimats	Establiments Oberts Estimats	Places Estimades	Places Estimades	Variació Establiments Oberts	Variació Places Estimades
	2.008	2.007	2.008	2.007	Variació 07/08	Variació 07/08
Març	11	...	5.374	...		
Abril	39	44	18.433	21.016	-12,8%	-14,0%
Maig	57	55	29.766	28.714	3,5%	3,5%
Juny	60	61	31.421	30.214	-1,7%	3,8%
Juliol	64	66	31.651	30.556	-3,1%	3,5%
Agost	65	66	32.064	30.553	-1,5%	4,7%
Setembre	60	63	31.900	30.488	-5,0%	4,4%
Octubre	40	40	22.046	21.922	0,0%	0,6%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

7.2. La demanda

Tot seguit s'analitzarà quina ha estat la demanda hotelera en aquestes destinacions, basada en les xifres que es presenten en els quadres. L'anàlisi es realitzarà a partir de la mateixa divisió que hem fet en el punt anterior.

Ara sí es fa notar l'efecte que hagi pogut tenir la crisi econòmica en el conjunt de les destinacions. Ens trobem diferents situacions, que ara comentarem segons cadascun dels grups, però avancem que ja a partir del mes d'agost es produeix, primer, un fre en el creixement, després un estancament i, posteriorment, ja a l'octubre, una caiguda quant al nombre de visitants als establiments hotelers.

La situació menys positiva s'ha donat a les destinacions de costa, ja que la caiguda en nombre de visites és la tònica de tot l'any 2008. Aquesta tendència també és igual en el cas dels nivells d'ocupació, amb tendències molt negatives a Lloret de Mar i Cambrils i irregulars a Salou, finalitzant l'any amb taxes negatives.

Pel que fa a les ciutats capital de província, Lleida i Tarragona tenen un comportament diferenciat. En el cas de Tarragona, la tendència en la demanda és irregular, però amb xifres negatives en gairebé tots els mesos i caigudes importants, que no són compensades pels mesos en positiu que mostren un creixement molt reduït, exceptuant el mes de març en el que va tenir lloc la Setmana Santa. Es pot observar que si sumem els dos mesos implicats, març i abril, hi ha una caiguda del 3%. Per contra, en el cas de Lleida, ens trobem uns increments molt significatius al llarg de tot l'any, fins que, com passa amb les altres destinacions, l'esclat de la crisi el mes de juliol fa que les seves xifres acabin amb evolucions negatives en els mesos d'octubre i novembre (caiguda del 31% de forma acumulada) i un lleuger increment en el mes de desembre. Les dades d'ocupació en aquestes dues ciutats també ens marquen les mateixes tendències: irregularitat en el cas de Tarragona i creixement primer i reducció a la segona meitat de l'any després en el cas de Lleida.

Pel que fa a Vielha e Mijaran, l'evolució és idèntica a Lleida, amb dues particularitats. La caiguda de la demanda el mes d'abril en aquest cas és espectacular, es redueix en un 107% la presència de turistes en els hotels, i també comença l'estancament en el mes d'agost, per arribar a xifres negatives a l'octubre i novembre. Però en el cas d'aquesta destinació, val la pena destacar que la bona temporada de neu de l'hivern 2008-2009 fa que les dades de desembre siguin extraordinàriament positives (+27%). També val a dir que és un dels municipis en què es produeix un augment de la presència de turistes estrangers, que li permet obtenir unes dades molt positives al llarg de l'any 2008. Pel que fa a l'ocupació, es mostren un altre cop unes xifres molt similars a les de turistes: increments tots els mesos menys abril, agost i novembre, i estancament en el darrer quadrimestre exceptuant el desembre, que torna a registrar unes xifres espectaculars.

Per últim, cal analitzar el cas de Barcelona. També es detecta aquí una evolució similar a la dels dos municipis comentats, Lleida i Vielha. Tot i això, els creixements a Barcelona són molt petits, a diferència d'altres anys, fet que provoca que les dades acabin sent negatives en els darrers 4 mesos de l'any

(encara que desembre presenti un increment zero). Malgrat la campanya que es va realitzar per Europa promocionant Barcelona com a centre de compres, la tendència dels darrers mesos no ha canviat excessivament. També s'ha de destacar que la caiguda més important es produeix en el nombre de turistes estrangers, i que el fet que fa mantenir les xifres de Barcelona és la presència de turistes nacionals. Les dades d'ocupació en el cas de Barcelona són negatives gairebé tots els mesos, que indiquen una menor presència de turistes combinada amb l'excés d'oferta, fruit de l'intens esforç inversor¹⁴.

TAULA 7.8: DEMANDA HOTELERA AL MUNICIPI DE BARCELONA, 2007 i 2008
Viatgers i percentatges

	Nacionals		Estrangers		Totals			
Mes	2008	2007	2008	2007	2008	2007	Variació 07/06 Total	Variació 08/07 Tot
Gener	118.229	121.794	238.611	238.888	356.840	360.682	9%	-1%
Febrer	135.256	126.912	286.331	252.783	421.587	379.695	2%	10%
Març	148.403	146.359	328.545	319.049	476.948	465.408	3%	2%
Abril	141.673	136.937	342.293	356.942	483.966	493.879	3%	-2%
Maig	140.306	155.956	388.693	340.976	528.999	496.932	4%	6%
Juny	144.116	147.239	364.404	351.178	508.520	498.417	9%	2%
Juliol	152.847	130.818	408.443	378.769	561.290	509.587	2%	9%
Agost	107.738	105.061	399.372	398.785	507.110	503.846	8%	1%
Setembre	128.873	120.798	348.555	359.695	477.428	480.493	5%	-1%
Octubre	147.074	146.773	362.202	380.611	509.276	527.384	9%	-4%
Novembre	139.006	150.460	286.995	311.547	426.001	462.007	13%	-8%
Desembre	131.720	116.091	217.753	234.951	349.473	351.042	8%	0%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.9: TAXES D'OCUPACIÓ HOTELERA AL MUNICIPI DE BARCELONA, 2007 i 2008
Percentatges

	Ocupació per places	
--	---------------------	--

¹⁴ Les perspectives de realització dels nous establiments programats es veuen afectades per la manca de liquiditat, provocada per les dificultats en accedir al crèdit i per la situació financera de grups, cadenes i promotors hotelers. Això està provocant un retard en el desenvolupament dels projectes hotelers en curs a la ciutat, contribuint així a un equilibri raonable entre l'oferta i la demanda.

	2008	2007	Variació 08/07 Ocupació
Gener	46,1	47,83	-4%
Febrer	57,87	57,55	1%
Març	63,03	63,45	-1%
Abril	66,78	71,68	-7%
Maig	69,08	68,55	1%
Juny	64,77	69,21	-7%
Juliol	71,86	72,93	-1%
Agost	74,57	76,15	-2%
Setembre	68,48	71,15	-4%
Octubre	65,41	72,49	-11%
Novembre	52,79	62,05	-18%
Desembre	43,07	48,5	-13%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.10: DEMANDA HOTELERA AL MUNICIPI DE LLORET DE MAR, 2007 i 2008
Viatgers i percentatges

	Nacionals		Estrangers		Totals			
Mes	2008	2007	2008	2007	2008	2007	Variació 07/06 Total	Variació 08/07 Tot
Març	30.322	29.892	47.430	57.950	77.752	87.842	3%	-13%
Abril	34.146	35.371	77.195	87.934	111.341	123.305	3%	-11%
Maig	24.365	22.190	101.656	92.956	126.021	115.146	4%	9%
Juny	18.438	30.953	103.605	95.942	122.043	126.895	9%	-4%
Juliol	13.238	18.931	129.765	145.123	143.003	164.054	2%	-15%
Agost	17.793	24.474	140.750	145.311	158.543	169.785	8%	-7%
Setembre	18.304	18.067	96.165	115.544	114.469	133.611	5%	-17%
Octubre	15.643	22.019	79.399	72.523	95.042	94.542	9%	1%
Novembre	14.895	35.915	22.276	35.958	37.171	71.873	13%	-93%
Desembre	12.197	...	5.971	..	18.168			

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera INE.

Nota: (...) Dades no significatives.

TAULA 7.11: TAXES D'OCUPACIÓ HOTELERA AL MUNICIPI DE LLORET DE MAR, 2007 i 2008
Percentatges

	Ocupació per places		
	2008	2007	Variació 08/07 Ocupació

Març	70,6	79,13	-12%
Abril	69,43	69,44	0%
Maig	67,42	69,37	-3%
Juny	66,74	69,01	-3%
Juliol	82,07	86,22	-5%
Agost	88	91,3	-4%
Setembre	72,78	78,21	-7%
Octubre	65,08	66,02	-1%
Novembre	54,57	61,03	-12%
Desembre	44,01	..	

Nota: (...) Dades no significatives.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE=

TAULA 7.12: DEMANDA HOTELERA AL MUNICIPI DE LLEIDA, 2007 i 2008
Viatgers i Percentatges

	Nacionals		Estrangers		Totals			
Mes	2008	2007	2008	2007	2008	2007	Variació 07/06 Total	Variació 08/07 Tot
Gener	10.721	7.018	1.492	1.539	12.213	8.557	9%	30%
Febrer	11.917	8.223	2.067	2.349	13.984	10.572	2%	24%
Març	11.218	8.969	2.604	1.751	13.822	10.720	3%	22%
Abril	13.730	8.905	1.924	1.936	15.654	10.841	3%	31%
Maig	12.636	11.442	2.412	2.374	15.048	13.816	4%	8%
Juny	12.496	8.730	3.027	2.677	15.523	11.407	9%	27%
Juliol	13.575	11.311	2.982	2.436	16.557	13.747	2%	17%
Agost	9.119	8.843	4.044	2.835	13.163	11.678	8%	11%
Setembre	11.015	11.194	4.090	2.886	15.105	14.080	5%	7%
Octubre	13.253	13.239	2.125	3.109	15.378	16.348	9%	-6%
Novembre	9.409	11.669	1.787	2.358	11.196	14.027	13%	-25%
Desembre	10.642	10.084	1.755	2.160	12.397	12.244	8%	1%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera INE.

TAULA 7.13: TAXES D'OCUPACIÓ HOTELERA AL MUNICIPI DE LLEIDA, 2007 i 2008
Percentatges

	2008	2007	Variació 08/07 Ocupació
Gener	27,94	27,46	2%
Febrer	37,8	35,72	6%
Març	35,27	34,7	2%
Abril	36,46	32,59	11%

Maig	35,24	33,05	6%
Juny	35,49	30,88	13%
Juliol	40,04	36,59	9%
Agost	32,64	31,3	4%
Setembre	37,8	38,2	-1%
Octubre	34,68	38,54	-11%
Novembre	27,15	35,86	-32%
Desembre	30,47	30,21	1%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.14: DEMANDA HOTELERA AL MUNICIPI DE VIELHA I MIJARAN, 2007 i 2008
Viatgers i percentatges

	Nacionals		Estrangers		Totals			
Mes	2008	2007	2008	2007	2008	2007	Variació 07/06 Total	Variació 08/07 Tot
Gener	16.468	9.158	2.721	1.703	19.189	10.861	9%	43%
Febrer	14.650	9.346	3.217	3.502	17.867	12.848	2%	28%
Març	15.035	11.617	2.430	1.656	17.465	13.273	3%	24%
Abril	4.597	9.883	593	863	5.190	10.746	3%	-107%
Maig	7.477	7.246	1.631	907	9.108	8.153	4%	10%
Juny	10.311	8.819	1.724	1.389	12.035	10.208	9%	15%
Juliol	12.872	11.735	2.149	1.727	15.021	13.462	2%	10%
Agost	20.592	16.992	1.608	1.336	22.200	18.328	8%	17%
Setembre	11.914	10.782	2.616	1.726	14.530	12.508	5%	14%
Octubre	5.802	7.324	652	876	6.454	8.200	9%	-27%
Novembre	3.839	4.176	502	464	4.341	4.640	13%	-7%
Desembre	16.809	12.800	1.781	841	18.590	13.641	8%	27%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.15: TAXES D'OCUPACIÓ HOTELERA AL MUNICIPI DE VIELHA I MIJARAN, 2007 i 2008
Percentatges

	2008	2007	Variació 08/07 Ocupació
Gener	56,73	29,8	47%
Febrer	51,26	46,51	9%
Març	52,91	34,35	35%
Abril	16,81	37,55	-123%
Maig	29,5	24,59	17%

Juny	29,33	29,13	1%
Juliol	38,29	36,29	5%
Agost	64,22	65,59	-2%
Setembre	39,66	39,75	0%
Octubre	32,71	30,86	6%
Novembre	28,68	32,15	-12%
Desembre	55,42	43,91	21%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.16: DEMANDA HOTELERA AL MUNICIPI DE CAMBRILS, 2007 i 2008

Viatgers i pernoctacions

	Nacionals		Estrangers		Totals			
Mes	2008	2007	2008	2007	2008	2007	Variació 07/06 Total	Variació 08/07 Tot
Març	7.689	4.772	1.268	749	8.957	5.521	3%	38%
Abril	7.621	15.997	5.116	8.882	12.737	24.879	3%	-95%
Maig	12.112	17.188	8.088	9.129	20.200	26.317	4%	-30%
Juny	19.149	32.372	6.763	13.200	25.912	45.572	9%	-76%
Juliol	21.797	27.754	12.683	11.771	34.480	39.525	2%	-15%
Agost	33.189	37.186	16.543	20.572	49.732	57.758	8%	-16%
Setembre	15.287	18.752	13.246	20.859	28.533	39.611	5%	-39%
Octubre	5.550	6.651	6.261	5.941	11.811	12.592	9%	-7%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.17: TAXES D'Ocupació HOTELERA AL MUNICIPI DE CAMBRILS, 2007 i 2008

Percentatges

	2008	2007	Variació 08/07 Ocupació
Març	38,82	21,16	45%
Abril	32,37	52	-61%
Maig	52,08	49,72	5%
Juny	65,45	69,58	-6%
Juliol	80,66	79,4	2%
Agost	82,53	84,84	-3%
Setembre	73,27	78,48	-7%
Octubre	40,15	44,58	-11%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.18: DEMANDA HOTELERA AL MUNICIPI DE TARRAGONA, 2007 i 2008

Viatgers i percentatges

	Nacionals		Estrangers		Totals			
Mes	2008	2007	2008	2007	2008	2007	Variació 07/06 Total	Variació 08/07 Tot
Gener	7.777	7.994	2.938	2.865	10.715	10.859	9%	-1%
Febrer	10.416	9.532	2.913	2.270	13.329	11.802	2%	11%
Març	12.017	9.167	3.385	2.914	15.402	12.081	3%	22%
Abril	10.058	13.335	3.904	4.141	13.962	17.476	3%	-25%
Maig	10.658	11.227	6.089	4.948	16.747	16.175	4%	3%
Juny	14.227	13.793	5.542	5.121	19.769	18.914	9%	4%
Juliol	12.859	14.241	7.595	8.888	20.454	23.129	2%	-13%
Agost	12.914	14.807	11.792	10.971	24.706	25.778	8%	-4%
Setembre	10.622	14.407	5.349	7.032	15.971	21.439	5%	-34%
Octubre	9.976	12.387	3.286	4.558	13.262	16.945	9%	-28%
Novembre	10.332	11.310	2.746	3.633	13.078	14.943	13%	-14%
Desembre	7.500	9.151	2.321	2.871	9.821	12.022	8%	-22%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.19: TAXES D'OCUPACIÓ HOTELERA AL MUNICIPI DE TARRAGONA, 2007 i 2008

Percentatges

	2008	2007	Variació 08/07 Ocupació
Gener	20,1	17,45	13%
Febrer	25,42	20,99	17%
Març	31,09	18,42	41%
Abril	28,7	27,91	3%
Maig	33,92	27,89	18%
Juny	43,07	33,22	23%
Juliol	40,97	45,98	-12%
Agost	51,62	53,65	-4%
Setembre	31,99	42,31	-32%
Octubre	29,11	32,19	-11%
Novembre	24,57	29,1	-18%
Desembre	21,37	22,76	-7%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.20: DEMANDA HOTELERA AL MUNICIPI DE SALOU, 2007 i 2008

Viatgers i percentatges

	Nacionals		Estrangers		Totals			
Mes	2008	2007	2008	2007	2008	2007	Variació 07/06 Total	Variació 08/07 Tot
Març	20.052	..	7.060	..	27.112	...	3%	...
Abril	35.798	68.945	32.590	28.889	68.388	97.834	3%	-43%
Maig	49.455	50.339	89.900	72.426	139.355	122.765	4%	12%
Juny	64.089	79.568	117.399	104.604	181.488	184.172	9%	-1%
Juliol	53.335	50.509	111.009	96.512	164.344	147.021	2%	11%
Agost	69.691	73.127	110.322	101.839	180.013	174.966	8%	3%
Setembre	44.338	51.310	92.505	90.528	136.843	141.838	5%	-4%
Octubre	34.064	43.719	55.124	53.639	89.188	97.358	9%	-9%

Nota: (...) Dades no significatives.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

TAULA 7.21: TAXES D'OCUPACIÓ HOTELERA AL MUNICIPI DE SALOU, 2007 i 2008
Percentatges

	2008	2007	Variació 08/07 Ocupació
Març	53,86	..	...
Abril	44,3	58,82	-33%
Maig	62,65	61	3%
Juny	83,02	82,44	1%
Juliol	89,67	80,49	10%
Agost	93,36	88,95	5%
Setembre	79,76	80,85	-1%
Octubre	60,4	63,36	-5%

Nota: (...) Dades no significatives.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, INE.

Per últim, l'estudi de l'activitat hotelera d'una destinació determinada passa per valorar la possible reducció o ampliació de l'estacionalitat. Les tendències són molt diverses en els diferents casos estudiats, però no es pot dir que se'n produeixi una reducció global. Ens trobem amb que l'època d'estiu segueix concentrant una forta activitat en les destinacions de platja, incloent-hi Tarragona i Barcelona, mentre que a Lleida ens trobem una activitat més o menys constant en el sector hotelier, típica de la seva oferta, que pot repartir-se

al llarg de tot l'any. Finalment, pel que fa a Vielha e Mijaran, no podem dir que la seva estacionalitat es redueixi, ja que durant les estacions de menys activitat, primavera i tardor, les seves xifres són molt inferiors a les dades que obtenim.

Com a síntesi del capítol i fins a data d'avui, podríem dir que sembla que la crisi està passant factura a nivell de demanda més que a nivell d'oferta, fet que s'explica per la lenta capacitat de resposta d'aquesta última, d'altra banda molt lògica. Les destinacions de sol i platja semblen exhibir registres poc expansius, en contrast amb les evolucions dels municipis centrats en altres tipus de productes, com ara el turisme d'alta muntanya, de capitals i urbà. Les destinacions de muntanya com la que hem analitzat en aquesta secció, Vielha e Mijaran, tenen un gran potencial de progrés, associat al marge de maniobra que donen les possibilitats de valorar els seus recursos (de manera sostenible). Pel que fa a Lleida i Tarragona, sembla que tenen recorregut per desenvolupar el seus models, basats en els recursos propis, i addicionalment, en el cas de Tarragona, diferenciant la seva oferta de la costa de la del seu voltant. Pel que fa a Barcelona, aquest és el gran destí català del moment, tot i que previsiblement patirà una davallada com a reflex fidel de la crisi. La seva oferta, però, seguirà creixent, atès que hi ha processos d'inversió en curs, però probablement sorgiran problemes d'ocupació, que reclamaran contenció de preus i estratègies imaginatives d'oferta, en el millor dels casos, així com esforços addicionals de promoció en mercats emergents i d'identificació de nous segments de demanda en mercats tradicionals per tal d'activar-la.

8. Consideracions finals

L'Informe d'Activitat Hotelera a Catalunya 2008 s'ha redactat en uns mesos del 2009 de profund empitjorament dels paràmetres econòmics a Catalunya i a Espanya, que ha minat la confiança de les llars i ha repercutit poderosament en el decreixement del consum privat. Encara que no ens podem abstraure d'aquesta realitat, raó per la qual s'inclou una secció destinada a l'elaboració de les previsions, el gruix del document analitza elements de l'any 2008.

Els principals resultats de l'anàlisi es poden concretar en els següents punts:

i) L'expansió de l'oferta hotelera a Catalunya (establiments, places i habitacions) va continuar al 2008, fonamentalment impulsada per la marca turística Barcelona, que es centra en l'activitat de la capital catalana.

ii) L'anàlisi de la demanda hotelera (viatgers i pernoctacions) pel 2008 indica una clara aturada del seu creixement a nivell global, molt afectada per la reducció habilitada en la demanda procedent del mercat espanyol. El mercat estranger, en contrast, encara va mostrar creixements positius.

iii) La combinació de creixements de l'oferta hotelera amb l'aturada de la demanda va provocar una gran debilitat en l'increment dels preus hotelers, que va anar avançant durant l'any 2008.

iv) L'anàlisi dels comptes de les empreses hoteleres amb seu a Catalunya al 2007 reflecteix problemes amb la rendibilitat, consistents en la necessitat de mantenir l'ocupació hotelera, tenint en compte la desacceleració de la demanda i la pressió competitiva existent al mercat.

v) Les prediccions relatives a la demanda hotelera pel 2009 apunten cap a un sensible decreixement dels fluxos, que no serà, però, dramàtic. En particular, s'esperaria un retrocés del número de viatgers que superarà per poc l'1%, mentre que el de les pernoctacions hoteleres no arribarà al 3%.

Al 2009, per tant, toca resistir el mal tràngol associat a la conjuntura. La recuperació vindrà, sens dubte. Serà important, però, que aquesta recuperació arribi quan els sectors hotelier i turístic català tinguin els deures fets. Deures en termes de promoció, d'estratègia de producte, d'infraestructures, de formació i d'innovació.

9. BIBLIOGRAFIA

CINERT-EUTDH, (2008), Informe d'activitat hotelera 2007: situació i previsions pel 2008, Bellaterra.

ESTEBAN, A., (1996), "Previsiones de demanda turística", Boletín económico del ICE, nº 749, p. 89-97.

GARCIA- MUÑOZ, T i T. PÉREZ, (2000), "An econometric model for international tourism flows to Spain", Applied Economics Letters, 7, 525-529.

GREENE, W.H., (1997), Econometric Analysis, Prentice-Hall, New Jersey.

EUTDH (2005), Índice UAB de Actividad Turística 2005. Análisis coyuntural de la demanda, predicciones y estudio de empresas hoteleras, Bellaterra.

EUTDH (2006), Índice UAB de Actividad Turística 2006. Análisis coyuntural de la demanda, predicciones y estudios especiales, Bellaterra.

EUTDH (2007), Índice UAB de Actividad Turística 2007. Análisis coyuntural de la demanda, predicciones para Cataluña y España y estudio especial, Bellaterra.

EUTDH (2008), Índex UAB d'Activitat Turística 2008. Prediccions de demanda turística per a Catalunya i Espanya i estudis especials, Juny 2008. Bellaterra.

GREENE, W.H., (1997), Econometric Analysis, Prentice-Hall, New Jersey.

LEDESMA et al., (1999), "Panel Data and Tourism Demand: the Case of Tenerife", Documento de Trabajo nº 17, FEDEA, Madrid.

LIM, C., (1997), "An Econometric Classification and Review of International Tourism Models", Tourism Economics, 4, 2, 171-185.

MADDALA, G.S., (1993), Econometrics of Panel Data, Vol I y II, Elgard Publishing Limited.

WITT, S. y C. WITT, (1995), "Forecasting tourism demand: A review of empirical research", International Journal of Forecasting, 11, 447-475.