

6 Perspectivas turísticas

1. Escenario económico para 2007 e implicaciones generales para el año turístico en España

Factores globales y sus condicionantes sobre el escenario turístico

El gasto en consumo de los europeos crecerá algo menos en 2007 que lo que lo hizo en 2006, lo que afectará al dinamismo del gasto turístico que no tanto al número de viajes

El dinamismo económico con que ha concluido a escala global 2006 se vera afectado algo a la baja en 2007, salvo cambios sustanciales respecto a las perspectivas que manejan los analistas en estos momentos. Su traslación en términos globales a la dinámica de los viajes turísticos supone, según las estimaciones que maneja la Organización Mundial de Turismo, una desaceleración en los ritmos de crecimiento de las llegadas de turistas internacionales desde el 4,5% estimado para el año 2006 a un 4% para 2007.

Dentro de las grandes áreas económicas, Europa será una de las que experimentará una desaceleración en el crecimiento del consumo de las familias lo que repercutirá en un menor crecimiento en el número de viajes y, sobre todo, en el gasto turístico. Este escenario de menor dinamismo de la demanda turística debiera ser un acicate para reforzar las estrategias de marketing con el objetivo de atraer hacia los destinos españoles los perfiles de demanda y grupos de turistas más dinámicos y con mayor capacidad de gasto, segmentándolos por mercado.

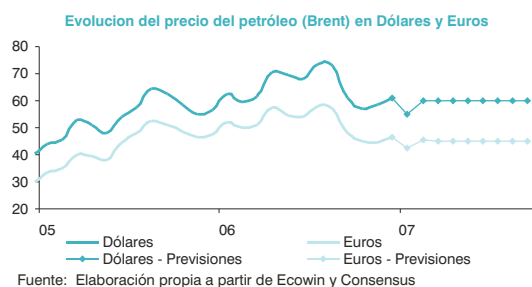
Las expectativas que tenemos sobre el comportamiento de las variables globales con mayor incidencia sobre la demanda y la oferta turística de cara a este año 2007 se pueden resumir en:

El precio del petróleo se situará en un banda en torno a los 60€ el barril lo que ayudará a estabilizar los precios del transporte aéreo y aliviar las tensiones inflacionistas

Precio del petróleo

Desde 2005, su evolución ha sido muy desfavorable para la industria turística, lo que no ha impedido una multiplicación en el número de viajes y, en menor intensidad, en el crecimiento del gasto turístico. Los récords alcanzados en el precio del petróleo en 2006, con todo, no han desencadenado una espiral inflacionista gracias a la disciplina competitiva que impone la globalización, aunque han provocado algunos repentes en los precios al consumo de las economías desarrolladas y añadido riesgos que han tenido entre otras consecuencias el alza de los tipos de interés. En la actualidad, los casi 50\$ por barril en los que se sitúa el precio del petróleo suponen un considerable alivio para el inicio del año, aunque se espera que el precio oscile alrededor de los 60\$ a lo largo del año 2007.

Desde el punto de vista turístico, la estabilidad y corrección a la baja del precio del petróleo introduce un elemento de contención a los costes operativos de las compañías aéreas, facilitando el que siga desempeñando un papel protagonista en la facilitación de los viajes por la menor presión sobre las tarifas.



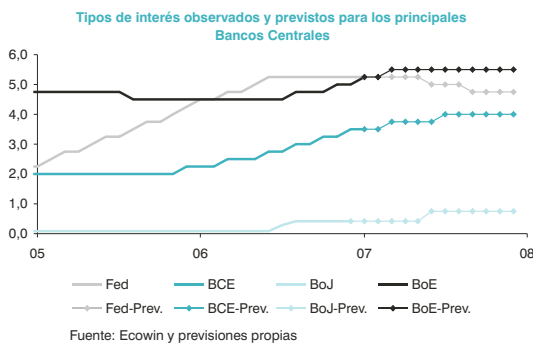
Se espera que se produzcan nuevas subidas de tipos de interés en Europa lo que se traducirá en una menor renta disponible para el gasto que se encuentra detrás de la moderación en el crecimiento del gasto turístico para 2007

Tipos de interés

Las tensiones inflacionistas marcadas por el precio del petróleo han obligado a los Bancos Centrales durante 2006 a elevar los tipos de interés. A lo largo del año recién concluido los tipos de interés han marcado continuas alzas en la práctica totalidad de los grandes mercados, aunque la Reserva Federal declaró el cese de las subidas a mediados de año. Las cautelas inflacionistas con las que ha



comenzado 2007 apuntan a que los tipos de interés de las grandes zonas monetarias no bajarán o lo harán más tarde de lo previsto durante este año. Así lo interpretan claramente los mercados que mantienen expectativas de tipos, que son los que encarecen las decisiones de gasto y el endeudamiento de los agentes, claramente superiores a las referencias que los bancos marcan en sus operaciones con el sistema crediticio.



La implicación es que los hogares europeos registran ya pagos por intereses superiores al 4%, por ejemplo, si se trata del euríbor a un año, más los diferenciales que se le apliquen en cada caso, mientras que el tipo de referencia del Banco Central Europeo se sitúa en el 3,25%. Poco a poco, los tipos de interés que afectan a la capacidad de gasto de las familias se han ido incrementando en toda Europa y todo parece indicar hoy que no se reducirán en los próximos trimestres, introduciendo un riesgo cada vez mayor a que los hogares recompongan a la baja sus decisiones de gasto y afecte finalmente a los relacionados con los viajes turísticos.

Las implicaciones sobre los hogares españoles apuntan una tendencia del gasto turístico a la baja en 2007 para atender las cargas financieras de los préstamos por adquisición de vivienda de unas familias muy endeudadas. Aunque es probable que éstas no dejen de viajar, lo cierto es que también es presumible que se produzca una redirección en sus decisiones de viaje que pueden beneficiar a los destinos españoles en detrimento del ritmo de crecimiento de los viajes al exterior que venían aumentando muy intensamente en los últimos dos años.

Las subidas de tipos de 2007 muy probablemente también afectarán al gasto turístico de los hogares residentes en nuestros principales mercados emisores europeos, lo que puede suponer igualmente una ventaja para España si los europeos deciden optar por destinos de proximidad de menor coste.

Comportamiento de los principales mercados emisores

El mercado interno seguirá siendo protagonista del dinamismo turístico español de 2007, acompañado de una presumible ralentización del mercado alemán y un mejor comportamiento del británico respecto a los registros alcanzados en 2006

Como se ha mencionado las previsiones macroeconómicas para los principales mercados emisores para el sector turístico español no serán mejores en 2007 que en 2006, por lo que sí sólo nos guiamos por los condicionantes cíclicos no podría esperarse un año 2007 tan positivo como el que acaba de concluir. Este comportamiento, sin embargo, no se será paralelo en todos los mercados por lo que habrá de estar atentos a la desaceleración esperada en el gasto en viajes de algunos de los principales mercados emisores para los destinos españoles como el propio mercado interno, el alemán o el francés y tratar de compensarlo con el mayor dinamismo esperado en el consumo de otros países como el Reino Unido o los Países Bajos.

Más allá de los condicionantes macroeconómicos el comportamiento final que sobre el turismo español muestre el turista de cada uno de los mercados potenciales estará un año más marcado por una atenta lectura que permita aprovechar las oportunidades derivadas de los profundos cambios en los patrones de viaje que están experimentando y los posibles efectos en la selección de los destinos que vuelva a jugar en 2007 los cada vez más impredecibles factores geopolíticos que por ahora nos han venido favoreciendo notablemente.

Cabe destacar, no obstante, que la imagen de España como gran destino turístico contará en 2007 con el impulso añadido que va a suponer la celebración de la American's Cup en Valencia. La organización del mayor evento por impacto mediático de la vela a escala mundial debe provocar un impulso adicional tanto en términos de llegadas como incluso de ingresos, por la capacidad de atracción de un perfil de turista de mayor capacidad de gasto, al desempeño de un año normal caracterizado por el contexto económico apuntado.

	PIB *				Consumo privado *				Tasa de Paro **	
	3º1-06	4º1-06	2006	2007	3º1-06	4º1-06	2006	2007	2006	2007
Alemania	2,8%	3,2%	2,5%	1,5%	0,8%	2,4%	1,1%	0,4%	10,8%	9,9%
España	3,8%	3,8%	3,7%	3,2%	3,6%	3,4%	3,6%	3,2%	8,2%	8,4%
Francia	1,8%	2,4%	2,0%	1,9%	2,7%	2,6%	2,7%	2,3%	9,1%	8,6%
Italia	1,7%	1,9%	1,8%	1,3%	1,9%	2,2%	1,9%	1,4%	7,0%	6,9%
Holanda	2,9%	3,4%	2,9%	2,9%	-1,3%	0,1%	-0,6%	2,3%	4,3%	3,9%
Portugal	1,5%	1,0%	1,1%	1,5%	1,2%	1,3%	1,0%	1,1%	8,1%	8,3%
Reino Unido	2,9%	2,7%	2,7%	2,5%	2,2%	2,2%	2,0%	2,2%	3,0%	3,1%
Zona Euro	2,7%	3,0%	2,7%	2,0%	1,8%	2,5%	2,0%	1,6%	7,8%	7,5%
EE UU	3,0%	3,0%	3,3%	2,4%	2,7%	3,3%	3,2%	2,9%	4,7%	4,8%
Japón	1,7%	2,0%	2,2%	1,8%	0,0%	0,6%	1,0%	1,4%	4,1%	3,9%

* Tasa de crecimiento interanual
 ** Porcentaje de la población activa
 Fuente: AFI y Consensus Forecast



Mercado español

Los españoles volverán a jugar un papel protagonista en el crecimiento de la demanda turística en 2007, toda vez que a pesar de la ralentización en sus ritmos de crecimiento, un año más se espera que sean las familias europeas donde más se incremente su consumo, con un aumento del 2,9%. A esta evolución habrá que sumar el carácter irrenunciable que cada vez más los viajes ostentan en la cesta de consumo de la familia española, prevaleciendo su gasto sobre otros bienes de consumo duradero.

Dicho esto, en 2007 se dejará notar con mayor intensidad los efectos de las subidas de los tipos de interés que afectarán al gasto turístico y pueden seguir ahondando en la tendencia de elegir destinos de menor coste de transporte, lo que favorecería las escapadas a Europa en compañías low cost, los viajes al Caribe comercializados por las agencias de viajes españolas y, sobre todo, los viajes a destinos españoles.

Mercado británico

Las continuas subidas de los tipos de interés en Reino Unido que ha elevado los costes de endeudamiento de las familias británicas en más de 2 puntos se ha trasladado a finales del año 2006 en una desaceleración e incluso caída de sus gastos turísticos en el extranjero. Muy probablemente el año 2007 seguirá marcado por las limitaciones de renta para el consumo, aunque la aceleración que se espera en la propensión al consumo, la mejoría en el mercado de trabajo hasta una situación de práctico pleno empleo y la apreciación de la Libra debieran impulsar una mayor propensión hacia los viajes al exterior de los británicos.

En este contexto España podría experimentar un moderado aumento en el número de pernoctaciones hoteleras del turismo británico, cuya magnitud estará relacionada con la capacidad de adaptación de administraciones y empresas turísticas a uno de los mercados donde mayores cambios se han producido en los últimos años. La venta online de servicios directos aprovechando la creciente desintermediación propiciada por el acceso directo a través de las compañías aéreas de bajos coste, una mayor difusión de los nuevos recursos y atractivos que complementen la experiencia turística de zonas del litoral y la presentación de los destinos urbanos, de interior y de la España verde debieran estar presentes en las estrategias de captación del turista británico. Todo parece indicar que el flujo de llegadas asociadas al disfrute de sus segundas residencias en España seguirá creciendo.

En este caso, son cada vez más los británicos que poseen una casa en España que usan directamente y/o la ceden o alquilan a familiares y amigos.

Mercado alemán

Todo parece indicar que en 2007 el turismo alemán no tendrá un comportamiento tan dinámico como en 2006. De hecho los indicadores de gasto turístico en el exterior a cierre del 2006 apuntan una desaceleración que pudiera continuar produciéndose durante los primeros meses de 2007, toda vez que la capacidad de gasto de las

familias se verá mermada por la subida del IVA y de los tipos de interés del euro.

Los resultados para España en el año 2007, una vez que 2006 ha concluido con un moderado aumento en la llegada de turistas (2,3%) y una notable mejoría en el número de pernoctaciones (9,0%), tendrá mucho que ver con la recuperación de Turquía como destino que en el mercado alemán durante 2006 ha sufrido la pérdida de 500 mil turistas alemanes. Las expectativas a día de hoy para España son favorables con una positiva evolución en el número de reservas y en la percepción empresarial sobre su marcha en algunos de los principales destinos españoles como Baleares.

En este contexto el turismo alemán debiera crecer moderadamente en España durante 2007 con una repercusión positiva pero muy moderada sobre el número de pernoctaciones, sin que se espere que el gasto se incremente de manera notable respecto a los niveles registrados en 2006. Este comportamiento se verá muy probablemente acompañado de una profundización en los cambios que se vienen sucediendo en términos de desintermediación y preferencia creciente por paquetes modulares y la visita a destinos urbanos.

Mercado francés

Dentro de las dificultades de prever el comportamiento del turismo francés por el predominio de los destinos interiores, de sus territorios de ultramar y destinos con vinculaciones culturales e históricas como Marruecos, lo cierto es que las perspectivas son algo menos favorables para 2007 que los resultados de 2006. Las familias francesas se resentirán también de las subidas de tipos en toda Europa, lo que incidirá en los ritmos de crecimiento del consumo, esperándose por parte de los analistas para 2007 un aumento de ese indicador del 2,3%, algo inferior que lo que se estima que cerró el año 2006, donde el número de llegadas de turistas hacia España se ha incrementado un 3,1% y las pernoctaciones en hoteles españoles un 1,1%.

El predominio en España de turismo francés de proximidad que accede por carretera complica todavía más aventurar una evolución para 2007. Lo que si parece probable es que este año se asistirá a un aumento de las escapadas urbanas a ciudades españolas, toda vez que se siguen multiplicando las conexiones aéreas con ciudades francesas. Con estos condicionantes el mercado francés debería registrar un año en términos de volumen similar a 2006, con un mayor dinamismo en el consumo de servicios turísticos en zonas urbanas y en menor medida en vacacionales de costa.

Mercado italiano

La capacidad de consumo del turista italiano crecerá en 2007 con menos intensidad que en 2006. A pesar de ello, España sigue presentando un buen posicionamiento entre las opciones de viaje de los italianos que se ha visto favorecida por la multiplicación de nuevas conexiones aéreas a múltiples ciudades españolas (Santiago, Barcelona, Sevilla, Granada, etc.) desde diversos aeropuertos italianos que se vienen a sumar al atractivo de las zonas de sol y playa



durante los meses de verano. En este contexto todo parece apuntar que el turismo italiano hacia España volverá a crecer en 2007, si bien muy probablemente a ritmos más moderados que los excelentes resultados de 2006 (los turistas crecieron un 13,6% y las pernoctaciones un 5,4%).

Mercado holandés

El mercado holandés aunque menor en cuanto a su volumen será uno de los que se muestren más dinámicos en 2007, lo que debiera servir para tratar de aprovechar su dinamismo con una adecuada estrategia de promoción para canalizar el deseable crecimiento previsto en el gasto turístico hacia los destinos españoles. Tras una caída en el consumo privado durante 2006 estimada en el 0,6%, esta variable volverá a crecer en 2007 a un ritmo del 2,3%, lo que podría servir para mantener los buenos resultados que se alcanzaron en España en 2006, gracias al aumento del 3,8% en la llegada de turistas y del 14,2% en el número de pernoctaciones hoteleras.

El mercado holandés, el irlandés, el americano y el portugués presentan buenas perspectivas de crecimiento para 2007

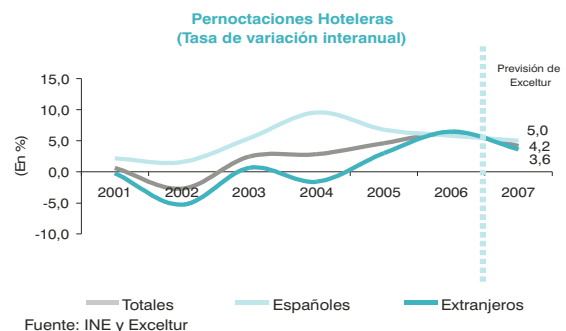
Otros mercados

De cara a 2007 habrá que estar atento al mantenimiento en la recuperación del turismo norte americano en un contexto de mayor fortaleza del dólar, así como al tirón del turismo procedente de Irlanda, Austria y Portugal que han acabado el año 2006 con crecimientos muy intensos en el número de pernoctaciones en hoteles españoles y que se favorecerán de las mejoras de accesibilidad, muy especialmente en el caso irlandés por el efecto del transporte aéreo.

2. Previsiones de Exceltur sobre las principales variables turísticas de cara a 2007

Las previsiones de Exceltur para 2007 cifran un crecimiento de las pernoctaciones hoteleras de los españoles en el 5,0%, por encima del 3,6% esperado para las pernoctaciones de los extranjeros, que podrían alcanzar las 60,5 millones de llegadas

En este contexto de comportamiento de los mercados esperamos que la demanda de los españoles en 2007 se comporte mejor que la demanda extranjera. Según las previsiones que manejamos a comienzos de este año el número de pernoctaciones hoteleras de los españoles se desacelerará ligeramente en 2007 hasta un crecimiento del 5,0% desde el 5,8% con que ha cerrado el año 2006, lo que permitirá alcanzar las 120 millones de pernoctaciones.



Por su parte, la ralentización igualmente prevista de la demanda extranjera se dejará notar con mayor intensidad sobre el crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras. En un contexto de menor crecimiento del consumo turístico por parte de algunos de nuestros principales mercados y tras un año 2006 que se ha cerrado con un fuerte aumento en el número de pernoctaciones hoteleras cifrado en el 6,5%, nuestras expectativas sitúan el aumento para 2007 en un incremento del 3,6%, que suponen 151,8 millones de pernoctaciones de extranjeros. Este aumento se alcanzará en un contexto de mayores llegadas de turistas extranjeros que podrían superar en 2007 los 60,5 millones.

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

	2001	2002	2003	2004	2005	2006		2007 (p)	
	%	%	%	%	%	%	Nº	%	Nº
ISTE (PIB turismo)	1,8	-0,2	1,7	2,7	3,2	3,0		2,8	
Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)	5,5	-1,9	4,4	3,8	5,8	1,1	38.905	2,9	40.025
Ingresos por turismo/ turistas (euros)	0,9	-6,1	-1,3	1,9	-0,8	-3,3	666	-0,7	661
Total llegada turistas extranjeros	4,6	4,5	5,8	1,9	6,6	4,5	58.451.142	3,6	60.551.288
5 principales mercados europeos	5,6	5,4	0,4	2,0	6,0	2,7	41.364.075	2,3	42.302.455
Pernoctaciones hoteleras	0,7	-2,7	2,5	2,9	4,6	6,2	266.588.182	4,2	277.803.315
Residentes en España	2,2	1,6	5,4	9,6	6,8	5,8	114.825.475	5,0	120.553.888
No residentes	-0,2	-5,3	0,7	-1,6	3,0	6,5	151.762.707	3,6	157.249.426

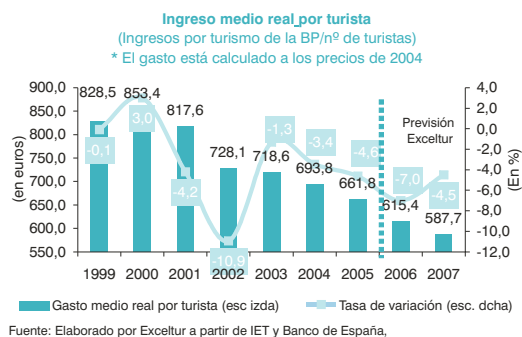
(p) Previsiones Exceltur

Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España



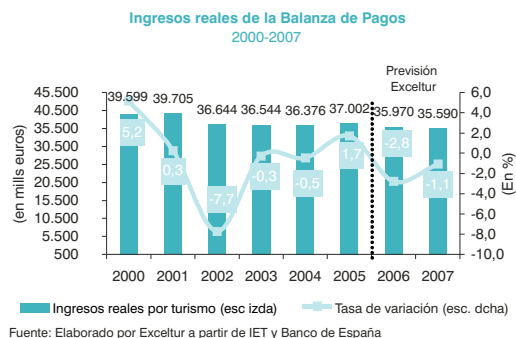
El nuevo aumento en términos de volumen no permitirá cambiar la tendencia decreciente del ingreso real que revierte en España por cada llegada de un turista extranjero

Los perfiles de consumidores extranjeros en los que muy probablemente se sustente el aumento en volumen de demanda no permiten prever un cambio de tendencia en la evolución del indicador de ingresos reales por turista extranjero. En concreto esperamos una nueva caída del 0,7% nominal de este indicador que mide la calidad del perfil de turista extranjero que recibimos y que podría traducirse en una reducción del 4,5% en los ingresos reales por turista.

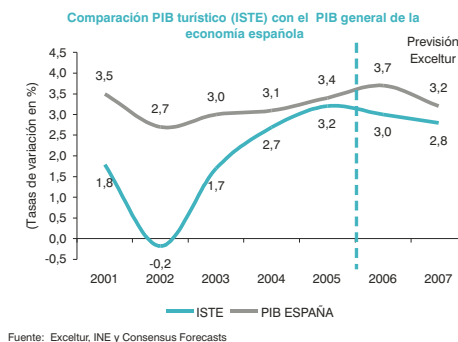


El nuevo descenso del perfil de gasto del turista extranjero no permitirá a pesar de su aumento mejorar los niveles del total de ingresos reales que revierten a España por parte de la demanda extranjera, que esperamos que se reduzca un 0,6% en 2007

No obstante a pesar de la caída de los ingresos por turista el mayor volumen de turistas esperado para el cierre de 2007 debiera mejorar los registros sobre el total de ingresos por turismo que revierten en España. Nuestras previsiones para el conjunto de 2007 basadas en la serie estadística publicada hasta el momento por el Banco de España apuntan un incremento del 2,9% nominal lo que supondría una ligera caída del 1,1% en términos reales respecto a los niveles alcanzados en 2006.



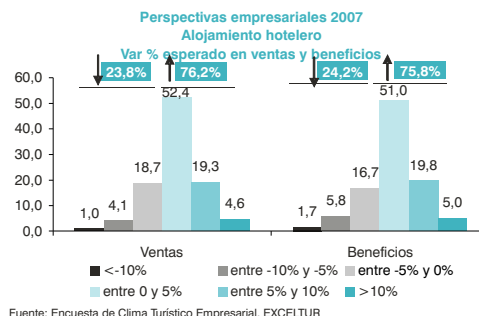
De cumplirse este comportamiento de la demanda, el PIB turístico aproximado a través de Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) crecería a lo largo del año 2007 un 2,8%, algo menos que el 3,0% con el que estimamos cerró la temporada de 2006 e igualmente aún por debajo del crecimiento esperado para el conjunto de la economía española que el consenso de firmas de analistas sitúa en el 3,3%. Esta evolución generaría un año más una leve reducción de la contribución del turismo sobre el conjunto de la economía española en términos reales.



3. Previsiones empresariales por subsectores

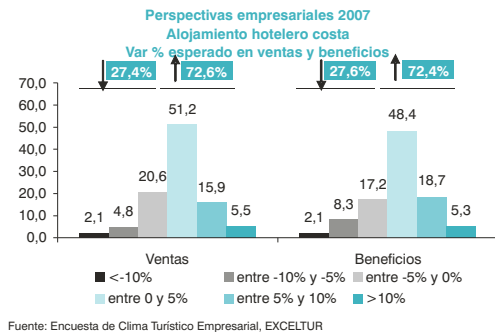
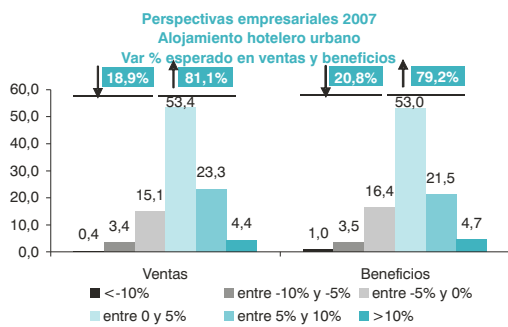
El cierre de un año 2006 marcado por un generalizado aumento de las ventas y los beneficios parece haber animado las expectativas de los empresarios, que en la mayor parte de los casos a comienzos de año esperan según declaran a la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur un 2007 con ritmos de crecimiento de estos dos indicadores similares e incluso más generalizados, aunque algo menos intensos, que los alcanzados en la temporada de 2006.

El optimismo imperante entre los empresarios para el año 2007 se manifiesta en el subsector de alojamiento hotelero en un porcentaje del 76,2% de los empresarios que esperan que sus niveles de ventas se incrementen en 2007 por encima de los registros alcanzados en 2006, con un impacto positivo sobre sus niveles de beneficios esperado por un 75,8% de ellos. Si bien es cierto que las expectativas son positivas, los empresarios se muestran moderadamente optimistas sobre su magnitud ya que sólo para el 5,0% este incremento será superior al 10%, para otro 19,8% se situará entre el 5 y el 10%, mientras la gran mayoría se decanta por aumentos contenidos más próximos a la inflación y por debajo del 5%, en concordancia con nuestras previsiones de aumento en el número de pernотaciones del 4,2% para 2007.

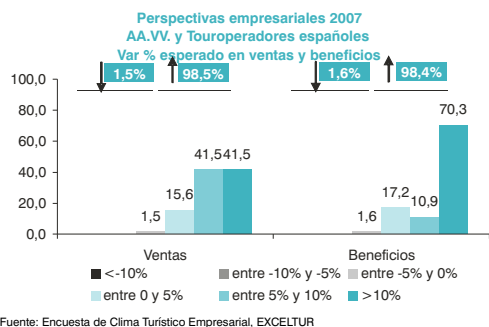




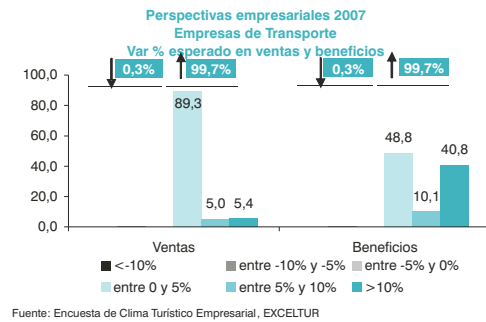
Dentro del alojamiento hotelero las positivas expectativas de los empresarios son más generalizadas en los establecimientos hoteleros urbanos que en los vacacionales de costa. A pesar de los problemas estructurales en cuanto a necesidad de renovación de algunos grandes destinos pioneros que tradicionalmente hemos venido destacando y que parte de la mejora del último año y medio está asociada a los problemas geopolíticos que han acusado otros destinos, los hoteleros con establecimientos en la costa española esperan una mejoría de ventas y beneficios incluso con un porcentaje superior que en la urbana de los que anticipan aumentos por encima del 10% tanto en ventas como en beneficios. Sin duda, los esperados ritmos de evolución de las reservas a comienzos de año transmitidas por los touroperadores están jugando a favor de las optimistas expectativas que muestran a comienzos de este ejercicio 2007.



Los gestores de los grandes grupos de agencias de viajes emisores españoles se muestran como el subsector de la cadena de valor de la industria turística nacional que un año más muestra expectativas más positivas. La práctica totalidad de los empresarios prevé aumentos en las ventas y los beneficios en la mayor parte de los casos con incrementos por encima del 5%.



Las empresas de transporte se muestran optimistas sobre el devenir del año 2007 para su actividad y sus resultados. Las previsiones apuntan un aumento de la demanda que se traducirá en incrementos en las ventas por encima del 5% gracias a la recuperación de las tarifas, con un fuerte impacto sobre los beneficios gracias a la moderación de los costes de carburante, que se dejará notar de manera más intensa en las compañías aéreas, cuyas cuentas de resultados han sufrido de manera importante sus efectos durante el último año y medio. Dentro de las empresas de transporte las compañías aéreas presentan para 2007 mejores perspectivas que las empresas de alquiler de coches.



Los gestores de actividades relacionadas con el ocio turístico (museos y monumentos, campos de golf, pequeños parques temáticos y estaciones de esquí) anticipan un año 2007 donde seguirán incrementando sus ventas y beneficios pero a ritmos muy moderados, por debajo del 5% para en torno al 65% del total de los encuestados.

