

# 1 Claves

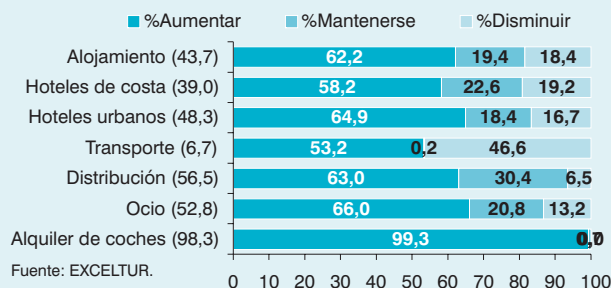
## A. Balance del segundo trimestre de 2006

### A. 1. Actividad turística y resultados empresariales

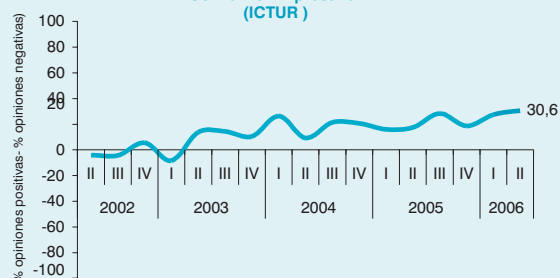
1 La dinámica turística durante los meses del segundo trimestre del año ha confirmado la esperada aceleración en el crecimiento de la demanda que anticipábamos en el anterior número del Informe **Perspectivas Turísticas** y que entonces ya manifestaban los empresarios en la Encuesta de Clima Turístico realizada por Exceltur en el mes de abril, en la que se recogían los positivos resultados alcanzados durante la Semana Santa.

2 A lo largo de estos meses de la primavera de 2006 se ha venido observando una continuada recuperación en los ritmos de crecimiento de la demanda, que se ha manifestado en **una percepción empresarial generalizada en todos los subsectores turísticos sobre el aumento de sus ventas respecto a los niveles del pasado año, elevando sus niveles de confianza empresarial.** El ICTUR, indicador de confianza del conjunto de diversas empresas y subsectores turísticos españoles que elabora Exceltur se situaba en este segundo trimestre de 2006 en los niveles máximos desde que comenzó a elaborarse la Encuesta Clima Turístico Empresarial en el segundo trimestre de 2002, alcanzado un valor de 30,6.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas  
II Tr 2006

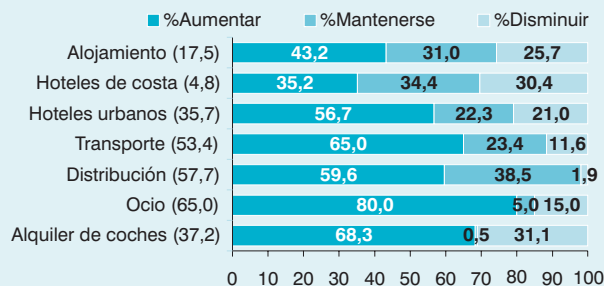


Índice de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR  
Confianza Empresarial (ICTUR)

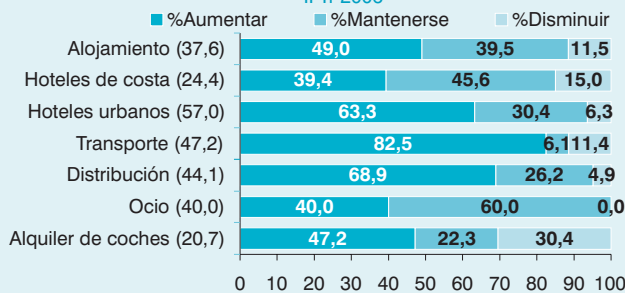


3 El fuerte impulso de las ventas de las empresas turísticas españolas por el doble juego del mantenimiento en el crecimiento del mercado nacional y la acelerada afluencia durante estos meses del segundo trimestre de una demanda extranjera mayormente consumidora de las líneas de producto paquetizadas incluyendo un alojamiento reglado, en gran parte redirigida de otros destinos competidores del mediterráneo oriental que se han vuelto a ver afectados por sucesos geopolíticos o naturales adversos, **ha favorecido un generalizado aumento en los beneficios de las empresas turísticas españolas en un contexto de contención de precios en los hoteles de sol y playa y de leve recuperación en los grandes grupos de agencias de viajes y tour operadores, empresas de transporte y hoteles urbanos.**

Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios  
II Tr 2006



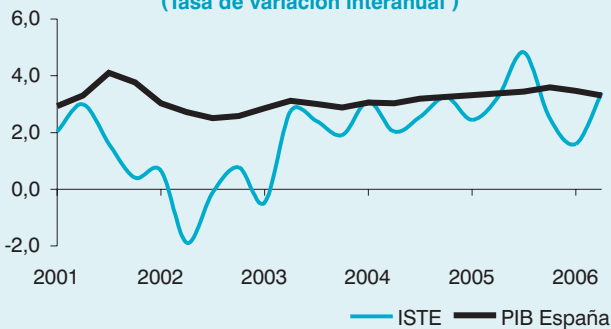
Opinión empresarial sobre la evolución de los precios  
II Tr 2006





**4** Con estos condicionantes, **el Indicador Sintético del Turismo de España de Exceltur (ISTE), asimilable al PIB turístico, ha acelerado notablemente su ritmo de crecimiento durante el segundo trimestre del año 2006 hasta situarse en un incremento del 3,4%** respecto al mismo trimestre del pasado año. Con este aumento, el turismo se sitúa ligeramente por encima del crecimiento esperado para este trimestre de la economía española, cifrado en el 3,3% por el consenso de las diversas casas de análisis.

Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España. Años 2001-2006 (Tasa de variación interanual)



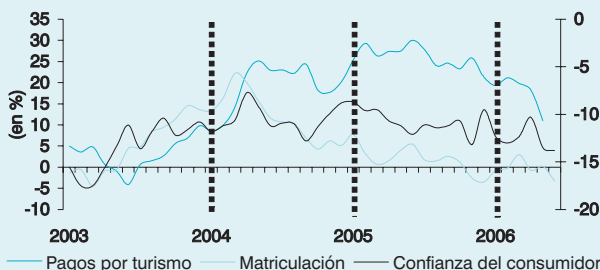
Fuente: Exceltur e INE

## A.2. Demanda por mercados

**5** El mercado interno ha vuelto a jugar un papel determinante en el comportamiento de las diferentes empresas y destinos turísticos españoles durante este segundo trimestre, **aunque mostrando síntomas de desaceleración en sus ritmos de crecimiento.**

En concreto, durante los meses de marzo a mayo de 2006 el acumulado de pernoctaciones hoteleras de los españoles se ha incrementado un 7,8%, si bien en mayo lo hacía a un 0,9%. Por otro lado, el BSP de marzo a junio creció un 8,0% respecto al mismo período de 2005, pero en junio se incrementaba un 5,2% y los pagos por turismo en el exterior, único indicador oficial disponible del gasto turístico de los españoles, aumentaban solo un 5,5% en abril, después de haber crecido en el primer trimestre un 18,2%.

Indicadores de gasto del mercado español (Tasa de variación trimestral interanual)



Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la Balanza de Pagos (Banco de España) y DGT

En este contexto y dada la relevancia que en estos últimos años ha adquirido el mercado interno en la estructura de demanda turística hasta alcanzar casi el 50% del conjunto del turismo en España, cobran si cabe más importancia las políticas de promoción y marketing que tanto empresas como administraciones públicas llevan intensificando con éxito en el último año.

**6** La desaceleración del mercado español coincide en este segundo trimestre con el empuje de la demanda extranjera desde el mes de marzo, motivada principalmente por:

El mayor dinamismo económico de los países europeos de origen, con especial incidencia en cuanto a las decisiones de gasto turístico del segundo mercado turístico emisor más importante de Europa: Alemania

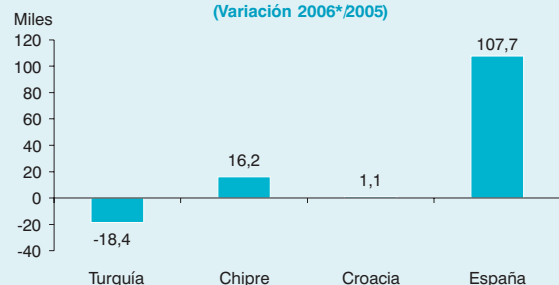
- Las ventajas de accesibilidad que sigue introduciendo la multiplicación de conexiones y frecuencias de las compañías aéreas de bajo coste.

- La contención generalizada que siguen acusando los precios en las zonas de litoral español, aun a pesar de experimentar una leve tendencia ascendente en los 2 últimos meses.

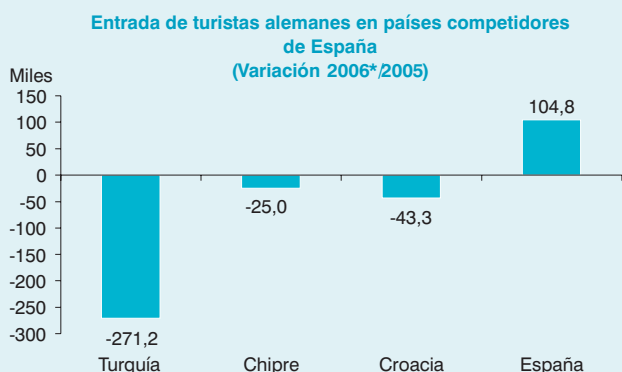
- Los primeros resultados de la reorientación y mejora en la gestión de las políticas de marketing de la Administración Central a través de Turespaña y de algunas comunidades autónomas más en clave del consumidor final y más coordinadas entre sí y con una mejor definición de objetivos y segmentación de actuaciones por perfiles de demanda y mercados.

- Los sostenidos efectos del redireccionamiento de flujos turísticos desde otros destinos competidores "marcados" por riesgos naturales o geopolíticos acontecidos durante el primer semestre de 2006 (gripe aviar, respuesta a las viñetas sobre Mahoma o el recrudecimiento de la tensión en Oriente Medio) que ha trasladado a España una demanda mayormente consumidora de paquetes turísticos con el hotel contratado en destino, que según los indicadores oficiales del IET coincide con el perfil de turista de mayor gasto medio en destino.

Entrada de turistas británicos en países competidores de España (Variación 2006\*/2005)



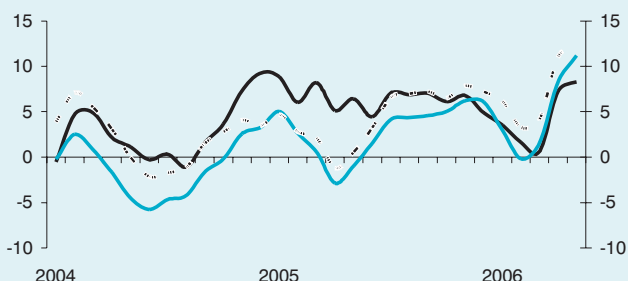
Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET. Datos hasta mayo



Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET.  
\*Datos hasta mayo.

Este último factor, con claros y positivos efectos sobre los destinos del sol y playa español, junto con el repunte de demanda de los nuevos productos y destinos del interior y de la España Verde han permitido una clara recuperación en la utilización del alojamiento hotelero, alcanzándose en lo que llevamos de año volúmenes en términos de pernoctaciones hoteleras que no registrábamos desde el año 2000. De hecho, en los meses de marzo, abril y mayo se ha logrado una cifra de 34,5 millones de pernoctaciones, lo que supone 3,5 millones más que el pasado año y con unas perspectivas muy positivas para los próximos meses de verano.

**Indicadores de volumen de demanda extranjera**  
(Tasa de variación interanual trimestral)



— Turistas — Pernoctaciones en hoteles - - - Viajeros en hoteles  
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

**Número de pernoctaciones hoteleras de los extranjeros**  
(Mar-may)

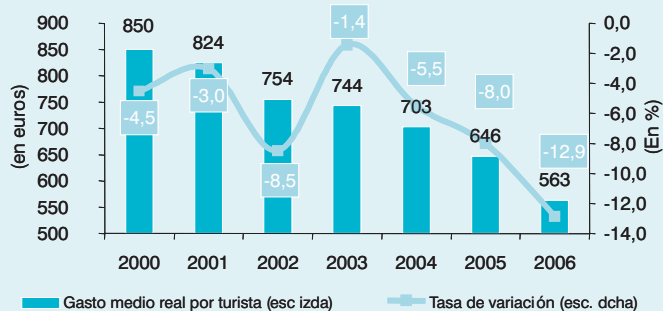


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

**7** A pesar del aumento de demanda hotelera por parte de los turistas extranjeros, **la mayor intensidad en el aumento de llegadas de turistas foráneos se sigue produciendo en los segmentos de menor gasto promedio, lo que está provocando una reducción en los ingresos por turismo extranjero y en los ingresos por turista.** Con datos de la Balanza de pagos hasta el mes de abril, los ingresos por turismo extranjero descendían un 4,2% en los cuatro primeros meses del año respecto al mismo período de 2005, lo que supone una caída del 7,6% en términos reales, descontada la inflación.

Detrás de esta caída se encuentra el continuado proceso de reducción de ingresos por cada llegada de turistas extranjeros a España, que en estos cuatro primeros meses del año se ha vuelto a reducir un 9,5% en términos nominales y un 12,9% en términos reales.

**Ingreso medio real por turista**  
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).  
Ene-Ab 2000-2006



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

De nuevo, el doble efecto que causa la caída en la estancia media y la mayor llegada de un perfil de turistas de menor gasto diario explica esta tendencia a la baja que se lleva produciendo de manera continuada en los últimos siete años.

- **El comienzo de 2006 no ha servido para frenar el proceso de caída en el número de días que en promedio permanecen los turistas extranjeros a lo largo de toda España.** Con datos oficiales de Egatur, la caída en la estancia de todo tipo de turistas en el período enero mayo se cifra en el 2,4%, porcentaje de reducción que se situaba en el 1,6% para los viajeros alojados en hoteles, según la información de la EOH del INE. Cabe destacar que desde el mes de marzo se ha producido una ralentización de este proceso de caída como consecuencia de la llegada de más turistas extranjeros paquetizados que suelen incorporar estancias más prolongadas y que en



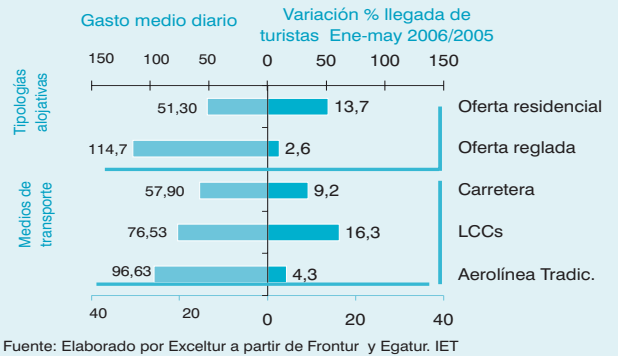
buena parte es fruto como se ha mencionado de la redirección de flujos desde otros destinos del Mediterráneo Oriental gracias a las rentas de seguridad de los destinos españoles.

Esta circunstancia de índole todavía más bien coyuntural no debiera llevar a lecturas autocomplacientes y posponer los necesarios esfuerzos que debemos realizar para hacer que el turista encuentre en España más atractivos que le motiven a alargar su estancia y romper las visiones fatalistas que aducen la imposibilidad de luchar contra lo que se entiende como una tendencia mundial e imparable de la demanda.

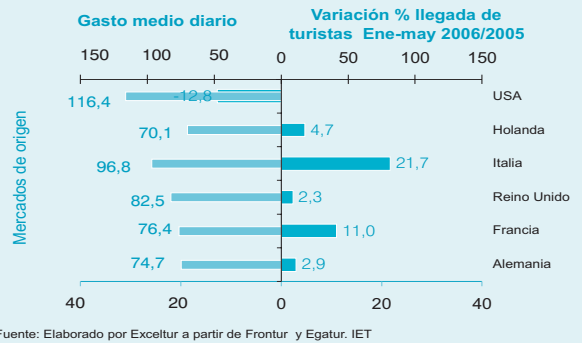


Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE

- **El protagonismo en el aumento de las llegadas de aquellos turistas extranjeros que usan el coche, compañías aéreas de bajo coste y el alojamiento residencial, todos ellos -según estadísticas oficiales- con un menor nivel de gasto medio diario en destino**, explica igualmente la tendencia a la baja en los ingresos totales y los ingresos por turista, que evidencian los datos de la Balanza de Pagos. Por mercados, sólo es reseñable el caso del turismo italiano, con un gasto medio diario muy por encima de la media y donde España ha experimentado un crecimiento de llegadas del 21,7%, mientras en el polo opuesto se encuentran los mercados de larga distancia y especialmente los turistas procedentes de Estados Unidos que vuelven a caer a lo largo de 2006.



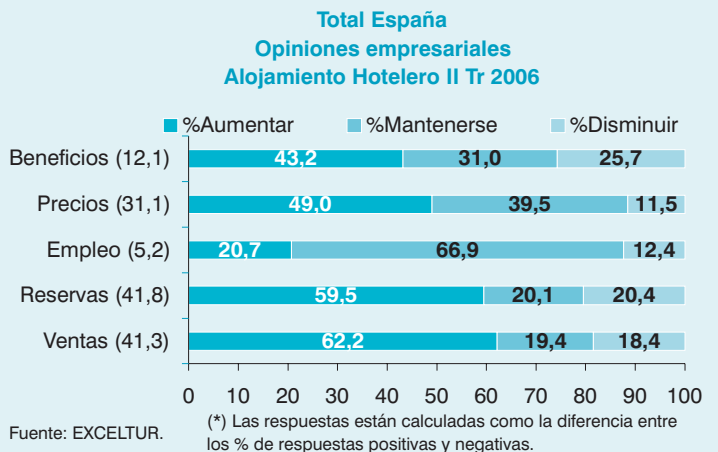
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y Egatur. IET



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y Egatur. IET

### A.3. Claves por subsectores

**8** Las tendencias descritas respecto al comportamiento de la demanda han favorecido en este segundo trimestre un incremento moderado de los niveles de ocupación y de los beneficios de los **establecimientos hoteleros**, ayudado por una ligera recuperación en los precios. En los meses de abril, mayo y junio, el 62,2% de los empresarios hoteleros españoles



Fuente: EXCELTUR.

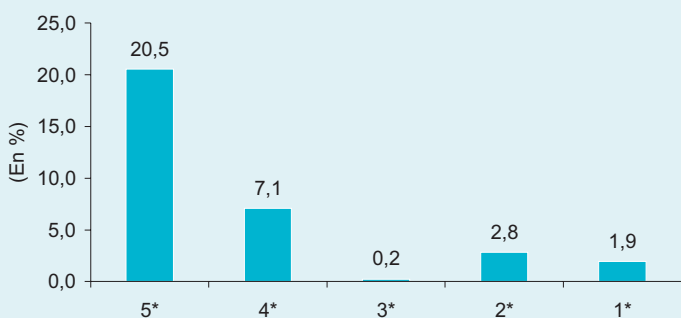


manifestaban haber experimentado un incremento en sus ventas y un 43,2% de ellos igualmente en sus beneficios en relación con los registros del mismo período de 2005.



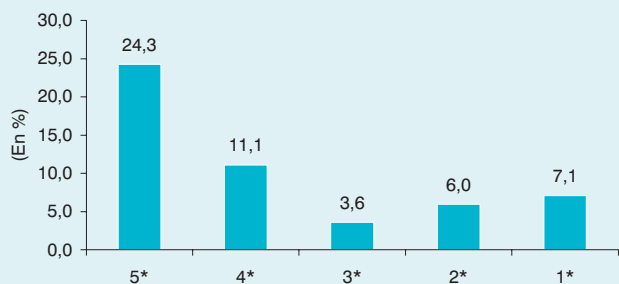
Las tipologías alojativas renovadas y los nuevos establecimientos abiertos de mayor categoría (4 y 5 estrellas) son los que están teniendo una mejor respuesta de la demanda, si bien el continuado aumento de plazas sigue presionando en promedio a la baja los precios con crecimientos muy moderados en torno al 1,5%, según la EOH del INE.

**Plazas Hoteleras por categorías**  
Var % Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

**Pernoctaciones hoteleras por categorías**  
Var % Ene-May 2006/2005

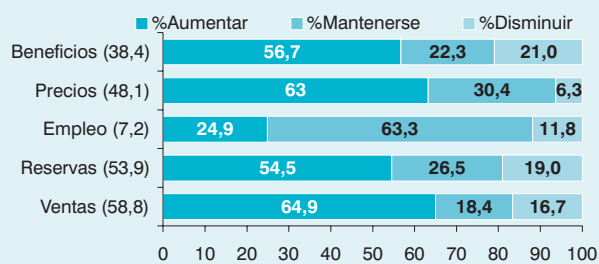


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

### Hoteles urbanos

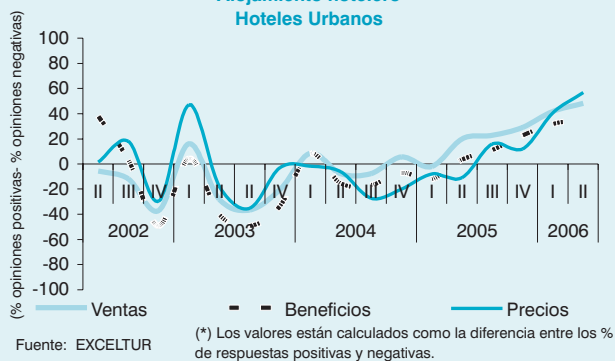
El segmento de hoteles urbanos en España ha mantenido en el segundo trimestre de 2006 la senda de crecimiento en las ventas y los beneficios, con mejores resultados que los hoteles vacacionales de costa. Muy beneficiados por el acelerado crecimiento del producto de escapadas urbanas de corta duración, vinculados a motivaciones más de tipo socio-cultural y de ocio, las posibilidades introducidas por las mejoras en accesibilidad aérea desde algunos mercados extranjeros, la recuperación del turismo de negocios y los importantes esfuerzos recuperación urbanística y la construcción de grandes equipamientos y obras emblemáticas, los resultados alcanzados por la hotelería urbana en España en abril, mayo y junio si se comparan con los del mismo periodo del pasado año son altamente positivos y recogen todos esos esfuerzos claramente dirigidos a reposicionar y elevar el atractivo turístico de diversas ciudades españolas.

**Hoteles Urbanos**  
Opiniones empresariales  
II Tr 2006



Fuente: EXCELTUR (\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opinión empresarial (\*) Alojamiento hotelero**  
Hoteles Urbanos

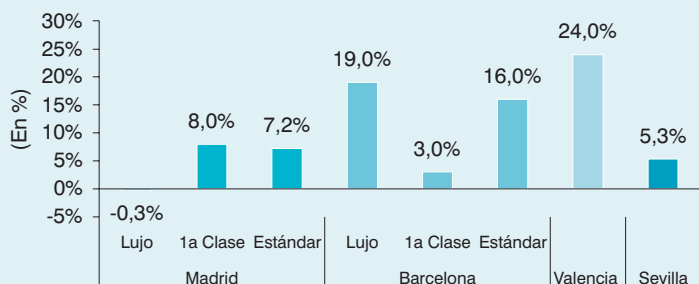


El 64,9% de los empresarios de hoteles urbanos manifestaban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur haber registrado un incremento de las ventas en el segundo trimestre de 2006, destacando un significativo porcentaje del 13,0% que califican esta variación interanual como muy intensa, mientras un 56,7% reconocía su traslado a una mejora en los beneficios respecto a los meses de la primavera de 2005. Esta percepción se ve confirmada por los datos de la consultora MHI Turismo que reflejan una mejora en el grado de ocupación de los hoteles en cuatro de las principales ciudades turísticas españolas, junto con un



incremento generalizado de los precios que ha repercutido en un significativo avance de los ingresos por habitación disponible (REVPAR).

RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos Tasa de variación interanual. Ene-May 2006/2005

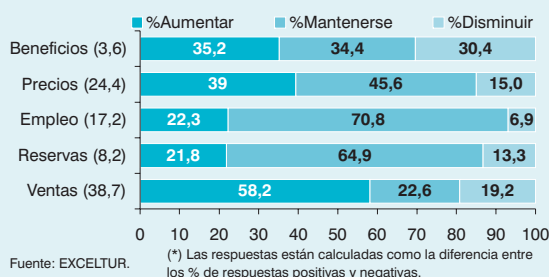


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

### Hoteles vacacionales de costa

El comportamiento de la actividad turística en la mayoría de los alojamientos hoteleros vacacionales ubicados en la costa en el segundo trimestre de 2006 se puede calificar como positivo. En general, la demanda de alojamiento hotelero en las costas del Mediterráneo y las Islas durante el segundo trimestre del año de 2006 se ha incrementado respecto a los mismos meses del pasado año, según declaraban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 58,2% de los empresarios, corroborado por un aumento del 7,6% en el número de pernoctaciones hasta mayo, según la EOH del INE. Cabe reiterar que en este comportamiento ha tenido mucho que ver la recuperación de la venta de paquetes turísticos en los principales mercados europeos, particularmente el alemán, por la ya comentada redirección de flujos desde otros destinos competidores, así como el buen comportamiento del mercado nacional en la Semana Santa que este año se celebró en el mes de abril.

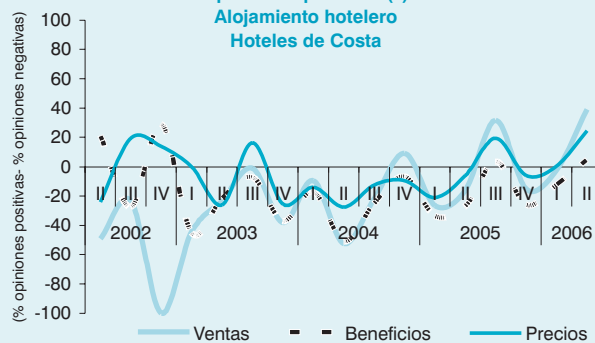
Hoteles de Costa Opiniones empresariales II Tr 2006



Fuente: EXCELTUR.

(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial (\*) Alojamiento hotelero Hoteles de Costa

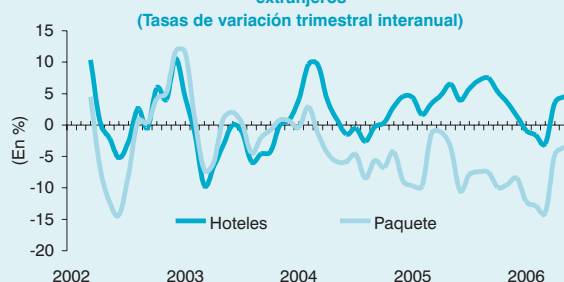


Fuente: EXCELTUR

(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

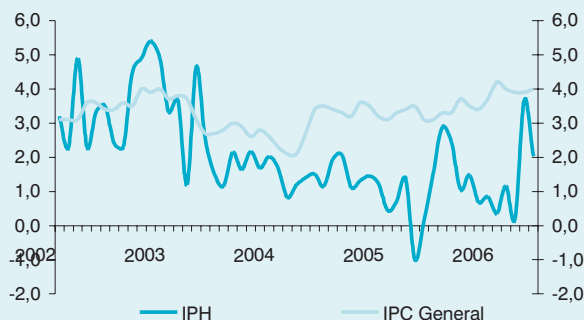
La persistencia de problemas competitivos de índole más estructural en algunos destinos del litoral, resumidos en degradación del entorno en algunos destinos pioneros, crecimientos desmesurados de la oferta de todo tipo de alojamientos, últimamente acentuados en las tipologías residenciales, y los consecuentes niveles de saturación e indiferenciación percibidos por los turistas, terminan por afectar la capacidad de atracción y retención de aquellos turistas con la mayor capacidad de gasto y de hecho, aunque en menor medida que en años anteriores, ha obligado a algunos empresarios a mantener las políticas de ofertas y descuentos, lo que ha impedido trasladar el aumento de ventas a sus beneficios empresariales en la misma intensidad.

Relación entre la evolución en la utilización de los hoteles y los viajes hacia España con paquete por parte de los extranjeros



Fuente: EXCELTUR a partir de la información de FronTUR, IET.

Precios Hoteleros e IPC (Tasa de variación interanual)

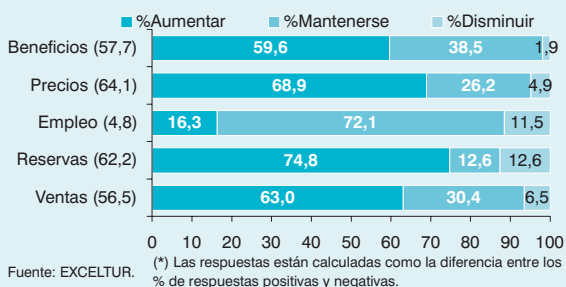


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPC, IPH (INE)

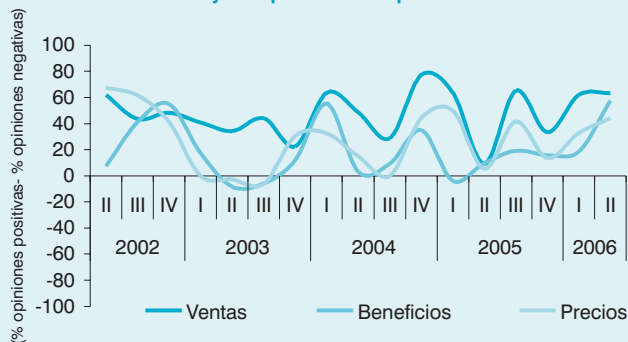


**9** Los grandes grupos de agencias de viajes españolas se siguen beneficiando del dinamismo de la demanda nacional, si bien empiezan a notar los efectos de la desaceleración en sus niveles de gasto. Durante este segundo trimestre del año, que ha gozado de un calendario más propicio para viajar por la celebración de la Semana Santa y las festividades del mes de mayo, las ventas se han incrementado para el 63,0% de los grandes grupos de agencias de viajes. Buena parte de este aumento en las ventas y su traslación a los beneficios se debe al leve aumento de precios que igualmente se ha producido respecto a los niveles del pasado año. De hecho el 68,9% de los participantes en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur reconocían haber recuperado los precios en este segundo trimestre, lo que se refleja en un aumento del IPC de Viaje organizado del 3,3% en los meses de marzo, abril y mayo de 2006 en relación con los mismos meses de 2005, si bien se sigue multiplicando las campañas de ofertas y descuentos para cubrir las plazas vacantes de último minuto.

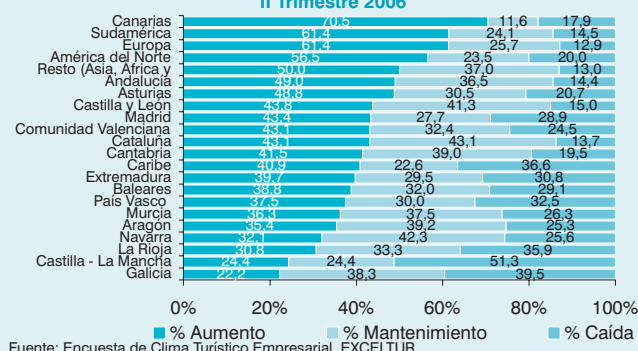
Opiniones empresariales  
AA.VV. y Touroperadores españoles  
II Tr 2006



Opinión empresarial  
AA.VV. y Touroperadores españoles



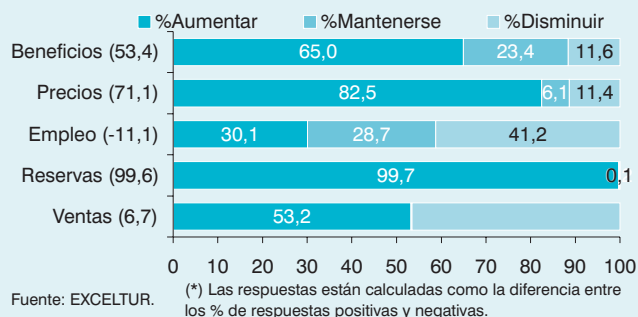
Opinión de AAVV y Touroperadores españoles sobre las ventas de viajes a españoles durante el II Trimestre 2006



En este contexto, las agencias de viajes virtuales on-line siguen ganando cuota de mercado a las agencias de viajes más convencionales, con un avance de clientes del 20% sobre las tradicionales, según el II Informe de hábitos de consumo de viajes de Lastminute.com. La respuesta de la demanda española a estos nuevos modelos de negocio se ha traducido en los meses de primavera de 2006 en un incremento superior al 50% en las ventas de las principales agencias de viajes on-line, que ha servido para mejorar de nuevo sus cuentas de resultados.

**10** La nueva escalada del crudo, que sigue registrando día tras días máximos históricos por encima de 75 dólares por barril a fecha de cierre de este informe (68,89 el máximo alcanzado en la serie histórica a finales del mes de agosto de 2005), sigue estrangulando de manera persistente la cuenta de resultados de las empresas de transporte y particularmente las aéreas en España. A pesar del encarecimiento en la factura energética, el moderado aumento de la demanda, las mejoras experimentadas en la reducción de otros costes operativos y una leve subida de precios han permitido una recuperación del beneficio de las compañías aéreas españolas en el segundo trimestre de 2006, según constatan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.

Opiniones empresariales  
Empresas españolas de transporte  
II Tr 2006



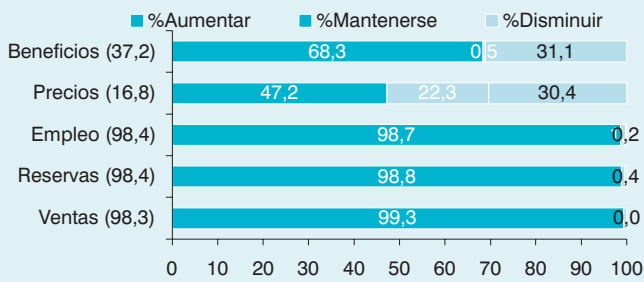
Las agencias de viajes españolas coinciden en señalar como los principales dinamizadores de sus ventas en este segundo trimestre a los destinos del extranjero y en los nacionales a Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña, dentro de los vacacionales, y a Madrid, más vinculado al turismo urbano y cultural.



**11** El incremento de la llegada de un perfil de cliente que se organiza su viaje de manera independiente y con mayor propensión a contratar su autotransporte en destino sigue dinamizando la demanda de **alquiler de automóviles** en España. Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la mayoría de los empresarios del subsector de coches de alquiler (96,5%) han percibido un incremento positivo en el número de vehículos arrendados en los tres primeros meses de 2006.

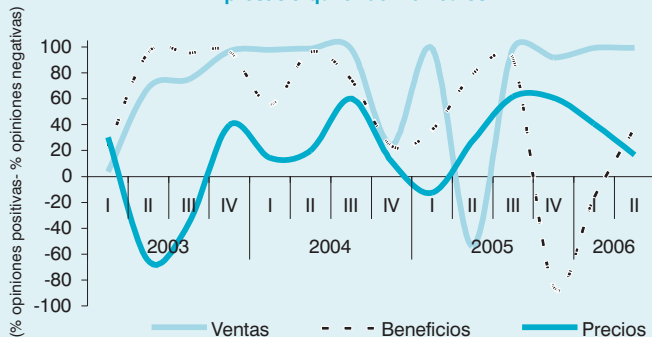
Sin embargo, en un escenario de creciente competencia que ha presionado a la baja sus precios, con unos costes laborales y de suministros por otra parte al alza, un elevado porcentaje de las empresas españolas de alquiler de coches no constatan de manera tan clara el aumento de sus beneficios en este segundo trimestre. En concreto, tal y cómo avanzaban la mayoría de los empresarios del subsector en el ecuador del año turístico 2006, todavía en un 31,1% de estas empresas las mejoras en los niveles de facturación siguen sin traducirse en una mejora de las ganancias.

Opiniones empresariales  
Empresas de alquiler de coches  
II Tr 2006



Fuente: EXCELTUR. (\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

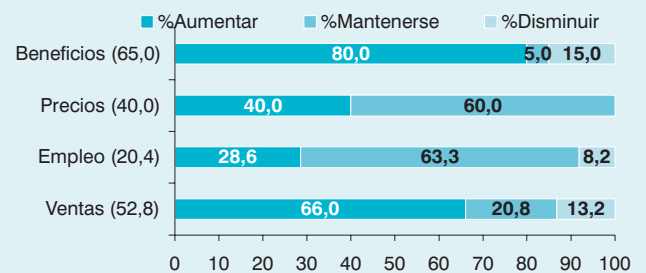
Opinión empresarial  
Empresas alquiler de vehículos



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

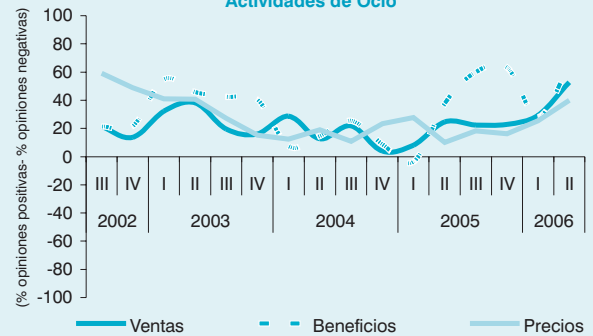
**12** Las instituciones y empresas relacionadas con el ocio y entretenimiento siguen mostrando los mejores comportamientos de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Un trimestre más sus resultados reflejan la creciente preferencia de los turistas por complementar sus experiencias diferenciales en los diferentes destinos con actividades culturales, deportivas o de ocio, apetencias a las que, hasta el momento, los destinos principalmente de zonas urbanas están sabiendo responder con una oferta cada vez más diversa y original. Se trata de uno de los ámbitos clave de trabajo de cara al futuro, por el que están apostando todavía de manera muy incipiente las zonas del litoral, y que en esos destinos requieren más específicamente de un mayor esfuerzo y capacidad innovadora para ganar mayor competitividad y avanzar en la desestacionalización.

Opiniones empresariales  
Empresas y equipamientos de ocio  
II Tr 2006



Fuente: EXCELTUR. (\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial  
Actividades de Ocio



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

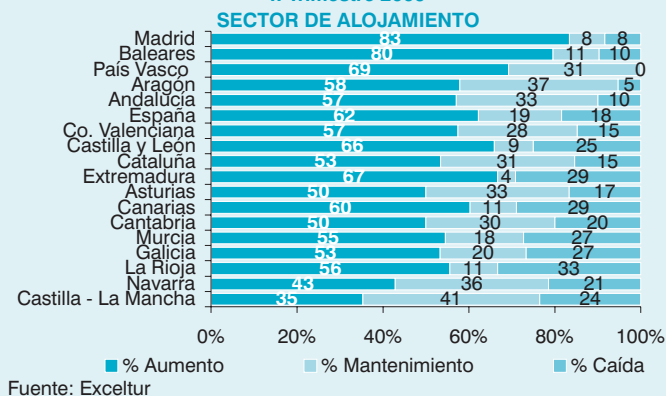
#### A.4. Claves por destinos

**13** El devenir del segundo trimestre de 2006 ha sido en la mayoría de los destinos turísticos nacionales positivo, aunque ciertamente dispar a la hora de cuantificar la mejora percibida. A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, la percepción sobre el aumento de las ventas en el segundo trimestre es generalizada entre los empresarios hoteleros, destacando Madrid y Baleares, donde los niveles de confianza empresarial son más positivos, probablemente porque son los destinos donde mayor



cambio se ha producido en este 2006 tras haber experimentado en ambos casos y durante varios años los efectos de la sobreoferta y la atonía de la demanda extranjera.

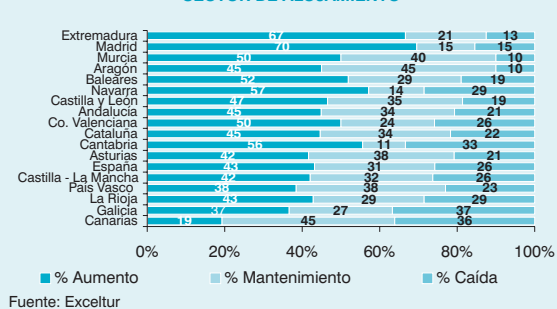
Opinión empresarial sobre las ventas  
II Trimestre 2006



Por otro lado, los destinos de interior, de la España Verde y los asociados al turismo rural y cultural siguen presentando resultados positivos, mientras en el polo opuesto se sitúa Castilla la Mancha, muy afectada por su descompasada evolución en relación con el pasado año, en el que se favoreció de la celebración del V Centenario del Quijote, que dió un notable impulso a las actividades turísticas de la región.

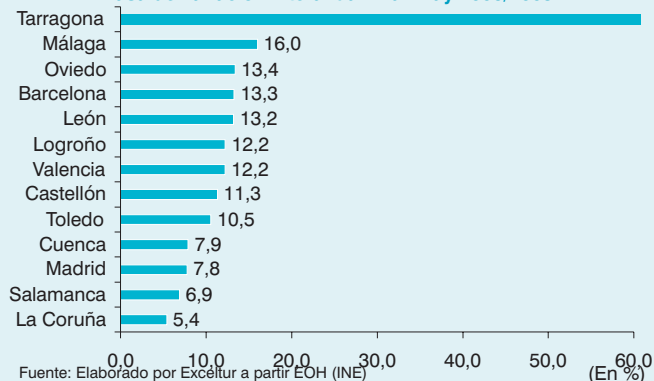
14 Las traslación a los beneficios del buen comportamiento de las ventas ha sido generalizado, salvo en el caso de Canarias, donde los resultados finales siguen lastrados por la presión a la baja de los precios dado, entre otros, el continuado proceso de apertura de nuevas plazas que impide la traslación de sus mayores niveles de demanda a mejoras en sus niveles de ocupación. Destacan entre las comunidades con un mayor consenso en cuanto a la recuperación de márgenes empresariales la Comunidad de Madrid, dentro de los destinos urbanos, Baleares y Murcia, entre los destinos el litoral y Extremadura y Navarra, entre los destinos de la España de interior.

Opinión empresarial sobre los beneficios  
II Trimestre 2006

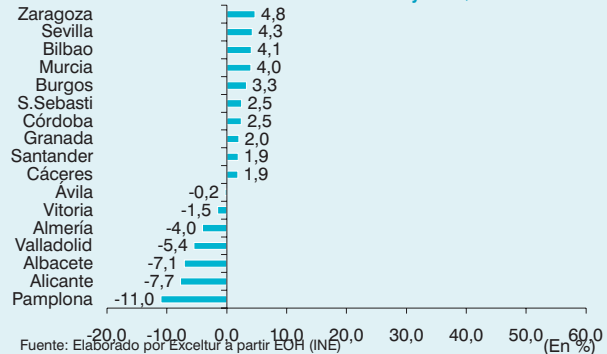


15 De manera particular, cabe señalar el generalizado aumento de las pernoctaciones en la mayor parte de ciudades españolas. No sólo las grandes ciudades están experimentando los beneficios de la afluencia de visitantes, también las ciudades medias y capitales de provincias están disfrutando de una creciente afluencia de nuevos turistas, que se traduce en una elevación en el número de pernoctaciones en sus alojamientos hoteleros. Este es el caso de Tarragona, Málaga, Oviedo, León o Logroño, que se vienen a sumar al éxito y los buenos resultados de Barcelona, Valencia y Madrid, con crecimientos por encima del 7% en el número de pernoctaciones en el período de marzo a mayo.

Pernoctaciones en hoteles urbanos  
Tasa de variación interanual. Mar-May 2006/2005



Pernoctaciones en hoteles urbanos  
Tasa de variación interanual. Mar-May 2006/2005

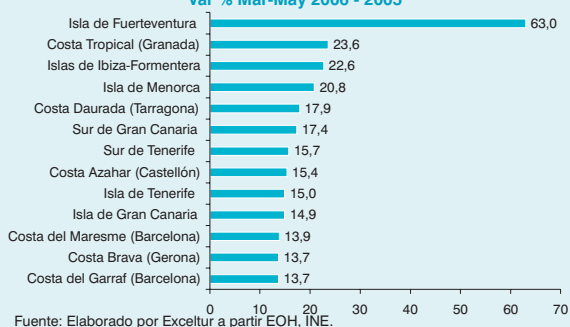


En este sentido, cabe hacerse notar una mayor presencia de turistas extranjeros en los cinco primeros meses de 2006 en las principales ciudades turísticas españolas, que en media crecieron un 13,0% en este 2006, lo que supone un millón más de noches que en el mismo período de 2005. El 80% de esta variación viene explicado por los incrementos registrados en las cuatro principales ciudades receptoras de turistas extranjeros: Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia.

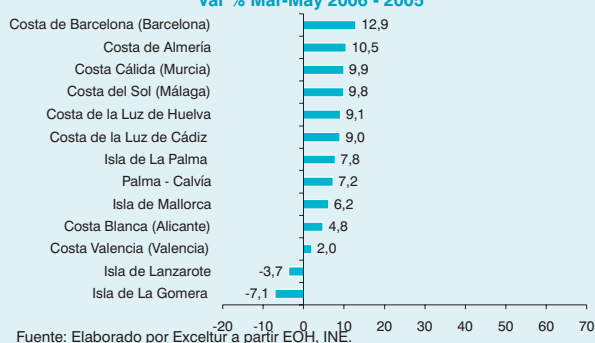


**16** En el segmento vacacional del litoral mediterráneo y las islas, las comunidades más dependientes de los mercados de origen extranjeros, es decir, los destinos canarios y de Baleares y algunas zonas de la costa andaluza (Costa del Sol y Costa Tropical) y de la costa catalana, han experimentado en este segundo trimestre de 2006 un importante avance en la actividad turística. Así, en términos de ventas, para el conjunto de las diversas zonas turísticas de las **Islas Canarias** las pernoctaciones hasta el mes de mayo crecieron un 9,5% con diferentes comportamientos por islas. Mientras que en las dos islas mayores, Tenerife y Gran Canaria, se han registrado crecimientos en torno al 9,0%, Fuerteventura ha sido en esta ocasión el gran beneficiario de estos cinco primeros meses de 2006 con un crecimiento del 63% en términos de pernoctaciones, alentada por una notable intensificación de su estrategia de reducción de precios, dado el fuerte aumento de sus camas, mientras que Lanzarote y la Gomera han sufrido un descenso en el número de pernoctaciones de turistas extranjeros y españoles entre enero y mayo de 2006.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas  
Var % Mar-May 2006 - 2005



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas  
Var % Mar-May 2006 - 2005



Por su parte, en **Baleares**, destaca el tirón de la demanda nacional en Ibiza y de la extranjera en Menorca, que se han concretado en crecimientos del total de pernoctaciones en estas dos islas por encima del 20% en el período enero mayo. Las principales zonas turísticas del archipiélago localizadas en Mallorca han experimentado igualmente un favorable segundo trimestre con crecimientos por encima del 6,0%. En este marco, y a pesar del débil comienzo de año, el incremento del número de pernoctaciones acumuladas en las islas hasta mayo se situaba en el 6,2%.

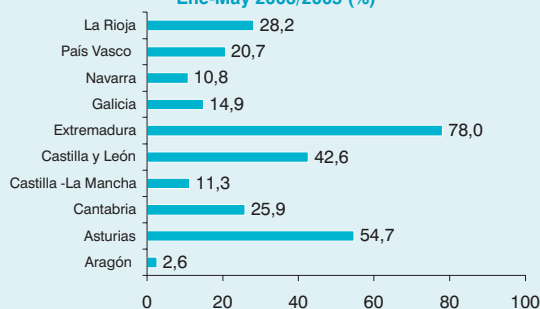
La demanda en los destinos del **litoral catalán** se ha mostrado igualmente dinámica en el segundo trimestre de 2006 con un alto componente del crecimiento explicado por el tirón de la demanda extranjera en el conjunto de las zonas, acompañada por la española, más concentrada en la Costa Brava y Costa Dourada. En concreto, la variación interanual del número de pernoctaciones en el período marzo-mayo fue del 14,2%, un 19,6% en las extranjeras y un 4,7% en las nacionales.

El litoral de la **Comunidad Valenciana** se ha favorecido de una dinámica demanda nacional, en el período marzo-mayo que se concretó en un incremento interanual del 10,3% en las pernoctaciones de los españoles y del 6,1% para el total, incluidos los extranjeros. En el caso de la Costa Blanca, la desaceleración percibida en la demanda del mercado extranjero y el importante peso que todavía tiene ha condicionado sus resultados en este primer semestre de 2006.

En las zonas turísticas costeras de **Andalucía**, el confuso comienzo de año turístico ha sido superado por un favorable segundo trimestre en todas las zonas de la mano tanto de la demanda nacional como de la extranjera. De hecho, el incremento en las pernoctaciones entre marzo y mayo de 2006 fue del 10,1% para el conjunto de las zonas, 4,1% en el acumulado anual hasta mayo. Destaca el intenso avance de la demanda extranjera en la Costa Tropical de Granada y la Costa del Sol con respecto al débil comportamiento de la demanda nacional, sucediendo lo contrario en la Costa de la Luz de Cádiz, donde la demanda nacional registró un intenso crecimiento, compensando la caída de la extranjera.

**17** En el segmento de turismo rural y de naturaleza, las comunidades y destinos especializados en este producto de demanda creciente entre los consumidores han experimentado en el segundo trimestre de 2006 un favorable balance en términos de actividad turística, corroborándose los resultados de la Encuesta de Clima de Confianza Empresarial de Exceltur y la información de las encuestas de ocupación del INE. En este sentido, destacan los buenos resultados de Aragón y Extremadura tanto en clave de ventas como de beneficios.

Comportamiento de las pernoctaciones de alojamiento de turismo rural.  
Ene-May 2006/2005 (%)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOTR (INE)



La actividad en los alojamientos de turismo rural localizados en estos destinos mantiene en los cinco primeros meses de 2006 la misma senda de excelentes resultados de los últimos años. El análisis detallado por comunidades autónomas revela diferentes dinámicas, y especialmente diferentes grados de ajuste entre la demanda y la oferta. En este sentido, mientras que en la mayoría de las comunidades la nueva apertura de plazas se mantiene en unos ritmos de crecimiento que son asimilados por la vigorosa demanda, en otros destinos como Aragón o Castilla La Mancha, el elevado crecimiento de la oferta no se ve compensado por una demanda creciente, destinos en los cuáles el nivel de ocupación de muchos establecimientos está sufriendo leves caídas, que afectan a la rentabilidad empresarial.

## B. Expectativas para los próximos meses de verano y el conjunto del ejercicio de 2006

**18** El sólido desempeño de la economía mundial y la española en particular y la ya constatada mejoría de la zona euro auguran el mantenimiento para España de un buen año turístico 2006 en términos de volumen total de demanda, que todavía está por ver si se trasladará con esa misma intensidad sobre los indicadores de resultados, especialmente en el caso del turismo extranjero.

Perspectivas macroeconómicas en los mercados emisores				
	2005		2006 (prev.)	
	PIB	Cons. Privado	PIB	Cons. Privado
Alemania	0,9%	0,0%	1,7%	1,2%
Francia	1,4%	2,1%	1,9%	2,1%
Italia	0,0%	0,1%	1,3%	1,0%
Holanda	1,1%	0,3%	2,6%	-2,1%
Portugal	0,3%	2,0%	0,9%	1,2%
Reino Unido	1,8%	1,7%	2,4%	1,9%

Fuente: Comisión Europea

En este comportamiento volverán a jugar un papel importante factores que subyacen en el devenir del año y entre los que hay que destacar:

### Factores geopolíticos y naturales

La inestabilidad percibida en algunos destinos competidores, que se ha recrudecido desde la segunda mitad de 2005 y que acontecimientos tan desgraciados como los recientes atentados en Bombay no ayudan a desvanecer y les otorgan un alcance más global, afecta especialmente al turismo procedente de los principales países europeos que se reorienta hacia los destinos considerados más seguros de la propia Europa y, entre los de "sol y playa", progresivamente hacia España. Esta tónica volverá a explicar un año más parte del crecimiento de la llegada de turistas extranjeros hacia España de las modalidades paquete y alojamiento y

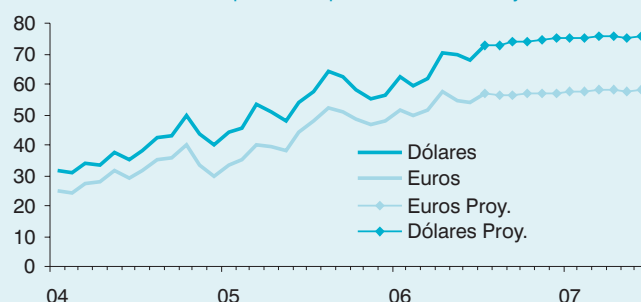
especialmente de los que usan alojamientos hoteleros reglados.

- Los riesgos geo-estratégicos han jugado un papel también en lo que va de 2006, desde la escalada por la cuestión nuclear iraní en abril, que disparó el precio del petróleo hasta su record de entonces, hasta la "crisis de los misiles" norcoreanos de principios de julio y el actual conflicto en el Líbano. Se empieza a percibir que una adecuada negociación, dotada de suficientes compensaciones, podría resolver las dos primeras, con un mayor grado de incertidumbre en la tercera, pero seguiremos asistiendo a "tiras y aflojas" no exentos de consecuencias económicas sobre los mercados financieros y el precio del petróleo.
- Otras alarmas, como la de una complicada estación de huracanes y la gripe aviar, subsisten en el trasfondo de lo que, en ausencia de otras sorpresas, se traducirá en un año turístico para España mejor que el precedente.

### Factores económicos

- En el plano económico global, como ya se ha mencionado sigue sorprendiendo la aparente flexibilidad con la que las economías conviven con los elevados precios del petróleo y esta seguirá siendo la tónica en 2006. En Europa la digestión de subidas del **precio del petróleo, que estimamos se mantengan en el entorno de 74 dólares el barril**, serán más sencillas en un escenario de esperada depreciación del dólar respecto al euro. Más que un estrangulamiento de la actividad por esta causa, sería un progresivo agotamiento de la prolongada expansión de las economías en los últimos 12 años, lo que llevase a un cambio de ciclo, lo que no parece vaya a suceder en 2006.
- Por su parte, **los tipos de interés**, que se espera subirán algo en lo que queda de año, están llamados, hoy por hoy a moderar su escalada al poco de iniciarse el próximo año, con los consiguientes alivios para los hogares y su capacidad de ahorro. Las previsiones son que el BCE subirá en agosto y

Evolution del precio del petróleo en Dólares y Euros

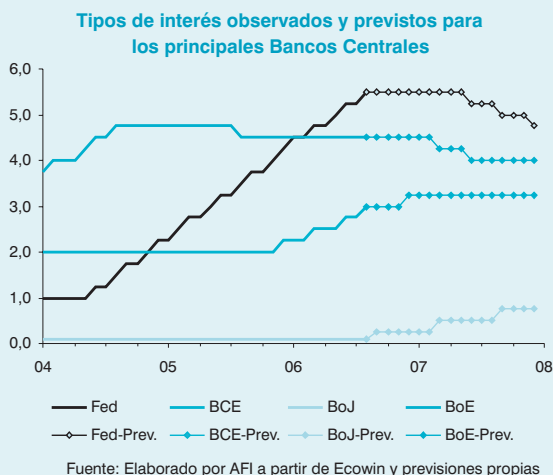
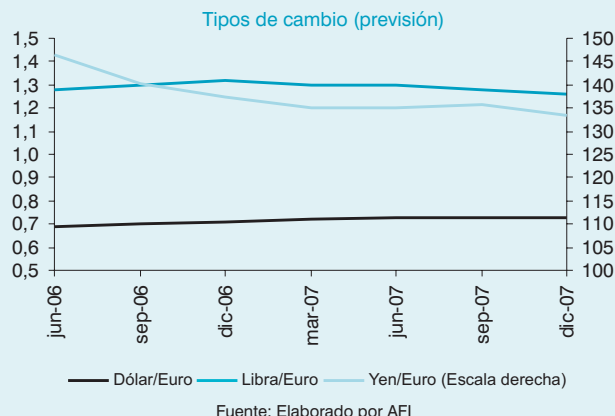


Fuente: Elaborado por AFI a partir de Ecowin y previsiones propias



diciembre ¼ de punto porcentual en cada ocasión para llevar el actual 2,5% hasta el 3%, la Reserva Federal de los EE.UU subirá también en agosto ¼ de punto hasta el 5,5% manteniéndose así hasta entrado 2007.

Las divisas, por su parte, disminuirán su riesgo de oscilaciones apreciables a medida que los tipos de interés se moderen, pero es previsible que el euro se apreciará algo frente al dólar y la libra en los próximos trimestres. Ello encarecerá en cierta medida la oferta turística española en el mercado ingles, pero no de manera generalizada ni, probablemente afecte a lo que queda de ejercicio. Con estos condicionantes el panorama cambiario no debería alterar de manera significativa las decisiones de los turistas, al menos hasta final de 2006.



de llegadas y con un crecimiento en el número de pernотaciones hoteleras del 4,8%, lo que supone una ajuste al alza de 3 puntos respecto a las previsiones que presentamos en enero de este mismo año. La mayor redistribución hacia España observada hasta la fecha de la que preveíamos al inicio de 2005 desde otros países competidores, de la tipología de turista consumidor de paquetes que incluyen hotel y las previsiones de que esta tendencia se incremente en los próximos meses de verano, junto con el creciente atractivo de las zonas urbanas y de interior, están detrás del buen comportamiento estimado de las pernотaciones en hoteles para el conjunto del año.

Si bien es cierto que esta tendencia de crecimiento del perfil de turista extranjero consumidor de la oferta hotelera debiera tener un efecto positivo sobre los destinos ya que las estadísticas oficiales lo sitúan como los consumidores que mas gastan en ellos, el mayor crecimiento esperado de la llegada de turistas extranjeros usuarios de casas propias o cedidas por familiares o amigos y las llegadas por carretera y en compañías "low cost", caracterizadas todas ellas por un menor gasto por turista y día, junto al mantenimiento de la caída en la estancia media, no augura que se produzca en este año 2006 un positivo avance de los ingresos turísticos extranjeros para España. Nuestras previsiones sitúan el crecimiento a final de año del total de los ingresos por turismo extranjero en el 1,2%, que de mantenerse los actuales niveles de inflación supondría una caída en términos reales cercana al 2,5%.

19 En este escenario propicio para el sector turístico español con un contexto geopolítico favorable y a pesar de los riesgos latentes materializados en el incremento del precio del petróleo, lo cierto es que las previsiones sobre las principales variables de volumen de demanda turística son positivas, mientras las relativas al gasto de los extranjeros no acaban de augurar, una vez más, el cierre de un buen año.

Ante el buen comportamiento esperado para el verano, las previsiones de Exceltur parecen apuntar a que cerraremos el año con una mayor llegada de turistas extranjeros que podría llegar a superar los 58 millones

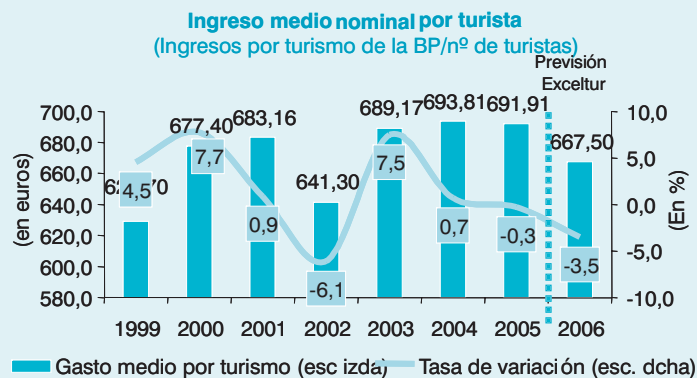
Una caída de esta magnitud cuando la afluencia de turistas extranjeros se espera siga creciendo y cierre el 2006 a tasas cercanas al 5%, estaría reflejando una

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPA NOL						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006(p)
	%	%	%	%	%	%
ISTE (PIB turismo)	1,7	-0,1	1,6	2,7	3,2	3,0
Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)	5,5	-1,9	4,4	3,8	5,8	1,2
Ingresos por turismo/ turistas (euros)	0,9	-6,1	7,5	0,7	-0,3	-3,5
Total llegada turistas extranjeros	4,6	4,5	-2,8	3,1	6,1	4,9
Pernотaciones hoteleras	0,7	-2,7	2,5	2,9	4,7	5,2
Residentes en España	2,2	1,6	5,4	9,6	6,4	5,6
No residentes	-0,2	-5,3	0,7	-1,6	3,4	4,8

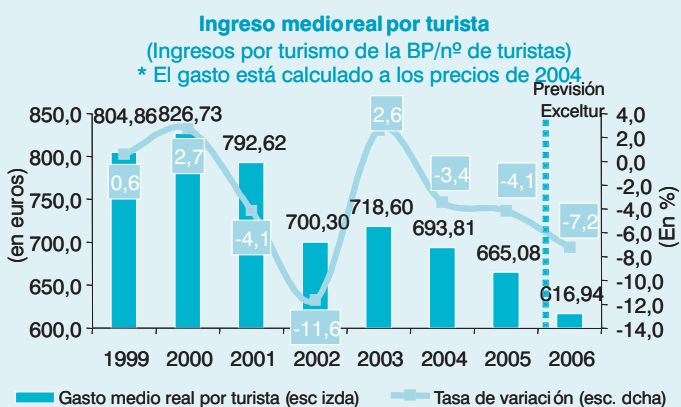
(p) Previsiones Exceltur Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España



nueva reducción del ingreso medio nominal por turista del 3,5% que en términos reales alcanzaría el 7,2%, dando continuidad a una tendencia que recurrentemente se produce desde 1999 y que ha generado que en los últimos 7 años cada turista extranjero que visita nuestro país gaste en términos reales 209 euros menos en España.



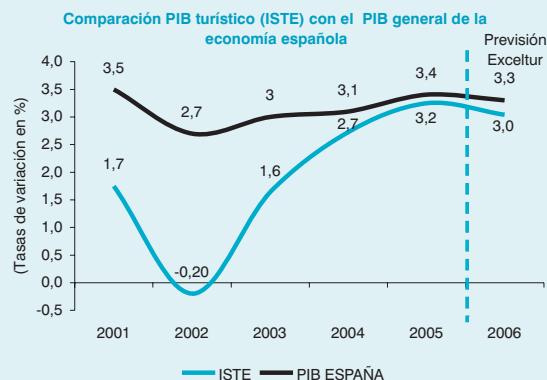
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos del IET y del Banco de España.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España,

Los efectos que conlleva esa debilidad del gasto turístico de los extranjeros en los destinos españoles se verá en parte compensado un año más por la fortaleza del gasto turístico de los propios turistas nacionales. Aunque en el contexto de una leve desaceleración, lo cierto es que nuestras previsiones de Exceltur para el cierre del año 2006 anticipan un nuevo e intenso crecimiento de la demanda de los españoles en términos de pernoctaciones hoteleras. En concreto, para el conjunto del año, e igualmente algo por encima respecto a las previsiones que presentábamos al comenzar el año, esperamos que el total de pernoctaciones de los españoles en hoteles se incremente un 5,6% en 2006 respecto al cierre de 2005.

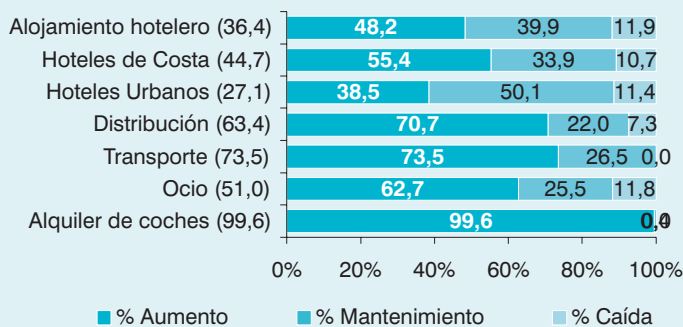
Este aumento de la demanda española, que ya casi supone el 50% del total de la demanda turística en España, es el principal determinante del aumento del Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE), que aproxima el PIB turístico y que podría cerrar el año con un incremento del 3,0%, todavía algo por debajo del crecimiento medio de la economía española para el conjunto de 2006, que el consenso de las diversas casas de análisis estima en el 3,3%.



Fuente: Exceltur, INE y AFI

La constatación a lo largo de los pasados meses de primavera de las buenas noticias trasladadas por los mayoristas europeos en las ferias celebradas en los primeros meses del año y el mantenimiento de la fortaleza en el gasto turístico de la demanda española han generado un renovado clima de optimismo entre el empresariado turístico español de cara a estos próximos meses de verano. Los participantes en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial elaborada por Exceltur cerrada el pasado 7 de julio de 2006 anticipaban unos meses del tercer trimestre marcados por el aumento generalizado de las ventas y de los beneficios en la mayor parte de los subsectores.

Perspectivas empresariales sobre las Ventas para el III Tr 2006

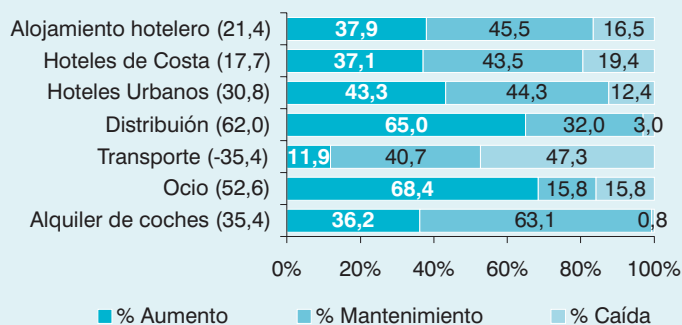


Fuente: Encuesta de Clima Turístico



En un contexto de recuperación de precios en la mayor parte de subsectores, salvo en algunos alojamientos hoteleros de zonas del litoral Mediterráneo y las Islas, en los que subsisten problemas latentes de sobreoferta, así como en las compañías de alquiler de coches, la opinión generalizada de los empresarios es que en los próximos meses de verano los resultados serán bien mejores o se mantendrán en los niveles alcanzados en el verano de 2005. Son las empresas españolas de ocio y de distribución, especializadas en el mercado emisor las que presentan mejores expectativas sobre el comportamiento de este indicador clave. Las primeras volviendo a constatar la positiva respuesta del mercado a todo lo que supone incorporar mayores atributos y experiencias diferenciales a los productos y destinos turísticos españoles y las segundas beneficiándose del esperado buen comportamiento de la demanda española.

#### Perspectivas empresariales sobre los Beneficios para el III Tr 2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico

Los empresarios de hoteles de algunas zonas de costa, sin embargo, muestran expectativas más moderadas en sus beneficios para este tercer trimestre que incluye los meses de verano, al igual que las empresas de transporte ante un escenario en el que prevén mejores ventas pero a costa de contención en sus tarifas.