

*Somos múltiples caras*



*de una misma moneda*

Nº 1 JULIO 2002

# PERSPECTIVAS TURÍSTICAS



Exceltur



Elaborado por:

Analistas Financieros Internacionales : AFI  
Área de Estudios e Investigaciones de  
Exceltur

## Agradecimientos

A las personas responsables de los más de 900 unidades de negocio y establecimientos que han contestado el cuestionario y que han hecho posible el primer ejercicio de análisis de las opiniones empresariales del sector turístico español.

En particular, y además de las empresas que forman parte de EXCELTUR, queremos agradecer muy especialmente la inestimable colaboración de la Federación Española de Hoteles (FEH), Agrupación Hotelera de Zonas Turísticas de España (ZONTUR), Federación Española de Hospedaje y Restauración (FEHR), Asociación Española de Compañías Aéreas (AECA), por su interés y difusión de los cuestionarios relativos a la Encuesta de Clima Empresarial y por el alto grado de respuestas recibidas de sus asociados .

Igualmente queremos destacar la colaboración del Instituto de Estudios Turísticos, Instituto Nacional de Estadística, Departamento de Balanza de Pagos del Banco de España , Instituto Nacional de la Seguridad Social, por su apoyo y facilidad de acceso a la información que generan sobre el turismo español, que entre otros nutre el presente informe.

No menos importante ha sido la colaboración de un muy relevante grupo de expertos y reputados académicos especializados en economía del turismo, que dieron un mayor cuerpo científico al diseño del cuestionario que sustenta la Encuesta y que confiamos abra nuevos caminos de cooperación, que evidencie todavía mas, el importante papel que desde esos ámbitos puede vertebrarse en beneficio del turismo español.

Por último un especial reconocimiento a Edita Pereira, Antonio Garre y Yolanda Fernández por su gran profesionalidad y entrega sin la que este informe no hubiera sido posible, así como a nuestro Director de Investigación y Estudios D. Oscar Perelli por su visión e importante labor de coordinación desde sus inicios.



# Presentación



## Una mirada al futuro del turismo

**Xabier de Irala**, Presidente de EXCELTUR.

**E**xceltur nació hace unos meses como resultado del compromiso de un significativo grupo de empresas líderes del sector turístico español, todas ellas animadas por una firme vocación de ayudar a impulsar dos grandes ejes de actuación: potenciar el mayor reconocimiento socio-económico del turismo, como principal sector de nuestra economía, y propiciar los mayores niveles de competitividad que ante los importantes retos de futuro, aseguren la primacía y sostenibilidad turística de España a medio plazo.

En este sentido, y ante un mundo extraordinariamente cambiante y acentuado por las grandes incertidumbres que se abrieron tras el 11-S -todavía latentes en muchas de las economías del mundo, y particularmente relevantes para el turismo- no es casual que una de las primeras iniciativas de EXCELTUR sea presentar la primera edición de un completo y novedoso informe trimestral de análisis y predicción de la coyuntura turística española que, deseamos, beneficie y aporte nuevos valores a este sector y a todos sus actores. Y es que este informe, además de considerar en profundidad otros múltiples indicadores, se fundamenta en las percepciones del componente esencial del dinamismo de cualquier economía, su sector empresarial.

Es desde esa perspectiva, y ante las rápidas transformaciones que se están dando en algunos de los parámetros de oferta y demanda, que hasta hace poco sustentaban nuestro modelo de desarrollo turístico, por lo que sentimos relevante iniciar la actividad de nuestro recientemente creado Departamento de Investigación y Estudio con esta aportación, tendente a lograr un mejor conocimiento y difusión de las variables

macroeconómicas que condicionan las pautas de evolución de nuestro sector, que ha sido elaborado en colaboración con la prestigiosa firma de análisis: Analistas Financieros Internacionales (AFI).

Sentimos que además ello es especialmente importante para un país como España cuyo PIB está vinculado en un 12% al devenir del turismo, y donde no deberían regatearse los medios para

**“Un escenario de esta naturaleza requiere, para un país cuya economía está vinculada en un 12% al turismo, de información y análisis que permita identificar procesos de cambio, adelantar tendencias y generar discusión sobre los elementos determinantes de la competitividad de su modelo.”**

disponer del mejor sistema integral de inteligencia y seguimiento de todas los elementos de conocimiento turístico, acorde al liderazgo que internacionalmente ocupamos y deseamos mantener.

Esta es, sin duda, una de las direcciones en la que EXCELTUR va a poner sus máximos esfuerzos con el ánimo de complementar e impulsar el importante trabajo que se realiza desde el INE, Administraciones Turísticas Central y Autonómicas y otras múltiples instituciones privadas, que debería potenciarse aún más en aras de alcanzar las mayores economías de escala y sinergias conjuntas para el sector. Todo ello conllevaría no sólo una mejora en la toma de decisiones en el ámbito privado sino también la

planificación más convergente de futuras acciones públicas realizando, a su vez la percepción global del turismo en nuestro sistema económico.

Este primer informe “Perspectivas Turísticas EXCELTUR”, nace con estos planteamientos y bajo un enfoque más cualitativo, en el que se presentan los resultados del primer ejercicio en España de una Encuesta de Clima Turístico Empresarial con vocación recurrente. En esta primera edición han participado una muy significativa muestra de directivos responsables de cerca de 900 establecimientos y unidades de negocio de los sectores de distribución, transporte y alojamiento y de todas las Comunidades Autónomas, que durante el pasado mes de Junio expresaron sus opiniones sobre la dinámica turística y sus expectativas para el segundo y tercer trimestre del 2002, en comparación con el mismo período del año 2001

El informe incorpora como principal aportación los resultados de un nuevo Indicador Sintético del Turismo de España (ISTE) elaborado por Exceltur, que nace con el objetivo de servir de referencia de la senda de crecimiento trimestral del turismo, en una coyuntura afectada por una marcada desaceleración turística en comparación con el último quinquenio y que se manifiesta como clara recesión en algunos de nuestros principales destinos turísticos. Aun a pesar del riesgo que incorpora un escenario tan asimétrico entre los fundamentos económicos y las realidades del mercado, el informe incorpora asimismo un intento de predicción a corto plazo de las llegadas de turistas de los principales países emisores a nuestros países.

Entre las importantes conclusiones que se exponen en este primer número se constata que la apuesta por la diferenciación y la calidad son factores clave que sustentan la competitividad de la amplia oferta española, desde el sol y playa hasta el turismo de interior. Y son aquellos que han apostado por políticas cualitativas los que mejor se están comportando en un contexto de clara desaceleración de la demanda, como el que nos encontramos. Un hecho que se acentúa en el segmento de Sol y Playa por un marco de competencia creciente de los países de la Cuenca Mediterránea que, ante sus menores costes, nos obliga a diferenciarnos por otros conceptos.

La información presentada dibuja para el futuro turístico español una senda de moderada

superación del actual clima de atonía. La aceleración en los ritmos de crecimiento de las economías de los países del (G7) previsto para el segundo semestre de 2002, y su presumible traslación a la confianza de los consumidores de nuestros principales mercados de origen, incluyendo el nacional, permite entrever una leve recuperación a finales del 2002, que confiamos se intensifique durante el 2003. La opinión de los empresarios sobre las perspectivas de su actividad para el tercer trimestre aporta un mensaje de moderado optimismo -que nuestros ejercicios de predicción realizados para los cinco principales mercados de turistas extranjeros en principio ratifican- cuantificándolo en un crecimiento del 0,9% para el conjunto del 2002.

Este nuevo instrumento de seguimiento de la realidad turística española que se presenta es deudor del agradecimiento a todos los empresarios que con sus opiniones han dotado de contenido el cuestionario de la Encuesta de Clima Turístico, así como al Instituto de Estudios Turísticos y el Instituto Nacional de Estadística por facilitarnos la valiosa información que generan, y a un relevante grupo de expertos y académicos especializados en economía del turismo que aportaron su colaboración en el diseño del cuestionario que sustenta la Encuesta.

Esperamos pues que esta iniciativa tomada por EXCELTUR y que confiamos ir enriqueciendo en ejercicios sucesivos, aporte una nueva visión y estimule el amplio camino por recorrer en la mejora del sistema de conocimiento de uno de los pilares de nuestro modelo de crecimiento económico e integración socio-cultural: el turismo, y sea de utilidad para todos los que nos encontramos inmersos en su dinámica sectorial.

# Índice

Editorial	Pág. 5
1. Entorno y Expectativas,	Pág. 9
1.1 Escenario Macroeconómico	Pág. 9
1.2 Clima Turístico	Pág. 13
1.3 Precios	Pág. 24
1.4 Perspectivas	Pág. 27
2. Cluster Turístico	Pág. 32
2.1 Alojamiento	Pág. 32
2.2 Distribución	Pág. 37
2.3 Transporte	Pág. 40
3. Destinos	Pág. 45
4. Sumario Ejecutivo	Pág. 65
5. Anexos Metodológicos	Pág. 77
6. Glosario	Pág. 86





## Nuevo escenario, nuevos instrumentos de análisis

**E**xceltur presenta en este primer número de su informe “Perspectivas Turísticas”, los resultados de un esfuerzo de elaboración de nuevas fuentes de información con el objetivo de que sean de utilidad para el conjunto de los agentes públicos y privados interesados en el seguimiento y análisis de la realidad turística española. Con este trabajo se pretende avanzar en la generación de nuevos instrumentos y fuentes cada vez más empleados en el análisis de coyuntura nacional e internacional, por su capacidad de reflejar la situación y anticipar tendencias sobre el comportamiento a corto plazo de un sector económico. En el caso del turismo español, este objetivo se ve reforzado por la necesidad de seguir incorporando elementos que completen el sistema de información estadístico, y lo sitúen en los mismos niveles en los que se posiciona España como destino turístico en el escenario internacional.

Como nueva aportación, en el informe Perspectivas Turísticas se recogen los resultados de la primera Encuesta de Clima Turístico Empresarial que, con carácter trimestral y abarcando los sectores del alojamiento, la distribución y el transporte de cada una de las Comunidades Autónomas, se elabora en España. La Encuesta está orientada a identificar la opinión de los empresarios españoles de los sectores relacionados con la actividad turística y recabar su percepción sobre la dinámica de su actividad y de los principales destinos turísticos españoles, definidos por la Comunidad Autónoma. En este primer ejercicio se ha contado con la participación de los máximos responsables de 900 establecimientos y unidades de negocio vinculados al turismo español, lo que permite presentar sus resultados con un grado de confianza estadístico del 90%.

En concreto, se ha recogido la opinión de los empresarios sobre la evolución de sus ventas, reservas, empleo, precios, costes, beneficios, inversión, así como su valoración sobre los principales elementos de política turística de las administraciones central y autonómica. En este primer ejercicio, a los empresarios se les ha preguntado en el mes de junio sobre la tendencia de cada una de estas variables durante el segundo trimestre de 2002 (meses de abril, mayo y junio), así como sobre sus expectativas de comportamiento para el tercer trimestre de 2002 (julio, agosto y septiembre), ambos en comparación con el mismo trimestre de 2001.

La metodología empleada sigue los principios de las encuestas de expectativas realizadas por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, por la Comisión Europea y por otros organismos internacionales, lo que permite la comparabilidad con los indicadores que elaboran estas instituciones, tales como el Índice de Clima Industrial (ICI) español, el Índice de Confianza del Consumidor de la UE, el índice de Clima Industrial y de servicios de la UE y el Índice de Sentimiento de la UE. En todo caso, las preguntas del cuestionario fueron contrastadas por un comité de expertos y académicos especializados en seguimiento y análisis del turismo.

Los resultados de la Encuesta han permitido la construcción de un Índice de Clima Turístico

---

(ICTUR), que resume, con carácter adelantado, la opinión empresarial sobre la dinámica turística, y puede ser comparado con los indicadores de clima producidos por otros organismos nacionales e internacionales, como los ya citados. El ICTUR agrega las opiniones de los empresarios sobre las tendencias de las ventas para el tercer trimestre de 2002, las reservas del segundo trimestre de 2002 y el empleo del segundo trimestre de 2002, en relación con los mismos períodos del año 2001. La selección de dichas variables se ha realizado a través de métodos estadísticos de análisis factorial, de manera que las tres resumen los elementos estadísticamente comunes del comportamiento del resto de variables de la Encuesta.

Los resultados se presentan como diferencia entre los porcentajes de respuestas positivas y negativas sobre cada una de las variables objeto de opinión, de manera que hay que leerlos e interpretarlos como saldos que pueden oscilar en un rango de +100 a -100.

Una segunda aportación del Informe Perspectivas Turísticas es la presentación de los resultados de un indicador sintético de periodicidad trimestral, demostrativo del crecimiento real de la actividad turística en España. Hasta la fecha, el análisis de la evolución del turismo español se ha realizado a través de la comparación de distintos indicadores parciales de diferentes esferas de la actividad turística. El Indicador Sintético del Turismo de España (ISTE), elaborado por Exceltur, integra la dinámica de las variables que mejor reflejan la evolución cíclica del turismo en España, con el objetivo de servir de referente, ante la falta de un indicador como el PIB que, con carácter coyuntural, informe sobre el crecimiento del turismo.

Las variables que componen el indicador en esta primera versión han sido elegidas tomando como criterios de selección su mayor capacidad de explicación de la dinámica turística, su disponibilidad con una periodicidad mensual o trimestral, el menor desfase en su publicación y la mayor longitud temporal de la serie disponible. Según estos principios, las variables seleccionadas son: Ingresos reales por turismo de la Balanza de Pagos, PIB ponderado de los principales países emisores de turistas, Llegada de turistas de Frontur, Consumo privado de la Contabilidad Trimestral de España, Afiliados a la Seguridad Social de las ramas vinculadas al turismo y pernoctaciones de residentes en establecimientos hoteleros de la Encuesta de Ocupación Hotelera.

Todas las variables se han introducido corregidas de estacionalidad y efectos calendario, de manera que el ISTE se pueda comparar, en los mismos términos, con las principales macromagnitudes económicas de España y de los países de nuestro entorno.

Por último, se presentan los primeros resultados de un ejercicio de previsión de la llegada de turistas extranjeros de los países emisores más importantes, como parte de un sistema de modelización puesto en marcha por Exceltur, y dirigido a la previsión de las variables fundamentales determinantes de la dinámica turística española. Como punto de partida, se ha seleccionado la llegada de turistas de los cinco principales mercados emisores, que representaban el 70,9% del mercado turístico no residente español en 2001; Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Holanda.

El objetivo final es el de disponer de un punto de referencia sobre el comportamiento futuro de estos mercados, que sirva como una información adicional para la construcción de un escenario de expectativas a seis meses vista para los agentes del sector. En la medida en que se avance en el sistema y la metodología de previsión, Exceltur irá presentando sus previsiones sobre otras variables cuya situación actual de la información no favorece su modelización en condiciones de una adecuada fiabilidad sobre sus resultados.

El contenido final de “Perspectivas Turísticas” se ha enriquecido con la información suministrada por los distintos organismos oficiales, sin la cual el presente ejercicio no hubiera sido posible, en especial sin el apoyo del Instituto de Estudios Turísticos y el Instituto Nacional de Estadística. En última instancia, las nuevas aportaciones presentadas por Exceltur están sujetas a procesos de mejora, respondiendo al objetivo último de dinamizar el debate y promover la elaboración de nuevas fuentes y metodologías de análisis del turismo en España.

# Entorno y Expectativas

1. Escenario Macroeconómico
2. Clima turístico
3. Precios
4. Perspectivas



# Entorno y Expectativas

## 1. Escenario macroeconómico relevante para el turismo español

### 1.1 Crecimiento económico de los principales países emisores de turismo

Los países del Grupo de los Siete (G7) registran en el primer trimestre de 2002 un crecimiento positivo del PIB de forma simultánea por primera vez en el último año. La reactivación de la economía estadounidense sirve para que el resto de bloques encuentren en el sector exterior el principal factor de estímulo. Es previsible que la demanda interna del resto de países refleje esta incipiente mejora, de forma que **el próximo año se consolidará la recuperación de las principales economías, favoreciendo un mayor dinamismo de los flujos turísticos tras la ralentización sufrida a raíz de los atentados del 11 de septiembre de 2001.**

Tabla I.1.1

#### Crecimiento económico

	tasas de variación interanual											
	1999	2000	2001	2002 (p)	2003(p)	2001				2002	Ultimo dato	
	media anual					I	II	III	IV	I		
<b>PIB</b>												
España	4.1	4.1	2.8	1.9	2.7	3.2	2.5	3.0	2.3	2.0	1º TR	
Alemania	1.7	3.2	0.7	0.9	2.5	1.8	0.7	0.4	0.0	-0.2	1º TR	
Reino Unido	2.1	3.0	2.2	1.8	2.8	2.9	2.4	2.0	1.6	1.0	1º TR	
Francia	3.2	4.1	1.8	1.4	2.9	3.0	2.0	2.0	0.3	0.3	1º TR	
Italia	1.6	2.9	1.8	1.3	2.8	2.5	2.3	1.7	0.6	0.0	1º TR	
Países Bajos	3.7	3.5	1.1	1.0	2.8	1.8	1.5	1.0	0.2	0.1	1º TR	
USA	4.1	4.1	1.2	2.5	3.0	2.5	1.2	0.5	0.5	1.5	1º TR	

Fuente: Eurostat, INE

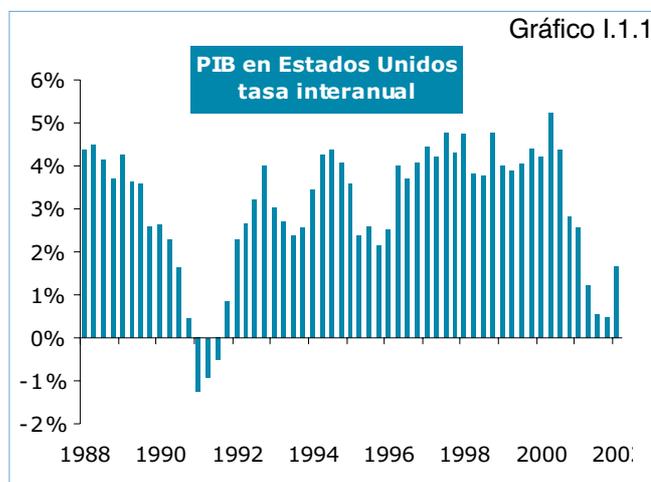
(p) Pre visiones

La economía estadounidense se encuentra en una senda de recuperación que ofrece señales de incertidumbre sobre su intensidad. Los datos del PIB del primer trimestre caben calificarse como sorprendentes, con un crecimiento trimestral del 1,5% que garantiza la consecución al menos un 2,5% en el conjunto del año. Sin embargo, algunos indicadores adelantados han amortiguado su ritmo de crecimiento, en contraste con la fortaleza de los agregados más contemporáneos. El carácter atípico de las cifras recientes de crecimiento del PIB vendría explicado por el fuerte estímulo recibido por la economía (tanto en el ámbito fiscal como monetario), y el fin de la corrección de inventarios, por lo que **no se espera que se produzca a corto plazo una aceleración de la demanda turística hacia el exterior.**

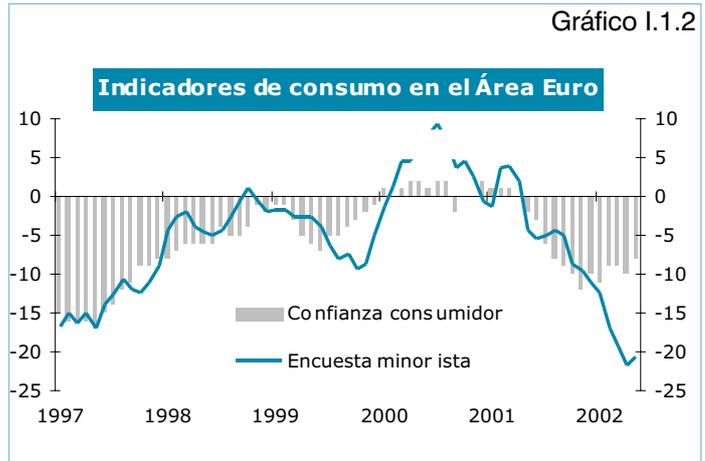
En los primeros meses de 2002 la economía europea manifiesta síntomas de reactivación. El crecimiento de dos décimas del PIB en el primer trimestre constituye una evidencia de este mayor dinamismo, aunque, en todo caso, resulta insuficiente para evitar una profundización del ritmo de caída interanual.

El crecimiento económico del **Área Euro** se ve limitado por la debilidad de la economía alemana. **Alemania es el país que ha sufrido en mayor medida la ralentización económica**, registrando su PIB tasas de variación negativas en el último semestre de 2001. La extrema debilidad de su demanda interna impide realizar una valoración muy positiva del comportamiento de esa economía a comienzos del presente año.

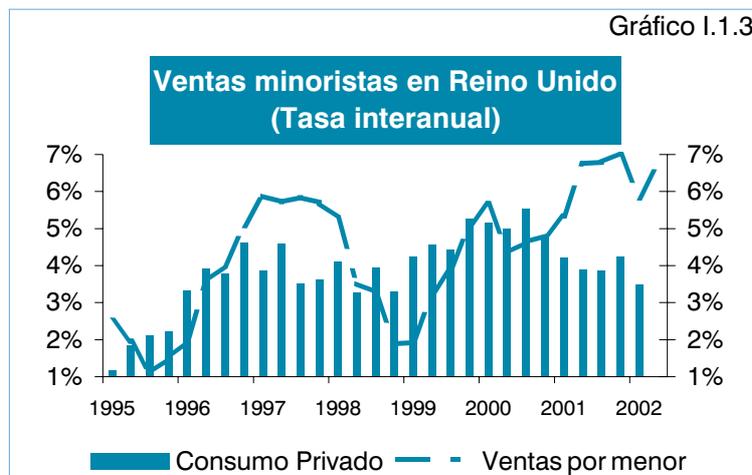
En el ámbito interno de la economía germana, se confirma la **falta de impulso del consumo privado** que materializa su segundo trimestre consecutivo de caída del gasto de las familias. Esta evolución **ha tenido un claro impacto en el deterioro del flujo turístico procedente de Alemania como muestra el descenso superior al 13% en el segundo trimestre del año, que se acentúa en destinos como Baleares y Canarias.** Aunque los últimos indicadores



anticipan cierta recuperación del país germano, es previsible que el año se cierre con una caída del número de turistas similar a la registrada en 2001. La economía francesa presenta un diagnóstico más positivo de su demanda interna. En Francia, el crecimiento de cuatro décimas del primer trimestre procede totalmente del gasto doméstico. Entretanto, el fuerte repunte de sus exportaciones confirma el impacto favorable de la recuperación de los flujos comerciales a escala mundial sobre esta economía europea. La reactivación que se espera en el segundo trimestre contribuirá a que el mercado galo (junto con el holandés), sea uno de los más dinámicos para el sector del turismo español en 2002. Gráfico I.1.2



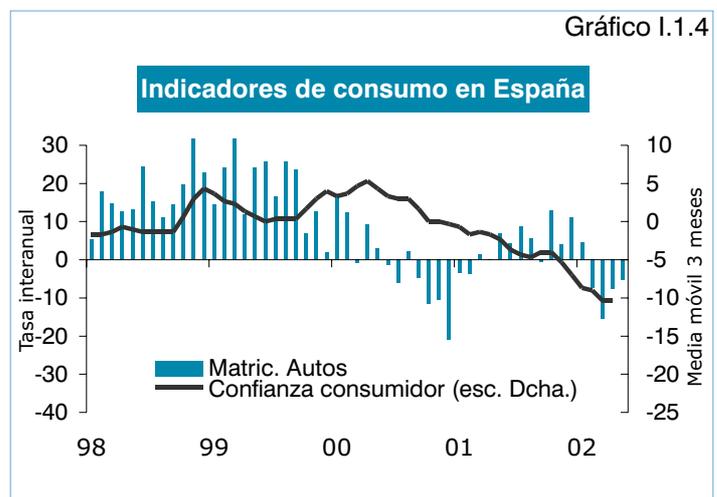
**Reino Unido seguirá creciendo este año por**



**encima del Área Euro**, aunque su PIB moderará la tasa de crecimiento interanual hasta el 1,8% desde el 2,2% anterior. La dinámica del producto interior, unida a la favorable evolución de la demanda consumo --en el primer trimestre del año aumenta cerca del 4%-- explica **el esperado mantenimiento del número de turistas en el conjunto de 2002**. Además, algunos indicadores adelantados de consumo, como las ventas minoristas, anticipan un mantenimiento del dinamismo de este componente durante el segundo trimestre.

En el ámbito nacional, **el turismo español se está viendo afectado a la baja por la ralentización económica**, como refleja la

Encuesta Familiar. En concreto, la tasa de variación de los viajes que realizan los residentes desciende en enero un 1% interanual. El menor ritmo de crecimiento del empleo y la pérdida de poder adquisitivo de las familias (por el aumento de los precios y la moderación salarial) están contribuyendo a frenar el consumo privado. Con este comportamiento del gasto es previsible que el PIB registre una menor tasa de crecimiento en el segundo trimestre de 2002. En todo caso, la economía española sigue manteniendo un diferencial de crecimiento positivo respecto a la zona del euro.



## 1.2 Inflación

**En materia de precios** hay que destacar la senda de moderación de la inflación desde el inicio de 2002 en los principales países industrializados. Entre los factores que explican esta evolución sobresale el enfriamiento de la demanda mundial y la contención del precio del petróleo en los mercados internacionales.

Los últimos datos publicados evidencian que la inflación tocará mínimos en los principales países a mediados de año. En Estados Unidos se ha confirmado la ausencia de peligros inflacionistas al registrarse en mayo una moderación de la tasa interanual del IPC hasta el 1,2%, desde el 1,6% anterior. En Reino Unido, se alcanza un 1,4% en este mes, lo que representa

mínimos históricos. De esta forma, el diferencial de precios respecto a España alcanza máximos superiores a los dos puntos porcentuales, frente a estas economías.

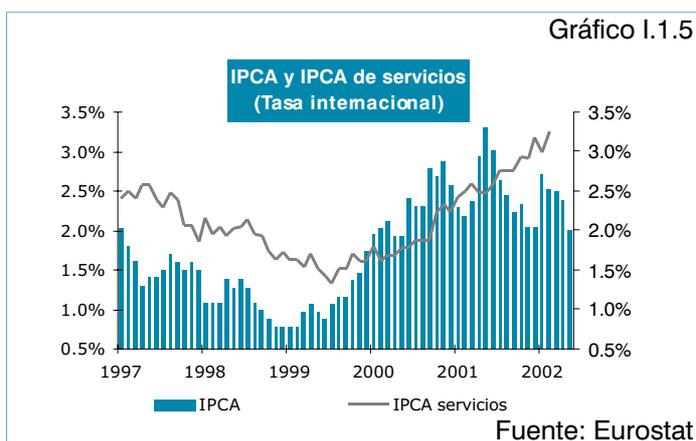
También, frente al **Área Euro**, el diferencial de inflación de España se sitúa en máximos. En la actualidad, son las economías del núcleo central europeo, especialmente Alemania y Francia, las que están liderando la presión a la baja sobre la tasa de inflación armonizada del conjunto del Área. De esta forma, **el diferencial de inflación de España frente a los principales emisores de turismo europeo, que en algunos productos son también competidores, muestra una notable ampliación**. Este aumento del diferencial puede afectar a aquellos productos y destinos más sensibles al precio.

Tabla I.1.2

Inflación	tasas de variación interanual									
	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
	media anual			I	II	III	IV	I	II	
<b>IPCA</b>										
España	2,2	3,5	2,8	2,9	3,7	2,2	2,5	3,2	3,6	junio
Alemania	0,6	2,1	2,4	2,4	3,2	2,4	1,7	2,0	1,1	junio
Reino Unido	1,3	0,8	1,2	0,9	1,5	1,5	1,0	1,5	0,9	mayo
Francia	0,6	1,8	1,8	1,4	2,2	1,9	1,5	2,3	1,7	junio
Italia	1,7	2,6	2,3	2,0	2,9	2,2	2,3	2,5	2,4	junio
Países Bajos	2,0	2,3	5,1	4,9	5,3	5,2	5,0	4,6	3,9	junio
<b>IPC</b>										
USA	2,2	3,4	2,8	3,4	3,4	2,7	1,9	1,3	1,4	Mayo

Fuente: Eurostat

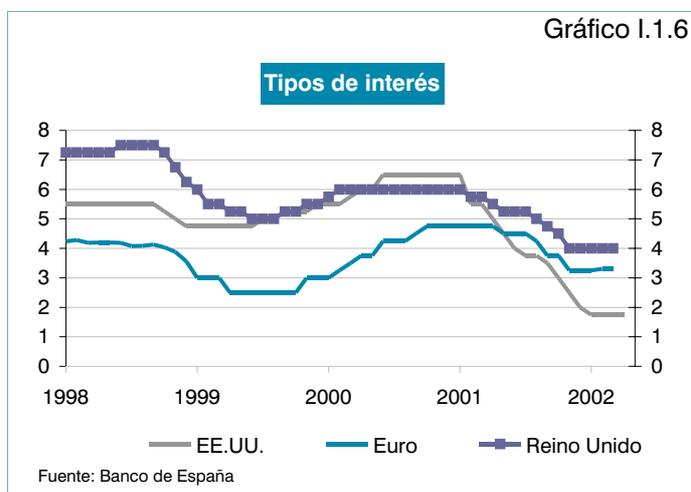
En lo referente al impacto inflacionista del cambio de moneda en el primer trimestre, el estudio llevado a cabo por Eurostat revela que el crecimiento de ocho décimas del Índice de Precios al Consumo Armonizado (IPCA) en el período enero-marzo viene explicado principalmente por factores regulares no inducidos por la puesta en circulación del euro. **De hecho, de la variación de los precios del 0,8%, un 0,64% responde a este tipo de factores y el resto puede ser atribuido al cambio de moneda.** El análisis por componentes apunta a que ha sido el **sector servicios, y en particular determinadas actividades como restauración, sanidad y reparaciones**, donde se concentra este efecto alcista.



### 1.3 Tipos de interés y tipos de cambio

El descenso de la inflación, en un contexto de estancamiento económico, ha permitido una sensible reducción de los tipos de interés. En todo caso, algunos bancos centrales como el de Suecia, Australia, Nueva Zelanda y Canadá han comenzado ya el tensionamiento de sus tipos de intervención. En el contexto europeo, el Banco de Inglaterra o el BCE son más sensibles a los factores de riesgo que aún persisten para la evolución del ciclo económico y mantienen los tipos de interés inalterados.

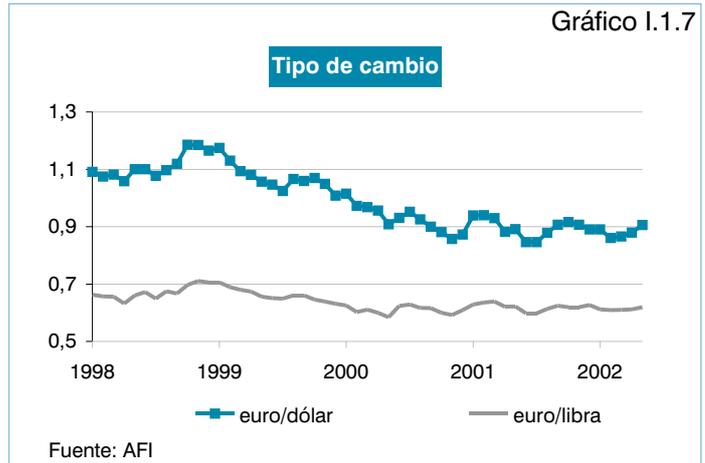
De esta forma, la mejora implícita de las condiciones de financiación para las empresas del sector turístico español registrada en el último año puede prolongarse a lo largo de 2002, si bien es previsible que los tipos de interés muestren una tendencia alcista a partir del verano.



En cuanto al mercado de divisas, es preciso resaltar la intensa depreciación del dólar frente a la práctica totalidad de divisas a lo largo de este año. Esta evolución está favoreciendo el descenso de algunos de los costes operativos en el transporte aéreo y, por otra parte, reduciendo el atractivo de Europa para el mercado de larga distancia (América en general), ya de por sí contraído tras los atentados del 11 de septiembre.

En sentido contrario, **la divisa europea muestra una clara apreciación en el primer semestre del año frente a las principales monedas.** En concreto, el euro se ha apreciado más de un 11% en su cruce con el dólar y un 5,5% en su cotización frente a la libra. Según esta evolución, y teniendo en cuenta las previsiones de inflación para final de 2002, podemos anticipar un aumento del índice de precios relativos frente a Reino Unido del 9% en el año 2002, lo que supone un fuerte encarecimiento para los turistas procedentes de este país.

También el euro se ha revalorizado frente a las monedas de los países que compiten con España como destinatarios del turismo. Es destacable en este ámbito la depreciación relativa de la lira turca frente al euro, superior al 25% en lo que va de 2002 y en torno al 40% en los últimos doce meses. En este país, la última devaluación de su divisa no ha compensado la pérdida de competitividad frente a España debido a la mayor inflación que históricamente viene registrando. La apreciación del euro frente a las divisas de otros países de Europa del Este ha sido de mucha menor intensidad. En concreto, la divisa croata (Kuna) ha mostrado una cotización muy estable frente al euro en los últimos doce meses, con una ligera depreciación del 0,4%. En cuanto a las monedas de otros destinos competidores en turismo, destaca la depreciación de la libra egipcia, superior al 11% en casi un año.



## 2.1 Tendencias generales

**La actividad turística en España ha experimentado en 2001 y 2002 un cambio de tendencia en su comportamiento,** que le aleja de los registros alcanzados en los últimos cinco años y le sume en una situación de incertidumbre frente al escenario marcado por los cambios en algunos de los factores determinantes de la nueva realidad turística, especialmente en el segmento de turismo extranjero de sol y playa.

La información disponible hasta el mes de mayo de 2002 sitúa el conjunto de variables dependientes de este tipo de turismo, predominante en todo el litoral español, en una **situación de desaceleración** en sus ritmos de crecimiento y, en algunos casos, de caída. El devenir de los acontecimientos permitirá conocer su alcance, y diferenciar si estamos ante un mero efecto cíclico determinado por el escenario internacional, o ante los albores de un cambio estructural que requiere de un fortalecimiento de las estrategias de diferenciación y competitividad por parte de los agentes públicos y privados del turismo español.

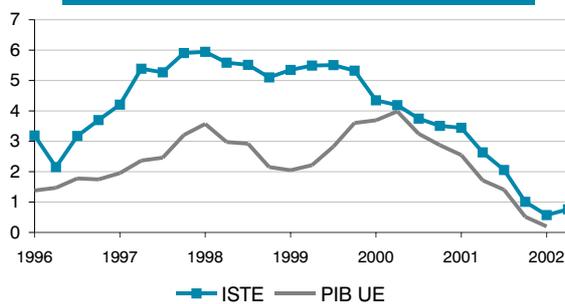
**La oferta turística de mayor categoría y/o diferenciada es la que se está comportando mejor** en el actual escenario de desaceleración, percibiéndose crecimientos de su actividad. La pérdida de dinamismo en la mayor parte de los destinos de costa contrasta con el buen comportamiento de los destinos de interior; urbanos, de turismo verde y cultural. Los cambios en las preferencias de los consumidores hacia estos nuevos productos y las ventajas derivadas de sus características resumidas en un mayor gasto medio por visitante, una mayor capacidad de diferenciación por la calidad y la introducción de nuevas experiencias demandadas por el turista, las sitúa en una **posición favorable ante el nuevo escenario competitivo**.

En este primer número del Informe “Perspectivas Turísticas”, **Exceltur incorpora por primera vez dos nuevos instrumentos de análisis de la dinámica del sector turístico español**, con el ánimo de que sirvan para mejorar las fuentes de seguimiento del ciclo del turismo de España y su posición en relación con el conjunto de la economía española y europea, y sus sectores de especialización. Por una parte, Exceltur ha elaborado el **Índice Sintético del Turismo de España (ISTE)**, con el objetivo de que sirva de referencia de la evolución trimestral de la actividad turística española. Al mismo tiempo, ha iniciado una **Encuesta de Clima Turístico** que, con periodicidad trimestral, refleje la opinión de los empresarios que conforman el cluster turístico, y cuyos primeros resultados (los correspondientes al segundo trimestre de 2002 en comparación con el mismo trimestre de 2001), se presentan en este número (ver cuadros adjuntos).

**El nuevo Indicador Sintético del Turismo de España (ISTE) y la nueva Encuesta de Clima Turístico elaborados por Exceltur ponen de manifiesto que el sector del turismo español se encuentra en plena etapa de desaceleración, que alcanza el carácter de recesión en algunos de sus principales destinos vinculados al sol y playa.** En concreto, el ISTE ha pasado de crecer a un ritmo interanual del 5,4% en el segundo trimestre del año 1999 a una tasa del 0,8% en el mismo trimestre de este año 2002. Las perspectivas derivadas de ambas fuentes de información reflejan una **leve recuperación para la segunda mitad del año, que se intensificará en el 2003.**

Gráfico I.2.1

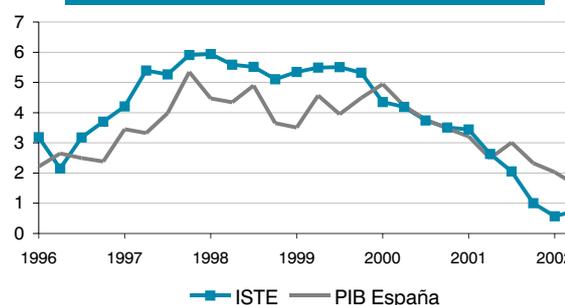
**Dinámica comparada del crecimiento de ISTE y del PIB de la Unión Europea**



Fuente: Exceltur y Comisión Europea

Gráfico I.2.2

**Dinámica comparada del crecimiento del ISTE y el PIB español**



Fuente: Exceltur e INE

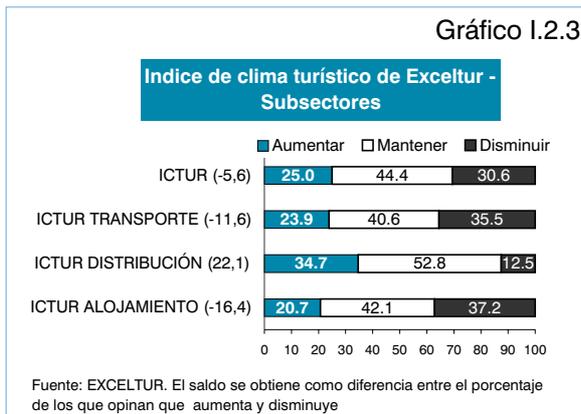
La dinámica del ISTE refleja la intensidad de la desaceleración de la actividad turística en España. En apenas tres años, el ISTE ha recortado su tasa de crecimiento en casi 5 puntos porcentuales (p.p.), con caídas consecutivas desde 1999, bien es cierto que partiendo de tasas de crecimiento que no eran comunes anteriormente en el sector. En la misma línea, durante el último año, la tasa de variación del ISTE se ha reducido en 1,8 p.p., pasando de un crecimiento del 2,6% en el segundo trimestre de 2001, al citado 0,8% del segundo trimestre del presente 2002.

Si bien comparado con el PIB de los países miembros de la Unión Europea, el ISTE se ha comportado positivamente, la

desaceleración de su ritmo de crecimiento ha superado la del PIB de España desde el tercer trimestre de 2001. **La incertidumbre sobre su dinámica de crecimiento en los próximos meses introduce cierta preocupación sobre su capacidad para seguir actuando como el tradicional motor de recuperación de la economía española. No en vano, y como muestra la reciente publicación de las Cuentas Satélite del Turismo de España elaboradas por el INE, el turismo se ha venido consolidando como una de las fuentes impulsoras de la capacidad de crecimiento español, elevando su participación en el PIB de forma continua desde 1995 hasta el 12,1% alcanzado en 1999 (último dato disponible).**

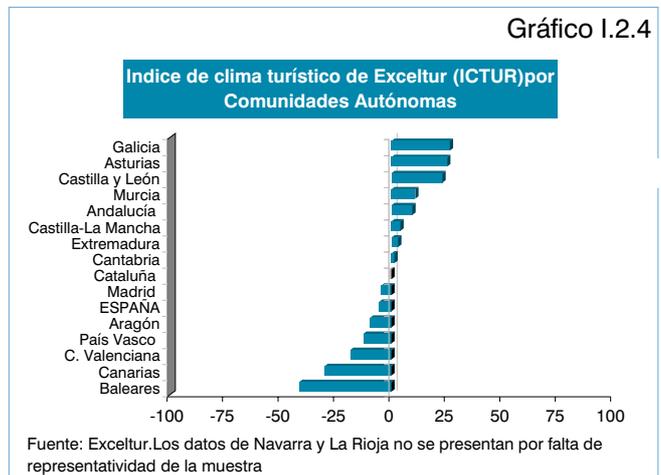
La caída de los ingresos por turismo de los primeros meses de año están afectando seriamente al saldo de la Balanza por cuenta corriente española. El turismo en 2002 está dejando de desempeñar el papel de factor compensador del déficit comercial, incrementando la necesidad de financiación de la economía española frente al exterior.

La desaceleración que está viviendo el sector turístico español se pone igualmente de manifiesto en la opinión moderadamente negativa de los empresarios turísticos recogida en la Encuesta de Clima Turístico elaborada por Exceltur. La percepción sobre los variables determinantes de su actividad en el segundo trimestre de 2002 en relación con el mismo trimestre del pasado año, resumidas en el nuevo Indicador de Clima Turístico (ICTUR), denota una situación de moderado pesimismo.



El ICTUR agregado para los tres sectores de actividad que componen el cluster turístico español se situaba en el segundo trimestre del año 2002 en una tasa negativa de -5,6, en un rango posible de +100 a -100 (ver explicación de la Encuesta y el ICTUR en cuadros adjuntos). El Índice de Clima Turístico de Exceltur revela que el proceso de pérdida de fortaleza de la actividad ha sido muy dispar según los destinos, en función de su especialización por productos y su dependencia de la demanda exterior. El producto de sol y playa ha sido el más afectado, con un impacto muy intenso en Baleares y Canarias, y más moderado en la Comunidad Valenciana y Cataluña. Las opiniones más negativas se producen en los espacios donde se han comenzado a detectar problemas de deterioro ambiental y congestión

urbanística, que en la encuesta aparecen como algunos de los elementos más determinantes a tener en cuenta por las administraciones públicas. Esta percepción se confirma por las opiniones de signo contrario que se presentan en otros destinos especializados en el mismo tipo de producto como Murcia o incluso, dentro de su mayor variedad de productos, algunas zonas de Andalucía, donde estos problemas no son percibidos con la misma intensidad. Los espacios españoles que experimentan un desarrollo turístico más vinculado a elementos de ocio cultural o natural, nuevas tipologías de alojamiento y un entorno mejor preservado, son los que presentan los mejores comportamientos en el escenario actual. El Índice ICTUR agregado para los sectores de alojamiento, transporte y distribución por CC.AA. refleja un clima turístico positivo en territorios donde existe una clara identificación destino-producto en relación con nuevos segmentos de mercado. Este es el caso de Comunidades Autónomas como Asturias, Castilla y León, Galicia, Castilla – La Mancha y Murcia, todas ellas con valores positivos de dicho indicador de clima elaborado por Exceltur.

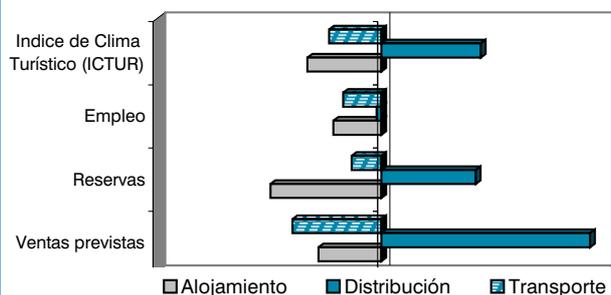


## 2.2 Tendencias sectoriales

La percepción sobre la dinámica turística varía ostensiblemente por sectores y Comunidades en función de cómo les está afectando la desaceleración de la demanda internacional. El sector de alojamiento es el que más está sufriendo la caída generalizada de la demanda internacional, con un reflejo en el Indicador de Clima Turístico de -16,4, es que, entre el conjunto de empresarios de alojamiento españoles, predomina la opinión de que el clima turístico determinado por las ventas, las reservas y el empleo está, en el segundo trimestre de 2002, por debajo de la situación del mismo trimestre de 2001. En esta línea, la opinión sobre las ventas del segundo trimestre de 2002 en relación con el mismo trimestre de 2001 era negativa, con un valor de -16,8, en el mismo sentido que la opinión marcada por las reservas (-24,7).

Gráfico I.2.5

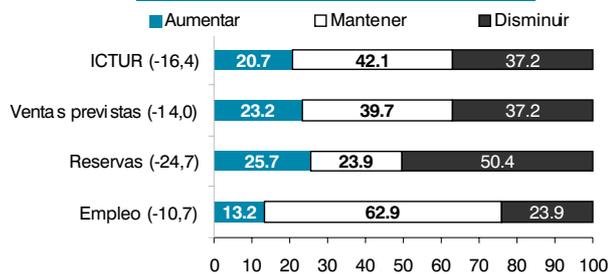
**Clima Turístico por sectores**



Fuente: Exceltur

Gráfico I.2.6

**Índice del clima turístico de Exceltur (ICTUR). Subsector alojamiento**

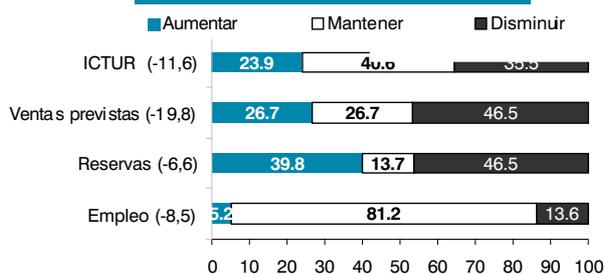


Fuente: EXCELTUR. El saldo de cada variable se obtiene como diferencia de los que opinan que van a aumentar y disminuir

El sector de la distribución y agencias de viajes españolas transmite una opinión muy positiva sobre la evolución de su actividad. El ICTUR para la distribución tomaba un valor de 22,1, derivado de una percepción de las ventas de productos turísticos españoles en el segundo trimestre de 2002 de 46,4. La distribución española ha tomado el testigo de los operadores extranjeros ante la caída de la demanda externa, lo que le ha permitido ofertar una parte del producto que otros años han ofrecido los touroperadores.

Gráfico I.2.7

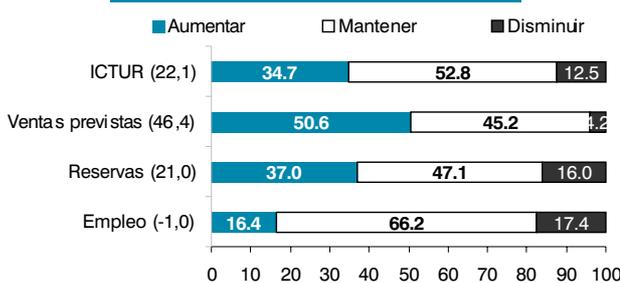
**Índice del clima turístico de Exceltur (ICTUR). Subsector transporte**



Fuente: EXCELTUR. El saldo de cada variable se obtiene como diferencia de los que opinan que van a aumentar y disminuir

Gráfico I.2.8

**Índice del clima turístico de Exceltur (ICTUR). Subsector distribución**



Fuente: EXCELTUR. El saldo de cada variable se obtiene como diferencia de los que opinan que van a aumentar y disminuir

El transporte se encuentra en una situación de leve reducción de su actividad según la opinión emitida por los empresarios, principalmente de transporte aéreo, ferroviario y marítimo. El ICTUR para este sector se situaba en un valor de -11,6, en un punto intermedio entre la distribución (22,1) y el alojamiento (-16,4). Las ventas actuales estarían aumentando, según la opinión de los empresarios del sector, al registrar un valor de 8,0, aunque se prevé una caída de la actividad para el siguiente trimestre, identificada en el valor negativo de su percepción sobre la evolución de las reservas y de las ventas previstas.

Tabla I.2.1

**PRINCIPALES INDICADORES DEL TURISMO ESPAÑOL**

Indicador	Valor	tasas de variación										
		1999			2001				2002			Ultimo dato
		1999	2000	2001	I	II	III	IV	I	II		
<b>Indicador Sintético del Turismo en España (ISTE)</b>		<b>5,4</b>	<b>4,0</b>	<b>2,3</b>	3,4	2,6	2,0	1,0	0,7	0,8	II Tr	
Visitantes extranjeros (1)	75.712.210	6,3	3,3	1,7	4,7	3,0	4,7	-2,0	7,9	-0,2	junio	
Excursionistas	26.192.802	3,8	5,1	-1,4	2,3	1,2	2,3	-2,1	7,1	8,0	junio	
Turistas extranjeros	49.519.408	7,8	2,4	3,4	6,2	3,9	6,2	-2,0	8,4	-3,9	junio	
Viajes turísticos nacionales (2)	42.475.764	--	6,5	0,8	-22,9	-4,2	22,8	-13,8	-2,2	--	enero	
Viajeros en alojamientos hoteleros (3)	59.896.745	--	1,2	1,0	4,0	1,4	1,0	-1,8	2,2	-0,6	mayo	
Residentes	32.890.193	--	1,1	2,4	5,3	2,1	1,9	0,7	3,6	0,7	mayo	
No residentes	27.006.550	--	1,3	-0,5	1,9	0,7	0,0	-5,4	0,0	-2,0	mayo	
Pernoctaciones en alojamientos hoteleros (3)	228.703.969	--	-1,5	0,7	1,6	-0,2	1,9	-1,4	1,1	-3,4	mayo	
Residentes	85.211.661	--	2,3	2,2	3,6	2,8	2,1	0,3	6,0	0,7	mayo	
No residentes	143.492.308	--	-3,5	-0,2	0,2	-1,6	1,8	-2,5	-2,4	-5,9	mayo	
Afiliados a la Seguridad Social en ramas turísticas	1.880.107	--	--	4,5	5,2	4,7	4,3	3,8	3,5	3,5	mayo	
Ingresos por turismo balanza pagos (mills euros)	36.781	13,5	10,8	9,1	17,5	9,0	7,8	4,7	-7,3	--	marzo	
Pagos por turismo balanza pagos (mills euros)	6.730	15,0	15,5	12,8	30,6	10,1	8,3	7,1	1,7	--	marzo	

Fuente: Exceltur, IET, INE Ministerio de Trabajo y S.S. y Banco de España

(1) FRON TUR. IET

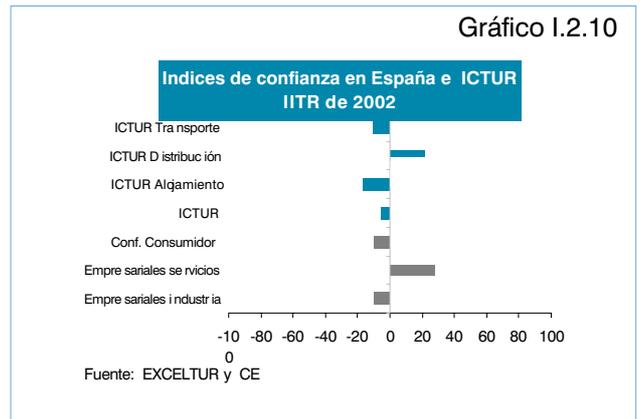
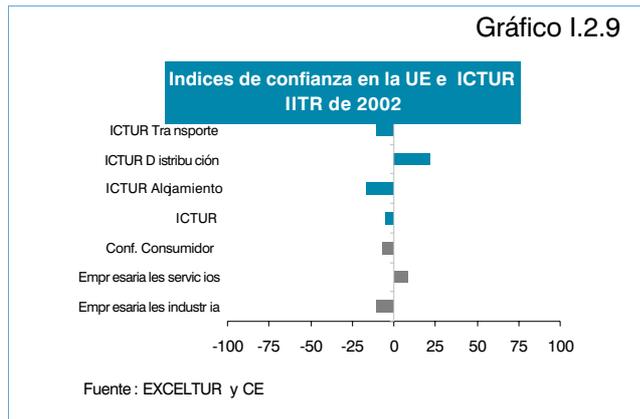
(2) FAMILITUR. IET

(3) Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

previstas.

El Clima Turístico español se sitúa en un nivel intermedio en relación con los indicadores de confianza del consumidor y empresariales tanto de la Unión Europea como de España. Esta situación se rompe en el caso del alojamiento, que se encuentra entre los sectores más afectados por la situación actual en relación con los índices de confianza de la industria y los servicios en Europa y España.

El Índice de confianza del alojamiento de Exceltur supera la atonía del índice de confianza del consumidor europeo y español, lo que da muestra de su dependencia y enorme sensibilidad a las situaciones de desaceleración de la demanda en el producto de sol y playa. En este segmento, el consumidor se caracteriza por un menor nivel de renta, por lo que el nivel de gasto asignable al turismo es más sensible a los procesos de desaceleración económica, cosa que no ocurre en el resto de segmentos de productos, incluso en el del sol y playa de mayor categoría.



## 2.3 Tendencias de mercados

El estado de situación por el que atraviesa el sector turístico español tiene su origen principalmente en un descenso de la llegada de turistas extranjeros y en un cambio en su comportamiento. Los datos aportados por el Instituto de Estudios Turísticos a través de su encuesta Frontur, sitúan la caída en la llegada de turistas extranjeros en un 0% en los meses de enero a junio de 2002 frente al mismo período de 2001, mientras que el año pasado el crecimiento se situaba en el 5,9% respecto a 2000. Esto supone una llegada de cerca de 130.000 turistas extranjeros menos que el pasado año por estas fechas.

La atonía del mercado exterior se aprecia con mayor intensidad en el alojamiento hotelero, como se desprende de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) elaborada por el INE, donde el número de viajeros no residentes ha caído un 2,3% en los cinco primeros meses del año, mientras que las pernoctaciones lo hacen a un ritmo del 5,3% en el mismo período. El sector de alojamiento hotelero se ha tenido que enfrentar a una llegada de 218.989 viajeros menos que el año pasado, lo que en términos de pernoctaciones ha supuesto una caída de 2.453.150. En la misma línea, los pasajeros en vuelos internacionales caían un 0,9% en tasa trimestral interanual hasta el mes de abril.

La información comparada con algunos destinos competidores europeos y de la cuenca del Mediterráneo para los cuales se dispone de la información generada por Eurostat, apunta a que España ha mostrado una menor vulnerabilidad a la ralentización generalizada de los viajes turísticos internacionales. A pesar de no disponer de datos de 2002, la información para Francia e Italia, competencia de España en el segmento de turismo cultural principalmente, refleja una mayor sensibilidad a los cambios del último trimestre de 2001, con una mayor caída que la experimentada en España en términos de pernoctaciones.

La falta de disponibilidad de la misma información para los destinos de la cuenca mediterránea, competidores en el segmento de sol y playa, no permite hacer el mismo análisis y extraer conclusiones. No obstante, de la información parcial disponible sobre pasajeros se aprecia que, en el mercado británico, la caída porcentual de reservas a España

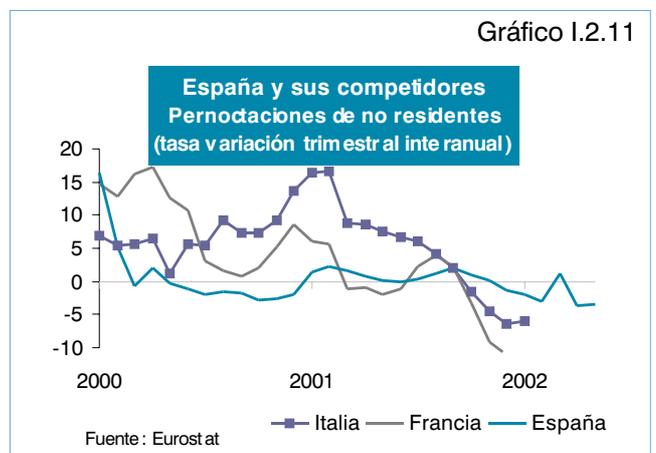


Tabla I.2.2

COMPARACIÓN DEL PIB Y AFLUENCIA DE TURISTAS DE LOS PRINCIPALES MERCADOS PARA ESPAÑA												
	Valor	tasas de variación										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
						I	II	III	IV	I	II	
<b>Mercado alemán</b>												
PIB (m.m. euros)	494,34	1,7	3,2	0,7	1,8	0,7	0,4	0,0	-0,2	--	ITR	
Turistas llegados a España	10.590.245	7,5	-3,6	-5,2	5,8	-6,8	-4,9	-12,7	0,5	-17,1	junio	
Pernoctaciones hoteleras en España	44.609.372	--	-8,7	-6,7	-4,5	-9,6	-4,9	-7,1	-9,7	-16,7	mayo	
<b>Mercado británico</b>												
PIB (m.m. libras)	212,13	2,1	3,0	2,2	2,9	2,4	2,0	1,6	1,0	--	ITR	
Turistas llegados a España	14.155.552	7,1	8,7	6,9	13,7	3,3	5,1	11,5	4,8	-0,1	junio	
Pernoctaciones hoteleras en España	42.945.300	--	-3,2	9,3	7,2	8,8	10,5	9,2	7,1	-0,8	mayo	
<b>Mercado francés</b>												
PIB (m.m. euros)	344,53	3,2	4,1	1,8	3,0	2,0	2,0	0,3	0,3	--	ITR	
Turistas llegados a España	6.751.764	9,5	-0,9	18,9	11,2	15,5	26,1	10,0	38,5	16,5	junio	
Pernoctaciones hoteleras en España	8.766.821	--	-2,0	7,0	0,4	1,0	11,5	13,9	9,5	16,0	mayo	
<b>Mercado italiano</b>												
PIB (m.m. euros)	257,40	1,6	2,9	1,8	2,5	2,3	1,7	0,6	0,0	--	ITR	
Turistas llegados a España	2.178.367	16,2	0,5	3,8	18,4	4,8	-3,0	3,3	2,5	-1,0	junio	
Pernoctaciones hoteleras en España	6.433.090	--	-3,1	1,2	-2,6	1,8	3,4	-4,1	-1,9	3,8	mayo	
<b>Mercado holandés</b>												
PIB (m.m. euros)	96,09	3,7	3,5	1,1	1,8	1,5	1,0	0,2	0,1	--	ITR	
Turistas llegados a España	2.088.121	21,8	-3,7	6,1	-3,1	19,8	8,8	-7,0	28,9	21,2	junio	
Pernoctaciones hoteleras en España	5.399.111	--	-2,3	-8,7	3,8	-10,5	-12,0	-4,3	-1,4	10,9	mayo	
<b>Mercado nacional</b>												
PIB (m.m. euros)	136,46	4,1	4,1	2,8	3,2	2,5	3,0	2,3	2,0	--	ITR	
Viajes turísticos	42.475.764	--	7	1	-23	-4	23	-14	-2	--	enero	
Pernoctaciones hoteleras	85.211.661	22,5	2,3	2,2	3,6	2,8	2,1	0,3	6,0	0,7	mayo	

Fuente: IET, INE y Eurostat

acumulada en los primeros 5 meses de 2002 (enero-mayo) ha sido inferior a la de otros destinos como Chipre y Túnez, y en los mismos niveles que Turquía, Portugal o Malta. Cabe destacar, sin embargo, que son mercados con un menor volumen de turistas en términos absolutos en relación con el mercado español.

La desaceleración de los mercados emisores de turistas a España no está siendo homogénea. España ha incrementado su participación como destino elegido para las vacaciones en el mercado francés y holandés, mientras que está sufriendo de forma muy acusada los efectos de la caída de su segundo mercado emisor (Alemania), la desaceleración de su primer mercado, Reino Unido, y la fuerte caída de los viajes de "larga distancia", con especial incidencia del mercado americano.

Gráfico I.2.12

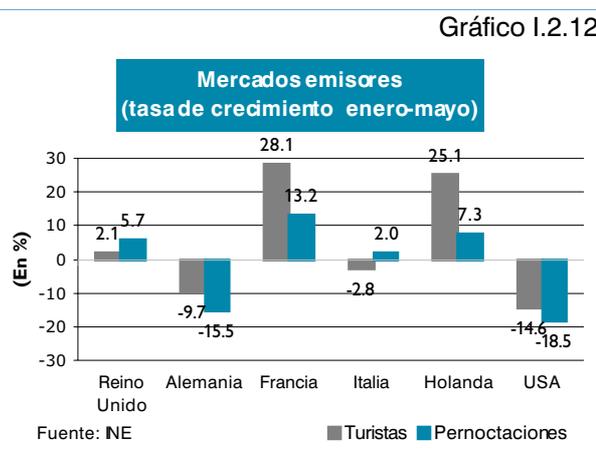
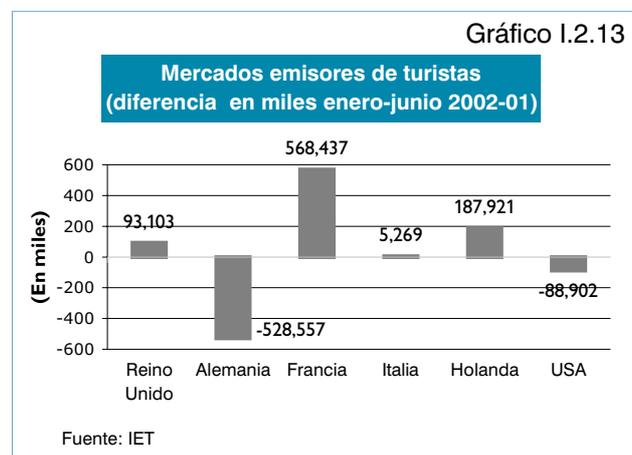


Gráfico I.2.13



El mercado británico no ha sido ajeno al menor crecimiento de su economía, que se situaba en el primer trimestre de 2002 en el 1,0%. No obstante, la presencia de una libra apreciada frente al euro, en un contexto de descuentos y ofertas por parte de las empresas de alojamiento españolas, muchas en destinos de sol y playa, ha provocado que se mantengan ritmos de crecimiento, si bien siguiendo una tendencia decreciente.

En lo que llevamos de año el número de turistas británicos ha aumentado un 0,9% y las pernoctaciones en establecimientos hoteleros un 5,7%. El futuro a corto plazo hay que analizarlo con cautela a causa de las desventajas que supone el proceso apreciator del euro frente a la libra, en un contexto de limitado crecimiento económico y que pudiera convertirse en una importante barrera si, en el 2003,

el Reino Unido se integra en el Área Euro. El mercado alemán está sumido en un proceso de fuerte caída que está afectando de manera muy intensa al turismo español, debido a su importancia en la llegada de turistas a nuestro país –Alemania representaba en 2001 el 21,2% del total de turistas llegados a España—. La intensa elasticidad del mercado alemán a la evolución de su economía y el descenso del 0,2% registrada en el PIB en el primer trimestre del año ayudan a explicar la profundidad de las caídas del 17% en el número de turistas alemanes llegados a España, y del 15,5% en el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, según los datos disponibles hasta el mes de mayo.

El deterioro del mercado alemán está siendo compensado por el marcado crecimiento del mercado francés en los primeros seis meses del año. Así, mientras que España ha visto como llegaban 523.863 turistas alemanes menos, el número de turistas franceses en el mismo período crecía en 604.326. Un porcentaje importante de estos visitantes emplean el vehículo particular como medio de transporte y se dirigen principalmente hacia la oferta cultural y natural del interior.

El mercado francés se muestra, pues, en este período, como el más dinámico de los principales países emisores de turistas, perbiéndose una vinculación de sus decisiones al diferencial de precios de los servicios. Así, mientras los indicadores económicos demostrativos de su posición cíclica dan muestras de un agotamiento de su capacidad de crecimiento, con un PIB en tasas de variación interanual del 0,3% en el primer trimestre de 2002, la llegada de turistas, con datos del mes de junio, crece a ritmos del 20% y las pernoctaciones al 16%, debido probablemente a una caída importante del diferencial de precios de los servicios.

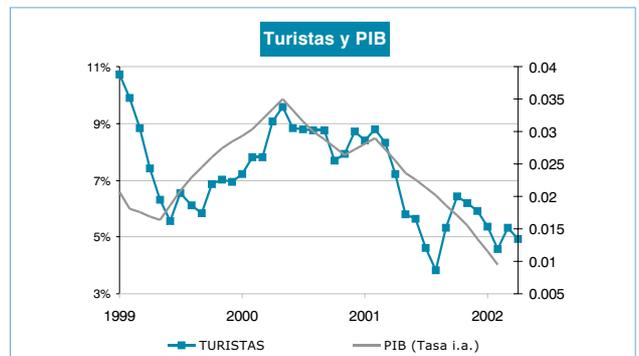
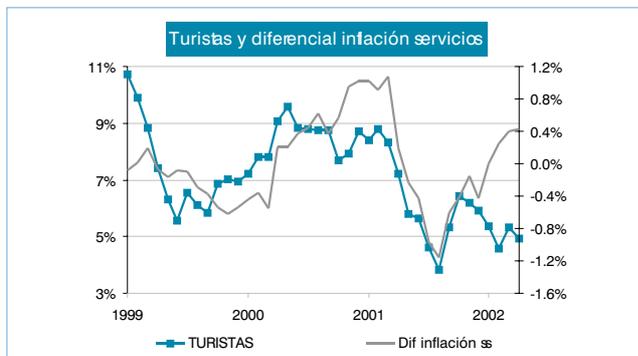
El mercado italiano ha mantenido, sin embargo, la atonía que ha reflejado en los últimos dos años, con volúmenes de llegada de turistas y pernoctaciones en establecimientos hoteleros muy similares a los de las mismas fechas del año 2001. El mercado holandés viene mostrando en los primeros seis meses del año un sostenido crecimiento que se espera se mantenga hasta finales del año, con una llegada de turistas mayor que la de 2001 (más de 200 mil turistas).

La información del cruce de la evolución de la llegada de turistas en relación con el crecimiento del PIB de su economía y el diferencial de precios relativos de los servicios permiten identificar ciertos patrones cíclicos sobre los determinantes de la evolución de los turistas de los principales mercados europeos del turismo español en los últimos meses. Así, la mayor llegada de turistas franceses y holandeses tiene una relación directa con una caída del diferencial de precios en los servicios, mientras su economía se desacelera. Un mismo comportamiento se percibe en el turismo italiano donde los diferenciales de precios relativos de los servicios marcan los ritmos de llegada de turistas, si bien en un escalón mucho más moderado. La mayor sensibilidad al diferencial de precios de estos países contrasta con la evolución del mercado alemán y británico donde el ritmo de llegada de turistas está directamente relacionado con el dinamismo de sus economías y, en especial del consumo privado.

## 2.4 Turismo y factores macroeconómicos determinantes

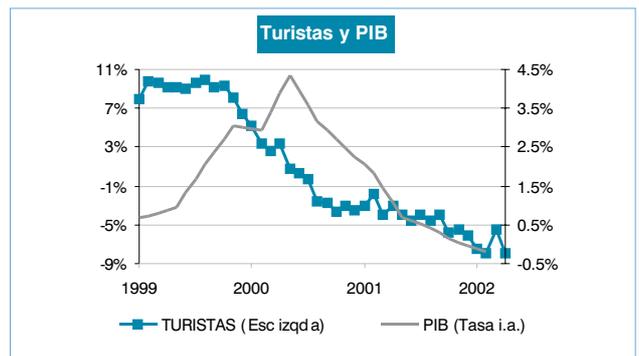
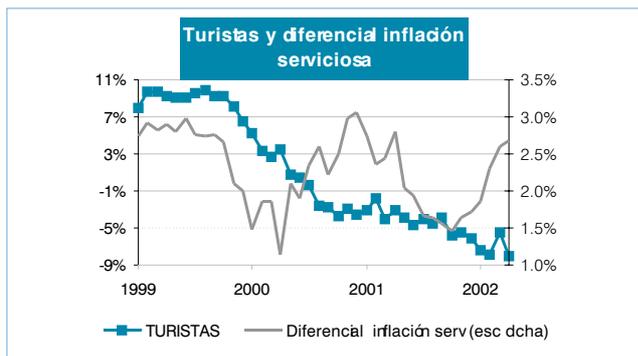
### Reino Unido

Gráficos I.2.14 y I.2.15



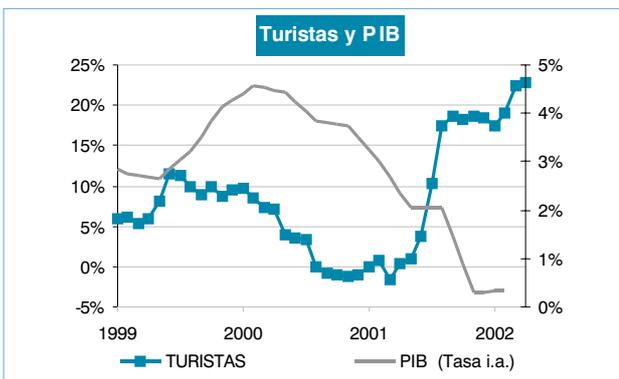
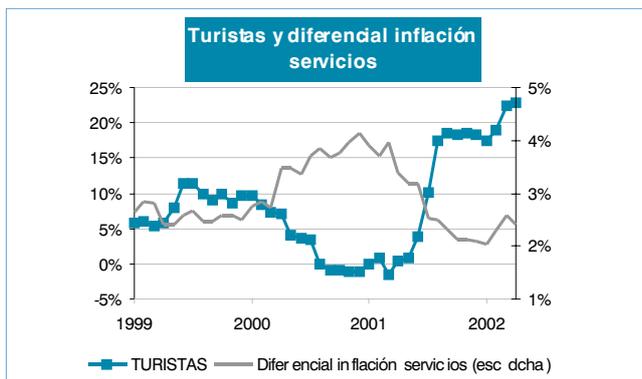
### Alemania

Gráficos I.2.16 y I.2.17



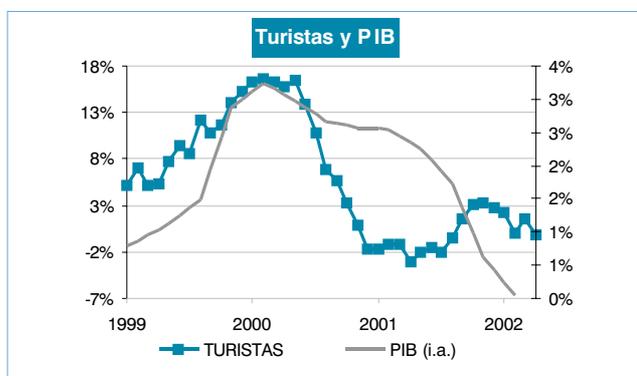
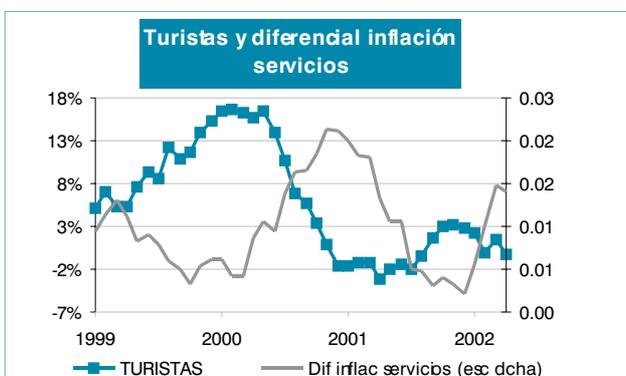
**Francia**

Gráficos I.2.18 y I.2.19



**Italia**

Gráficos I.2.20 y I.2.21



**Holanda**

Gráficos I.2.22 y I.2.23

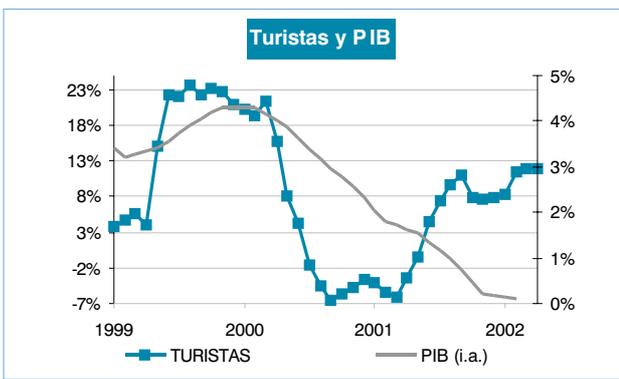
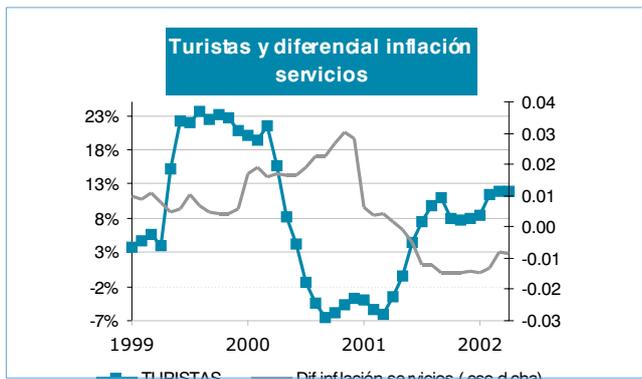
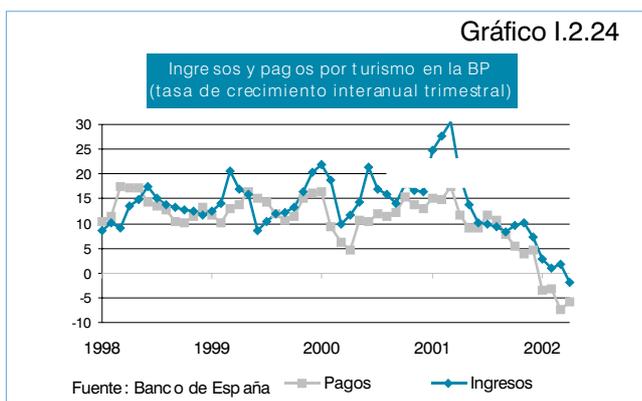


Gráfico I.2.24



El mercado nacional ha presentado un dinamismo limitado frente a la caída de los principales mercados exteriores. El diferencial de crecimiento de la economía española frente al resto de países de la Unión Europea junto con la consolidación del turismo como un bien necesario y de participación creciente en el gasto de las familias, como muestra el aumento de la participación de este componente en el cálculo del IPC, explican el mantenimiento de la dinámica del turismo nacional, si bien en ritmos muy moderados.

Los viajes turísticos de los españoles, según la estadística Familiar, crecieron en 2001 un 0,8%, lo que supuso

365.129 viajes más que en 2000. La evolución de los viajes al exterior e interiores siguen una senda paralela, con un crecimiento levemente menor de los primeros, 0,7% por el 0,8% de los interiores.

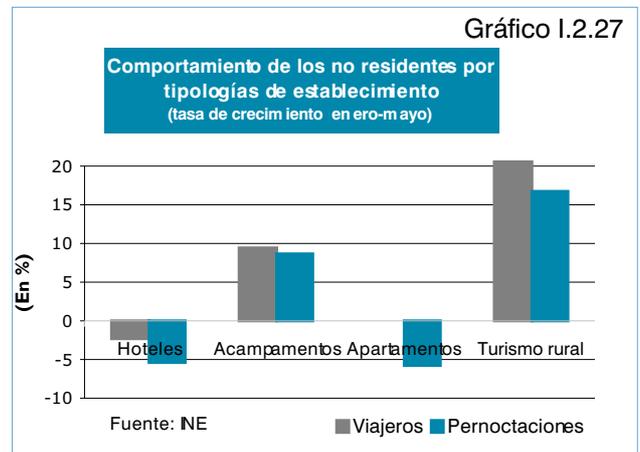
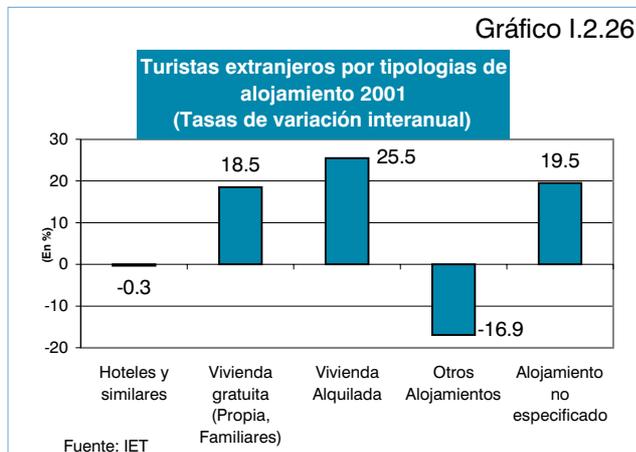
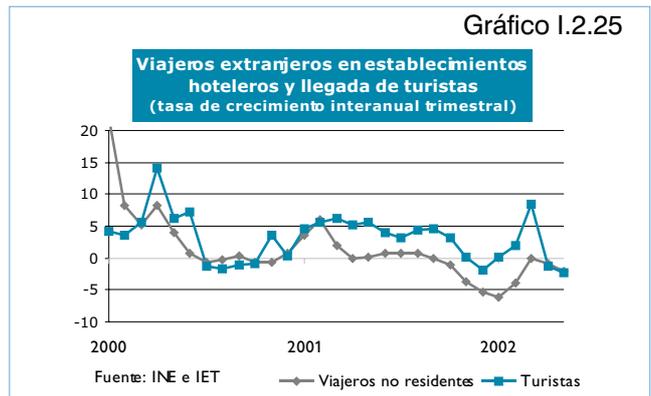
Los viajeros españoles en establecimientos hoteleros así como las pernoctaciones se mantenían en el período enero-mayo en los mismos niveles que el año anterior, experimentando una leve caída del 0,2%. En la misma línea, los pagos por turismo de Balanza de Pagos, reflejo de la demanda de los españoles que viajan al exterior, se ha desacelerado, llegando a tasas negativas, con datos del mes de abril de 2002, del -1,8%, frente al 1,7%, del mes de marzo.

## 2.5 Tendencia del consumidor

Un análisis cruzado de la información de Frontur, con la EOH y los datos de ingresos por turismo de la Balanza de Pagos española permiten identificar algunas tendencias significativas sobre el cambio de los hábitos de viaje de los turistas en los últimos meses.

Se ha producido una **traslación de turistas que pernoctaban en establecimientos hoteleros hacia otras tipologías de establecimiento entre las que cobran creciente importancia la oferta residencial y el turismo rural**. La mayor caída de los viajeros no residentes en establecimientos hoteleros frente a la reducción del número de turistas es un claro reflejo de este proceso que se lleva produciendo los últimos dos años

La información suministrada por Frontur apunta en esta dirección, con un crecimiento del 25,5% de la vivienda alquilada, un 18,5% del uso de la vivienda de familiares o amigos, mientras los hoteles y similares caen un 0,3% en el 2001. La consolidación de algunos modelos de desarrollo turístico basados en un incremento de la oferta residencial no reglada en la costa puede estar introduciendo una fuerte competencia a los alojamientos reglados, a la vez que limitan la competitividad y cuestionan la sostenibilidad a largo plazo de algunos destinos por su falta de planificación y control. Con todo ello se puede estar reduciendo el efecto multiplicador de la llegada de turistas sobre el resto de la economía, por la mayor estacionalidad y, en general, menor gasto medio que

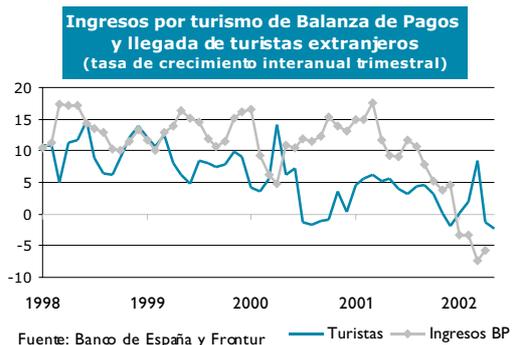


generan estos tipos alojamientos.

La apuntada traslación de los turistas extranjeros hacia un mayor uso de la vivienda se produce igualmente en el turismo nacional según la información proporcionada por la encuesta Familitur. El uso de viviendas como forma de alojamiento se incrementó en 2001 en un 3,1%, provocando un crecimiento de la vivienda propia (26,1%) y de la vivienda alquilada por agencia (110,5%), mientras que caen la vivienda de familiares y amigos (-3,4%) y la vivienda alquilada a particulares (-10,3%).

La caída en la llegada de turistas ha propiciado una reducción en los ingresos por turismo de la Balanza de Pagos española, que pudieran haberse visto afectados en su cálculo por los cambios metodológicos asociados a la utilización de la encuesta de gasto turístico Egatur, elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos, a raíz de la introducción física del euro en enero de 2002. En concreto, durante los cuatro primeros meses del año los ingresos por turismo se reducían un 7,2% en términos interanuales, muy por debajo de la caída de los turistas.

Gráfico I.2.29



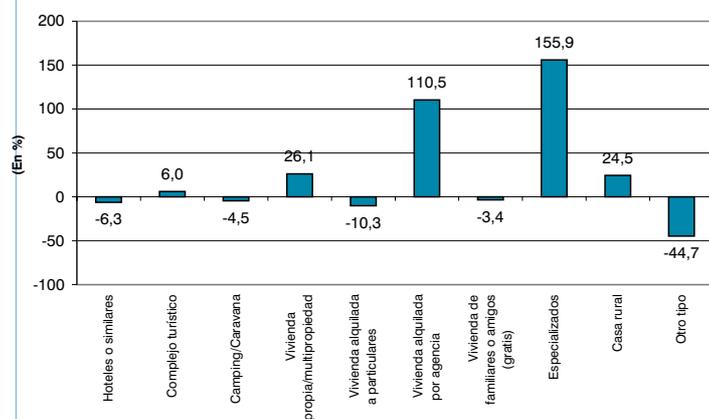
medio por turista, a pesar de la incertidumbre de estos primeros datos de la Balanza de Pagos, por las limitaciones de información tras la entrada en vigor del euro. Este hecho no hace sino confirmar el efecto de la desaceleración económica, no sólo sobre las decisiones de viaje de los turistas extranjeros manifestado en una menor llegada de turistas, sino también sobre sus decisiones de gasto en destino, con implicaciones directas sobre los efectos multiplicadores de la actividad turística. El comportamiento del diferencial de crecimiento entre los ingresos por turismo de Balanza de Pagos y la llegada de turistas está muy probablemente relacionado con los datos que arroja el Índice de Confianza del Consumidor europeo elaborado por la Comisión Europea, cuya recuperación prevé

anticipar la intensificación de la actividad turística en la segunda mitad del año. Si bien la tendencia en los productos de turismo de interior; cultural, verde y de negocios es favorable, el sector turístico español en el segmento de sol y playa está atravesando un momento complejo, ante un escenario donde a la caída generalizada de la demanda internacional se le une

un incremento de la competencia en los segmentos de mayor volumen de turistas que sustentan el actual modelo turístico español.

La opinión de los empresarios derivada de la explotación de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur resaltaba la mayor competencia como el segundo factor más determinante, que condiciona la evolución de sus ventas en el 27,4% de los casos, por debajo de la desaceleración de la demanda (67,8%), y muy por encima del resto de factores como la dinámica de los costes (8,8%), la climatología (8,6%) o cambios en la regulación (4,6%). Nos encontramos ante la consolidación de un factor estructural que empieza a ser percibido por los empresarios turísticos como fundamental y que introduce nuevos elementos en el escenario competitivo a medio plazo.

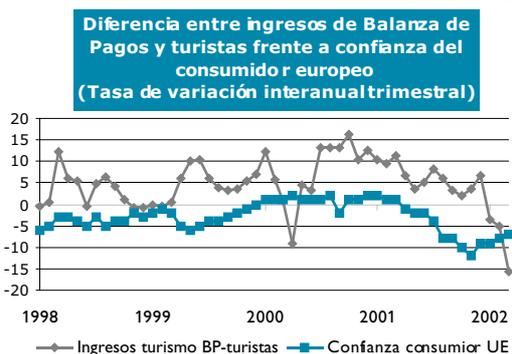
Viajes turísticos de los españoles por tipologías de alojamiento en 2001 (Tasas de variación interanual)



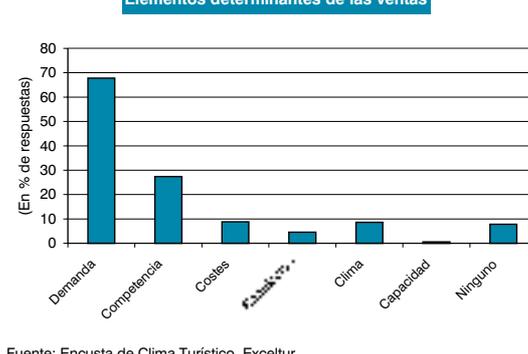
Fuente: FAMILITUR

Gráfico I.2.29

Gráfico I.2.30



Elementos determinantes de las ventas Gráfico I.2.31



Fuente: Encuesta de Clima Turístico, Exceltur

## 2.6 Tendencias empresariales

El empresariado turístico español de todos los sectores de la cadena de valor está enfrentándose a este cambio de escenario a través de una política continua de inversiones y mejoras de la calidad. La opinión reflejada en la Encuesta de Clima Turístico apunta hacia un intenso crecimiento de la inversión en bienes de capital fijo (46,9), en marketing (44,8), en sistemas de gestión de calidad (39,7), en nuevas tecnologías de la información (37,4) y en formación (38,3).

Por sectores destaca el consenso sobre la importancia de la renovación de los activos fijos en el sector del transporte (95,3)

y en el sector del alojamiento (43,1), seguido por la introducción de sistemas de gestión de la calidad (41,1) en el alojamiento y de marketing (63,5) en el transporte. Por su parte, en el caso de la distribución los mayores esfuerzos se están concentrando en la formación (52,3), por delante de las campañas de promoción y marketing (42,6).

Tabla I.2.3

Inversión		II TR 2002			
	General	Alojamiento	Distribución	Transporte	
<b>Encuesta de Clima Turístico</b>					
Tecnologías de la información	37,4	33,5	35,4	47,2	
Formación	38,3	26,9	52,3	47,2	
Calidad	39,7	41,2	29,2	47,2	
Bienes de equipo y establecimientos	46,9	43,1	6,2	95,3	
Marketing	44,8	36,7	42,6	63,5	

Fuente: Encuesta Clima Turístico Exceltur

La política de inversiones se ve acompañada por el lado de los gastos, por la presencia de un aumento en relación con la misma situación del año anterior. Las opiniones de los empresarios sobre el incremento de los costes se concentran en los gastos de personal (53,9) y de suministros (51,0) y, en menor medida, de los gastos financieros (40,5), a pesar del repunte de las curvas de tipos de interés experimentado en los últimos meses, ante la presencia de tensiones inflacionistas y la esperada respuesta por parte de los bancos centrales.

Tabla I.2.4

Costes		II TR 2002			
	General	Alojamiento	Distribución	Transporte	
<b>Encuesta de Clima Turístico</b>					
Laborales	53,9	53,5	11,3	--	
Suministros	51,0	47,7	8,7	--	
Financieros	40,5	26,4	11,8	--	
Fiscales	42,3	34,0	11,8	--	

Fuente: Encuesta Clima Turístico Exceltur

Gráfico I.2.32

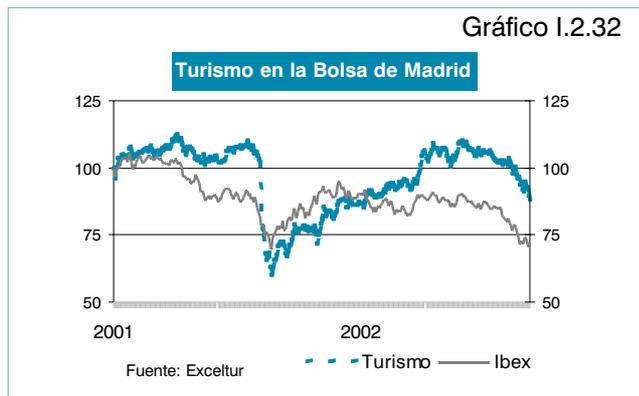
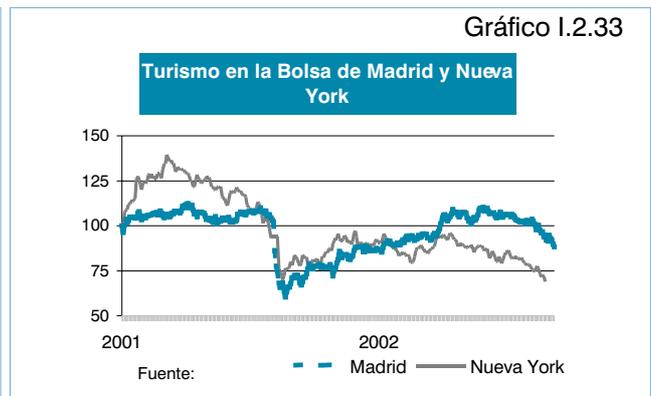


Gráfico I.2.33



**COMPAÑIAS QUE FORMAN EL ÍNDICE BURSÁTIL TURÍSTICO EXCELTUR**

Nueva York	Madrid
AOL Time Warner	Iberia
Walt Disney	Amadeus
Viam	Sol-Meliá
Delta Air Lines	NH Hoteles
Southwest Airlines	Parques Reunidos
US Airways Group	
Carnival	
Hilton Hotels	
Marriott International	
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	
AMR /Del	

## 2.7 Tendencias en el mercado de trabajo

Tabla I.2.5

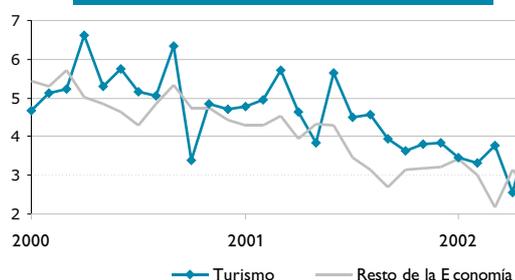
	Valor	tasas de variación										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
						I	II	III	IV	I	II	
<b>Empleo turístico</b>	1.952.405	--	5,2	4,5	5,2	4,7	4,3	3,8	3,5	3,5	mayo	
Hostelería	962.044	--	4,5	5,0	5,4	5,8	4,7	4,2	4,2	3,4	mayo	
Transporte	581.174	--	4,7	2,4	3,2	1,8	2,3	2,3	2,0	2,8	mayo	
Terrestre	534.566	--	4,6	2,5	3,4	1,7	2,4	2,5	2,4	3,5	mayo	
Marítimo	10.689	--	4,1	-0,1	0,2	2,1	-2,1	-0,7	2,2	1,1	mayo	
Aéreo	35.919	--	6,3	1,5	1,7	2,2	2,2	-0,1	-4,1	-6,3	mayo	
Agencias de viajes	42.975	--	8,4	7,7	9,9	9,0	8,0	4,1	2,4	1,8	mayo	
Ocio y Cultura	252.292	--	7,1	6,1	6,5	6,1	6,5	5,2	4,5	5,2	mayo	
<b>Empleo total España</b>	13.796.347	--	5,0	3,8	4,5	4,3	3,3	3,3	3,0	2,8	mayo	

Fuente: Ministerio de Trabajo y S.S.

El sector turístico se sigue mostrando como uno de los protagonistas de la generación de empleo en España. Así, a pesar de la desaceleración en el crecimiento de la actividad turística y su reflejo sobre la capacidad de creación de empleo, la industria del turismo generó, con datos del mes de mayo de 2002, 86.329 nuevos empleos, según los datos de afiliados a la seguridad social. Este dato supone un incremento del 4,5% interanual y del 3,5% del número de afiliados en términos medios en los meses de enero a mayo, por encima de las tasas de generación de empleo del resto de sectores de la economía española, sólo superado en este periodo por la construcción. Con todo ello, el número de trabajadores afiliados a la seguridad social en las ramas vinculadas al sector turístico en el mes de mayo se elevaba a más de dos millones de personas, lo que representa el 14,9% del total de empleo en España.

Gráfico I.2.34

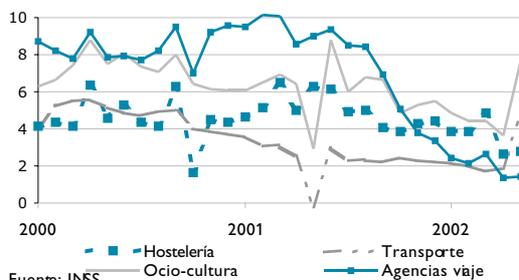
Afiliados a la seguridad social en el sector turístico



Fuente: INSS

Gráfico I.2.35

Evolución de los afiliados en el sector turístico



Fuente: INSS

La mayor dinámica de creación de empleo la ha registrado la rama de ocio y cultura con tasa de variación por encima del 7%. El sector en el que la desaceleración de los ritmos de actividad se ha manifestado con mayor intensidad ha sido las agencias de viajes, donde en apenas un año ha pasado de tasas del 9,0% en mayo de 2000, a ritmos del 1,4% en el mismo mes de 2002. En la misma línea, el sector de transporte aéreo ha visto reducir el número de empleos, obligado a introducir políticas de ajuste asociadas a la reducción de la oferta de vuelos por la necesidad de adaptarse al nuevo escenario definido por los acontecimientos del 11-S. Con todo ello, el empleo presentaba una caída del 5,7% con datos interanuales correspondientes al mes de mayo de 2002.

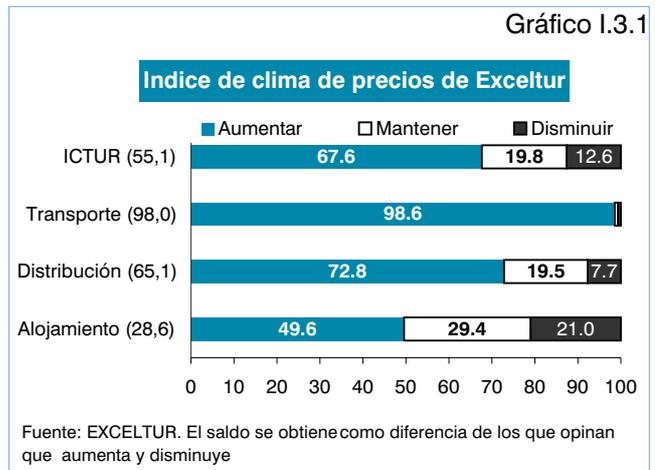
## 2.8 Política turística

La opinión de los empresarios sobre las políticas directamente relacionadas con la actividad turística se muestra muy positiva con relación a las acciones de promoción y de infraestructuras, mientras que se apunta la necesidad de seguir avanzando en mejorar la ordenación territorial, la seguridad y la fiscalidad (un análisis más detallado se realiza para cada uno de los sectores de alojamiento, distribución y transporte).

## 3.1 Análisis interno

Según la Encuesta de Clima Empresarial de Exceltur, la opinión mayoritaria de los empresarios apunta hacia una tendencia alcista de los precios respecto al mismo periodo del año anterior. La percepción sobre el alza de los precios es mayor en el sector del transporte y la distribución que en el de alojamiento.

El indicador de opinión de la Encuesta de Clima Turístico sobre la evolución de los precios en el segundo trimestre se situaba en un valor de 98,0 en el transporte y de 65,1 en el de la distribución, mientras que para el alojamiento era de 28,6. Como se puede comprobar en el gráfico adjunto, existe una clara unanimidad entre los empresarios del sector del transporte de que los precios se han elevado en el segundo trimestre en relación con el mismo periodo del pasado año.



El Índice de Clima Turístico de España (ICTUR) para los precios es un índice obtenido de la Encuesta de Clima Turístico elaborado por Exceltur y que trata de recoger la evolución de los precios en el corto plazo.

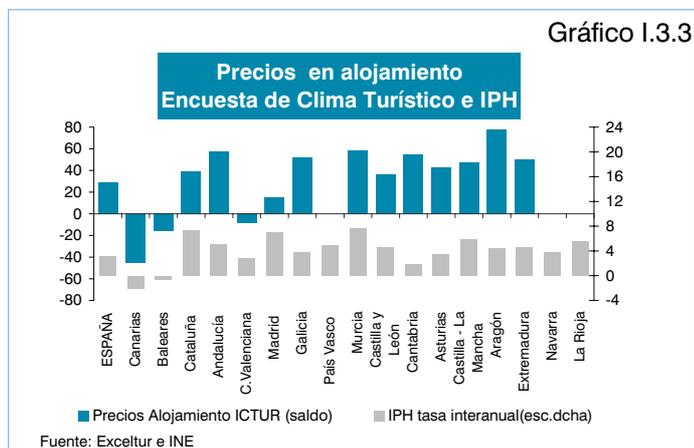
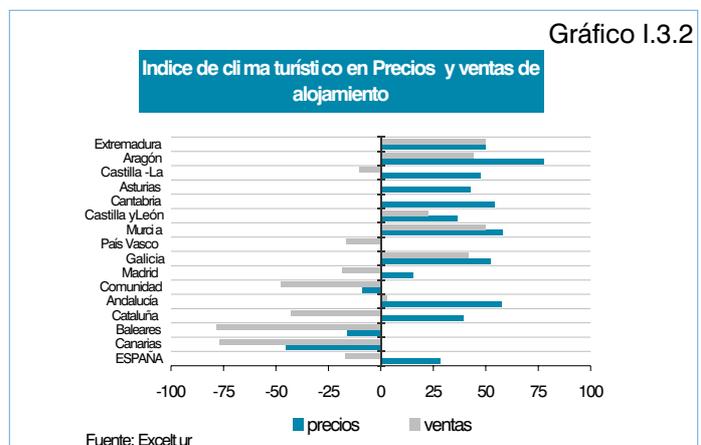
Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de los tres sectores que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

Ejemplo: un valor de 55,1 representa el promedio ponderado de un valor de 28,6 en el alojamiento, un 65,1 en la distribución y un 98,0 en el transporte. Por su parte, el valor de 28,6 del alojamiento procede de la diferencia entre el porcentaje de respuestas positivas sobre la evolución de los precios (49,6) y el porcentaje de respuestas negativas (21,0).

Este resultado se explica en buena medida por los costes adicionales asociados al refuerzo de las medidas de seguridad, en especial, en el caso del transporte aéreo.

En la distribución, el 72,8% de los empresarios opinan que los precios aumentan en el segundo trimestre de 2002, frente al 7,7% que afirman que descienden. Por último, es en el sector de alojamiento donde más porcentaje de encuestados señala que sus precios están descendiendo (21%).

En el alojamiento se percibe un comportamiento diferenciado entre los destinos de sol y playa y los de interior. En el caso de los primeros, se aprecia un consenso generalizado sobre la presencia de una importante caída de los precios según la Encuesta de Clima de Exceltur y el Índice de Precios Hoteleros elaborado por el INE. Por su parte, los destinos de turismo cultural, verde y de negocios están experimentando una ligera elevación, vinculado a un



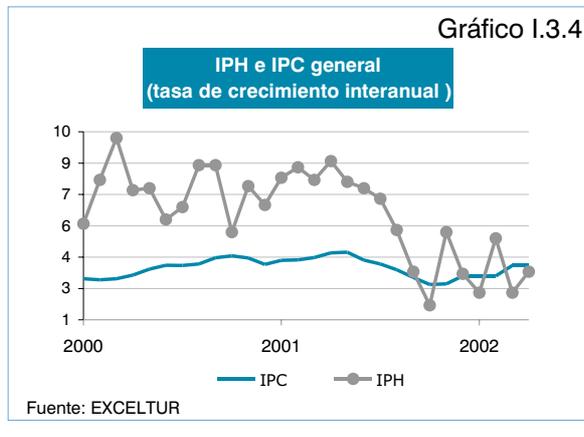
crecimiento de la demanda con la única excepción del País Vasco.

En los destinos costeros vinculados al producto de sol y playa la caída de la demanda ha impulsado en el sector de alojamiento una estrategia de fuertes ofertas para incrementar los bajos niveles de ocupación con la consiguiente bajada de los precios y rentabilidad sectorial.

Baleares y Canarias son los máximos exponentes de esta estrategia. La Encuesta de Clima elaborada por Exceltur sitúa la percepción sobre la evolución de los precios el segundo trimestre en un valor de -16,1 en Baleares, de -45,1 en Canarias, mientras que el índice de precios hoteleros (IPH) en promedio durante los

cinco primeros meses caía un 0,6% interanual en el caso balear, y un 2,0% en Canarias (en España aumenta un 3,2% interanual).

Los datos de la rúbrica de turismo del IPC no se han tomado como referencia en el análisis de los precios internos, dado que el Instituto Nacional de Estadística se encuentra en un proceso de adecuación de su metodología que permita identificar mejor la evolución de los precios en el sector del turismo. En cualquier caso y como destaca el INE, el IPC no está concebido como un indicador de precios sectorial (oferta), sino como indicador de precios finales de demanda conjunto.



Es por ello, **que para la medición de la evolución de los precios en el sector de alojamiento parece más aconsejable utilizar el Índice de Precios Hoteleros (IPH)**. Como viene subrayando el propio INE, las causas que justifican esta decisión son dos:

1. La **distinta recogida de precios**. En el IPC de hoteles y alojamientos la recogida se realiza a través de precios de catálogo y en el IPH se envía un cuestionario a los empresarios del sector.
2. El **tamaño muestral es mucho más amplio en el IPH (7000 establecimientos) que en el IPC (500 establecimientos)**.

**La evolución del IPH para el conjunto de la economía española se sitúa por debajo de la inflación nacional**. Así, en el periodo abril y mayo alcanza un crecimiento del 2,8% interanual, frente al 3,6% del crecimiento del IPC general.

### 3.2 Análisis externo

En términos agregados, España ha experimentado un cierto deterioro vía precio de su competitividad con respecto al resto de destinos de la Cuenca Mediterránea en 2002, que se está compensando con los esfuerzos en diferenciación y calidad reflejados por el crecimiento de las inversiones en las empresas turísticas.

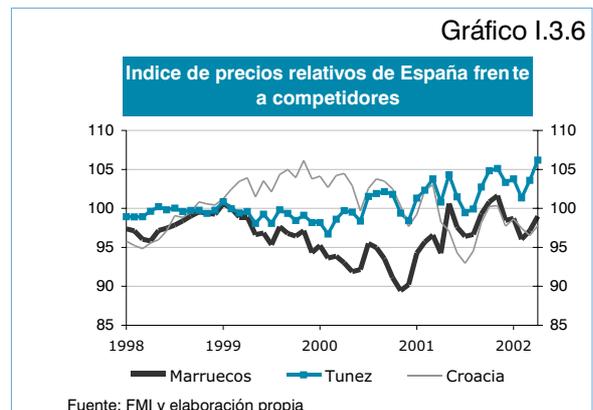
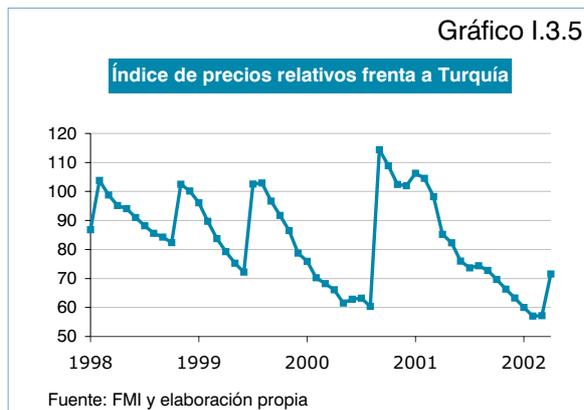
Ante la inexistencia de índices de precios hedónicos, es decir, índices de crecimiento de los precios que tengan en cuenta el incremento de la calidad de los productos, y con las salvedades derivadas de la utilización del IPC, se presenta la construcción de índices de precios relativos que señalan ganancias o pérdidas de competitividad precio como elemento adicional de información.

**El índice de precios relativos** es un indicador que se construye como el cociente entre el índice de precios español y el del país de referencia ponderando por el tipo de cambio correspondiente, de forma que mide el nivel de competitividad precio de una economía. Cuanto mayor es el nivel del índice menor es el grado de competitividad.

Ejemplo:

$$IPR = \left( \frac{IPC \text{ España}}{IPC \text{ Turquía}} \right) * \frac{1}{\text{tipo cambio } \frac{\text{euro}}{\text{lira turca}}}$$

El control de las tensiones inflacionistas que están logrando algunos países competidores de la industria turística española como Túnez y Croacia (ambos con una inflación por debajo del 3% en 2002) y la estabilidad de su tipo de cambio está



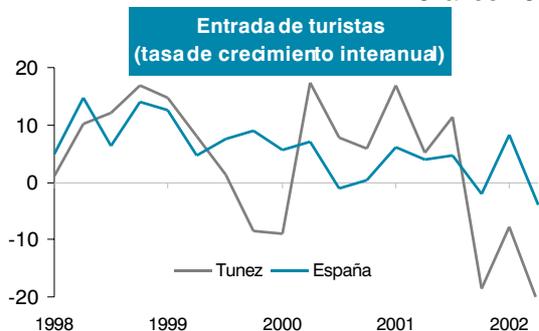
perjudicando al índice de precios relativos de España en 2002, que pierde posiciones frente a estas economías.

En el caso de Turquía, las devaluaciones de la lira turca en agosto de 1999 y posteriormente en 2000 están favoreciendo la comercialización de los paquetes turísticos por parte de los grandes turoperadores europeos, lo que introduce una fuerte competencia precio en relación con el producto español, que se compensa en ciertos momentos del tiempo por la galopante inflación de esta economía (en el entorno del 60% en 2002), que al final les lleva a seguir devaluando su moneda.

En cualquier caso, estos países también están sufriendo los efectos de la crisis del sector en el ámbito internacional, aunque no en la misma medida. Los escasos indicadores disponibles acerca de la entrada de visitantes en países emergentes nos revelan este hecho. Este es el caso de Túnez, cuya llegada de visitantes está descendiendo a tasas cercanas al 20% en los primeros meses del año.

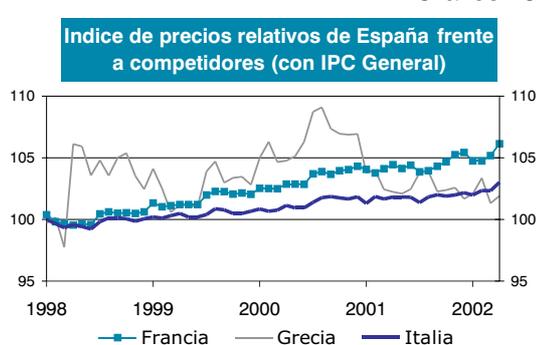
Grecia, competidor directo de España en el segmento de sol y playa y turismo cultural, ha visto reducir sus precios en relación con nuestra economía desde que pertenece al Área Euro. El índice de precios relativos respecto a los principales mercados emisores del turismo en Europa (competidores de España en turismo cultural como Francia y Italia) revela cierta pérdida de competitividad de España respecto a estos países. Pese a que el turismo cultural en la actualidad representa todavía un porcentaje reducido en el mercado español, es un segmento con un importante potencial con un turista de perfil de gasto medio más elevado.

Gráfico I.3.7



Fuente: Frontur e Instituto de Estadística de Túnez

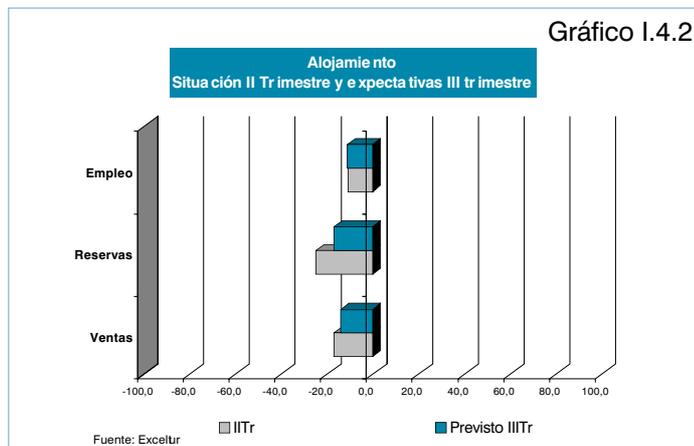
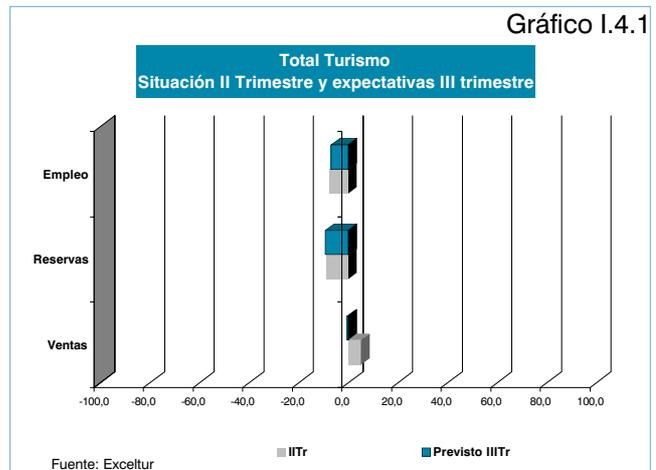
Gráfico I.3.8



Fuente: Eurostat

El turismo español experimentará una leve recuperación al final de la segunda mitad del año como consecuencia de la dinamización de las economías de sus principales mercados emisores, así como de la economía española, según las estimaciones elaboradas por Exceltur. Se espera, sin embargo, que esta recuperación se produzca a ritmos moderados por la atonía del consumo privado en las principales economías europeas. De hecho, no se prevé que el gasto familiar empiece a dar síntomas de mejora hasta el año 2003.

La Encuesta de Clima Turístico recoge también esta recuperación expuesta por el conjunto del empresariado turístico cuando se le pregunta sobre la evolución esperada de sus ventas y reservas en el tercer trimestre en relación con la situación de 2001.



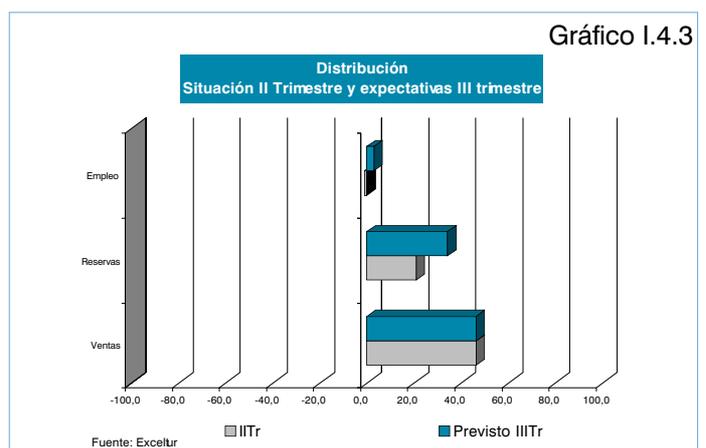
El clima de mejora se manifiesta en el alojamiento y la distribución, no siendo tan compartido por parte de las empresas de transporte. En el caso del alojamiento, el volumen de ventas pasaría de un valor de -16,8 a -14, y, en el caso de la distribución, se mantendría en valores muy elevados de 46,4, mientras las reservas pasarían de -24,7 a -16,8 en el alojamiento, y de 21,0 a 34,3 en la distribución. Por su parte en el transporte, la opinión sobre las ventas pasaría de un valor de 7,8 en el segundo trimestre a -19,8 en el tercero, pasando las reservas de -6,6 a -37,6.

La mejora de la situación a partir del tercer trimestre del año se extiende sobre las reservas y rentabilidad esperada que pasarían, en opinión general de los

encuestados, de una posición negativa a otra positiva para el conjunto del sector turístico español. Sólo en el caso del transporte, las perspectivas para el tercer trimestre empeoran.

La menor incidencia de la recuperación se producirá en el empleo donde, a pesar de esperarse una mejora de las ventas y las reservas de las empresas, la opinión de los empresarios apunta a una situación de ligera mejora o incluso en el caso del alojamiento de cierta caída. Esta percepción estaría apuntando a una situación de alcance del tamaño mínimo eficiente para enfrentarse a un escenario de menor demanda.

Las predicciones realizadas por Exceltur sitúan en un crecimiento del 0,9% la llegada de turistas de Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Holanda, lo que supondría un aumento en torno a 300 mil turistas de estos países en 2002 con respecto a 2001.



Exceltur presenta los resultados preliminares de un **sistema de modelización** dirigido a la previsión de las principales variables determinantes de la dinámica turística de España. Como punto de partida, se ha seleccionado la llegada de turistas de los cinco principales mercados emisores, que representan el 70,9% del mercado turístico no residente español de 2001.

El objetivo es el de disponer de un punto de referencia sobre el comportamiento futuro de estos mercados, que sirva como una información adicional para la construcción de un escenario de expectativas a seis meses vista.

En la medida en que se avance en el sistema y la metodología de previsión, Exceltur irá presentando sus previsiones sobre otras variables cuya situación actual de la información no favorece su modelización en condiciones de una adecuada fiabilidad sobre sus resultados.

Gráfico I.4.4

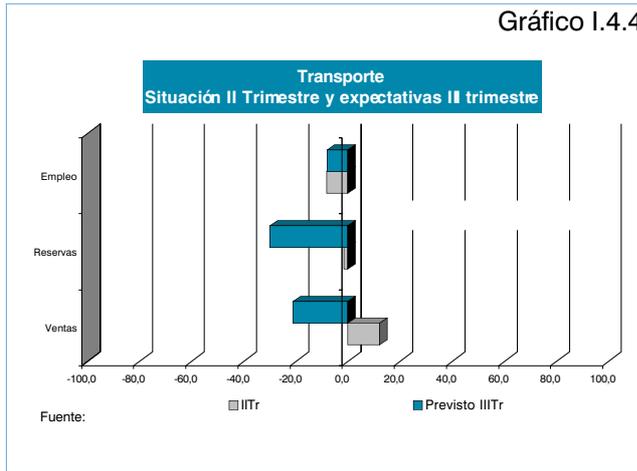


Gráfico I.4.5

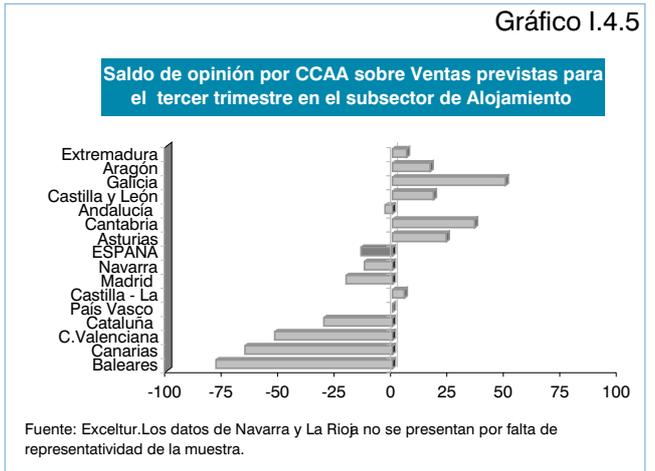


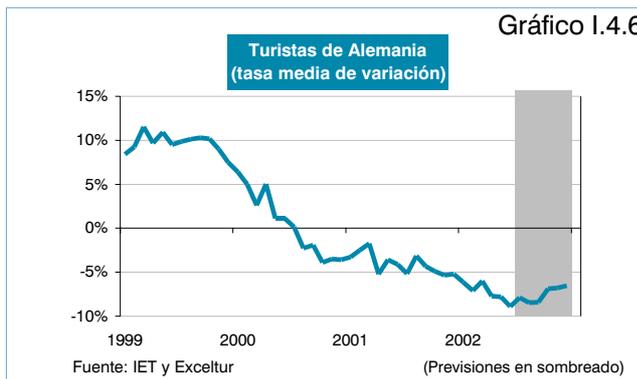
Tabla I.4.1

MERCADOS TURÍSTICOS	Valor		tasas de variación interanual											
	2001	2002 (p)	1999	2000	2001	2002 (p)	2001				2002			
							I	II	III	IV	I	II	III (p)	IV (p)
<b>Mercado alemán</b>														
PIB (m.m. euros)	494,34	498,96	1,7	3,2	0,7	0,9	1,8	0,7	0,4	0,0	-0,2	0,4	1,3	2,2
Turistas llegados a España	10.590.245	9.898.251	7	-3,6	-5,2	-6,5	5,8	-6,8	-4,9	-12,7	0,5	-17,1	-3,2	-2,5
<b>Mercado británico</b>														
PIB (m.m. libras)	212,13	215,67	2,1	3,0	2,2	1,7	2,9	2,4	2,0	1,6	1,0	1,3	1,9	2,4
Turistas llegados a España	14.155.552	14.190.019	7,1	8,7	6,9	0,2	13,7	3,3	5,1	11,5	4,8	-0,1	0,6	-3,2
<b>Mercado francés</b>														
PIB (m.m. euros)	344,53	349,45	3,2	4,1	1,8	1,4	3,0	2,0	2,0	0,3	0,3	1,2	1,4	2,8
Turistas llegados a España	6.751.764	7.387.440	9,5	-0,9	18,9	9,4	11,2	15,5	26,1	10,0	38,5	16,5	1,0	3,1
<b>Mercado italiano</b>														
PIB (m.m. euros)	257,40	260,13	1,6	2,9	1,8	1,1	2,5	2,3	1,7	0,6	0,0	0,7	1,2	2,3
Turistas llegados a España	2.178.367	2.207.001	16,2	0,5	3,8	1,3	18,4	4,8	-3,0	3,3	2,5	-1,0	-0,2	6,6
<b>Mercado holandés</b>														
PIB (m.m. euros)	96,09	97,26	3,7	3,5	1,1	1,2	1,8	1,5	1,0	0,2	0,1	0,5	1,4	2,1
Turistas llegados a España	2.088.121	2.396.237	21,8	-3,7	6,1	14,8	-3,1	19,8	8,8	-7,0	28,9	21,2	2,1	27,0
<b>5 principales mercados europeos</b>	35.764.049	36.078.947	9,0	1,6	4,7	0,9	9,7	2,4	6,1	1,6	9,0	-1,7	-0,2	0,3

Fuente: IET, INE, Eurostat y ExcelTur  
En Azul las previsiones realizadas por Exceltur

Por países, las previsiones sobre llegada de turistas alemanes elaboradas por Exceltur muestran un mantenimiento de la atonía del mercado alemán que explicaría una caída para finales de este año de un 6,5%, lo que supone una afluencia de 600.000 visitantes, con una moderación de las tasas de descenso del número de turistas en valores en torno al -3% en los dos últimos trimestres del año.

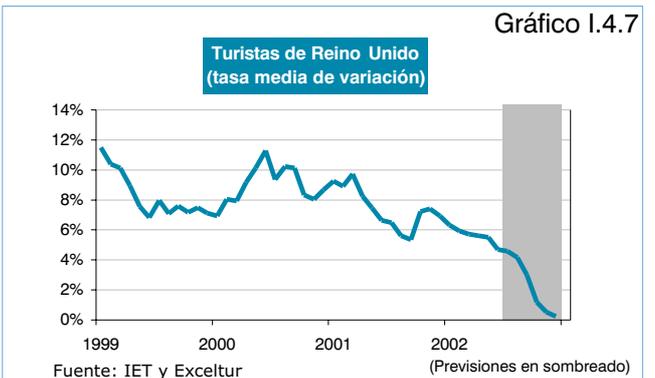
Gráfico I.4.6



En relación al mercado francés, las estimaciones de Exceltur apuntan a un cierre del año con un crecimiento del 9,4%, lo que supone una llegada de 635.000 turistas más que el año 2001, que compensaría a nivel nacional gran parte de la caída del mercado alemán, si bien en otros segmentos de producto distintos al sol y playa. El grueso del crecimiento del turismo francés se habría producido en los dos primeros trimestres del año, esperándose una moderación en el último semestre.

Por otro lado, el mercado británico sufrirá los efectos de la desaceleración de su economía y del deterioro de los precios relativos por la depreciación de la Libra frente al euro. Esta situación se traducirá, según las estimaciones realizadas por Exceltur, en un mantenimiento de la llegada de turistas en los mismos niveles que en 2001, debido al casi nulo crecimiento esperado para el tercer trimestre y la caída interanual prevista para el cuarto (-3,2%).

Gráfico I.4.7



La tendencia del mercado italiano apunta a una ligera caída a finales de 2002 en consonancia con el clima que ha mantenido en el conjunto del año. En este sentido, a finales de año llegarían 28.000 turistas italianos más que en el año 2001, lo que representa un aumento reducido del 1,3%.

Gráfico I.4.8

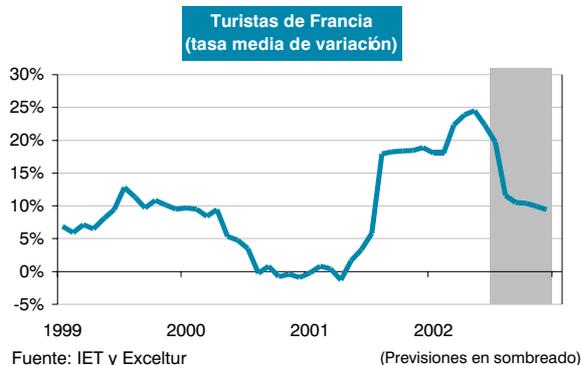
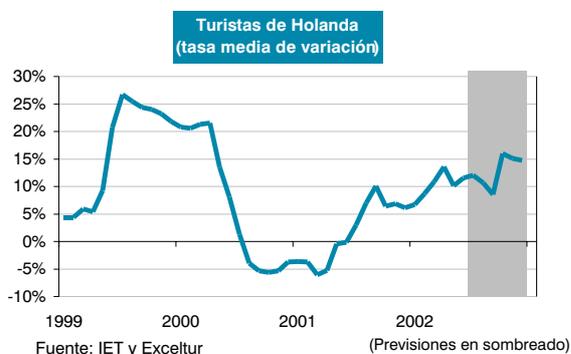


Gráfico I.4.9



Gráfico I.4.10



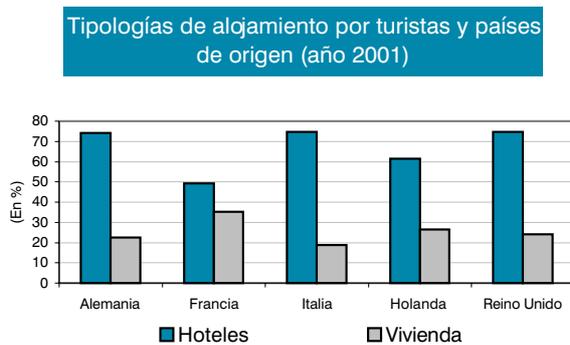
Por su parte, el mercado holandés registrará en los próximos meses un intenso crecimiento en relación a 2001, tras los buenos resultados de los seis primeros meses. Los modelos de previsión elaborados por Exceltur apuntan a un crecimiento a finales de año del 27%, tras un leve avance en el tercer trimestre (2,1%).

Cabe destacar que los mercados de mayor crecimiento previsto por Exceltur son los que más utilizan oferta residencial en sus preferencias de alojamiento, según la estadística Frontur, por lo que la incidencia sobre la industria de alojamiento sea presumiblemente limitada.

Para el mercado interno de turistas españoles, no se han podido realizar predicciones, al no disponer de una variable

de referencia con un período temporal y una frecuencia que garantice una fiabilidad adecuada de los sistemas estadísticos de predicción.

Gráfico I.4.11



# Cluster Turístico

1. Alojamiento
2. Distribución
3. Transporte



## 1. Alojamiento

La actividad del sector del alojamiento en España está sufriendo una notable desaceleración en el transcurso de 2002. El índice de clima de Exceltur (ICTUR) para el alojamiento revela que para el conjunto nacional la coyuntura por la que atraviesa el sector es negativa en el segundo trimestre en relación con el año pasado. En concreto, el porcentaje de empresarios que realizan un diagnóstico favorable es del 20,7%, frente al 37,2% que tienen una visión más pesimista. Como resultado, el índice de clima para el alojamiento, que se calcula como diferencia de los valores anteriores, se sitúa en -16,4.

El Índice de Clima Turístico de España (ICTUR) resume los resultados de la Encuesta de Clima Turístico y trata de recoger las perspectivas empresariales en el corto plazo. El ICTUR agrega las opiniones sobre las tendencias de las ventas del tercer trimestre de 2002, las reservas del segundo trimestre de 2002 y el empleo del segundo trimestre de 2002, en relación con el mismo trimestre del año 2001.

Al igual que los datos de las variables de la Encuesta, los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

Como ejemplo, el valor de -16,5 de la tabla siguiente representa el promedio de un valor de -14,0 de las ventas previstas para el tercer trimestre, de -24,7 de las reservas del segundo trimestre y de un -10,7 del empleo en el segundo trimestre, en relación con el mismo trimestre del año anterior. En el caso de las ventas previstas, hay un 23,2% de las opiniones que afirman que aumentan y un 37,2% que disminuyen. La diferencia es -14.

La valoración de los empresarios que se deduce de la explotación de la encuesta señala que el descenso de las ventas y de las reservas es el principal causante del deterioro de su actividad. La debilidad de la demanda es el factor determinante del descenso de las ventas en un 70% de los casos, superando a la mayor competencia (34,4%) y muy por encima del resto de otros factores como los costes, la regulación o la propia climatología.

Esta percepción de los empresarios del sector de alojamiento a escala nacional no se hace extensiva a todas las Comunidades Autónomas. La actividad de las regiones especializadas en un modelo de turismo tradicional de "sol y playa", particularmente Baleares y Canarias, presentan una significativa debilidad. Los datos son especialmente esclarecedores: en el caso de estas Comunidades

Gráfico II.1.1

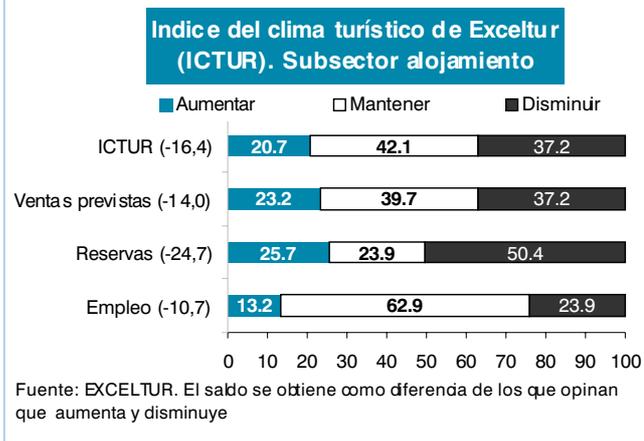


Gráfico II.1.2



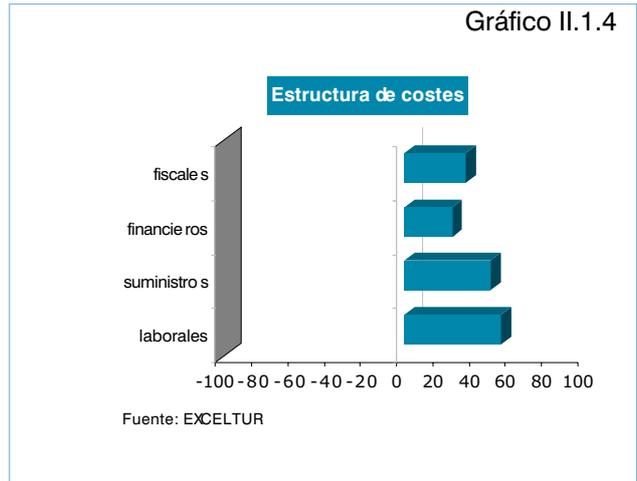
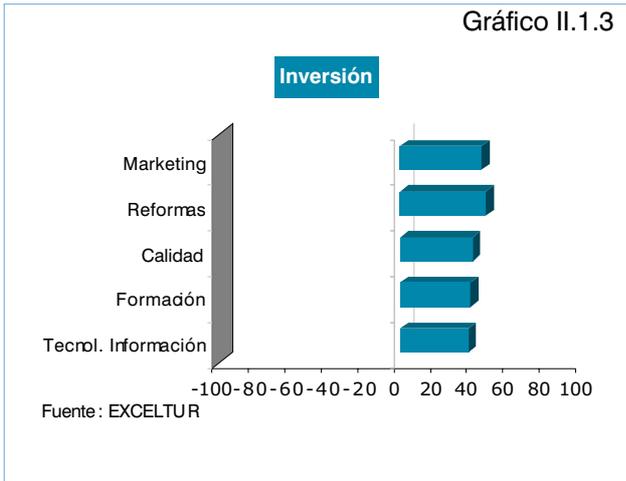
Autónomas más del 80% de los empresarios opinan que sus reservas y sus ventas descienden (50% señalan que de manera muy fuerte) y sus perspectivas negativas son de la misma magnitud.

Las regiones que tienen un modelo de alta estacionalidad turística derivada de la llegada de visitantes nacionales en temporada de verano, como son las regiones de clima atlántico, ofrecen un diagnóstico moderadamente positivo y unas perspectivas más favorables, a la vez que aquellos que se vienen especializando en nuevos productos como el turismo de interior, verde, cultural y de negocios.

La explotación de la encuesta en el ámbito nacional revela el importante esfuerzo inversor que está llevando a cabo el sector de alojamiento. La apuesta por las reformas del establecimiento, la calidad y la promoción, constituyen las principales inversiones y justifican, junto con el aumento de

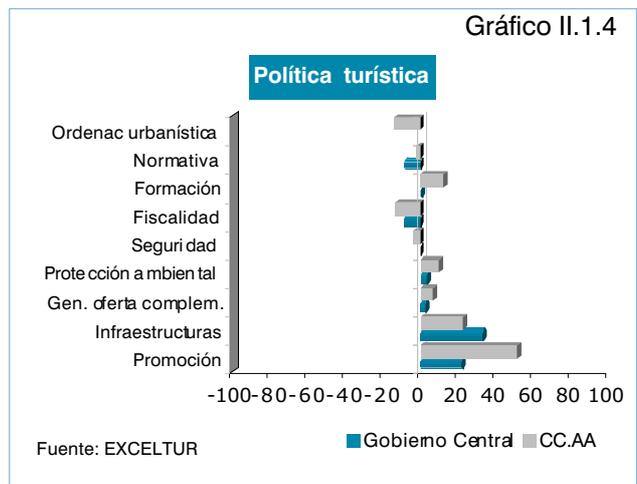
los costes y la caída de la demanda, una opinión negativa sobre su rentabilidad a corto plazo. En este contexto, los empresarios del sector señalan que sus costes se están encareciendo sustancialmente, lo que repercute en los precios finales. El crecimiento de los costes se concentra en los laborales (53,5% de los casos) y en los suministros (47,7%), relegando a un segundo lugar los financieros (26,4%) y los fiscales (34,0%).

Los aspectos más valorados de la política turística son la promoción que realizan las Comunidades Autónomas y el



Gobierno Central. La inversión en infraestructuras con fondos del presupuesto del Estado es el segundo elemento más valorado. La seguridad y la fiscalidad están consideradas como las asignaturas pendientes de la política turística junto con la ordenación urbanística, competencia esta última que se atribuye a las Comunidades Autónomas y entidades locales. La situación de deterioro de la base territorial en extensión urbanística, intensidad edificatoria y calidad paisajística es el aspecto más cuestionado de la política turística actual por parte de los empresarios hoteleros.

Los datos aportados por la Encuesta de Ocupación Hotelera confirman la pérdida de dinamismo iniciada en 2001. En el periodo enero–mayo de 2002, el número de viajeros y pernoctaciones descienden respecto al mismo periodo del año precedente, siendo esta tendencia más pronunciada en las pernoctaciones. Así, frente al 1,1% de retroceso de los



**Tabla II.1.1**

Sector de alojamiento		Tasas de variación										
	Valor	1999			2001				2002			Ultimo dato
	2001	Tasa media			I	II	III	IV	I	II		
Pernoctaciones en establecimientos reglados												
hoteleros	228,703,969	17.6	-1.5	0.7	1.6	-0.2	1.9	-1.4	1.1	-3.4	mayo	
- residentes	85,211,661	14.4	2.3	2.2	3.6	2.8	2.1	0.3	6.0	0.7	mayo	
- no residentes	143,492,308	11.2	-3.5	-0.2	0.2	-1.6	1.8	-2.5	-2.4	-5.9	mayo	
Alemania	44,609,372	8.1	-8.7	-6.7	-4.5	-9.6	-4.9	-7.1	-9.7	-16.7	mayo	
Reino Unido	42,945,300	5.6	-3.2	9.3	7.2	8.8	10.5	9.2	7.1	-0.8	mayo	
Francia	8,766,821	3.2	-2.0	7.0	0.4	1.0	11.5	13.9	9.5	16.0	mayo	
Italia	6,433,090	2.1	-3.1	1.2	-2.6	1.8	3.4	-4.1	-1.9	3.8	mayo	
USA	3,612,721	1.2	14.4	-5.6	-0.5	1.2	-0.2	-27.8	-14.8	-20.3	mayo	
acampamentos	31,171,950	--	9.1	10.9	16.8	19.6	6.9	6.8	37.7	-3.3	mayo	
turismo rural	3,657,069	--	--	--	--	--	--	--	58.2	22.3	mayo	
apartamentos	85,879,576	--	--	-3.9	-1.1	-2.3	-5.2	-5.8	-0.5	-6.9	mayo	

Fuente: IET, INE Ministerio de Trabajo y S.S.

viajeros, las pernoctaciones disminuyen un 3,3% en dicho periodo, es decir, se han realizado 2 millones y medio menos de pernoctaciones en hoteles entre enero y mayo en el conjunto del territorio nacional.

No obstante, este comportamiento de las pernoctaciones en hoteles no debe generalizarse si atendemos a la clasificación de los alojamientos hoteleros por categorías. Hay que destacar el aumento de las pernoctaciones en hoteles de cuatro y cinco estrellas en claro contraste con los alojamientos de categorías más bajas. La oferta turística centrada en establecimientos turísticos de categoría baja, que responden a las necesidades de una demanda de escasa capacidad de gasto, ha sufrido en mayor medida la coyuntura adversa por la que atraviesa el sector.



mayo, cifras que contrastan con el crecimiento del 3,7% del mismo periodo de 2002.

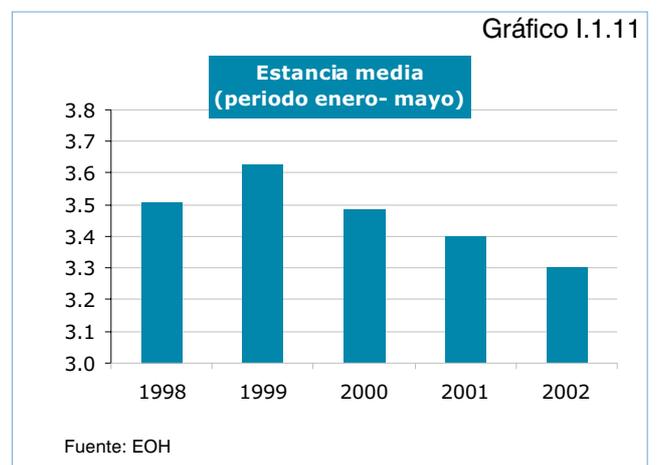
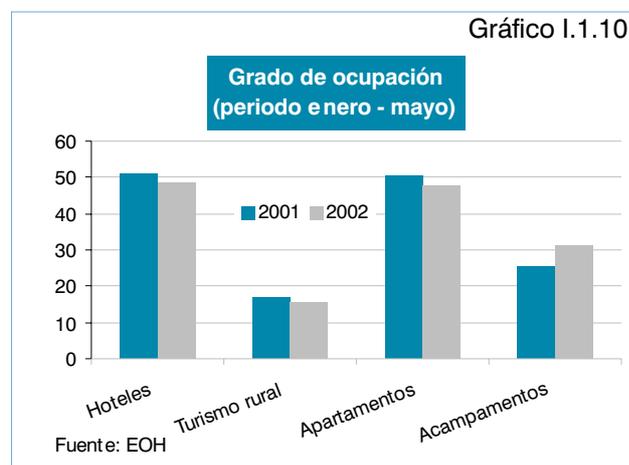
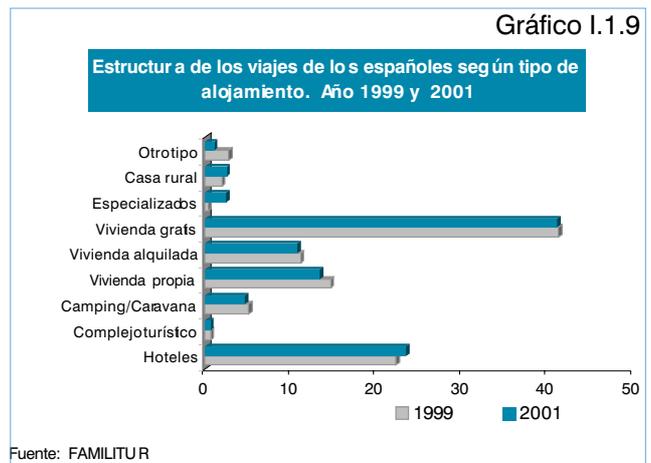
La información que se deriva de las estadísticas de FRONTUR permite extraer algunas de las conclusiones respecto al cambio de tendencia en los patrones de alojamiento que utilizan los turistas. Se toma como referencia el periodo 1997 (puesta en marcha de la estadística de FRONTUR) para su comparación con 2001 (los resultados no cambian en los primeros meses de 2002).

Desde 1997 hasta 2001, se constata un descenso del porcentaje de turistas que utilizan los hoteles como medio de alojamiento. En concreto, en 1997 el 71% de los turistas se hospedaba en hoteles mientras que en 2001 esta cuota se reduce hasta el 67,7%. 2.La vivienda gratuita es el alojamiento que más cuota ha ganado en estos cinco años, con un porcentaje del 18% en 2001, frente al 13,2% en 1997. Si se le añade el leve aumento de la vivienda alquilada (8,7% el pasado año), se observa que alrededor del 25% de los turistas que llegan a España no gastan en pernoctación en establecimientos reglados. 3.Se aprecia una pérdida de dinamismo del segmento de otros alojamientos (establecimientos especializados, camping,...)

Respecto a los turistas españoles, la moderación de las pernoctaciones y de los viajeros es inferior a la observada en el segmento de turistas extranjeros debido a la posición menos desfavorable del ciclo económico español respecto al europeo. Así, las pernoctaciones y los viajeros en los primeros cinco meses del año presentan un leve descenso (-0,2% interanual), que se cifra en casi 20.000 viajeros y en cerca de 57.000 pernoctaciones. Según FAMILITUR, el tipo de alojamiento más utilizado por los españoles es la vivienda de familiares y amigos (41,3%). Si tenemos en cuenta que el 13,4% de los viajes de los españoles se realizan a vivienda propia, se constata que el 55% de los viajes no genera gastos de alojamiento reglado. Un ejercicio de comparación entre 1999 (puesta en marcha de FAMILITUR) y 2001 permite apreciar las siguientes tendencias en los viajes realizados por los españoles:

1.Continúa el liderazgo de la vivienda de familiares y amigos pero su cuota de mercado se estanca en el 41,3% en dicho periodo. 2.Los alojamientos especializados y las casas rurales son los que experimentan un mayor crecimiento entre 1999 y 2001 (641% en el caso de los especializados y un 37% en el turismo rural). 3.El hotel es el alojamiento que más se utiliza después de la vivienda de amigos y familiares (cuota del 23,5% de los viajes). Aumenta en torno al 13% el número de viajes de los españoles que tiene como alojamiento los hoteles y complejos turísticos entre 1999 y 2001. 4.Descienden el segmento de alquiler por agencia y el camping o caravana.

En los cinco primeros meses del año, el grado de ocupación hotelera ha descendido en todos los segmentos de actividad excepto en los acampamentos. Por su parte, la estancia media en establecimientos hoteleros se ha situado en este periodo en 3,3 días. La desaceleración en la llegada de turistas ha venido acompañada de una reducción de su estancia media en los establecimientos reglados, corroborando los cambios en los patrones de viajes de los turistas europeos dirigidos a incrementar el número de viajes anuales pero de menor duración temporal. En España, esta situación se manifiesta en una caída de la estancia media de casi más de un punto entre 1999 y el año 2001, que se extiende al conjunto de tipologías de establecimientos.



El menor ritmo de actividad turística y el aumento de los costes laborales se reflejan en la evolución del empleo en el sector de hostelería. La creación de puestos de trabajo se está ralentizando intensamente desde comienzos de 2002, comportamiento que se confirma en todas las variables de ocupación recogidas en la tabla adjunta. Así, tanto los afiliados a la Seguridad Social para el sector hostelero como el empleo de la Encuesta de Ocupación Hotelera presentan tasas de crecimiento inferiores a trimestres precedentes. La opinión de los propios empresarios reflejada en la Encuesta de Clima Turístico confirma esta tendencia de ralentización del empleo, sin que se anticipe una clara recuperación a corto plazo.

Tabla II.1.3

Sector de alojamiento												
	Valor	Tasas de variación										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
		Tasa media			I	II	III	IV	I	II		
Grado de ocupación												
hoteleros	56.2	58.9	57.0	56.2	0.1	-1.1	0.0	-2.2	-1.1	-2.7	mayo	
acampamentos	30.6	--	26.1	30.6	2.9	2.2	2.6	8.1	8.6	3.9	mayo	
turismo rural	22.5	--	--	--	--	--	--	--	3.0	0.1	mayo	
apartamentos	53.4	--	--	53.4	2.8	2.1	-1.1	-1.1	-1.1	-3.2	mayo	
Estancia media (establec. hoteleros)	3.7	3.8	3.7	3.7	-0.2	-0.2	0.1	0.1	-0.1	-0.3	mayo	
Empleo												
Afiliados a la Seguridad social CNAE 55	962,044		4.5	5.0	5.4	5.8	4.7	4.2	4.2	3.4	mayo	
Empleo (EOH)	1,825,984	1.0	-0.2	5.7	5.3	6.2	6.2	4.7	1.3	0.1	mayo	

Fuente: IET, INE Ministerio de Trabajo y S.S.

La opinión que tienen los empresarios acerca de las perspectivas de su sector en el corto plazo es desfavorable, si bien se constata una tendencia algo menos negativa que en el segundo trimestre. De cara a los próximos meses, los profesionales contemplan con menor pesimismo la evolución de las reservas y las ventas sin que ello se traduzca en una mejora del empleo.

Gráfico I.1.13

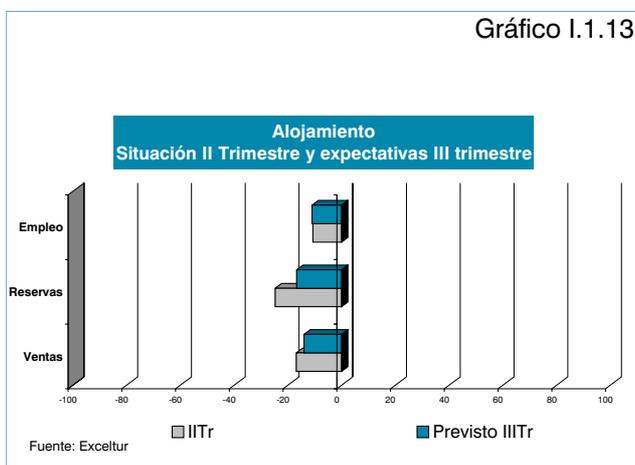
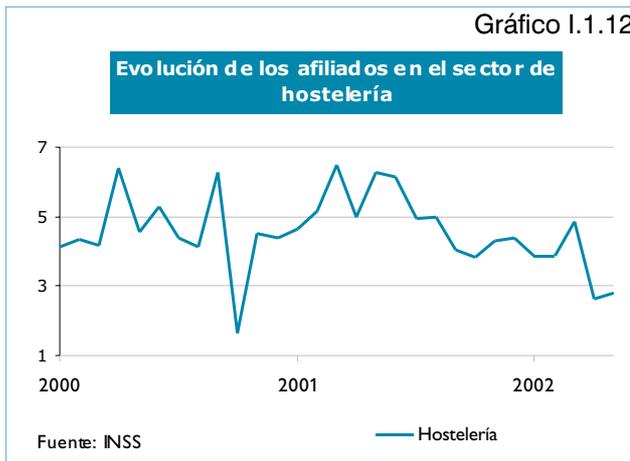


Gráfico I.1.12



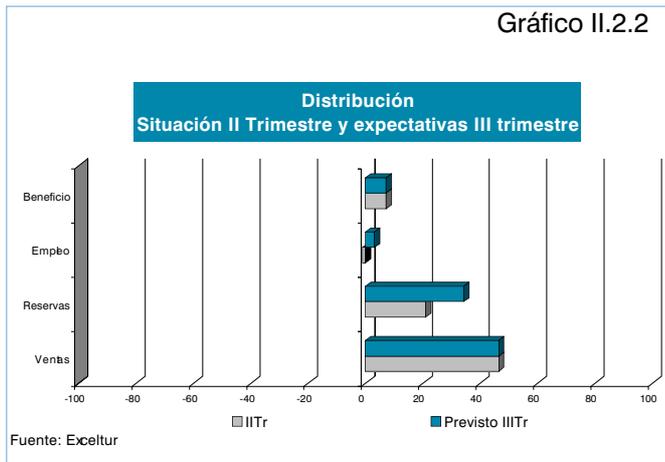
El indicador de clima turístico de Exceltur revela un claro optimismo por parte del sector de la distribución española, tanto en su situación en el segundo trimestre de 2002 como en sus perspectivas para el tercer trimestre en comparación con los mismos períodos del año anterior. De la opinión manifestada en la encuesta, se desprende que para el 37,0% de las agencias de viajes españolas encuestadas el volumen de reservas aumentó durante el segundo trimestre, mientras que cayeron para un 16,0%, lo que sitúa el indicador, calculado como saldo de estos porcentajes, en 21,0. Asimismo, un 50,6% de las agencias prevé un crecimiento de sus ventas, por un 45,2% y piensa que se mantendrán al mismo nivel en el tercer trimestre de 2002.

El Índice de Clima Turístico de España (ICTUR) resume los resultados de la Encuesta de Clima Turístico elaborado por Exceltur y que recoge las perspectivas empresariales a corto plazo. El ICTUR agrega las opiniones sobre las tendencias de las ventas del tercer trimestre de 2002, las reservas del segundo trimestre de 2002 y el empleo del segundo trimestre de 2002, en relación con los mismos períodos del año 2001.

Al igual que los datos de las variables de la Encuesta, los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

Como ejemplo, el valor de 22,1 de la tabla siguiente representa el promedio de un valor de 46,4 de las ventas previstas para el tercer trimestre, de 21,0 de las reservas del segundo trimestre y de un -1,0 del empleo en el segundo trimestre. Es decir, en el caso de las ventas hay un 50,6% de las opiniones empresariales que afirman que aumentarán, con respecto al mismo trimestre del año anterior, y un 4,2% que disminuirán, cuya diferencia representa el valor de 46,4 mencionado.

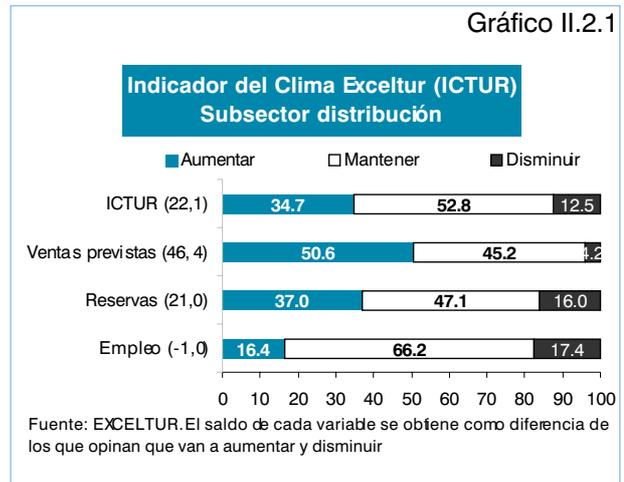
El crecimiento percibido por los empresarios se explica, en buena medida, por la caída de la demanda de los principales mercados intermediados por los grandes turoperadores extranjeros, que ha abierto la puerta a los operadores y agencias de viajes españolas para la comercialización de parte de esta oferta. El mantenimiento de este escenario para el tercer trimestre de 2002 favorece la continuidad de las buenas perspectivas del sector de la distribución española.



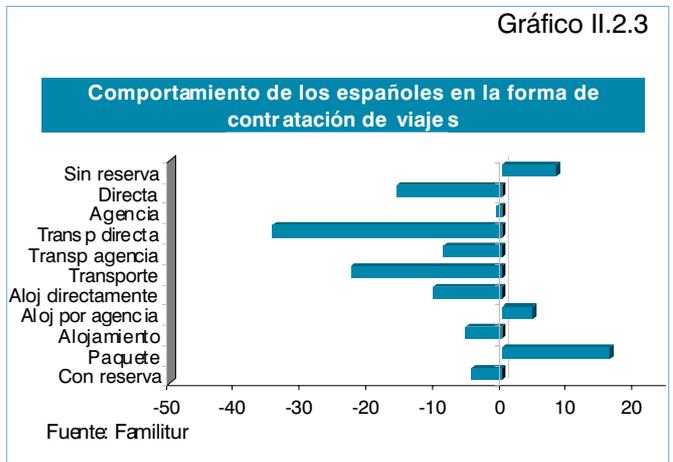
oferta nacional a comercializar, son los factores que se encuentran detrás de esta tendencia.

Las agencias de viajes se han beneficiado de una reducción de la contratación directa de servicios turísticos durante el último año, según la encuesta Familitur. La información sobre las pautas de viaje de los españoles, principal mercado del sector de la distribución española, cifran en un 10,4% la caída de las contrataciones de alojamiento directo y en un 34,6% la de los medios de transporte, durante el año 2001. Por el contrario, los paquetes turísticos crecían un 16,2%.

El uso intensivo de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones ha favorecido la caída de los viajes con reserva previa en un 4,6%, habiéndose incrementado los viajes contratados sin reserva en un 8,1%.

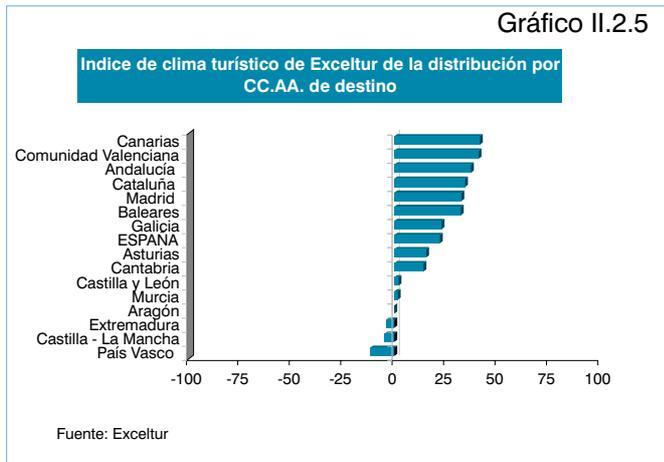
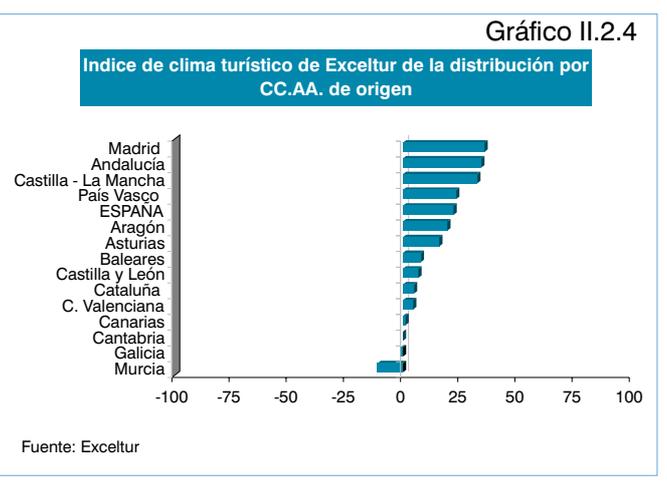


El mejor comportamiento de las ventas de las agencias de viajes españolas se percibe en la comercialización de los destinos nacionales, especialmente en relación con otros destinos de larga distancia operados por las empresas españolas (Caribe principalmente). Los efectos derivados del 11-S junto con el mayor precio de los viajes exteriores, en un escenario de desaceleración en los ritmos de crecimiento de la renta, y el apuntado crecimiento de la



A escala autonómica, la explotación de la encuesta permite distinguir los mercados nacionales que mejor están funcionando como mercados emisores de turistas españoles. Los destinos de interior y del norte de España con mayor capacidad de gasto, son donde se produce un mejor comportamiento de la distribución, como tradicionalmente sucede en los trimestres de la temporada estival por su mayor propensión a salir de su Comunidad. En esta situación se encuentran Aragón, Asturias, Castilla – La Mancha, Madrid, y País Vasco. Destaca el caso de Andalucía, donde el clima de la distribución se sitúa en segundo lugar tras Madrid, siendo principalmente un mercado de destino de turistas.

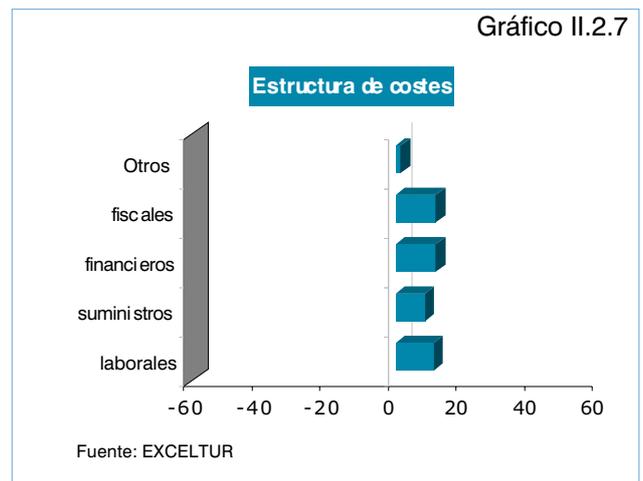
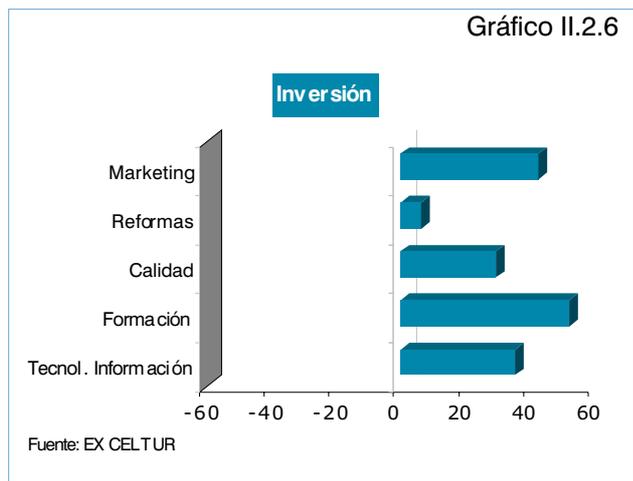
Por su parte, los destinos españoles donde se percibe una mejor opinión de las agencias de viajes y de los



turoperadores sobre la evolución de sus ventas durante el segundo trimestre de 2002, se concentran en los territorios con una mayor especialización en sol y playa. Así, nos encontramos cómo las Comunidades Valenciana, Canarias, Andalucía, Cataluña y, en menor medida Baleares, se encuentran entre aquellas donde la opinión de los empresarios sobre el incremento de las ventas de paquetes y billetes hacia sus territorios es mayor.

La estrategia de refuerzo de las ventajas competitivas de la distribución española se están concentrando en la mejora de sus recursos humanos a través del gasto en formación (52,3, en la encuesta de clima turístico) y la inversión en tecnologías de la información (35,4), tanto de gestión como de comercialización. Asimismo, el actual escenario de desaceleración de la demanda ha impulsado los gastos en promoción y marketing, reflejado en un importante

consenso entre los empresarios sobre su aumento (42,6). (para su mejor comprensión ver nota aclaratoria al comienzo de este apartado).



La estructura de costes no se ha resentido en el segundo trimestre del año, según la opinión de los empresarios manifestada en la encuesta, con un ligero incremento de sus principales partidas, muy inferior al de los otros sectores.

La intensificación de los niveles de actividad no se está trasladando en la misma medida a la contratación de personal, debido en parte a la incorporación de nuevos trabajadores al sector registrada en los últimos años. La opinión sobre la evolución del empleo, con un valor negativo de -1,0 en la encuesta, está en consonancia con los últimos datos disponibles de afiliados a la seguridad social en agencias de viajes. La tasa de crecimiento de afiliados en esta rama de actividad venía oscilando entre un 7% y un 10% entre enero de 2000 y agosto del 2001, momento a partir del cual experimenta un proceso de

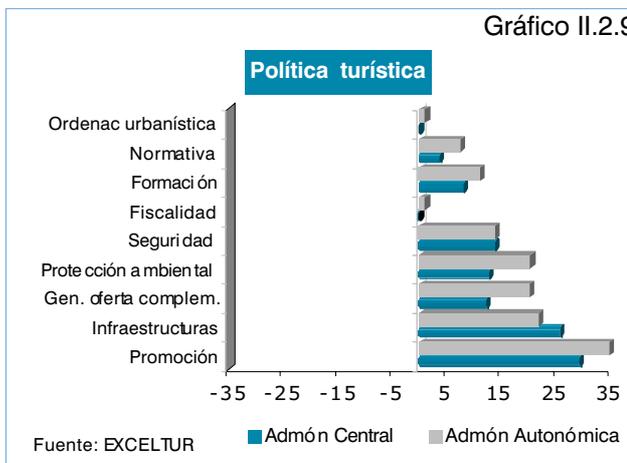
desaceleración hasta situarse en un crecimiento del 1,8% en mayo de 2002.

La opinión sobre la política turística es en general positiva, especialmente en el caso de la promoción. Los ámbitos en los que las agencias de viaje manifiestan una mayor preocupación son la ordenación urbanística y la fiscalidad.

Gráfico II.2.8



Gráfico II.2.9



Los acontecimientos del 11 de septiembre alteraron sustancialmente las expectativas sobre la actividad en el sector de transporte de pasajeros, siendo el aéreo el más afectado. En este nuevo escenario, el transporte marítimo y el ferroviario han ganado cuota de mercado, como corroboran las cifras de movimiento de viajeros que publica el Instituto Nacional de Estadística.

Los empresarios del sector de transporte opinan que en el segundo trimestre de 2002 su situación económica fue moderadamente negativa en relación con el mismo periodo del año precedente. El indicador de clima se sitúa en el nivel -11,6 con una percepción de los profesionales del sector más negativa sobre la evolución de las ventas previstas. En torno al 50% de los encuestados consideran que la demanda va a descender en los meses centrales del año (frente a los casi 27% que opinan que va a aumentar).

El Índice de Clima Turístico de España (ICTUR) es un índice que resume los resultados de la Encuesta de Clima Turístico elaborado por Exceltur y que trata de recoger las perspectivas empresariales en el corto plazo. El ICTUR para cada subsector agrega las opiniones sobre las tendencias de las ventas del tercer trimestre de 2002, las reservas del segundo trimestre de 2002 y el empleo del segundo trimestre de 2002, en relación con los mismos trimestres del año 2001.

Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

Como ejemplo, el valor de -11,6 en el subsector del transporte representa el promedio de un valor de -19,8 de las ventas previstas para el tercer trimestre, de -6,6 de las reservas del segundo trimestre y de un -8,5 del empleo en el segundo trimestre, en relación con el mismo trimestre del año anterior.

En el caso de las ventas previstas hay un 26,7% de las opiniones empresariales que afirman que aumentarán y un 46,5% que disminuirán y su diferencia representa el valor de -19,8 mencionado.

A pesar del escenario de debilidad en la demanda, hay un gran consenso entre los empresarios del sector sobre el incremento de los precios. El incremento de los costes de seguridad y en los seguros de algunas compañías de la industria del transporte está repercutiendo en sus costes operativos y en consecuencia en sus precios de venta.

La situación posterior a los atentados terroristas en EE.UU. tuvo un significativo impacto en el movimiento de pasajeros en aeropuertos españoles. La etapa actual se califica de paulatina recuperación. Según datos del INE, el descenso de los pasajeros transportados en avión durante los cuatro primeros meses del año se eleva hasta los 1.392.000 personas respecto al mismo periodo del año anterior, lo que supone una tasa de caída del 3,4%. El movimiento de viajeros interior sufre una caída más pronunciada que el exterior (4,2%, frente a 2,7%

Gráfico II.3.1

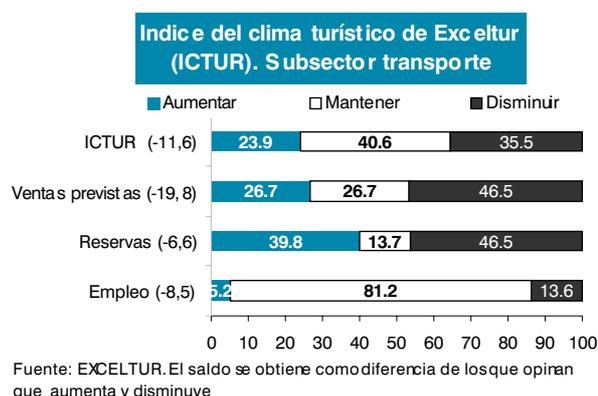


Tabla II.3.1

### Sector de transporte

	Valor 2001	Tasas de variación								Ultimo dato	
		1999 2000 2001			2001				2002		
		Media anual			I	II	III	IV	I		II
<b>Nº de pasajeros por medio de transporte utilizado</b>											
Carretera (servicio discrecional)	273,709	4.3	-4.5	-8.7	7.1	4.9	3.9	-4.1	-1.0	--	marzo
Avion	142,732	9.0	9.4	3.0	11.5	7.7	6.3	-3.1	-1.1	-2.5	abril
Barco	18,329	7.9	7.2	0.2	-3.6	0.1	2.2	-1.8	7.3	2.3	abril
Tren	466,793	2.3	4.5	6.6	2.3	-10.6	1.4	3.5	4.0	--	marzo
Afiliados a la S.Social CN AE 60,61 y 62	576,692	--	--	2.4	3.2	1.8	2.3	2.3	2.0	2.8	mayo

Fuente: INE y INSS

Tabla II.3.1

### Sector de transporte aéreo

	Valor 2001	Tasas de variación								Ultimo dato	
		1999 2000 2001			2001				2002		
		Media anual			I	II	III	IV	I		II
<b>Transporte aereo</b>											
Nº de vuelos internacionales (2)	710,761	11.6	9.0	2.1	15.1	7.4	5.1	-0.6	-2.0	--	marzo
Nº de pasajeros internacionales (2) (en miles)	84,823	10.3	7.1	4.5	21.4	14.6	9.2	-1.9	1.7	-0.9	abril
Nº de vuelos nacionales (2)	818,729	8.4	8.5	2.2	4.0	6.8	8.0	-3.6	-10.0	--	marzo
Nº de pasajeros nacionales (2) (en miles)	57,909	7.0	12.8	0.8	4.4	1.8	3.6	-4.1	-3.4	-3.8	abril
Afiliados a la S.Social	37,647	--	--	1.5	1.7	2.2	2.2	-0.1	-4.1	-6.3	mayo

Fuente: INE y INSS

interanual) en este periodo. No obstante, el transporte aéreo no regular de pasajeros (vuelos charter) es el que sufre un mayor retroceso tanto en el mercado interior como internacional. Así, el número de pasajeros que llegan a España procedentes de otros países en vuelos no regulares desciende un 5,6% respecto a los cuatro primeros meses de 2001 (435 mil menos). De este nuevo contexto se derivaron políticas de ajuste en las principales compañías aéreas asociadas a la reducción de la oferta de vuelos.

Las perspectivas para el transporte aéreo son positivas, tal y como se deduce del crecimiento del tráfico de vuelos previsto para los meses de junio y septiembre de 2002, según se desprende de la información de AENA elaborada por el IET. Así, se espera que el total de viajes aumente un 3,4% en estos meses de 2002 frente al mismo período de 2001, mientras que el total de vuelos internacionales crecería en un 4,3%.

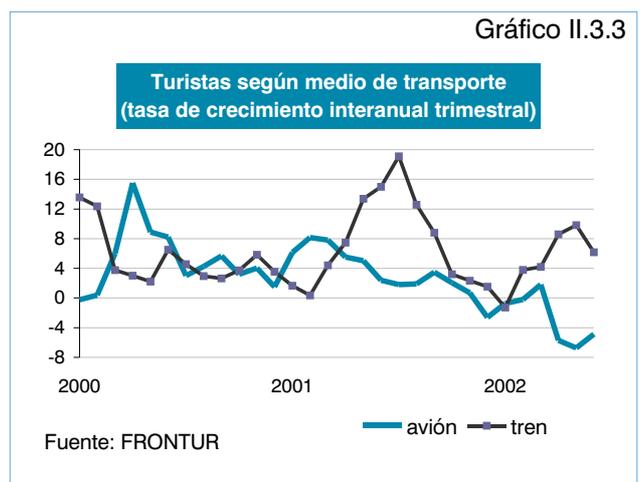
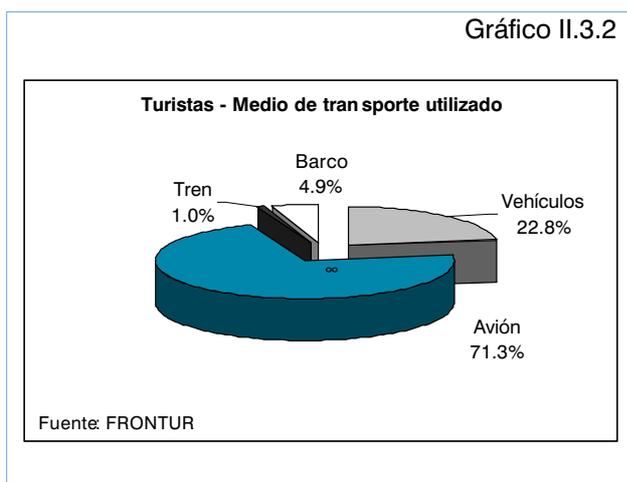
Tabla II.3.3

	tasas de variación			Total
	Charter	Regular		
Reino Unido	0,9	15,7		6,0
Alemania	-7,1	-2,3		-2,6
Francia	-11,8	6,8		3,9
Italia	36,9	7,0		15,3
Holanda	-7,3	14,2		6,2
<b>Total UE</b>	<b>0,2</b>	<b>5,3</b>		<b>3,4</b>
Resto Europa	22,9	1,3		10,4
EE.UU	-43,5	16,1		14,5
Resto América	6,3	17,1		15,7
África	-30,0	3,7		-3,7
Asia	47,5	-3,6		2,3
<b>Total internacional</b>	<b>2,2</b>	<b>5,5</b>		<b>4,3</b>

Fuente: Elaborado por el IET a partir de los datos de AENA

El ritmo de crecimiento de los viajeros que utilizan el servicio de transporte por carretera (discrecional), según el INE, dibuja una senda decreciente desde la mitad del pasado año hasta alcanzar un descenso del 1,3% en el primer trimestre de 2002. Por el contrario, el transporte en tren muestra un notable dinamismo: entre enero y marzo el número de viajeros que han utilizado este medio ha aumentado un 4% interanual, en 11.570 viajeros más.

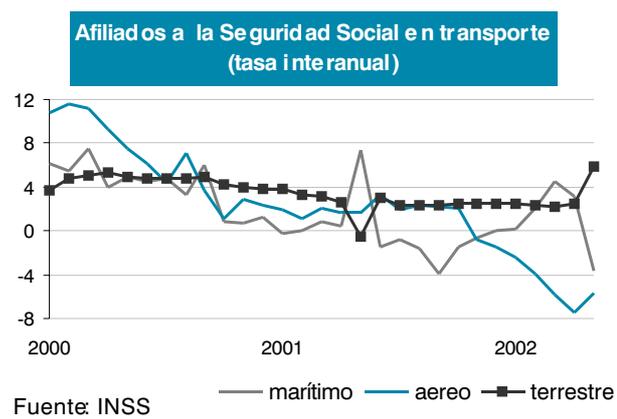
Los datos de FRONTUR referentes al número de turistas extranjeros según el medio de transporte que utilizan confirman los resultados anteriormente expuestos. Los turistas que visitan España y utilizan el transporte aéreo presentan un notable retroceso en los primeros seis meses del año (-4,9% interanual) frente al aumento del 6,2% que lo hacen a través del ferrocarril. No obstante, el avión es el medio de transporte más utilizado (71,3%). Por el contrario, el 85% de los españoles utilizan como medio de transporte el autobús (10%) y el coche particular (el 75% restante).



Una dinámica similar experimenta el transporte marítimo, con un aumento del número de pasajeros embarcados y desembarcados en puertos españoles del 2,8% respecto al periodo comprendido entre enero y abril de 2001. Sobresale el comportamiento expansivo del tráfico internacional de pasajeros en los puertos españoles, con un avance del 20% en los primeros cuatro meses del año. Los puertos del Mediterráneo están experimentando una significativa recuperación del

tráfico de cruceros. La búsqueda de puertos seguros tras la inestabilidad provocada por el conflicto palestino-israelí y la reticencia a viajar al norte de África son las principales causas de este importante crecimiento. La pujanza del sector se ha traducido en un crecimiento del empleo del 3,2% interanual.

Gráfico II.3.4



# Destinos

- 1.Andalucía
- 2.Aragón
- 3.Asturias
- 4.Baleares
- 5.Canarias
- 6.Cantabria
- 7.Castilla-León
- 8.Castilla La Mancha
- 9.Cataluña
- 10.C. Valenciana
- 11.Extremadura
- 12.Galicia
- 13.Madrid
- 14.Murcia
- 15.Navarra
- 16.País Vasco
- 17.La Rioja



## Nota Aclaratoria

Los gráficos que se presentan son el resultado de la explotación de la Encuesta de Clima Turístico elaborada por Exceltur, cuya muestra permite presentar resultados a escala autonómica con un grado de confianza del 90%.(vease anexo metodológico)

En el primer gráfico se presentan los resultados del Índice de Clima Turístico de España (ICTUR) comparado con el resultado del ICTUR para la CCAA en estudio y los índices de clima por subsectores (alojamiento, distribución y transporte) de la misma Comunidad. El ICTUR nacional agrega las opiniones sobre las ventas previstas, en este número, del tercer trimestre de 2002, las reservas del segundo trimestre de 2002 y el empleo del segundo trimestre de 2002, en relación con los mismos períodos del año 2001.

El segundo gráfico recoge los saldos obtenidos de las variables más relevantes del subsector de alojamiento en la CCAA.

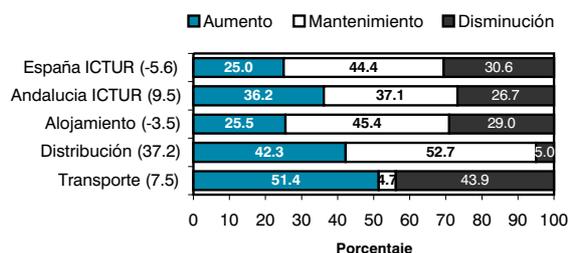
El tercer gráfico incorpora las valoraciones sobre política turística nacional y autonómica en cada CCAA, extraídas sobre las opiniones empresariales en el subsector del alojamiento.

Los resultados de los indicadores por subsectores están calculados como el promedio de las opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen los mismos, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100. Para una mejor comprensión de los resultados se puede consultar las notas explicativas de los apartados sectoriales generales del Informe Perspectivas.

# 1. ANDALUCÍA

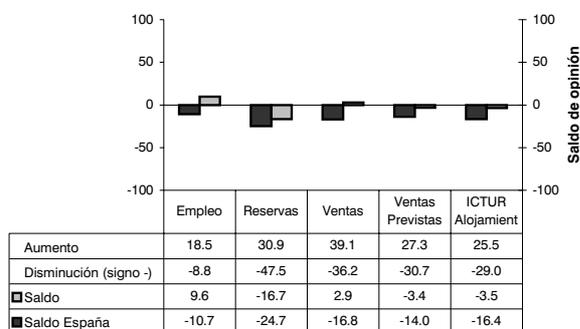
- Intenso ritmo de actividad turística y gran capacidad de superación de la desaceleración de la demanda por delante de otros mercados, gracias a un modelo de creciente diferenciación.
- Buen comportamiento de la distribución, a la cabeza de las CC.AA. y positivo tono del sector de alojamiento con un favorable clima en ventas, beneficios y empleo.
- Fuerte crecimiento del empleo por encima de la media española.
- El mayor consenso empresarial sobre la política turística se percibe positivamente en las actuaciones de las administraciones públicas en materia de promoción y formación. La opinión empresarial aconseja mejoras en seguridad, generación de oferta complementaria, infraestructuras, ordenación territorial, fiscalidad y protección ambiental.

## ICTUR por subsectores Andalucía



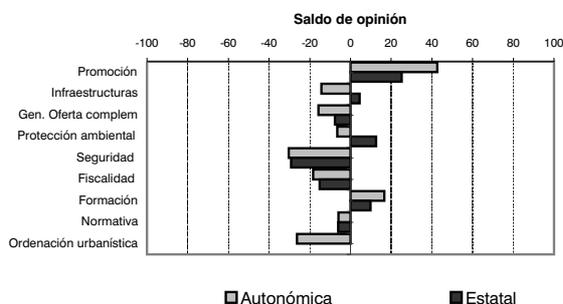
Fuente: EXCELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

## Clima Turístico Alojamiento en Andalucía



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

## Política Turística Autonómica y Estatal en Andalucía-Alojamiento



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

Andalucía	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
						I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	4,2	3,8	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	3,9	3,6	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
Entrada de turistas no residentes a la CCAA (1)	7.199.886	6,2	10,5	6,5	13,7	7,7	7,9	6,5	5,7	4,3	junio	
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>13.093.598</b>											
hoteles y hostales	11.334.328	--	4,6	1,5	4,3	3,6	2,2	-4,6	2,3	-1,2	mayo	
residentes	6.252.576	--	3,8	5,2	7,7	8,3	4,3	0,8	7,4	-0,3	mayo	
no residentes	5.081.753	--	5,7	-2,7	0,1	-0,7	-0,5	-11,5	-4,5	-2,1	mayo	
acampamentos	1.014.013	12,0	10,7	17,8	1,4	30,8	18,6	-13,9	56,7	-7,7	mayo	
apartamentos	690.296	--	--	-5,2	-15,7	-7,6	-4,7	8,7	26,6	6,4	mayo	
turismo rural	54.961	--	--	--	--	--	--	--	27,9	-6,8	mayo	
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>44.701.731</b>											
hoteles y hostales	35.278.084	--	3,1	2,2	1,4	3,4	4,9	-3,4	2,6	-1,1	mayo	
residentes	16.331.903	--	3,7	8,0	9,2	11,7	8,1	2,2	7,8	0,3	mayo	
no residentes	18.946.178	--	2,7	-2,4	-4,2	-1,8	1,7	-7,9	-1,6	-2,1	mayo	
acampamentos	3.832.739	12,4	15,3	21,2	15,2	38,0	21,8	0,1	24,6	-6,1	mayo	
apartamentos	5.410.657	--	--	-4,3	4,3	-7,3	-5,8	-3,7	7,8	0,6	mayo	
turismo rural	180.251	--	--	--	--	--	--	--	43,1	11,7	mayo	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				53,5	44,1	59,8	67,0	43,1	42,9	54,4	mayo	
Estancia media (días) (3)				3,1	2,9	3,0	3,6	2,8	2,9	2,9	mayo	
IPC- General de la CCAA	--	1,9	3,1	3,6	3,6	4,1	3,7	2,9	3,1	3,4	junio	
IPH- de la CCAA	--	--	--	8,3	10,8	11,2	7,9	3,3	5,7	3,2	mayo	
Personal empleado en hoteles (3)	26.646	15,3	9,1	5,9	7,9	5,2	5,9	4,7	1,6	5,8	mayo	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	265.334	--	5,2	5,6	6,2	6,3	5,6	4,4	4,6	4,8	mayo	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 2. ARAGÓN

La opinión positiva de los empresarios de alojamiento en el segundo trimestre muestra cierto dinamismo, confirmado por la evolución de las pernoctaciones hoteleras (4,3% trimestral interanual hasta mayo), y un indicador de clima turístico del sector en valores positivos y con importantes crecimientos en las ventas. Esta situación no es compartida por las empresas de transporte, si bien tienen poca incidencia en la llegada de turistas a la Comunidad.

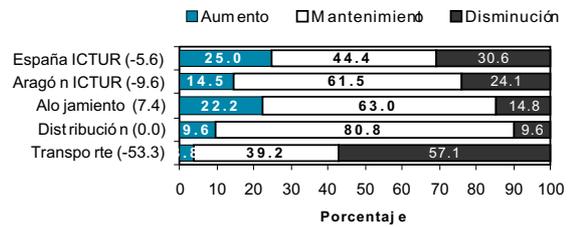
- Uno de los pilares del modelo aragonés, el turismo rural, ha experimentado en el segundo trimestre, con datos hasta el mes de mayo, una intensa caída.

- Los precios de los hoteles siguen una fuerte tendencia al alza, con crecimientos del 5,7% trimestral hasta mayo.

- Perspectivas de reducción de los ritmos de actividad en el alojamiento para el tercer trimestre.

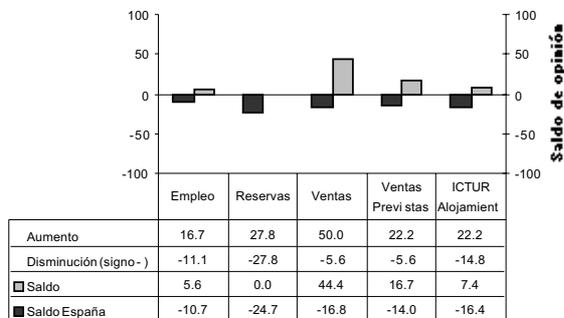
- La opinión empresarial aconseja la necesidad de avanzar en las políticas turísticas que se apuntan en el gráfico inferior.

### ICTUR por subsectores Aragón



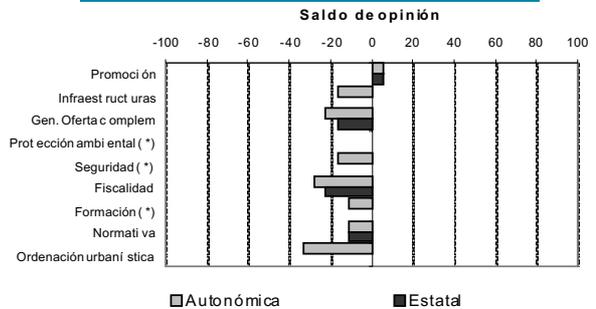
Fuente: EXC ELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en Aragón



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- Aragón Alojamiento



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cercanos a cero.

Aragón	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001 nº personas	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
					I	II	III	IV	I	II		
VAB	--	1.7	3.7	--	--	--	--	--	--	--	--	2001
VAB- Servicios	--	2.4	3.5	--	--	--	--	--	--	--	--	2001
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>2,182,302</b>											
hoteles y hostales	1,796,942	--	6.3	1.9	6.5	3.3	-0.6	-0.2	6.7	0.1	mayo	
residentes	1,545,303	--	5.5	2.9	7.0	3.6	0.9	1.2	7.3	0.3	mayo	
no residentes	251,639	--	11.0	-4.0	1.6	1.9	-7.2	-10.8	1.3	-1.3	mayo	
acampamentos	258,857	0.6	5.8	13.4	9.7	23.6	7.7	71.0	164.0	5.8	mayo	
apartamentos	33,753	--	--	23.8	-11.4	57.3	42.2	78.3	-3.0	26.9	mayo	
turismo rural	92,750	--	--	--	--	--	--	--	24.9	-8.4	mayo	
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>5,040,306</b>											
hoteles y hostales	3,720,449	--	3.8	0.8	6.2	0.3	-3.2	2.9	10.1	4.3	mayo	
residentes	3,270,665	--	2.6	1.9	7.1	0.9	-1.8	4.1	10.1	4.3	mayo	
no residentes	449,782	--	12.8	-6.7	-0.8	-2.6	-11.3	-8.2	9.4	4.5	mayo	
acampamentos	838,415	18.7	4.7	17.6	17.4	43.9	10.0	96.3	284.4	-2.8	mayo	
apartamentos	157,589	--	--	37.1	9.6	94.4	34.4	77.7	-7.7	9.4	mayo	
turismo rural	323,853	--	--	--	--	--	--	--	56.5	6.7	mayo	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				36.9	33.6	34.9	45.6	33.5	36.5	35.4	mayo	
Estancia media (días) (3)				2.1	2.2	1.9	2.2	2.0	2.2	2.1	mayo	
<b>IPC - General de la CCAA</b>	--	2.4	3.3	3.5	3.8	4.3	3.3	2.5	3.2	3.6	junio	
<b>IPH - de la CCAA</b>	--	--	--	6.8	10.6	4.8	6.6	5.2	3.7	5.7	mayo	
Personal empleado en hoteles (3)	3,362	13.7	-3.1	-3.8	6.0	2.1	-10.2	-11.7	-10.1	-12.7	mayo	
Afiliados Seguridad Social en el sector turístico (5)	52,312	--	4.1	4.1	5.2	4.5	3.2	3.5	3.1	3.0	mayo	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familiar

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

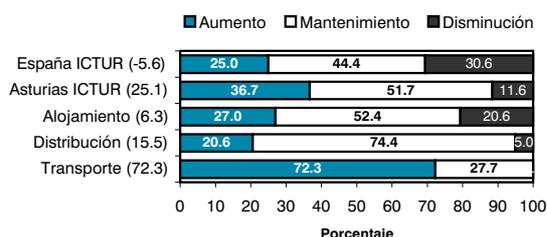
(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61, 62,63,92

### 3. ASTURIAS

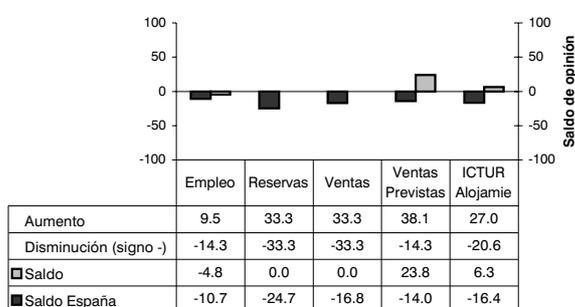
- Destino turístico en proceso de consolidación con una oferta reglada en expansión y un clima optimista por parte de los empresarios del sector turístico.
- Crecimiento muy intenso en el segundo trimestre en los segmentos de turismo rural y acampamentos, y un clima positivo percibido por los empresarios hoteleros.
- El empleo en el sector hotelero está creciendo a una tasa interanual trimestral (hasta mayo) del 8,5%, con una desaceleración de los precios.
- Buenas perspectivas de crecimiento para el tercer trimestre del año en alojamiento y distribución.
- Favorable opinión empresarial sobre la política pública de seguridad, promoción y formación.
- Se percibe por parte de los empresarios del sector del alojamiento, como necesaria una mejora en elementos de ocio complementaria, política urbanística e infraestructuras.

#### ICTUR por subsectores Asturias



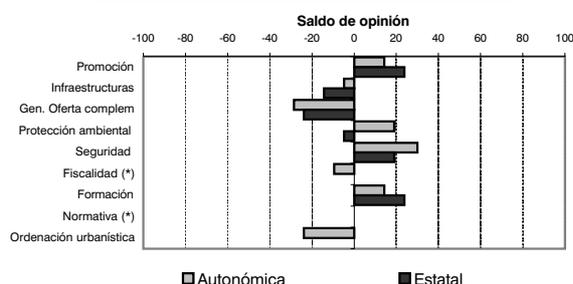
Fuente: EXCELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

#### Clima Turístico Alojamiento en Asturias



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

#### Política Turística Autonómica y Estatal- Asturias Alojamiento



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

Asturias	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
	nºpersonas					I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	1.5	4.1	--	--	--	--	--	--	--	--	2001
VAB- Servicios	--	1.7	3.5	--	--	--	--	--	--	--	--	2001
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>1,320,304</b>											
hoteles y hostales	1,063,778	--	5.7	1.2	6.0	3.8	0.8	-4.4	10.0	-1.5		mayo
residentes	957,463	--	5.6	1.4	5.5	4.9	1.0	-4.8	10.3	-2.1		mayo
no residentes	106,314	--	6.8	-0.3	13.4	-3.9	-0.7	0.4	6.1	4.7		mayo
acampamentos	166,457	3.6	7.7	9.1	9.5	15.0	8.0	58.0	818.2	63.3		mayo
apartamentos	27,207	--	--	22.6	20.6	22.3	20.5	28.5	87.7	9.1		mayo
turismo rural	62,862	--	--	--	--	--	--	--	105.6	45.3		mayo
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>3,560,658</b>											
hoteles y hostales	2,434,269	--	13.4	3.9	13.8	7.6	3.4	-5.4	17.8	-2.6		mayo
residentes	2,210,913	--	14.0	4.2	13.4	8.5	3.9	-5.1	18.3	-3.1		mayo
no residentes	223,350	--	7.6	0.3	18.4	1.4	-1.2	-8.9	11.7	2.0		mayo
acampamentos	761,331	20.2	24.7	13.7	51.0	-1.0	14.8	44.4	1108.4	27.9		mayo
apartamentos	135,370	--	--	23.6	11.2	55.5	16.8	27.8	137.8	22.8		mayo
turismo rural	229,688	--	--	--	--	--	--	--	252.3	97.9		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				36.1	22.3	35.4	58.9	27.8	22.9	27.5		mayo
Estancia media (días) (3)				2.2	2.0	2.1	2.5	2.1	2.1	2.1		mayo
IPC- General de la CCAA	--	2.5	3.2	3.6	4.0	4.2	3.6	2.6	3.3	3.8		junio
IPH- de la CCAA	--	--	--	4.0	3.6	4.3	1.4	6.8	5.2	0.9		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	2,126	10.5	1.6	10.3	16.1	9.9	12.6	3.1	5.6	8.5		mayo
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	46,186	--	4.8	2.8	2.8	3.3	2.6	2.7	3.0	3.3		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 4. BALEARES

Destino en plena recesión por la importante caída de la demanda externa, en especial del mercado alemán.

- Fuerte deterioro del clima empresarial en el segundo trimestre que tiene el máximo exponente en el sector de alojamiento, especialmente en los establecimientos de menor categoría, y en el transporte nacional.

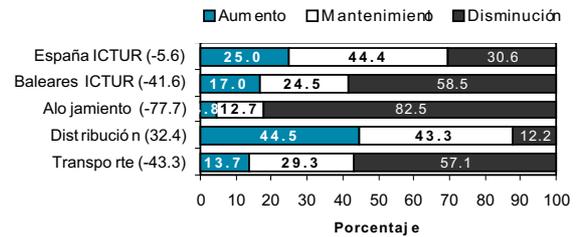
- Generalizada reducción de los precios de alojamiento como instrumento para incrementar los niveles de ocupación. Y compensar el uso creciente de la oferta de alojamiento residencial por parte de los turistas nacionales y extranjeros.

- Perspectivas pesimistas para el tercer trimestre en todos los ámbitos determinantes de la dinámica empresarial.

- Percepción empresarial muy negativa de la política turística autonómica en el campo de la fiscalidad, la promoción, la generación de elementos de oferta complementaria y las infraestructuras asociadas al turismo.

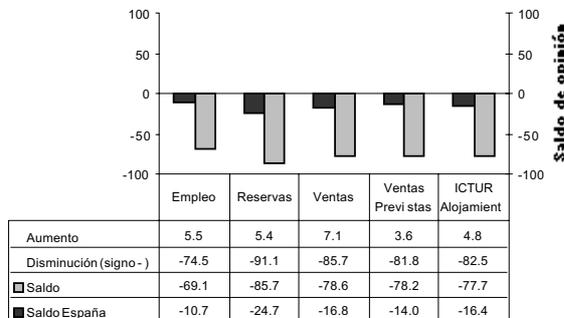
- Valoración positiva de los empresarios sobre la política de infraestructuras y promoción de la Administración Central.

### ICTUR por subsectores Baleares



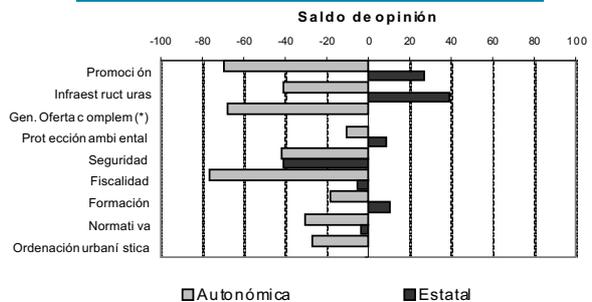
Fuente: EXC ELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en Baleares



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- Baleares Alojamiento



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) el saldo se cerciora a cero.

Baleares	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
	nº personas					I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	1,4	3,8	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	0,9	4,0	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
Entrada de turistas no residentes con destino la CCAA (1)	10.290.339	7,9	-0,6	-1,6	4,0	-0,4	-2,4	-1,6	-2,0	-5,4		junio
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>8.127.082</b>											
hoteles y hostales	6.961.325	--	-5,1	4,1	2,0	6,0	3,9	1,3	-2,8	-9,8		mayo
residentes	1.054.227	--	8,1	-4,9	7,5	-7,2	1,4	-26,7	-12,6	8,1		mayo
no residentes	5.907.100	--	-7,3	5,9	-1,2	8,2	4,2	10,2	3,4	-13,8		mayo
acampamentos	19.263	50,5	4,4	-31,2	--	-27,0	-32,4	--	--	-23,0		mayo
apartamentos	1.103.690	--	--	-27,7	43,2	-37,7	-20,7	-23,2	-10,2	-25,6		mayo
turismo rural	42.804	--	--	--	--	--	--	--	414,5	91,6		mayo
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>67.610.989</b>											
hoteles y hostales	53.583.976	--	-9,0	0,3	-3,0	-3,4	2,7	2,9	-13,3	-16,1		mayo
residentes	4.864.631	--	2,9	-16,1	-5,7	-9,9	-19,2	-32,0	-15,4	-8,1		mayo
no residentes	48.719.343	--	-10,3	2,3	-2,1	-2,7	4,8	8,7	-12,6	-17,3		mayo
acampamentos	123.473	101,0	16,5	-22,7	--	-32,3	-19,9	--	--	9,6		mayo
apartamentos	13.708.993	--	--	-3,6	30,3	1,9	-5,3	-13,2	-22,5	-26,0		mayo
turismo rural	194.547	--	--	--	--	--	--	--	253,3	125,2		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)					67,6	59,6	69,9	89,1	51,7	52,5	57,9	mayo
Estancia media (días) (3)					7,4	7,0	6,9	8,3	7,4	6,4	5,9	mayo
<b>IPC- General de la CCAA</b>	--	2,3	3,6	4,1	4,1	4,6	4,0	3,5	3,4	3,8		junio
<b>IPH- de la CCAA</b>	--	--	--	6,4	10,6	7,1	4,6	3,2	-1,5	0,7		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	26.681	25,2	-3,4	5,6	-1,1	5,9	6,8	6,7	-7,2	-11,9		mayo
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	102.327	--	3,5	2,7	6,4	0,1	4,4	0,7	-0,1	4,3		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontury Familiar

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

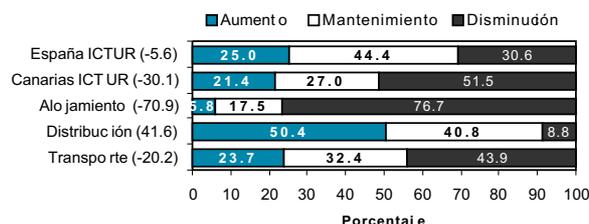
(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 5. CANARIAS

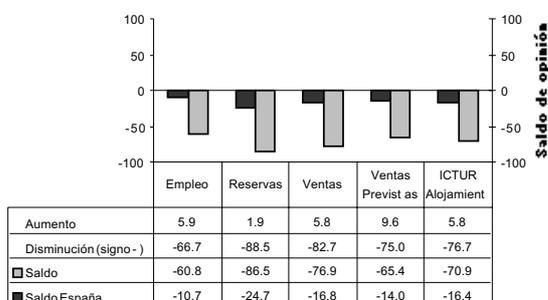
- Situación de caída de la actividad turística reflejada en el Índice de Clima Turístico para el segundo trimestre, ya de temporada media para las islas. Detrás de Baleares es la Comunidad Autónoma donde el clima turístico del segundo trimestre es más negativo con relación a la situación de 2001.
- Caída de los mercados exteriores compensada por un buen comportamiento del mercado nacional.
- Destino donde el consenso sobre la evolución a la baja en los precios de alojamiento es mayor, corroborado con una caída trimestral interanual del 3,2% del IPH.
- Opinión muy positiva de la distribución nacional sobre el mercado canario.
- Perspectivas de leve mejora para el tercer trimestre dentro de un clima pesimista.
- Necesidad de seguir avanzando, según la opinión de los empresarios, en seguridad, ordenación territorial y nuevos elementos de diversificación. Favorable opinión sobre la política de promoción

### ICTUR por subsectores Canarias



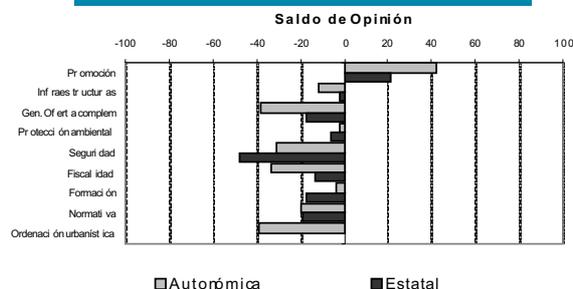
Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en Canarias



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autónoma y Estatal- Canarias Alojamiento



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

Canarias	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		
	nº personas					I	II	III	IV	I	II	Ultimo dato
VAB	--	4,6	4,4	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	4,0	3,7	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
Entrada de turistas no residentes con destino la CCAA (1)	10.771.617	2,0	2,1	1,3	6,6	3,7	2,6	1,3	-1,3	-2,9		junio
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>10.203.453</b>											
hoteles y hostales	4.812.570	--	-3,3	-1,8	0,5	-4,9	0,0	-2,9	3,5	-3,6		mayo
residentes	1.350.455	--	-3,6	-4,4	-7,3	-7,9	-0,1	-3,7	12,7	5,3		mayo
no residentes	3.462.114	--	-3,2	-0,8	2,8	-3,5	0,0	-2,6	1,0	-6,6		mayo
acampamentos	16.776	--	-24,6	38,0	72,6	24,5	27,3	51,9	-25,2	-58,7		mayo
apartamentos	5.349.790	--	--	-2,3	-4,5	-3,9	-3,9	3,2	4,7	-2,5		mayo
turismo rural	24.317	--	--	--	--	--	--	--	-7,0	-11,7		mayo
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>88.443.857</b>											
hoteles y hostales	37.791.400	--	-6,0	0,1	1,7	0,1	0,6	-2,0	0,8	-4,7		mayo
residentes	5.792.702	--	-1,3	-4,1	-7,8	-7,9	1,4	-5,9	13,3	4,7		mayo
no residentes	31.998.700	--	-6,9	0,9	3,0	1,7	0,4	-1,4	-0,7	-6,2		mayo
acampamentos	100.317	--	31,9	5,7	29,9	-24,6	4,1	30,0	17,6	-28,8		mayo
apartamentos	50.354.271	--	--	-5,6	-3,0	-5,9	-6,9	-6,4	-2,4	-5,3		mayo
turismo rural	197.869	--	--	--	--	--	--	--	-16,4	-24,9		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)					70,6	72,0	65,8	75,1	69,7	70,6	65,4	mayo
Estancia media (días) (3)					7,9	7,8	7,8	8,3	7,6	7,6	7,6	mayo
<b>IPC- General de la CCAA</b>	--	2,3	3,1	3,1	3,3	3,5	3,2	2,4	2,3	2,5		junio
<b>IPH- de la CCAA</b>	--	--	--	1,0	3,2	2,3	1,9	-3,4	-1,3	-3,2		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	26.588	55,9	1,7	4,6	6,7	7,1	2,6	2,1	-3,7	-5,9		mayo
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	151.132	--	5,7	4,7	5,7	5,2	4,4	3,5	2,6	2,1		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontury Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

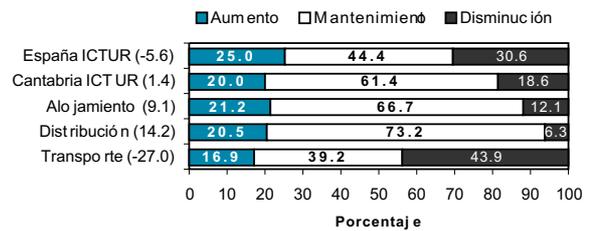
(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 6. CANTABRIA

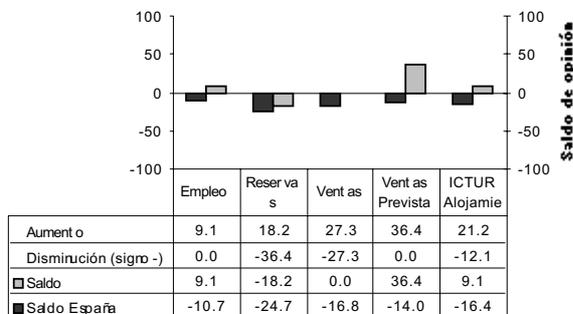
- Clima de crecimiento de la actividad en el segundo trimestre frente a la situación de 2001, con crecimientos de dos dígitos en viajeros alojados y en pernoctaciones
  - Fuerte crecimiento de las nuevas tipologías de productos turísticos, en especial reflejado en el alojamiento de turismo rural, y avance del turismo como un elemento determinante de su modelo de crecimiento económico.
  - Decrecimiento de la estancia media
  - Buen comportamiento como mercado receptor del turismo nacional identificado en el clima del sector de la distribución.
  - Mejora generalizada del clima empresarial para la temporada de verano de los meses de julio, agosto y septiembre.
- Los empresarios tienen una muy buena opinión sobre la política de seguridad, protección ambiental y promoción en la Comunidad. Necesidad de avance en infraestructuras.

### ICTUR por subsectores Cantabria



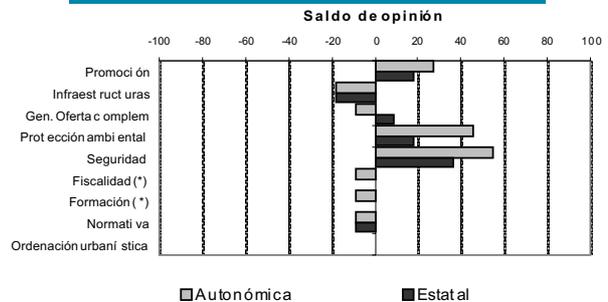
Fuente: EXC ELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en Cantabria



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- Cantabria Alojamiento



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

Cantabria	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001 nºpersonas	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
					I	II	III	IV	I	II		
VAB		--	4.2	4.6	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios		--	4.2	3.4	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>1,297,152</b>											
hoteles y hostales	899,402	--	0.3	0.3	1.6	-2.3	-2.2	10.2	23.2	12.2		mayo
residentes	756,993	--	-1.4	1.7	0.5	-0.7	-1.0	13.0	22.0	12.2		mayo
no residentes	142,409	--	9.6	-6.2	13.1	-8.4	-7.8	-4.8	34.2	11.8		mayo
acampamentos	271,748	6.6	6.9	35.1	93.1	119.7	17.9	789.4	915.2	35.8		mayo
apartamentos	34,063	--	--	6.3	-13.7	-7.2	10.8	33.2	55.9	68.3		mayo
turismo rural	91,939	--	--	--	--	--	--	--	73.4	42.8		mayo
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>3,707,705</b>											
hoteles y hostales	2,237,358	--	1.3	3.2	1.4	2.3	1.1	13.7	24.8	6.0		mayo
residentes	1,928,695	--	-0.6	4.0	3.2	4.0	1.4	14.3	22.9	5.8		mayo
no residentes	308,662	--	14.4	-1.6	-13.2	-4.8	-1.1	10.4	44.4	7.3		mayo
acampamentos	1,029,901	-1.6	7.4	38.5	76.2	147.6	26.2	612.8	2401.7	62.3		mayo
apartamentos	174,964	--	--	-0.4	-49.3	-25.6	7.4	55.0	108.3	89.7		mayo
turismo rural	265,482	--	--	--	--	--	--	--	110.6	37.5		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				39.2	24.2	39.9	61.4	31.1	26.6	34.8		mayo
Estancia media (días) (3)				2.3	2.0	2.3	2.9	2.1	2.0	2.1		mayo
<b>IPC- General de la CCAA</b>	--	2.4	3.2	3.3	3.4	3.7	3.3	2.8	3.0	3.4		junio
<b>IPH- de la CCAA</b>	--	--	--	5.1	7.6	4.8	1.9	6.1	4.7	-2.5		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	1,437	2.7	-6.4	0.7	-7.9	-0.1	7.2	-1.5	50.8	35.2		mayo
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	25,737	--	5.3	4.9	5.3	5.4	5.0	4.0	3.2	2.4		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

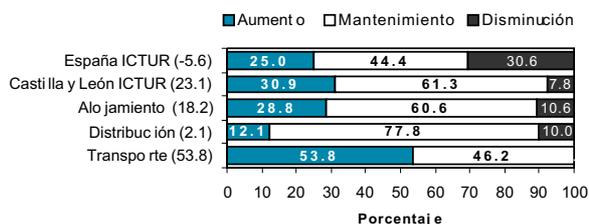
(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61, 62,63,92

## 7. CASTILLA Y LEÓN

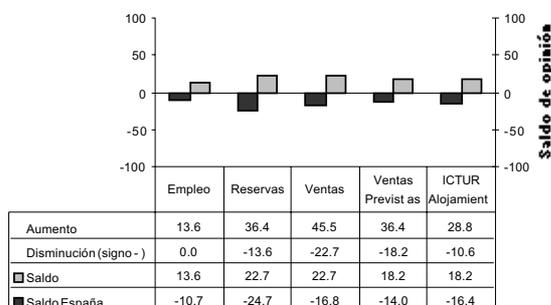
- Elevado dinamismo en el segundo trimestre del año, con el ICTUR en valores positivos para el alojamiento, el transporte y la distribución.
- Favorable comportamiento del alojamiento a pesar del crecimiento de los precios cifrado en el 4,1%, según el IPH (datos trimestrales interanuales hasta mayo).
- Ganancia de cuota relativa en el segmento de no residentes con un crecimiento de los viajeros alojados en hoteles del 8,0% de media en los cinco primeros meses de 2002.
- Perspectivas de mantenimiento del dinamismo para el tercer trimestre en los mismos niveles que en los meses de abril, mayo y junio.
- Los empresarios valoran positivamente el esfuerzo público en promoción.
- Valoración levemente negativa de la política turística en oferta complementaria y fiscalidad como principales vectores de actuación a escala autonómica.

### ICTUR por subsectores Castilla y León



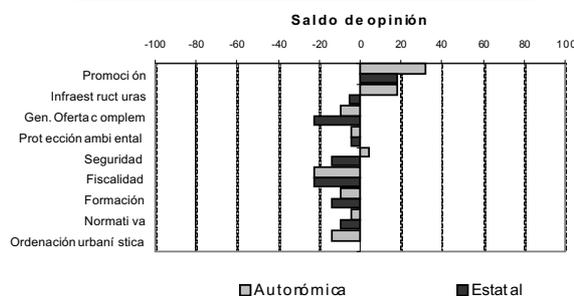
Fuente: EXC ELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en Castilla y León



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- Castilla y León Alojamiento



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cercanos a cero.

Castilla y León	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
	nºpersonas					I	II	III	IV	I	II	
VAB		--	2.4	4.3	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios		--	2.9	3.4	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>4,229,077</b>											
hoteles y hostales	3,677,323	--	2.7	2.7	7.9	1.4	3.0	0.2	4.5	5.0	mayo	
residentes	2,987,311	--	1.6	3.5	8.0	1.7	3.6	2.1	3.7	4.4	mayo	
no residentes	690,011	--	7.7	-0.6	7.3	0.3	0.8	-9.8	9.8	7.5	mayo	
acampamentos	321,757	13.9	16.3	-4.6	-28.6	-10.4	-2.2	-2.0	46.1	-25.0	mayo	
apartamentos	3,350	--	--	177.8	664.3	146.8	54.5	471.0	6.0	71.8	mayo	
turismo rural	226,647	--	--	--	--	--	--	--	51.4	24.0	mayo	
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>7,569,511</b>											
hoteles y hostales	6,204,243	--	5.2	4.4	8.6	3.1	2.6	5.5	10.1	8.0	mayo	
residentes	5,199,305	--	4.2	5.0	8.5	3.4	3.0	7.0	10.1	8.0	mayo	
no residentes	1,004,937	--	10.8	1.4	9.6	2.2	0.8	-3.8	10.3	8.2	mayo	
acampamentos	801,500	11.9	9.3	-0.8	-44.3	-8.1	2.1	-8.2	108.4	-31.1	mayo	
apartamentos	11,474	--	--	112.6	130.1	20.4	57.7	1559.8	51.2	161.5	mayo	
turismo rural	552,294	--	--	--	--	--	--	--	81.1	22.2	mayo	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)					37.5	28.3	39.4	48.1	34.0	29.4	36.9	mayo
Estancia media (días) (3)					1.7	1.7	1.7	1.6	1.7	1.8	1.8	mayo
IPC- General de la CCAA	--	2.2	3.4	3.7	3.8	4.4	3.9	2.7	3.1	3.3	junio	
IPH- de la CCAA	--	--	--	4.5	4.5	5.7	4.9	3.0	5.0	4.1	mayo	
Personal empleado en hoteles (3)	5,571	19.6	-7.5	5.5	6.2	5.4	5.0	5.4	2.9	4.0	mayo	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	97,472	--	3.8	3.5	3.9	3.7	3.0	3.5	3.5	3.5	mayo	

Dato elaborado sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familiar

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

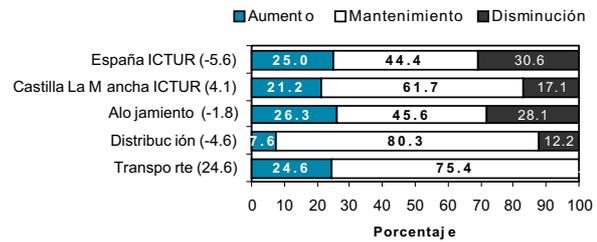
(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61, 62,63,92

## 8. CASTILLA LA MANCHA

- El segundo trimestre de 2002 se encuentra sometido a un proceso de caída de la actividad turística en alojamientos hoteleros que se identifica claramente en las Encuestas de ocupación del INE, y la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.
- Reducida estancia media (1,6 días en alojamientos hoteleros) por el predominio del excursionismo y la segunda residencia de habitantes en Madrid.

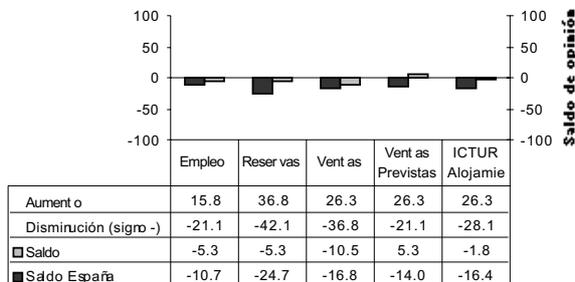
Se percibe un consenso entre los empresarios sobre la necesidad de poner en marcha iniciativas de política turística en el conjunto de ámbitos de competencia pública, especialmente autonómica.

### ICTUR por subsectores Castilla La Mancha



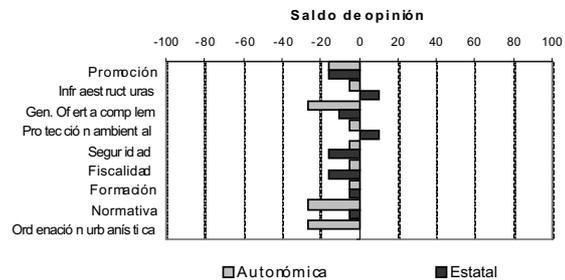
Fuente: EXC ELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en Castilla La Mancha



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- Castilla La Mancha Alojamiento



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

Castilla-La Mancha	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
	nº personas					I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	0.2	4.1	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	1.5	3.4	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>2,038,557</b>											
hoteles y hostales	1,884,560	--	3.4	2.0	8.1	4.8	0.8	-3.9	-1.6	-5.8	mayo	
residentes	1,563,782	--	3.4	3.0	7.2	4.8	2.0	-0.9	-0.5	-6.8	mayo	
no residentes	320,779	--	3.5	-2.3	14.2	4.8	-4.2	-19.4	-7.9	-1.4	mayo	
acampamentos	88,860	-11.9	6.4	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	mayo	
apartamentos	6,896	--	--	-0.4	-37.0	-7.5	5.3	57.4	100.8	82.7	mayo	
turismo rural	58,241	--	--	--	--	--	--	--	77.0	34.0	mayo	
<b>Pernoctaciones en abjamientos (2)</b>	<b>3,422,129</b>											
hoteles y hostales	3,045,766	--	5.2	6.1	11.7	8.3	4.6	1.5	4.2	-4.9	mayo	
residentes	2,580,021	--	5.5	6.9	10.1	8.0	5.8	4.7	5.7	-5.9	mayo	
no residentes	465,746	--	3.4	1.8	22.2	9.5	-1.3	-16.0	-4.6	-0.1	mayo	
acampamentos	204,892	-21.0	12.4	4.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	mayo	
apartamentos	22,189	--	--	27.1	14.2	24.0	12.5	117.1	60.9	54.9	mayo	
turismo rural	149,282	--	--	--	--	--	--	--	89.5	20.5	mayo	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				32.4	26.1	34.6	38.5	30.2	26.9	31.6	mayo	
Estancia media (días) (3)				1.6	1.5	1.6	1.7	1.6	1.6	1.6	mayo	
IPC- General de la CCAA	--	1.8	3.5	3.5	3.7	4.2	3.6	2.4	2.9	3.5	junio	
IPH- de la CCAA	--	--	--	5.7	4.3	6.4	5.9	6.2	6.7	4.6	mayo	
Personal empleado en hoteles (3)	2,751	21.6	-13.3	-1.0	-4.5	0.7	2.7	-3.1	0.2	-3.1	mayo	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	55,229	--	5.5	4.9	5.2	5.0	4.4	5.0	4.8	4.6	mayo	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familiar

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 9. CATALUÑA

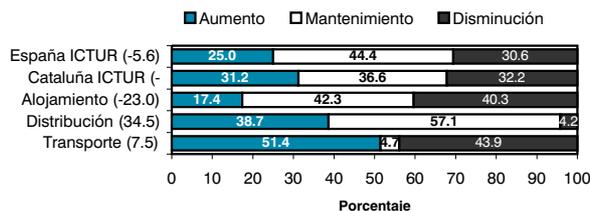
- Mejor comportamiento que la media de territorios turísticos españoles. La llegada de turistas extranjeros crece al 12,6% con datos hasta el mes de abril, y los viajeros y las pernoctaciones se encuentran creciendo a tasas entorno al 5,0% gracias al dinamismo de la demanda exterior.

- El fuerte crecimiento de los turistas extranjeros se explica por una exitosa política de promoción, con más incidencia en los segmentos de mayor gasto medio por turista. Barcelona es la principal referencia de esta tendencia.

- Cataluña es destacada por las agencias de viajes españolas como un destino que registra aumentos en sus ventas, derivado de la opinión empresarial. El sector de Alojamiento refleja un clima negativo con un nivel de -23, mientras la opinión de los empresarios del transporte y la distribución se encuentran en valores positivos.

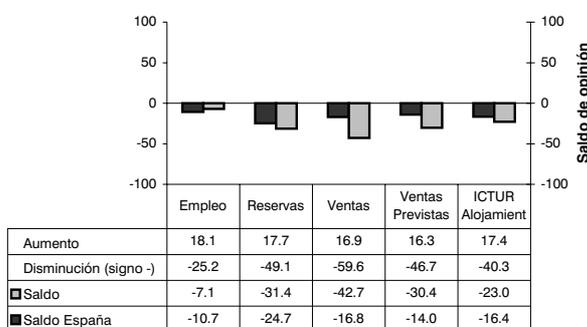
- La valoración de los empresarios reconoce el esfuerzo de las administraciones públicas en promoción y generación de oferta complementaria. No obstante, se apunta a la necesidad de mejorar las actuaciones en materia de seguridad y fiscalidad, esencialmente.

### ICTUR por subsectores Cataluña



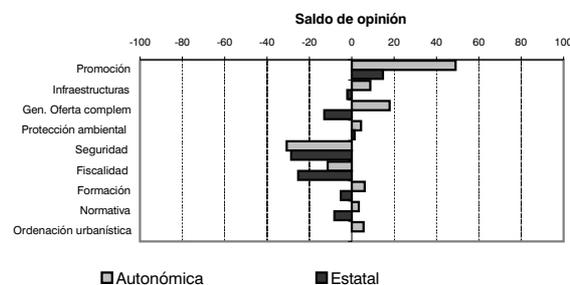
Fuente: EXCELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en Cataluña



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- Cataluña Alojamiento



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

Cataluña	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
nº personas					I	II	III	IV	I	II		
VAB	--	3,4	4,3	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	4,1	4,0	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
Entrada de turistas no residentes con desino la CCAA (1)	10.021.520	18,8	-3,8	9,2	14,7	-2,2	8,5	9,2	11,6	10,9		junio
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>13.401.145</b>											
hoteles y hostales	10.224.363	--	2,8	0,6	3,1	-0,6	2,3	-2,8	5,0	5,4		mayo
residentes	4.604.886	--	2,8	1,5	2,7	0,8	3,0	-0,9	3,1	-0,8		mayo
no residentes	5.619.481	--	2,9	-0,1	3,6	-1,6	1,8	-4,7	7,4	10,5		mayo
acampamentos	2.416.614	29,8	7,2	9,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		mayo
apartamentos	609.948	--	--	2,0	3,8	9,8	-0,4	-5,8	21,8	-6,2		mayo
turismo rural	150.220	--	--	--	--	--	--	--	19,3	12,4		mayo
<b>Pernoctaciones en abjamientos (2)</b>	<b>57.757.792</b>											
hoteles y hostales	36.775.542	--	3,1	-0,1	1,8	-1,9	1,6	-2,9	5,1	5,1		mayo
residentes	12.720.465	--	4,6	1,7	-2,0	1,3	3,1	3,1	4,5	-2,2		mayo
no residentes	24.055.079	--	2,4	-1,0	6,5	-3,3	0,9	-6,8	5,9	9,4		mayo
acampamentos	14.787.372	19,1	3,8	7,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		mayo
apartamentos	5.738.446	--	--	-3,4	21,7	5,9	-6,2	-11,6	34,2	-8,8		mayo
turismo rural	456.432	--	--	--	--	--	--	--	34,6	4,5		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				54,4	42,8	56,1	74,3	44,4	42,8	51,3		mayo
Estancia media (días) (3)				3,3	2,5	3,4	4,6	2,8	2,5	3,0		mayo
<b>IPC- General de la CCAA</b>	<b>--</b>	<b>2,8</b>	<b>3,8</b>	<b>3,5</b>	<b>3,9</b>	<b>4,1</b>	<b>3,5</b>	<b>2,8</b>	<b>3,1</b>	<b>3,7</b>		junio
<b>IPH- de la CCAA</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>9,5</b>	<b>7,9</b>	<b>10,8</b>	<b>10,4</b>	<b>8,9</b>	<b>8,1</b>	<b>6,4</b>		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	21.512	24,7	2,1	4,4	5,8	2,9	5,5	3,6	0,6	3,4		mayo
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	366.322	--	5,7	4,0	5,0	4,3	3,2	3,4	3,4	2,9		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 10. COMUNIDAD VALENCIANA

El clima turístico de la región se ha visto condicionado por un moderado crecimiento de la demanda externa y la desaceleración de la demanda interna. El modelo de fuerte presencia de alojamientos residenciales le hace menos vulnerable a la caída de la demanda contratada por turoperadores (como reflejan los resultados de la encuesta en distribución), si bien el sector de alojamiento sí está experimentado sus negativas consecuencias, tanto en términos de viajeros como de pernoctaciones.

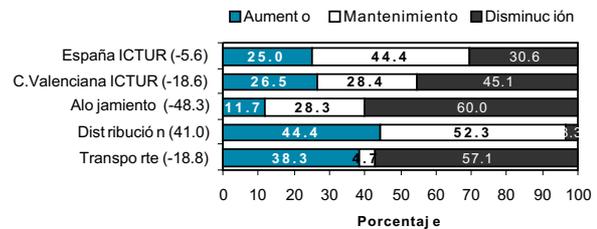
- El Índice de Clima Turístico del alojamiento y el de transporte se situaban en valores negativos en el segundo trimestre del año. En el caso del alojamiento, el empresariado valenciano da muestras de un menor ritmo de crecimiento de los precios, reflejado en los datos del IPH hasta mayo que registran un 2,9% trimestral interanual, por debajo de los niveles de inflación de la Comunidad.

Cabe apuntar que la muestra manejada de la Encuesta de Clima Turístico tiene representatividad para hoteles urbanos, y no para hoteles vacacionales, hecho que se tratará de corregir en las próximas ediciones.

- A pesar de la desaceleración en el sector del alojamiento, el empresariado tiene plena confianza en los avances en su modelo turístico, gracias a una política pública que es valorada muy positivamente en todos sus ámbitos.

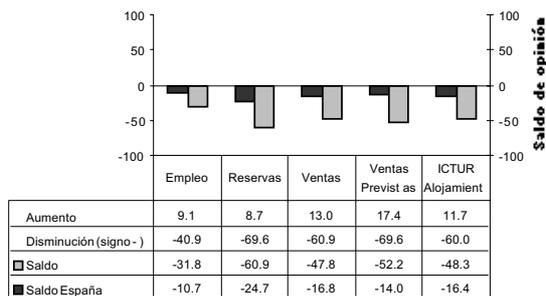
Este sector no espera sin embargo, una mejora de la situación para el tercer trimestre del año, si bien las agencias de viajes y turoperadores españoles sitúan a la Comunidad Valenciana entre los destinos de mayor dinamismo en las ventas en el segundo trimestre frente al mismo período de 2001

### ICTUR por subsectores C.Valenciana



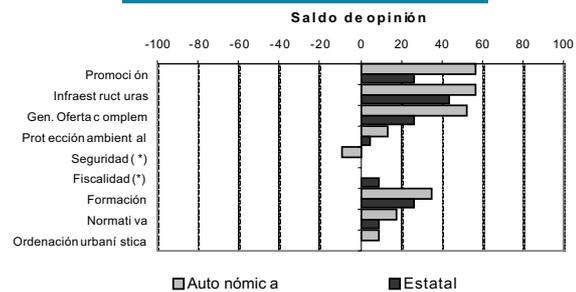
Fuente: EXC ELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en C.Valenciana



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal C.Valenciana Alojamiento



Fuente: EXC ELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. C (\*) Los saldos cero o cercanos a cero.

C.Valenciana	Valor nº personas	Tasas de variación interanual										
		1999				2001				2002		Ultimo dato
		1999	2000	2001	2001	I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	3,7	4,4	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicijs	--	3,0	4,1	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
Entrada de turistas no residentes con destino la CCAA (1)	4.537.383	5,6	2,5	1,9	9,0	1,6	1,7	1,9	1,9	2,6	junio	
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>6.259.831</b>											
hoteles y hostales	4.788.497	--	2,2	6,4	14,4	10,6	-1,9	7,6	-0,6	-0,5	mayo	
residentes	3.257.675	--	4,5	9,7	21,2	14,1	0,0	11,4	-2,6	-2,8	mayo	
no residentes	1.530.823	--	-2,0	0,1	3,3	3,9	-6,0	0,9	3,2	4,2	mayo	
acampamentos	612.218	9,3	10,9	3,7	11,6	20,3	-3,2	-7,0	67,8	-7,8	mayo	
apartamentos	803.040	--	--	8,4	14,8	17,9	2,8	8,9	42,5	-7,4	mayo	
turismo rural	56.076	--	--	--	--	--	--	--	23,9	1,1	mayo	
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>33.849.642</b>											
hoteles y hostales	20.412.830	--	4,9	1,6	4,0	5,1	1,0	-3,6	1,8	-2,0	mayo	
residentes	11.836.882	--	7,1	8,5	19,9	12,0	4,5	4,3	4,9	-1,8	mayo	
no residentes	8.575.946	--	2,5	-6,5	-6,9	-3,0	-5,3	-11,5	-0,8	-2,2	mayo	
acampamentos	5.014.621	11,7	13,3	13,2	24,5	20,3	9,0	7,8	18,7	-1,8	mayo	
apartamentos	8.257.197	--	--	2,5	7,7	7,2	-1,4	8,6	15,7	2,6	mayo	
turismo rural	164.994	--	--	--	--	--	--	--	69,8	20,5	mayo	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				63,3	56,2	64,7	76,0	56,2	54,5	58,7	mayo	
Estancia media (días) (3)				4,2	4,0	4,1	4,7	4,0	4,1	4,0	mayo	
IPC- General de la CCAA	--	2,0	3,4	3,6	3,8	4,2	3,5	2,8	3,0	3,5	junio	
IPH- de la CCAA	--	--	--	5,7	3,2	9,1	8,5	2,0	2,8	2,9	mayo	
Personal empleado en hoteles (3)	10.974	12,1	-13,4	21,2	3,1	23,5	23,2	34,0	22,7	9,0	mayo	
Afiliados Seg.Sodal en el sector turístico (5)	188.099	--	5,2	6,7	6,1	6,9	7,4	6,4	5,8	5,8	mayo	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 11. EXTREMADURA

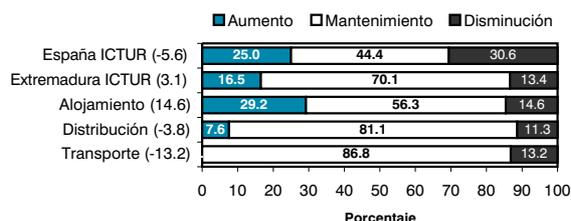
- En esta comunidad contrasta con una visión negativa del transporte y con los malos resultados que presenta la encuesta de ocupación hotelera del INE. Sólo el turismo extranjero muestra un cierto dinamismo, con importantes crecimientos en los cinco primeros meses del año.

- Las perspectivas de los empresarios para el próximo trimestre están más en consonancia con los menores ritmos de actividad apreciados por los sectores de la distribución y el transporte. No obstante, cabe decir que buena parte del turismo extremeño no es comercializado por agencias de viajes y utiliza el vehículo privado como medio de transporte.

- Los precios han mantenido fuertes ritmos de crecimiento a pesar de la desaceleración de la demanda, con un IPH que crece a ritmos del 6,0%.

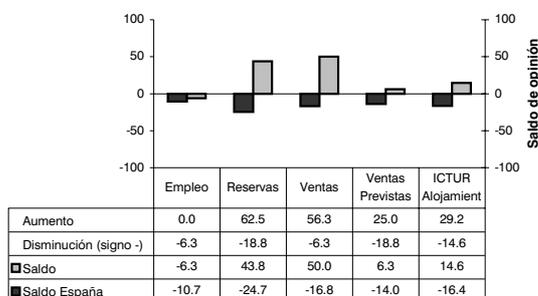
- Los empresarios valoran muy positivamente las acciones de política turística tanto de la administración central como, sobre todo, de la autonómica. Estas valoraciones son principalmente en materia de promoción, normativa y protección ambiental, si bien se apunta a la necesidad de avanzar en ordenación urbanística

### ICTUR por subsectores Extremadura



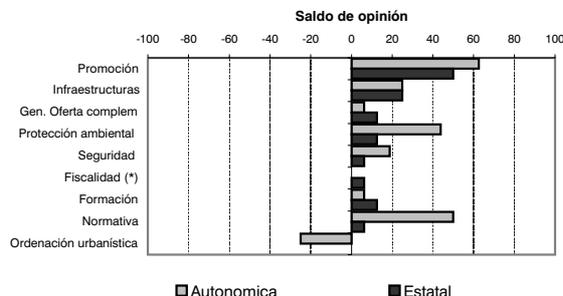
Fuente: EXCELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye

### Clima Turístico Alojamiento en Extremadura



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- Extremadura Alojamiento



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

Extremadura	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001	2001	2001	2001	2002	2002	Ultimo dato
VAB	nº personas	--	4.4	3.8	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios		--	4.7	3.4	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>1,207,402</b>											
hotels y hostales	1,096,634	--	6.2	-0.3	0.0	3.7	-2.4	-2.5	-4.8	-13.5		mayo
residentes	948,496	--	6.2	-0.4	1.1	2.3	-1.0	-3.8	-7.6	-16.4		mayo
no residentes	148,136	--	5.8	0.4	-8.8	11.6	-10.9	7.3	18.7	2.8		mayo
acampamentos	67,636	6.3	9.8	-0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		mayo
apartamentos	12,815	--	--	33.4	9.7	33.6	48.8	31.1	29.3	-26.0		mayo
turismo rural	30,317	--	--	--	--	--	--	--	30.4	19.0		mayo
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>2,117,235</b>											
hotels y hostales	1,824,949	--	8.9	4.7	1.5	11.3	2.7	2.2	6.4	-6.3		mayo
residentes	1,603,815	--	9.5	4.6	3.0	10.1	3.1	1.6	3.7	-8.2		mayo
no residentes	221,133	--	4.4	5.8	-9.6	18.9	-0.3	7.0	29.6	5.4		mayo
acampamentos	187,354	1.3	9.0	16.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		mayo
apartamentos	38,403	--	--	18.3	-12.2	18.5	24.8	23.8	18.1	-17.8		mayo
turismo rural	66,529	--	--	--	--	--	--	--	59.9	31.1		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)					34.2	24.5	39.7	39.6	32.8	26.4	35.1	mayo
Estancia media (días) (3)					1.6	1.5	1.7	1.8	1.6	1.6	1.8	mayo
IPC - General de la CCAA	--	1.7	2.5	3.7	3.8	4.4	3.8	3.0	2.9	3.1		junio
IPH - de la CCAA	--	--	--	6.9	6.0	12.9	3.3	5.4	3.6	6.0		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	2,240	34.8	-13.1	9.1	14.4	11.6	8.5	2.7	-10.8	-3.6		mayo
Afiliados Seguridad Social en el sector turístico (5)	27,281	--	4.2	3.4	3.4	3.7	2.9	3.5	3.4	3.0		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61, 62,63,92

## 12. GALICIA

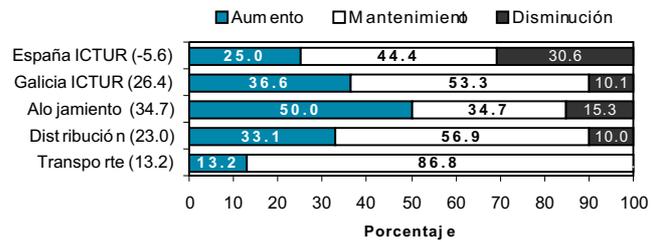
- El turismo gallego se viene consolidando como un producto de gran acogida entre el turismo nacional, y de forma incipiente en el extranjero.

- Intensos crecimientos en la actividad turística que se aprecia en la opinión expresada por los empresarios en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. En el conjunto de sectores destaca el buen comportamiento del turismo gallego durante la primera mitad del año 2002, con valores del ICTUR en registros positivos y por encima de 20 para el alojamiento y la distribución.

- Las previsiones para el tercer trimestre de 2002 son muy optimistas y se espera que se incremente tanto el volumen de ventas como el empleo, que ya en los primeros meses del año crecía a tasas del 2,9%, para el conjunto de las actividades turísticas, y del 9,5% en el caso del alojamiento hotelero.

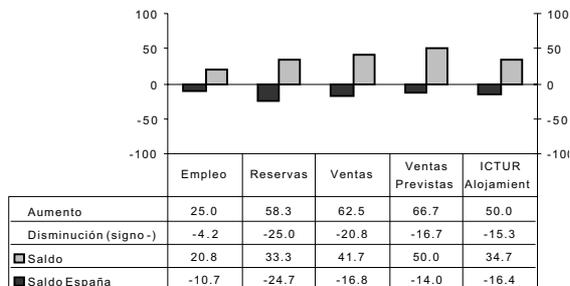
- La opinión sobre la política turística de los empresarios indica que se debe seguir avanzando en ordenación urbanística, mientras que en promoción, infraestructuras y protección ambiental la valoración empresarial es positiva

### ICTUR por subsectores Galicia



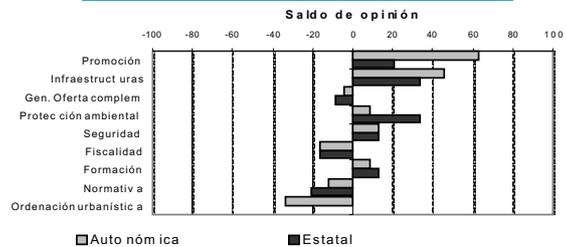
Fuente: EXCELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumentará y los que opinan que disminuirá.

### Clima Turístico Alojamiento en Galicia



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumentará y los que opinan que disminuirá.

### Política Turística Autonómica y Estatal- Galicia Alojamiento



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cercanos a cero.

Galicia	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002	Ultimo dato	
	nºpersonas					I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	2.9	4.0	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	2.9	3.5	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>2,853,669</b>											
hoteles y hostales	2,529,670	--	-12.7	0.0	2.1	0.9	-2.0	1.5	9.3	8.9		mayo
residentes	2,072,555	--	-16.5	-0.3	-1.4	-1.4	-1.2	3.4	12.1	8.6		mayo
no residentes	457,115	--	10.5	1.7	28.6	10.6	-5.7	-7.2	-6.9	10.1		mayo
acampamentos	200,462	40.0	3.7	-5.9	-56.8	21.8	-8.0	31.0	333.0	-14.8		mayo
apartamentos	24,034	--	--	10.5	55.6	4.1	5.7	-10.9	-0.6	4.9		mayo
turismo rural	99,503	--	--	--	--	--	--	--	60.0	28.2		mayo
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>6,995,989</b>											
hoteles y hostales	5,863,726	--	-12.5	0.3	1.5	1.3	-2.1	3.6	12.1	13.5		mayo
residentes	4,974,280	--	-16.0	0.5	-1.3	0.1	-0.5	4.9	14.3	13.6		mayo
no residentes	889,443	--	13.3	-1.3	24.0	7.4	-9.9	-4.2	-1.7	13.5		mayo
acampamentos	780,385	8.4	20.2	3.3	-54.3	48.1	0.5	50.4	607.5	-13.6		mayo
apartamentos	125,286	--	--	14.3	35.5	8.0	14.5	-0.1	-8.4	-5.9		mayo
turismo rural	226,592	--	--	--	--	--	--	--	112.4	39.5		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				32.5	22.5	31.0	49.4	27.1	24.0	30.7		mayo
Estanda media (días) (3)				2.3	2.1	2.2	2.5	2.1	2.2	2.3		mayo
IPC - General de la CCAA	--	2.5	3.3	3.4	3.5	3.9	3.5	2.8	3.5	3.8		junio
IPH- de la CCAA	--	--	--	5.1	4.0	7.1	8.2	1.1	3.5	4.2		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	5,290	29.3	4.9	3.3	6.1	5.8	3.0	-1.4	2.0	9.5		mayo
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	102,907	--	4.4	3.6	3.7	3.5	4.1	2.9	3.0	2.9		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

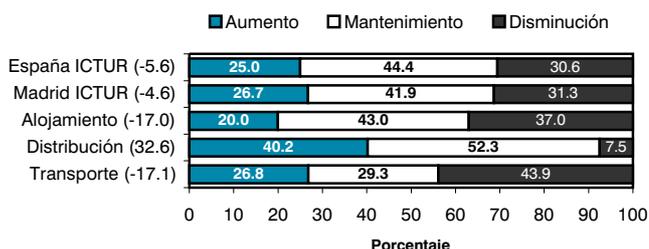
(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

### 13. MADRID

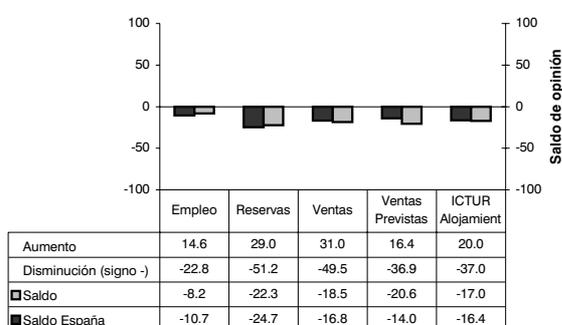
- Clima de desaceleración de la actividad en el primer trimestre de 2002 respecto a la situación de 2001 que se advierte en los niveles negativos de ICTUR para el sector de alojamiento y transporte.
  - Generalizado descenso del número de viajeros y pernотaciones de los no residentes.
  - Notable dinamismo del sector de distribución
  - Significativa moderación de los precios en alojamientos hoteleros.
  - Crecimiento del empleo por debajo de la media española
  - los empresarios valoran negativamente la política en materia de seguridad.
- Positiva opinión sobre infraestructuras y promoción pública.

#### ICTUR por subsectores Madrid



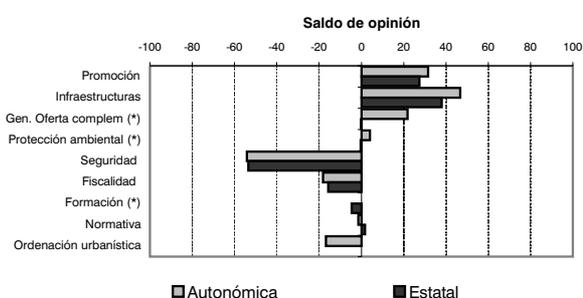
Fuente: EXCELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

#### Clima Turístico Alojamiento en Madrid



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

#### Política Turística Autonómica y Estatal- Madrid Alojamiento



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

Madrid	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
	nºpersonas					I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	4,3	3,7	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	4,5	3,1	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
Entrada de turistas no residentes con destino la CCAA (1)	3.043.487	9,5	18,4	8,3	20,7	13,0	14,4	8,3	1,7	-7,4		junio
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>6.062.068</b>											
hoteles y hostales	5.575.569	--	6,1	-3,6	3,3	-5,2	-3,4	-8,1	-4,9	-3,9		mayo
residentes	3.062.224	--	2,0	1,4	6,8	-3,0	3,2	-0,8	-1,2	0,5		mayo
no residentes	2.513.344	--	11,1	-9,0	-1,1	-7,3	-9,3	-17,4	-10,0	-8,8		mayo
acampamentos	229.163	9,8	0,4	15,0	15,5	13,7	22,4	-1,4	38,3	3,1		mayo
apartamentos	205.526	--	--	4,3	11,1	4,3	-1,5	4,0	6,8	12,0		mayo
turismo rural	51.810	--	--	--	--	--	--	--	4,9	0,8		mayo
<b>Pernотaciones en abjamientos (2)</b>	<b>13.711.392</b>											
hoteles y hostales	12.184.173	--	8,0	-3,7	0,9	-2,8	-3,3	-9,3	-2,7	-3,2		mayo
residentes	6.207.407	--	3,8	-2,5	1,5	-5,6	0,1	-5,5	2,3	3,8		mayo
no residentes	5.976.768	--	12,6	-4,9	0,2	-0,3	-6,2	-13,7	-8,6	-9,6		mayo
acampamentos	589.009	17,3	45,3	-10,1	12,0	15,4	-17,3	-25,1	75,4	6,2		mayo
apartamentos	818.005	--	--	9,4	11,7	8,5	8,8	8,8	2,7	8,7		mayo
turismo rural	120.205	--	--	--	--	--	--	--	17,7	14,8		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				53,1	50,7	58,9	52,9	49,8	49,2	55,4		mayo
Estancia media (días) (3)				2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2		mayo
IPC- General de la CCAA	--	2,1	3,4	3,6	3,8	4,0	3,8	2,6	3,1	3,7		junio
IPH- de la CCAA	--	--	--	10,9	12,0	12,2	10,0	9,5	6,9	7,4		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	10.262	3,3	5,6	2,3	2,6	2,2	3,9	0,5	2,9	4,4		mayo
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	333.707	--	5,6	4,5	4,9	4,8	4,4	3,8	3,1	3,1		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 14. REGIÓN DE MURCIA

- Murcia conforme a la Encuesta de Clima Exceltur presenta para el II Trimestre del año los mayores saldos de valoración positivos, frente a otras comunidades costeras.

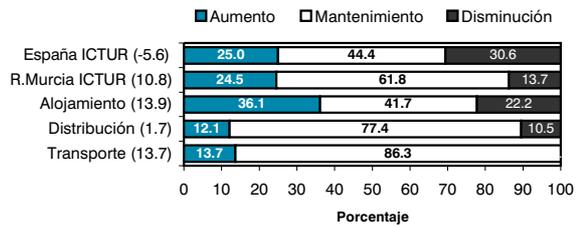
- El sector del alojamiento es el que tiene un clima más positivo, corroborando los crecimientos de hasta 5% trimestral con respecto al año anterior del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros, con datos hasta mayo.

- La Región de Murcia presenta la estancia media más reducida de las comunidades del Arco Mediterráneo.

- El turista alojado en los establecimientos hoteleros está soportando las mayores elevaciones en el coste del alojamiento, el IPH para la Región de Murcia registraba una tasa del 7,9% interanual trimestral con datos hasta mayo, de los mayores crecimientos de España. Positiva opinión empresarial sobre políticas de promoción, formación e infraestructuras.

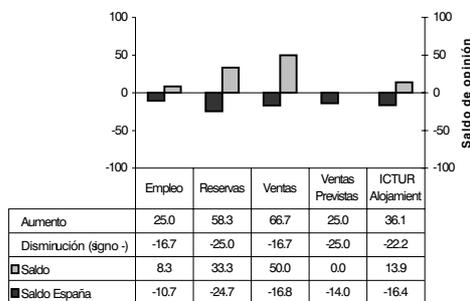
- Necesaria mejora en materia de seguridad

### ICTUR por subsectores R.Murcia



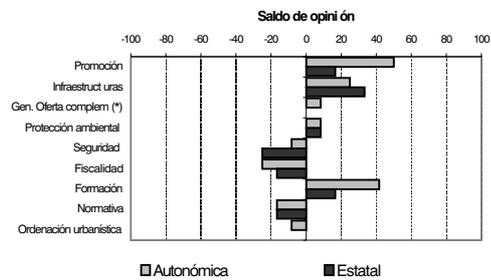
Fuente: EXCELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Clima Turístico Alojamiento en R.Murcia



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- R.Murcia Alojamiento



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cercanos a cero.

Murcia	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001 nºpersonas	1999	2000	2001	2001 I	2001 II	2001 III	2001 IV	2002 I	2002 II	Ultimo dato
VAB		--	2.5	4.2	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios		--	2.6	3.5	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>1,067,242</b>											
hoteles y hostales	799,528	--	11.0	4.2	4.2	0.8	6.8	4.9	3.9	5.0	mayo	
residentes	665,759	--	10.5	2.8	0.8	-0.5	7.7	2.3	3.1	2.9	mayo	
no residentes	133,769	--	13.5	11.9	24.7	8.1	2.1	19.7	7.8	15.6	mayo	
acampamentos	160,237	10.8	9.0	25.7	49.4	67.7	15.9	-14.4	30.4	-17.4	mayo	
apartamentos	81,586	--	--	17.6	31.1	38.9	5.8	21.4	94.5	-9.1	mayo	
turismo rural	25,891	--	--	--	--	--	--	--	12.8	15.5	mayo	
<b>Pernotaciones en alojamientos (2)</b>	<b>4,621,877</b>											
hoteles y hostales	2,473,222	--	6.0	2.4	2.0	-3.4	7.1	2.9	4.0	0.3	mayo	
residentes	2,026,630	--	5.5	2.7	0.4	-4.4	9.1	4.0	1.4	-2.0	mayo	
no residentes	446,591	--	8.3	1.2	9.6	1.3	-2.1	-1.4	15.5	9.5	mayo	
acampamentos	1,240,984	13.0	21.0	35.5	48.5	50.7	25.8	26.8	24.8	8.3	mayo	
apartamentos	816,603	--	--	4.0	8.9	4.2	0.2	25.0	41.4	-1.2	mayo	
turismo rural	91,068	--	--	--	--	--	--	--	54.5	32.0	mayo	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				47.8	41.6	50.1	59.6	39.9	41.7	47.1	mayo	
Estancia media (días) (3)				3.0	2.9	3.1	3.7	2.4	2.9	2.9	mayo	
IPC- General de la CCAA	--	2.7	3.9	4.1	4.7	4.9	3.9	2.8	2.6	3.5	junio	
IPH- de la CCAA	--	--	--	8.3	8.4	9.0	3.1	12.5	7.5	7.9	mayo	
Personal empleado en hoteles (3)	1,874	-3.2	0.9	0.1	4.8	2.8	-4.1	-1.8	6.6	3.2	mayo	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	44,258	--	6.5	6.2	5.8	7.3	5.7	5.9	6.0	5.8	mayo	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

## 15. NAVARRA

-Destino turístico en proceso de consolidación con una oferta reglada no hotelera en expansión.

- Creciente atractivo como destino turístico para turistas extranjeros.

- Aumenta el empleo, por debajo de la media española.

**NOTA:**

Debido a la falta de representatividad de la muestra no se pueden ofrecer resultados de la opinión empresarial.

Navarra	Valor nºpersonas	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		Ultimo dato
						I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	3.0	3.9	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	2.2	3.4	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>719,575</b>											
hoteles y hostales	555,924	--	-8.3	-1.8	-2.9	-1.9	-5.4	5.7	5.3	0.3	mayo	
residentes	432,260	--	-11.7	-3.8	-6.9	-7.3	-4.2	4.1	6.5	-3.7	mayo	
no residentes	123,663	--	7.5	6.1	23.7	18.9	-8.6	14.0	-0.6	14.5	mayo	
acampamentos	89,869	113.1	2.5	20.2	-8.7	62.1	-0.6	163.7	149.9	26.5	mayo	
apartamentos	11,761	--	--	-12.6	5.0	7.4	-27.5	-27.0	12.4	3.0	mayo	
turismo rural	62,021	--	--	--	--	--	--	--	18.0	26.5	mayo	
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>1,730,428</b>											
hoteles y hostales	1,147,634	--	-0.1	8.8	1.4	6.3	8.9	17.8	21.7	7.7	mayo	
residentes	928,411	--	-3.8	9.5	-2.4	4.3	14.1	18.4	25.0	4.6	mayo	
no residentes	219,222	--	18.3	6.0	25.5	14.6	-7.3	14.8	5.7	20.1	mayo	
acampamentos	271,860	60.3	49.8	25.7	5.3	22.3	20.1	143.3	109.8	0.5	mayo	
apartamentos	75,938	--	--	-8.3	4.0	-5.1	-7.6	-20.9	-1.1	-17.2	mayo	
turismo rural	234,996	--	--	--	--	--	--	--	44.0	7.3	mayo	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				38.3	30.8	38.3	48.2	35.8	31.3	35.1	mayo	
Estancia media (días) (3)				2.0	1.8	1.9	2.2	2.2	2.1	2.0	mayo	
IPC - General de la CCAA	--	2.6	3.5	3.7	3.8	4.1	3.8	2.9	3.9	3.6	junio	
IPH - de la CCAA	--	--	--	11.6	9.2	13.2	13.2	10.9	5.9	0.7	mayo	
Personal empleado en hoteles (3)	1,118	42.9	-18.3	13.0	1.6	15.4	37.3	-1.9	1.1	-5.3	mayo	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	24,624	--	5.8	4.9	5.5	4.9	4.9	4.3	3.7	3.9	mayo	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familitur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

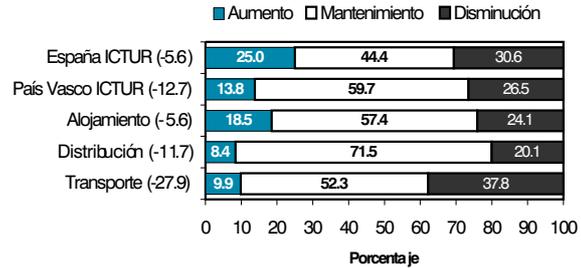
(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61, 62,63,92

## 16. PAIS VASCO

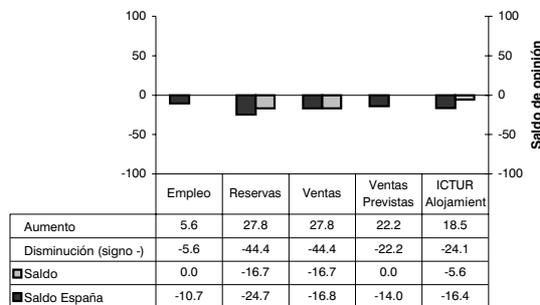
- Clima de descenso de la actividad turística en todos los subsectores que contrasta con las cifras oficiales del segundo trimestre del año.
- La encuesta de ocupación hotelera revela una notable recuperación de los viajeros y las pernoctaciones en el primer semestre de 2002, con crecimientos en el entorno del 8 y el 9% respecto al mismo periodo de 2001, después de un quinquenio de fuertes caídas.
- Estancia media muy baja
- Excelente percepción sobre la política turística en todos los ámbitos, especialmente en promoción e infraestructuras.
- Notable moderación del ritmo de crecimiento del empleo, salvo en alojamiento.

### ICTUR por subsectores País Vasco



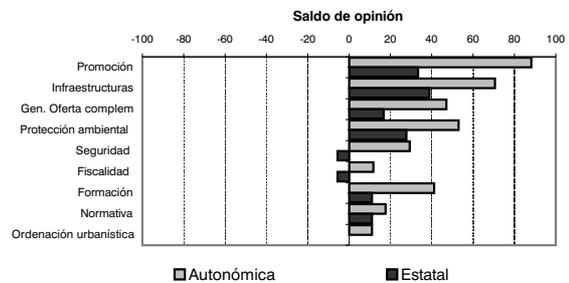
Fuente: EXCELTUR. El saldo entre paréntesis se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye

### Clima Turístico Alojamiento en País Vasco



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

### Política Turística Autonómica y Estatal- País Vasco Alojamiento



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan, en el sector de alojamiento, que la política turística es positiva y los que opinan que es negativa. Con (\*) los saldos cero o cercanos a cero.

País Vasco	Valor	Tasas de variación interanual										
		2001	1999	2000	2001	2001				2002		
	nº personas					I	II	III	IV	I	II	Ultimo dato
VAB	--	3.9	4.1	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	2.7	3.7	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>1,583,918</b>											
hoteles y hostales	1,382,406	--	-3.1	-6.6	-8.6	-15.1	-3.8	3.0	6.5	9.8		mayo
residentes	955,963	--	-7.0	-6.1	-9.0	-16.5	-3.4	7.0	7.8	10.6		mayo
no residentes	426,444	--	6.8	-7.7	-7.6	-12.1	-4.5	-7.6	2.2	7.9		mayo
acampamentos	134,298	26.3	-17.8	15.1	25.3	11.4	13.7	78.8	209.2	-12.9		mayo
apartamentos	nd	--	--	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd		mayo
turismo rural	67,214	--	--	--	--	--	--	--	15.1	17.9		mayo
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>3,283,782</b>											
hoteles y hostales	2,712,542	--	-2.4	-3.9	-5.1	-9.2	-4.0	4.1	7.0	8.8		mayo
residentes	1,874,826	--	-7.0	-4.0	-6.5	-11.3	-5.3	9.1	6.5	9.0		mayo
no residentes	837,716	--	9.7	-3.6	-0.8	-4.4	-1.8	-8.4	8.5	8.1		mayo
acampamentos	401,722	46.8	-15.9	14.6	38.0	-8.2	16.8	86.3	265.8	5.1		mayo
apartamentos	nd	--	--	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd		mayo
turismo rural	169,518	--	--	--	--	--	--	--	36.3	19.1		mayo
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				44.9	35.9	45.7	55.8	42.1	38.4	45.5		mayo
Estanda media (días) (3)				2.0	1.9	1.9	2.0	2.0	1.9	1.9		mayo
IPC- General de la CCAA	--	2.8	3.5	3.9	3.9	4.2	4.0	3.4	3.4	3.8		junio
IPH- de la CCAA	--	--	--	6.1	5.7	6.7	6.2	5.6	4.9	4.9		mayo
Personal empleado en hoteles (3)	2,756	0.2	-3.5	10.8	11.0	6.4	15.0	10.4	10.4	16.6		mayo
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	94,819	--	4.9	3.2	4.5	4.0	2.3	2.0	1.9	1.8		mayo

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familiar

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera.

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61,62,63,92

(nd) El tamaño de la muestra no permite al INE facilitar los resultados

## 17. LA RIOJA

- Panorama favorable de la llegada de viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros y acampamentos.
- Destino turístico de creciente atractivo para residentes y no residentes.
- Ritmo de creación de empleo decreciente y por debajo de la media nacional

**NOTA:**

Para La Rioja no se ha obtenido representatividad suficiente en este primer ejercicio de encuestación por lo que no se aportan datos para la misma.

Rioja	Valor nºpersonas	Tasas de variación interanual										
		2001				2002				Ultimo dato		
		1999	2000	2001	2001	I	II	III	IV	I	II	
VAB	--	1.1	4.5	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
VAB- Servicios	--	0.4	4.7	--	--	--	--	--	--	--	--	2000
<b>Viajeros alojados (2)</b>	<b>488,176</b>											
hoteles y hostales	413,501	--	6.6	1.7	-3.2	0.8	3.1	5.0	10.9	7.4	mayo	
residentes	352,187	--	4.8	5.0	-1.2	2.6	7.7	9.4	10.5	7.5	mayo	
no residentes	61,314	--	15.6	-13.6	-21.1	-6.1	-14.2	-21.4	16.0	6.7	mayo	
acampamentos	60,459	2.9	5.9	-16.8	-10.0	-21.7	-19.4	-0.5	61.1	31.7	mayo	
apartamentos	nd	--	--	nd	mayo							
turismo rural	14,216	--	--	--	--	--	--	--	46.3	27.0	mayo	
<b>Pernoctaciones en alojamientos (2)</b>	<b>995,170</b>											
hoteles y hostales	754,933	--	10.2	0.4	-0.4	2.4	-2.2	2.4	13.9	5.4	mayo	
residentes	658,737	--	7.9	3.1	0.8	5.4	0.9	5.6	15.0	5.3	mayo	
no residentes	96,197	--	25.9	-14.8	-11.7	-10.1	-17.7	-19.3	2.3	8.2	mayo	
acampamentos	206,077	11.3	15.8	-28.7	-11.7	-12.2	-36.4	-2.8	137.9	24.7	mayo	
apartamentos	nd	--	--	nd	mayo							
turismo rural	34,160	--	--	--	--	--	--	--	82.7	28.4	mayo	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)				44.3	34.3	47.2	54.2	41.7	37.0	45.4	mayo	
Estancia media (días) (3)				1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9	1.8	mayo	
<b>IPC- General de la CCAA</b>	--	3.2	4.0	4.1	4.1	4.6	4.0	3.6	3.6	3.5	junio	
<b>IPH- de la CCAA</b>	--	--	--	5.5	7.5	5.7	5.2	3.7	6.6	4.2	mayo	
Personal empleado en hoteles (3)	701	17.4	-7.0	-5.9	9.4	-7.5	-7.8	-16.7	8.3	8.2	mayo	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	11,049	--	4.4	3.1	4.7	3.1	2.4	2.4	2.5	3.3	mayo	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur y Familiar

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 55,60,61, 62,63,92

(nd) El tamaño de la muestra no permite al INE facilitar los resultados

# Sumario Ejecutivo



Exceltur



A continuación se exponen las principales conclusiones del Informe Perspectivas Turísticas de Exceltur, como resumen ejecutivo de las claves que de forma desarrollada se presentan en el texto completo del citado informe.

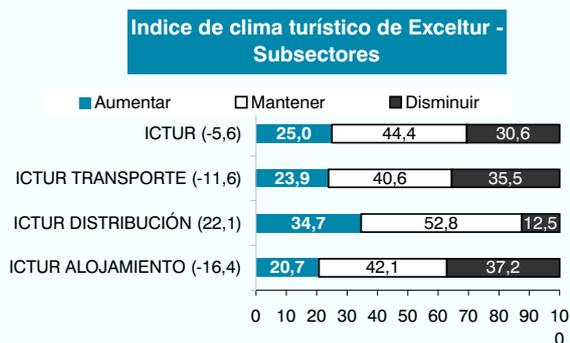
## Clima Turístico

- La actividad turística en España ha vivido en 2001 y 2002 un cambio de tendencia en su comportamiento, experimentando un proceso de desaceleración. En este escenario, España se está defendiendo mejor en los segmentos identificados con una tipología de cliente demandante de elementos diferenciados y de calidad, tanto en el producto de sol y playa como en las tipologías de turismo de interior.

- El nuevo Indicador Sintético del Turismo de España Exceltur (ISTE) y la nueva Encuesta de Clima Turístico, que recoge las opiniones de los máximos responsables de 900 establecimientos y unidades de negocio de toda la geografía y subsectores turísticos empresariales, elaborada por primera vez en España con periodicidad trimestral por Exceltur, reflejan la desaceleración de la actividad turística en España.

- El Índice de Clima Turístico Empresarial (ICTUR) elaborado por Exceltur, como indicador resumen de la opinión empresarial manifestada en la Encuesta de Clima Turístico, muestra un moderado pesimismo en el segundo trimestre de 2002 en relación con el mismo trimestre de 2001. El ICTUR agregado para los tres sectores de actividad que componen el cluster turístico español se situaba en el segundo trimestre del año 2002 en un nivel negativa de -5,6, en una rango posible de +100 a -100 (ver explicación de la Encuesta y el ICTUR en cuadros adjuntos).

Gráfico IV.1



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y disminuye

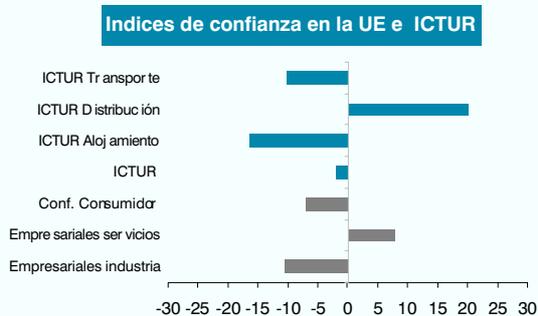
**El Índice de Clima Turístico de España (ICTUR) resume los resultados de la Encuesta de Clima Turístico** elaborado por Exceltur y recoge las perspectivas empresariales a corto plazo. El ICTUR agrega las opiniones sobre las tendencias de las ventas para el tercer trimestre de 2002, las reservas del segundo trimestre de 2002 y el empleo del segundo trimestre de 2002, en relación con los mismos trimestres del año 2001.

Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

**A modo de ejemplo, un valor de -5,6 representa el promedio ponderado de un valor de -16,4 del ICTUR de alojamiento, un 22,1 de distribución y un -11,6 de transporte. Por su parte, el valor de -16,4 del ICTUR de alojamiento proviene del cálculo del promedio de -14,0 de las ventas previstas para el tercer trimestre, de -24,7 de las reservas del segundo trimestre y de un -10,7 del empleo en el segundo trimestre, en relación con el mismo trimestre del año anterior.**

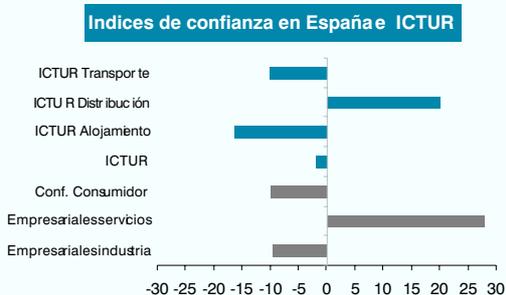
- El Clima Empresarial mostrado por el ICTUR se sitúa en un valor menos negativo que los Índices de Confianza del Consumidor europeo y español y que las perspectivas de la industria europea y española, calculadas por la Comisión Europea. Sólo en el caso del sector de alojamiento se aprecia una opinión más pesimista que el resto de índices de clima empresarial.

Gráfico IV.2



Fuente: EXCELTUR y CE

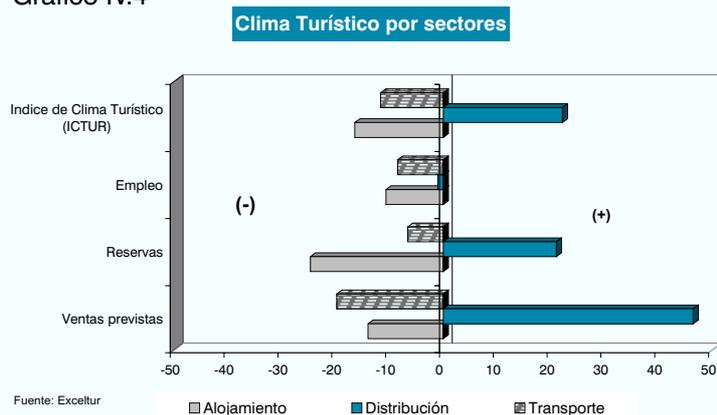
Gráfico IV.3



Fuente: EXCELTUR y CE

- Las opiniones más favorables dentro del cluster de empresas que dan servicios al turista se identifican en el sector de la distribución, mientras el transporte se encuentra sometido a incertidumbre derivada del cambio de escenario que supusieron los atentados del 11-S. El sector más afectado por el actual contexto es el de alojamiento, donde las opiniones sobre la situación del segundo trimestre de 2002 respecto al mismo trimestre de 2001 ponen de manifiesto una importante caída de la actividad.

Gráfico IV.4



- Como muestra de la moderación de la actividad del turismo español, el nuevo indicador ISTE de Exceltur, reflejo de la evolución cíclica del turismo en España, reducía su tasa de crecimiento desde un 5,4% en el segundo trimestre de 1999 hasta el 0,8% que presenta en el segundo trimestre de 2002. El ISTE mantiene en este período un diferencial positivo respecto al crecimiento del PIB de los países de la Unión Europea, si bien se sitúa por segundo año consecutivo por debajo del crecimiento del PIB español.

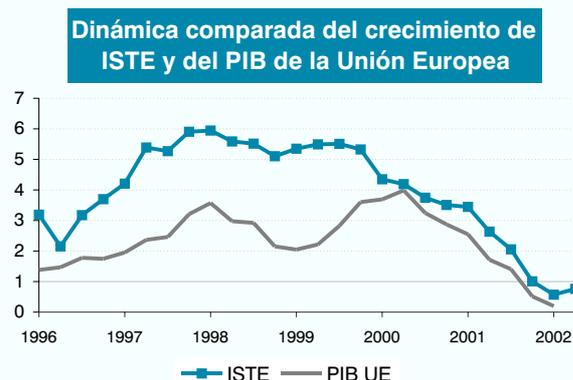
(para mejor comprensión, ver nota aclaratoria sobre ICTUR)

**El Indicador Sintético del Turismo de España (ISTE)** se compone por un conjunto de variables que reflejan la dinámica turística española. Tiene como **objetivo dar información sobre el crecimiento real del turismo español con una periodicidad trimestral**, de forma que se pueda comparar con la evolución del PIB y del resto de indicadores de otros sectores de actividad y de otros países.

Las variables que componen el indicador en esta primera versión han sido elegidas tomando como criterios de selección la capacidad de explicación de la dinámica turística y su disponibilidad con una periodicidad mensual o trimestral, el menor desfase en su publicación y la mayor longitud temporal de la serie disponible. Según estos principios las variables seleccionadas son: Ingresos reales por turismo de la Balanza de Pagos, PIB ponderado de los principales países emisores de turistas, llegada de turistas de Frontur, Consumo privado de la Contabilidad Trimestral de España, Afiliados a la Seguridad Social de las ramas vinculadas al turismo y pernoctaciones de residentes en establecimientos hoteleros de la Encuesta de Ocupación Hotelera.

Todas las variables se han introducido corregidas de estacionalidad y efectos calendario.

Gráfico IV.5



- El turismo español experimentará una leve recuperación a finales de la segunda mitad del año, si bien a ritmos muy moderados que se intensificarán en el año 2003, según los modelos de predicción elaborados por Exceltur. Esta recuperación será impulsada por un cambio de tendencia en la demanda externa.

- La Encuesta de Clima Turístico recoge esta recuperación en el sector del alojamiento y la distribución, manifestada por el conjunto del empresariado turístico cuando se le pregunta sobre la evolución esperada en el tercer trimestre en relación con la situación del mismo periodo de 2001. Las perspectivas en el caso del transporte son más pesimistas, condicionado por el clima de incertidumbre e incremento de costes operativos que vive el sector.

- El reflejo del proceso de desaceleración ha sido muy diferente por destinos, en función de su especialización por productos y su dependencia de la demanda exterior. El segmento de sol y playa ha sido el más afectado con un impacto muy intenso en Baleares y, en menor medida, en Canarias, como refleja el ICTUR y los indicadores oficiales disponibles sobre el sector de

Gráfico IV.6

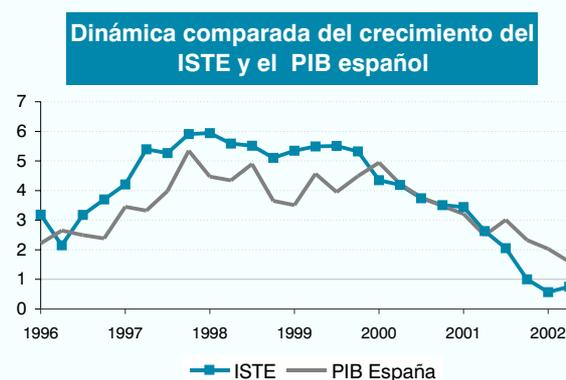
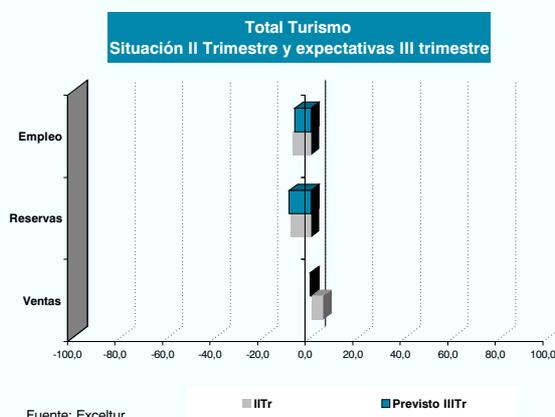
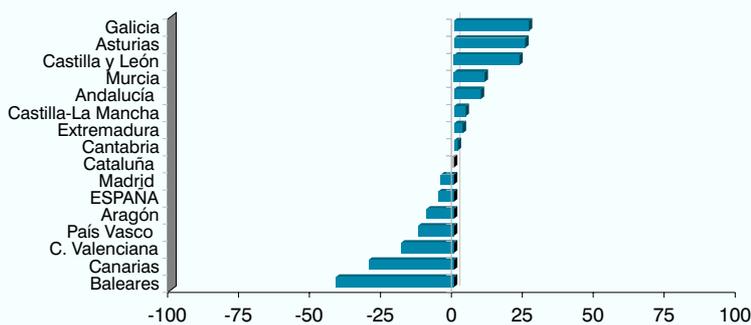


Gráfico IV.7



(para mejor comprensión, ver nota aclaratoria sobre ICTUR)

### Índice de clima turístico de Exceltur (ICTUR) por Comunidades Autónomas



Los datos de Navarra y La Rioja no se presentan por falta de representatividad de la muestra

Fuente: Exceltur

Gráfico IV.8

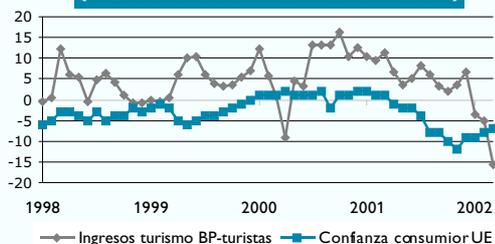
- La oferta turística de mayor calidad y diferenciación de producto –turismo cultural, verde y de negocios— es la que se está comportando mejor en el actual escenario, percibiéndose crecimientos de su actividad y una menor vulnerabilidad a la caída de la demanda externa frente a otros destinos. Los ejemplos más significativos en el segundo trimestre de 2002 son las Comunidades Autónomas de Galicia, Asturias y Castilla y León, donde la opinión de los empresarios eleva el Índice de Clima Turístico hasta valores muy positivos.

- Los turistas continúan intensificando el proceso de cambios en su comportamiento en el segundo trimestre de 2002. Las principales tendencias identificadas son en la caída del

gasto medio por turista, la preferencia por tipologías de alojamiento residencial frente a las hoteleras, la reducción de la estancia media y el menor uso del avión en sus desplazamientos.

Gráfico IV.9

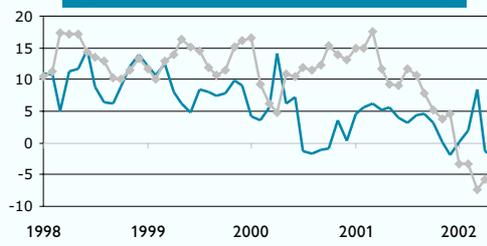
### Diferencia entre ingresos de Balanza de Pagos y turistas frente a confianza del consumidor europeo (Tasa de variación interanual trimestral)



— Ingresos turismo BP-turistas — Confianza consumidor UE

Gráfico IV.10

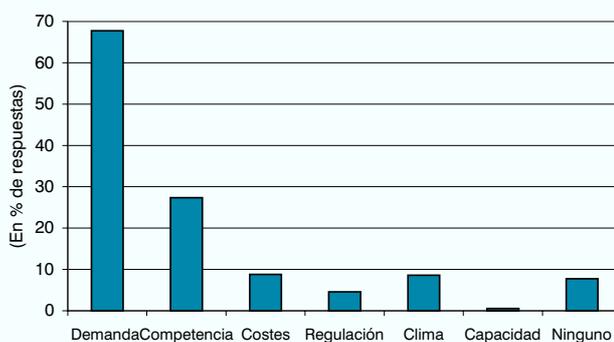
### Ingresos por turismo de Balanza de Pagos y llegada de turistas extranjeros (tasa de crecimiento interanual trimestral)



Fuente: Banco de España y Frontur — Turistas — Ingresos BP

Gráfico IV.11

### Elementos determinantes de las ventas



Fuente: Encuesta de Clima Turístico, Exceltur

- Los empresarios se están enfrentando a un escenario de desaceleración de la demanda, acompañada de una competencia creciente. En este marco, la Encuesta de Clima Turístico refleja una estrategia decidida de inversiones, que cobra un elevado dinamismo en el caso de los activos fijos, especialmente en el caso del alojamiento y el transporte, y en la formación en el caso de las agencias de viaje y touroperadores españoles.

- Las cotizaciones de las empresas vinculadas al sector turístico de la Bolsa de Madrid no están sufriendo con la misma intensidad que el resto de valores las caídas de las últimas semanas. El índice de valores de empresas pertenecientes al cluster turístico que cotizan en la Bolsa de Madrid elaborado por Exceltur se ha situado con datos hasta el mes de junio por encima de la evolución del IBEX y del índice de empresas turísticas de la Bolsa de Nueva York.

Gráficos IV.12 y IV.13

### Turismo en la Bolsa de Madrid y Nueva York



Fuente: Exceltur — Madrid — Nueva York

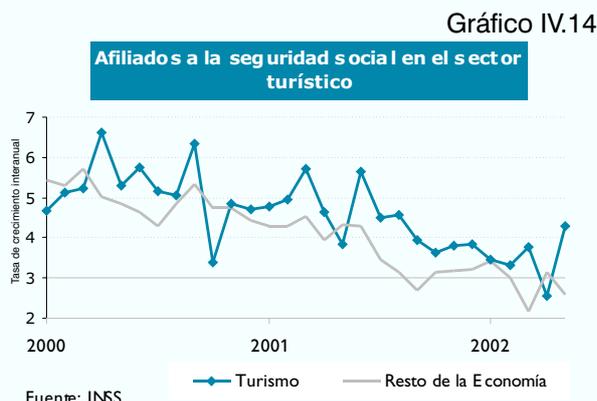
### Turismo en la Bolsa de Madrid



Fuente: Exceltur — Turismo — Ibex

- A pesar de su desaceleración el sector turístico se mantiene como uno de los mayores protagonistas de la creación de empleo en España con 86.329 nuevas contrataciones en los primeros cinco meses de 2002. Los datos del mes de mayo apuntan a una aceleración en la generación de nuevos puestos de trabajo, que se concentran en el sector de ocio.

- La opinión de los empresarios sobre las políticas directamente relacionadas con la actividad turística es positiva con relación a las acciones de promoción y de infraestructuras, mientras que se apunta en la necesidad de seguir avanzando en mejorar la ordenación territorial, la seguridad y la fiscalidad.



## Principales Mercados

- El escenario internacional se encuentra en una situación de leve recuperación, impulsada por la reactivación de la economía estadounidense. Su capacidad de dinamización de las economías de los principales países emisores de turistas a España no tendrá efecto sobre el turismo español hasta los últimos meses del año 2002, cuando se espera que se recupere la confianza del consumidor y el gasto de las familias.

- Las estimaciones realizadas por Exceltur sitúan en un crecimiento del 0,9% la llegada de turistas de Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Holanda para el conjunto del año 2002, lo que supondría un aumento en torno a 300 mil turistas respecto a 2001. Cabe recordar que los cinco países representan el 70,9% del total de turistas que visitaron España en 2001.

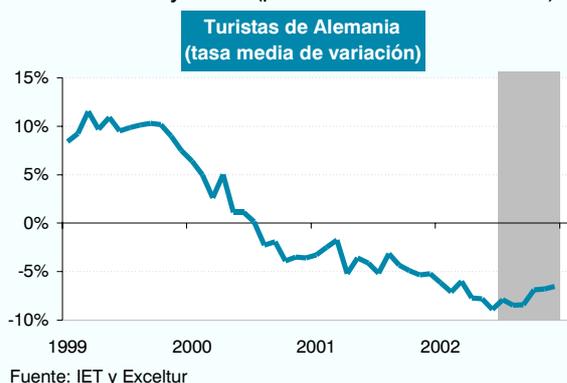
Tabla IV.1

MERCADOS TURISTICOS	Valor		tasas de variación interanual											
	2001	2002 (p)	1999	2000	2001	2002 (p)	2001				2002			
							I	II	III	IV	I	II	III (p)	IV (p)
<b>Mercado alemán</b>														
PIB (m.m. euros)	494,34	498,96	1,7	3,2	0,7	0,9	1,8	0,7	0,4	0,0	-0,2	0,4	1,3	2,2
Turistas llegados a España	10.590.245	9.898.251	7	-3,6	-5,2	-6,5	5,8	-6,8	-4,9	-12,7	0,5	-17,1	-3,2	-2,5
<b>Mercado británico</b>														
PIB (m.m. libras)	212,13	215,67	2,1	3,0	2,2	1,7	2,9	2,4	2,0	1,6	1,0	1,3	1,9	2,4
Turistas llegados a España	14.155.552	14.190.019	7,1	8,7	6,9	0,2	13,7	3,3	5,1	11,5	4,8	-0,1	0,6	-3,2
<b>Mercado francés</b>														
PIB (m.m. euros)	344,53	349,45	3,2	4,1	1,8	1,4	3,0	2,0	2,0	0,3	0,3	1,2	1,4	2,8
Turistas llegados a España	6.751.764	7.387.440	9,5	-0,9	18,9	9,4	11,2	15,5	26,1	10,0	38,5	16,5	1,0	3,1
<b>Mercado italiano</b>														
PIB (m.m. euros)	257,40	260,13	1,6	2,9	1,8	1,1	2,5	2,3	1,7	0,6	0,0	0,7	1,2	2,3
Turistas llegados a España	2.178.367	2.207.001	16,2	0,5	3,8	1,3	18,4	4,8	-3,0	3,3	2,5	-1,0	-0,2	6,6
<b>Mercado holandés</b>														
PIB (m.m. euros)	96,09	97,26	3,7	3,5	1,1	1,2	1,8	1,5	1,0	0,2	0,1	0,5	1,4	2,1
Turistas llegados a España	2.088.121	2.396.237	21,8	-3,7	6,1	14,8	-3,1	19,8	8,8	-7,0	28,9	21,2	2,1	27,0
<b>5 principales mercados europeos</b>	35.764.049	36.078.947	9,0	1,6	4,7	0,9	9,7	2,4	6,1	1,6	9,0	-1,7	-0,2	0,3

Fuente: IET, INE, Eurostat y ExcelTur  
En Azul las previsiones realizadas por Exceltur

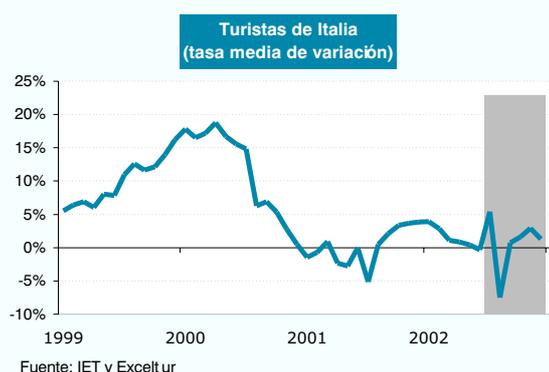
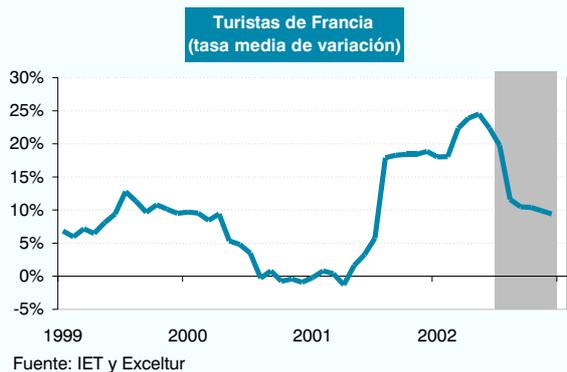
- El mercado alemán se encuentra en plena recesión y no se espera que se recupere hasta el año 2003, estimándose una caída para este año del 6,5% en el número de turistas. Por su parte, el mercado británico presenta un cierto dinamismo, con un leve incremento en relación con 2001, estimado en un crecimiento del 0,2% para el conjunto de 2002.

Gráficos IV.14 y IV.15 (previsiones en sombreado)



- Los mercados francés y holandés paliarán en parte la caída del mercado alemán, con un crecimiento esperado para el conjunto de 2002 del 9,4% y del 14,8%, respectivamente.

Gráficos IV.16 y IV.17 (previsiones en sombreado)



- El mercado español mantiene un limitado dinamismo en su demanda turística, dentro del generalizado tono de desaceleración económica. El diferencial positivo de la economía española y el consumo privado frente al resto de países de la Unión Europea, junto con la creciente participación del turismo en la cesta de la compra de la familia media española, permiten anticipar un leve crecimiento de la demanda, si bien en el marco de la ralentización observada durante la primera parte del año.

## Precios

- Según la Encuesta de Clima Empresarial de Exceltur, la opinión mayoritaria de los empresarios apunta hacia una tendencia alcista de los precios respecto al mismo periodo del año anterior, evolución que viene condicionada por los cambios en la estructura de costes de las empresas. No obstante, en algunas Comunidades Autónomas de fuerte dependencia del segmento de sol y playa, los empresarios han demostrado una gran sensibilidad a la evolución de la demanda que se ha materializado en una política de fuerte recorte de precios, centrados en el sector de alojamiento.

Índice de clima de precios de Exceltur

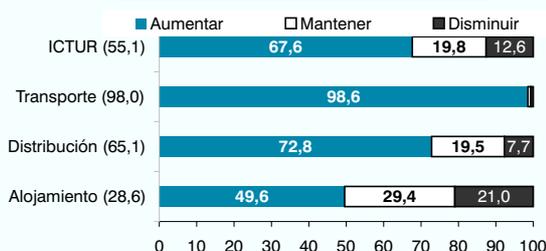


Gráfico IV.18

**El Índice de Clima Turístico de España (ICTUR) para los precios resume los resultados de la Encuesta de Clima Turístico** elaborado por Exceltur y que trata de recoger la evolución de los precios en el corto plazo.

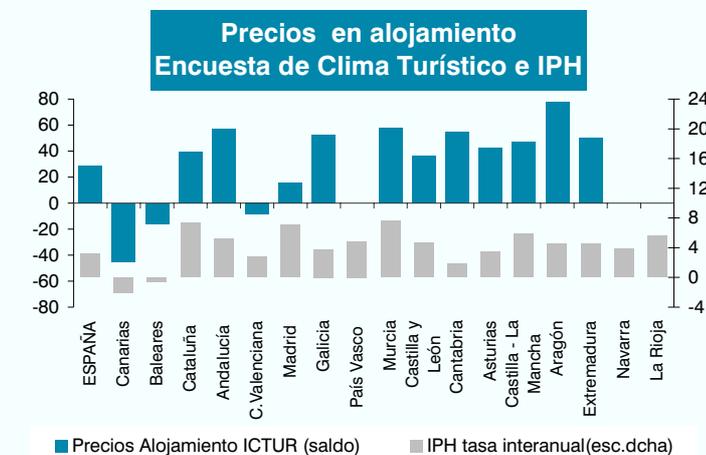
Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

**A modo de ejemplo un valor de 55,1 representa el promedio ponderado de un valor de 28,6 en el alojamiento, un 65,1 en la distribución y un 98,0 en el transporte.**

- La percepción de los empresarios sobre el alza de los precios es mayor en el sector del transporte y la distribución que en el de alojamiento. El indicador de opinión sobre la evolución de los precios en el segundo trimestre de la Encuesta de Clima Turístico se situaba en un valor de 98,0 en el transporte y de 65,1 en la distribución, mientras que para el alojamiento era de 28,6 (para una mejor comprensión de estos datos ver tabla adjunta).

- En el alojamiento los empresarios muestran un comportamiento diferenciado

Gráfico IV.19



entre los destinos de sol y playa, donde existe un consenso sobre la reducción de precios, y los destinos de turismo cultural, verde y de negocios, donde su opinión dibuja una tendencia al crecimiento vinculado a un mayor dinamismo de la demanda.

- España presenta una pérdida de competitividad vía precio frente a los destinos de la cuenca mediterránea que se está compensando por una clara apuesta por la calidad.
- La caída del diferencial de precios de los servicios frente a Francia y Holanda se identifica como un factor impulsor de dinamismo de estos mercados durante la primera mitad de 2002.

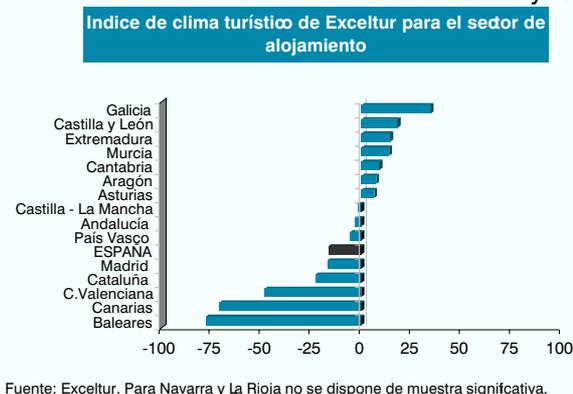
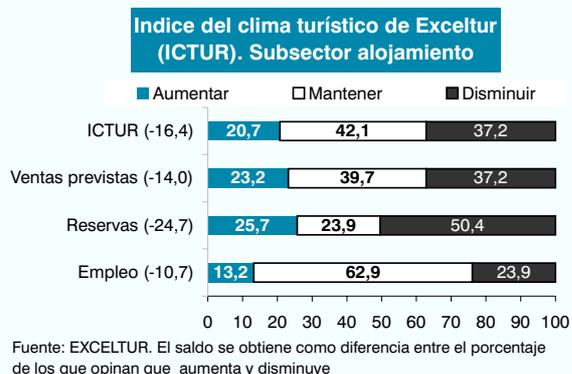
## Clúster turístico

### Alojamiento

- El indicador de clima turístico de Exceltur (ICTUR) revela que a escala nacional es el sector de alojamiento el que atraviesa una coyuntura más desfavorable en el segundo trimestre. Las perspectivas reflejadas por los empresarios para el tercer trimestre de 2002 son menos negativas.

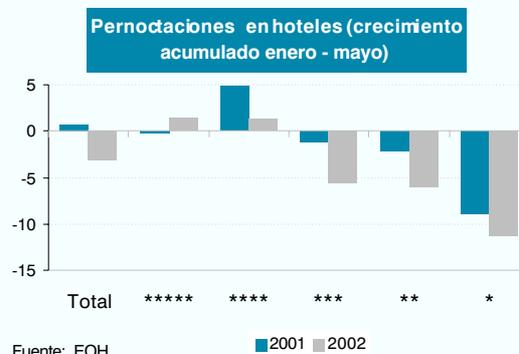
- La información disponible evidencia que son algunas regiones especializadas en un modelo de turismo tradicional de "sol y playa", con un fuerte peso en el conjunto nacional, las que explican la percepción de descenso del sector, como es el caso de Baleares y Canarias. Por el contrario, las regiones especializadas en nuevos productos como el turismo de interior, verde, cultural y de negocios, así como los productos de mayor calidad de los citados destinos vacacionales, ofrecen un diagnóstico moderadamente positivo y unas perspectivas más favorables.

Gráficos IV.20 y IV.21



- La encuesta de Clima Turístico de Exceltur refleja una estrategia empresarial hacia el fomento de la calidad y la comercialización, que se manifiesta en la evolución de las inversiones que se están llevando a cabo, especialmente, en la renovación de los establecimientos, así como un en un gasto creciente en marketing.
- Los cambios en la demanda coinciden con una apreciación creciente de la calidad como se deduce del aumento de las pernoctaciones en hoteles de cuatro y cinco estrellas en claro contraste con los alojamientos de categorías más bajas.

Gráficos IV.22 y IV.23

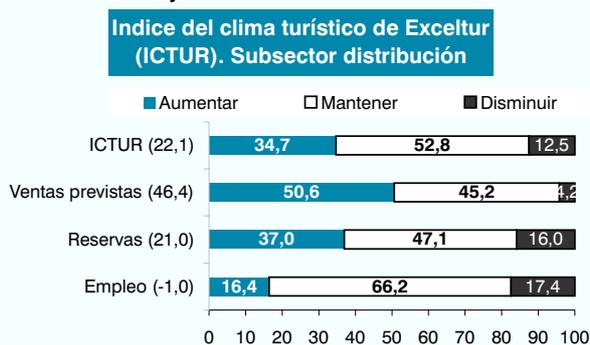


- Según FRONTUR y FAMILITUR, se está produciendo una traslación de turistas no residentes de establecimientos hoteleros hacia las viviendas como tipología de alojamiento. Desde 1997 hasta el año 2002, el porcentaje de turistas que se alojan en hoteles se reduce en cuatro puntos. La consolidación de modelos de desarrollo turístico basados en un incremento de la oferta residencial en la costa puede estar introduciendo una fuerte competencia a los alojamientos reglados, a la vez que limita la competitividad y cuestiona la sostenibilidad a largo plazo de algunos destinos, por la falta de planificación urbanística y control. Nos encontramos ante un crecimiento de la demanda de una tipología de alojamiento que en algunos casos tiene un menor efecto multiplicador sobre el resto de la economía local, por su mayor estacionalidad, y en general, menor gasto medio.

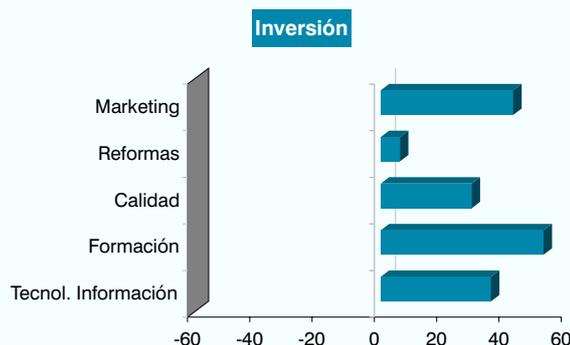
## Distribución

- El indicador de clima turístico de Exceltur (ICTUR) pone de manifiesto un mayor optimismo en el sector español de la distribución, tanto en cuanto a su situación en el segundo trimestre 2002 como a sus perspectivas para el tercer trimestre, en relación con la situación de ese mismo período de 2001.

Gráficos IV.24 y IV.25



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y disminuye



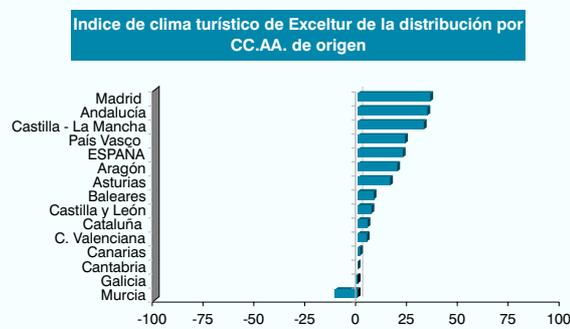
Fuente: EXCELTUR

- El sector de la distribución se está beneficiando de la mayor oferta de plazas de alojamiento de los destinos de sol y playa por la caída de la demanda internacional.

Gráficos IV.26 y IV.27



Fuente: Exceltur



Fuente: Exceltur

- Como estrategia inversora, las agencias de viajes españolas están centrando los esfuerzos en la mejora de sus recursos humanos a través del gasto en formación (51,3, en la encuesta de clima turístico), así como en las campañas de promoción en un escenario de atonía de la demanda.

- Los destinos de interior con mayor capacidad de gasto son donde se produce un mejor comportamiento de la distribución española. En esta situación se encuentran Madrid, País Vasco y Aragón, además de Andalucía y Castilla – La Mancha. Por su parte, los destinos donde se concentra el mayor dinamismo de las ventas de los servicios de las agencias de viajes españolas son Canarias, la Comunidad Valenciana, Andalucía y Cataluña.

- Las perspectivas para el tercer trimestre del año se mantienen en valores altos y positivos, según se desprende de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.

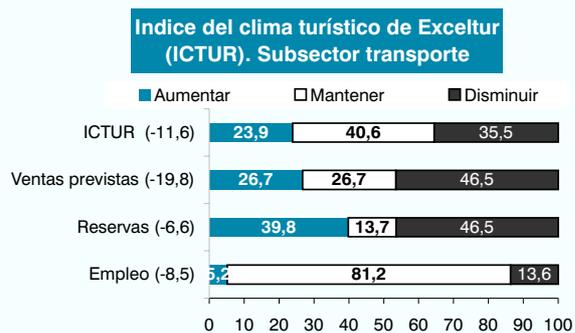
## Transporte

- El Indicador de Clima Turístico (ICTUR) para el transporte indica que la opinión de los empresarios es moderadamente negativa en el segundo trimestre de 2002 en relación con el mismo período de 2001.

- El transporte aéreo de pasajeros en vuelos charter es el que acusa en mayor medida la crisis del turismo internacional, si bien los datos de AENA para el próximo trimestre indican una recuperación de la actividad. Por el contrario, el transporte marítimo y ferroviario presentan una situación más favorable.

- Existe consenso en la percepción sobre el alza de los precios debido al fuerte aumento de los costes de seguridad y de seguros.

- Las perspectivas para el tercer trimestre son negativas en el conjunto de las empresas de transporte, en relación con la situación vivida antes de los acontecimientos del 11-S.



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y disminuye

# Anexos Metodológicos

1. Encuesta de Clima Turístico
2. Indicador Sintético del Turismo de España
3. Modelos de Previsión



# Notas metodológicas

## Encuesta de Clima Turístico Exceltur (ECT)

### 1. Introducción

La Encuesta de Clima Turístico (ECT) está orientada a identificar la opinión de los empresarios españoles de los sectores relacionados con la actividad turística y recabar su percepción sobre la dinámica del sector y de los principales destinos turísticos españoles, definidos por la Comunidad Autónoma. La Encuesta con carácter trimestral y abarca los sectores del alojamiento, la distribución y el transporte de cada una de las Comunidades Autónomas.

En el ámbito de la coyuntura económica se vienen consolidando nuevos instrumentos de análisis basados en el contraste de opinión de los agentes protagonistas de las actividades, dirigidos a identificar las claves de opinión determinantes de sus decisiones. La primera encuesta de coyuntura sobre opiniones empresariales se realizó en Alemania por el IFO en 1949, el indicador de confianza que de ella se extrae se ha consolidado como indicador básico en el análisis coyuntural de la economía alemana. Estas encuestas son cada vez más empleadas tanto para el seguimiento de las distintas economías como de diferentes sectores. En España y desde 1963 se dispone de la Encuesta de Coyuntura Industrial, de la que se extrae el Indicador de Clima Industrial.

La metodología empleada en el diseño de la ECT sigue los principios de las encuestas de opinión realizadas por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, por la Comisión Europea y por otros organismos internacionales, lo que permite la comparabilidad con los indicadores que elaboran estas instituciones, tales como el citado Índice de Clima Industrial (ICI) español, el Índice de Confianza del Consumidor de la UE, el índice de Clima Industrial y de servicios de la UE y el Índice de Sentimiento de la UE. En todo caso, las preguntas del cuestionario fueron contrastadas por un comité de expertos y académicos especializados en seguimiento y análisis del turismo.

En concreto, se ha recogido la opinión de los empresarios sobre la evolución de sus ventas, reservas, empleo, precios, costes, beneficios, inversión, así como su valoración sobre los principales elementos de política turística de las administraciones central y autonómica. En este primer ejercicio, a los empresarios se les ha preguntado en el mes de junio sobre la tendencia de cada una de estas variables durante el segundo trimestre de 2002 (meses de abril, mayo y junio), así como sobre sus expectativas de comportamiento para el tercer trimestre de 2002 (julio, agosto y septiembre), ambos en comparación con el mismo trimestre de 2001.

Los resultados de la Encuesta han permitido la construcción de un Índice de Clima Turístico (ICTUR), que resume, con carácter adelantado, la opinión empresarial sobre la dinámica turística, y puede ser comparado con los indicadores de clima producidos por otros organismos nacionales e internacionales. El ICTUR agrega las opiniones de los empresarios sobre las tendencias de las

ventas para el tercer trimestre de 2002, las reservas del segundo trimestre de 2002 y el empleo del segundo trimestre de 2002, en relación con los mismos períodos del año 2001. La selección de dichas variables se ha realizado a través de métodos estadísticos de análisis factorial, de manera que las tres resumen los elementos estadísticamente comunes del comportamiento del resto de variables de la Encuesta.

### 2. Muestra de la encuesta de clima turístico Exceltur (ECT)

La encuesta parte de la identificación de los actores turísticos oferentes de los principales servicios que componen el gasto del turista. Hay que tener en cuenta la dificultad de definir e identificar a las industrias características del turismo desde un **enfoque de la unidad productora**, por cuanto se trata de un sector o "actividad transversal". Si bien desde el enfoque de producto, el gasto realizado por un turista se concentra principalmente en los servicios de **alojamiento, agencia de viaje y transporte**, el número de bienes y servicios consumibles por el turista puede ser muy elevado, y algunos como los servicios de ocio y cultura se convierten cada día más en productos de la cesta de consumo del turista. En este diseño inicial de la Encuesta no se han tenido en cuenta la opinión de las empresas productoras de servicios de ocio, por la dificultad de establecer un criterio por unidad de producción y producto que permitiera identificar claramente al actor empresarial de este ámbito turístico.

Por ello, la encuesta de Clima Exceltur adopta un enfoque conjunto, desde las unidades productivas (establecimientos empresariales vinculados a la actividad turística), enmarcado sobre la restricción de que tenga como **actividad principal la producción de algunos de los servicios básicos del gasto turístico (alojamiento, distribución y transporte)**. La información obtenida de las unidades de producción se ordena y trata en función del componente de gasto que satisface cada una de ellas. La unidad de encuestación son los establecimientos empresariales, a excepción del transporte donde se toma la empresa como unidad de respuesta.

La muestra trimestral de la ECT es un panel **(muestra fija) de establecimientos y empresas (en el caso del transporte) obtenidos mediante muestreo estratificado con afijación óptima**. Los estratos se definen en función de la estructura empresarial de cada uno de los sectores (alojamiento y distribución) para cada una de las Comunidades Autónomas. **La muestra ha incluido en este primer trimestre cerca de 900 cuestionarios procesados**, que representan la respuesta de los máximos responsables de los establecimientos y unidades de negocio, obteniendo representatividad en los principales indicadores de clima por CCAA.

Los tamaños de muestra por CCAA y sector están calculados sobre un intervalo de confianza del 90%. Para las comunidades de Navarra y La Rioja no se ha obtenido representatividad suficiente en este primer ejercicio de encuestación, por lo que no se aportan datos para las mismas.

Para el transporte se ha contado con la respuesta de Iberia, Air Europa, Air Nostrum, Iberworld Airlines, LTE International Airways, Air Plus Comet, RENFE, Avis y Autocares Batle (en Baleares), para cada uno de los destinos en los que operan. La rama del transporte por carretera no ha tenido una cobertura suficiente en este primer paso de la puesta en marcha de la ECT, aunque se pretende ir mejorando su representatividad en los próximos trimestres.

## 3. Tratamiento de la información

### 3.1. Factores de elevación de los resultados

Los factores de elevación se han calculado sobre la información poblacional del Directorio Central de Empresas (DIRCE) y de las Cuentas Satélite del Turismo (CSTE) recientemente publicadas por el INE. Este proceso se realiza en **tres etapas** diferenciadas dependiendo del sector.

Las respuestas de los establecimientos de **alojamiento y distribución**, se agregan en un primer nivel o etapa por el tramo de empleo en el que se sitúe el establecimiento, tratando de identificar diferencias asociadas al tamaño del establecimiento. En este proceso, se definen cuatro tramos de empleo en el caso del alojamiento y dos tramos en el de distribución. En un segundo nivel, se pondera por un factor de elevación basado en la estructura de empleo del sector, obtenida del DIRCE y caracterizada para las CCAA en las que el tamaño muestral obtenido en los tramos de empleo definidos es significativo. De la aplicación de estas dos etapas sobre los datos de alojamiento y distribución de manera separada se obtiene un indicador de clima para cada uno de los dos subsectores.

El resultado del agregado de **transporte** se diseña de manera distinta, dado que la unidad muestral, en este caso,

	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
Alojamiento	Tramos de empleo del DIRCE	Empleo	VAB turístico
Distribución	Tramos de empleo del DIRCE	Empleo	
Transporte	Cuota de mercado	VAB turístico	

no es el establecimiento sino la empresa. En una primera etapa se tiene en cuenta la cuota de mercado de las principales empresas de las que se ha obtenido respuesta y que operan sobre cada subsector del transporte de pasajeros (carretera, ferrocarril, marítimo y aéreo). La segunda etapa se realiza mediante elevación de los datos conforme a la proporción turística del VAB (Valor Añadido Bruto) que representa el transporte clasificado por tipologías, publicado por el INE en las Cuentas Satélite del Turismo.

El **agregado final** que nos permite llegar al Indicador de Clima Turístico resulta finalmente de la utilización del criterio del VAB turístico, sobre los sectores de alojamiento, distribución y transporte, de donde se extrae que el peso del alojamiento supone el 50% del total. Este factor constituirá el tercer y último escalón de ponderación.

La explotación de la ECT posibilita la obtención de resultados por CCAA, para el conjunto de los sectores definidos, aunque en el caso de alguna comunidad autónoma la desagregación sectorial no es suficientemente significativa lo que no ha permitido presentar sus resultados.

### 3.2. Cuantificación de los saldos de opinión

El siguiente paso en la elaboración de la Encuesta de Clima es traducir la información cualitativa de las opiniones empresariales del sector turístico en una expresión numérica bajo un tratamiento metodológico

% Fuerte aumento	% Leve aumento	% Mantenimiento	% Leve caída	% Fuerte caída
% Aumento		% Mantenimiento	% Caída	
% aumento - % caída = saldo final				

adecuado. Los índices sintéticos y variables son presentados en forma de **saldos de opinión**, calculados sobre la información base de cinco opciones de respuesta: fuerte aumento, leve aumento, mantenimiento, leve caída y fuerte caída. Las opciones se agrupan en tres: aumento, mantenimiento y caída, pues aunque a efectos de análisis las cinco opciones enriquecen la interpretación, desde la perspectiva de la explotación se requiere de dos componentes o grupos sobre los que se pueda extraer el saldo. El saldo ofrecido como indicador que sintetiza la situación de cada una de las variables se calcula como la diferencia entre el porcentaje de opinión positiva (aumento) y la negativa (caída), indicando su signo el tono u opinión manifestado por los empresarios, y su valor el grado de consenso empresarial en dicha postura.

El saldo obtenido puede oscilar entre +100 (situación plenamente optimista) y -100 (situación totalmente pesimista), aunque se ha de tener en cuenta que estas situaciones o las cercanas a ellas son muy poco probables, por la unanimidad de respuesta que requieren. En los indicadores (saldos) no se refleja la posición intermedia o neutra de los empresarios, aunque no es una información despreciable en el análisis, pues permite valorar el grado de incertidumbre asociado a la variable en el momento de la consulta.

Mediante el procedimiento de obtención de los saldos opináticos, como diferencia entre opciones optimistas y pesimistas, se concluyen unos índices que en función de su signo y magnitud aportan información sobre la evolución de variables relevantes del sector.

### 3.3. El Índice de Clima Exceltur (ICTUR)

De la Encuesta se extraen índices sintéticos para cada subsector (alojamiento, distribución y transporte) y un

índice agregado para los tres sectores denominado Índice de Clima Turístico (ICTUR), que resume, con carácter adelantado, la opinión empresarial sobre la dinámica turística, y puede ser comparado con los indicadores de clima producidos por otros organismos nacionales e internacionales. La selección de las variables que forman parte del indicador sintético se ha realizado a través de métodos estadísticos de análisis factorial, de manera que los tres indicadores por sector y el ICTUR General resumen los elementos estadísticamente comunes del comportamiento del resto de variables de la Encuesta.

El ICTUR para cada subsector de actividad se obtiene de la agregación de indicadores parciales según su correlación con los factores obtenidos del análisis factorial del conjunto indicadores potenciales disponibles en la encuesta. Se extraen dos factores como explicativos de la mayor parte de la varianza, el primero asigna las mayores cargas o ponderaciones a las variables de ventas, reservas y empleo en el trimestre de referencia (el que acabaría de finalizar). El segundo factor extrae como relevantes estas mismas variables pero consultadas con referencia al próximo trimestre. Así, el primer factor recogería una varianza común ligada a la opinión del sector sobre la evolución en el último trimestre, con referencia al mismo trimestre del año anterior. El otro factor definido como de expectativas, recogería la variabilidad común asociada a la incertidumbre para el próximo trimestre.

La definición del indicador se apoya en la agregación de los indicadores **de reservas y empleo, consultados en referencia al trimestre de referencia**, y el indicador **de ventas preguntado con referencia al próximo trimestre**. El resultado es un indicador sintético del clima empresarial turístico formado con las opiniones acerca del trimestre de referencia y con un componente de expectativas para el próximo trimestre, agregadas para cada sector mediante media aritmética.

Sin embargo, esta agregación **presenta diferencias en el cálculo por CCAA y para los sectores de distribución y transporte**, para los que se discrimina entre el clima en origen y destino. El clima en **origen** lo determinan los establecimientos ubicados en dicha comunidad sobre sus variables de ventas, reservas y empleo, el clima en **destino** viene definido por las ventas del conjunto de los establecimientos encuestados en estos sectores con referencia a cada CCAA. Finalmente, el indicador de clima ICTUR por CCAA agrupará la opinión de la distribución y transporte desde el enfoque de destino, y del sector del alojamiento, ponderados cada uno de ellos conforme al tercer factor de elevación descrito anteriormente.

opináticos, como diferencia entre opciones optimistas y pesimistas, se concluyen unos índices que en función de su signo y magnitud aportan información sobre la evolución de variables relevantes del sector.

(Véase tabla final).

### 3.4 Análisis de los resultados

La interpretación de los resultados destaca por su sencillez, derivada también de fácil procedimiento de extracción de saldos. Así por ejemplo un saldo de 10,5 en el índice de Clima Turístico de España (ICTUR), indicará que la opinión en media (calculada sobre los datos ponderados) acerca

de la evolución de las ventas, las reservas y el empleo en los sectores del alojamiento, distribución y transporte, con respecto al mismo trimestre del año anterior es positiva. Con un grado de optimismo valorable sobre un nivel del +10,5%, reflejo de la diferencia entre el porcentaje de empresarios que han opinado sobre una evolución favorable en sus ventas, reservas y empleo, y el porcentaje de empresarios que han considerado caída.

Para el **análisis de una CCAA** hemos de tener en cuenta que el dato de clima sobre el sector del alojamiento se calcula de manera idéntica al nacional, aunque sobre la información recogida de establecimientos situados en la propia CCAA. La diferencia con los datos nacionales se encuentran en distribución y transporte. El dato de clima en **distribución de una CCAA** se obtendrá sobre las opiniones de todos los establecimientos encuestados en la geografía española sobre la evolución de las ventas a esta Comunidad. El dato de **transporte** adopta también este enfoque, con la diferencia de que el encuestado no es el establecimiento sino la empresa que opera en el ámbito nacional, y que opina sobre la evolución de las ventas con destino a esa Comunidad.

## 4. Consideraciones finales

La Encuesta de Clima Turístico Exceltur (ECT) da en este trimestre su primer paso de andadura, poniendo de manifiesto la necesidad de revisiones y correcciones futuras en el diseño de esta operación estadística, sobre la intención compartida por todos, de mejorar la información disponible acerca del Sector Turístico. Con este propósito común, y con el deseo de convertir nuestro trabajo en factor promotor de nuevos estudios y desarrollos estadísticos, es obligado reconocer la importante labor que desde el ámbito principalmente público se realiza en la producción estadística, desde instituciones del prestigio del INE, la subdirección general de Estudios del Ministerio de Ciencia y Tecnología y el Instituto de Estudios Turísticos, y que ha servido de referencia necesaria en el nacimiento de este proyecto presente y de futuro.

	Variables del indicador			
	Indicador Nacional		Indicador CCAA	
<b>Alojamiento</b> <i>(muestra)</i>	promedio	Ventas previstas Reservas actuales Empleo actual  <i>(Total establecimientos nacional)</i>	promedio	Ventas previstas Reservas actuales Empleo actual  <i>(Establecimientos en CCAA)</i>
<b>Distribución</b> <i>(muestra)</i>	promedio	Ventas previstas Reservas actuales Empleo actual  <i>(Total establecimientos nacional)</i>		Ventas previstas con destino la CCAA  <i>(Total establecimientos nacional)</i>
<b>Transporte</b> <i>(muestra)</i>	promedio	Ventas previstas Reservas actuales Empleo actual  <i>(Total empresas)</i>		Ventas previstas con destino la CCAA  <i>(Total empresas)</i>
<b>ICTUR General</b>	Promedio ponderado	Indicador Alojamiento Indicador Distribución Indicador Transporte	Promedio ponderado	Ind. Alojamiento CCAA Ind. Distribución CCAA Ind. Transporte CCAA

# Indicador Sintético de Turismo en España (ISTE)

## 1. Introducción

El Indicador Sintético del Turismo de Exceltur (ISTE) es un índice compuesto por una serie de variables que reflejan la dinámica turística española. El ISTE tiene como objetivo dar información sobre el crecimiento real del turismo español con una periodicidad trimestral, de forma que pueda servir de referencia para comparar la dinámica turística con la evolución del PIB y del resto de indicadores de otros sectores de actividad y de otros países.

Hay que tener en cuenta que no existe una variable macroeconómica de referencia de la actividad turística con periodicidad recurrente que resuma el comportamiento del turismo. La única referencia es el PIB calculado con carácter anual por La Cuenta Satélite del Turismo en España elaborada con el INE, y cuya reciente presentación publica de forma provisional los primeros resultados anuales para el periodo 1996-1999. La falta de una variable de referencia impide aplicar la metodología tradicional de indicadores sintéticos, consistente en estimar por métodos estadísticos una relación temporal y de carácter estructural entre una batería de indicadores económicos representativos de la evolución de un fenómeno macroeconómico y dicha variable de referencia del mismo. Con estos condicionantes se ha elaborado el ISTE, a partir de la agregación de un conjunto de variables que cumplen una serie de objetivos resumidos en su capacidad de reflejar la dinámica turística española, su disponibilidad con frecuencia mensual o trimestral, su publicación con el menor desfase y su estabilidad metodológica y temporal.

## 2. Construcción del Indicador

En la primera etapa se han seleccionado un conjunto de variables candidatas a formar parte del indicador por su capacidad de reflejar la dinámica del turismo español. Entre otras se analizó:

- Ingresos por turismo (Balanza de Pagos- Banco de España).
- Pagos por turismo (Balanza de Pagos- Banco de España).
- Exportaciones de servicios (Contabilidad Trimestral de España - INE).
- Ocupados en el sector del turismo (EPA - INE).
- Afiliados a la Seguridad Social en las ramas relacionada con el sector del turismo (Instituto Nacional de la Seguridad Social).
- PIB de los principales emisores de turistas a España (Eurostat).
- Pernoctaciones de residentes en establecimientos hoteleros (Encuesta de Ocupación Hotelera - INE).
- Pernoctaciones de no residentes en establecimientos hoteleros (Encuesta de Ocupación Hotelera - INE).
- Viajeros no residentes en establecimientos hoteleros (Encuesta de Ocupación Hotelera - INE).
- Viajeros residentes en establecimientos hoteleros (Encuesta de Ocupación Hotelera - INE).

- Grado de ocupación hotelera (Encuesta de Ocupación Hotelera - INE).
- Viajes turísticos españoles (Familitur- Instituto de Estudios Turísticos).
- Consumo privado en España (Contabilidad Trimestral de España - INE).
- PIB de España (Contabilidad Trimestral de España - INE).
- Gasto turístico de la Encuesta de Presupuestos Familiares (INE).
- Índice de confianza del consumidor en España (Comisión Europea).
- Índice de confianza del consumidor en la UE (Comisión Europea).
- Turistas extranjeros de Frontur (Instituto de Estudios Turísticos).

En una segunda fase se descartaron aquellos indicadores que por su construcción o publicación no cumplían algunos de los siguientes criterios de selección:

Disponibilidad con una periodicidad mensual o trimestral.

Reducido desfase en su publicación.

Amplia longitud temporal de la serie disponible. Coherencia temporal de la variable en términos de no estar sometida a cambios estructurales ni metodológicos que rompan la evolución de la serie económica.

Según la aplicación de estos dos filtros las variables seleccionadas para formar parte del ISTE fueron:

1. PIB ponderado de los principales países emisores de turistas. El número de países considerado es cinco y representan el 70,9% de los turistas que llegaron a España en 2001, según FRONTUR. Los países seleccionados son:

Alemania  
Reino Unido  
Francia  
Italia  
Holanda

Sean:

$i = 1, \dots, N$  países señalados en este apartado

$Y_{it}$  = indicador de renta real del país  $i$  en el trimestre  $t$ , media 1999=100, obtenido a partir de las series de PIB a precios constantes

$\alpha_{it}$  = importancia relativa del turismo en España del país  $i$  en relación con los países que nos visitan.

El indicador de renta de los países que nos visitan es:

$$Renta_t = \sum_{i=1}^N \alpha_{it} Y_{it}$$

2. Ingresos reales por turismo de la Balanza de Pagos. Esta

variable es el resultado de agregar trimestralmente, como suma, la serie mensual de los ingresos por turismo que publica el Banco de España. Para convertir la serie a precios constantes se ha utilizado el IPC de hostelería y turismo que publica el Instituto Nacional de Estadística.

3. Llegada de turistas de FRONTUR. Esta variable es el resultado de agregar trimestralmente, como suma, la serie mensual de turistas de FRONTUR.

4. Pernoctaciones de residentes en establecimientos hoteleros de la Encuesta de Ocupación Hotelera. Esta variable es el resultado de agregar trimestralmente, como suma, la serie mensual de pernoctaciones de turistas de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE.

5. Consumo privado de la Contabilidad Trimestral de España en términos constantes.

6. Afiliados a la Seguridad Social de las ramas vinculadas al turismo. Esta variable es el resultado de agregar trimestralmente la serie mensual de los afiliados a la Seguridad Social de las siguientes ramas de la CNAE:

55 Hostelería

60 Transporte terrestre.

61 Transporte marítimo, de cabotaje y por vías de navegación interiores

62 Transporte aéreo y espacial 63 Actividades anexas a los transportes; actividades de agencias de viajes

633 Actividades de las agencias de viajes, mayoristas y minoristas de turismo y otras actividades de apoyo turístico.

92 Actividades recreativas, culturales y deportivas

923 Otras actividades turísticas y artísticas

925 Actividades de bibliotecas, archivos, museos, y otras instituciones culturales.

El ISTE se contruye como una combinación lineal de ponderaciones fijas de los números índice de las variables seleccionadas, siguiendo la ecuación que se especifica a continuación:

$$ISTE_t = \sum (IPIB_t + IIngT_t + IT_t + IPern_t + ICP_r + IAF_t)$$

Sean:

$i = 1, \dots, N$  el número de variables  $t =$  el trimestre de referencia  $ISTE_t =$  Indicador sintético del Turismo de Exceltur

$IPIB_t =$  Índice base 100 en el año 1999 del PIB ponderado por la importancia en el turismo español de los principales países emisores de turistas.

$IINGT_t =$  Índice base 100 en el año 1999 de los Ingresos reales por turismo de la Balanza de Pagos.  $IT_t =$  Índice base 100 en el año 1999 del llegada de turistas de FRONTUR.  $IPern_t =$  Índice base 100 en el año 1999 de las pernoctaciones de residentes en establecimientos hoteleros de la Encuesta de Ocupación Hotelera.  $ICPr_t =$  Índice base 100 en el año 1999 del consumo privado de la Contabilidad Trimestral de España.

$IAF_t =$  Índice base 100 en el año 1999 de los afiliados a la Seguridad Social de las ramas vinculadas al turismo.

### 3. Consideraciones finales

Todas las variables se definen en términos reales y con periodicidad trimestral.

Las variables se han corregido de estacionalidad (oscilaciones de ciclo anual que se repiten a lo largo de los años) y calendario (número de días festivos, Semana Santa) a través de la metodología de Box-Jenkins de análisis de series temporales y la metodología de ajuste estacional desarrollada por Maravall en su programa TRAMO-SEATS, excepto el consumo privado español y el PIB de los países de la UE. Esta transformación permite agregar las variables que forman parte del indicador en los mismos términos y en los que publica el PIB español y el PIB del Área Euro, favoreciendo su comparación.

El ISTE se presenta en tasas de variación interanual como reflejo de la dinámica cíclica del turismo en España.

# Modelos de previsión de llegada de turistas

El Informe “Perspectivas Turísticas” de Exceltur incorpora predicciones de la llegada de turistas a nuestro país desde los principales mercados emisores. El objetivo es aportar información sobre el futuro y reducir parte de la incertidumbre presente en el comportamiento de nuestros principales mercados de clientes, que hoy están condicionando las decisiones del sector.

En el ámbito de la previsión de la llegada de turistas es frecuente la utilización de dos tipos de modelos para predecir: modelos univariantes y modelos estructurales econométricos. En el presente informe hemos utilizado ambos en función de su significación estadística. Las previsiones del número de turistas se han elaborado en todos los casos a través de la estimación de funciones de transferencia, que relacionan la entrada de visitantes con las variables que se describen en el siguiente epígrafe (rentas, precios relativos de España frente a países emisores y precios relativos de España frente a países competidores).

## 1. Variables de los modelos de previsión

### 3.1 Variable dependiente: Turistas por procedencia según encuesta de Frontur

La serie abarca desde enero de 1997 hasta abril de 2002 con datos que se publican mensualmente. La cuota sobre el total de turistas correspondiente a los países seleccionados es del 71,9% según datos de 2001.

En concreto, los países emisores considerados son:

Reino Unido (28,4%)  
Alemania (21,2%)  
Francia (13,7%)  
Países bajos (4,3%)  
Italia (4,4%)

### 1.2 Variable explicativa 1: Precios relativos frente a competidores

Los países competidores seleccionados son los siguientes:

Italia  
Francia  
Grecia  
Túnez  
Turquía  
Croacia  
Marruecos  
Egipto

El indicador de precios relativos se construye como un tipo de cambio efectivo real considerando ponderaciones uniformes.

Los índices de precios considerados son el componente del IPC de turismo para países de la UE y el IPC para el resto de países.

La importancia de países del Área Euro como países competidores nos obliga a tener en cuenta la influencia del tipo de cambio de la peseta en el período previo a la introducción al euro. Por tanto para Italia y Francia la variable relevante a partir de 1999 es el diferencial de inflación en los precios de turismo.

El índice de precios relativos se construye como sigue:

$$PRCt = \sum wit * (IPCTt/IPCTit) * (1/TCit)$$

Donde:

IPCTt= IPC de turismo de España

IPCTit= IPC de turismo o IPC en país i competidor

TCit= pesetas por unidad de moneda del país i competidor

wit= ponderaciones uniformes del país i

### 1.3 Variable explicativa 2: Precios relativos frente a entrantes

Los países entrantes seleccionados son los siguientes:

Reino Unido  
Alemania  
Francia  
Países bajos  
Italia

En este caso se utilizan índices de precios al consumo armonizados publicados por EUROSTAT.

El índice de precios relativos se construye como sigue:

$$PREi = IPCt/IPCit * (1/TCit)$$

IPCt= IPCA de España armonizado

IPCit= IPCA de país i entrante

TCit= pesetas por unidad de moneda del país i entrante

### 1.4 Variable explicativa 3: Renta de entrantes

En la estimación de los modelos se han considerado dos variables alternativas:

Producto interior bruto en términos reales estimado a través de la contabilidad nacional trimestral.

Renta disponible de las familias en términos reales.

La mayor significación estadística de la primera variable en los modelos de previsión estimados nos lleva a centrar el apartado de resultados en este indicador.

## 2. Metodología de estimación

La estimación de previsión se lleva a cabo a través de dos vías alternativas, si bien al final se han empleado para todos los países funciones de transferencia.

2.1 Estimación del proceso autorregresivo-medias móviles integrado o, de forma abreviada, ARIMA univariante. Siendo la especificación genérica del modelo:

$$\phi(B)(1-B)^d Y_t = \theta(B)u_t$$

donde,

$Y_t$  = variable dependiente

$d$  = orden de diferenciación

$\theta(B)$  = operador polinomial de retardos, de forma que ,  
 $\theta(B) = 1 - \theta_1 B - \theta_2 B^2 - \dots - \theta_q B^q$  siendo  $B$  el operador de retardos tal que su exponente indica el orden del retardo de la variable que multiplica, esto es:

$$B^s Y_t = Y_{t-s}$$

$u_t$  = residuos del modelo

2.2 Estimación de funciones de transferencia utilizando como variables explicativas las definidas en el punto 1.

La función de transferencia estimada para cada caso es:

$$(1) \quad DY_t = V_0 + V(B)DX_t + N_t$$

donde,

$V_0$ : constante del modelo

$DY_t$ : variación interanual de la variable dependiente

$DX_t$ : variación interanual de la variable explicativa

$V(B)Y_t = Y_{t-1}$  ;  $V(B)$  es el operador de retardos

$Y_t$  donde  $N_t$ , residuos del modelo, siguen un proceso ARMA, es decir:

$$N_t = \frac{\theta(B)}{\phi(B)}$$

En este caso, es necesario obtener previsiones de las variables explicativas para poder estimar el número de turistas según países emisores. Para ello, hemos realizado previsiones de los índices de precios al consumo y su componente de turismo a través de modelos ARIMA, según la metodología expuesta en el punto 2.1.

En el caso de la renta las fuentes utilizadas para las previsiones han sido:

Consensus Forecasts Inc.

Fondo Monetario Internacional

Bundesbank

Previsiones del Grupo Analistas para el caso de variables españolas

## 2. Metodología de estimación

Los modelos alternativos estimados para cada país de origen hansido:

### Modelos alternativos para previsión de turistas

Modelo 1	ARIMA univariante
Modelo 2	Función de transferencia con PIB
Modelo 3	Función de transferencia con renta disponible
Modelo 4	Función de transferencia con salarios
Modelo 5	Función de transferencia con precios relativos frente al propio país de origen
Modelo 6	Función de transferencia con precios relativos frente países competidores
Modelo 7	Función de transferencia con PIB y precios relativos frente al propio país de origen
Modelo 8	Función de transferencia con PIB y precios relativos frente países competidores
Modelo 9	Función de transferencia con PIB, precios relativos frente al propio país de origen y precios relativos frente países competidores

En cada caso se ha seleccionado el modelo más significativo estadísticamente y que mejor recoge la senda de la llegada de turistas, obteniéndose previsiones mensuales.

# Glosario



# Glosario

## INDICADORES MACROECONÓMICOS

**Producto Interior Bruto (PIB)** (Fuente: Institutos de Estadística Nacionales): Representa el valor monetario, normalmente a precios de mercado, de todos los bienes y servicios finales producidos dentro del territorio de un país durante un año. El valor del PIB suele calcularse con periodicidad trimestral y es la medida más amplia de la actividad económica, de forma que su tasa de variación se utiliza para medir el crecimiento de un país durante un período de tiempo determinado.

**Expectativas empresariales:** Los indicadores de confianza empresarial tratan de reflejar la percepción de los empresarios de un país acerca de la situación económica presente y sus expectativas sobre la evolución futura de la economía. Se elaboran a partir de encuestas periódicas (mensuales o trimestrales) sobre diferentes cuestiones claves en el proceso productivo —cartera de pedidos, empleo, nivel de los inventarios, etc.— y se les otorga, en general, un papel de indicadores adelantados ya que a menudo permiten anticipar la marcha económica de un país en un horizonte de corto plazo. Se construye como la media aritmética de las respuestas a las preguntas sobre stocks de productos terminados, expectativas de producción y stock de pedidos.

**Confianza del consumidor:** Los indicadores de confianza del consumidor tratan de reflejar la percepción de los consumidores sobre el desarrollo esperado en la situación financiera de los hogares, en la situación económica general, desempleo y ahorro. Se elaboran a partir de encuestas periódicas (mensuales o trimestrales).

**Índice de Precios de Consumo:** El Índice de Precios de Consumo (IPC) es un indicador mensual de la evolución temporal de los precios de los bienes y servicios de consumo a los que hacen frente los consumidores finales (hogares) españoles. Las ponderaciones que se utilizan se obtienen básicamente a partir de la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE).

**Índice de precios relativos:** Es un indicador que se construye como el cociente entre el índice de precios nacional y el del país de referencia ponderando por el tipo de cambio correspondiente, de forma que mide el nivel de competitividad de una economía. Cuanto mayor es el nivel del índice menor es el grado de competitividad.

## INDICADORES DE TURISMO

### Movimientos Turísticos en Fronteras FRONTUR (Fuente: Instituto de Estudios Turísticos)

- **Visitante:** Toda persona que viaja, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
  - **Turista:** Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.
  - **Visitante del día (excursionista):** Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.
  - **Gasto total:** Es el gasto total efectuado para realizar el viaje. Incluye los gastos previos y posteriores al viaje y los realizados durante el mismo.
  - **Gasto total (en origen):** Total de gasto efectuado, en su país de residencia, en concepto del viaje a España por los viajeros que se desplazan a España.
  - **Gasto total (en destino):** Total de gasto efectuado en España, dentro del ámbito de su viaje, por los viajeros que se desplazan a España.
  - **Gasto medio por visitante:** Gasto total efectuado por todos los visitantes (turistas y excursionistas) dividido por el número de viajeros que realizan dicho gasto.
  - **Gasto medio por turista:** Gasto total efectuado por los turistas dividido por el número de turistas que realizan dicho gasto.
  - **Gasto medio diario por turista:** Gasto medio por turista dividido por el número de estancias (pernoctaciones) de estos turistas, que realizan dicho gasto.
  - **Paquete turístico:** Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

### Movimientos Turísticos de los Españoles Familiarit (Fuente: Instituto de Estudios Turísticos)

- **Viaje:** Se considera viaje a los desplazamiento fuera del entorno habitual con al menos una pernoctación, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de

ocio, por negocios y otros motivos. Quedan excluidos los viajes en el mismo día, los desplazamientos al lugar de trabajo y aquellos viajes que supongan una residencia superior a 12 meses consecutivos. Se excluyen de esta definición aquellos viajes realizados por personas para las que viajar es parte de su trabajo cotidiano.

- **Viajes totales:** Se consideran todos los viajes, es decir, tanto los de corta duración a segunda residencia como el resto de los viajes.
- **Viajes turísticos:** Se consideran los viajes de larga duración a segunda residencia y el resto de los viajes, tanto de corta como de larga duración, en los que el tipo de alojamiento utilizado no ha sido la segunda residencia.
- **Viaje de corta duración a segunda residencia:** Se consideran los viajes recurrentes que efectúan las familias que tienen acceso a segunda residencia y en los que el número de pernoctaciones es inferior a cuatro (corta duración).
- **Segunda residencia:** Se considera segunda residencia a cualquier vivienda, distinta de la principal, a la que el hogar tenga acceso y que esté ubicada fuera del municipio de residencia. Esta segunda residencia puede ser en propiedad, alquilada o de familiares o amigos.
- **Pernoctación:** Una pernoctación corresponde a cada una de las noches que un viajero permanece o está registrado en un establecimiento de alojamiento colectivo o en un alojamiento turístico privado, siendo innecesaria su presencia física.
- **Estancia media:** Número medio de pernoctaciones en cada viaje.
- **Gasto total:** Es el gasto total efectuado para realizar el viaje. Incluye los gastos previos y
- posteriores al viaje y los realizados durante el mismo.
- **Gasto medio por viajero:** Gasto total efectuado por los turistas dividido por el número de turistas que realizan dicho gasto.
- **Gasto medio diario por viajero:** Gasto medio por viajero dividido por el número de estancias (pernoctaciones) de estos viajeros, que realizan dicho gasto.

#### **Encuestas de Ocupación (Fuente: Instituto Nacional de Estadística)**

Definiciones comunes a todas las encuestas de Ocupación elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), Encuesta de Ocupación en o Rural

Acampamentos (EOAC), Encuesta de Ocupación en Apartamentos (EOAP), Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (EOTR).

