

Contenidos

1. Claves	3
2. Actividad Turística y Rentabilidad Empresarial	23
3. Gasto Turístico	27
4. Claves por Sectores	31
5. Destinos Nacionales	45
6. Perspectivas Turísticas	71

1 Claves

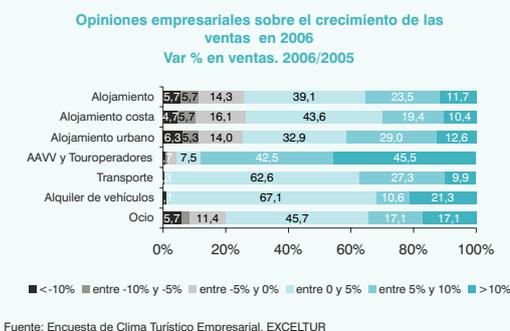
A. Balance del año 2006

A.1. Actividad turística y resultados empresariales

1 **El año 2006 ha estado marcado por un intenso crecimiento de la actividad turística en España, que ha permitido mejorar de manera generalizada los resultados empresariales**, consolidando la recuperación que se observaba desde finales del año 2004. El PIB turístico aproximado a través del Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) de Exceltur cerraba el año con un crecimiento real del 3,0% ligeramente por debajo del 3,2% registrado en 2005 y afectado a la baja por la evolución de los ingresos por turismo extranjero. El crecimiento de la actividad turística en España en 2006 ha sido paralelo al mayor dinamismo mostrado por la economía española, que ha crecido según el consenso de las diversas firmas de analistas un 3,7% en 2006, por lo que un año más no parece que a pesar de los buenos registros en los indicadores de afluencia, el turismo vaya a ser capaz de incrementar su peso en la economía española y avanzar en la recuperación de los niveles del año 1999.



2 España ha vuelto a contar en 2006 con un escenario propicio donde **diversos factores han favorecido el aumento de los viajes hacia los destinos españoles, traduciéndose en un crecimiento generalizado de las ventas de los diversos subsectores empresariales**, con una mayor intensidad en el caso de los grandes grupos de agencias de viajes emisoras de turismo nacional.



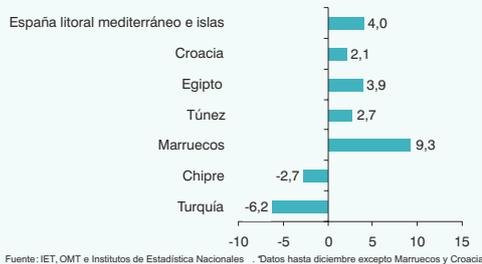
Como principales causas del incremento en las ventas de las empresas turísticas españolas en 2006 se pueden destacar:

- La **mayor alegría del consumo de las familias** en la mayor parte de los principales mercados emisores europeos, destacando la notable recuperación de los viajes turísticos de los alemanes, muy particularmente a Baleares.
- El **elevado dinamismo de la demanda nacional, aunque dando síntomas de desaceleración**.



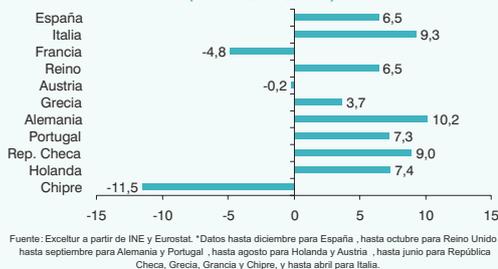
- Las reiteradas ventajas y **rentas de seguridad como país que ofrece España** en un contexto donde el principal competidor de los destinos españoles de sol y playa, Turquía, ha sufrido una caída de su demanda (un 6,2%), de nuevo por diversos factores geopolíticos que le han sido adversos.

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo
(% Crec. 2006/2005 acumulado*)



- El notable y generalizado **tirón intra europeo de escapadas a destinos urbanos**, en parte propiciado por la multiplicidad de conexiones y frecuencias de transporte, en especial de las líneas aéreas "low cost" y en España, además, por el creciente esfuerzo de muchas ciudades en potenciar su atractivo turístico.

ESPAÑA frente a los destinos europeos.
Pernoc. de no residentes en establecimientos hoteleros
(% Crec. 2006*/2005*)

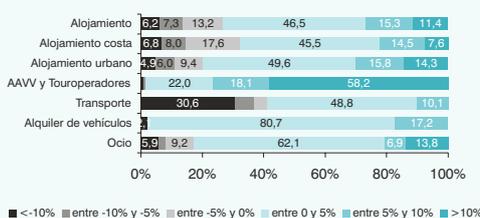


- Los resultados de los nuevos enfoques y acertadas políticas institucionales de marketing y promoción exterior materializadas en el 2006.

- Por Turespaña y diversas autonomías (Baleares, Canarias, Andalucía etc.) , con una mayor y mas eficiente coordinación entre ellas
- Por los avances en inteligencia y segmentación de mercados en los que se ha sustentado la evolución del marketing mix institucional.
- Por la prioridad y acertadas promociones ante el mercado español de algunas autonomías como Andalucía o Canarias,
- Por las esperanzadoras oportunidades empresariales que abre el poder informar y/o contratar servicios turísticos vía la página web "Spain.info" de Segitur.

3 Las empresas turísticas españolas han incrementado durante 2006 sus niveles de beneficios. Sin perjuicio de lo anterior, en 2006 se ha dado la aparente paradoja de que con **una menor tasa de crecimiento en las llegadas de turistas extranjeros sobre 2005** (un 4,5% en 2006, frente al 6,0% del año 2005) **junto a menores viajes de los españoles** (según Familitur) las empresas turísticas han mejorado sus resultados. Esto se debe a que el patrón de crecimiento de este 2006 ha sido más cualificado que el de años anteriores, lo que ha permitido unos mejores resultados empresariales y una mayor capacidad de generación de empleo durante el año 2006 en función de:

Opiniones empresariales sobre el crecimiento de los beneficios en 2006
Var % en beneficios. 2006/2005





- **La recuperación del turismo europeo familiar vacacional paquetizado** redirigido desde otros países competidores mediterráneos por cuestiones geopolíticas adversas, que ha aliviado las incertidumbres de las cuatro últimas temporadas en los destinos de sol y playa y particularmente en las islas, intensificando la afluencia de extranjeros a hoteles y moderándose a la par el crecimiento hacia segundas residencias.
- **El freno de la tendencia a la caída de la estancia media del turismo extranjero en hoteles**, lo que viene a reflejar que a pesar de una inequívoca tendencia internacional de la demanda a partir cada día más sus vacaciones a lo largo del año, son posibles las políticas para dotar de atractivos y extender la estancia en los destinos, identificando nuevos segmentos y diseñando productos para los colectivos menos sujetos al calendario laboral.
- **La moderación en el ritmo de crecimiento de nueva oferta de alojamiento hotelera** (2006 ha cerrado con un aumento en el número de plazas del 2,4% sobre 2005, mientras en 2005 el crecimiento fue del 6,8% sobre 2004), si bien la competencia potencial y alegal de los arrendamientos en segundas residencias, sigue creciendo con la incesante construcción de viviendas en zonas del litoral.
- **El progresivo aprovechamiento de las empresas españolas de sus oportunidades de Internet para contactar con el turista final**, mejorando el posicionamiento de algunas marcas y productos que se han favorecido la venta directa y de tarifas medias superiores a las de otros canales de intermediación.
- **Un cambio de tendencia en la evolución de las tarifas con una leve mejoría de las mismas.**

En síntesis, la notable mejoría de los resultados empresariales de este año 2006 en un contexto de menor crecimiento en el número de viajes demuestra la importancia de seguir muy atentamente y en toda su profundidad cuales son las bases del patrón de crecimiento turístico, frente a la mera lectura de los indicadores de afluencia o volumen, en un contexto donde España debe velar por sus recursos, particularmente en el litoral.

A.2. Demanda por mercados

4 La demanda turística de los españoles ha vuelto a jugar un papel protagonista en la dinámica turística de este año 2006, mostrando un intenso crecimiento, aunque más moderado que en las dos últimas temporadas. A pesar de la desaceleración del consumo de las familias españolas que se ha producido en 2006 como consecuencia de los primeros efectos de las subidas de tipos de interés en un contexto de elevado nivel de endeudamiento, se cierra el año con elevadas tasas de crecimiento de los hoy todavía muy exiguos indicadores que permiten realizar un seguimiento más profundo y periódico de su comportamiento, y muy particularmente de sus diversos niveles de gasto turístico.

Las pernoctaciones en hoteles de los españoles se han incrementado un 5,8%, alcanzado su máximo histórico con casi 115 millones de pernoctaciones, el gasto turístico en el exterior ha aumentado un 10,2% hasta el mes de octubre según el Banco de España y el BSP ha crecido un 5,9%. Se trata, sin duda, de intensos ritmos de crecimiento pero en todos los indicadores de una magnitud algo inferior a los ya destacados que se observaron durante 2004 y 2005.

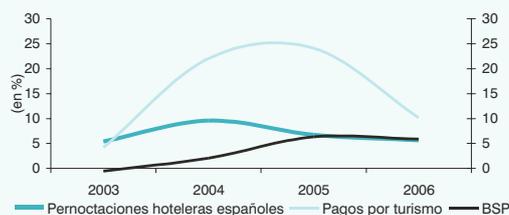


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

El cierre de 2006 ha vuelto a poner de manifiesto que **la desaceleración del consumo turístico de los españoles será suave, aunque afectará menos intensamente a sus viajes a destinos españoles que a su propensión a viajar a destinos internacionales.** Todo parece indicar que un primer efecto de la reducción de la renta disponible se está materializando en una redistribución de los viajes hacia lo destinos más próximos y de menor coste por el menor desembolso en transporte, beneficiando esta tendencia a los destinos nacionales. Esto es lo que parece haberse producido en el segundo semestre del año, donde los gastos de los españoles al exterior han moderado sus ritmos de crecimiento, aunque siguen mostrándose muy dinámicos, y paralelamente se ha intensificado el crecimiento de las pernoctaciones en hoteles españoles (sólo en el periodo octubre diciembre se han incrementado un 8,0%).



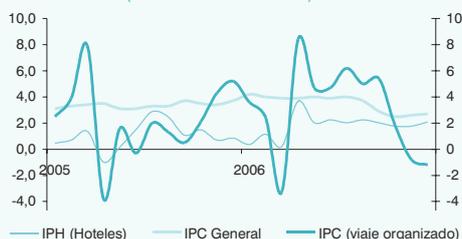
Indicadores de gasto del mercado español
(Tasa de variación interanual)



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

En el positivo comportamiento de la demanda española en octubre, noviembre y diciembre tiene mucho que ver la evolución a la baja de los precios, que en los tres últimos meses del año en el caso de las agencias de viajes emisoras españolas muestran una caída del 0,6% y un crecimiento muy bajo del 1,8% en el caso de los hoteles.

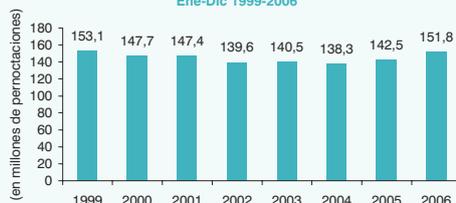
Índices de Precios calculados por el INE
(Tasa de variación interanual)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPC e IPH, INE

5 Por otro lado, la demanda internacional hacia España ha mostrado un elevado dinamismo en 2006 impulsada por las rentas de seguridad en las líneas de producto asociadas a nuestro sol y playa, así como por el "boom" de las escapadas intraeuropeas a destinos urbanos impulsada tanto por la multiplicación de conexiones y frecuencias de transporte aéreo, como por los esfuerzos de múltiples ciudades españolas por dotarse de mayores atractivos turísticos (ej. Valencia). Las pernoctaciones en hoteles de los no residentes se han incrementado un 6,5% durante 2006 hasta alcanzar los 151,8 millones de pernoctaciones (todavía inferiores a los niveles de 1999) y el número de llegada de turistas ha aumentado un 4,5%, hasta los 58,5 millones.

Número de pernoctaciones de los extranjeros
en establecimientos hoteleros
Ene-Dic 1999-2006



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

6 Sin perjuicio de todo lo anterior, resulta paradójico que en una temporada como la de 2006 donde se ha producido un fuerte aumento en España de la demanda de servicios turísticos reglados por parte de los turistas extranjeros y que ha ayudado a la mejora de los beneficios empresariales, los ingresos por turismo extranjero que revierten en España se han mantenido según el Banco de España prácticamente estancados en los niveles de 2005 en términos nominales. A partir de los últimos datos oficiales publicados hasta el mes de octubre, desde Exceltur estimamos que esos ingresos cierran el año con un aumento del 1,1%, que de confirmarse supondría un retroceso en términos reales del 2,8% sobre 2005.

Ingresos reales por turismo de la Balanza de Pagos
2000-2006



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



Los datos del Banco de España sobre el ingreso turístico que finalmente revierte en España difieren de la información de la encuesta Egatur publicada por el Instituto de Estudios Turísticos ya que este último mide el gasto total de los turistas extranjeros que visitan España y recoge también la evolución de aquellos componentes del viaje, como el transporte y otros gastos realizados en su país de origen, cuyo desembolso por parte del turista en múltiples ocasiones no revierte a España. Tomando en consideración estas observaciones, la citada encuesta Egatur, con los datos acumulados hasta noviembre, revela que el gasto total de los extranjeros que nos visitan (no los ingresos que nos llegan) se incrementó un 4,5% en términos nominales.

En este sentido, los acelerados cambios en el escenario turístico internacional aconsejan la necesidad cada vez más imperiosa de evaluar de manera distinta los efectos inducidos por el modelo de crecimiento turístico español desde la perspectiva de lo que verdaderamente revierte al tejido productivo y sociolaboral a nivel local.

La actual evolución de los ingresos reales por turismo extranjero que revierten en España, y que publica el Banco de España, debiera ser motivo de un profundo análisis por parte de administraciones y empresas para mejorar el conocimiento y los efectos multiplicadores del perfil del turismo extranjero que de manera creciente recibimos en los últimos años y los factores que lo están propiciando. En definitiva una información para poder hacer valoraciones más precisas y poder tomar las decisiones públicas y privadas más pertinentes de cara potenciar la gestión de nuestra oferta y nuestra demanda turística, para asegurar los mayores niveles de competitividad y de prosperidad sostenibles.

7 *Por otra parte, la información sobre el efectivo dispuesto de cajeros y los pagos realizados por los no residentes en España con tarjetas de crédito de Visa, Mastercard y American Express introduce un balance del año 2006 más favorable en términos de ingresos que los derivados de la información del Banco de España.* Aunque en este contexto la información de tarjetas de crédito hay que utilizarla con cautela por el efecto sustitución en el uso de medios de pago en favor de las tarjetas de crédito y en detrimento del efectivo, que hace que su crecimiento pudiera estar algo inflado por este concepto, lo cierto es que el año 2006 cerró con un aumento del 7,6% en los pagos con tarjeta, según la información suministrada por Sermepa, 4b y American Express, algo superiores al aumento del 6,8% con que cerró el año 2005.

Lo que si parece desprenderse de manera clara de la información de las tarjetas de crédito es la desaceleración que se viene produciendo en el segundo semestre del año y que afecta de manera más intensa a los perfiles de mayor capacidad de gasto, tendencia que por sus repercusiones habrá que seguir con cautela en este año 2007 que acaba de comenzar.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Sermepa, 4B y AMEX

8 Frente a la evolución de los indicadores de ingresos turísticos del exterior que se desprende del Banco de España, el número de llegadas de turistas extranjeros ha seguido creciendo en nuestro país, provocando una nueva caída en el ingreso medio por cada turista extranjero que nos visita. En concreto, un aumento del 4,5% en el número de llegada de turistas junto con el incremento estimado para el cierre de 2006 de los ingresos nominales que revierten a España del 1,1% habrá **generado por sexto año consecutivo una caída del ingreso medio por cada turista extranjero del 3,3% en términos nominales y una caída del 7,0% en términos reales durante 2006.**



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



Aunque en la actualidad no se dispone de información con toda la precisión que sería aconsejable para seguir la evolución del gasto turístico en España en función de los diversos perfiles y hábitos de los turistas, todo parece indicar que el factor principal de este descenso se encuentra en la intensificación de llegadas de aquellos perfiles de menor gasto medio diario, así como la fuerte caída de la estancia media de los turistas que se alojan en la oferta residencial, toda vez que la estancia media en alojamientos hoteleros por parte de los extranjeros ha crecido a lo largo de 2006, gracias al fuerte aumento de las pernoctaciones, particularmente por el repunte de la demanda de sol y playa paquetizada y “prestada” de otros países, rompiendo la tendencia a la baja que mostraba este importante indicador desde el año 1999.

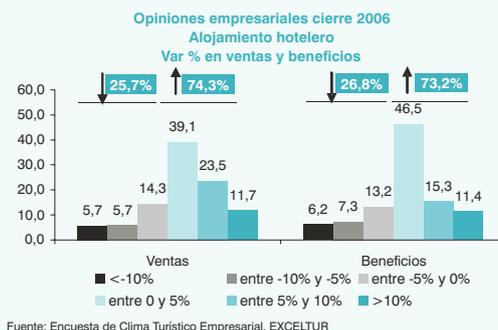


Es en este contexto donde **debe ser reconocida la acertada y novedosa iniciativa por parte de Turespaña de promover para el año 2007 una estrategia de marketing institucional dirigida a captar turistas “Premium” o de mayor capacidad de gasto.** Aun cuando es una excelente iniciativa las mayores dificultades surgirán en algunos casos en cuanto la capacidad de crear productos “Premium” en destinos “Premium”, objetivo que puede conseguirse más fácilmente en el ámbito urbano, pero que hoy por hoy con los condicionantes actuales es más complejo de crear en algunas zonas del litoral mediterráneo y los archipiélagos de Baleares y Canarias, que requieren de notables intervenciones de renovación y reposicionamiento del conjunto de servicios y atractivos del destino.

A.3. Claves por subsectores

9 Alojamiento hotelero: El empuje de la demanda durante todo el año 2006 ha favorecido un positivo y generalizado avance en los niveles de ocupación, superando temporalmente los problemas de sobreoferta detectados en años anteriores tanto en los destinos vacacionales como en entornos urbanos y ha permitido a los gestores de esos establecimientos una cierta capacidad de mejora en la negociación de sus tarifas, que se ha traducido según los resultados empresariales para el conjunto del año en un **mayoritario aunque moderado avance en las rentabilidades empresariales en el conjunto del subsector hotelero.**

Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur cerrada a mediados del mes de enero de 2007 y en la que han participado más de 1.200 unidades de negocios y establecimientos de diversos subsectores, el 73,2% de los establecimientos hoteleros españoles encuestados han experimentado un incremento positivo en sus beneficios empresariales en el ejercicio 2006 y el 74,3% de los mismos registraron un crecimiento interanual en los niveles de ventas. Es sin embargo relevante destacar, el elevado porcentaje (39,1%) de hoteles que cuantifican estas mejoras por debajo del 5%, así como el porcentaje de encuestados (13,5%) que todavía apuntan haber sufrido caídas en su rentabilidad empresarial superiores al 5% en 2006 respecto a los niveles de 2005.





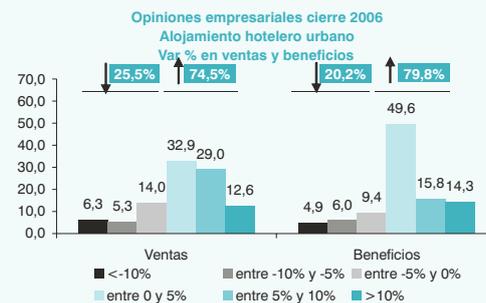
Sin perjuicio de este balance general, el análisis más detallado de resultados por destinos concretos revela que en algunas zonas del litoral mediterráneo peninsular y Baleares y Canarias persisten los problemas estructurales derivados del proceso de obsolescencia de sus entornos, equipamientos, y planta alojativa que exigen acelerar la puesta en marcha de estrategias público-privadas de reconversión, que consigan recuperar su atractivo y su reposicionamiento a medio plazo.

En esta línea, 2007 debería ser el año de puesta en marcha definitiva de las primeras medidas contempladas tanto en el Plan Cualifica de la Costa del Sol, como en el Plan Renove de la Playa de Palma, así como un año en el que se intensifique la integración de estrategias turísticas en los diversos planes de ordenación territorial supramunicipales que están en fase de redacción en algunas zonas del litoral y se cumplan con el mayor rigor las previstas en los Planes ya vigentes.

En este punto cabe reiterar el relevante papel y la valiosa oportunidad coyuntural que en estos momentos supone la redacción de un conjunto de documentos de ordenación del territorio de carácter supramunicipal para aprovecharse e integrar en ellos una estrategia turística lo más consensuada posible, que refuerce los niveles de competitividad y facilite el reconducir algunas realidades urbanísticas hacia escenarios con el mayor atractivo turístico, basados en modelos de crecimiento más sostenibles y socioeconómicamente más rentables para la población local a medio y largo plazo.

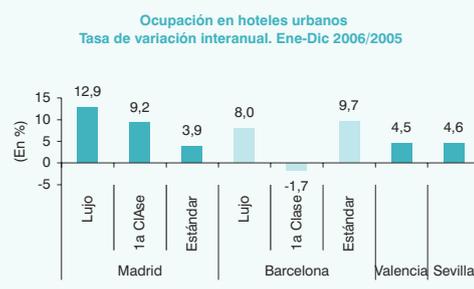
10 Hoteles Urbanos: 2006 ha sido testigo de un positivo comportamiento de todos los indicadores relacionados con la actividad hotelera urbana, tanto los de ventas y ocupación como los de rentabilidad. En este sentido, **el ejercicio turístico 2006 ha supuesto una prolongación de la senda de recuperación iniciada en el año 2005 de la actividad en la hotelería urbana española.**

A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur en el cierre de 2006 el 74,5% de los gestores de hoteles urbanos manifestaron haber experimentado un crecimiento de las ventas en sus establecimientos, que en un elevado porcentaje (29,0%) cuantifican en crecimientos entre el 5% y el 10% y con un 12,6% superiores al 10%. Este avance en los niveles de ventas ha posibilitado una **recuperación de la ocupación y un incremento de los precios y rentabilidades según la opinión de los empresarios**, ratificada por la evolución de las pernoctaciones que publica el INE y otros indicadores como el REVPAR elaborado por la consultora MHI para cuatro de los principales destinos urbanos españoles.



La explosión intraeuropea del turismo urbano y de "short-breaks" impulsado entre otros por las nuevas conexiones y frecuencias de las aerolíneas de bajo coste, el dinamismo del turismo de negocios, congresos y reuniones y las notables apuestas municipales por dotar de nuevos atractivos y equipamientos en múltiples ciudades españolas en 2006 han impulsado sustancialmente la demanda en los establecimientos hoteleros de las principales ciudades españolas. Efectivamente, según la EOH del INE en el año 2006 las pernoctaciones en los hoteles de capitales de provincias españolas ascendieron a 62,7 millones, 10 millones más que hace apenas cuatro años, lo que ha supuesto un incremento interanual de 5,1% respecto a 2005.

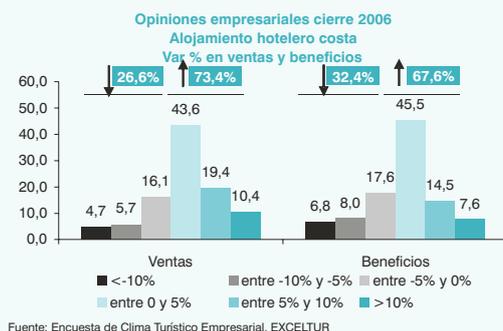
Este positivo comportamiento de la demanda, ha facilitado en un segmento de alojamiento como en el urbano en constante crecimiento en términos de nuevas plazas hoteleras en el mercado, una recuperación de los niveles de ocupación según reafirman los datos de MHI para Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia, que prolonga la tendencia de mejora en los niveles de ocupación hotelera en estas ciudades iniciada en 2005, tras años de sucesivas caídas debidos al continuado crecimiento de la oferta.



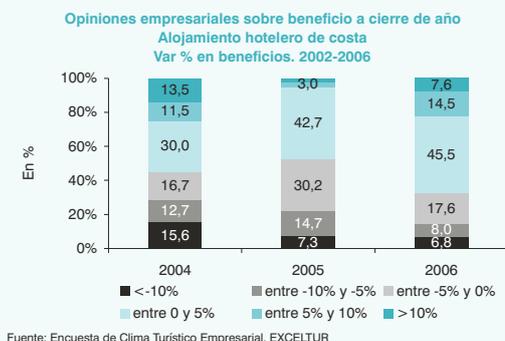


11 Hoteles vacacionales de costa: Tras unos años complejos debido entre otros a la situación de sobre oferta de alojamiento hotelero y pérdida del atractivo turístico en algunas de las zonas pioneras y más maduras del litoral español, **en el ejercicio 2006 se ha experimentado una notable mejora de sus niveles de ventas y ocupación, que han permitido un margen algo más amplio a la hora de la negociación de tarifas.** Estos registros han venido fundamentalmente de la mano del empuje de la demanda nacional, que ha seguido optando en 2006 con creciente preferencia por los destinos nacionales de sol y playa para el disfrute de sus días de vacaciones, y la extranjera, favorecida por un entorno macroeconómico más favorable y la redistribución desde otros destinos competidores que, un año más y por razones geopolíticas diversas, han sido penalizados por los turistas europeos.

En este marco, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico empresarial de Exceltur revelan como la mayoría de los hoteles vacacionales en España han experimentado en 2006 crecimientos en sus niveles de facturación respecto al ejercicio 2005. En concreto, según las opiniones empresariales a cierre de ejercicio, el 73,4% de los hoteles del segmento de sol y playa registraron incrementos en las ventas respecto a los niveles de 2005, cuantificando la mayoría de los gestores hoteleros (43,6%) estas ventas entre el 0% y el 5%.



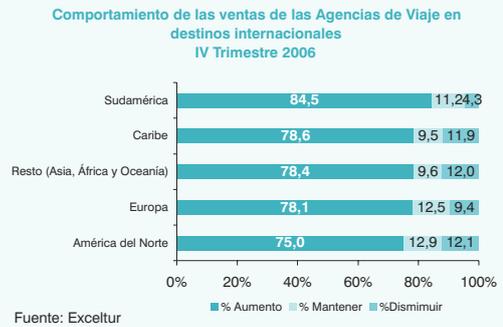
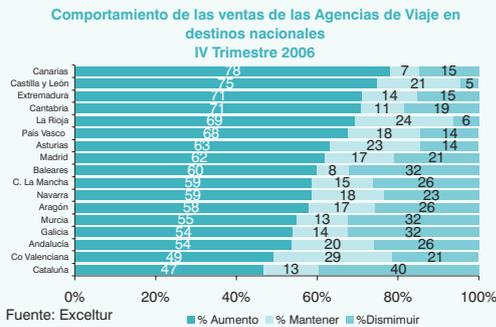
Con estos componentes, **en el año 2006 se ha frenado la senda de caída en la rentabilidad empresarial en los hoteles vacacionales de los destinos turísticos españoles del segmento de sol y playa.** De esta manera, el 67,6% de los gestores de estos establecimientos revelaban incrementos interanuales positivos en los beneficios empresariales del año 2006. La mayoría de ellos (45,5%), cuantificaban estos aumentos como leves, mientras que un 14,5% indicaban que la mejora en rentabilidad se había situado entre el 5% y 10% interanual, y el 7,6% apuntaba que este crecimiento había superado el 10% respecto a los niveles de 2005.



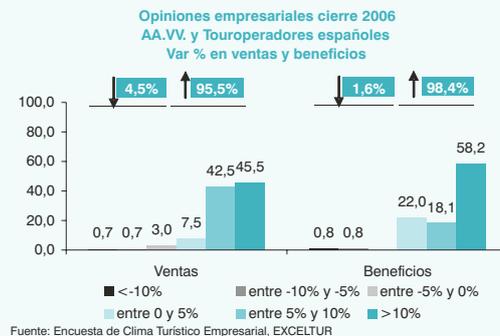
12 Agencias de Viajes Emisoras: Los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles han disfrutado de un año muy favorable, tanto en términos de ventas, como de rentabilidad empresarial, debido al crecimiento del consumo turístico interno a pesar de los síntomas de ralentización que se percibieron en el tercer trimestre de 2006. De hecho, la rápida y adecuada respuesta de este subsector a estos primeros síntomas de desaceleración de los ritmos de crecimiento de la demanda de los españoles a través de campañas de promoción y reducciones de precios ha impulsado la reactivación observada en el cuarto trimestre del año 2006.

El crecimiento de la demanda española en el primer semestre de 2006 y durante el cuarto trimestre del año ha compensado la ralentización de las pernoctaciones en hoteles y apartamentos reglados en los meses de julio, agosto y septiembre, cerrando el conjunto del año con un crecimiento del 6,0% en el número de noches disfrutadas por los españoles en hoteles y apartamentos reglados. En un escenario dominado por una menguante capacidad adquisitiva en términos de renta disponible, el calendario propicio para el disfrute de escapadas de corta y media duración, las favorables condiciones climatológicas, y la accesibilidad a productos a precios más asequibles que en el mismo período del año anterior, explican parte de esta reactivación de la demanda nacional durante el último trimestre del año 2006.

Este repunte de la demanda interna se ha concretado en crecimientos de facturación de las agencias derivado de la venta de viajes a destinos domésticos y en la vuelta al consenso en cuánto al crecimiento de las ventas a destinos de larga distancia y Europa. Dentro de los destinos vacacionales españoles, el consenso ha sido unánime en cuánto al crecimiento de las ventas durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2006. El benigno clima que ha dominado el último trimestre de 2006 ha favorecido el crecimiento de las ventas en destinos vacacionales, como Baleares, que se ha venido a sumar a Canarias, que en su plena temporada alta que es el invierno- se presenta como el destino donde de manera más generalizada se han incrementado las ventas. Destaca igualmente el consenso generalizado en cuánto al incremento de las ventas a destinos de interior como Castilla y León y Extremadura, junto a todos los destinos turísticos de la España Verde, en parte favorecidos por la redistribución de flujos turísticos desde otros destinos vinculados al disfrute de los deportes de invierno por la falta de nieve en los mismos.



Para el conjunto de 2006, según la opinión mayoritaria de los empresarios se registró un nuevo y notable incremento de las ventas en los grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores españoles. En concreto, el 42,5% de los gestores de agencias de viajes cifraban el aumento en las ventas entre el 5% y 10%, mientras un 45,5% había disfrutado de aumentos superiores al 10%. El fuerte aumento en los niveles de ventas se ha concretado en este año 2006 en una muy positiva mejoría de la rentabilidad empresarial en los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles. El 58,2% de las agencias consiguió en 2006 incrementar sus beneficios por encima del 10%.



En este sentido, **el balance del año turístico 2006 en clave de facturación y de rentabilidad se configura como el más positivo para los grandes grupos emisores españoles desde el año 2002 en que se puso en marcha la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.**

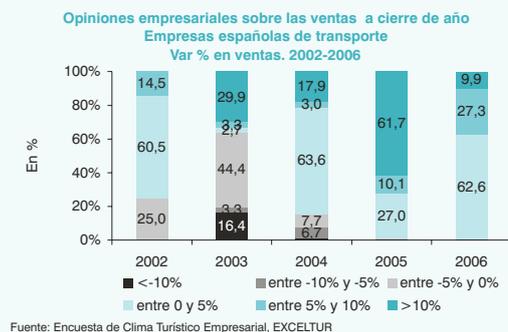
13 Transporte de pasajeros. El devenir de la actividad del **subsector transporte de pasajeros** se ha vuelto a situar en un escenario de creciente y elevada competencia, caracterizado por el fuerte aumento de la oferta, especialmente en el segmento de transporte aéreo y en el que la demanda de servicios de transporte vinculados a desplazamientos turísticos se ha concretado en un **generalizado, aunque leve aumento de los niveles de ventas en 2006 respecto los niveles alcanzados en 2005.**

Así, según la encuesta realizada por Exceltur entre compañías españolas de transporte, el 99,7% de las empresas registraron incrementos en los niveles de ventas para el conjunto del año 2006, la mayor parte de los cuáles (62,6%) sin superar el 5%. Tan solo el 37,1% de los profesionales del subsector de transportes manifestaban haber registrado crecimientos superiores al 5%.

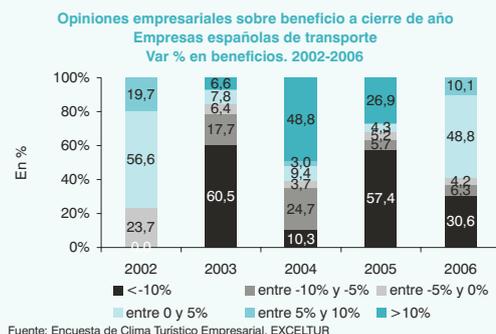
De esta manera, las valoraciones empresariales en cuánto al curso de sus ventas en 2006 han sido menos favorables que las percibidas en el ejercicio 2005 fruto de un mercado en creciente y constante competencia, que está afectando paulatinamente el potencial de crecimiento de las compañías españolas en las conexiones del mercado doméstico y



Europeo, viéndose obligadas a variar sus estrategias de negocio en algunos casos hacia nichos de mercado como los viajes vacacionales y de larga distancia hacia mercados de potencial incremento como el latinoamericano para superar este nuevo escenario competitivo en continuo cambio.

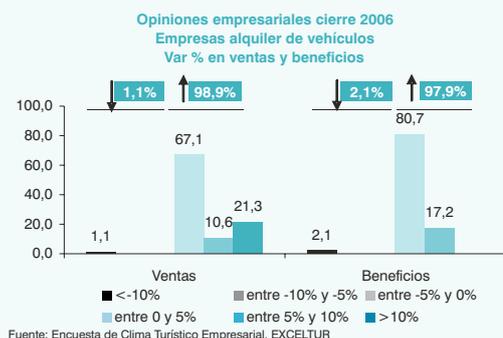


El leve aumento de las ventas percibido por la mayoría de las empresas del subsector del transporte no ha sido sin embargo suficiente para que la mejora de la rentabilidad empresarial haya sido extensible a todas las compañías. De hecho, el 30,6% de ellas han experimentado en 2006 descensos de más de dos dígitos en sus niveles de beneficios. En este sentido, el debilitamiento de **las cuentas de resultados en el primer semestre del año no ha podido ser compensado por el ajuste al alza realizado en los precios durante todo el año 2006, el avance en los niveles de ventas y los menores costes del queroseno en la segunda mitad del ejercicio.**



14 Alquiler de Vehículos. La fortaleza mostrada en los desplazamientos turísticos de los españoles, el creciente volumen de viajes independientes de los extranjeros y el crecimiento del turismo de negocios siguen favoreciendo, un año más, las ventas en las compañías de alquiler de vehículos. En este sentido, la facturación en el año 2006 fue superior a la del año anterior según el 77,8% de los gestores de empresas arrendadoras de vehículos, cuantificando la mayor parte de los mismos este crecimiento entre el 0 y el 5%.

Esta manifiesta aunque tímida mejora en las ventas en 2006 se ha trasladado positivamente a las cuentas de resultados si bien de manera moderada de acuerdo a la opinión del 80,7% de los empresarios del subsector en un ejercicio 2006 donde las tarifas se han mantenido ó han aumentado levemente la mayor parte del año, salvo el cuarto trimestre.

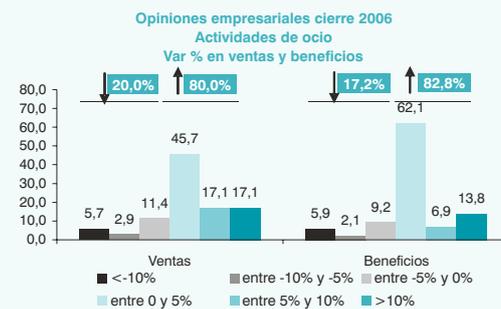




15

Ocio. Elevados y estables niveles de confianza entre los prestadores de servicios de ocio en 2006 respondiendo al creciente papel dentro de las preferencias del consumidor actual de servicios de ocio durante sus viajes y excursiones turísticas, la expansión de los viajes especializados para el disfrute de líneas de productos como los circuitos culturales, gastronómicos, turismo activo y el golf, la firme apuesta por parte de los agentes público-privados de sector por la inversión en la valorización de los recursos culturales, naturales y patrimoniales y la paulatina integración de estos productos dentro de la oferta turística de los destinos urbanos españoles y algunas zonas de interior y de costa.

Así, la facturación en estas instalaciones y equipamientos de ocio creció en 2006 según el 80,0% de sus gestores, siendo este crecimiento mayoritariamente leve. De hecho, según el 45,7% de los profesionales del sector el aumento en las ventas no fue superior al 5%. Este avance en el volumen de ventas, que ha estado acompañado de un leve incremento de los precios, se ha concretado en una **leve mejora de la rentabilidad no superior al 5% en el 62,1% de las empresas españolas relacionadas con el disfrute de ocio.**



No obstante, **el balance del año ha sido heterogéneo en los diferentes subsectores que conforman las actividades de ocio.** Destaca el **excelente comportamiento de las visitas a museos y monumentos**, que siguen atrayendo a un elevado y creciente número de turistas españoles y extranjeros, lo que les ha permitido volver a registrar positivos resultados en términos de visitas. Según se desprende de la Encuesta elaborada por Exceltur, el 77,8% de los gestores de museos y monumentos en España experimentaron incrementos en sus ventas, que permitió en el 84,6% de los casos un crecimiento en sus niveles de beneficios.

La creciente preferencia por la práctica de actividades deportivas dentro del un perfil de cliente con un nivel socioeconómico medio alto, ha posibilitado el **cierre de otro positivo año según la opinión de los directores de campo de golf.** Por otro lado, **las condiciones climatológicas desfavorables, han condicionado de manera irreparable la temporada de esquí 2006-2007 debido a la escasez de nieve en las estaciones, causando cuantiosas caídas en los niveles de facturación y rentabilidad respecto a los obtenidos en el año 2005.** En este sentido, y ante las potenciales consecuencias a medio plazo del calentamiento global, los destinos de esquí se encuentran actualmente ante el reto de invertir y diversificar sus equipamientos y oferta de ocio hacia otras actividades complementarias con la de montaña, de manera tal que les permita seguir siendo centros de atracción de turistas y núcleos de generación de actividad económica y rentas para su entramado productivo local.

A.4. Claves por destinos

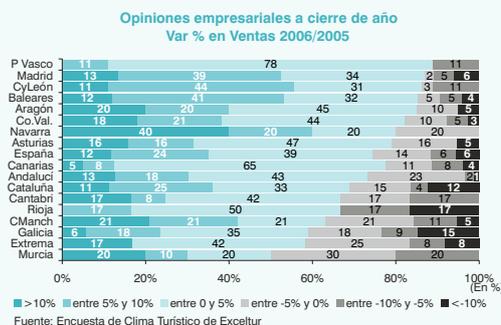
16

Los resultados empresariales de 2006 ponen de manifiesto un positivo año turístico en los destinos turísticos nacionales, tanto en los especializados en el producto de sol y playa, como en los destinos de la España verde e interior y muy especialmente, en los destinos urbanos. Así, la evolución de la demanda en todos los destinos españoles ha crecido en este año 2006 respecto a los niveles observados en el ejercicio anterior según ponen de manifiesto las pernoctaciones de la EOH del INE y las opiniones empresariales recogidas a cierre de ejercicio en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

En concreto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE las pernoctaciones hoteleras han registrado en el año 2006 crecimientos interanuales positivos en todas las regiones españolas, destacando Extremadura, La Rioja, País Vasco y Asturias dentro de los destinos especializados en el turismo de verde e interior, con crecimientos superiores al 8,0%. Entre los destinos de sol y playa resaltan por el incremento interanual experimentado de la demanda, Baleares, la Comunidad Valenciana y especialmente, Canarias, que tras tres ejercicios consecutivos de práctico estancamiento en las pernoctaciones en alojamiento hotelero han experimentado este año un repunte del 9,2%. La ciudad de Madrid, por otro lado, cierra por tercer año consecutivo un intenso avance de su demanda turística, fruto del éxito del reposicionamiento de la ciudad como gran destino urbano en el panorama internacional.

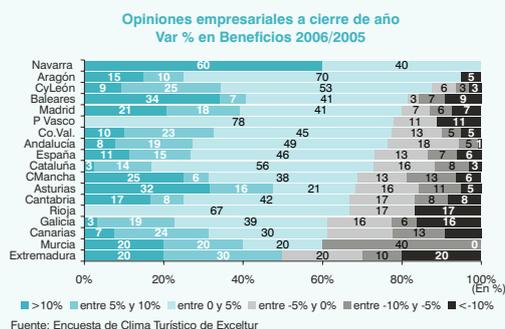


Este dinamismo mostrado por la demanda turística se ha concretado en todas las comunidades autónomas en un elevado consenso sobre el crecimiento de ventas según la opinión de los gestores de establecimientos hoteleros. Como se aprecia en el gráfico adjunto, que recoge la opinión sobre la variación de las ventas de 2006 respecto al año anterior, el porcentaje de empresarios que han manifestado haber experimentado avances positivos en su volumen de ventas en 2006 ha sido mayoritario en todas las regiones españolas, aunque con disímiles grados de consenso e intensidad a la hora de cuantificar este incremento.



Los empresarios de los establecimientos ubicados en destinos del interior de España y la España verde han percibido en un mayor porcentaje que la mejora interanual en sus niveles de facturación ha sido superior al 5%, mientras que se observa como los gestores de hoteles de zonas vacacionales de sol y playa se muestran ligeramente más conservadores a la hora de medir la intensidad de este crecimiento, con la excepción de Baleares, donde un 41% de los empresarios hoteleros percibieron crecimientos en sus ventas entre el 5% y 10% y un 12% por encima del 10%.

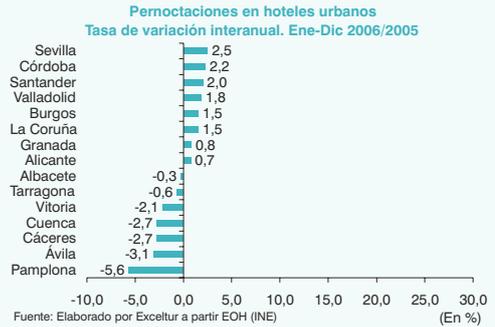
Esta clara mejora en los niveles de facturación ha posibilitado en muchos de los destinos del litoral mediterráneo e islas, que no han acusado avances significativos en sus niveles de precios en el conjunto del año, leves mejoras en clave de rentabilidad empresarial. En los destinos urbanos, de interior y del norte de España, la recuperación de los precios ha sido más evidente y junto al descrito avance en los niveles de facturación, ha posibilitado, según la opinión de un elevado porcentaje de los gestores de establecimientos hoteleros encuestados en estos destinos, la mejora interanual en los márgenes empresariales en el año 2006.



17 A lo largo de **2006 se ha prolongado e intensificado la tendencia al alza del turismo en múltiples ciudades españolas**, dando muestras por un lado del acertado reposicionamiento turístico de muchos de estos destinos que han apostado por la diferenciación, renovación urbanística, construcción de equipamientos emblemáticos y celebración de eventos singulares, y por otro, del largo recorrido de la actividad turística que aún existe para estas ciudades como fuente generadora de rentas para sus sociedades locales en un mercado como el europeo, con un elevado nivel de demanda potencial hacia las escapadas e impulsado por la accesibilidad al creciente número de frecuencias y conexiones áreas intraeuropeas de la mano de las compañías aéreas y especialmente de las de bajo coste.

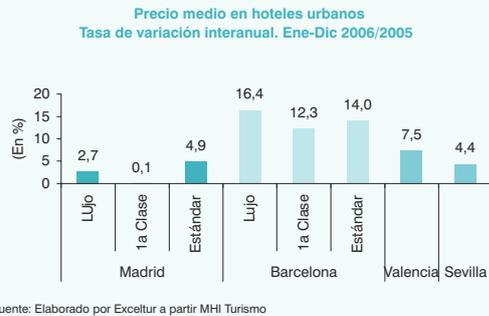
De hecho, según datos de Eurostat, la mayoría de países europeos están viéndose igualmente beneficiados del incremento en ese tipo de breves desplazamientos turísticos intraeuropeos, con crecimientos importantes en pernoctaciones hoteleras como en Alemania con un 10,2%, Portugal con un 7,3%, o República Checa con un 9,0%. Estos resultados están altamente influenciados por el crecimiento del turismo urbano y cultural. Así, entre las ciudades de más crecimiento en Europa podemos citar Berlín con un crecimiento de la pernoctaciones de no residentes del 19,2% en los nueve primeros meses del año, Hamburgo con un 17,3% en el acumulado hasta noviembre, Lisboa un 9,2% para los 10 primeros meses del año, Viena un 6,9% en el periodo enero-noviembre, o Estocolmo con un 4,2% en el acumulado hasta octubre.

En ese mismo sentido, cabe destacar que el 70,2% del avance de la demanda en los establecimientos urbanos españoles ha venido de la mano de los turistas extranjeros, con especial intensidad en la primera mitad del año. En concreto, las pernoctaciones de los extranjeros registraron un incremento interanual 7,5% en 2006, lo que equivale a 2,1 millones de pernoctaciones más que en el año 2005.



El aumento de conexiones y frecuencias aéreas a precios más asequibles también se ha dado en el mercado doméstico, fomentando igualmente el desplazamiento de españoles, tanto por motivos de ocio, como de trabajo, entre ciudades españolas, que en un futuro inmediato se verán a su vez también muy favorecidas por los trayectos que cubrirá el AVE. En este sentido, ciudades de tamaño medio como Málaga, Murcia y Almería se revelan como las que mayor crecimiento de la demanda, en términos relativos, han experimentado en el año 2006.

Todo ello se ha concretado en un significativo incremento de las rentabilidades empresariales según revelan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y corrobora la información del REVPAR elaborada por MHI Turismo para cuatro de las principales ciudades turísticas españolas.



18 Los resultados obtenidos en el año 2006 en los destinos de interior con una oferta turística orientada al disfrute de la naturaleza y los valores culturales **dan continuidad a la senda de crecimiento de sus actividades turísticas en los últimos años**. Tanto las opiniones del sector privado de estas zonas como las estadísticas del INE evidencian este favorable avance del turismo en estos destinos de interior. En este sentido, la mayoría de los empresarios de estos lugares manifiestan variaciones interanuales positivas, tanto en términos del volumen de afluencia turística, como de rentabilidad empresarial. Destacando particularmente los buenos resultados de Aragón y Castilla y León, tanto en clave de ventas, como de beneficios, en el año 2006, según se deriva de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.



La demanda de servicios de alojamiento rural en estos destinos prolonga en el año 2006 la tendencia al alza observada desde el inicio de esta década. El análisis pormenorizado de los datos de la Encuesta de Ocupación de Turismo Rural del INE revela diferentes ritmos de crecimiento y grados de ajuste entre la demanda y la oferta por destinos. En este punto, volvemos a hacer hincapié en un de los principales retos a los que se enfrenta el desarrollo actual de la actividad turística en los destinos de interior, controlar el desarrollo futuro de esta oferta y ajustar sus crecimientos a unos ritmos más acordes con los requerimientos y necesidades de la demanda, evitando la masificación y congestión de las zonas rurales y, por otro, la necesidad de garantizar unos estándares y características de estas fórmulas de establecimiento, para que sigan dinamizando y recuperando la actividad económica en el medio rural



19

Destinos del Litoral Mediterráneo e Islas: Según avalan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y la información detallada para las zonas turísticas de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, **el devenir de la actividad turística para el conjunto de los destinos turísticos del litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario en 2006 ha sido positivo**, debido por un lado a la fortaleza de la demanda nacional, que ha respondido positivamente a las múltiples campañas promocionales lanzadas desde el sector privado y público de estos destinos, y por otro al crecimiento de la demanda extranjera, particularmente en los dos trimestres centrales del año, que no debemos perder de vista que en parte se ha reactivado por la **redistribución de flujos prestados desde otros destinos del litoral mediterráneo oriental**, que han vuelto a verse afectados desfavorablemente por causas geopolíticas.

En este contexto, las pernoctaciones en hoteles en las zonas turísticas del litoral alcanzaron los 189,2 millones en 2006, lo que supone un crecimiento interanual del 6,4% respecto a 2005 según la EOH del INE, que se ha concretado en 12 millones más de pernoctaciones en los alojamientos en estos destinos. La mayor parte de este crecimiento viene explicado por la recuperación de la demanda extranjera que con un incremento del 6,6% anual, explica el 67,8% del total de aumento de pernoctaciones, situándose en niveles muy similares a los alcanzados al comienzo de esta década (131 millones de pernoctaciones).

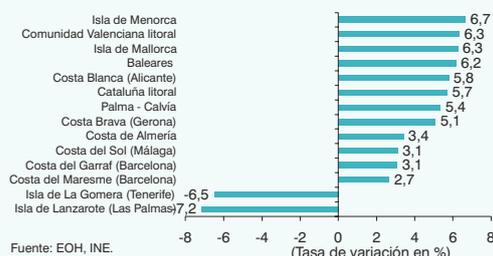
Los destinos del litoral que han experimentado un crecimiento porcentual en el número de pernoctaciones hoteleras más dinámico según la EOH del INE han sido **Fuerteventura, La Palma, el Sur de Tenerife y Gran Canaria en Canarias, la Costa Tropical y la de la Luz en Andalucía, las islas de Ibiza, Formentera, Menorca y Mallorca en Baleares, la Costa de Azahar en Castellón y la Costa Dorada y la Costa de Barcelona en Cataluña.**

El avance de la demanda extranjera en zonas del litoral ha sido especialmente favorable en las Islas Canarias, Baleares y en el litoral catalán, donde se han registrado incrementos del 10,9%, 5,5% y 8,4% respectivamente. En el caso de los archipiélagos el positivo comportamiento de la demanda extranjera ha venido acompañado de una prologación de la senda de crecimiento de la demanda nacional de años anteriores (12,5% en Baleares y 6,1% en Canarias) cerrando el año 2006 con un balance muy positivo en términos de ventas, lejos en cualquier caso de los niveles del año 2000.

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



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



La demanda nacional ha crecido intensamente en Andalucía y el litoral de la Comunidad Valenciana, que se consolidan, junto a Canarias, como los principales destinos del mercado interno en el producto de sol y playa. El incremento interanual de las pernoctaciones de españoles en los destinos del litoral andaluz se concretó en un 8,4% en el año 2006.

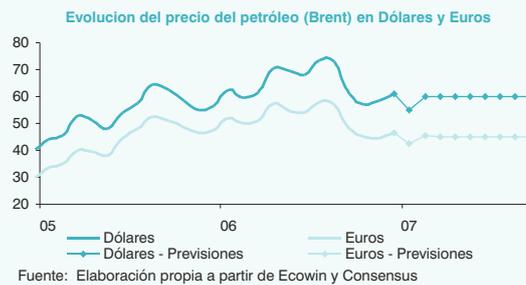


B. Perspectivas para la temporada de 2007

20 El dinamismo económico con que ha concluido a escala global el ejercicio 2006 se verá afectado algo a la baja en 2007. Dentro de las grandes áreas económicas, **Europa será una de las que experimentará una desaceleración en el crecimiento del consumo de las familias, lo que puede repercutir en un menor crecimiento en el número de viajes y, sobre todo, en el gasto turístico en que incurran en sus desplazamientos.** Este escenario de presumible menor dinamismo de la demanda turística debiera ser un acicate para reforzar las estrategias de marketing con el objetivo de atraer hacia los destinos españoles los perfiles de demanda e idealmente los grupos de turistas más dinámicos y con mayor capacidad de gasto a todos los niveles.

Junto con el menor empuje en el crecimiento del consumo de las familias en nuestros principales mercados, es necesario tener en cuenta que nos encontramos en un contexto donde cada vez es más complejo prever el devenir de la actividad turística por la rapidez y volatilidad en las pautas de comportamiento de los consumidores y los diversos factores geopolíticos y naturales que imprevistamente afectan el curso del sector. Se hace por ello necesario incorporar al escenario turístico de 2007 otra serie de **claves que pueden igualmente condicionar en ambos sentidos los resultados finales para el sector turístico español, como son:**

• **Una estabilización del precio del crudo en torno a los 60\$ el barril** que favorecerá la contención a los costes operativos de las compañías aéreas, facilitando el que siga desempeñando un papel protagonista en la facilitación de los viajes por la menor presión al alza sobre sus tarifas.



• **Una nueva subida en los tipos de interés** a nivel europeo que afecta a la capacidad de gasto de las familias de nuestros principales países emisores, introduciendo un riesgo cada vez mayor a que los hogares reduzcan sus gastos y ello afecte finalmente a los relacionados con los viajes turísticos. Las implicaciones sobre los hogares españoles apuntan una tendencia del gasto turístico a la baja en 2007 para atender las cargas financieras de los préstamos de unas familias muy endeudadas. Aunque es probable que éstas no dejen de viajar, lo cierto es que también es presumible que se produzca un redireccionamiento en sus decisiones de viaje que pueda beneficiar a los destinos españoles en detrimento de los viajes al exterior que venían aumentando a ritmos muy intensos en los últimos dos años.



• **La celebración de la America's Cup en Valencia que, sin duda, generará** una mejora de la imagen del conjunto de España, además de la más obvia y directa sobre la ciudad y Comunidad Valenciana, así como un impulso adicional tanto en términos de llegadas como incluso de ingresos, por la capacidad de atracción de estos eventos para un perfil de turista de mayor capacidad de gasto y efectos inducidos en los destinos.



Claves: Balance de 2006 y tendencias para 2007

Tendencias para 2007

21

En este escenario macroeconómico, desde Exceltur **esperamos que en 2007 la demanda de los españoles se comporte mejor que la demanda extranjera.**

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

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

(p) Previsiones Exceltur

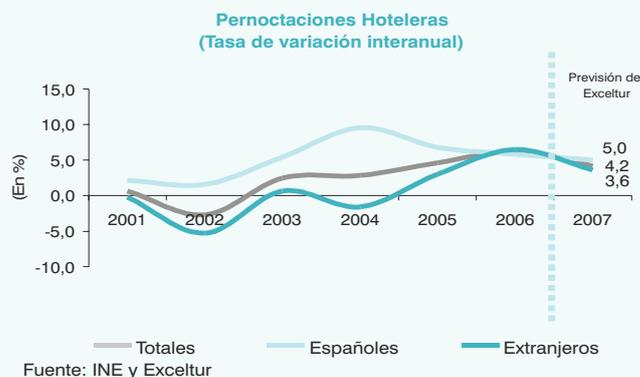
Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España

Mercado español

Según las previsiones que manejamos a comienzos de 2007 **el número de pernoctaciones hoteleras de los españoles se desacelerarán este año, situándose en un crecimiento del 5,0%, en comparación con el 5,8% de crecimiento con que ha cerrado el año 2006, lo que permitirá alcanzar las 120 millones de pernoctaciones en el 2007.**

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

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



Mercados extranjeros

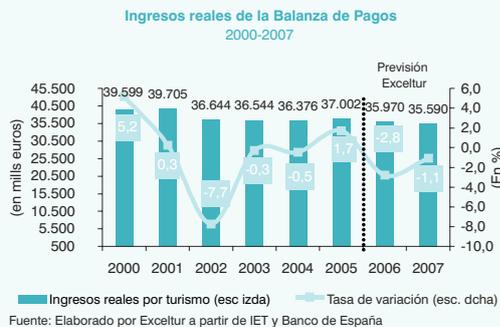
Para 2007 esperamos una **cierta ralentización en los ritmos de crecimiento de la demanda extranjera** que se dejará notar con mayor intensidad sobre el crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras. En un contexto de menor crecimiento del consumo turístico por parte de algunos de nuestros principales mercados emisores europeos y tras un año 2006 que se ha cerrado con un fuerte aumento del 6,5% en el número de **pernoctaciones hoteleras, nuestras expectativas sitúan el aumento para 2007 en un 3,6%. Este incremento se alcanzará en un escenario que observará mayores llegadas de turistas extranjeros que podrían llegar a superar en 2007 los 60,5 millones.**

Los perfiles sobre los que muy probablemente se sustente el aumento de demanda extranjera no permiten prever, sin embargo, un cambio de tendencia en la evolución del indicador de ingresos reales por turista extranjero. En concreto,

esperamos una nueva caída del 0,7% nominal de este indicador, que desde una perspectiva macroeconómica, ayuda a aproximar las pautas de comportamiento y el perfil de turista extranjero que recibimos, y que conllevaría **una reducción del 4,5% en los ingresos reales por turista en 2007**.



No obstante y a pesar del descenso que de nuevo estimamos en el ingreso por turista extranjero, el mayor volumen de turistas esperados para el cierre de 2007 debiera mejorar en términos absolutos los registros del Banco de España que se refieren al volumen total de ingresos por turismo que revierten en España. En definitiva, **las previsiones de Exceltur para el conjunto de 2007 apuntan un incremento del 2,9% nominal de los ingresos del exterior, lo que supondría una ligera caída del 1,1% en términos reales respecto a los niveles de ingresos alcanzados en 2006**.



Dentro del turismo extranjero el **comportamiento esperado para los principales mercados no será igual en 2007**, por lo que habrá que estar atentos a la **desaceleración** esperada en el gasto en viajes de algunos de los principales mercados europeos para los destinos españoles como son el alemán o el francés y tratar de **compensarlo con el mayor dinamismo previsto de otros países como el Reino Unido, los Países Bajos, Irlanda y Estados Unidos**.

Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2006-2007)

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

* Tasa de crecimiento interanual

** Porcentaje de la población activa

Fuente: AFI y Consensus Forecast

Mercado británico

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



En este contexto, **España podría experimentar un moderado aumento en el número de pernoctaciones hoteleras de turistas británicos, cuya magnitud estará relacionada con la capacidad de adaptación del conjunto del sector turístico español a uno de los mercados más sensibles al precio, donde mayores cambios se vienen produciendo en los últimos años.**

Mercado alemán

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

Las expectativas para España en el año 2007 en ese mercado estarán a su vez muy correlacionadas con la recuperación de Turquía, como destino que en el mercado alemán durante 2006 sufrió la pérdida de 500 mil turistas alemanes. Las previsiones a día de hoy para España son favorables, a tenor de la positiva evolución en el número de reservas ya vendidas y en la percepción empresarial en alguno de los principales destinos españoles como Baleares.

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

Mercado francés

Las perspectivas son algo menos favorables para 2007 que los resultados de 2006. Las familias francesas se resentirán también de las subidas de tipos en toda Europa, lo que incidirá en los ritmos de crecimiento del consumo, esperándose por parte de los analistas para 2007 un aumento de ese indicador del 2,3%, algo inferior que lo que se estima que cerró el año 2006.

Lo que si parece probable es que este año se asistirá a un aumento de escapadas a ciudades españolas, toda vez que se siguen multiplicando las conexiones aéreas con ciudades francesas. Con estos condicionantes el mercado francés debería registrar un año en términos de volumen similar a 2006, con un mayor dinamismo en el consumo de servicios turísticos en zonas urbanas y en menor medida en zonas vacacionales de costa.

Mercado italiano

La capacidad de consumo del turista italiano crecerá en 2007 con menos intensidad que en 2006. A pesar de ello, España sigue presentando un buen posicionamiento entre las opciones de viaje de los italianos que se ha visto favorecida por la multiplicación de nuevas conexiones aéreas a múltiples ciudades españolas (Barcelona, Sevilla, Granada, Santiago, etc.) desde diversos aeropuertos italianos que se vienen a sumar al atractivo de las zonas de sol y playa durante los meses de verano. **En este contexto todo parece apuntar que el turismo italiano hacia España volverá a crecer en 2007, si bien muy probablemente a ritmos más moderados que los excelentes resultados de 2006,** en el que los turistas crecieron un 13,6% y las pernoctaciones un 5,4%.

Mercado holandés

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

Otros mercados

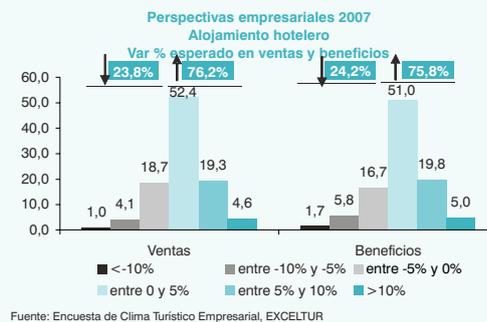
De cara a 2007 habrá que seguir muy atentamente la tendencia a la **recuperación del turismo norte americano en un contexto de mayor fortaleza del dólar, así como en el europeo, el repunte de turistas procedentes de Irlanda, Austria y Portugal** que han acabado el año 2006 con crecimientos muy intensos en el número de pernoctaciones en hoteles españoles y que se favorecerán de las mejoras de accesibilidad, muy especialmente en el caso irlandés por el efecto del transporte aéreo.

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



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

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

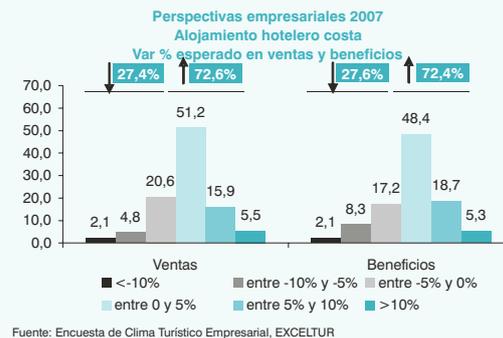
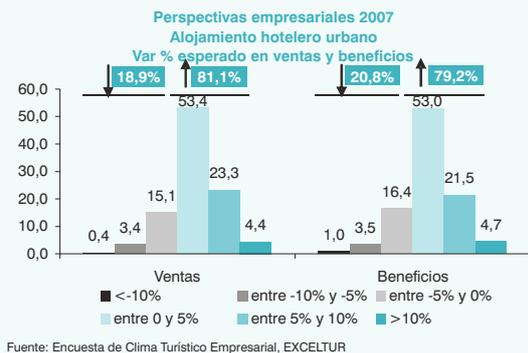


Dentro del alojamiento hotelero las positivas expectativas de los empresarios para el año 2007 son más generalizadas en los establecimientos hoteleros urbanos que en los vacacionales de costa. A pesar de los problemas estructurales que hemos venido señalando reiteradamente desde hace años en estos informes, y que parte de la mejora del último año y medio está muy asociada a los problemas geopolíticos de otros países, los hoteleros con establecimientos en las costas españolas esperan una mejoría de ventas y beneficios incluso con un porcentaje superior que en los del alojamiento urbano, y anticipan aumentos por encima del 10% tanto en ventas como en beneficios. Sin duda, los ritmos de evolución de las reservas a comienzos de este año 2007 transmitidas por los touroperadores están jugando a favor de esas optimistas expectativas.

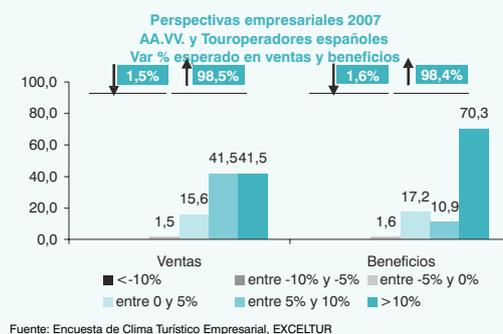


Claves: Balance de 2006 y tendencias para 2007

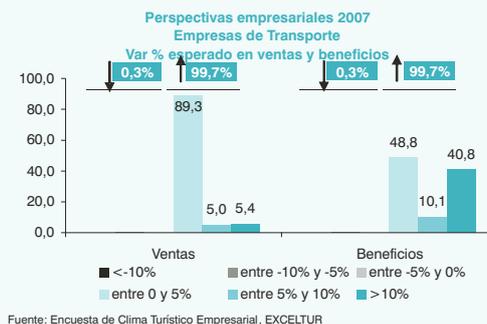
Tendencias para 2007



Un año más, los gestores de **los grandes grupos de agencias de viajes emisores españoles** se muestran como el subsector de la industria turística, con unas expectativas más favorables. La práctica totalidad de los empresarios encuestados prevé aumentos en las ventas y los beneficios en la mayor parte de los casos con incrementos por encima del 5%.



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



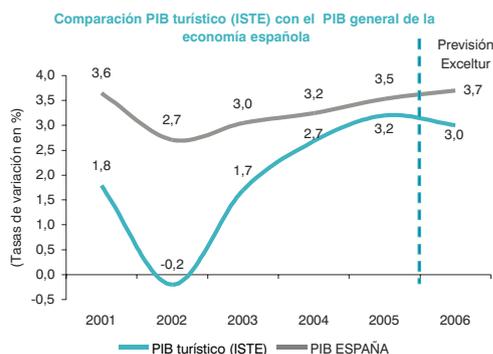
Los gestores de **actividades relacionadas con el ocio** turístico (museos y monumentos, campos de golf, pequeños parques temáticos y estaciones de esquí) anticipan un año 2007 donde seguirán incrementando sus ventas y beneficios pero a ritmos muy moderados, por debajo del 5% para aproximadamente el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

2 Actividad turística y rentabilidad empresarial

Actividad turística

2006 ha sido testigo de una notable mejoría de los beneficios de las empresas turísticas españolas, más por el aumento en el volumen de demanda que por una mejora del ingreso medio derivado de la capacidad de atracción de un turista de mayores efectos multiplicadores

El año 2006 ha estado marcado por un intenso crecimiento de la actividad turística en España, que ha permitido mejorar de manera generalizada los resultados empresariales, consolidando la recuperación que se observaba desde finales del año 2004. El PIB turístico aproximado a través del Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) de Exceltur cerraba el año con un aumento real del 3,0% ligeramente por debajo del 3,2% registrado en 2005. El crecimiento de la actividad turística en España en 2006 ha sido contemporánea al mayor dinamismo de la economía española, por lo que un año más no parece que a pesar de los buenos registros en los indicadores de volumen de demanda el turismo vaya a ser capaz de incrementar en términos reales su peso en la economía española y avanzar en la recuperación de los niveles del año 1999.



Por segundo año consecutivo España ha vuelto a contar con un escenario donde diversos factores se han mostrado propicios al aumento de los viajes hacia los destinos españoles, alimentando la mejoría de los beneficios empresariales más por el aumento del volumen de demanda que por una mejora del ingreso medio derivado de la capacidad de atracción de un turista, fundamentalmente extranjero, de mayores efectos multiplicadores. De hecho es la falta de recuperación de los ingresos por turismo extranjero que revierten a España el elemento que impide un mejor balance en 2006.

Factores de índole coyuntural como una mayor alegría del consumo de las familias en la mayor parte de los países europeos donde se concentra los principales mercados para España, destacando la

notable recuperación de los viajes turísticos de los alemanes, y un elevado dinamismo de la demanda nacional, aunque dando síntomas de desaceleración, se han venido a sumar a elementos cada vez más estructurales para dinamizar las ventas de las empresas turísticas españolas. Lo cierto es que dentro de estos elementos más estructurales, las ventajas de las rentas de seguridad de España en un contexto donde el principal competidor de los destinos del litoral español en el segmento de sol y playa, Turquía, ha sufrido una caída de la demanda y el tirón en toda Europa de las escapadas a destinos urbanos propiciado por una multiplicación de las conexiones y frecuencias de las compañías de transporte, y muy especialmente de las "low cost", han vuelto a jugar un papel destacado en el comportamiento de la demanda turística hacia España en este recién concluido año 2006.

Junto al impulso de factores macroeconómicos y las propias tendencias del mercado turístico, 2006 probablemente haya sido testigo de los primeros resultados de algunas iniciativas de mejora de la política turística puestas en marcha tanto a escala de la administración central como de algunas comunidades autónomas, así como del esfuerzo de reposicionamiento e inversión realizados durante estos últimos años en grandes ciudades españolas (Valencia, Barcelona, Bilbao, Madrid), y destinos del interior (Salamanca, Zaragoza, Logroño, León) que desde Exceltur hemos venido alentando y reconociendo en estas páginas.

Tanto factores coyunturales de índole macroeconómica como los cambios que se están produciendo en el mercado turístico han favorecido el posicionamiento de España provocando un aumento considerable de las ventas de las empresas turísticas españolas durante el año 2006

Los mayores avances en política turística se han producido más en el ámbito del marketing y la promoción, que en la mejora y reposicionamiento de los destinos, muy especialmente de los localizados en el litoral mediterráneo, Baleares y Canarias, donde los retos de competitividad siguen siendo notables en un contexto donde se mantiene la presión urbanizadora.

En el campo de las mejoras en el marketing y la promoción introducidas en 2006, merece la pena destacar los nuevos principios e instrumentos de la estrategia de marketing de Turespaña, sustentada sobre una mayor coordinación con las administraciones autonómicas, que no todavía con la intensidad deseada con el sector privado, así como los avances en información y segmentación de las campañas publicitarias promovidas desde comunidades, como



Andalucía o Canarias, y el aprovechamiento de las posibilidades de propiciar contrataciones de servicios de empresas turísticas a través de la página web Spain.info desarrollada por Segitur.

Las mejoras en la política de marketing introducidas por parte de algunas administraciones públicas (principalmente por Turespaña, la Junta de Andalucía y el Gobierno de Canarias) a lo largo del año 2006 han contribuido a los buenos resultados en términos de volumen

Con estos condicionantes, el balance sobre las ventas que las empresas turísticas españolas realizan en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de cierre del año 2006 refleja incrementos considerables a lo largo de la mayor parte de la temporada, consistentes con las perspectivas que mostraban los empresarios a comienzos de 2006 y que presentábamos en el número 15 del Informe Perspectivas Turísticas.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El mantenimiento del dinamismo en la compra de viajes por parte de los españoles ha vuelto a favorecer de manera más intensa al sector de las agencias de viajes españolas, que se muestra como el subsector ganador de este año 2006. Por cuarto año consecutivo y en un contexto de reducción de las comisiones, los datos de los grandes grupos de agencias de viajes reflejan un fuerte aumento en sus volúmenes de venta, que para el 88,1% de las empresas se sitúa por encima del 5%, siendo mayoría, un 45,5%, los que han experimentado crecimientos por encima de los dos dígitos (10%).

Marcado igualmente por el incremento de las ventas y explicado también por la pujanza del mercado español, las empresas españolas de transporte han experimentado incrementos generalizados en sus niveles de facturación a lo largo de 2006, a pesar del fuerte aumento de la competencia, especialmente en el caso del transporte aéreo con la apertura de nuevas líneas, principalmente por parte de empresas extranjeras. El fuerte aumento de la oferta ha limitado la capacidad de crecimiento de las ventas de las empresas españolas, fijando la mayor parte de ellas (62,6%) sus niveles de facturación en un contexto de moderado aumento por debajo del 5% en este año 2006. De esta manera, sólo un 37,1% de las empresas de transporte conseguía en esta temporada recién concluida superar el listón del 5% en el crecimiento de las ventas, ritmos de crecimiento en los que, por ejemplo, se ha situado el aumento en el número de pasajeros en los aeropuertos españoles (con un incremento del 6,6% en el conjunto del año 2006) en un contexto de fuerte aumento de la oferta.

La recuperación del perfil de consumidor de paquete familiar en las zonas de costa, en buena parte y como hemos venido reiterando desde la segunda mitad de 2005 fruto de la redistribución de flujos desde los destinos del mediterráneo oriental por los riesgos geopolíticos asociados a algunos atentados y la propia inestabilidad política de la zona, junto con el aumento de las escapadas a destinos urbanos han favorecido un crecimiento de la demanda extranjera de alojamientos hoteleros (un 6,5% en el número de pernoctaciones según la EOH del INE), lo que unido al nuevo, aunque más moderado, aumento de la demanda española (5,8% en pernoctaciones) ha permitido un generalizado incremento de las ventas de los hoteles localizados en España, favoreciendo el mantenimiento de la tendencia a recuperar los niveles de ocupación (en 2006 se alcanza un 56,1%, si bien todavía lejos de los alcanzados en 1999 (61,1%).

Así, el 74,3% del total de los hoteles han compartido un aumento en sus ventas, siendo el incremento más generalizado desde que se elabora la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur con los resultados de cierre del año. Sin embargo, deberíamos ser cautelosos y moderar el clima de cierta euforia que se vive en el sector, por cuanto para un 39,1% del total de los hoteles el incremento en su facturación no ha superado el 5%, mientras todavía un 25,7% experimentaron caídas en 2006, a pesar del mencionado escenario favorable. Los nuevos hoteles recién construidos que incorporan atributos diferenciales en diseño y servicios, los establecimientos renovados y adaptados a las nuevas demandas de los clientes (golf, spa, comunicaciones on-line, etc.), los que disfrutaban del posicionamiento de una imagen de marca, así como los hoteles singulares son los que mayor respuesta han obtenido de la demanda dentro del aumento del 6,2% en que el INE ha cifrado para el 2006 el número de pernoctaciones hoteleras.

Los resultados de los hoteles coinciden con el balance positivo, aunque también dentro de la moderación, que realizan los gestores de equipamientos de ocio (museos, monumentos, campos de golf, estaciones de esquí y parques de ocio). Salvo en el subsector de las estaciones de esquí, por la falta de nieve que han acusado en las navidades de 2006, el resto de equipamientos vinculados al ocio turístico ha experimentado un crecimiento generalizado en la afluencia de visitantes a sus instalaciones. Así, el 80,0% de todas las empresas manifestaban que sus ventas se habían incrementado durante la temporada turística de 2006, aunque más de la mitad, un 45,7%, cifraba este incremento en la franja por debajo del 5%, por un 17,1% donde el aumento se había situado entre el 5 y el 10% y otro 17,1% había conseguido superar el 10%.



Rentabilidad empresarial

Las empresas turísticas españolas han incrementado durante 2006 sus niveles de beneficios, acorde con la tendencia generalizada de mejoras en la rentabilidad empresarial que se ha producido en España

Las empresas turísticas españolas no han sido ajenas este año 2006 al aumento de los beneficios que han disfrutado con carácter general la mayor parte de las empresas españolas y que el Banco de España con datos hasta septiembre de las empresas de la Central de Balances cuantifica en un aumento del 8,4% en los resultados de explotación y en un 19,4% en los resultados netos, si bien en el caso de las empresas turísticas los crecimientos son más moderados situándose mayoritariamente próximos al 5%.

En el caso de las empresas turísticas españolas de transporte y especialmente las de alojamiento hotelero, 2006 supone la consolidación del cambio de tendencia que se inició el pasado año, por cuanto los aumentos en volumen demanda de este año sí han posibilitado el deseado incremento generalizado de sus beneficios. En esta mejoría ha tenido mucho que ver los resultados de las políticas de eficiencia en la gestión de costes aplicadas en los últimos años, así como la contención de la tendencia a bajar precios que venían practicando los empresarios como respuesta a la atonía de la demanda y al exceso de oferta del mercado. Incluso durante este año 2006 en algunos casos el crecimiento de la demanda ha permitido la recuperación en paralelo de los niveles de precios de las temporadas pasadas.



En 2006 se ha dado la aparente paradoja de que con ritmos de crecimiento algo menos intensos que los de años pasados en los indicadores de volumen de llegadas de turistas extranjeros (un 4,5% en 2006, frente al 6,0% del año 1995) e incluso sin que se refleje en los indicadores de ingresos por turismo extranjero, que cerraron el año en torno al 1% de crecimiento nominal y por debajo del 3% en crecimiento real, y con una tendencia a la baja también de los viajes de los españoles, según evidencia la información de Familitur hasta el mes de octubre, los resultados empresariales han sido mejores que los de años precedentes, manteniendo, a su vez, una intensa capacidad de generación de empleo. A lo largo de 2006 el número de afiliados a la seguridad social en las ramas relacionadas con el turismo se incrementó en casi 90.000 personas, lo que supone un incremento del 3,9% respecto al número con el que se cerraba el año 2005.

El crecimiento de 2006 ha sido más cualificado que el de años anteriores. Con menores crecimientos de afluencia de turistas y viajes de los españoles las empresas han incrementado de manera más intensa sus niveles de beneficios

La notable mejoría de los resultados empresariales de este año 2006 en un contexto de menor crecimiento en el número de viajes demuestra la importancia de seguir muy atentamente y en toda su profundidad cuales son las bases del patrón de crecimiento turístico, frente a la mera lectura de los indicadores de afluencia o volumen, en un contexto para España de recursos escasos y con costes territoriales y ambientales crecientes, particularmente en el litoral.

En este marco es cada vez más importante para España disponer de fuentes de información tanto para valorar la demanda extranjera como para la española mucho más precisas y segmentadas por perfiles y tipologías de turistas.

Los principales factores que han permitido un crecimiento más cualificado del turismo materializado en mejores márgenes y mayor capacidad de generación de empleo durante el año 2006 se pueden resumir en:

- La recuperación del turismo familiar vacacional paquetizado y redirigido de otros países del mediterráneo que ha aliviado la situación de incertidumbre que se vivía en las cuatro últimas temporadas en los destinos de sol y playa y particularmente en las islas, intensificando la afluencia de extranjeros a hoteles y moderándose a la par el crecimiento a segundas residencias.
- El freno a la caída en la estancia media, lo que viene a reflejar que a pesar de una inequívoca tendencia internacional de la demanda a partir más sus vacaciones a lo largo del año, es posible incorporar atractivos que extiendan los días de estancia en los destinos españoles, así como trabajar con colectivos (liberales, tercera edad) no tan sometidos al calendario laboral.
- La moderación en el ritmo de crecimiento de la apertura de nueva oferta en el segmento hotelero (el año ha cerrado con un aumento en el número de plazas del 2,4%, frente a crecimientos medios del 6,8% en 2005), si bien la competencia de la segunda residencia sigue pujante con la construcción de nuevas viviendas en las provincias del litoral
- El aprovechamiento por parte de las empresas de la contratación por parte del turista de los servicios a través de Internet, con estrategias de posicionamiento de la marca que ha favorecido la venta directa y el ingreso de mayores tarifas medias respecto a las intermediadas.

Como se ha apuntado en este contexto la mayor parte de empresas turísticas españolas ha experimentado incrementos en sus niveles de beneficios durante el año 2006. En el caso de los hoteles, el 74,3% disfrutaron de una mejoría en sus resultados, si bien para una gran mayoría (46,5%) el aumento fue moderado sin llegar a superar el 5%, mientras para un 15,3% se situaron entre el 5 y el 10% y sólo para un 11,4% superaron el 10%. Aunque lo más destacable este año ha sido la recuperación de los beneficios de los hoteles de la costa española, los hoteles urbanos han alcanzado incrementos más generalizados e intensos que los de la costa.



Todo parece indicar que de cara al futuro y por los factores que han explicado sus resultados en este año 2006 es más probable que asistamos a un mejor comportamiento de los hoteles urbanos que los del litoral. En este sentido buena parte de la mejoría de los destinos del litoral se ha debido más a factores externos que han beneficiado el posicionamiento de España que al necesario avance en el reposicionamiento integral de los destinos. Por su parte la España del interior y los destinos urbanos se favorecen de un creciente atractivo en los mercados gracias a las estrategias de valorización de sus atractivos culturales, la inversión en cualificación de sus centros históricos y espacios lúdicos y el marketing urbano que están realizando en una situación de competencia creciente entre ciudades como centros no sólo de disfrute del ocio sino de localización de empresas.

Los grandes grupos de agencias de viajes han sido los más beneficiados de la dinámica del año 2006, donde se ha producido una vuelta generalizada al crecimiento de los beneficios entre los hoteles de la costa española

Por otro lado, el incremento de los beneficios ha sido la tónica dominante en la práctica totalidad de los grandes grupos de agencias de viajes durante este año 2006. Para el 98,4% de sus gestores los beneficios se incrementaron en 2006, con un porcentaje del 58,2% que los cifraba por encima del 10%, erigiéndose un año más como el subsector turístico de mejores resultados. Su total especialización en el mercado español, que se ha vuelto a mostrar como el de mayor capacidad de crecimiento, a pesar de las cautelas que venimos advirtiendo desde octubre por el posible efecto de la subida de tipos de interés sobre las decisiones de viaje y que ya están recogiendo los indicadores de gasto turístico en el exterior, ha permitido a las agencias disfrutar de un intenso crecimiento en la ventas y de menores presión a la baja sobre los precios.

Para las compañías de transporte 2006 ha sido un año con resultados diferentes por compañías y medios de transporte. El leve aumento de las ventas percibido por la mayoría de las empresas del sector no ha sido suficiente para mejorar la rentabilidad empresarial en todas las compañías. En concreto, el 48,8% de las compañías de transporte españolas vinculadas a desplazamientos turísticos (aéreas ferroviarias y de alquiler de coches) experimentaban en 2006 un crecimiento entre el 0 y 5% en sus niveles de beneficios respecto al ejercicio anterior, mientras que el 30,6% manifestaban haber registrado en 2006 descensos de más de dos dígitos de la rentabilidad empresarial.

El debilitamiento de las cuentas de resultados de las compañías aéreas españolas en los ocho primeros meses del año debido al encarecimiento de la factura energética por la escalada del precio del petróleo y a los problemas de conflictividad laboral que tuvieron lugar en plena temporada alta, no ha podido ser compensado por el ajuste al alza realizado en los precios durante todo el año 2006, el avance en los niveles de ventas y los menores costes del queroseno en los últimos meses del ejercicio.

Las empresas de alquiler de coches se han favorecido, por su parte, de la fortaleza mostrada en los desplazamientos turísticos de los españoles, el creciente volumen de viajes independientes de los extranjeros y el crecimiento del turismo de negocios, experimentando

un incremento generalizado aunque modesto en los niveles de facturación y en la rentabilidad empresarial en 2006.

Las empresas de ocio han vuelto a registrar en el año 2006 un nuevo aumento en los niveles de beneficios, si bien es mayoritaria la opinión de que su magnitud no ha superado el 5% a lo largo del año 2006. En concreto, el 62,1% del total de las empresas manifestaba a la Encuesta de Clima turístico Empresarial de Exceltur que sus beneficios en 2006 habían registrado un crecimiento entre el 0 y el 5%, con un 6,9% entre el 5 y el 10% y un 13,8% por encima del 10%. Sólo las estaciones de esquí mostraban una opinión contraria a esta tendencia generalizada en el aumento de los beneficios. La falta de nieve durante el cuarto trimestre del año ha provocado un hundimiento de las ventas con el efecto directo sobre los beneficios que han situado a las estaciones de esquí españolas en una situación crítica y abre una etapa de necesaria reflexión ante los retos derivados de las consecuencias del calentamiento de la tierra y el consecuente cambio climático que en este año ha incidido sobre el turismo de montaña.

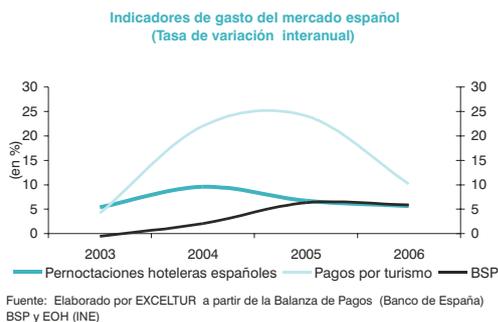
3 Gasto turístico

Gasto turístico de los españoles

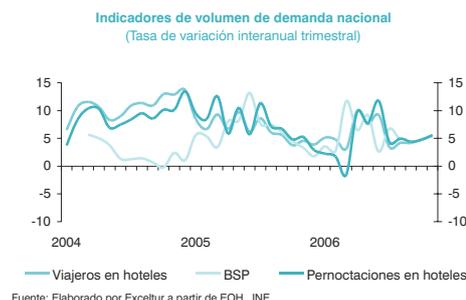
El gasto turístico de los españoles en 2006 ha registrado un intenso crecimiento aunque más moderado que en las dos últimas temporadas

La demanda turística de los españoles ha vuelto a jugar un papel protagonista en la dinámica turística de este año 2006, mostrando un intenso crecimiento. A pesar de la desaceleración del consumo de las familias españolas que se ha producido en 2006 como consecuencia de los primeros efectos de las subidas de tipos de interés en un contexto de elevado nivel de endeudamiento, se cierra el año con elevadas tasas de crecimiento de los hoy todavía exiguos indicadores existentes para poder seguir con más detalle su comportamiento y niveles de gasto turístico.

Las pernoctaciones en hoteles de los españoles se han incrementado un 5,8%, alcanzado su máximo histórico con casi 115 millones de pernoctaciones, el gasto en el exterior ha aumentado un 10,2% hasta el mes de octubre según el Banco de España y el BSP ha crecido un 5,9%. Se trata, sin duda, de intensos ritmos de crecimiento pero en todos los indicadores de una magnitud inferior a los ya de por sí extraordinarios que se observaron durante 2004 y 2005.



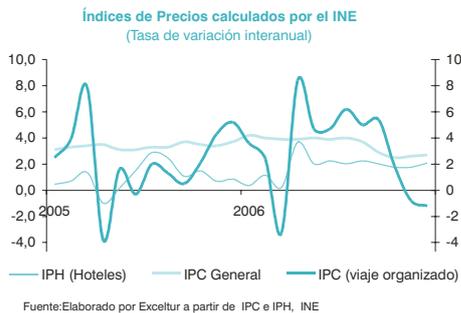
El cierre de 2006 ha vuelto a poner de manifiesto que la desaceleración del consumo turístico de los españoles será suave y afectará menos intensamente a los viajes hacia destinos españoles que a la propensión a viajar a destinos internacionales. Todo parece indicar que un primer efecto de la reducción de la renta disponible se está materializando en una redistribución de los viajes hacia los destinos más próximos y de menor coste por el menor desembolso en transporte, tendencia que beneficia a los destinos nacionales. Esto es lo que parece haberse producido en el segundo semestre del año, donde los gastos de los españoles al exterior han moderado sus ritmos de crecimiento, aunque siguen mostrándose muy dinámicos, y paralelamente se ha intensificado el crecimiento de las pernoctaciones en hoteles españoles (sólo en el periodo octubre-diciembre se han incrementado un 8,0%).



Los primeros efectos de la subida de tipos de interés sobre el comportamiento turístico de los españoles se están materializando en una mayor propensión a la realización de viajes dentro de España en detrimento de los viajes de larga distancia, asociados a un mayor gasto por el coste del transporte

De hecho, a pesar de la subida de tipos de interés los indicadores relativos al cuarto trimestre siguen reflejando el predominio de las ganas de viajar frente a la menor disponibilidad de renta para el gasto, consolidando el carácter de consumo necesario que supone la realización de viajes para buena parte de los españoles. Coincidiendo con una mejora ostensible de los niveles de confianza traducida en una mayor propensión al gasto de otros bienes de carácter duradero como la matriculación de automóviles, los gastos turísticos de los españoles han seguido creciendo en los últimos meses del año, incluso más que durante el trimestre central del verano y desdiciendo las previsiones que apuntaban una mayor moderación. En el positivo comportamiento de octubre, noviembre y diciembre tiene mucho que ver la evolución a la baja de los precios, que, en los tres últimos meses del año en el caso de las agencias de viajes muestran una caída y un crecimiento muy bajo del 1,8% en el de los hoteles.





El creciente papel del comportamiento del turista nacional en el devenir de la actividad turística en los destinos españoles y en los resultados de las empresas turísticas españolas, junto con los riesgos derivados de una más intensa desaceleración en sus ritmos de crecimiento que la prevista para 2007, que tendría un alto impacto sobre el conjunto del sector turístico español, exigen unos mejores indicadores para un conocimiento más profundo de este mercado y una mayor sensibilidad por parte de las administraciones públicas y empresas privadas para mantener e incentivar la propensión a viajar de los turistas españoles. Así lo han entendido algunas administraciones autonómicas, que han reorientado con mayor intensidad sus esfuerzos de promoción y marketing hacia el turista nacional con resultados muy positivos en este año 2006.

Estos datos del Banco de España sobre el gasto que finalmente revierte en España difieren de la información de la encuesta Egatur publicada por el Instituto de Estudios Turísticos sobre el gasto total de los turistas extranjeros que visitan España y donde adicionalmente se recoge también la evolución de aquellos otros componentes del viaje, como el transporte y otros gastos realizados en su país de origen, cuyo desembolso por parte del turista no revierten en España.

Según la citada Egatur con los datos acumulados hasta noviembre el gasto total de los extranjeros que nos visitan se incrementó un 4,5%. Nos encontramos ante la necesidad de evaluar el modelo de crecimiento turístico español desde la perspectiva de lo que a nivel local revierte finalmente en el tejido empresarial español y la sociedad local, especialmente en un momento donde se identifican importantes diferencias entre el crecimiento del gasto y su traslación en ingresos para España.

Gasto turístico de los extranjeros

En un año turístico 2006 donde crecen todos los indicadores de volumen de la demanda extranjera y se ha recuperado parte del perfil de turista familiar paquetizado de mayor estancia media, paradójicamente los ingresos por turismo que revierten en España según revela el Banco de España se han mantenido estancados en términos nominales, mostrando una caída en términos reales



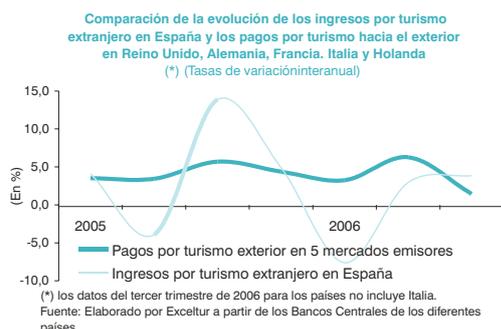
Paradójicamente en una temporada como la de 2006 donde se ha producido un fuerte aumento en España de la demanda de servicios turísticos empresariales por parte de los turistas extranjeros (las pernoctaciones en hoteles de los no residentes se han incrementado un 6,5%), que ha contribuido a la mejora de los beneficios empresariales, los ingresos por turismo extranjero que revierten en España se han mantenido prácticamente estancados en los niveles de 2005 en términos nominales, lo que supone un retroceso considerable en términos reales. En concreto, los datos hasta el mes de octubre de los ingresos por turismo que revierten a España y que calcula el Banco de España apenas han registraban un crecimiento nominal del 0,3%, lo que supone con un nivel de inflación de la rúbrica de turismo del IPC cifrada en el 4,5% para los diez primeros meses del año, una caída de los ingresos reales del 4,0%.

Una vez más la evolución de la información sobre ingresos que revierten en los destinos españoles publicada por el Banco de España debería suscitar un análisis más profundo sobre la aparente imposibilidad para traducir el crecimiento en volumen de la demanda extranjera en unos mayores efectos económicos sobre la sociedad española, lo que es especialmente relevante en un contexto donde los pagos por turismo extranjero en los principales mercados emisores han crecido de manera razonablemente dinámica durante el año 2006. En concreto, los pagos por turismo hacia el exterior por parte de los residentes en el Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Holanda registraron en el acumulado hasta septiembre un aumento del 3,5%, si bien para el segundo semestre del año se percibe una desaceleración, que puede estar vinculada al efecto también sobre las familias europeas de las subidas de tipos en el Área Euro y la más reciente en el Reino Unido.

De hecho, la llegada de un mayor número de turistas de un perfil demandante de paquete turístico vinculado al hotel había permitido revertir parte de la caída en los ingresos por turismo extranjero durante



el tercer trimestre de 2006, situándose la evolución de los ingresos por turismo en España en estos meses del verano incluso por encima de los pagos por turismo en el exterior en nuestros principales mercados. El último dato de la Balanza de Pagos del Banco de España referido al mes de octubre ha vuelto a marcar distancias respecto a esta tendencia, poniendo de manifiesto una nueva caída de los ingresos por turismo en España del 3,9%, más intensa que la caída del gasto turístico emisor en Reino Unido (-1,3% en el período octubre-noviembre) y que la fuerte ralentización del crecimiento de este mismo indicador en Alemania (1,3% en los meses de octubre-noviembre).



Otra información a tener en cuenta es el efectivo dispuesto en cajeros y los pagos realizados por los no residentes en España con tarjetas de crédito de Visa, Mastercard y American Express que introduce un balance del año 2006 más favorable en términos de los pagos gestionados en España por esas tarjetas, que los derivados de la información del Banco de España. Aunque la información de tarjetas de crédito hay que utilizarla con cautela por el progresivo efecto sustitución en el uso de medios de pago en favor de la tarjeta de crédito y en detrimento del efectivo, lo que hace que su crecimiento pueda estar algo inflado por este concepto, lo cierto es que el año 2006 cerró con un aumento del 7,6%, según la información suministrada por Sermepa, 4b y American Express, algo superior al aumento del 6,8% con que cerró el año 2005.

Lo que si parece desprenderse de manera clara de la información de las tarjetas de crédito es la desaceleración que se viene produciendo en el segundo semestre del año y que afecta de manera más intensa a los perfiles de mayor capacidad de gasto, tendencia que por sus repercusiones habrá que seguir con cautela en este año 2007 que acaba de comenzar



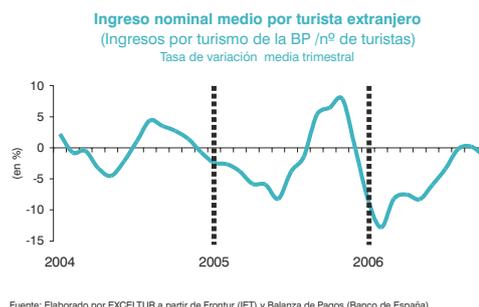
Los ingresos reales que revierten en España por cada viaje turístico de un extranjero se han vuelto a reducir durante 2006, lo que exige un análisis en profundidad de los perfiles que lo están alentando tras cinco años de continuas caídas de este indicador

Frente al débil comportamiento de los indicadores de ingresos que refleja el Banco de España el número de llegadas de turistas extranjeros ha seguido creciendo en nuestro país, provocando una nueva caída en el indicador de ingresos por turista extranjero que nos visita. En concreto, un aumento hasta octubre del 4,8% en el número de llegada de turistas ha generado un incremento del 0,3% de los ingresos nominales por turismo extranjero. Esto significa que el ingreso medio por turista en España en los 10 primeros meses del año se ha reducido un 4,4% en términos nominales y un 8,5% en términos reales. Aunque no se dispone de la información precisa, todo parece indicar que el factor principal de esta caída se encuentra en la intensificación de la llegada de los perfiles de turistas de menor gasto medio diario y la fuerte caída de la estancia media de los turistas que se alojan en la oferta residencial, toda vez que la estancia media en alojamientos hoteleros por parte de los extranjeros ha crecido a lo largo de 2006 gracias al fuerte aumento de las pernoctaciones asociadas a la mayor demanda de los paquetes de "sol y playa", rompiendo la tendencia a la baja que mostraba este importante indicador desde el año 1999.



Es necesario recuperar y profundizar en la información sobre la evolución de los perfiles de turistas extranjeros y sus hábitos de comportamiento en función del gasto turístico para poder priorizar aquellas estrategias de producto, medios de transporte, canales de comercialización e instrumentos de promoción que permitan segmentar y atraer los perfiles de turistas de mayores efectos multiplicadores para los destinos españoles

El conocimiento de cuales son los perfiles que están explicando los débiles resultados en términos de crecimiento de los ingresos cuando por otra parte revelan que hemos recibido casi tres millones más de turistas extranjeros que el pasado año es hoy más importante que nunca, especialmente cuando llevamos 5 años de caídas continuas en el indicador de ingresos reales por turista extranjero.





Es en este contexto donde debe ser reconocida la muy acertada iniciativa por parte de Turespaña de promover para el año 2007 una estrategia de marketing dirigida a captar a turistas "Premium" o de mayor capacidad de gasto. Aun cuando es una buena iniciativa el mayor problema en algunos lugares de España se encuentra en la capacidad de configurar productos "Premium" en destinos "Premium", hecho que puede ser conseguido más fácilmente en el ámbito del turismo urbano, pero que hoy por hoy con los condicionantes actuales es muy difícil de crear en algunas zonas del litoral mediterráneo y los archipiélagos de Baleares y Canarias que requieren previamente de ambiciosos planes de reconversión.



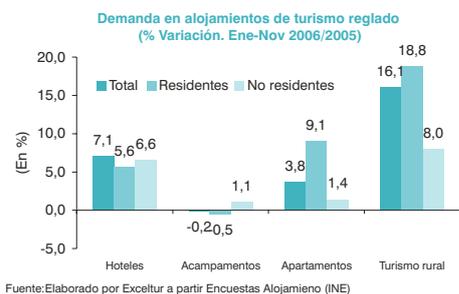
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Banco de España e IET

4 Claves por sectores

1. Alojamiento

El año 2006 se cierra con un balance positivo entre las empresas del sector alojamiento

El balance del año turístico entre las empresas del sector alojamiento reglado ha sido muy positivo, especialmente en las tipologías hoteleras y de alojamiento rural. El tirón de la demanda nacional y extranjera que ha posibilitado un positivo avance en los niveles de ocupación de estos establecimientos, junto a un mantenimiento e incluso aumento de precios, ha favorecido un incremento generalizado de los beneficios empresariales. Especialmente relevante ha sido la recuperación del alojamiento reglado vacacional de costa, que cómo veremos más adelante se ha visto beneficiado intensamente, un año más, por la redistribución de flujos desde otros destinos del mediterráneo que se han visto afectados por problemas geopolíticos, y por la fortaleza de la demanda nacional.



Sin perjuicio de este balance general, el análisis de zonas y destinos concretos revela que en el litoral mediterráneo y algunas zonas de Baleares y Canarias persisten los problemas estructurales por el proceso de obsolescencia de sus entornos urbanos y parte de su planta alojativa que exige un mayor compromiso y voluntades públicas y privadas para poner rápidamente en marcha estrategias de reconversión integral que consigan su reposicionamiento a medio plazo.

En esta línea, 2007 debería ser el año de puesta en marcha definitiva de las primeras medidas contempladas en el Plan Cualifica de la

Costa del Sol y el Plan Renove de la Playa de Palma, así como el de la intensificación en la orientación en pro de la competitividad turística de los planes de ordenación territorial supramunicipales en fase de redacción en algunas zonas del litoral.

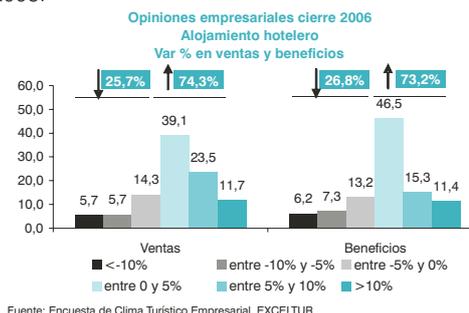
1.1 Alojamiento hotelero

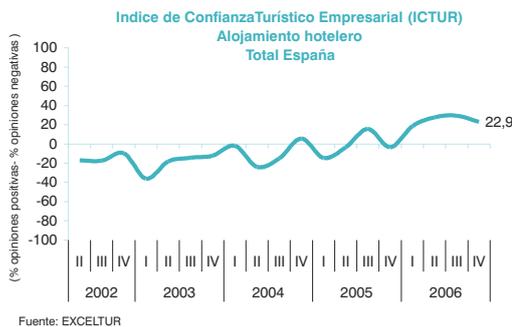
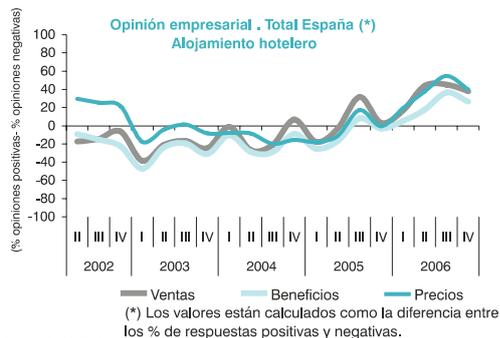
Comportamiento del alojamiento hotelero agrgado

Positivo nivel de confianza en el subsector hotelero español durante todo 2006 que previsiblemente se extenderá en el próximo año

El empuje de la demanda durante todo el año 2006, que ha favorecido un positivo avance en los niveles de ocupación, superando temporalmente los problemas de sobreoferta detectados en años anteriores tanto en los destinos maduros vacacionales cómo en entornos urbanos, les ha permitido a los gestores de establecimientos hoteleros en España una mayor capacidad en la negociación de tarifas, que se ha traducido según los resultados empresariales para el conjunto del año en un mayoritario aunque moderado avance en las rentabilidades empresariales en el conjunto del subsector hotelero.

Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur cerrada a mediados del mes de enero de 2007 y en la que han participado más de 1.200 unidades de negocios y establecimientos, el 73,2% de los establecimientos hoteleros españoles han experimentado un incremento positivo en los beneficios empresariales en el ejercicio 2006 y el 74,3% de los mismos registraron un crecimiento interanual en los niveles de ventas. Es sin embargo relevante destacar el elevado porcentaje de hoteles que cuantifican esta mejora por debajo del 5%, así cómo el porcentaje de encuestados (13,5%) que todavía apuntan haber sufrido caídas en su rentabilidad empresarial superiores al 5% en 2006 respecto a los niveles de 2005.





Se observa el mayor grado de consenso empresarial en cuanto a recuperación de la rentabilidad empresarial en los últimos cinco años

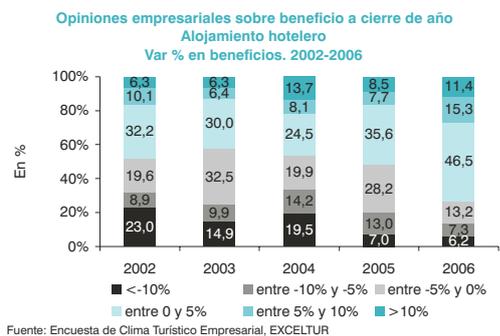
El empuje experimentado por la demanda ha posibilitado un nuevo avance en 2006 de la tendencia de paulatina recuperación de la ocupación en los hoteles españoles iniciada el pasado año, situándose en cualquier caso lejos todavía de los niveles observados a finales de los 90, principios de esta década

Sin perjuicio de lo anterior, 2006 se presenta como el primer año donde según la opinión empresarial el avance en clave de rentabilidad empresarial ha sido mayoritario, superando las expectativas que revelaban los gestores de establecimientos hoteleros a comienzos de año. De hecho, el porcentaje que anticipaba a comienzos de ejercicio un crecimiento interanual de los beneficios empresariales en 2006 era muy similar al número de empresarios que a cierre de año han manifestado haber experimentado mejora en sus márgenes (71,8% y 73,2% respectivamente). La magnitud de estos crecimientos, sin embargo, ha sido algo superior a la esperada a comienzos del año.

En un año donde la oferta de alojamiento turístico ha vuelto a crecer de la mano del incremento del número de plazas de alojamiento hotelero, que en 2006 ha experimentado una desaceleración en su ritmo de crecimiento en un 3,0% respecto a medias de crecimiento del 4,0% en los tres años precedentes, y de la construcción de más viviendas de uso turístico residencial en todo el litoral español, el positivo comportamiento de la demanda nacional y extranjera, que ha crecido un 6,2%, ha posibilitado un favorable avance en el grado de ocupación de los establecimientos hoteleros en los distintos destinos turísticos españoles.

En concreto, según el 46,5% de los empresarios hoteleros los beneficios en sus establecimientos crecieron entre un 0 y 5%, y el 15,3% y el 11,4% de los mismos manifestaban haber registrado avances en rentabilidad entre el 5 y 10% y superior al 10% respectivamente. A comienzos de año, la mayoría de los gestores de establecimientos hoteleros percibían que ese aumento iba a ser leve (59,1%), inclinándose sólo un 9,7% y un 2,6% por incrementos superiores al 5% y 10% respectivamente.

En efecto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE el tirón de la demanda en alojamientos hoteleros ha posibilitado un incremento positivo del grado de ocupación de 1,3 p.p. en 2006 respecto al año anterior. Resultado que muestra un estrechamiento de la brecha que se venía observando en el período 2000-2004 entre los ritmos de avance de la demanda y oferta de alojamiento hotelera.



Bajo estos parámetros, el nivel de confianza entre los empresarios del subsector hotelero a cierre del año 2006 medido a través del Índice de Confianza Turística Empresarial de Exceltur se mantiene en niveles muy cercanos al máximo histórico de la serie de los últimos cinco años, cerrando un ejercicio donde los hoteleros han mantenido un elevado nivel de confianza durante todo el año y donde anticipan que el buen comportamiento de la actividad en el subsector se prolongue en el próximo año.

Un año más, a un nuevo aunque más leve incremento del número de plazas hoteleras en los destinos turísticos españoles se le ha unido un nuevo record del número de viviendas construidas en el litoral español. En concreto, según la estadística elaborada por el Ministerio de Fomento el número de viviendas finalizada en 2006 en las provincias del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias ascendería a 323 mil a cierre de año, lo que representa no sólo una mayor



capacidad alojativa y por tanto un carga potencial sobre el territorio de casi 970 mil personas adicionales, que en un porcentaje difícil de determinar se incorporará a la oferta de arrendamiento legal.

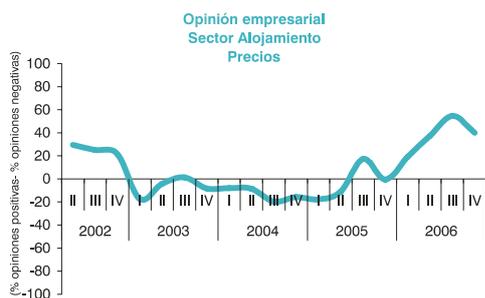


(*) Para 2006 datos basados en crecimiento acumulado hasta octubre
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MFOM

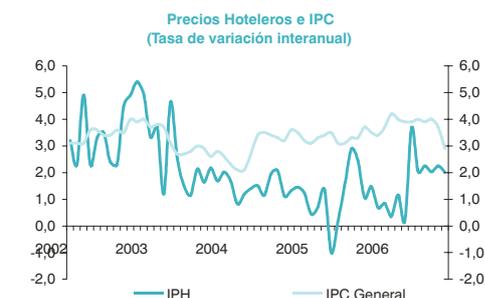
En este punto cabe destacar el relevante papel y la valiosa oportunidad coyuntural que en estos momentos supone la redacción de un conjunto de documentos de ordenación del territorio de carácter supramunicipal para proponer e integrar en ellos una estrategia turística y reconducir la realidad urbanística hacia escenarios más competitivos y con mayor atractivo turístico basados en modelos de crecimiento más sostenibles y socioeconómicamente más rentables a nivel local a medio y largo plazo.

Este avance en los niveles de ocupación ha facilitado a los gestores de establecimientos hoteleros españoles una contención de las políticas de promociones y descuentos que se habían visto obligados a introducir en las últimas temporadas, manteniendo e incluso incrementado levemente en 2006 las tarifas respecto a las del año anterior, según la opinión de un elevado porcentaje de los gestores de establecimientos hoteleros.

Esta opinión empresarial coincide con la evolución del Índice de Precios Hoteleros elaborado por el INE, que en temporada alta de 2006 (abril-septiembre) experimentó crecimientos superiores al 2,0%, cerrando el año con un incremento medio del 1,9%, aunque todavía por debajo de los niveles de inflación medios en España.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Notable aumento de las ventas en el conjunto de alojamientos hoteleros españoles en 2006, siendo muy elevado el número de gestores que consideran esta mejora cómo leve

Tanto los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur cómo los indicadores oficiales de oferta hotelera evidencian el notable crecimiento de la demanda el año turístico 2006 en los hoteles españoles respecto a los niveles observados en ejercicios anteriores.

En concreto, según las opiniones empresariales a cierre de año el 74,3% de los empresarios hoteleros españoles encuestados experimentaron un incremento en sus niveles de ventas durante el año 2006 respecto a 2005, siendo muy elevado el porcentaje (39,1%) de hoteles dónde este incremento ha sido inferior al 5%. Según el 23,5% de los profesionales del sector el incremento de los niveles de facturación respecto a 2005 ha sido superior al 5% y por encima del 10% en el 11,7% de los hoteles.

Con esas valoraciones y la evolución de las pernoctaciones y niveles de ocupación, 2006 se presenta cómo el ejercicio turístico dónde mayor consenso existe en cuánto a mejora de los niveles de ventas entre los gestores de establecimientos hoteleros y dónde mayor porcentaje de los mismos cuantifican estas mejoras por encima de crecimientos interanuales al 5%.

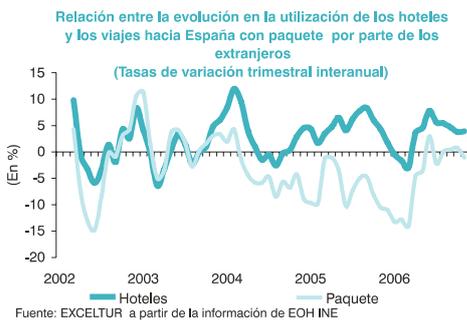


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Este crecimiento de las ventas en los establecimientos hoteleros ha venido de la mano de la fortaleza de la demanda nacional y de una intensa recuperación de los niveles de demanda extranjera en los dos trimestres centrales del año, vinculado a la mayor propensión al gasto turístico en los principales mercados emisores europeos en ese período de tiempo, al mantenimiento desde mediados del pasado año de las tensiones geopolíticas en otros destinos de "sol y playa" competidores del mediterráneo oriental que han motivado una redistribución de turistas "paquetizados" hacia España con una mayor propensión a la contratación de alojamiento hotelero y una mayor estancia media.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)



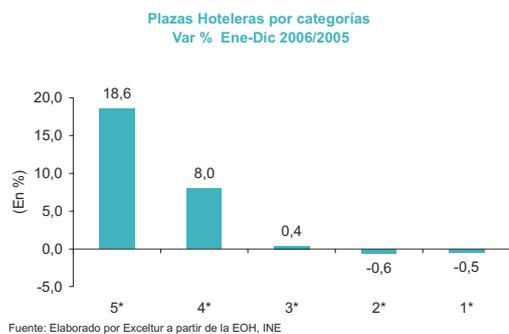
Así, la contratación de paquetes vacacionales semanales ó quincenales por parte de este flujo de turistas extranjeros ha posibilitado frenar la caída de la estancia media que venía observándose desde el año 1999, que se mantiene en 4,4 días, todavía muy lejos de las observadas a comienzos de esta década.

El crecimiento de las pernoctaciones se concentra en los alojamientos de categoría superior, observándose un desplazamiento de la demanda nacional y extranjera hacia hoteles cada vez de mayor categoría



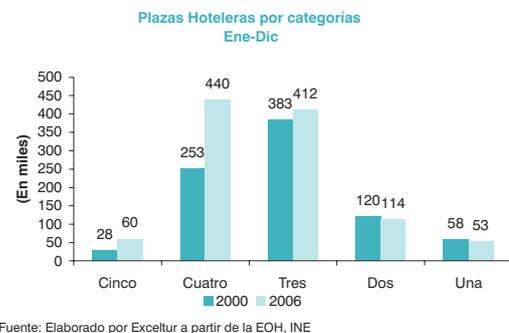
Este año 2006 ha vuelto a ser testigo de un mayor crecimiento de la demanda de alojamiento en hoteles de categorías superiores, tanto por parte de los españoles como de los extranjeros, en un mercado cada vez con mayor número de plazas disponibles en estas categorías. Efectivamente, el incremento interanual de las plazas en establecimientos hoteleros en el año 2006 viene liderado tanto en términos porcentuales como de volumen por los hoteles de cuatro y cinco estrellas. En este sentido, y con una perspectiva temporal más amplia, se observa como la puesta en mercado de nueva oferta hotelera se ha concentrado en los últimos años en hoteles de gama alta. Así el número de plazas hoteleras en hoteles de cuatro y cinco estrellas en toda España ha duplicado prácticamente su número en los últimos seis años.

Por otro lado, el mercado nacional ha vuelto a contratar intensivamente servicios hoteleros en España durante el año 2006. Si bien la senda de avance de las pernoctaciones de españoles en hoteles ha experimentado cierta ralentización respecto a los ritmos observados en ejercicios precedentes, esta ralentización ha sido inferior a la esperada. De hecho, y tal y como se ponía de manifiesto en el apartado dedicado al gasto turístico se percibe cierto efecto sustitución en las pautas de viajes de los españoles de los viajes de larga distancia a destinos más cercanos en estos últimos meses en un contexto de una más que presumible menor renta disponible del que podrían haberse beneficiado los hoteles españoles.



Nivel máximo de pernoctaciones hoteleras desde el año 1999

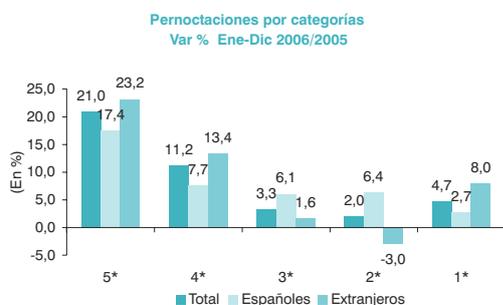
El número de pernoctaciones totales hoteleras en el conjunto de 2006 ascendía a 266,6 millones, lo que supone el volumen máximo desde el año 1999 y un crecimiento interanual del 6,2% respecto a 2005. La continúa senda de crecimiento experimentada por la demanda nacional pasando de 82,8 millones de pernoctaciones a 114,8 en tan solo siete años, representando en 2006 el 43,1% del total de las pernoctaciones realizadas en los hoteles españoles (frente al 35,1% en el año 1999), junto a la recuperación observada de la demanda extranjera en 2005 y especialmente en este ejercicio, dónde ha crecido un 6,5%, han permitido alcanzar este máximo.



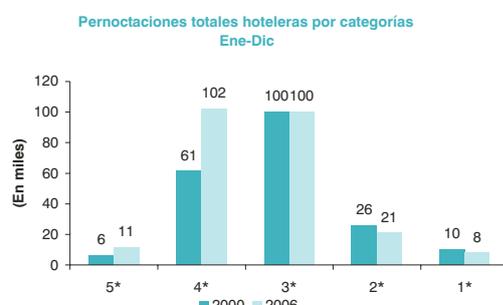
Esta mayor oferta de nuevas plazas hoteleras en categorías superiores, unida a las nuevas y crecientes exigencias de los consumidores españoles y extranjeros en cuanto a una mejor



dotación y calidad de servicios y una evolución de los precios de estos establecimientos más sostenida que para el resto de establecimientos, ha facilitado en 2006 un nuevo desplazamiento de la demanda hacía establecimientos de categoría superior, concentrándose prácticamente todo el crecimiento de la demanda en el período 2000-2006 en los hoteles de cuatro y cinco estrellas.



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

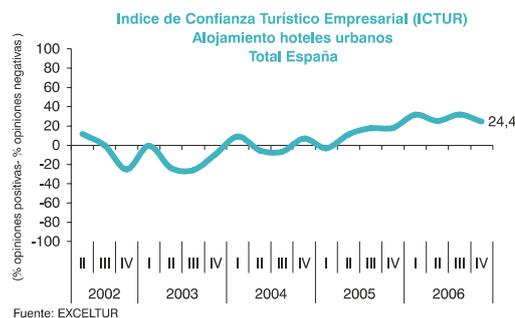
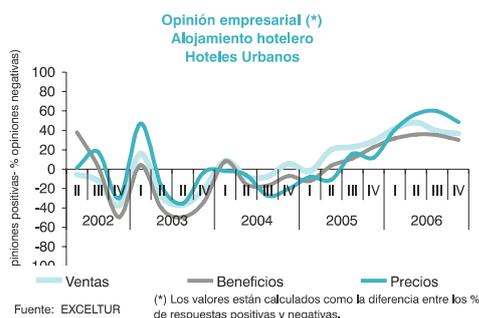


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

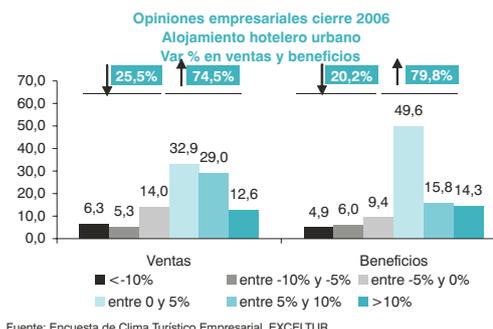
Hoteles Urbanos

Se cierra un año turístico 2006 muy favorable particularmente para los hoteles urbanos españoles que han mantenido un elevado nivel de confianza a lo largo de todo el ejercicio

El ejercicio turístico 2006 ha supuesto una prolongación de la senda de recuperación iniciada en el año 2005 de la actividad en la hotelería urbana española. El positivo comportamiento de todos los indicadores relacionados con la actividad hotelera, tanto los de ventas y ocupación como los de rentabilidad, han impulsado los elevados niveles de confianza de los gestores de establecimientos hoteleros urbanos españoles. Así, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial para los hoteles urbanos se ha mantenido en niveles elevados durante todo el año 2006.



A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur en el cierre de 2006, el 74,5% de los gestores de hoteles urbanos manifestaron haber experimentado un crecimiento de las ventas en sus establecimientos, que se cuantifican en un elevado porcentaje (29,0%) en crecimientos entre el 5% y el 10% y con un 12,6% superiores al 10%. Este avance en los niveles de ventas ha posibilitado una recuperación de la ocupación y un incremento de los precios y rentabilidades según la opinión de los empresarios, ratificada por la evolución de las pernoctaciones y otros indicadores como el REVPAR elaborado por la consultora MHI para cuatro de los principales destinos urbanos españoles.



La explosión de fórmulas de turismo urbano como los "short-breaks" impulsado entre otros por las nuevas conexiones y frecuencias de las aerolíneas de bajo coste y el dinamismo del turismo de negocios, congresos y reuniones y las notables apuestas municipales por dotar de nuevos atractivos y equipamientos en múltiples ciudades en 2006 han impulsado a la demanda en los establecimientos hoteleros españoles

La explosión de fórmulas de turismo como los "short-breaks" impulsado por las nuevas conexiones y frecuencias de las aerolíneas de bajo coste y el dinamismo del turismo de negocios, congresos y reuniones en 2006 han impulsado a la demanda en los establecimientos hoteleros españoles. Efectivamente, según la EOH del INE en el año 2006 las pernoctaciones en los hoteles de capitales de provincias españolas ascendieron a 62,7 millones, 10 millones más que hace apenas cuatro años, lo que ha supuesto un incremento interanual de 5,1% respecto a 2005.

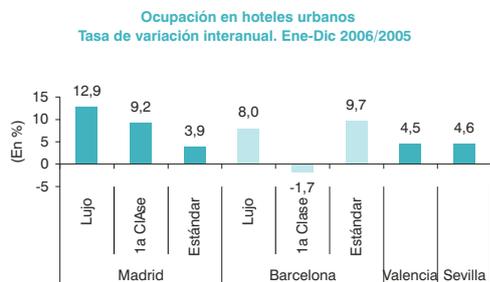
Este positivo comportamiento de la demanda ha facilitado en un segmento como en el urbano en constante crecimiento en términos de nuevas plazas hoteleras en el mercado, una recuperación de los



niveles de ocupación según reconfirman los datos de MHI para Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia, que prolonga la senda de mejora en los niveles de ocupación hotelera en estas ciudades iniciada en 2005, tras años de sucesivas caídas debido al crecimiento de la oferta.

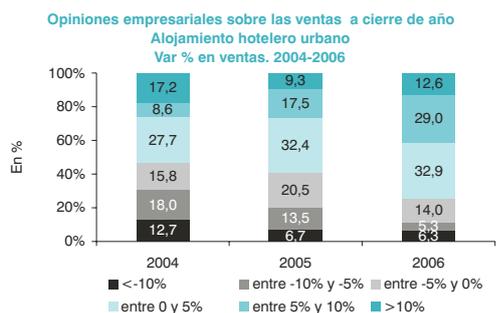


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

En este sentido, los resultados empresariales recogidos en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para establecimientos hoteleros urbanos durante el año 2006 revelan que en este ejercicio turístico un mayor número de empresarios que en años anteriores ha percibido avances positivos en sus niveles de ventas y que un elevado porcentaje de los mismos (41,6%) indican que éstos están por encima del 5%.

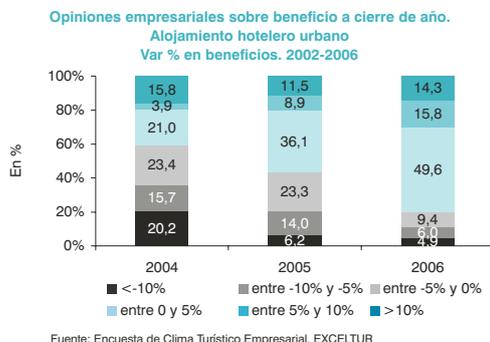


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Consenso en cuanto al aumento en las rentabilidades empresariales en los hoteles urbanos en 2006

Todo ello se ha traducido en una generalizada recuperación de la rentabilidad empresarial. Así, un 79,8% de los gestores de estos establecimientos urbanos declaraban haber incrementado sus beneficios respecto al ejercicio 2005. Sí bien la mayoría de los incrementos en los beneficios empresariales son valorados como

moderados, situándose entre el 0 y el 5%, destaca un 30,1% de los gestores de hoteles que manifiestan haber experimentado incrementos en sus márgenes empresariales por encima del 5% respecto a los niveles observados en 2005.



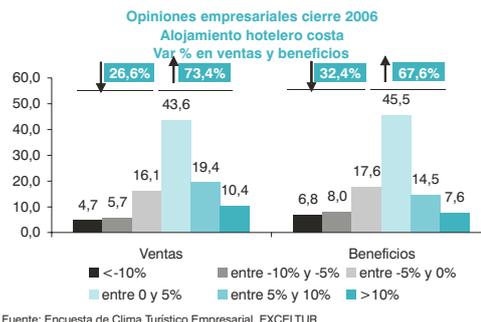
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Hoteles Vacacionales de Costa

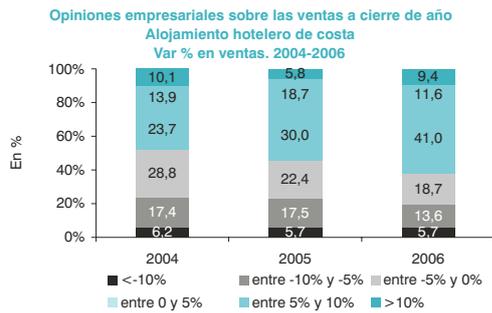
Incremento de las ventas y ocupación en los establecimientos hoteleros vacacionales de costa en un marco de leve subida de tarifas, que ha posibilitado, este año sí, una leve mejora de la rentabilidad empresarial en 2006

Tras unos años complejos debido entre otros a la situación de sobre oferta de alojamiento hotelero y pérdida del atractivo turístico en algunas de las zonas más maduras del litoral español, en el ejercicio 2006 se ha experimentado una notable mejora de los niveles de ventas y ocupación de los establecimientos hoteleros, que ha permitido un margen más amplio a la hora de la negociación de tarifas. Estos registros han venido fundamentalmente de la mano del empuje de la demanda nacional, que sigue optando con creciente preferencia por los destinos nacionales de sol y playa para el disfrute de sus días de vacaciones, y de la extranjera, favorecida por un entorno macroeconómico más propicio y la redistribución desde otros destinos competidores que, un año más, han sido penalizados por los turistas europeos debido a la percepción de inseguridad.

En este marco, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico empresarial de Exceltur revelan cómo la mayoría de los hoteles vacacionales en España han experimentado en 2006 crecimientos en sus niveles de facturación respecto al ejercicio 2005. En concreto, según las opiniones empresariales a cierre de ejercicio, el 73,4% de los hoteles del segmento de sol y playa registraron incrementos en las ventas respecto a los niveles de 2005, cuantificando la mayoría de los gestores hoteleros (43,6%) estas ventas entre el 0% y el 5%.

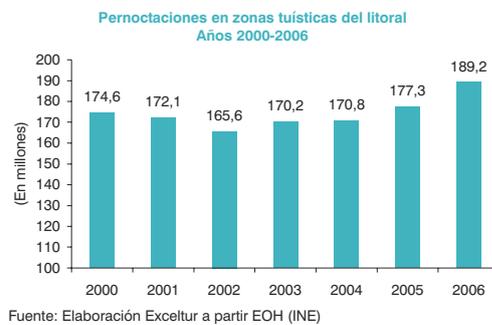


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



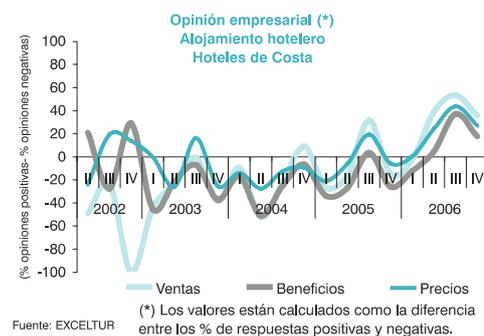
Positivos niveles de confianza en el subsector hotelero vacacional en la parte central del año 2006, que se han resentido ligeramente en el cuarto trimestre debido a los modestos registros de ventas esperados para el primer trimestre de 2007

En esta misma línea, la EOH del INE corrobora esas percepciones y revela que las pernoctaciones en los hoteles ubicados en las zonas turísticas del litoral mediterráneo, Islas Canarias e Islas Baleares crecieron en 2006 un 6,7%, alcanzando su nivel máximo en los últimos seis años con 189,2 millones de pernoctaciones y superando por segundo año consecutivo el estancamiento percibido entre el año 2000 y 2004.



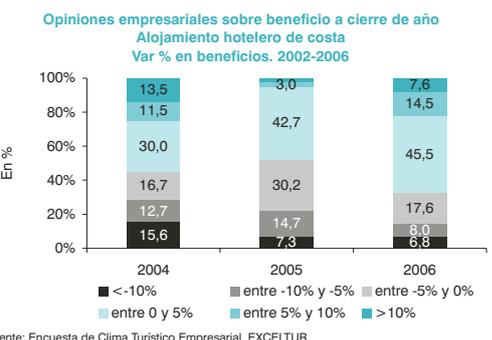
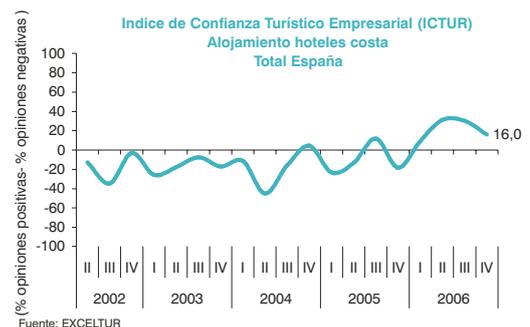
En este marco, los niveles de confianza entre los gestores de hoteles vacacionales de sol y playa en 2006 se han mantenido por primera vez en la historia de la serie del Indicador de Confianza elaborado por Exceltur que los sintetiza en niveles positivos, alcanzando sus valores más altos en temporada alta, el semestre central del año, dónde se experimentaron según la opinión de los mismos registros positivos tanto en ventas, cómo en precios y en rentabilidad.

En los últimos tres meses del año 2006 se percibió un peor comportamiento de los indicadores de ventas y beneficios debido fundamentalmente a la desaceleración de la demanda extranjera, a lo que se ha sumado unas modestas expectativas para el comienzo del año 2007 en clave de facturación, cerrando el año con cierto retroceso en los niveles de confianza empresarial.



Recuperación de la rentabilidad empresarial en 2006 en los hoteles vacacionales de los destinos turísticos de sol y playa en España

Con estos componentes, en el año 2006 se ha frenado la senda de caída en la rentabilidad empresarial en los hoteles vacacionales de los destinos turísticos españoles del segmento de sol y playa. De esta manera, el 67,6% de los gestores de estos establecimientos revelaban incrementos interanuales positivos en los beneficios empresariales del año 2006. La mayoría de ellos, cuantificaban estos aumentos cómo leves, mientras que un 14,5% indicaban que la mejora en rentabilidad se había situado entre el 5% y 10% interanual, y el 7,6% apuntaba que este crecimiento había superado el 10% respecto a los niveles de 2005.



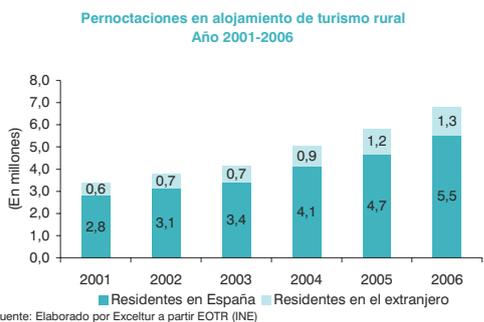


1.2. Otras tipologías de alojamiento reglado

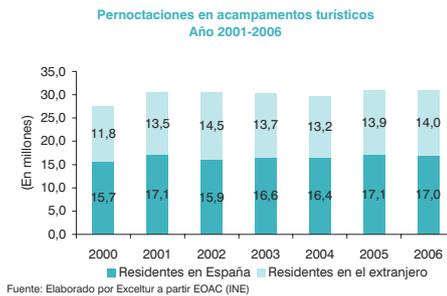
Fortaleza de la demanda en alojamiento de turismo rural, mientras que la actividad en acampamentos turísticos se estancan y los apartamentos turísticos experimentan cierta recuperación de sus niveles de ventas beneficiados por la respuesta del turista extranjero paquetizado

Las encuestas de ocupación del INE para las tipologías de alojamiento reglado distintas a la hotelera (campings, apartamentos y turismo rural) ponen igualmente de manifiesto un positivo año 2006 en términos de ventas en todas ellas, que en el caso de turismo rural ha confirmado el elevado tirón y todavía largo recorrido de este tipo de turismo dentro de las nuevas preferencias del turista español y extranjero por espacios turísticos no saturados y en equilibrio con el entorno natural.

En este sentido, las pernотaciones en establecimientos rurales en el acumulado hasta el mes de noviembre de 2006 sobrepasaron la barrera de los seis millones con un crecimiento del 16,6% respecto al mismo período del año anterior. El principal mercado de origen, el español, ha registrado un repunte respecto al ritmo de crecimiento de 2005, mientras que la demanda extranjera, aún manteniéndose en crecimientos positivos, ha sufrido una notable desaceleración respecto a los ritmos de avance de años precedentes.



Por otro lado, la actividad turística en campings y apartamentos turísticos en el año 2006 ha sido mucho más modesta que en alojamiento hotelero y establecimientos de turismo rural. En el caso de los campings, la caída de las pernотaciones de los españoles ha sido compensada por un ligero avance de la demanda extranjera. Así, según la Encuesta de Ocupación de Acampamentos Turísticos del INE el volumen de pernотaciones en 2006 en este tipo de establecimientos ascendió en el acumulado anual hasta noviembre a 31 millones, volumen muy similar a la media de años precedentes.



Sí bien la demanda de servicios en los apartamentos turísticos reglados ha experimentado en 2006 un freno a la tendencia a la baja observada desde el año 2000 por la recuperación observada de las pernотaciones de no residentes, favorecida por la redistribución de un flujo turístico consumidor de paquetes turísticos desde otros destinos competidores con oferta de este tipo de producto, los niveles de demanda en el año 2006 se encuentran todavía muy lejos de los registrados a comienzo de la década debido a la obsolescencia de algunos de estos productos.

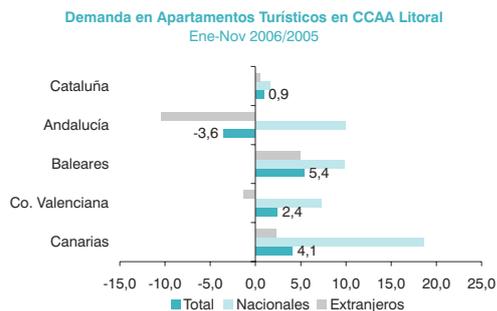


Especialmente reseñable es el caso de Canarias, que aglutina el 47,0% de la oferta de plazas de apartamentos turísticos reglados y el 52,1% de la demanda del total de España, y que ha sufrido, aún a pesar de la ligera recuperación experimentada en 2006, en los últimos cinco años una pérdida de 13,3 millones de pernотaciones, todas ellas en el mercado extranjero, con su consecuente caída en los niveles de ocupación que han pasado de 60,2% en el año 2000 al 49,2% en 2006. Estos datos invitan una vez más a reflexionar sobre la apuesta por parte de los actores públicos y privados por la renovación y revalorización de la planta de apartamentos y de los espacios y entornos turísticos que los albergan, para poder recuperar la actividad y garantizar la actividad y competitividad futura en esos destinos.

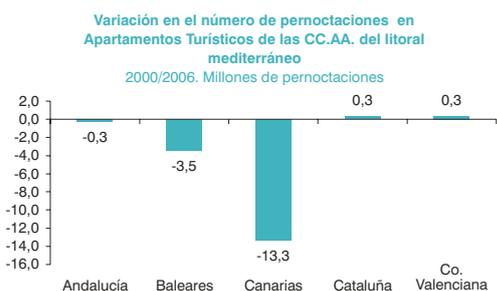


2 Grandes grupos de Agencias de Viajes y Tour Operadores

Muy positivo balance del año turístico 2006 entre los grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores



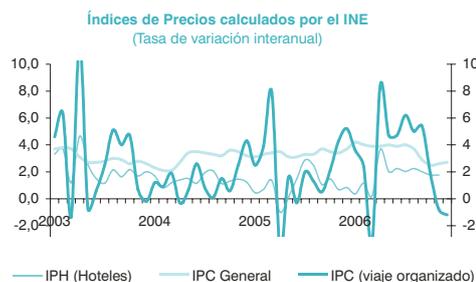
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOAP (INE)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOAP (INE)

Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores han disfrutado de un año muy favorable tanto en términos de ventas como de rentabilidad empresarial debido al crecimiento del consumo turístico de los españoles, a pesar de los síntomas de ralentización que se percibieron en el tercer trimestre de 2006. De hecho, la rápida y adecuada respuesta de este subsector a estos primeros síntomas de desaceleración de los ritmos de crecimiento de la demanda de servicios turísticos de los españoles a través de campañas de promoción y reducciones de precios ha impulsado la reactivación observada en el cuarto trimestre del año.

Efectivamente, la evolución de los indicadores de gasto turístico de los españoles y de la opinión de los empresarios del subsector en cuanto a la evolución de las ventas, denotan una desaceleración de la demanda de servicios turísticos de los españoles en los meses de julio, agosto y septiembre de 2006, superada con intensos ritmos de crecimiento, incentivados en los tres últimos meses del año por una notable desaceleración de los precios de los servicios turísticos, tal cómo se observa en el gráfico adjunto de la evolución del Índice de Precios Hoteleros y del IPC de los viajes organizados del INE, que ha caído desde el mes de octubre un 0,2% en términos medios.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPC e IPH, INE

El crecimiento de la demanda española en el primer semestre de 2006 y durante el cuarto trimestre del año ha compensado la ralentización de las pernoctaciones en hoteles y apartamentos reglados en los meses de julio, agosto y septiembre, cerrando el conjunto del año en un crecimiento del 6,0% en el número de noches disfrutadas por los españoles en hoteles y apartamentos reglados.

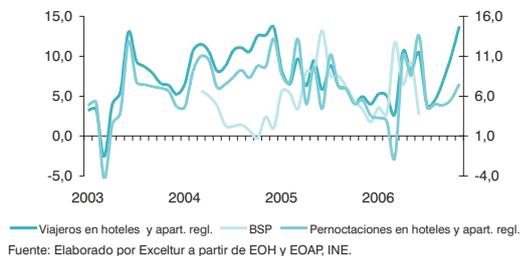
En un escenario dominado por una menguante capacidad adquisitiva en términos de renta disponible, el calendario propicio para el disfrute de escapadas de corta y media duración, las favorables condiciones climatológicas, y la accesibilidad a productos a precios más asequibles que en el mismo período del año anterior, explican parte de esta reactivación de la demanda nacional durante el último trimestre del año 2006.



Claves por sectores

Agencias de Viajes y Tour Operadores

Indicadores de volumen de demanda nacional
(Tasa de variación interanual trimestral)

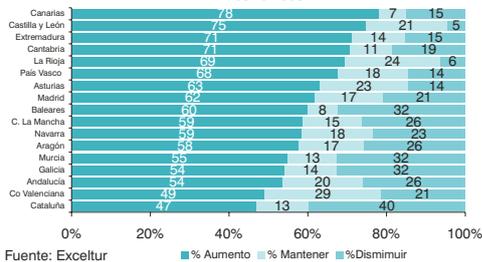


Canarias, los destinos españoles de interior y destinos exteriores principales dinamizadores de las ventas en las grandes agencias de viajes y touroperadores españoles en el cuarto trimestre de 2006

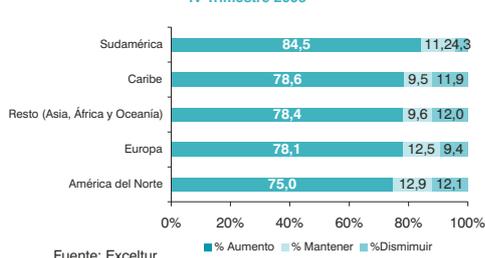
Este repunte de la senda de crecimiento de la demanda se ha concretado en crecimientos de la facturación de las agencias derivado de la venta de viajes a destinos domésticos y en la vuelta al consenso en cuánto al crecimiento de las ventas a destinos de larga distancia y Europa según la opinión de los empresarios de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles.

Dentro de los destinos vacacionales españoles, el consenso ha sido unánime en cuánto al crecimiento de las ventas en los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2006. El benigno clima que ha dominado el último trimestre de 2006 ha favorecido el crecimiento de las ventas en los destinos vacacionales como Baleares que se ha venido a sumar a Canarias, que en plena temporada alta se presenta como el destino dónde de manera más generalizada se han incrementado las ventas. Destaca igualmente el consenso generalizado en cuánto al incremento de las ventas a destinos de interior como Castilla y León y Extremadura, junto a todos los destinos turísticos de la España Verde, en parte favorecidos por la redistribución de flujos turísticos desde destinos vinculados al disfrute de los deportes de invierno por la falta de nieve en los mismos.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales
IV Trimestre 2006



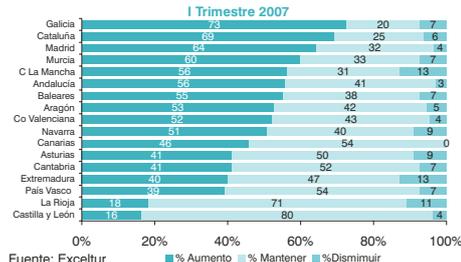
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales
IV Trimestre 2006



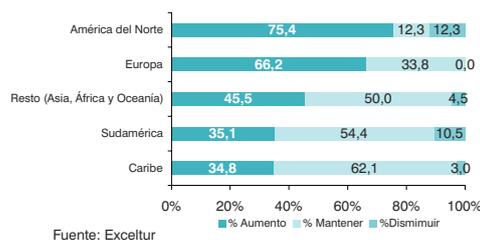
Para el primer trimestre del año 2007, se espera que se mantenga esta buena tónica en la dinámica de las ventas hacia destinos nacionales, en América del Norte, dentro de la larga distancia, y los viajes a ciudades españolas y europeas dentro del constante crecimiento y constatado éxito del turismo del "city break" en el panorama turístico europeo.

En concreto, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, un elevado porcentaje de profesionales del sector anticipan crecimientos de las ventas de viajes a la Comunidad de Madrid y Cataluña para este primer trimestre de 2007.

Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales
I Trimestre 2007



Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales
I Trimestre 2007

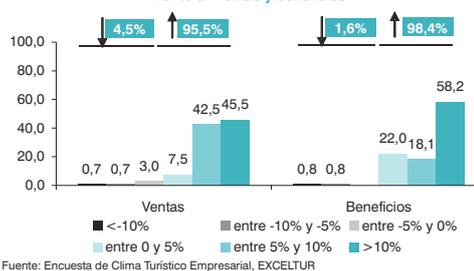


Consenso sobre el avance en clave de rentabilidad empresarial debido al notable incremento interanual de las ventas en un marco de leve crecimiento de los precios y reducción de costes

Según la opinión mayoritaria de los empresarios durante 2006 se registró un nuevo y notable incremento de las ventas en los grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores españoles. En concreto, el 42,5% de los gestores de agencias de viajes cifraban el aumento en las ventas entre el 5% y 10%, mientras un 45,5% había disfrutado de aumentos superiores al 10%.

El fuerte aumento en los niveles de ventas se ha concretado en este año 2006 en una muy positiva mejoría de la rentabilidad empresarial en los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles. El 58,2% de las agencias consiguió en 2006 incrementar sus beneficios por encima del 10%.

Opiniones empresariales cierre 2006
AA.VV. y Touroperadores españoles
Var % en ventas y beneficios

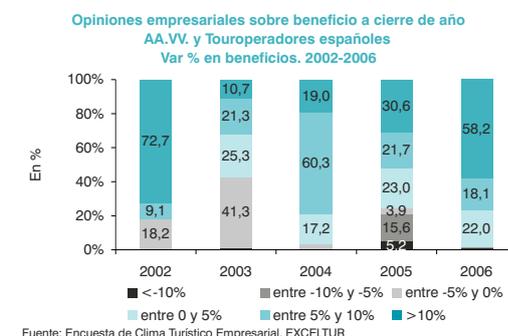




En este sentido, el balance del año turístico 2006 en clave de facturación y de rentabilidad se configura cómo el más positivo desde el año 2002 en que se puso en marcha la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

3. Transporte

La fortaleza de la demanda de servicios de transporte en el año 2006 se ha materializado en un modesto incremento de las ventas y rentabilidad empresarial en un elevado porcentaje de empresas de transporte españolas en un escenario de menor presión del coste del crudo sobre la cuenta de resultados en el segundo semestre del año y leve crecimiento de las tarifas

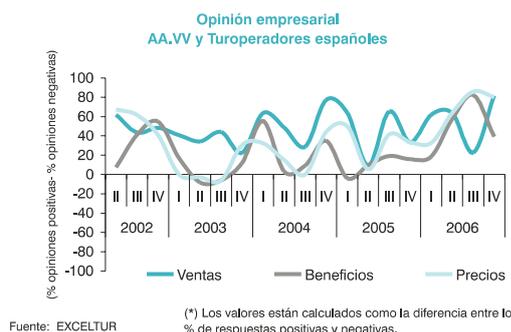
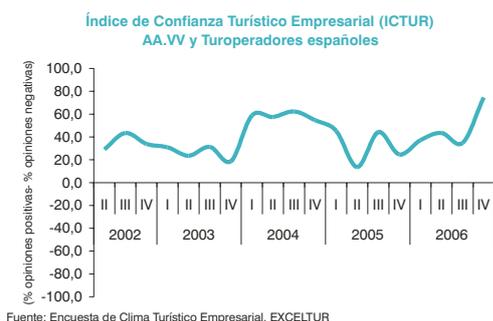


Para el año 2007 se mantienen unas positivas expectativas respecto al comportamiento de ventas y beneficios muy vinculadas a la progresiva consolidación de los viajes cómo un gasto cada vez más importante en la cesta de consumo de los españoles. En este contexto, los niveles de confianza entre los gestores de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles alcanzaron en el último trimestre del año 2006 su máximo histórico medido a través del Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur.

En un mercado de creciente y elevada competencia, caracterizado por el fuerte aumento de la oferta, especialmente en el segmento de transporte aéreo, la fortaleza y potencial de la demanda de servicios de transporte vinculados a desplazamientos turísticos se ha concretado en un generalizado, aunque leve aumento de los niveles de ventas en 2006 respecto los niveles alcanzados en 2005.

Así, según la encuesta realizada por Exceltur entre compañías españolas de transporte, el 98,9% de las empresas registraron incrementos en los niveles de ventas para el conjunto del año 2006, la mayor parte de los cuáles (62,6%) sin superar el 5%. Tan solo el 37,1% de los profesionales del subsector de transportes manifestaban haber registrado crecimientos superiores al 5%.

De esta manera, las valoraciones empresariales en cuánto al devenir de los niveles de ventas en 2006 ha sido menos favorables que las percibidas en el ejercicio 2005 fruto de un mercado en creciente y constante competencia, que, cómo se verá más adelante en el caso del transporte aéreo, está mermando paulatinamente el potencial de crecimiento de las compañías españolas en las conexiones del mercado doméstico y Europeo, viéndose obligadas a reinventar su estrategia de negocio hacia nichos de mercado como los viajes vacacionales de larga distancia con mercados de potencial incremento cómo el latinoamericano para superar este nuevo escenario competitivo en continuo cambio.



A pesar de la leve mejora observada en las ventas, ajuste de los precios y la menor presión del coste del combustible en la segunda mitad del año, el tímido avance en clave de rentabilidad no se ha producido en todas las compañías del sector



El leve aumento de las ventas percibido por la mayoría de las empresas del sector no ha sido sin embargo suficiente para que la mejora de la rentabilidad empresarial haya sido extensible a todas las compañías. De hecho, el 30,6% de ellas han experimentado en 2006 descensos de más de dos dígitos en sus niveles de beneficios.

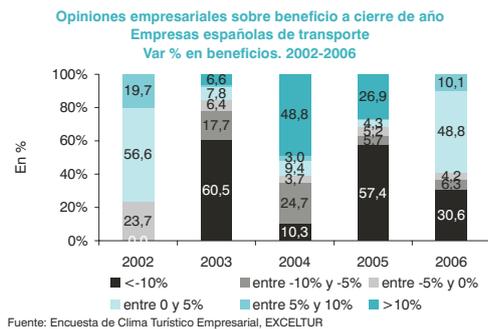
En este sentido, el debilitamiento de las cuentas de resultados en el primer semestre del año no ha podido ser compensado por el ajuste al alza realizado en los precios durante todo el año 2006, el avance en los niveles de ventas y los menores costes del queroseno para las empresas de transporte aéreo en la segunda mitad del ejercicio.

3.1 Transporte aéreo

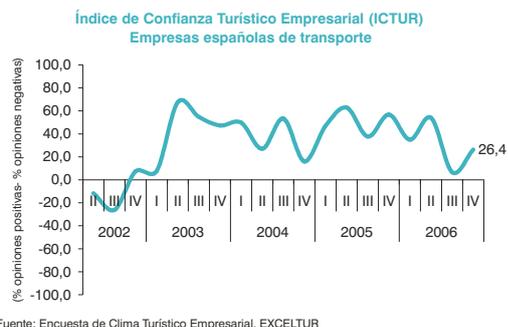
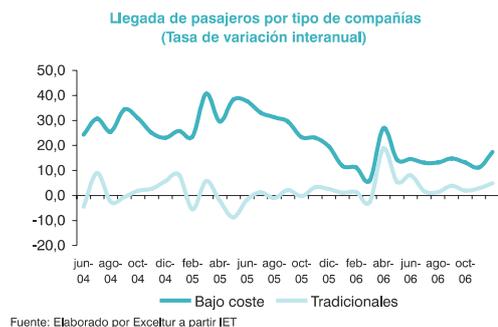
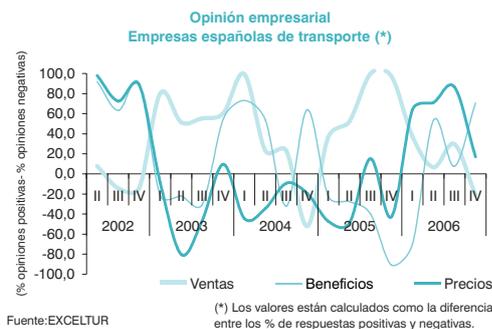
El comportamiento de la actividad de las empresas de transporte aéreo en 2006 ha vuelto a estar condicionado por un mercado en continuo crecimiento tanto de la demanda como en la competencia

Las valoraciones empresariales en términos de crecimientos de los niveles de ventas en las empresas de transporte aéreo españolas son claramente inferiores al avance de la demanda, que, según datos de AENA, y en términos de tráfico de transporte de pasajeros en los aeropuertos españoles, creció un 6,6% en el ejercicio 2006. Este hecho viene explicado por la creciente competencia protagonizada por la apertura de nuevas conexiones tanto en el mercado doméstico como con Europa por parte principalmente de compañías de bajo coste extranjeras, que según datos del IET a partir de información de AENA volverán a registrar un crecimiento interanual en el número de vuelos del 20,6% desde países de la Unión Europea en el primer trimestre del año 2007, y por otro lado, por el creciente peso y participación en el crecimiento de las compañías como Iberia del tráfico de largo radio en detrimento de avances en el mercado doméstico¹.

Efectivamente, el crecimiento y el éxito de las compañías de bajo coste en Europa en los últimos años se ha trasladado en una pérdida efectiva de cuota de mercado para las aerolíneas tradicionales que operan en el continente. Así, según datos del IET a partir de información de AENA, las compañías de bajo coste en España han pasado de transportar el 23,1% de los pasajeros internacionales en 2003 al 31,6% en el ejercicio 2006.



Tras experimentar un 2006 marcado por bajos niveles de confianza entre los profesionales del sector debido al elevado presión del queroseno durante la primera mitad de año, los incidentes de conflictividad laboral y la creciente competencia en el mercado que ha provocado incluso el fin de las operaciones de algunas compañías a lo largo de los últimos meses del año se ha percibido una notable mejora de los mismos debido a la menor presión de los costes y unas expectativas muy favorables sobre la evolución de las ventas y los beneficios para el arranque del ejercicio 2007.



Sin perjuicio de lo anterior, y aún a pesar de que en la segunda mitad del año dónde el precio del petróleo se ha desacelerado notablemente, la mejora de la rentabilidad empresarial entre las compañías aéreas españolas todavía no ha sido todavía generalizada en 2006 debido a la intensa escalada del precio del crudo en la primera mitad del ejercicio y a los problemas de conflictividad laboral que algunas compañías acusaron en plena temporada alta.

Todo ello en un escenario internacional dónde la Asociación Internacional de Transportistas Aéreos (IATA) ha puesto de manifiesto

¹En los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur se consideran exclusivamente los resultados de las ventas en el mercado doméstico (España) a efectos de construir los Indicadores de Ventas y de Clima Turístico Empresarial.



cómo en el año 2006 se ha conseguido prácticamente volver a niveles de rentabilidad positivos en un sector con pérdidas acumuladas desde el año 2001. Así, en el mes de diciembre IATA revisó sus previsiones de pérdidas a cierre del año desde los 1,7 billones de dólares de pérdidas a 0,5 billones, lo que supone un punto de inflexión hacia márgenes empresariales positivos.

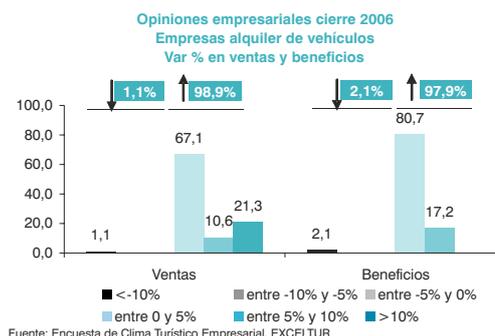
En un marco dónde se espera que el tráfico aéreo internacional vuelva a crecer en 2007 un 5,0%, que el precio del barril de brent se mantenga estable en torno a 60 dólares el barril, el tipo de cambio dólar/euros siga siendo favorable para las compañías que operan en el mercado europeo, y se sigan recogiendo los frutos de los planes de reducción de costes llevados a cabo en los últimos ejercicios, los profesionales del subsector anticipan que 2007 sea testigo de la esperada recuperación de la rentabilidad tras prácticamente cinco años consecutivos de pérdidas.

3.2 Alquiler de vehículos

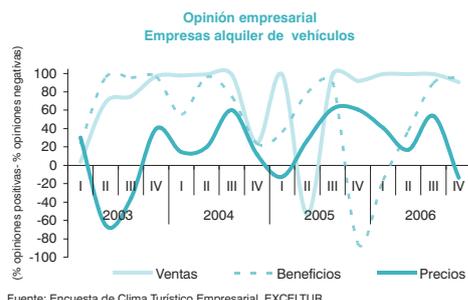
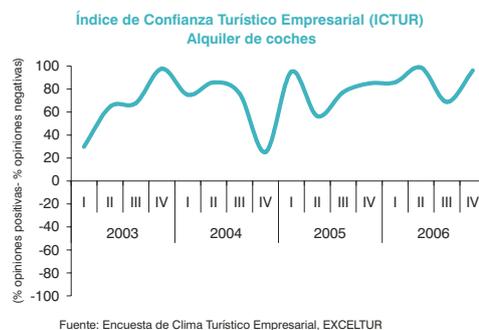
La fortaleza mostrada en los desplazamientos turísticos de los españoles, el creciente volumen de viajes independientes de los extranjeros, y el crecimiento del turismo de negocios ha contribuido al crecimiento de las ventas y el avance generalizado de la rentabilidad empresarial en 2006 en las compañías de alquiler de vehículos

La fortaleza mostrada en los desplazamientos turísticos de los españoles, el creciente volumen de viajes independientes de los extranjeros y el crecimiento del turismo de negocios siguen favoreciendo, un año más, las ventas en las compañías de alquiler de vehículos. En este sentido, la facturación en el año 2006 fue superior a la del año anterior según el 77,8% de los gestores de empresas arrendadoras de vehículos, cuantificando la mayor parte de los mismos este crecimiento entre el 0 y el 5%.

Esta manifiesta aunque tímida mejora en las ventas en 2006 se ha trasladado positivamente a las cuentas de resultados si bien de manera moderada de acuerdo a la opinión del 80,7% de los empresarios del subsector en un ejercicio 2006 dónde las tarifas se han mantenido ó han aumentado levemente la mayor parte del año, salvo el cuarto trimestre.



La percepción de un comienzo de año 2007 dónde se volverá a producir un aumento de la demanda, que se concretará en un nuevo aunque leve avance de la rentabilidad empresarial entre las empresas de alquiler de vehículos, ha elevado los niveles de confianza empresarial en el cuarto trimestre de 2006.





4. Ocio

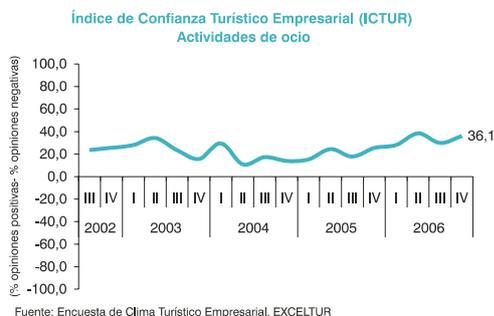
Elevados y estables niveles de confianza entre los prestadores de servicios de ocio en 2006 respondiendo a la creciente demanda por parte de los turistas españoles y extranjeros de actividades culturales, deportivas y de ocio y la paulatina integración de estos productos en la oferta de los destinos turísticos españoles

El creciente papel dentro de las preferencias del consumidor actual de servicios de ocio durante sus viajes y excursiones turísticas, la expansión de los viajes especializados para el disfrute de líneas de productos como los circuitos culturales, gastronómicos, turismo activo y el golf, la firme apuesta por parte de los agentes público-privados de sector por la inversión en la valorización de los recursos culturales, naturales y patrimoniales y la paulatina integración de estos productos dentro de la oferta turística de los destinos urbanos españoles y algunas zonas de interior y de costa, siguen consolidando, un ejercicio más, los buenos resultados en museos, monumentos, campos de golf y parques temáticos.

En concreto, según las opiniones recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur correspondiente al cierre del año 2006, los prestadores de servicios de ocio han mejorado en el año turístico 2006 sus niveles de confianza, alcanzando su máximo histórico en el cuarto trimestre de 2006 debido al positivo balance del año y las favorables expectativas de cara a 2007.

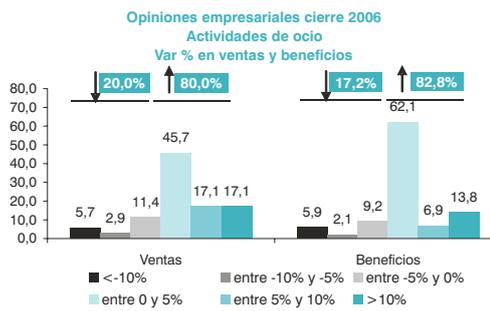


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



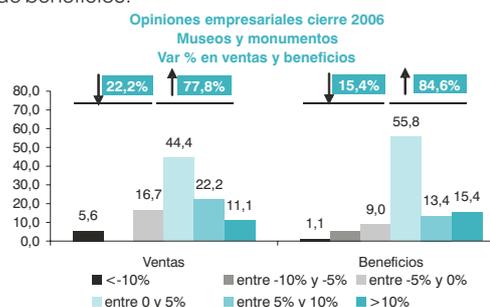
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La facturación en estas instalaciones y equipamientos de ocio creció en 2006 según el 80,0% de sus gestores, siendo este crecimiento mayoritariamente leve. De hecho, según el 45,7% de los profesionales del sector el aumento en las ventas no fue superior al 5%. Este avance en el volumen de ventas, que ha estado acompañado de un leve incremento de los precios, se ha concretado en una leve mejora de la rentabilidad no superior al 5% en el 62,1% de las empresas españolas relacionadas con el disfrute de ocio.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

No obstante, el balance del año ha sido heterogéneo en los diferentes subsectores que conforman las actividades de ocio. Destaca el excelente comportamiento de las visitas a museos y monumentos, que siguen atrayendo a un elevado y creciente número de turistas españoles y extranjeros, lo que les ha permitido volver a registrar positivos resultados en términos de visitas. Según se desprende de la Encuesta elaborada por Exceltur, el 77,8% de los gestores de museos y monumentos en España experimentaron incrementos en sus ventas, que permitió en el 84,6% de los casos un crecimiento en sus niveles de beneficios.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Las condiciones climatológicas desfavorables, han condicionado de manera irreparable la temporada de esquí 2006-2007 debido a la escasez de nieve en las estaciones

La creciente preferencia por la práctica de actividades deportivas dentro del un perfil de cliente con un nivel socioeconómico medio alto, ha posibilitado el cierre de otro positivo año según la opinión de los directores de campo de golf.

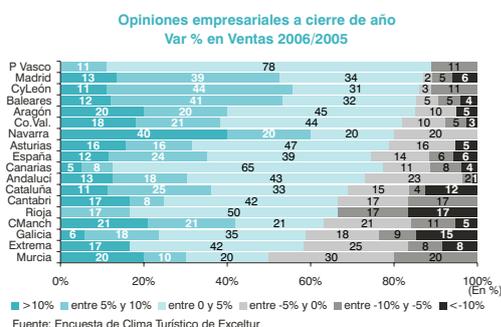
Por otro lado, las condiciones climatológicas desfavorables, han condicionado de manera irreparable la temporada de esquí 2006-2007 debido a la escasez de nieve en las estaciones, causando cuantiosas caídas en los niveles de facturación y rentabilidad respecto a los obtenidos en el año 2005 que requieren un apoyo y especial atención por parte de las administraciones públicas para a través de un esfuerzo en promoción tratar de alentar los viajes hacia las estaciones de esquí en los próximos meses, de manera que se puedan compensar parte de las pérdidas acumuladas. Por otra parte, y ante las cada vez más evidentes y previsible consecuencias en el medio plazo del calentamiento global, los centros de esquí se encuentran actualmente ante el reto de invertir y diversificar su oferta de ocio hacia actividades de montaña de manera tal que les permita seguir siendo centros de atracción de turistas y núcleos de generación de actividad económica y rentas para el entramado productivo local.

5 Destinos nacionales

Favorable balance de la actividad turística en 2006 tanto en los destinos de sol y playa cómo en los de interior y la España verde, mientras que en los destinos urbanos se cierra un año turístico muy positivo

Los resultados empresariales de 2006 ponen de manifiesto un positivo año turístico en los destinos turísticos nacionales, tanto en los especializados en el producto de sol y playa, cómo en los destinos de la España verde e interior y muy especialmente, en los destinos urbanos. Así, la evolución de la demanda en todos los destinos españoles ha crecido en este año 2006 respecto a los niveles observados en el ejercicio anterior según ponen de manifiesto las pernoctaciones de la EOH del INE y las opiniones empresariales recogidas a cierre de ejercicio en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

En concreto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE las pernoctaciones hoteleras han registrado en el año 2006 crecimientos interanuales positivos en todas las regiones españolas, destacando Extremadura, La Rioja, País Vasco y Asturias dentro de los destinos especializados en el turismo de verde e interior, con crecimientos superiores al 8,0%. Entre los destinos de sol y playa resaltan por el incremento interanual experimentado de la demanda, Baleares, la Comunidad Valenciana y especialmente, Canarias, que tras tres ejercicios consecutivos de práctico estancamiento en las pernoctaciones en alojamiento hotelero han experimentado este año un repunte del 9,2%. El creciente atractivo de la ciudad de Madrid, por otro lado, cierra por tercer año consecutivo un intenso avance de la demanda fruto del éxito del reposicionamiento de la ciudad de Madrid cómo gran destino urbano por excelencia en el panorama internacional.



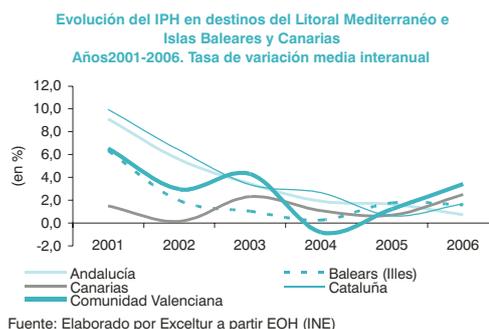
Este dinamismo mostrado por la demanda turística se ha concretado en todas las comunidades autónomas en un elevado consenso sobre el crecimiento de las ventas según la opinión de los gestores de establecimientos hoteleros. Cómo se aprecia en el gráfico adjunto,

que recoge la opinión sobre la variación de las ventas de 2006 respecto al año anterior a detalle de destinos, el porcentaje de empresarios que han manifestado haber experimentado avances positivos en su volumen de ventas en 2006 ha sido mayoritario en todas las regiones españolas, aunque con disímiles grados de consenso e intensidad a la hora de cuantificar este incremento.

Los empresarios de los establecimientos ubicados dentro del interior de España y la España verde han percibido en un mayor porcentaje que la mejora interanual en los niveles de facturación ha sido superior al 5%, mientras que se observa cómo los gestores de hoteles de zonas vacacionales de sol y playa se muestran ligeramente más conservadores a la hora de medir la intensidad de este crecimiento, con la excepción de Baleares, dónde un 41% de los empresarios hoteleros percibieron crecimientos en sus ventas entre el 5% y 10% y un 12% por encima del 10%.

Esta clara mejora en los niveles de facturación ha posibilitado en muchos de los destinos, sobre todo del litoral mediterráneo e islas, que no han acusado avances significativos en sus niveles de precios en el conjunto del año, leves mejoras en clave de rentabilidad empresarial. En los destinos urbanos, de interior y del norte de España, la recuperación de los precios ha sido más evidente y junto al descrito avance en los niveles de facturación, ha posibilitado, según la opinión de un elevado porcentaje de los gestores de establecimientos hoteleros localizados en estos destinos, la mejora interanual en los márgenes empresariales en el año 2006.

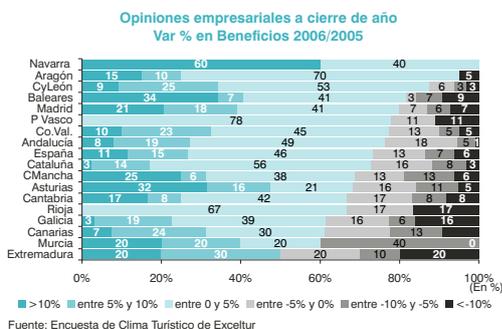
Efectivamente, sí bien es cierto que en la temporada de verano se percibió mayor margen de negociación a efectos de fijar las tarifas que se concretó en un repunte en las niveles de precios en los destinos de sol y playa españoles, el balance para el conjunto del año no ha sido tan favorable y el crecimiento de los precios interanual ha sido muy leve e insuficiente para recuperar la desaceleración sufrida en años precedentes.





Con estos componentes, los empresarios del subsector hotelero de las zonas turísticas del litoral mediterráneo e islas han mostrado un menor consenso respecto a las mejoras interanuales en claves de rentabilidad que en los destinos de interior, España verde y urbanos. Así, en Canarias la percepción sobre la mejora de la rentabilidad empresarial es muy heterogénea, todavía el 38,9% manifiesta haber experimentado pérdidas de rentabilidad en el año 2006.

Mientras en Andalucía y Cataluña, un mayor porcentaje de los empresarios han percibido avances en la rentabilidad empresarial en 2006, muy leve según la mayoría de ellos, existiendo todavía un considerable número de establecimientos que han registrado pérdidas según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Es la Comunidad Valenciana, dentro del litoral mediterráneo, y los destinos del archipiélago balear dónde según la opinión de los profesionales del subsector hotelero el avance en los beneficios en 2006 ha sido más claro e intenso.

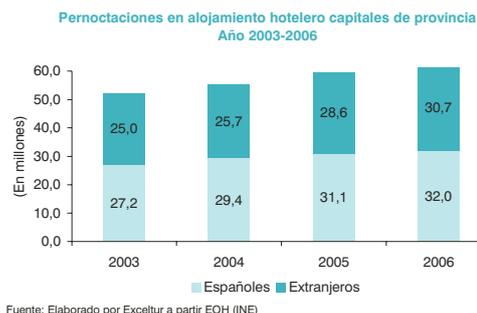


En la mayoría de los destinos de interior ó de la España Verde la mejora interanual en clave de rentabilidad empresarial ha sido prácticamente común al conjunto de establecimientos hoteleros de estas zonas turísticas. Destacando en este sentido, la Comunidad de Madrid, dónde según el 39% de los gestores de hoteles madrileños el incremento en los beneficios ha sido superior al 5% y de acuerdo al 41% de los mismo este avance ha estado entre el 0 y el 5%.

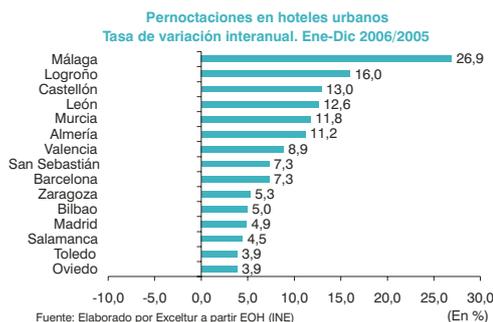
1. España Urbana

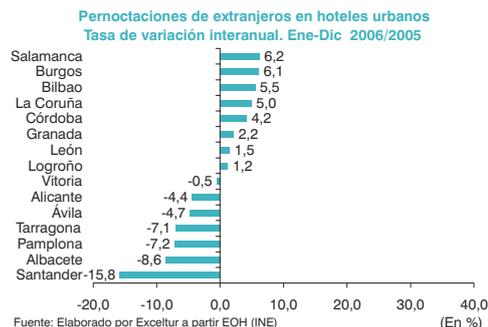
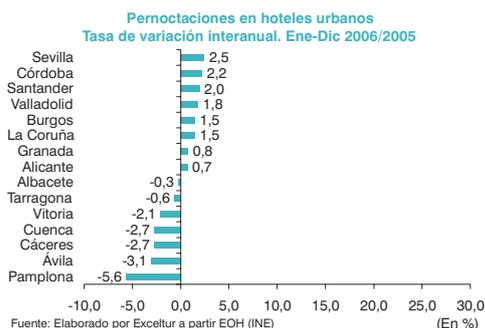
A lo largo de todo el año 2006 se ha prolongado e intensificado la tendencia al alza del turismo en las múltiples ciudades españolas, dando muestras por un lado del acertado reposicionamiento turístico de muchos de estos destinos que han apostado por la diferenciación, renovación urbanística, construcción de equipamientos emblemáticos y celebración de eventos singulares, y por otro, del largo recorrido de la actividad turística en estas ciudades cómo fuente generadora de rentas para sus sociedades locales en un mercado cómo el europeo, con un elevado nivel de demanda potencial hacia las escapadas, e impulsado por la accesibilidad al creciente número de frecuencias y conexiones áreas intraeuropeas.

Las estadísticas de oferta y la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur ponen de manifiesto el favorable comportamiento de la actividad turística en los destinos urbanos españoles de la mano del impulso experimentado en este año 2006 por el turismo de negocios y el de ferias y congresos y el crecimiento sostenido del segmento de "city-breaks" dentro del turismo cultural y de ocio.



De esta manera, en el año 2006, el número total de pernoctaciones en hoteles de las capitales de provincias españolas ascendía a 62,7 millones, un 5,1% más que en el mismo período de tiempo en 2005. El 70,2% del avance de la demanda en los establecimientos urbanos españoles ha sido de la mano de los turistas extranjeros, con especial intensidad en la primera mitad del año. En concreto, las pernoctaciones de los extranjeros registraron un incremento interanual 7,5% en 2006, lo que equivale a 2,1 millones de pernoctaciones más que en el año 2005. Este notable crecimiento viene explicado por la notable atracción turística lograda por el reposicionamiento internacional de muchas de las ciudades españolas dentro del segmento cultural y de ocio, impulsado por la mayor accesibilidad a un conexiones directas y frecuencias entre ciudades europeas, así cómo en el turismo de ferias y congresos, y turismo de negocios.

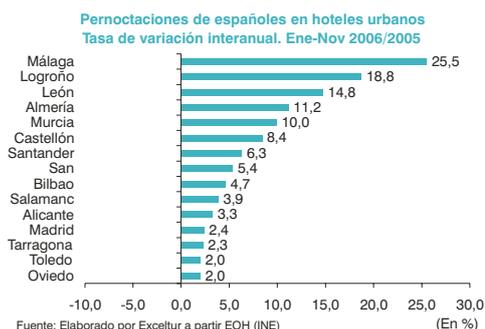




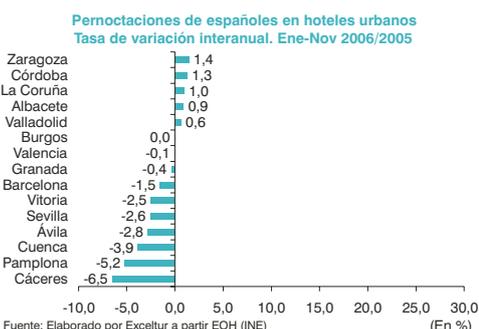
Dentro de las ciudades que concentran un mayor volumen de demanda extranjera, resalta el positivo devenir de la misma en Madrid y Barcelona tanto en su fortaleza, ritmos de avance como en sus implicaciones en términos de volumen. En concreto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE las pernoctaciones hoteleras de extranjeros en estas dos ciudades en el año 2006 crecieron un 7,6% y 10,6% respectivamente, lo que supuso 461 812 mil pernoctaciones adicionales en estas dos ciudades respecto al año 2005.

El aumento de conexiones y frecuencias aéreas a precios más asequibles también se ha dado en el mercado doméstico, fomentando igualmente el desplazamiento de españoles tanto por motivos de ocio como de trabajo entre ciudades españolas. En este sentido, ciudades meridionales de tamaño medio como Málaga, Logroño, Murcia y Castellón se revelan como las que mayor crecimiento de la demanda han experimentado en el año 2006 en términos relativos. Entre las ciudades turísticas más tradicionales en el mapa nacional destaca la pérdida de pernoctaciones de turistas españoles en Barcelona, Granada y Sevilla.

La ciudad que más destaca por el impulso experimentado por la demanda extranjera este año es Valencia, que a través de la celebración de eventos singulares como la visita del Papa y las prerogatas de la Copa de América 2007, y la recuperación y renovación urbanística llevada a cabo en torno a edificios y espacios singulares como el Museo de la Artes y las Ciencias, el Palau de la Música, ha conseguido posicionarse entre los destinos urbanos europeos con mayor proyección internacional. Así, el número de pernoctaciones de no residentes en los hoteles valencianos en este año ha duplicado prácticamente al experimentado en 2002, superando el millón de pernoctaciones.



Las visitas de turistas extranjeros a las ciudades de Madrid, Barcelona y Valencia se han visto beneficiadas por la mayor accesibilidad vía aérea a las mismas protagonizadas por las aerolíneas de bajo coste. Así mismo, entre las ciudades que mayores crecimientos porcentuales han registrado en 2006 se encuentran aquellas donde se ha abierto o consolidado rutas o conexiones con otras ciudades europeas. Este es el caso de ciudades como Málaga donde el número de pasajeros internacionales que llegaron en aerolíneas de bajo coste ascendió a 2,4 millones en 2006, que supuso un crecimiento del 11,4% respecto a 2005.



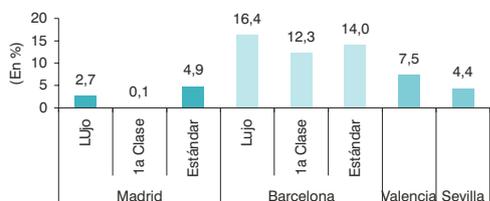
Todo ello se ha concretado en un significativo incremento de las rentabilidades empresariales según revelan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y corrobora la información elaborada por MHI Turismo para cuatro de las principales ciudades turísticas españolas.

La mejora de la ocupación de los hoteles de Barcelona, Madrid, Valencia y Sevilla posibilitada por el positivo crecimiento de la demanda, han posibilitado el aumento de los precios que se ha concretado en una mejora de los ingresos por habitación disponible (RevPAR) en las cuatro ciudades y en las diferentes categorías



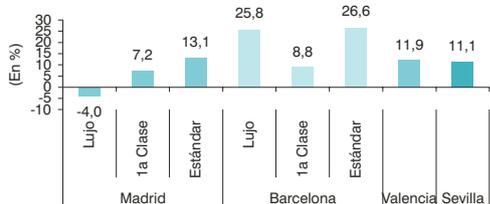
hoteleras. Cabe hacerse notar la intensidad del aumento interanual de las tarifas y de la rentabilidad empresarial en 2006 en las categorías de lujo y estándar de la ciudad de Barcelona y en la ciudad de Valencia.

Precio medio en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

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



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

2. Turismo interior: Naturaleza y Cultura

Los resultados obtenidos en el año 2006 en los destinos de interior con una oferta turística orientada al disfrute de la naturaleza y los valores culturales dan continuidad a la senda de crecimiento de sus actividades turísticas en los últimos años.

Tanto las opiniones del sector privado de estas zonas cómo las estadísticas del INE evidencian este favorable avance del turismo en estos destinos de interior. En este sentido, la mayoría de los empresarios de estos destinos manifiestan variaciones interanuales positivas en términos de volumen y rentabilidad empresarial. Destacando particularmente los buenos resultados de Aragón y Castilla y León tanto en clave de ventas cómo de beneficios en el año 2006, según se deriva de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

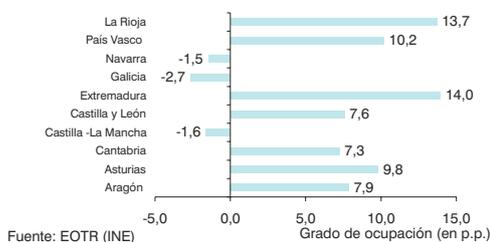
La demanda de servicios de alojamiento rural en estos destinos prolonga en el año 2006 la tendencia al alza observada desde el inicio de esta década. El análisis pormenorizado de los datos de la Encuesta de Ocupación de Turismo Rural del INE revela diferentes ritmos de crecimiento y grados de ajuste entre la demanda y la oferta por destinos. En concreto, en la mayoría de las comunidades la nueva apertura de plazas se mantiene en unos ritmos de crecimiento que son asimilados por la demanda, registrando intensos ritmos de avance en la ocupación de los establecimientos, con la excepción de Navarra, Galicia y Castilla La Mancha, dónde el crecimiento de la oferta no se ve compensado por evolución de la demanda y el nivel de ocupación de muchos establecimientos está sufriendo leves caídas, afectando consecuentemente a la rentabilidad empresarial.

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



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOTR (INE)

Comportamiento de la ocupación de alojamiento de turismo rural. Ene-Nov 2006/2005



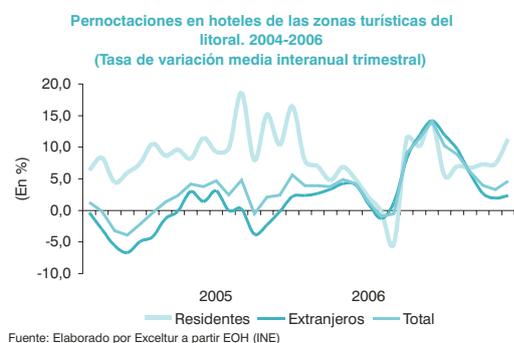
Fuente: EOTR (INE)

En este punto, volvemos a hacer hincapié en un de los de los principales retos a los que se enfrenta el desarrollo actual de la actividad turística en los destinos de interior, controlar el desarrollo futuro de esta oferta y ajustar su crecimiento a unos ritmos más acordes con los requerimientos y necesidades de la demanda, evitando la masificación y congestión de las zonas rurales y, por otro, la necesidad de garantizar unos estándares y características de esta fórmula de establecimiento, para que sigan dinamizando y recuperando la actividad económica en el medio rural



3. Turismo del Litoral Mediterráneo e Islas

Según avalan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y la información detallada para las zonas turísticas de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, el devenir de la actividad turística para el conjunto de los destinos turísticos del litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario en 2006 ha sido muy positivo, debido a la fortaleza de la demanda nacional que ha respondido positivamente a las múltiples campañas promocionales lanzadas desde el sector privado y público de estos destinos, y al crecimiento de la demanda extranjera en los dos trimestres centrales del año, estimulada no obstante por la redistribución de flujos prestados desde otros destinos del litoral mediterráneo oriental que han vuelto a verse afectados desfavorablemente por causas geo-políticas.

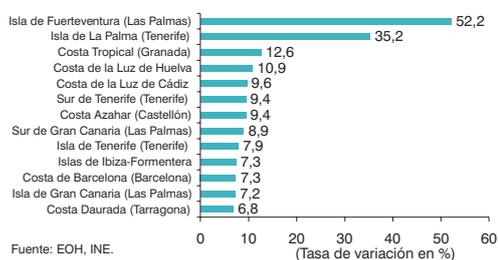


Efectivamente, las pernoctaciones en hoteles en las zonas turísticas del litoral alcanzaron los 234,9 millones en 2006, lo que supone un crecimiento interanual del 6,8% respecto a 2005 según la EOH del INE, que se ha concretado en 15 millones más de pernoctaciones en los alojamientos en estos destinos. La mayor parte de este crecimiento viene explicado por la recuperación de la demanda extranjera que con un incremento del 6,7% anual, explica el 70,5% del total de aumento de pernoctaciones, situándose en niveles muy similares a los alcanzados al comienzo de esta década (172 millones de pernoctaciones).

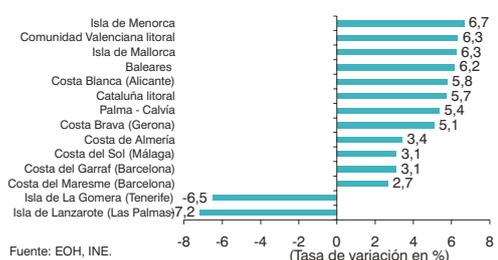
El avance de la demanda extranjera ha sido especialmente favorable en las Islas Canarias, Baleares y en el litoral catalán, donde se han registrado incrementos del 10,5%, 5,1% y 8,7% respectivamente. En el caso de los dos archipiélagos el positivo comportamiento de la demanda nacional ha venido acompañado de una prologación de la senda de crecimiento de la demanda nacional de años anteriores (11,6% en Baleares y 7,4% en Canarias) cerrando el año 2006 con un balance muy positivo en términos de ventas, lejos en cualquier caso de los niveles del año 2000. Dentro de Baleares es especialmente relevante el impulso experimentado por la demanda nacional en las islas de Ibiza y Formentera, que ha pasado a pesar el 15,1% en el año 2000 al 22,1% en 2006 según datos de la EOH del INE.

Las islas del archipiélago canario han tenido por su parte comportamientos muy disímiles, mientras que los grandes destinos canarios se han visto beneficiados del intenso crecimiento de la demanda nacional y extranjera, dentro de las pequeñas islas, destacan La Palma y Fuerteventura que han experimentado un excepcional crecimiento de la demanda de servicios hoteleros, mientras que Lanzarote y La Gomera han sufrido un retroceso en los niveles de pernoctaciones en 2006.

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



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



La demanda nacional ha crecido intensamente en Andalucía y el litoral de la Comunidad Valenciana, que se consolidan, junto a Canarias, como los principales destinos del mercado interno en el producto de sol y playa. El incremento interanual de las pernoctaciones de españoles en los destinos del litoral andaluz se concretó en un 8,4% en el año 2006.

El devenir de la demanda nacional en el año 2006 en las diferentes zonas vacacionales andaluzas ha sido muy positivo, con la excepción de la Costa Tropical de Granada donde las pernoctaciones hoteleras de españoles han sufrido un estancamiento respecto a los niveles de 2005. Ha sido precisamente en esta zona y en la Costa de la Luz de Huelva donde la demanda extranjera de servicios hoteleros ha registrado un mayor crecimiento compensando en el caso de la Costa Tropical de Granada el modesto comportamiento de la demanda nacional. La Costa del Sol sigue sin dar muestras de clara recuperación, a pesar del crecimiento observado en las pernoctaciones de españoles (4,6%), la demanda extranjera sigue sin alcanzar los niveles de comienzos de este lustro.

En los destinos de las tres provincias del litoral valenciano la demanda nacional en alojamientos hoteleros ha registrado en 2006 un incremento interanual del 11,5% de las pernoctaciones respecto al año 2005. Mientras, los niveles de pernoctaciones de turistas extranjeros han descendido, teniendo especial relevancia la caída de los mismos en la Costa Blanca, donde el mercado emisor extranjero supone el 47,8% del total de la demanda.

La demanda extranjera en las zonas turísticas costeras catalanas ha experimentado en 2006 un crecimiento notable, destacando el ritmo de crecimiento en los destinos del litoral cercanos a la ciudad de Barcelona y en la Costa Dorada. Por su parte las pernoctaciones de españoles en los destinos de sol y playa catalanes han experimentado una caída en 2006 respecto a los niveles de 2005, excepto en la Costa Brava y la Costa del Garraf donde han registrado crecimientos del 8,8% y 3,4% respectivamente.



El notable impulso en clave de volumen y rentabilidad en el año 2006 en la mayoría de las zonas turísticas del litoral mediterráneo e islas de Baleares y Canarias, con un elevado componente exógeno debido a la redistribución de turistas desde otros mercados competidores con actual pérdida de atractivo debido básicamente al componente de seguridad y cercanía cultural, no debería ser motivo para descuidar las acertadas iniciativas actualmente en marcha de reconversión integral de algunas de las principales zonas turísticas canarias, la renovación contemplada en el Plan de Playa de Palma, y el Plan Qualifica de la Costa del Sol, actuaciones que debieran servir de referencia para su traslación hacia otras zonas del litoral.

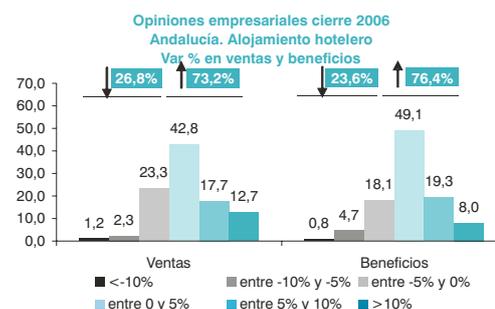
4. Principales destinos nacionales

4.1 Andalucía

El devenir del sector turístico andaluz en el año 2006 ha estado marcado por el dinamismo de la demanda nacional que se ha trasladado a un positivo avance en las ventas del sector de alojamiento reglado, que este año sí, ha venido acompañado de una mejora de la rentabilidad empresarial

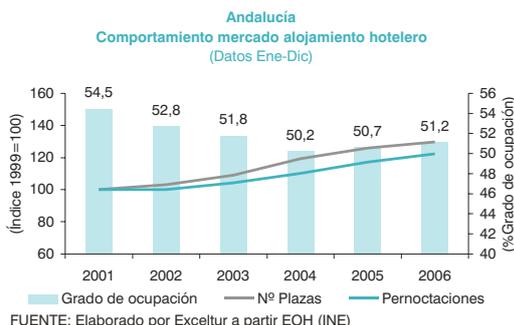
Tal y cómo anticipaban los empresarios del sector turístico andaluz a comienzos de 2006, la fidelidad y el dinamismo de la demanda nacional hacia los destinos y productos turísticos de Andalucía junto a los esfuerzos en promoción y diversificación de producto realizados por la Junta, se ha materializado en un incremento mayoritario de las ventas en el subsector de alojamiento hotelero andaluz, que se ha trasladado a un aumento en lo beneficios durante el año 2006.

La demanda en alojamiento de servicios hoteleros liderada por la fortaleza del turista nacional ha crecido de manera intensa en 2006 (4,5% respecto a 2005 según los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE). Crecimiento que ha propiciado un elevado consenso en cuánto al crecimiento de las ventas en estos establecimientos en el ejercicio turístico 2006 frente a los niveles del año anterior. En concreto, el 73,2% de los gestores de alojamiento hotelero andaluces manifestaban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial a cierre de año haber incrementado los niveles de ventas en 2006, concentrándose la mayoría de los crecimientos en el rango de entre 0 y 5%.



Recuperación de la ocupación en establecimientos hoteleros andaluces que ha propiciado la mejora de la rentabilidad empresarial en 2006

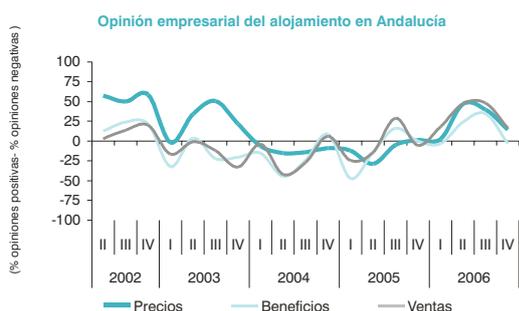
El incremento de la demanda y las ventas en los alojamientos hoteleros ha favorecido una nueva mejora en el grado de ocupación en los hoteles andaluces que da continuidad a la iniciada en 2005 tras cinco años consecutivos de caída a pesar de haber crecido un ejercicio más la oferta de alojamiento en la región. A tenor de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE la media de ocupación en 2006 alcanzó un 51,2%, superando en 0,5 p.p. la ocupación de 2005.



Ha sido este avance en la ocupación de los establecimientos hoteleros el que ha propiciado la mejora de la rentabilidad empresarial en 2006 en un año turístico dónde los precios en los hoteles andaluces se han mantenido en niveles muy cercanos a los de 2005. De hecho, el Índice de Precios Hoteleros del INE registró un incremento interanual de tan sólo el 0,8% en 2006 respecto al año anterior.



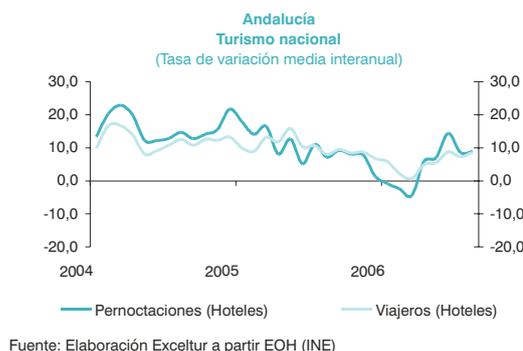
Así, el 78,4% de los empresarios del subsector andaluz percibieron un incremento en los beneficios en sus establecimientos en 2006, inclinándose la mayoría de ellos por cuantificar esta mejora como leve, en una banda de entre el 0 y el 5%



Fortaleza de la demanda de los españoles en los destinos turísticos andaluces en el año 2006

Los indicadores de volumen de la demanda turística en Andalucía han experimentado en el ejercicio 2006 unos registros positivos, destacando el elevado dinamismo y fortaleza del turismo nacional, que representa el 39,4% del total de la demanda turística andaluza según el estudio de Impacto Económico del Turismo (IMPACTUR Andalucía 2005).

En este sentido, el año 2006 ha confirmado la consistencia de la demanda de servicios turísticos de los españoles en los destinos andaluces y el retorno obtenido de las acertadas iniciativas de marketing turístico por parte de la Consejería de Turismo, las diversas instituciones andaluzas y empresas privadas dirigidas al mercado nacional. Así, el crecimiento de la demanda nacional ha sido muy intenso y se ha dado en todas las tipologías de alojamiento turístico reglado (hoteles, apartamentos turísticos, campings y turismo rural) y en todos los ámbitos turísticos (vacacional, urbano e interior).



En concreto, las pernoctaciones de los españoles en alojamientos reglados en Andalucía registraron un crecimiento del 6,3% en 2006, destacando el avance observado en los establecimientos hoteleros en clave de volumen. El crecimiento sostenido de la demanda nacional desde el año 1999 supone que las pernoctaciones de españoles en los hoteles andaluces en 2006 ascendiesen a 24,2 millones desde los 14,8 millones de 1999, representando el 54,1% del total (43,6 % en 1999), ganando un elevado protagonismo en los últimos años.

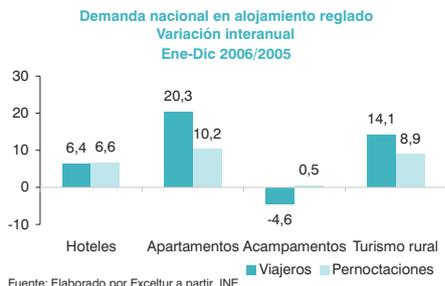


Esta mejora percibida en el turismo nacional se ha dado tanto en turismo urbano, como en el vacacional y de interior, respondiendo a la diversificación del producto turístico andaluz. Así, las pernoctaciones de españoles en establecimientos de turismo rural, mayoritariamente localizados en destinos turísticos de interior, crecieron en 2006 un 8,9%.

La elevada fidelidad del turista nacional a los destinos andaluces, el relevante peso dentro de la estructura de la demanda turística andaluza, su capacidad de gasto y desestacionalización, en un año 2007, dónde se espera que los españoles mantengan uno de los ritmos más elevados en clave de consumo privado dentro del panorama europeo, demandan que los esfuerzos de marketing de administraciones públicas y empresas privadas hacia el mercado



español sigan siendo prioritarios para poder continuar aumentando el importante impacto socio-económico de los viajes y excursiones de los españoles en territorio andaluz.



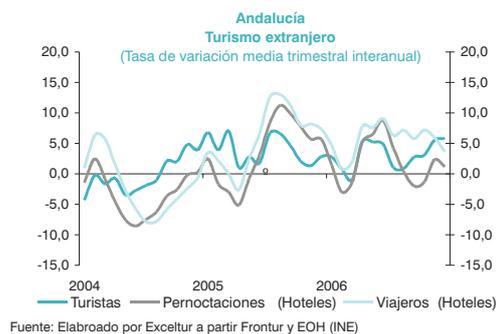
La demanda de alojamiento hotelero por parte de turistas españoles ha crecido en todas las zonas vacacionales del litoral andaluz y dentro de la mayoría de destinos urbanos, dónde destaca el excepcional avance de la demanda nacional en la ciudad de Málaga, muy beneficiado por el incremento de las conexiones aéreas con otras ciudades españolas y el posicionamiento y promoción de la ciudad cómo destino urbano, cultural y de congresos. Este crecimiento contrasta con el estancamiento de la demanda nacional en ciudades con mayor tradición turística como Granada y Sevilla.

El comportamiento del turismo nacional en las zonas turísticas del litoral andaluz ha sido muy favorable, resaltando por su intensidad el incremento de las pernoctaciones de españoles en los hoteles de las zonas de costa menos urbanizadas cómo la Costa de Luz de Cádiz, Huelva y Almería, que registraron crecimientos interanuales del 17,3%, 7,2% y 8,4% respectivamente.

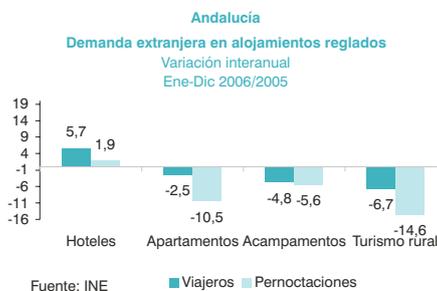
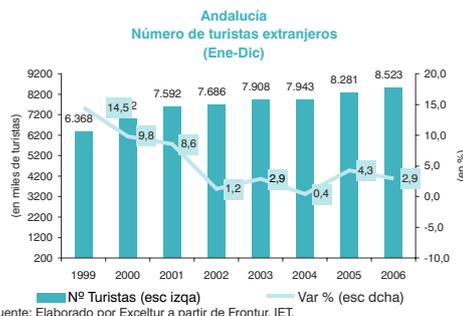


Estancamiento de la demanda extranjera y cambio de sus patrones de comportamiento con una mayor preferencia por el alojamiento residencial propio o de familiares y amigos y que viajan de manera independiente

El año 2006 ha sido testigo de la ralentización de los ritmos de crecimiento de la demanda extranjera en Andalucía en un escenario marcado por el rápido cambio del perfil del turista extranjero que visita los destinos de la comunidad hacía un viajero más independiente, con una elevada propensión al uso de alojamiento residencial propio o de familiares amigos y que está condicionando notablemente el impacto socio económico del turismo de no residentes en la comunidad.



En este marco, la llegada de turistas extranjeros a Andalucía en 2006 registró un leve crecimiento del 2,9% según Frontur, que no ha conseguido trasladarse a un incremento de las pernoctaciones en alojamiento reglado en los destinos turísticos andaluces. Así, según las Encuestas de Ocupación del INE para alojamiento reglado, las pernoctaciones de extranjeros en las mismas descendieron un 0,6% respecto al ejercicio 2005.



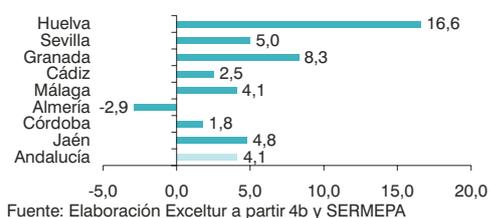
Son los establecimientos hoteleros dentro de los de tipología reglada los únicos que han conseguido cerrar el año con una variación interanual, aunque tímida, positiva, gracias al avance de la demanda extranjera en los destinos urbanos andaluces y en zonas vacacionales menos desarrolladas como la Costa de la Luz de Huelva y la Costa Tropical de Granada.





El dispar comportamiento de la demanda turística extranjera se pone igualmente de manifiesto en el gasto realizado por los turistas no residentes en las provincias andaluzas. Así, el importe desembolsado y la retirada de efectivo de no residentes con tarjetas de crédito VISA y Master Card en provincias como Huelva y Granada, donde se ha identificado un notable incremento de la demanda extranjera de servicios hoteleros, registraron crecimientos interanuales del 16,6% y 8,3% respectivamente. Mientras, se percibe un mantenimiento en niveles muy similares o algo inferiores a los de 2006 en las provincias de Cádiz y Almería.

Importe total de efectivo dispuesto y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en Andalucía y sus provincias
Tasa de variación interanual. 2006/2005



Incremento de las ventas y los beneficios en 2006 en los alojamientos hoteleros vacacionales de la costa andaluza y en los hoteles urbanos

En este contexto, los datos agregados y desglosados por zonas turísticas del litoral andaluz, revelan cómo aquellas zonas menos saturadas y de desarrollo más reciente se han comportado mejor que la media del litoral andaluz. Así, destaca el comportamiento de la demanda en la Costa de la Luz de Huelva y de Cádiz con crecimientos de las pernoctaciones totales próximas al 10%.

Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005

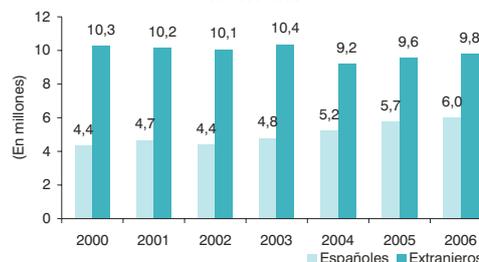


Por su parte, el balance del año turístico en la Costa del Sol es algo más positivo que en años precedentes, recuperando parte de la demanda extranjera perdida desde el año 2003 pero todavía en niveles lejanos a los 10,2 millones de pernoctaciones de extranjeros que en media se recibían en los hoteles de la zona en el período 2000-2003. Un año más, la demanda nacional en los destinos de la Costa del Sol ha mantenido la senda de crecimiento iniciada en el año 2003 compensando la falta de dinamismo de la extranjera.

Sin perjuicio de lo anterior, el año 2007 será un año clave para el futuro de este relevante destino de la costa andaluza por cuanto se debería comenzar a ejecutar las medidas necesarias recogidas en el Plan

Qualifica puesto en marcha por la Junta de Andalucía en 2005, entre las que apuntan como más prioritarias la renovación de las zonas más degradadas de los espacios turísticos de este tramo de la costa malagueña, la inversión en infraestructuras y equipamientos básicos y la apuesta por nuevos productos desestacionalizadores.

Pernoctaciones hoteleras en la Costa del Sol
Años 2000-2006

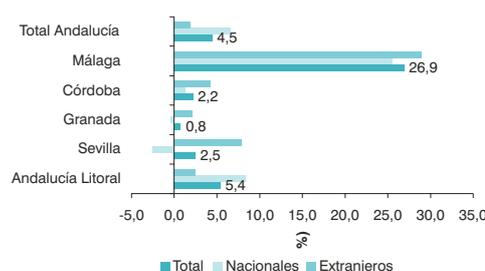


La favorable dinámica de la demanda en el año 2006 en los alojamientos hoteleros de la costa andaluza se ha trasladado a una recuperación de los beneficios empresariales según los resultados a cierre de año de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. En concreto, el 71,9% de los gestores de hoteles del litoral andaluz han percibido un incremento interanual en los beneficios en 2006, que la mayoría de ellos (46,5%) ha cuantificado no superior al 5%.

El éxito del turismo urbano en España vinculado al turismo de incentivos, congresos y convenciones, el turismo cultural y ocio se ha extendido igualmente a las ciudades andaluzas, cuyo mayor exponente en este año 2006 ha sido la ciudad de Málaga, que gracias al esfuerzo de renovación urbana y la apuesta por atributos basados en la cultura y el turismo de negocios ha consolidado su imagen de destino urbano dentro de una zona turística con vocación vacacional, viéndose además favorecida por el aumento de las frecuencias y conexiones aéreas tanto en el mercado doméstico como en el internacional.

Gracias a este esfuerzo el crecimiento que ha experimentado la oferta de alojamiento hotelero en Málaga en los últimos años, que ha pasado de un número máximo disponible de 4,5 mil plazas en 2002 a 6,5 mil en 2006, ha sido cubierta por el avance de la demanda y se ha mejorado incluso la ocupación en los hoteles de la ciudad (53% en 2006 frente a 50% en 2002).

Demanda turística en zonas turísticas del litoral y destinos urbanos. Ene-Dic 2006/2005



El empuje de la demanda en los hoteles de las ciudades turísticas andaluzas se ha traducido a una mejora de las ventas y a un incremento de los beneficios empresariales en 2006 respecto a los niveles del año anterior según la Encuesta de Clima Turístico



Empresarial de Exceltur. Entre los empresarios del subsector hotelero urbano en Andalucía predominaba a cierre de 2006 mayoritariamente la opinión de haber mejorado la rentabilidad en sus establecimientos hoteleros respecto a 2005. En concreto, un 81,8% de los mismos manifestaron haber incrementado sus beneficios en 2006 respecto a 2005, y el 57,5% de ellos cuantificaban esa mejora entre el 0 y 5% de incremento interanual.

4.2 Baleares

2006 se cierra con un positivo balance empresarial para el turismo balear gracias al incremento en ventas y beneficios

Las expectativas empresariales para 2007 son positivas en un marco dónde se espera que la demanda nacional siga creciendo

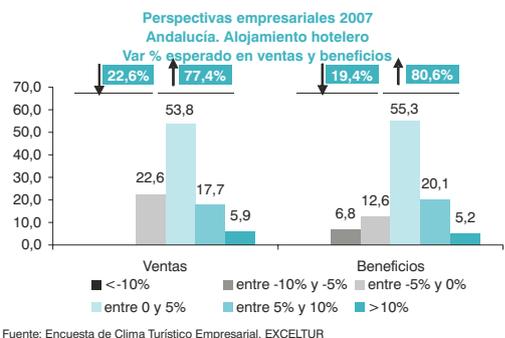
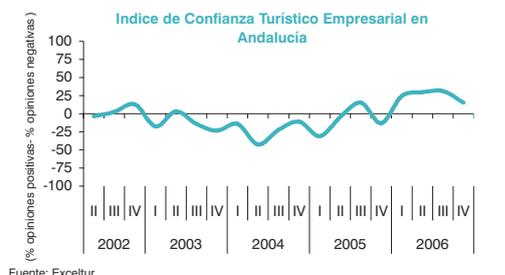
En un año 2007 dónde se espera una continuidad en los esfuerzos en promoción realizados en el mercado nacional y en los principales mercados emisores, y que además arranque el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía como documento vertebrador de una nueva política turística andaluza dónde la gestión del territorio, la diversificación de la oferta, la puesta en valor de todos los recursos de la comunidad y la desestacionalización se configuran cómo líneas de trabajo prioritarias, los empresarios turísticos manifiestan optimismo ante los posibles resultados a cierre del año 2007.

En concreto, el 77,4% de los empresarios del subsector hotelero anticipan un incremento de las ventas, que el 53,8% de los mismos cuantifica no superior al 5%. Esta mejora de las ventas se trasladará presumiblemente un año más a un aumento de los beneficios empresariales respecto a los niveles de 2006. En concreto, un 80,6% de los mismos prevén un incremento interanual de los beneficios en 2007, entre el 0 y el 5% según la mayoría de los encuestados.

2006 ha culminado el proceso de recuperación que ha venido experimentando el turismo en Baleares durante los tres últimos ejercicios, cerrando un ejercicio con un balance empresarial positivo gracias al aumento de las ventas y de los beneficios de las empresas turísticas de las islas. En esta recuperación ha tenido una notable incidencia el esfuerzo realizado tanto por las administraciones públicas, como por los empresarios, en fortalecer la imagen turística de las islas gracias a unas acertadas políticas de promoción.

En este sentido, si en estos últimos años el acento ha girado más en torno a la promoción para revertir el retroceso que venían sufriendo los destinos Baleares en sus principales mercados extranjeros de origen de turistas, en particular el alemán que fue el que más debilidad llegó a acusar, el futuro más inmediato y especialmente en un momento de bonanza como el actual, aconseja priorizar en mayor medida todas aquellas políticas de mejora de la oferta de productos y destinos en los que siguen latentes múltiples oportunidades y retos competitivos.

Si 2005 y 2006 han sido los años de la promoción y la recuperación de la imagen turística de las islas, 2007 debe ser el del inicio de una estrategia decidida de mejora integral de la oferta que enriquezca sus atractivos y facilite una mayor diversificación y desestacionalización



2007 debiera servir para que los responsables de gestionar las políticas turísticas -que tanto a nivel autonómico, como local, resulten elegidos tras las próximas elecciones del mes de mayo- diseñen e implanten estrategias que desde el mayor respeto por la preservación del entorno, permitan pasos más decididos y acelerados en el enriquecimiento de las experiencias y atractivos turísticos. Es decir, pongan el mayor énfasis y procuren desde la renovación de aquellas zonas turísticas sometidas a procesos de obsolescencia, como es el caso de la Playa de Palma cuyo plan integral de renovación integral se hace cada vez más urgente consensuar y poner en marcha, a facilitar la diversificación de la oferta hacia productos y segmentos de mayor valor añadido, que permitan elevar la derrama por un mayor gasto promedio y/o por una mayor desestacionalización del consumo turístico, como entre otros será el caso del turismo urbano y el de convenciones y congresos, con el impulso que supondrá la construcción del nuevo palacio de congresos en la ciudad de Palma.

2006 ha sido testigo tanto de un aumento de la demanda nacional como extranjera

Las buenas condiciones con las que se ha cerrado el conjunto del ejercicio 2006 debieran favorecer avances ante los retos que se avecinan a medio plazo. La demanda tanto nacional como extranjera



hacia las islas ha vuelto a crecer de manera importante en 2006. En concreto, el número de pernoctaciones en establecimientos de alojamiento reglados se incrementaron en 2006 un 6,3% en promedio, gracias al fuerte aumento del 12,4%, de la demanda española, mientras la extranjera se incrementaba un 5,4%. Las nuevas fórmulas de turismo vinculadas al medio rural han vuelto a ser las que mayor crecimiento relativo han experimentado aunque desde niveles de demanda muy inferiores al resto, mientras los hoteles y, en menor medida, los apartamentos reglados han compartido el crecimiento en el número de pernoctaciones dentro de una senda de crecimiento porcentual más moderada.

La política de contención en el crecimiento de nueva oferta hotelera ha permitido mejorar los niveles de ocupación y en un escenario de precios contenidos, elevar las rentabilidades respecto de los niveles de 2005

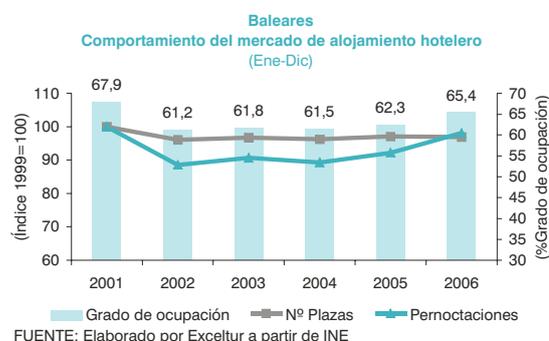
Un año más hay que hacer notar que la acertada política de contención de la oferta hotelera iniciada en 1999 ha permitido que el aumento de la demanda se traduzca en un notable incremento en los niveles de ocupación. En concreto, el año 2006 se ha cerrado con un nivel de ocupación medio en los hoteles de las islas del 65,4% según la EOH del INE, superiores al 62,3% del año 2005 y acercándose al 67% que regía en los inicios de la década.



Fuente: Elaboración Exceltur a partir INE



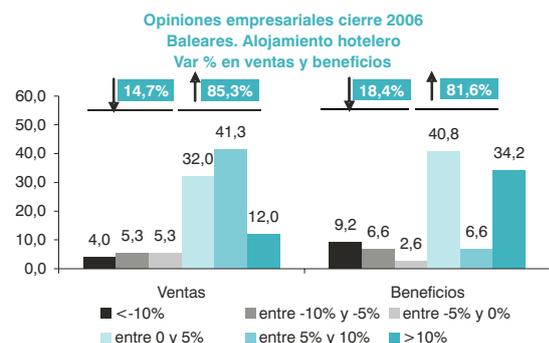
Fuente: INE



FUENTE: Elaborado por Exceltur a partir de INE

Este comportamiento ha permitido cerrar el año con un crecimiento generalizado de las ventas en los hoteles de las islas. Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial del cierre del año 2006 elaborada por Exceltur, el 85,3% de los empresarios turísticos de alojamiento de las islas manifestaban haber experimentado un crecimiento en sus ventas durante 2006 respecto a los niveles de 2005, con un porcentaje mayoritario (41,3%) que lo cuantificaba por entre el 5% y el 10% y un 12,0% que lo situaba por encima del 10%.

Aún a pesar de una cierta contención de precios que ha seguido dominando el año 2006, el fuerte aumento de la afluencia turística ha propiciado un crecimiento de los beneficios empresariales y favorecido que se hayan minimizado las políticas de ofertas y descuentos, que habían sido la tónica generalizada en las cuatro últimas temporadas, para intentar superar la atonía de la demanda. En este sentido, el crecimiento medio del Índice de Precios Hoteleros publicado por el INE a lo largo del 2006 se ha situado en el 1,4%, por debajo del crecimiento medio de los hoteles en España y por debajo de la inflación media de los precios al consumo en Baleares.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



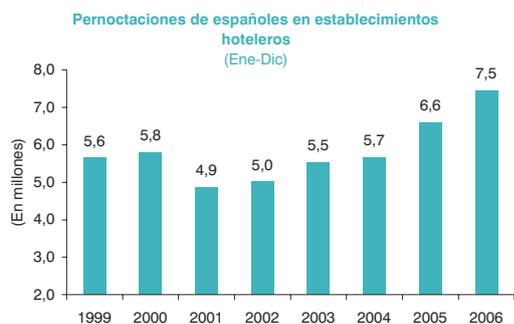
Fuente: IPH, INE.

Consistente con lo anterior, el 81,6% de los empresarios encuestados de Baleares reconocían haber experimentado en 2006 un crecimiento en sus beneficios respecto a los niveles de 2005, con un 40,8% que los sitúa como moderados, inferior al 5%, pero con otro 34,2% que los cifran por encima del 10%. En este sentido, cabe destacar que buena parte de las empresas han ido recuperando los niveles de rentabilidades perdidos en temporadas anteriores, tras tres años de intensas caídas que se extendieron durante el período 2002-2004.

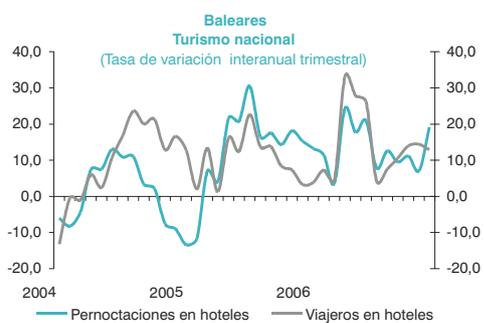


El turista español alcanzando su máximo histórico en términos de pernотaciones y el alemán han sido los grandes protagonistas de la dinamización de las ventas de las empresas turísticas de las islas durante 2006

El turista español y el alemán han sido los grandes protagonistas de la dinamización de las ventas de las empresas de las islas durante 2006. Esta temporada recién concluida ha vuelto a ser testigo de un nuevo y significativo crecimiento en el número de pernотaciones hoteleras de la demanda española y ya son cinco años consecutivos, alcanzado un año más un máximo que consolida al mercado español entre los tres principales para las islas junto al británico y al alemán. Los españoles realizaron en 2006 7,5 millones de pernотaciones en los hoteles de las islas, lo que supone un crecimiento del 12,9% respecto a los niveles de 2005 y muy por encima de los 5 millones de pernотaciones que se realizaban en 2001, tal y como se desprende de la EOH del INE.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE



Fuente: EOH, INE

El mayor gasto promedio en destino que caracteriza al turista nacional, la paulatina ruptura en las últimas temporadas de la estacionalidad que ha marcado su comportamiento histórico y el que se espera que sea el mercado europeo de mayor crecimiento en el consumo de las familias para 2007 aconseja que se sigan manteniendo las prioridades y esfuerzos de marketing y promoción para el mercado interno por parte de las diversas empresas y administraciones públicas de las islas.

El mercado español debe seguir estando entre los prioritarios dentro de cualquier estrategia de marketing y diseño de producto de las empresas y administraciones turísticas para 2007

El turismo extranjero ha mostrado, por su parte, un comportamiento igualmente muy positivo en 2006 con un aumento en volumen (2,2 millones de pernотaciones) algo mayor que el del mercado nacional, favorecido por la recuperación del gasto de las familias alemanas y del turista paquetizado familiar y más convencional, que sigue siendo el principal sostén de la industria turística balear. Junto a los ya reconocidos resultados que en términos de la recuperación de imagen y atractivos de Baleares se han alcanzado en algunos de los principales mercados extranjeros, gracias a una promoción institucional más acertada y focalizada, buena parte del crecimiento de la demanda paquetizada hacia Baleares observada desde el mes de abril de 2006 se deriva de las situaciones geopolíticamente adversas que han vuelto a acusar Turquía y Egipto, países que en los últimos años se habían erigido como los más serios competidores del producto de sol y playa de Baleares.

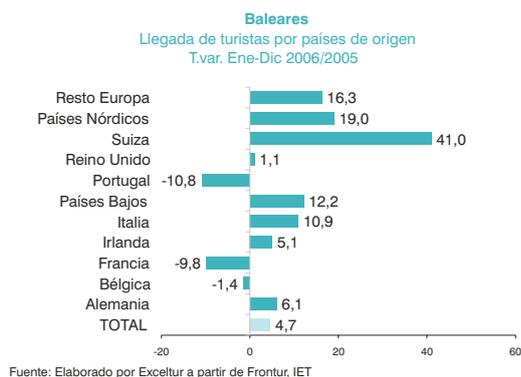
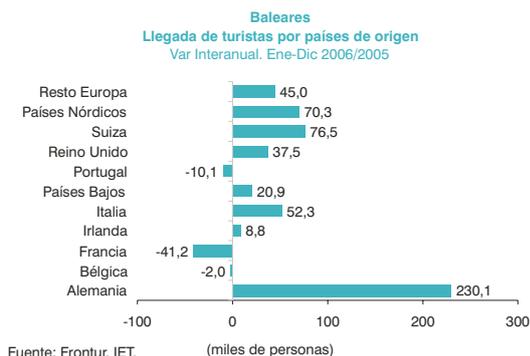


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de institutos de estadística nacionales y EOH

Baleares se ha visto beneficiado por la redirección de flujos turísticos, especialmente desde el mercado alemán, provocada por la inestabilidad geopolítica percibida en algunos países competidores del Mediterráneo oriental

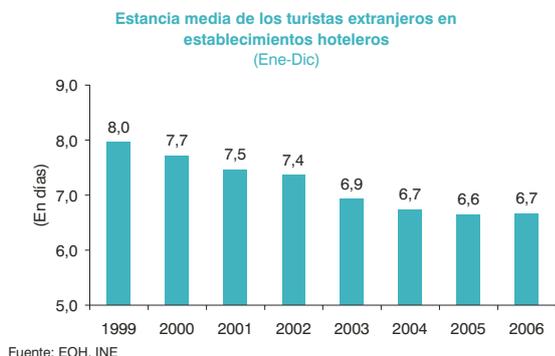
Como se puede observar en el gráfico adjunto, a lo largo del año se ha producido una relación inversa entre la evolución del turismo extranjero hacia estos países y la mayor afluencia hacia Baleares fruto de la redirección de tráficos turísticos ya comentada. No obstante, cabe destacar que, si bien son meses de temporada baja en las islas, los destinos de Baleares hasta el momento apenas han notado la recuperación que han comenzado a experimentar Turquía y Egipto a finales de 2006 y que por el contrario sí han afectado a la dinámica de la llegada de turistas hacia a Canarias en su temporada alta.

La situación de estos destinos y la pérdida que han sufrido especialmente en el mercado alemán (sólo Turquía ha perdido 500 mil turistas alemanes en el año 2006) ha favorecido la captación de turistas de ese trascendental mercado de 4 millones de turistas para Baleares y que según FRONTUR en 2006 ha crecido en 230 mil turistas más que en 2005. Ese dinamismo alemán ha coincidido con la atonía que ha mostrado el turismo británico, tras los fuertes crecimientos que experimentó en las últimas temporadas, y que todo parece apuntar que podría revertirse este año 2007 y volver a apuntar un ligero aumento, si bien mucho más por parte del turista independiente que del paquetizado.



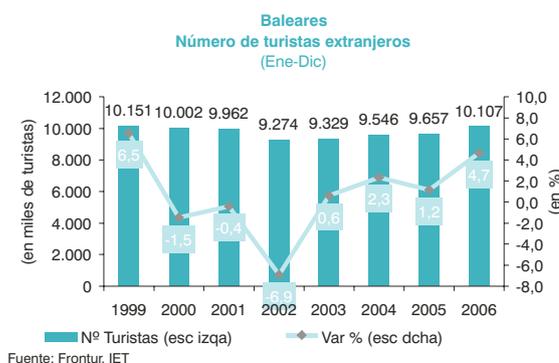
La recuperación de la demanda familiar y paquetizada ha permitido en 2006 incrementar la estancia media y el gasto turístico de los extranjeros

La recuperación del perfil de demanda familiar paquetizada que suele conllevar estancias semanales o quincenales ha favorecido que durante 2006 - y especialmente gracias a las cifras del verano - se haya producido por primera vez desde 1999 un crecimiento en la estancia media hotelera por parte de la demanda extranjera. En 2006 los extranjeros permanecieron en los hoteles de Baleares una media de 6,7 días, es decir 0,1 días más que en 2005 y en los mismos niveles de 2004, aunque aún lejos de los 8,0 días que permanecían en 1999.

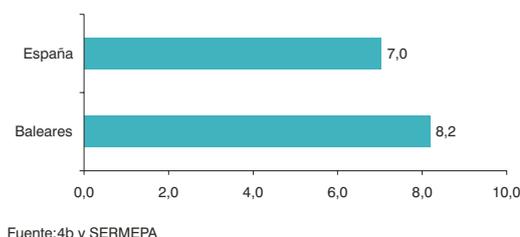


La mayor afluencia de la demanda tradicional paquetizada ha favorecido también un crecimiento en el gasto turístico de los extranjeros y es de esperar, aunque no se disponen de estadísticas para confirmarlo, que también de la demanda nacional, por lo que estimamos que los ingresos turísticos que revierten a las islas se habrán incrementado en 2006.

En este sentido la única información hoy disponible para ilustrar las tendencias en este campo, como es el efectivo dispuesto en cajeros y los pagos realizados por los extranjeros no residentes con tarjetas Visa y Mastercard en los destinos turísticos Baleares, pone de manifiesto que esos desembolsos se incrementaron en 2006 un 8,2%, por encima del crecimiento medio que en España fue del 7,0%. A pesar de que se trata de una estadística que puede estar sesgada algo al alza por ser las tarjetas de crédito un medio de pago cada vez más utilizado por los turistas (que no significa que tengan que gastar más), lo cierto es que si se compara con el aumento total de turistas extranjeros que se ha producido en 2006 en las islas y que FronTUR cifra en un 4,7%, el análisis cruzado pondría de manifiesto un crecimiento del gasto por turista en este pasado año próximo al 3,5% nominal y un mantenimiento en los niveles del pasado año si se descuenta la inflación.



Importe total de efectivo y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en Baleares
Tasa de variación interanual. 2006/2005



En cuanto a su distribución insular, el crecimiento de la demanda ha sido homogéneo en todas las islas, con aumentos en el número de pernотaciones entre el 6% y el 7,5%. Ibiza y Formentera son los que han visto un mayor aumento en el volumen de pernотaciones hoteleras que alcanzó el 7,3%, gracias al fuerte tirón de la demanda española que ha crecido este año 2006 un 19,6%. Menorca, esta temporada, vuelve a experimentar un aumento de la demanda tras la complicada temporada que vivió el año 2005, también muy favorecida por la demanda española y Mallorca vuelve a registrar un crecimiento tras la recuperación que ya vivió en 2005.

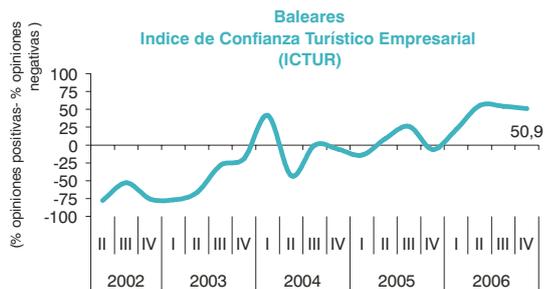
Las expectativas empresariales para 2007 son muy positivas en un escenario que puede verse afectado tanto por la ralentización del consumo en Alemania, como por las implicaciones de la reciente fusión entre Thomas Cook y My Travel



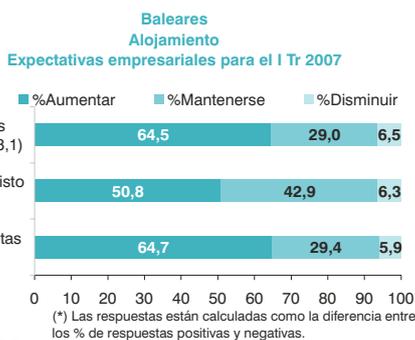
Destinos nacionales

Baleares

A pesar de ser temporada baja, el año ha concluido con un fuerte aumento de la demanda gracias entre otras razones a la reducción de precios y al buen clima que han disfrutado las islas lo que ha favorecido el alargamiento de la temporada estival. En este escenario los niveles de confianza de los empresarios se han mantenido en niveles máximos desde que en Exceltur elaboramos la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, con buenas perspectivas para el primer trimestre, en gran medida por la información anticipada por los touroperadores para este próximo verano.

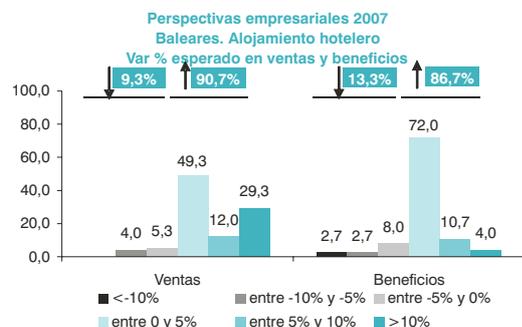


Fuente: EXCELTUR



Fuente: EXCELTUR.

En este escenario, los empresarios se muestran igualmente optimistas sobre la evolución de las ventas y los beneficios para el conjunto de 2007, con un porcentaje mayoritario, superior al 85%, que esperan incrementos en ambos indicadores de sus resultados empresariales para este año. Las expectativas, no obstante, traducen una cierta moderación en la medida en que la mayor parte de los empresarios cifran los crecimientos por debajo del 5%, lo cual es especialmente intenso (72,0%) en el caso de la opinión sobre los beneficios.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

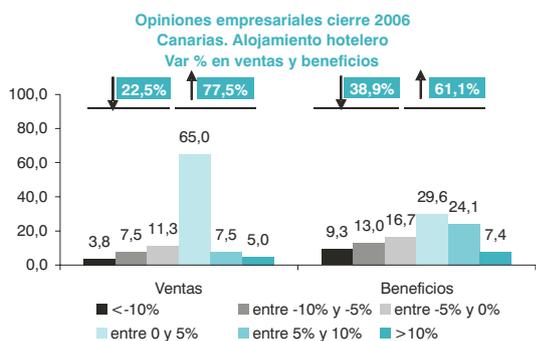
Estas expectativas no parecen haber descontado los impactos que la subida de los tipos de gravamen en el IVA en Alemania están empezando a generar en la adquisición de viajes, por la anticipación de compras de bienes de consumo duradero que tuvo lugar desde su anuncio en la segunda mitad de 2005, que de intensificarse tendrán sus repercusiones sobre la demanda turística de este país. Tampoco, porque en el momento de realizar la encuesta no se podía anticipar un fenómeno de concentración de TTOO de esa magnitud, por las implicaciones de la reciente fusión de dos de los principales clientes hoteleros para las islas, Thomas Cook y My Travel, que sin duda introducirá mayor presión en la contratación y precios y que debe servir para seguir potenciando al máximo las estrategias de marketing y distribución multicanal, alentando más actuaciones de marketing relacional contacto directo con el cliente final, además de seguir apostando por aquellos valores y atributos diferenciales de las islas que aseguren la percepción de un mayor valor añadido y una superación de las expectativas de los turistas, que justifiquen el pago de un mayor precio por los servicios prestados.



4.3 Canarias

Tal y como se esperaba a comienzos de año, durante 2006 los empresarios turísticos de las islas Canarias han experimentado un crecimiento en las ventas y los beneficios, rompiendo la tendencia de continuas caídas en rentabilidad que se venían observando desde 2002

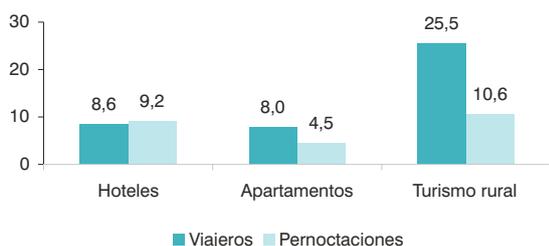
El año 2006 se cierra con un balance empresarial positivo respecto a la evolución turística en las islas Canarias. El fuerte aumento de la demanda turística hacia las islas explicado por un extraordinario comportamiento de la demanda española que ha sido alentado por el acertado esfuerzo en promoción realizado por el Gobierno de Canarias, junto con un fuerte aumento del turismo extranjero, en parte redirigido desde otros destinos que han sufrido las consecuencias de la inestabilidad geopolítica que ha afectado a su entorno, han incrementado de manera generalizada las ventas de las empresas turísticas de las islas durante 2006.



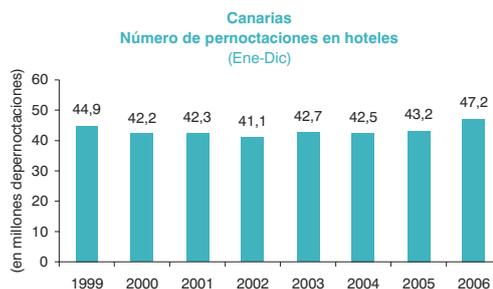
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Dentro de las empresas de alojamiento, los establecimientos hoteleros, junto a la incipiente oferta de turismo rural, han sido los que se han visto más beneficiados del incremento de la demanda. Los establecimientos más beneficiados han sido los hoteles nuevos, los localizados en zonas menos densificadas y aquellos que se han renovado y han invertidos en equipamientos y nuevas instalaciones para adecuarse a las actuales demandas de los turistas. En concreto, el número de pernoctaciones hoteleras en Canarias ha aumentado en 2006, un 9,2% lo que supone casi 4 millones más que en 2005, alcanzando su máximo histórico.

Demanda alojamientos reglados. Variación interanual. Ene-Dic 2006/2005

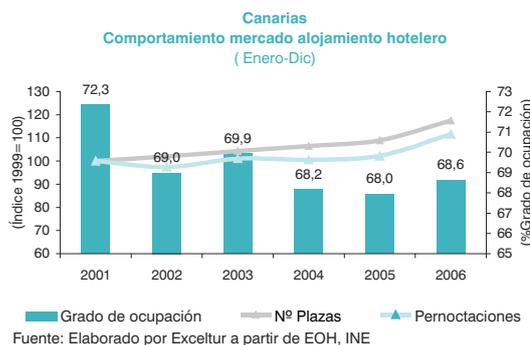


Fuente: INE



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

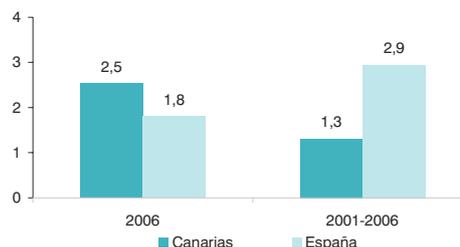
Gracias a este aumento y según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de balance del año 2006 elaborada por Exceltur, el 77,5% de los empresarios turísticos de alojamiento de las islas manifestaban haber experimentado un crecimiento en sus ventas durante 2006 respecto a los niveles de 2005, si bien la mayor parte (65,0%) lo cuantifica por debajo del 5% y apenas un 12,5% por encima del 5%. De nuevo el fuerte aumento en el número de plazas ha limitado el efecto del incremento de la demanda sobre los niveles de ocupación, si bien se ha reducido la presión a la baja sobre los precios lo que ha permitido un mayor crecimiento de los volúmenes de facturación.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

En concreto, durante el año 2006 los precios de los hoteles en Canarias han crecido un 2,5%, ligeramente por encima de la media española (1,8%), según el Índice de Precios Hoteleros (IPH) elaborado por el INE, aunque todavía por debajo de los niveles de inflación media que registraron las islas y que el IPC del INE cifra en un 2,9% de media anual. Este ligero repunte de los precios observado en 2006 no hace sino tratar de cerrar la brecha de reducción en los precios reales percibidos por los establecimientos hoteleros que se lleva produciendo desde el año 2001. En concreto en los últimos cinco años los precios de los hoteles en Canarias se han incrementado apenas un 1,3% de media, mientras la inflación en las islas se ha situado en el 2,5% y los precios de los hoteles en el conjunto de España han aumentado un 2,9%, según el IPH del INE.

Crecimiento medio de los precios hoteleros



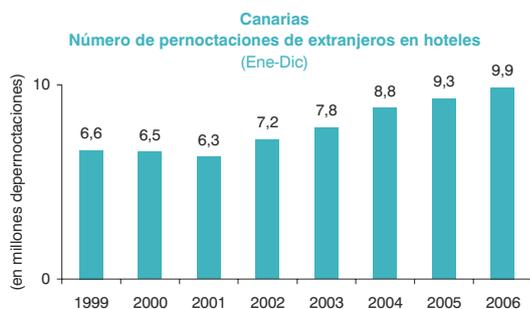
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPH, INE



El aumento de las ventas a lo largo del año y el esfuerzo en mejorar la eficiencia para controlar los costes han favorecido un generalizado y en algunos casos más intenso crecimiento de los beneficios empresariales en los hoteles de las islas en 2006. En concreto el 61,1% del total de los empresarios vieron incrementar sus beneficios esta temporada que acaba de finalizar, con un 31,5% para los que las mejoras fueron superiores al 5% a pesar del fuerte aumento de los suministros de agua y energía que se han producido a lo largo del año y que debieran ser objeto de una política de moderación de cara a un año 2007 que se presenta complejo.

La demanda española ha seguido ejerciendo de dinamizador de las ventas de las empresas turísticas, a la que se ha unido este año 2007 un repunte del turismo extranjero

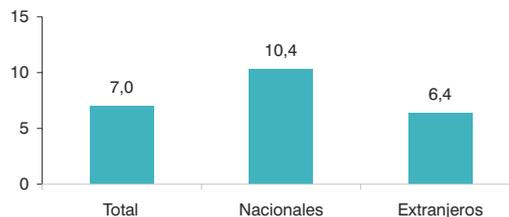
El turismo español un año más ha vuelto a ejercer de revulsivo de las ventas de las empresas turísticas de Canarias. En 2006 los españoles realizaron en el conjunto de establecimientos reglados de las islas (hoteles, apartamentos y casas rurales) 14,7 millones de pernoctaciones, lo que supone un incremento del 10,4% respecto a los datos del año 2005. Con este registro, la demanda turística española alcanza su máximo histórico en Canarias, con casi 5,5 millones de pernoctaciones más que hace 5 años, incrementando cada vez más su presencia en la cuota de mercado turístico de las islas. Si en el año 2001 el turismo español medido a través del número de pernoctaciones representaba apenas un 9,7%, en 2006 su cuota de mercado se elevaba hasta el 16,9%.



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

A pesar de que todavía con respecto al volumen de turismo extranjero que llega a las islas el mercado español es reducido, su importancia en términos económicos es sustancialmente mayor como demuestra el hecho de ser el mercado que realiza un mayor gasto en destino tras los países nórdicos, según la Encuesta de Gasto turístico elaborada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Esta circunstancia junto a su proximidad, las mayores vinculaciones a las islas y las buenas perspectivas de comportamiento del consumo de las familias para 2007 debieran ser motivos suficientes para seguir siendo un mercado objetivo prioritario de la estrategia de marketing y promoción turística de administraciones y empresas turísticas canarias, toda vez que de cara a este año 2007 se espera sea el mercado de la Unión Europea donde mayor aumente el gasto de las familias.

Demanda alojamientos reglados
Variación interanual de las pernoctaciones
Ene-Dic 2006/2005



Fuente: INE

Uno de los rasgos más destacados del comportamiento del turismo nacional a Canarias ha sido el mantenimiento de su dinamismo a lo largo del año y especialmente el mayor crecimiento en los momentos del año históricamente de menor dinamismo como son los meses previos y posteriores al verano. En esta línea, los turistas españoles han comenzado a romper en 2006 la estacionalidad que ha caracterizado sus viajes a las islas, concentrados en los meses de verano.

Canarias Turismo nacional
(Tasa de variación media trimestral interanual)



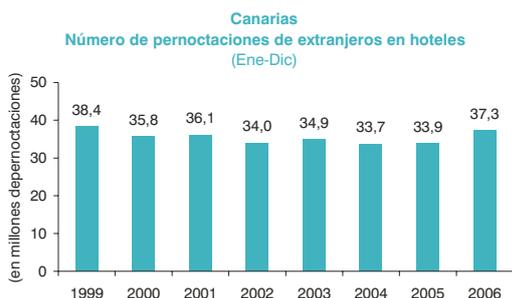
Fuente: Elaboración Exceltur a partir Frontur e INE

Por su parte, el turismo extranjero ha sido en volumen el que ha favorecido un mayor incremento de las ventas de las empresas turísticas canarias en 2006, que se ha dejado notar especialmente sobre la demanda hotelera. Durante esta temporada recién concluida, el número de pernoctaciones de los turistas extranjeros en establecimientos de alojamiento turístico reglado de las islas se ha incrementado un 6,4%, lo que representa 4 millones de pernoctaciones más que en 2005, mientras el aumento a los hoteles ha sido del 10,0%, acercándose a los niveles de 1999.

Demanda extranjera por tipologías alojativas regladas
Variación interanual
Ene-Dic 2006/2005



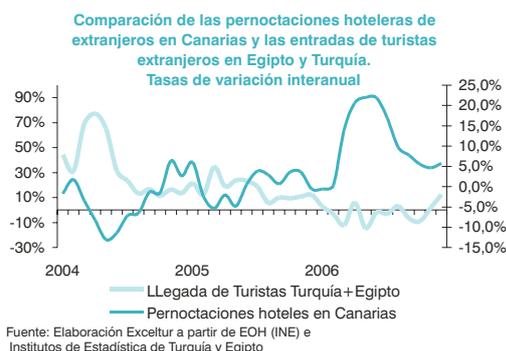
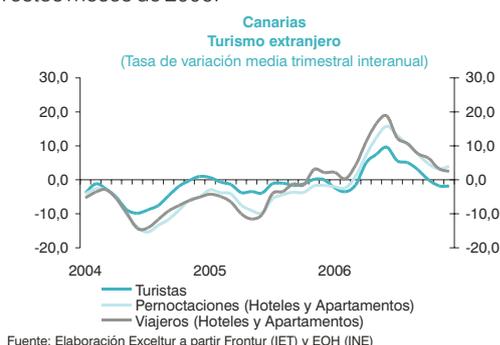
Fuente: INE



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

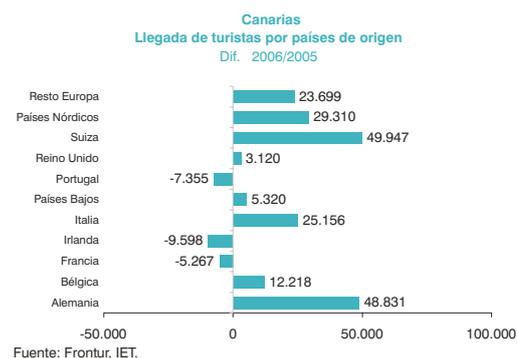
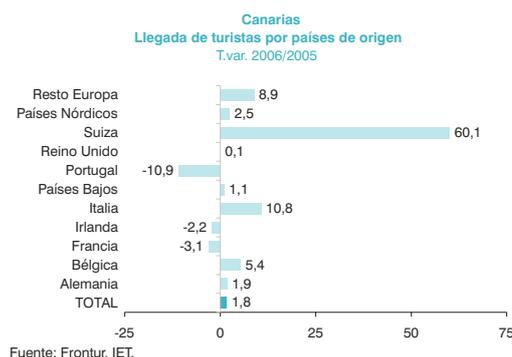
La redirección de flujos desde otros destinos del mediterráneo oriental ha sido determinante para el intenso crecimiento de la demanda extranjera en alojamientos hoteleros

Como hemos venido poniendo de manifiesto desde mediados de año 2005, en los buenos resultados de la demanda extranjera de establecimientos hoteleros ha tenido mucho que ver el importante aunque difícilmente cuantificable flujo de demanda "redirigida" desde los destinos del mediterráneo oriental y, en especial, de Turquía y Egipto. Tal y se evidencia en los gráficos siguientes, existe una clara correspondencia entre la caída en la llegada de turistas que ha sufrido Turquía y, en menor medida, Egipto respecto a las mayores afluencias turísticas a Canarias, demostrando la incidencia de los problemas geopolíticos de los competidores del mediterráneo oriental. De hecho la desaceleración en el crecimiento en la llegada de turistas extranjeros y en sus pernoctaciones hoteleras que se ha observado en Canarias coincide con la recuperación que se ha producido en los dos principales competidores de las islas del mediterráneo oriental que han visto crecer el número de turistas extranjeros en noviembre y diciembre un 6,7%, mientras en los diez meses anteriores se había reducido un 4,0% lo que supone la pérdida de más de un millón de turistas en estos meses de 2006.



Si bien la demanda hacia la oferta hotelera se ha comportado más próxima a lo que han sido los años de mayor afluencia de turismo extranjero hacia las islas, la oferta extrahotelera de apartamentos en un año bueno como 2006 apenas ha crecido un 2,7% hasta alcanzar los 34,4 millones de pernoctaciones, lo que supone 13,2 millones menos que en 2001. Aún cuando el turismo nacional ha compensado en los últimos años una pequeña parte de esta caída, su regresiva evolución debiera impulsar las cada vez más necesarias medidas de renovación y reconversión tanto de unos establecimientos con problemas de obsolescencia como de los espacios urbanos que los acogen y que requieren de la inversión para su revalorización y reposicionamiento de manera que esta oferta contribuya a la competitividad del turismo canario.

Por mercados de origen, los establecimientos turísticos canarios se han beneficiado de la recuperación del mercado alemán y su preferencia por los destinos españoles frente a destinos que habían ganado cuota de mercado a España, como los del mediterráneo oriental, antes mencionados, así como por otros países tradicionales de la demanda hacia las islas como los países nórdicos. Junto a alemanes y nórdicos, 2006 ha sido testigo de un importante aumento del turismo procedente de Italia y Suiza, mientras el turismo británico se ha mantenido estancado en los niveles del año 2005

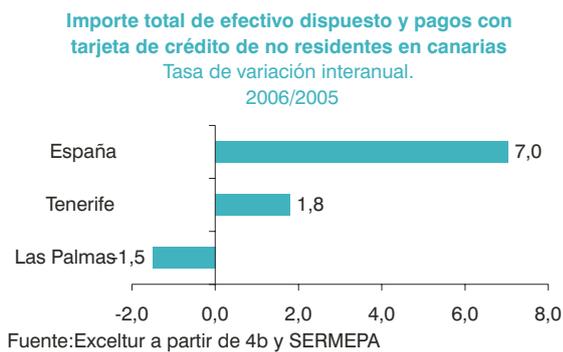


Los ingresos por turismo han crecido en 2006 un 3,5% gracias al empuje del turismo nacional, mientras los resultados de la demanda extranjera siguen marcados por la tendencia a reducir el gasto por cada turista que visita las islas

Por otra parte, la mayor afluencia de turistas a las islas que se ha observado en 2006 se ha dejado notar con menor intensidad sobre el aumento de ingresos tal y como se observa en las estadísticas disponibles, compartiendo la tendencia que se manifiesta en otros

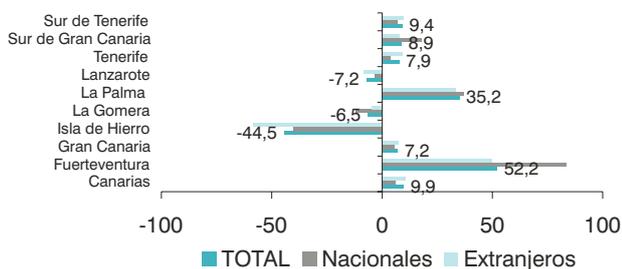


destinos vacacionales españoles desde hace ya varios años. Según el Gobierno de Canarias los Ingresos por turismo se incrementaron en 2006 un 3,5%, lo que supondría un crecimiento real cercano al 1%. Dentro de este comportamiento mientras los ingresos procedentes del turismo nacional se han incrementado un 8%, los correspondientes al turismo extranjero han registrado un aumento del 2,0%, registro que están en consonancia con la moderación en el crecimiento de los pagos con tarjetas de crédito de los extranjeros en las islas, cuya información elaborada a partir de los datos de Sermepea y 4b refleja una caída en los destinos de la provincia de Gran Canaria y un leve aumento en la de Tenerife.



Dentro del comportamiento de la demanda hotelera por islas, Fuerteventura, alentada por un fuerte crecimiento de la oferta, y La Palma, desde niveles de demanda inferiores, experimentaron en 2006 un intenso aumento en el número de pernoctaciones. Dentro de las islas mayores, tanto las zonas del sur de Gran Canaria como de Tenerife donde se localizan los nuevos productos hoteleros en áreas de nueva urbanización configuradas más en clave de las actuales demandas del consumidor, son las que han experimentado un mayor aumento de la demanda, mientras Lanzarote no ha sido capaz de mantener los niveles alcanzados en 2005.

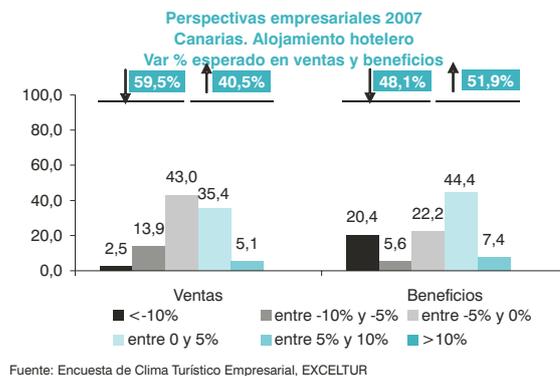
Pernoctaciones en alojamiento hotelero por Islas turísticas
% Var inter. 2006/2005



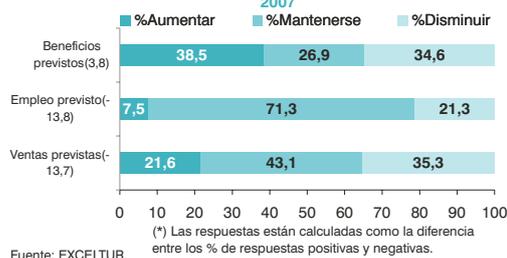
Las expectativas de los empresarios para 2007 descuentan un año complejo, marcado por la atonía en las ventas y el mantenimiento de los beneficios

De cara al año 2007, los empresarios canarios no se muestran optimistas. Casi un 60% de los mismos esperaban a comienzos del año caídas en sus niveles de ventas para esta temporada con un mantenimiento de los beneficios, según se desprende de los

resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. La debilidad de la demanda que ha marcado el cuarto trimestre de 2006, con una desaceleración importante en los ritmos de crecimiento de los indicadores disponibles de afluencia turística, y los bajos niveles de reservas para 2007, confirmados por la evolución de las ventas durante las primeras semanas del año, apuntan la presencia de un año 2007 nuevamente complejo para las islas.



Canarias Alojamiento
Expectativas empresariales para el I trimestre de 2007



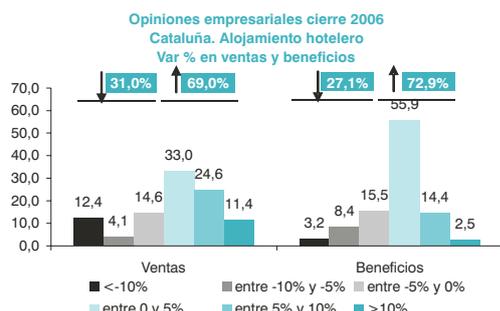
Más allá del necesario esfuerzo en marketing y promoción que habrá que seguir haciendo en 2007 y en cuya definición y puesta en marcha se ha avanzado notablemente en estos últimos años con una mayor coordinación entre islas y la participación de los empresarios, 2007 debiera servir para que los equipos que salgan de las próximas elecciones siguieran apostando por la renovación de los entornos urbanos de los destinos con mayores problemas de degradación del entorno y obsolescencia de la planta alojativa, así como por la inversión en la recuperación y valorización del patrimonio natural y cultural de las diversas islas como reclamo diferenciador de su oferta y complemento de la experiencia de los turistas durante su estancia.

4.4 Cataluña

Positivo balance empresarial del año turístico 2006 en Cataluña en clave de ventas y rentabilidad empresarial

La evolución de todos los indicadores han confirmado las favorables expectativas de comienzo de año respecto a la consecución de un positivo año turístico 2006 en Cataluña. Fundamentalmente ha sido la demanda extranjera la que, un año más, ha continuado alcanzado cifras record en términos de afluencia de turistas y pernoctaciones, aunque moderando sus ritmos de crecimiento respecto a los dos años anteriores. Por su parte, la demanda nacional se ha mantenido en niveles de 2005.

En este marco, y dado el elevado peso de la demanda extranjera en la demanda de servicios de alojamiento hoteleros en el conjunto de los destinos turístico catalanes (64,5% del total de las pernoctaciones), la mayor parte de los empresarios han observado un incremento de sus ventas en el año 2006. Así, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 69,0% de los gestores de establecimientos hoteleros han percibido un crecimiento en sus niveles de facturación, prevaleciendo un elevado número de hoteles (33,0%) dónde este crecimiento ha sido inferior al 5%.



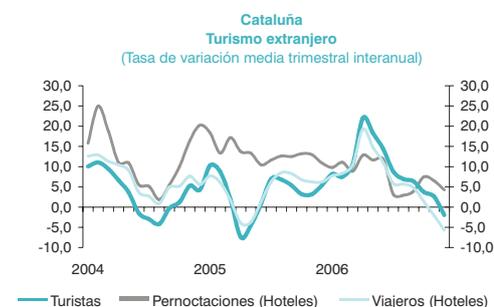
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Prolongación del tirón de la demanda extranjera en los destinos turísticos catalanes en 2006, percibiéndose ciertos síntomas de ralentización en el último trimestre

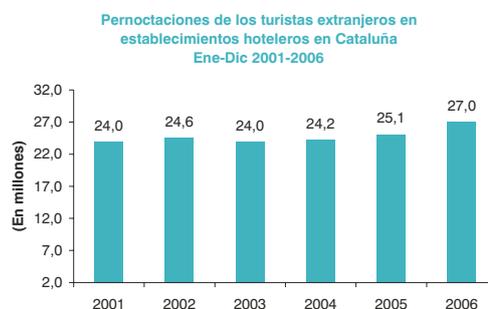
Como antes avanzábamos, el devenir de la actividad turística en Cataluña en el año 2006 ha estado protagonizado un año más por el tirón de la demanda extranjera que ha registrado un nuevo incremento interanual en el número de llegadas y en la demanda de servicios de alojamiento reglado en todos los destinos turísticos catalanes urbanos y del litoral, sí bien, y tal cómo se observa para el conjunto de España, ha mostrado ciertos síntomas de desaceleración a cierre del año, vinculados en parte a la menor propensión al consumo turístico observada en los principales mercados europeos emisores en el cuarto trimestre de 2006.

En concreto, el número de pernoctaciones de extranjeros en el conjunto de establecimientos hoteleros de los diversos destinos catalanes registraron un incremento del 7,7 % en el año 2006 alcanzando los 27 millones de pernoctaciones anuales, percibiéndose una desaceleración de la demanda en la recta final del

año. Así, mientras que el incremento de las pernoctaciones hoteleras de extranjeros en el acumulado hasta el mes de septiembre de 2006 fue del 9,5%, en los tres últimos meses de esta misma variable registró una caída del 1,9%.

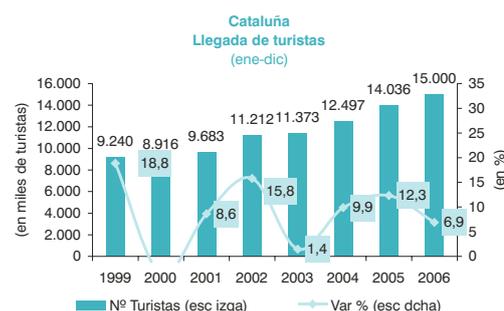


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Frontur e INE



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Esta desaceleración de la demanda de los extranjeros en hoteles, de la que ya se alertaba en el anterior número del Informe Perspectivas de octubre de 2006, está relacionada con una ralentización igualmente de la llegada de turistas extranjeros, y se ha dejado notar de manera más intensa en las zonas turísticas de sol y playa del litoral catalán, sobre todo en la Costa Brava y la Costa del Garraf en la provincia de Barcelona.



Fuente: Frontur, IET.

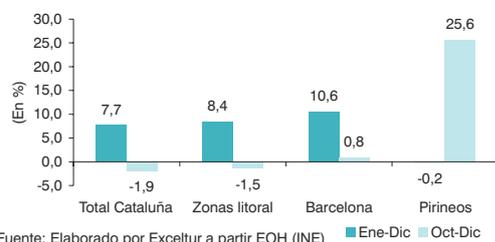
Sin perjuicio de lo anterior, Cataluña ha vuelto a cerrar un año record tanto en afluencia de turistas extranjeros (15 millones de llegadas) cómo en pernoctaciones en alojamiento hotelero (27 millones de pernoctaciones). La ciudad de Barcelona se mantiene cómo el destino que mayor impulso ha recibido en estos últimos años de la mano de la demanda extranjera, lo que tiene mucho que ver con la acertada gestión de "Turisme de Barcelona" en la consolidación del posicionamiento de la ciudad cómo uno de los principales destinos turísticos urbanos internacionales y el continuado reposicionamiento multiproducto tanto en turismo de ocio, cultura, cruceros y shopping cómo en el turismo de negocios, ferias y congresos. Destino que se



ha visto beneficiado por la consolidación del aeropuerto del Prat cómo centro neurálgico de compañías aéreas de bajo coste tanto europeas cómo españolas.

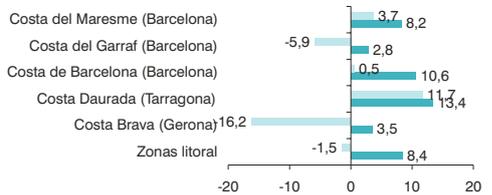
Los destinos turísticos de la costa catalana también han registrado para el conjunto del año un positivo avance en las pernoctaciones disfrutadas por los no residentes en España, que se concretó en un incremento interanual del 8,4% para el conjunto de 2006. El mayor crecimiento se han registrado en la Costa Daurada en Tarragona, destino que ha apostado por complementar la experiencia turística con productos turísticos novedosos y por combinar la presencia del turista independiente y la comercialización de productos a través de touroperadores, y que se ha visto igualmente favorecido por la presencia de aerolíneas de bajo coste en el aeropuerto de Reus.

Pernoctaciones de turistas no residentes en alojamiento hotelero en Cataluña 2006-2005. Tasa de variación interanual



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

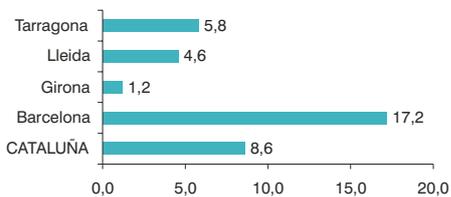
Pernoctaciones de turistas no residentes en zonas turísticas del litoral catalán 2006-2005. Tasa de variación interanual



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

La información relativa al desembolso y retirada de efectivo de no residentes con tarjetas de crédito VISA y Master Card para 2006 por provincias revela un dispar comportamiento del gasto de la demanda extranjera en los diferentes destinos catalanes. Barcelona, con un crecimiento interanual del 17,2%, desputa por el crecimiento interanual de este indicador aproximado del gasto realizado por los extranjeros durante sus viajes y excursiones por la provincia. En Tarragona se experimenta un notable incremento de esta variable, mientras que en la provincia de Gerona se aprecia prácticamente un estancamiento en los mismos niveles de 2005.

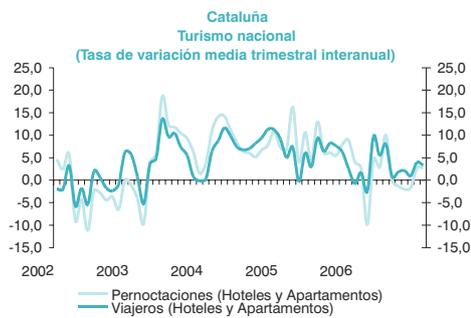
Importe total de efectivo dispuesto y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en las provincias catalanas Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Fuente: 4b y SERMEPA

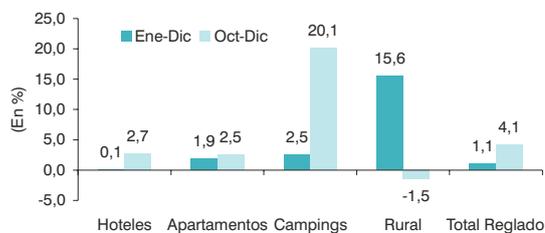
A pesar de que para el conjunto de 2006 la demanda nacional se ha mantenido estancada, se percibe cierta mejora del turismo nacional fundamentalmente en turismo urbano y de interior a cierre de ejercicio

El turismo nacional en los destinos turísticos catalanes en el año 2006 se ha mantenido en niveles similares a los del año 2005, gracias a la mejora percibida en su dinámica durante el segundo trimestre de 2006 y en los últimos meses del año. Así, las pernoctaciones de españoles en el conjunto de alojamiento reglado en Cataluña crecieron tan sólo un 1,1% en el conjunto del año, un 4,1% en el cuarto trimestre, destacando el estancamiento de las hoteleras y el positivo avance del turismo rural en el año 2006.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH y EAP (INE)

Pernoctaciones de turistas residentes en alojamiento reglado en Cataluña 2006-2005. Tasa de variación interanual



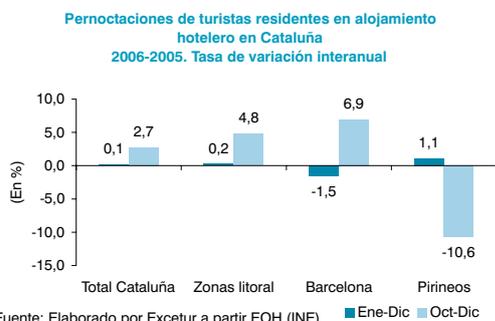
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE)

El mayor dinamismo de la demanda nacional en servicios de alojamiento hotelero en los tres últimos meses de 2006 se ha dejado sentir de manera notable en los establecimientos de las zonas del litoral, especialmente en la Costa Brava y en la Costa de Barcelona y del Garraf y en la propia Ciudad Condal. Mientras, y debido a las condiciones climatológicas, que no han favorecido la práctica de deportes de invierno debido a la ausencia de nieves, los hoteles del pirineo catalán han sufrido una severa caída en el número de pernoctaciones, -10,6% entre octubre y diciembre respecto al mismo período de 2005.

A este respecto, y ante los primeros síntomas que pudieran derivarse del proceso de calentamiento global, los centros turísticos invernales de la comunidad comienzan a plantearse nuevas estrategias de producto para evitar la pérdida de atractivo turístico ante la falta de nieve y que requieren de un apoyo en clave de promoción y especial atención por parte de las administraciones públicas en meses venideros para poder compensar en los meses próximos las pérdidas

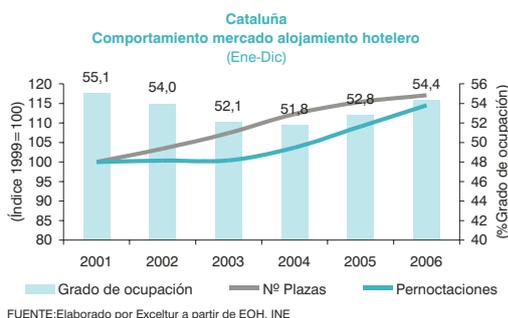


acumuladas en el cuarto trimestre del año 2006. En esta línea, el sector turístico del Valle de Arán ha tomado la acertada iniciativa de comenzar a trabajar en un plan estratégico que permita ofrecer al turista productos turísticos diferentes y complementarios al mero disfrute de la nieve.

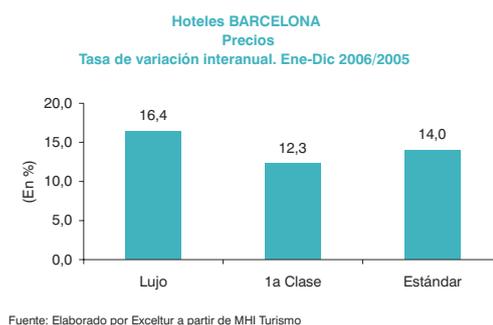


El positivo avance de la demanda ha propiciado una notable mejora en la ocupación de los hoteles catalanes, que a pesar del modesto avance de los precios medios, ha posibilitado una mayoría aunque leve mejora de la rentabilidad empresarial

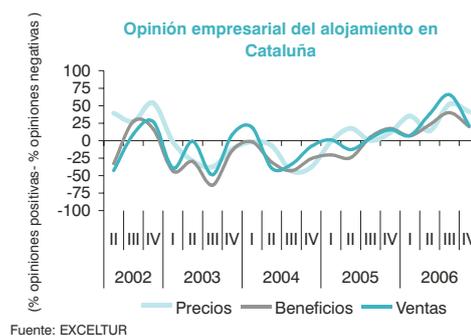
El positivo comportamiento de la demanda de servicios hoteleros durante 2006, de la mano fundamentalmente del turismo extranjero, ha prolongado la senda de mejora en la ocupación de los hoteles catalanes iniciada en 2005. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE el total de pernoctaciones en los hoteles catalanes creció un 5,0%, mientras que el número de plazas abiertas tan solo un 1,5%, lo que ha propiciado una notable mejora del grado de ocupación respecto a temporadas precedentes. En concreto, la ocupación en los establecimientos hoteleros de los destinos catalanes se situó en 2006 a 0,7 p.p. de los niveles de 2001, recuperando gran parte de los niveles de ocupación perdidos en el período 2001-2004.



En este escenario, para el conjunto de los establecimientos hoteleros catalanes se ha percibido un leve crecimiento de las tarifas, que según la EOH del INE se concretó en un 1,8% para el conjunto de 2006. Este comportamiento de los precios ha sido más favorable en los hoteles urbanos, destinos dónde el comportamiento agregado de la demanda ha sido más positivo. Así, según MHI Index, las tarifas en los establecimientos hoteleros barceloneses en 2006 crecieron por encima del 10% en todas las categorías.



En este contexto, dónde se ha recuperado levemente los precios medios, intensamente en los destinos urbanos, y se ha avanzado notablemente en los niveles de ocupación, la mayoría de los empresarios (72,9%) manifestaron haber incrementado sus niveles de rentabilidad respecto a 2005, sí bien es cierto, que a la hora de cuantificarlos, el 55,9% de los mismo lo hace cómo leve (no superior al 5%) según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Excetur.

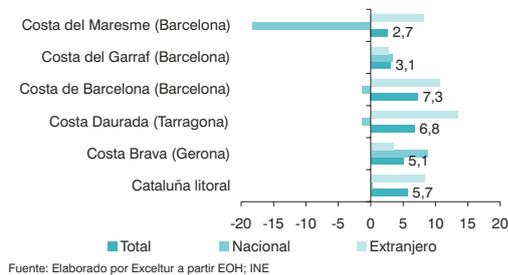


Positivo devenir de la actividad turística en el conjunto de las zonas turísticas del litoral catalán

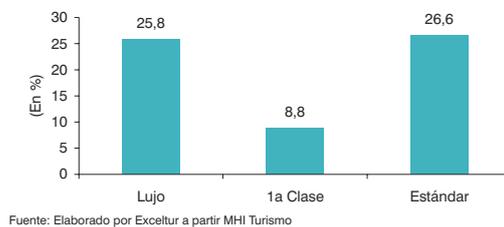
Un análisis más desglosado por destinos dentro de Cataluña muestra que la mayoría de las zonas turísticas de costa han experimentado una buena temporada turística en este año 2006 en clave de ventas. Cómo ya se ha avanzado, el comportamiento de la demanda extranjera en estos destinos ha sido muy positivo en el conjunto del año, mientras que el turismo nacional se ha mantenido en los mismos niveles de 2005, compensando en el cuarto trimestre del año la caída sufrida en las pernoctaciones de extranjeros en la Costa Brava y la Costa del Garraf.



Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Hoteles BARCELONA
RevPAR: Ingresos por habitación disponible
Tasa de variación interanual. Ene-Dic 2006/2005



Favorables expectativas empresariales de cara a 2007, aunque se anticipa un ejercicio turístico algo menos dinámico que 2006

Este año sí, tal y cómo confirman los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, esta mejora en la facturación se ha materializado en positivos avances en términos de rentabilidad empresarial. Así, el 73,1% de los gestores de establecimientos hoteleros del litoral catalán manifestaba haber crecido en las ventas en 2006 y el 76,9% de lo mismos percibían haber incrementado los niveles de beneficios empresariales, la mayoría de ellos, 53,8% entre el 0 y el 5%.

En cuanto a la evolución del turismo urbano, los indicadores de demanda en la ciudad de Barcelona vuelven a poner de manifiesto el excelente posicionamiento internacional y atractivo turístico de la ciudad y el positivo comportamiento del segmento turístico de reuniones, incentivos, congresos y convenciones (MICE) y el turismo de cruceros en 2006.

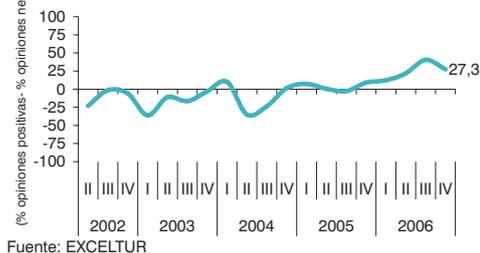
De hecho, según Turismo de Barcelona en 2006 se sobrepasó los 6 millones de llegadas de turista a la ciudad, un 19,3% más que en 2005, y el pasaje de cruceros turístico alcanzó los 1,4 millones de personas, un 14% más que en el año anterior. En la misma línea, el número de pernoctaciones en Barcelona ascendieron en 2006 a 11,3 millones según la EOH del INE, lo que supone un crecimiento del 7,3% respecto 2005, incremento que ha estado liderado por el turismo extranjero, que representa el 72,8% del total de demanda de la ciudad y que registró una variación positiva interanual del 10,6%,

El positivo balance de la actividad turística en Barcelona ha posibilitado al subsector hotelero elevar sus tarifas y mejorar significativamente los niveles de ocupación, a pesar del crecimiento de la oferta hotelera, lo que se ha traducido en un consenso empresarial en cuanto a la mejora en clave de rentabilidad empresarial. En efecto, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el conjunto de 2006, revelan que el 62,2% de los gestores de establecimientos urbanos hoteleros percibieron crecimientos interanuales de los beneficios empresariales en 2006.

Los datos de MHI Turismo reflejan igualmente una intensa mejora de los Ingresos por habitación disponible (RevPAR) en los hoteles de categoría superior en la ciudad de Barcelona en 2006, que prolongan la senda de recuperación de los mismos iniciada a finales de 2005, tras varios años de desajuste entre el crecimiento de la oferta y la demanda.

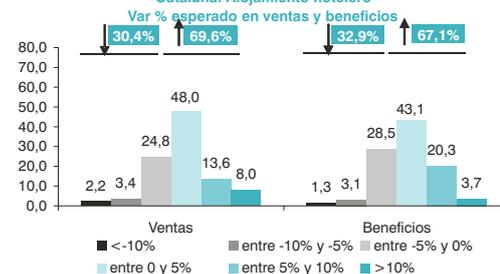
Con estos componentes, los empresarios turísticos catalanes siguen presentando unos positivos niveles de confianza, aunque se aprecia a cierre de año cierto retroceso respecto a los niveles observados en el trimestre anterior debido a las cautelas que la desaceleración observada en el cuarto trimestre del año de la demanda extranjera ha propiciado entre el subsector hotelero. En cualquier caso, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para Cataluña sigue registrando valores cercanos al máximo de la serie.

Indice de Confianza Turístico Empresarial en Cataluña



En este marco, las expectativas de cara a 2007 entre los empresarios del subsector de alojamiento hotelero son de signo positivo, aunque menos favorables que los resultados obtenidos para 2006. En concreto, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 69,6% de los gestores de hoteles esperan que en el año 2007 mejoren los niveles de facturación en sus establecimientos y tan sólo el 21,6% prevén que los crecimientos en las ventas respecto a los niveles de 2005 estén por encima del 5%. Un porcentaje muy similar de profesionales (67,1%) espera que el presumible avance en la ventas se traslade a un nuevo crecimiento de la rentabilidad empresarial.

Perspectivas empresariales 2007
Cataluña. Alojamiento hotelero



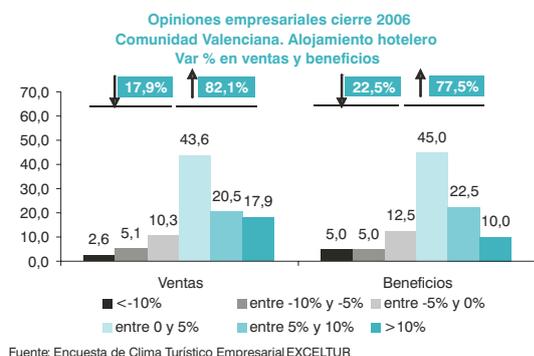


4.5 Comunidad Valenciana

El devenir del sector turístico en la Comunidad Valenciana en 2006 ha estado marcado por el notable empuje de la demanda nacional en las zonas del litoral y el avance de la extranjera en la ciudad de Valencia, que ha venido acompañado una notable recuperación de la rentabilidad empresarial

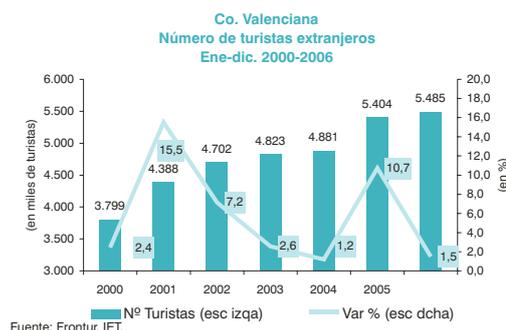
Todos los indicadores relativos a la demanda turística en los destinos turísticos de la Comunidad Valenciana han experimentado en 2006 registros positivos. Entre las dinámicas de la demanda turística destaca el fuerte crecimiento de las pernoctaciones de españoles principalmente en los destinos de costa, el intenso avance en la demanda de servicios hoteleros fundamentalmente en la ciudad de Valencia motivado en gran parte por los actos previos a la American's Cup y el estancamiento que las zonas del litoral han sufrido de la demanda de los no residentes en alojamiento reglado.

El fuerte dinamismo de la demanda traducido en un incremento de las ventas, una mejora del grado de ocupación y un repunte en las tarifas hoteleras, ha posibilitado que en 2006 el balance sobre la evolución interanual de los beneficios empresariales del subsector del alojamiento hotelero haya sido mayoritariamente de signo positivo. De hecho, según el 77,5% de los gestores de hoteles de la Comunidad Valenciana el beneficio empresarial creció en 2006 respecto al año anterior. La mayoría de los profesionales del subsector hotelero cuantifican este crecimiento entre el 0 y el 5%.



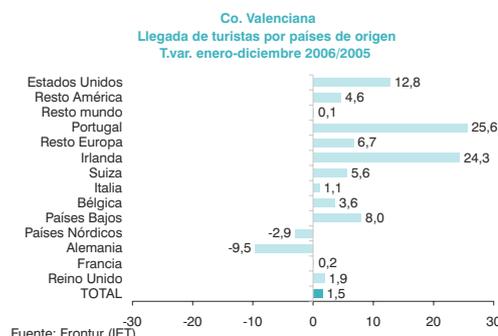
Se incrementa levemente la afluencia de turistas extranjeros, registrándose una caída de la demanda de servicios hoteleros de los mismos en las zonas del litoral y un notable crecimiento en la ciudad de Valencia

La afluencia de turistas extranjeros a la Comunidad Valenciana ha registrado un moderado crecimiento en este año 2006. En concreto, según los datos oficiales de la estadística FRONTUR elaborada por el IET se alcanzaban un total de 5,5 millones de llegadas de turistas en el conjunto del año, lo que supone un crecimiento interanual del 1,5% respecto a 2005.



El análisis de la nacionalidad de los turistas revela cómo han sido los no residentes con origen en el mercado británico los que en mayor número han crecido. De hecho, los británicos, principal mercado de origen extranjero de la Comunidad Valenciana, explica el 56,7% de las 83 mil llegadas de turistas adicionales que ha recibido la región en 2006. Por otro lado, los crecientes vuelos directos entre aeropuertos de la Comunidad Valenciana y ciudades europeas en explican en gran medida el incremento de la llegada de turistas de mercados como Reino Unido, Países Bajos, Italia e Irlanda.

Cabe hacerse notar igualmente la llegada de turistas norteamericanos que se ha incrementado un 12,8% en la comunidad y que confirman el reposicionamiento internacional de Valencia como destino turístico cuyo máximo elemento dinamizador en estos últimos dos años han sido las prerogativas de la Copa de América de vela de 2007 y la imagen externa como destino que ello conlleva.

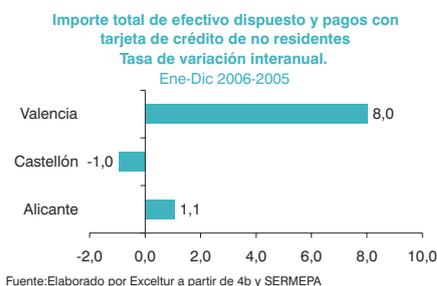


La dinámica y realidad turística de 2006 ha sido disímil entre la ciudad de Valencia y las zonas turísticas del litoral de la Comunidad. Si bien el total de la demanda ha registrado en todos los destinos un balance positivo el crecimiento en la ciudad de Valencia ha venido de la mano del turismo extranjero y en los destinos de costa del nacional. Mientras que las pernoctaciones hoteleras de los no residentes en zonas turísticas como la Costa Blanca descendieron un 0,7% en 2006.

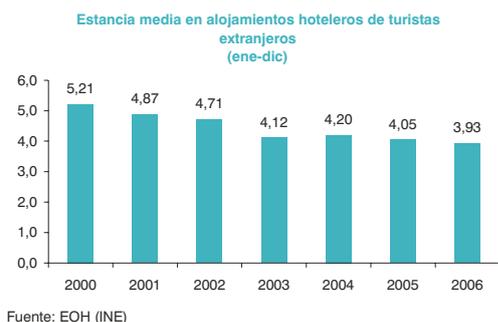




La mayor afluencia de turistas extranjeros tampoco se ha trasladado con la misma intensidad al gasto total, lo que está poniendo de manifiesto las tipologías distintas de consumidores en términos del diferente uso de alojamientos que están visitando los diferentes destinos turísticos de la comunidad (según EGATUR el gasto medio diario del turista extranjero en alojamiento hotelero en 2006 era de 125 euros frente a 59 en el caso del turista que pernocta en alojamiento extra-hotelero). En efecto, la información de los pagos en destino y el efectivo dispuesto en cajeros de las provincias de la Comunidad Valenciana por los no residentes con tarjetas Visa, Mastercard y Amex, ponen de manifiesto un notable incremento del gasto total en la provincia de Valencia dónde el crecimiento de la demanda de alojamiento hotelero ha sido notable, mientras que el gasto en Castellón y Alicante se mantienen en niveles muy similares a los del año 2005.

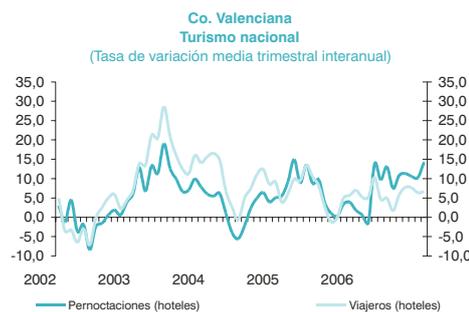


Al leve crecimiento observado en la llegada de turistas extranjeros demandantes de alojamiento reglado se le ha unido un nuevo descenso de su estancia media corroborada por las cifras del INE para los alojamientos hoteleros, que bajo un horizonte temporal más amplio revela una tendencia a la baja desde el año 2000 y que acumula en los últimos cinco años una caída de 1,28 días en el promedio de días de disfrute de las vacaciones del no residente en establecimientos hoteleros de las tres provincias de la Comunidad.



El avance de la demanda nacional dinamiza la actividad turística en los destinos turísticos de la costa de la Comunidad Valenciana

Por su parte, el turismo nacional se configuró en el principal motor de crecimiento de la actividad turística en la Comunidad Valenciana en 2006, respondiendo a los esfuerzos en promoción y marketing que desde la Generalitat se han transmitido al mercado nacional difundiendo la diversidad de la oferta turística en la comunidad, más allá del tradicional turismo de sol y playa, con productos vinculados a las prácticas deportivas, turismo de interior y de salud, de congresos y urbano.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH (INE)

Así, el conjunto de alojamientos reglados en los destinos del litoral valenciano, ciudades e interior registraron un incremento del 7,5% de la demanda nacional, acercándose a los 22 millones de pernoctaciones, que supone el 55,9% del total de la demanda en alojamiento reglado en la Comunidad.

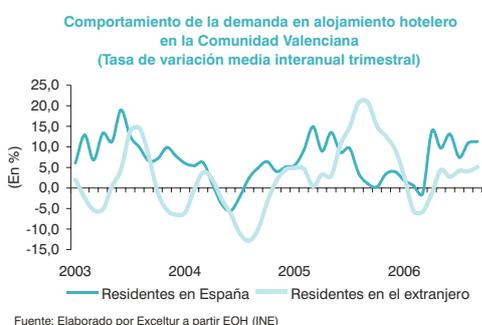
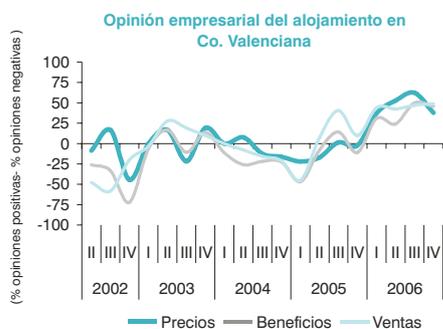
Por tipologías alojativas destaca el incremento en la demanda en hoteles (el número de pernoctaciones de españoles en los hoteles de la Comunidad Valenciana crecieron un 10%, aproximándose a los 15,5 millones, cuatro millones y medio más que en 2000), crecimiento que se ha concentrado en las zonas turísticas del litoral dónde las pernoctaciones de españoles experimentaron un incremento del 11,5% y la estabilización de un volumen de demanda en los establecimientos rurales, que sigue registrando crecimientos positivos, si bien a tasas más próximas a las de un producto turístico que ha superado su fase de lanzamiento.



Incremento del nivel de ventas y leve mejora de la ocupación en los hoteles de la Comunidad Valenciana

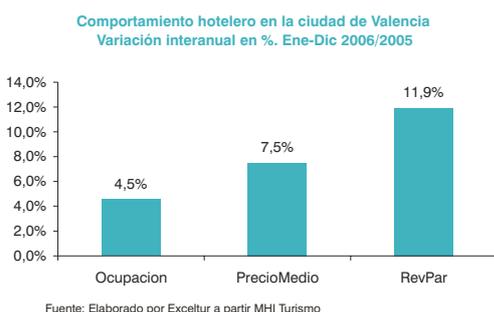


En este marco, el 82,1% de los establecimientos hoteleros que han contestado la Encuesta de Clima Turístico Empresarial manifestaron haber incrementado las ventas en el año 2006. Son mayoría los empresarios que mostraron prudencia a la hora de cuantificar este crecimiento, de hecho el 43,6% estima que las mejoras en los niveles de facturación en 2006 están por debajo del 5%.



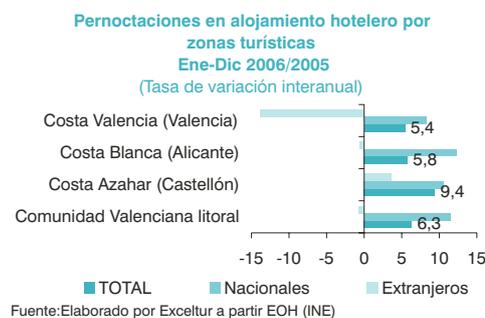
Cómo ya se ha comentado Valencia ha experimentado un año excelente en términos de volumen de llegadas de turistas extranjeros y demanda de servicios de alojamiento hotelero de los mismos, que ha propiciado una mejora notable en el balance de cierre que hacen los gestores de establecimientos hoteleros de la ciudad.

En este sentido, a tenor de los datos de MHI Index el grado de ocupación en los hoteles la ciudad de Valencia ha crecido notablemente en el año 2006, lo que junto al anteriormente señalado repunte de los precios, ha motivado un avance de los Ingresos por habitación disponible (RevPAR) del 11,9% en 2006 respecto a los niveles del año anterior en los hoteles de la ciudad. Datos que viene corroborados por los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial entre los gestores de establecimientos urbanos en la Comunidad Valenciana, que en un 90,9% de los casos confirman una mejora de la rentabilidad empresarial dominando el porcentaje de ellos (54,5%) que cuantifican este incremento por debajo del 5%.



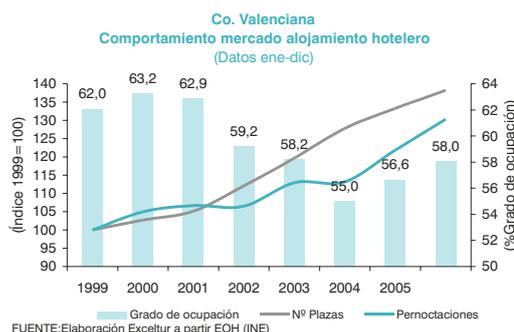
Los destinos turísticos del litoral alicantino, castellanense y valenciano han cerrado 2006 con resultados muy positivos. Estas zonas turísticas, con una estructura de demanda dónde el mercado español tiene un elevado peso, se han visto beneficiadas del buen comportamiento en el año 2006 del turismo nacional y especialmente en el cuarto trimestre del año de las favorables condiciones climatológicas que han incentivado el disfrute del sol y la playa fuera de temporada punta.

En concreto, el crecimiento interanual de las pernoctaciones en la Costa Blanca de Alicante y la Costa Azahar de Castellón en 2006 ha estado por encima de los dos dígitos en términos porcentuales y en la Costa de la provincia de Valencia se registró un crecimiento del 8,2%, lo que ha compensado en las tres zonas turísticas el desfavorable comportamiento de la demanda extranjera. Así, el 78,6% de los empresarios hoteleros de estos destinos han manifestado haber registrado un crecimiento en los niveles de facturación en 2006 que se ha concretado en un positivo aumento de los márgenes empresariales según el 72,4% de los mismos, entre el 0 y el 5% según el 41,4%.



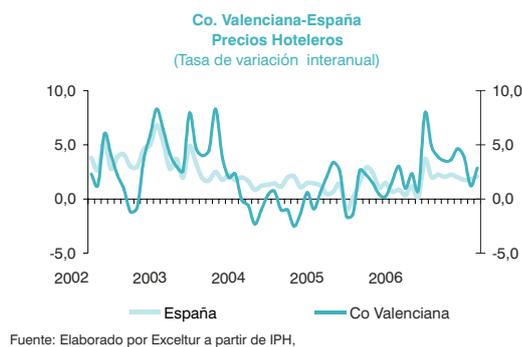
Las condiciones del mercado han permitido una recuperación de precios que ha facilitado el aumento de los márgenes y beneficios empresariales

El año 2006 ha supuesto la prolongación del cambio en la tendencia descendente del grado de ocupación en los hoteles ubicados en los destinos turísticos de las tres provincias valencianas que se venía observando hasta 2004, gracias fundamentalmente a la positiva dinámica de la demanda y, en menor medida, al otro componente que explica la evolución de la tasa de ocupación hotelera, la oferta de alojamiento de plazas hoteleras, que ha seguido creciendo en 2006 aunque de manera menos intensa.





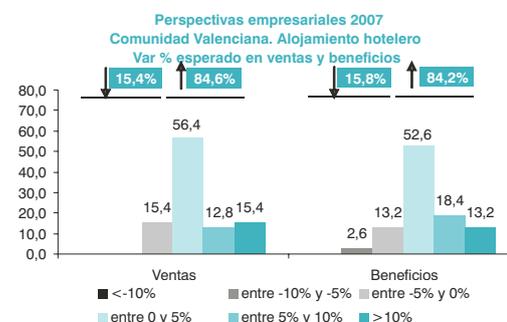
En efecto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE el número de plazas hoteleras en 2006 creció un 3,8%, muy por debajo de los ritmos registrados en el período 2001-2005 cuando crecieron a un ritmo medio interanual del 6,1%. Este avance en los niveles de ocupación hotelera ha favorecido que los empresarios de la Comunidad abandonen temporalmente política de contención de precios predominante en años precedentes. Así, el Índice de Precios Hoteleros elaborado por el INE registró un incremento interanual del 3,6% en 2006, notablemente por encima de la media nacional (1,9%) y del estancamiento de los mismos experimentado en los años 2004 y 2005 (0,3%).



Notable optimismo de cara a 2007 en clave de ventas y beneficios empresariales entre los empresarios de alojamiento hotelero en la Comunidad Valenciana

La consolidación de la ciudad de Valencia como destino turístico urbano internacional, la celebración de la Copa de América en 2007 y las campañas de promoción anunciadas por la Conselleria de Turismo de la Generalitat para poner en valor y promocionar la oferta turística de la comunidad al mercado español, junto a las perspectivas empresariales a comienzo de año anticipan un ejercicio turístico 2007 de signo positivo.

En este marco, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, aunque de manera primordialmente conservadora, el 84,6% de los empresarios del subsector hotelero de la Comunidad Valenciana anticipan crecimientos interanuales de las ventas en 2007, entre el 0 y 5% en el 56,4% de los casos. En la misma línea, prácticamente el mismo porcentaje de empresarios estiman que estas variaciones positivas en la facturación vendrán acompañadas de leves incrementos de sus beneficios empresariales.



6 Perspectivas turísticas

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

Factores globales y sus condicionantes sobre el escenario turístico

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

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

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

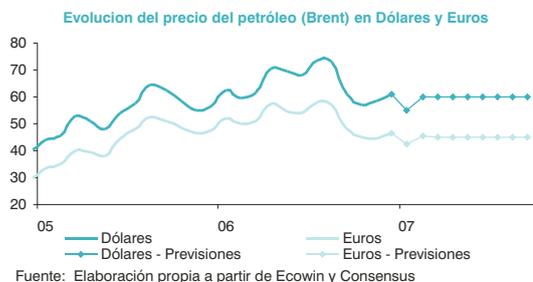
Las expectativas que tenemos sobre el comportamiento de las variables globales con mayor incidencia sobre la demanda y la oferta turística de cara a este año 2007 se pueden resumir en:

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

Precio del petróleo

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

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



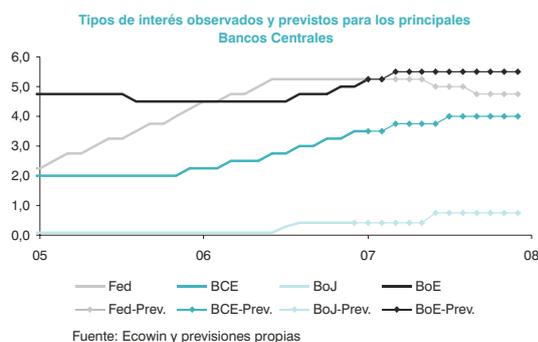
Se espera que se produzcan nuevas subidas de tipos de interés en Europa lo que se traducirá en una menor renta disponible para el gasto que se encuentra detrás de la moderación en el crecimiento del gasto turístico para 2007

Tipos de interés

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



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



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

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

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

Comportamiento de los principales mercados emisores

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

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

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

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

Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2006-2007)

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

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



Mercado español

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

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

Mercado británico

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

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

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

Mercado alemán

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

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

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

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

Mercado francés

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

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

Mercado italiano

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



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

Mercado holandés

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

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

Otros mercados

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

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

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

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



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

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

	2001					2002					2003					2004					2005					2006		2007 (p)	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	Nº	%	Nº					
ISTE (PIB turismo)	1,8	-0,2	1,7	2,7	3,2	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	2,8	2,8					
Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)	5,5	-1,9	4,4	3,8	5,8	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	38.905	2,9	40.025					
Ingresos por turismo/ turistas (euros)	0,9	-6,1	-1,3	1,9	-0,8	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	-3,3	666	-0,7	661					
Total llegada turistas extranjeros	4,6	4,5	5,8	1,9	6,6	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	58.451.142	3,6	60.551.288					
5 principales mercados europeos	5,6	5,4	0,4	2,0	6,0	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	41.364.075	2,3	42.302.455					
Pernoctaciones hoteleras	0,7	-2,7	2,5	2,9	4,6	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	266.588.182	4,2	277.803.315					
Residentes en España	2,2	1,6	5,4	9,6	6,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	5,8	114.825.475	5,0	120.553.889					
No residentes	-0,2	-5,3	0,7	-1,6	3,0	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	151.762.707	3,6	157.249.426					

(p) Previsiones Exceltur

Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España



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

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



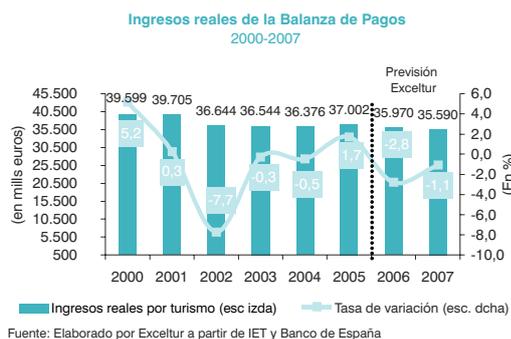
De cumplirse este comportamiento de la demanda, el PIB turístico aproximado a través de Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) crecería a lo largo del año 2007 un 2,8%, algo menos que el 3,0% con el que estimamos cerró la temporada de 2006 e igualmente aún por debajo del crecimiento esperado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



3. Previsiones empresariales por subsectores

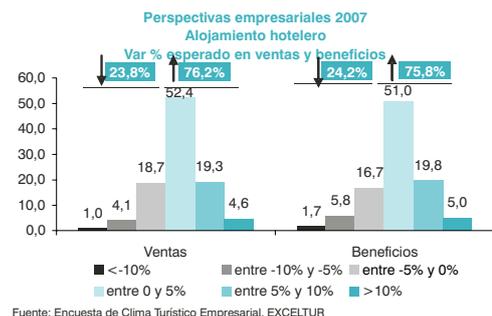
El nuevo descenso del perfil de gasto del turista extranjero no permitirá a pesar de su aumento mejorar los niveles del total de ingresos reales que revierten a España por parte de la demanda extranjera, que esperamos que se reduzca un 0,6% en 2007

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



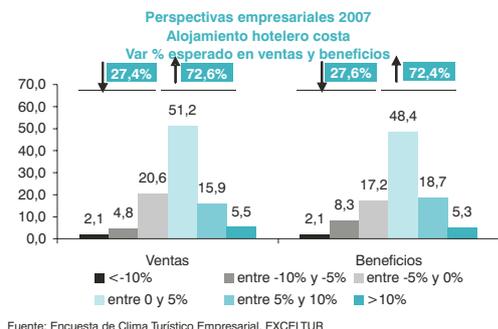
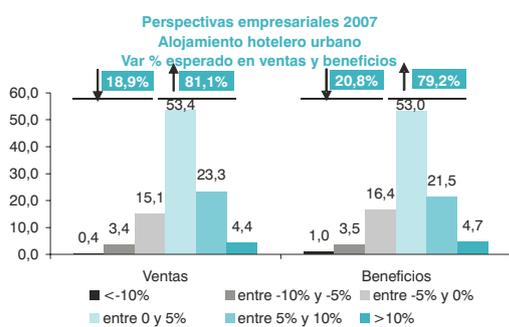
El cierre de un año 2006 marcado por un generalizado aumento de las ventas y los beneficios parece haber animado las expectativas de los empresarios, que en la mayor parte de los casos a comienzos de año esperan según declaran a la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur un 2007 con ritmos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

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





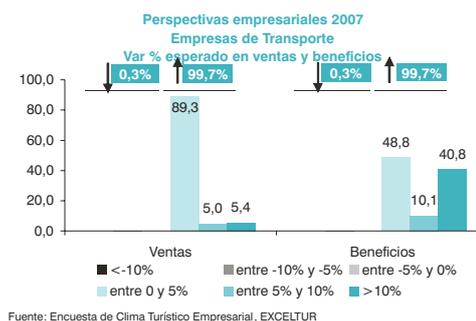
Dentro del alojamiento hotelero las positivas expectativas de los empresarios son más generalizadas en los establecimientos hoteleros urbanos que en los vacacionales de costa. A pesar de los problemas estructurales en cuanto a necesidad de renovación de algunos grandes destinos pioneros que tradicionalmente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



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



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



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

