



**Exceltur**

*Alianza para  
la excelencia turística*

## **PERSPECTIVAS TURÍSTICAS**

**Balance del primer  
trimestre de 2007 y  
perspectivas para el  
segundo trimestre y el  
cierre del año 2007**

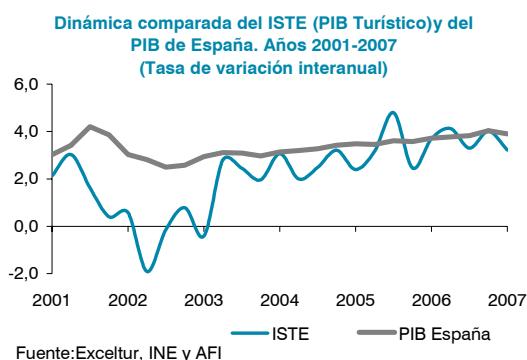
**Abril de 2007**



# A. Balance del primer trimestre y la Semana Santa de 2007

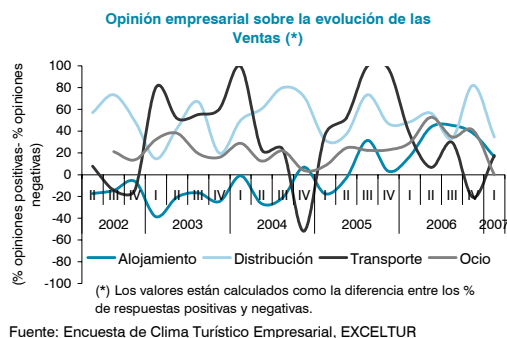
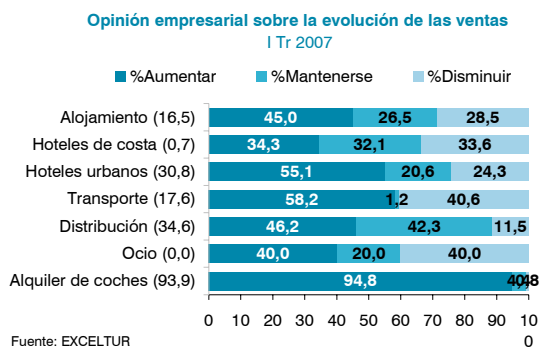
## A.1. Actividad Turística y resultados empresariales

**1. El año 2007 ha comenzado con un notable crecimiento de la demanda turística en España**, en línea con el cierre de la temporada de 2006. El favorable comportamiento de la economía de los principales mercados turísticos de origen en el extranjero junto con las crecientes facilidades introducidas por la progresiva multiplicación de las conexiones aéreas desde el exterior con España y entre los propios puntos de la geografía española entre sí han impulsado la actividad turística en el conjunto de España. En concreto, según nuestras estimaciones el PIB turístico aproximado a través del Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) de Exceltur habría crecido un 3,2% en el primer trimestre de 2007

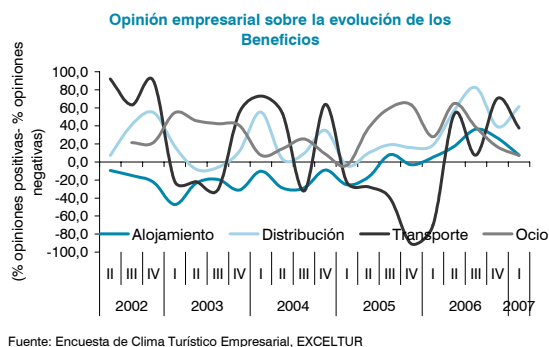
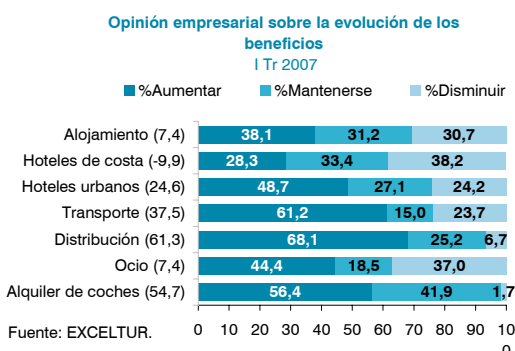


**2. Los elevados niveles de actividad turística de los tres primeros meses del año en términos de afluencia se han alcanzado gracias tanto al aumento de la demanda extranjera, como de la demanda española**, si bien en este último caso dentro de la línea de moderación de sus ritmos de crecimiento que venimos observando desde finales de 2006. El número de pernoctaciones en hoteles de los turistas extranjeros se elevó de enero a marzo un 6,2%, con un número de llegada de turistas un 5,3% superior a los del primer trimestre del pasado año, tasas de crecimiento que en ambos casos están influidas por su comparación con un débil primer trimestre del año 2006. Por otro lado, la demanda española se ha incrementado un 3,1%, medida a través del número de pernoctaciones en hoteles, tasa de crecimiento inferior al 5,8% con el que se cerró el conjunto del año 2006.

**3. El ya citado dinamismo de la demanda nacional y extranjera ha favorecido un generalizado aumento de las ventas de las empresas turísticas españolas, durante el primer trimestre de 2007.** En la práctica totalidad de los subsectores contemplados en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial que trimestralmente elaboramos desde Exceltur, la opinión predominante entre los empresarios era la de haber experimentado durante los tres primeros meses del año un aumento en las ventas respecto al mismo período del año 2006. Sólo en el caso de los hoteles vacacionales de costa, la mayor parte de ellos, salvo los localizados en Canarias, en temporada baja, se observa un cierto mantenimiento de resultados en niveles del pasado año, con un número de establecimientos encuestados que manifestaban haber experimentado un aumento de sus ventas (34,3%) muy similar a los que sufrieron una caída (33,6%) en el primer trimestre de 2007 en relación con los registros de esos mismos meses de 2006.



4. La moderación de los costes energéticos y el escenario de la demanda que ha facilitado una cierta recuperación de los niveles de precios han permitido mantener la **tendencia a la mejora de los beneficios** observada desde finales de 2005. De todos los subsectores de la cadena de valor turística, sólo en el caso de los hoteles vacacionales de costa abiertos durante estos tres primeros meses los empresarios que manifestaban haber sufrido una reducción en sus beneficios en el período enero-marzo de 2007 respecto a los mismos meses de 2006 (38,2%) se situaban por encima de los que habían registrado una nueva mejora (28,3%).

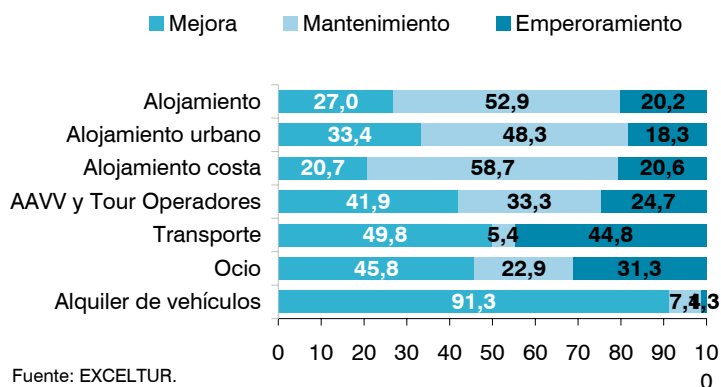


5. Un avance de **los resultados de la Semana Santa, que este año ha caído en el segundo trimestre (principios de abril, confirman el mantenimiento del crecimiento de la demanda** durante los primeros días de esta primavera de 2007. En general y salvo en el caso del alojamiento, muy condicionado por las desfavorables condiciones meteorológicas sufridas en la mayor parte de destinos del 5 al 11 de abril, el balance empresarial refleja unos resultados mejores durante la Semana Santa de 2007 respecto a los ya buenos registros logrados en la Semana Santa de 2006, lo que permite augurar un positivo comportamiento a lo largo de los meses del segundo trimestre de este año 2007.

De todos los subsectores turísticos destacan los buenos resultados que siguen mostrando los grandes grupos emisores que constituyen las agencias de viajes y touroperadores españoles, gracias al inesperado repunte del emisor español que se lleva observando en lo que llevamos de año, así como los buenos registros que, a su vez, refleja la oferta de ocio, consolidando la tendencia a complementar la experiencia turística en destino que cada vez con mayor intensidad demanda el turista durante sus viajes.

Durante los tres primeros meses de 2007 y especialmente durante la Semana Santa, las empresas de alquiler de coches han experimentado un generalizado aumento en sus ventas, en buena parte por la progresiva consolidación de los nuevos patrones de organización independiente del viaje por parte de los turistas, que suele requerir el alquiler de un vehículo, ante la falta del transfer que tradicionalmente se incluye en la contratación de los paquetes turísticos, que sigue descendiendo.

### Opinión empresarial sobre la comparación de la SEMANA SANTA de 2007 respecto a la de 2006



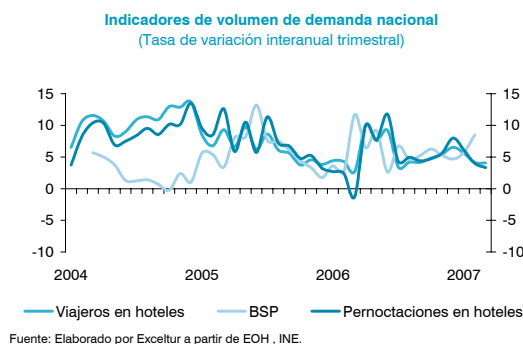
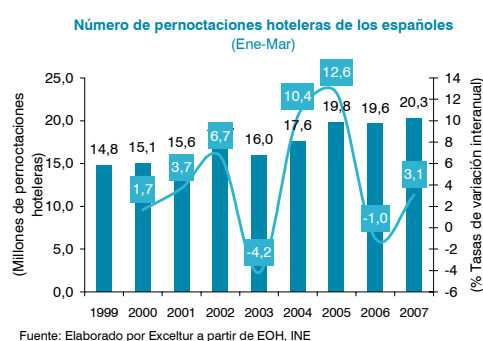
## A.2. Demanda por mercados

### Demanda nacional

**6. Como ya hemos anticipado, la demanda turística de los españoles ha continuado creciendo durante los tres primeros meses de 2007. Contrariamente a lo que cabía esperar por el efecto del aumento de los tipos de interés sobre el presupuesto familiar y por ende el dedicado a los viajes, mientras que de enero a marzo de 2007 se ha observado una ralentización de los indicadores de los viajes de los españoles a destinos nacionales, han crecido de manera muy intensa los relativos a sus viajes a destinos internacionales.**

Así, mientras que las pernoctaciones de españoles en hoteles se han incrementado un 3,1%, casi la mitad del ritmo con el cual cerraron el año 2006 y el BSP correspondiente a los viajes interiores descendía un 4,7% en enero y febrero de 2007 respecto al mismo período de 2006, los gastos incurridos por los españoles durante sus viajes al exterior aumentaban un 15,2% interanual en el mes de enero, según el Banco de España, dato que concuerda con el fuerte aumento del 18,2% experimentado por el BSP, correspondiente a vuelos internacionales en los meses de enero y Febrero de 2007.

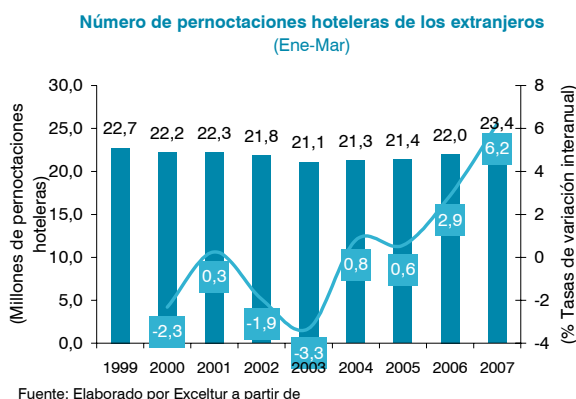
Al deseo por conocer nuevos destinos de los españoles, se ha unido en estos últimos meses las oportunidades que se abren por el incremento en la oferta de vuelos al exterior a precios cada día más asequibles (líneas de bajo coste), especialmente desde mercados internos de fuerte capacidad emisora como Madrid, que ha visto multiplicar el número de vuelos internacionales tanto de compañías de red como de *low cost*, gracias a la explotación del aumento de capacidad de slots derivada de la apertura de la T4 el pasado año.



En este sentido y dada la cada vez más determinante influencia que representa el tráfico en compañías *low cost* para explicar la creciente salida de los españoles, se hace cada día más urgente y necesario disponer de una información más pormenorizada sobre el flujo y segmentación de las tipologías de pasajeros que usan esas aerolíneas hacia España, distinguiendo entre los extranjeros que las utilizan para acceder a España frente a los españoles que las usan para regresar de sus viajes, principalmente del resto de Europa.

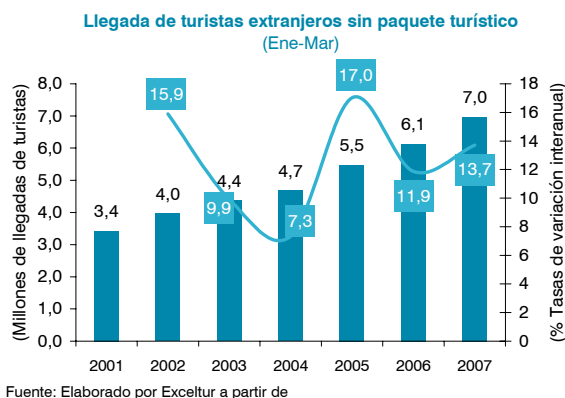
## Demanda extranjera

**7. La demanda extranjera ha comenzado el año mostrando un notable crecimiento en términos de afluencia.** El número de pernoctaciones hoteleras durante los tres primeros meses de 2007 se ha situado en los niveles máximos desde que el INE publica la Encuesta de Ocupación Hotelera, superando el máximo registro de pernoctaciones extranjeras que se alcanzaron en el año 1999. Concretamente, las pernoctaciones en hoteles de los no residentes se han incrementado un 6,2% en este primer trimestre de 2007 con respecto de 2006, hasta alcanzar los 23,4 millones de pernoctaciones.

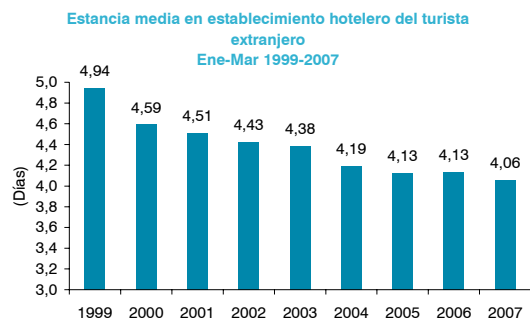


Este nuevo impulso de la demanda extranjera se explica en gran parte por **la multiplicación de las escapadas de corta duración, especialmente a destinos urbanos, auto organizadas y que posibilitan las crecientes conexiones aéreas, entre las que destacan las compañías de bajo coste.**

La tendencia a la desintermediación ha seguido produciéndose en este comienzo de 2007. La llegada de turistas extranjeros de forma auto organizada se ha elevado entre enero y marzo de 2007 un 13,8% respecto a los mismos meses de 2006, mientras que los que lo han hecho con paquete preorganizado han descendido un 10,5% y como antes señalábamos, ha tenido mucho que ver con el nuevo incremento de los pasajeros transportados hacia España en compañías *low cost*, que en paralelo se han incrementado un 20,4% en entre enero y marzo, según el IET.



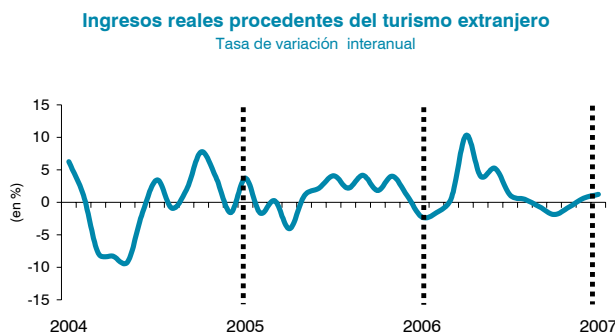
El continuado avance de esta tendencia a las escapadas de corta duración ha propiciado una nueva caída de la estancia media de los turistas extranjeros en España. Tras la contención que parecía haberse observado el pasado año, la estancia media de los turistas extranjeros en hoteles ha descendido un 1,8% entre enero y marzo de 2007 respecto al mismo período del pasado año, según la EOH del INE. Por su parte si se incorporan las llegadas del resto de tipologías alojativas, incluidas las residenciales, la caída se eleva hasta el 2,1% según se desprende de la información de Egatur para los dos primeros meses de 2007. De ahí que la más que presumible continuidad de este proceso, derivada de las nuevas pautas inducidas por los nuevos modelos y facilidades de transporte, obliga a que se tenga que seguir incrementando la afluencia de llegadas de viajeros, tan solo para poderse mantener los mismos niveles de pernoctaciones y estancias en los destinos.



Fuente: Exceltur a partir EOH (INE)

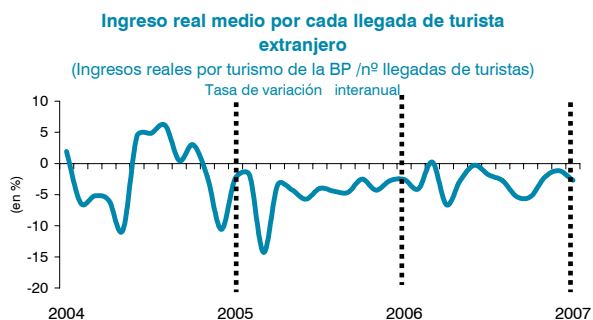
8. El caballo de batalla que ha venido cuestionando la bondad del modelo de crecimiento de la demanda turística extranjera hacia España en los últimos cinco años centrado en **el menguante comportamiento de los ingresos por cada turista extranjero que nos ha visitado y que finalmente revierten en los destinos españoles ha dado síntomas de mejora en este comienzo de 2007**, asociado a la recuperación de la demanda de alojamientos hoteleros de mayor gasto y que a su vez recogen los muy recientes cambios metodológicos introducidos para mejorar su estimación por el Banco de España (ver nota técnica en Anexo).

Con la nueva metodología de estimación oficial de los ingresos por turismo extranjero que revierten a España, publicada el pasado 16 de abril, el Banco de España ha cambiado de manera sustancial sus premisas de cálculo y consecuentemente ha modificado retroactivamente todos los datos de 2005 y 2006, que les ha permitido recalcular el cierre del balance de 2006 recogiendo unos ingresos totales, descontada la inflación, notablemente mejores (un crecimiento del 1,2%) que los derivados del anterior método de cálculo (caída del 3,5%), aunque sin que todavía se pueda romper, aunque atenuándose, la tendencia de reducción del ingreso promedio real que revierte a España por cada llegada de turista extranjero, que incluso con los nuevos datos del Banco de España vuelve a revelar una caída del 3,2%.



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

El comienzo de 2007 parece mostrar la misma dinámica de ingresos del exterior que la del cierre de 2006. A partir de los datos del Banco de España, calculados con la nueva metodología correspondiente al mes de enero (único dato publicado), los ingresos reales que revierten a España por la llegada de turistas extranjeros habrían crecido un 1,2%, mientras que al descontarle la inflación, por cada llegada de turista extranjero el ingreso medio se habría reducido un 2,7% en términos reales.



Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur (IET) y Balanza de Pagos (Banco de España)

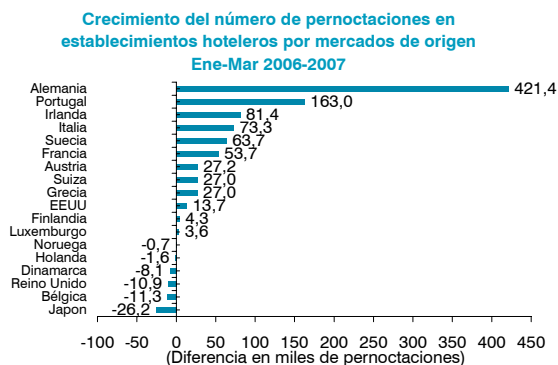
Aun cuando la información que recoge la Encuesta Egatur, elaborada por el IET, incorpora además de los gastos incurrido en los destinos españoles el conjunto de gastos que realizan los turistas extranjeros en origen, los resultados publicados correspondientes a los meses de enero y febrero, reflejan una tendencia similar a la del nuevo indicador del Banco de España aunque más moderada. En concreto, según Egatur, el total del gasto turístico del exterior agregado entre origen y destino se incrementó un 3,6% en el período enero febrero de 2007, lo que de hecho, descontándole la inflación, supondría igualmente un estancamiento respecto a los niveles del mismo período de 2006 en términos reales, mientras que por otro lado el gasto nominal por cada llegada de turista extranjero se habría reducido un 0,6% igualmente a partir de Egatur, lo que situaría su bajada en términos reales por encima del 4,0%.

Desde otra perspectiva y a los efectos de contrastar la tendencia que marcan las estadísticas oficiales, la información derivada del efectivo dispuesto en cajeros automáticos y de pagos con tarjetas de crédito de los no residentes en España refleja un balance algo más positivo del comienzo de 2007. A pesar de que es necesario utilizar con cautela estos datos, por cuanto pudieran verse afectados al alza por un mayor crecimiento en el uso de las tarjetas frente a otros medios de pago o la ampliación de la red por parte de las empresas de gestión de dichas tarjetas de crédito, lo cierto es que durante los tres primeros meses de 2007 el montante económico del efectivo dispuesto en cajeros automáticos y de los pagos con tarjetas de crédito de los no residentes en España se ha incrementado un 9,9%, por encima del 7,0% en que se elevaron durante el mismo período de 2006.



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

**9.** Durante este primer trimestre de 2007 **el crecimiento de la demanda extranjera en alojamientos hoteleros se ha debido principalmente al buen comportamiento de los mercados alemán, portugués, irlandés, italiano, sueco y francés**, mientras el turismo británico y procedente de los países bajos se ha mantenido estancado o por debajo de los niveles del pasado año.



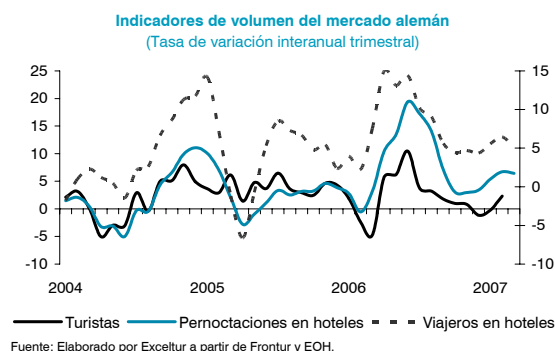
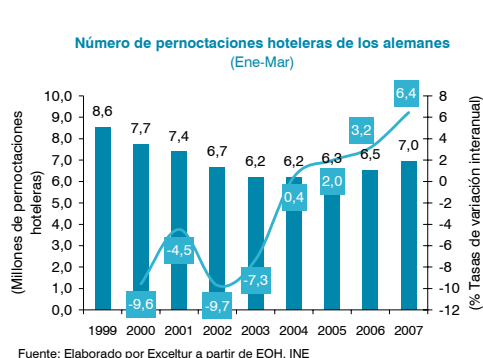
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

### Alemania

Los buenos datos de la economía alemana durante el primer trimestre de 2007 y sus efectos en cuanto a la mejora de la confianza de los consumidores han propiciado un nuevo incremento de los viajes de los alemanes al exterior, reflejado en un incremento del 7,2% en los pagos por turismo de la Balanza de Pagos alemana en enero y febrero de 2007. Aún a pesar de que este aumento de los viajes al exterior de los alemanes también se ha dejado notar en otros destinos competidores en el ámbito del sol y playa como Turquía, que tan solo en los dos primeros meses del año ha experimentado un incremento interanual del 11,1% en la llegada de turistas alemanes a ese país, los destinos españoles y muy particularmente Baleares, no han dejado de verse también favorecidos del dinamismo viajero de los alemanes.



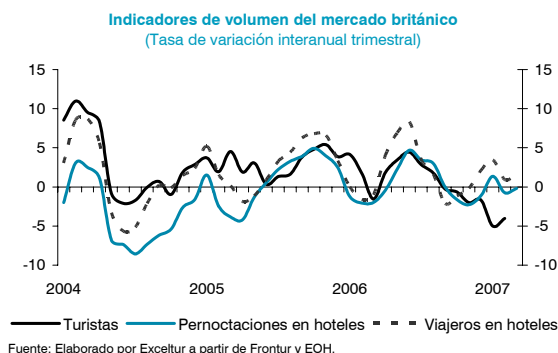
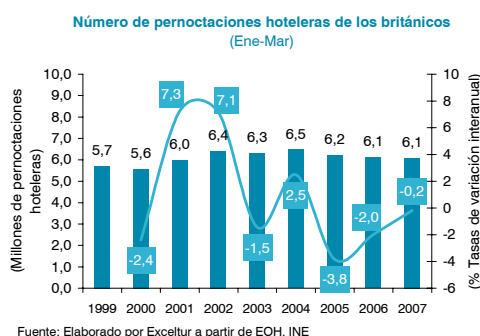
Durante los tres primeros meses de 2007, el número de pernoctaciones de alemanes en hoteles españoles se ha incrementado un 6,4%, lo que representa 421 mil pernoctaciones más que en el mismo período del pasado año, si bien todavía por debajo de los niveles alcanzados durante esos mismos meses en los años finales de la década de los 90 y comienzos del 2000, aunque en estos primeros meses de 2007 les ha permitido situarse por encima del mercado británico en términos de pernoctaciones, que es el indicador clave de demanda.



## Reino Unido

El turismo británico en España a lo largo de los tres primeros meses de 2007 se ha mantenido prácticamente en los niveles del pasado año, consolidando, si bien desde valores absolutos muy elevados, la tendencia al estancamiento en el crecimiento relativo que se observó durante el conjunto del año 2006. Aunque no son los meses más representativos y a pesar de los buenos registros que sigue presentando la economía británica, parece haberse frenado la capacidad de crecimiento turístico hacia España mostrada en el período 2001-2004, gracias al excelente posicionamiento de nuestro país frente al consumidor británico y favorecida por la explosión de conexiones aéreas fundamentalmente protagonizadas por las compañías low cost a costa de los vuelos charter.

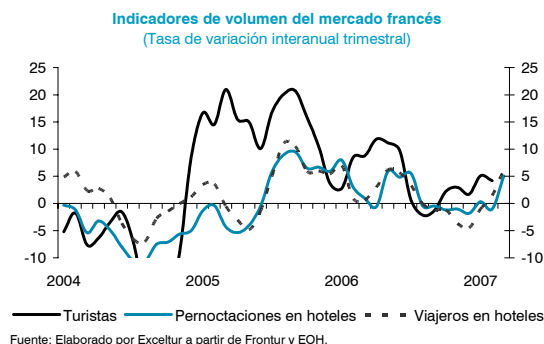
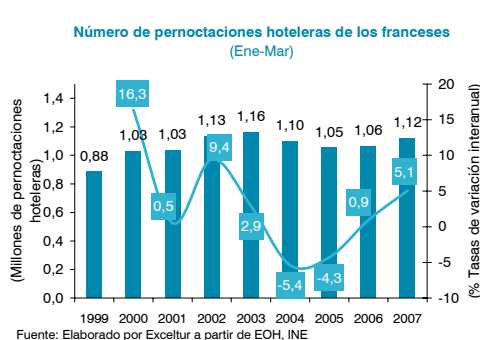
Si bien el número de llegadas asociadas al uso de una vivienda propia o cedida por un familiar y un amigo ha seguido creciendo en este primer trimestre de 2007 (un 5,0%, según Frontur), la demanda en alojamientos hoteleros se ha mantenido en los registros del pasado año por estas mismas fechas. En este comportamiento ha podido tener algún efecto la recuperación de Turquía durante estos primeros meses del año, en la medida que el número de turistas británicos que visitaron este país creció en este período.



Por otra parte, el aumento de conexiones aéreas desde Irlanda por el efecto sede de la compañía aérea Ryanair está jugando un papel destacado a la hora de entender el por qué del fuerte aumento de la demanda turística en hoteles españoles por parte de este mercado que a lo largo del primer trimestre de 2007 se ha materializado en un crecimiento del 25,9% (81 mil nuevas pernoctaciones de irlandeses) según la EOH del INE.

## Francia

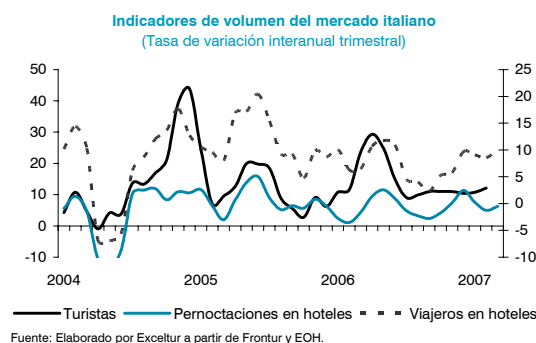
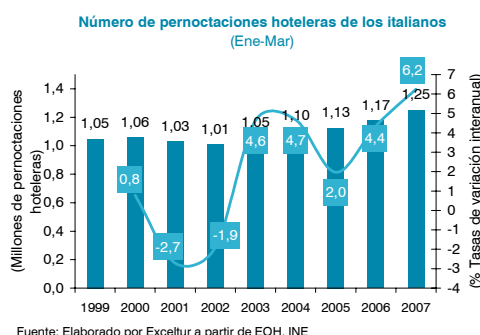
Los meses de enero a marzo de 2007 han sido testigos de un **impulso de los viajes de los franceses hacia España**, en gran parte derivado de la mejora de las condiciones económicas, pero sobre todo y al igual que en otros mercados, por la apertura de nuevas conexiones aéreas con los principales centros emisores de turistas (principalmente con París) que ha provocado que el número de pasajeros llegados por vía aérea se eleve un 16,6% (un 69,2% en low cost, según el IET) y en paralelo a los efectos negativos de los recientes atentados en Marruecos, destino de tradición entre las familias francesas, que en parte han desviado sus viajes hacia nuestro país.



Las consecuencias de estos y otros factores se han plasmado en un crecimiento del 5,1% en el número de pernoctaciones hoteleras en este primer trimestre de 2007 por parte de ciudadanos franceses y que se han concentrado fundamentalmente en las principales ciudades españolas.

## Italia

**España sigue ganando cuota de mercado entre los destinos preferidos por los italianos.** Los tres primeros meses de 2007 el número de pernoctaciones hoteleras de los italianos en España se ha elevado un 6,2%, si bien bastante inferior al incremento en el número de viajeros (9,9%). El mercado italiano se está consolidando como uno de los mayores protagonistas del proceso de aceleración de las escapadas de corta duración a destinos urbanos españoles gracias a las crecientes facilidades aéreas, principalmente de las compañías de bajo coste (los pasajeros de enero a marzo de 2007 procedentes de Italia transportados por este tipo de compañías han crecido un 54,8%, según el IET). Como consecuencia de este fenómeno la estancia media de los turistas italianos en los hoteles españoles se ha reducido un 3,4% de enero a marzo de 2007 respecto al mismo período de 2006.

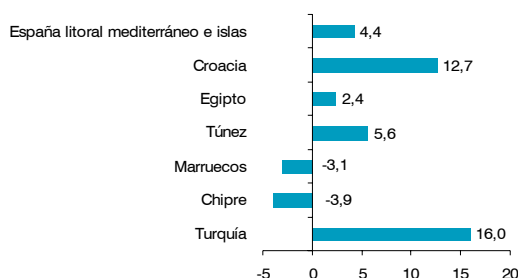


## A.3. Destinos competidores

**10. Los primeros meses de 2007 han sido igualmente testigos de una notable recuperación de algunos destinos competidores importantes en el ámbito del sol y playa como Turquía y Egipto,** cuya estrategia y posición competitiva a través de fuertes reducciones de sus precios ha podido tener alguna influencia en los precios y resultados de algunos destinos específicos españoles como Canarias.

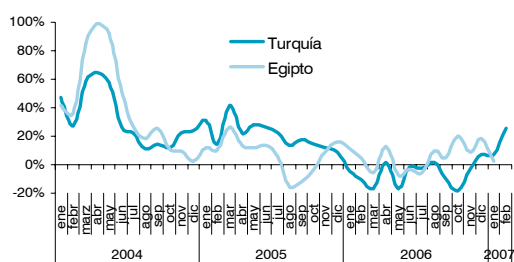
Aunque nos encontramos en meses de temporada baja también para algunos de estos destinos competidores, el dinamismo de los destinos de sol y playa españoles se ha situado por debajo del experimentado en otros países como Turquía, con un crecimiento del 16,0% en el número de llegadas de turistas extranjeros y del 28,6% en tráfico aéreo; en Croacia, con un 12,7% en llegada de turistas y un 15,5% en llegadas de pasajeros internacionales; o en Túnez, donde las llegadas de turistas se han elevado un 5,6% en estos primeros meses de 2007.

**España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo**  
(% Crec. 2007/2006 acumulado\*)



Fuente: IET, OMT e Institutos de Estadística Nacionales. \*Datos hasta febrero excepto Marruecos hasta enero.

**Entradas de turistas extranjeros en Egipto y Turquía**  
Tasas interanuales.



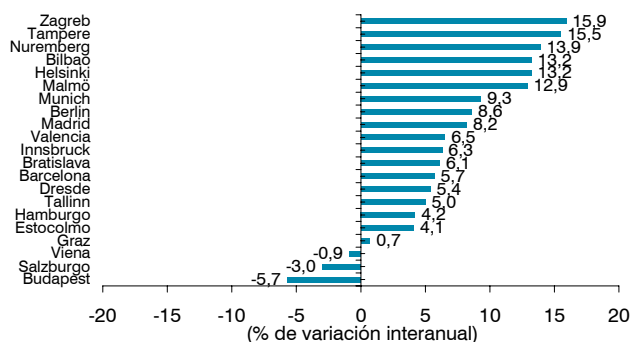
Fuente: Instituto de Estadística Turco e IET

Tras esa pronta recuperación de los destinos más orientales del Mediterráneo, las tensiones geopolíticas adversas se han trasladado a la costa norte africana, con un muy reciente empeoramiento de la situación en Marruecos a lo largo de abril como consecuencia de los atentados de Casablanca y en un país que ya de por sí mostraba tasas de crecimiento negativas en el arranque de 2007 como consecuencia de la fuerte caída en su afluencia turística extranjera en enero, tras un cierre de año 2006 muy positivo.

**11.** Aún cuando el nivel de información respecto a los destinos competidores en el segmento de escapadas urbanas europeas se limita al mes de enero, salvo algunas contadas ciudades europeas el crecimiento de la demanda está siendo generalizado, lo que hace pensar en **ese segmento de escapadas urbanas como uno de los más dinámicos de 2007**. Al buen comportamiento de esta línea de producto está también ayudando el dinamismo económico y el crecimiento de las reuniones y congresos, impulsores de la demanda de viajes de negocios, que se concentra más en entornos urbanos.

En este contexto la España urbana y concretamente las ciudades españolas más importantes (Bilbao, Madrid, Valencia y Barcelona) se sitúan entre las más dinámicas dentro de las que se dispone de información para este trimestre.

**Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por ciudades europeas**  
Ene 2006-2007



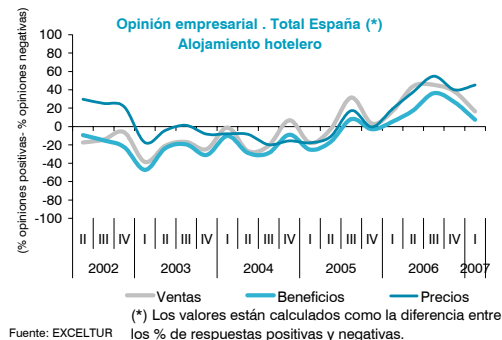
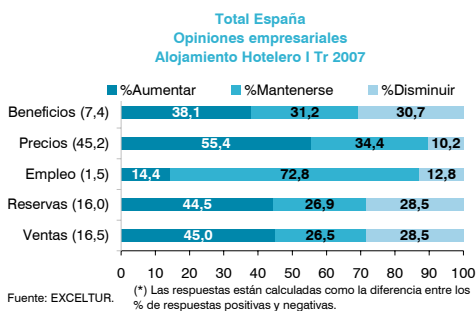
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Tourmis

#### A.4. Claves por subsectores

##### 12. Alojamiento hotelero:

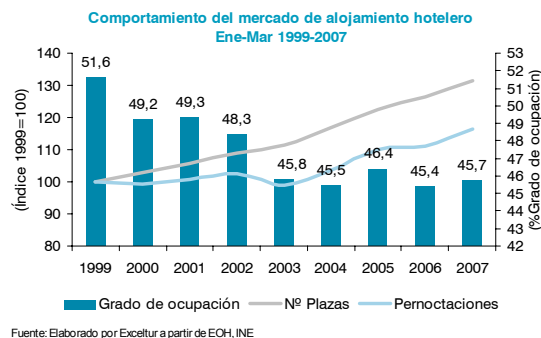
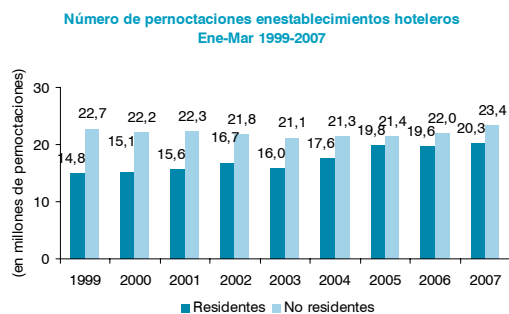
El notable avance de la demanda extranjera de servicios de alojamiento hotelero en el primer trimestre de 2007 y el impulso de la demanda nacional, aunque en este último caso mostrando ligeros síntomas de ralentización en sus ritmos de crecimiento respecto a los observados en los dos años anteriores, han propiciado un generalizado aumento en los niveles de ocupación. Ello ha contribuido a prolongar la tendencia de leve crecimiento de las tarifas, que se ha traducido según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial para el primer trimestre y la Semana Santa de 2007, en un amplio consenso respecto a la mejora en promedio de la rentabilidad empresarial para el conjunto de hoteles españoles.

En concreto, el 45,0% de los establecimientos hoteleros españoles han experimentado un incremento interanual en los niveles de ventas en los tres primeros meses de 2007, que se ha trasladado, en un contexto de leve crecimiento de precios, en un avance interanual en los beneficios empresariales en el 38,1% de los casos.

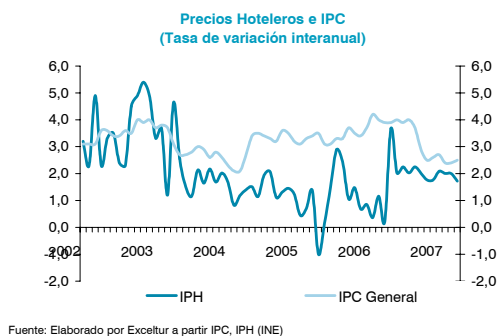
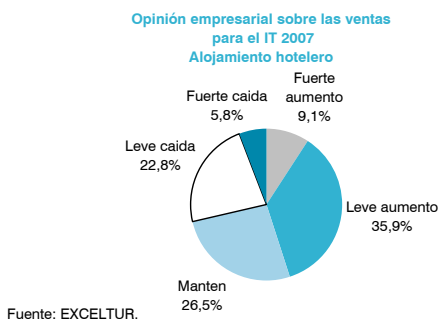


El análisis de estas percepciones de confianza empresarial relativas al primer trimestre de 2007 refleja una gran coherencia y consistencia con las estadísticas oficiales de ocupación elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística. Así, el crecimiento interanual del 4,7% registrado en las pernoctaciones en hoteles españoles durante los tres primeros meses de 2007 según la EOH del INE, se concreta en los niveles máximos de la serie tanto para residentes, como para no residentes en los últimos siete años que se viene publicando. Este favorable comportamiento de la demanda ha posibilitado una mejora de los niveles de ocupación en los establecimientos hoteleros en España consolidándose en estos primeros meses de 2007 la senda de recuperación iniciada en este indicador clave, en el conjunto del año 2006.

Sin perjuicio de lo anterior, el intenso crecimiento de nueva oferta de plazas de alojamiento hotelero en los últimos ocho años, ha supuesto que aún a pesar de cerrarse el trimestre con niveles máximos de demanda, los porcentajes de ocupación se sitúan todavía muy por debajo de los valores medios observados en el arranque de la primera década del siglo XXI.

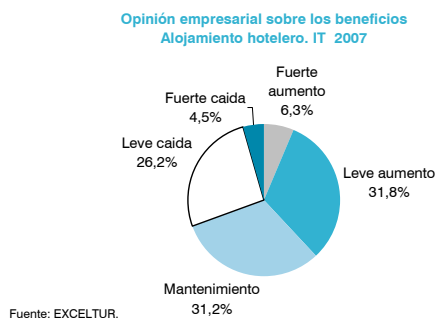


En este contexto, el 45,0% de los gestores de establecimientos hoteleros que contestaron este primer trimestre de 2007 a la encuesta de Exceltur manifestaron haber experimentado un incremento de sus ventas respecto a los niveles del mismo período de 2006 y que a su vez la mayoría de ellos (35,9%) han cuantificado como leve. Este avance de los niveles de facturación se ha dado de nuevo en un contexto de mejores condiciones para la negociación de tarifas, sobre todo para los destinos urbanos, que se ha traducido en un leve aumento de sus precios en los tres primeros meses de 2007, según la opinión del 48,6% de los profesionales del subsector de alojamiento hotelero y consecuente a su vez con el Índice de Precios Hoteleros del INE, que registró un ligero incremento medio interanual del 1,9% en los tres primeros meses de 2007.



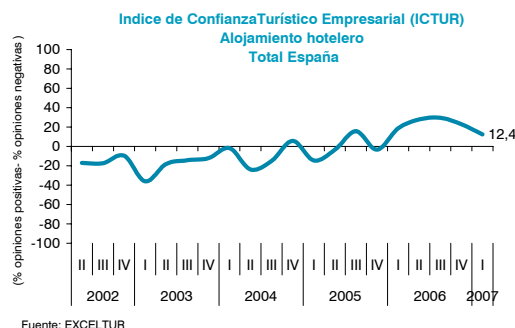
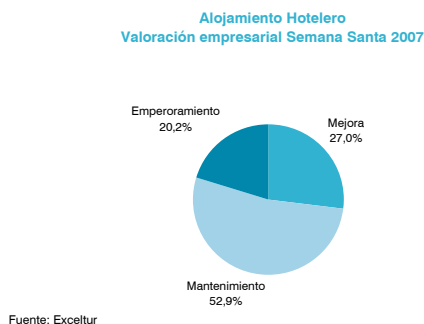
Según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur de este primer trimestre de 2007, el 31,8% y el 6,3% de los gestores de hoteles manifestaron haber experimentado leves y fuertes aumentos, respectivamente, de

rentabilidad en sus establecimientos. Este avance en clave de rentabilidad se ha dado de manera más consensuada en los establecimientos hoteleros urbanos. Mientras, los alojamientos de costa han vuelto a experimentar un cierto enfriamiento en la mejora de tarifas, lo que ha producido un nuevo retroceso en términos de beneficios empresariales.



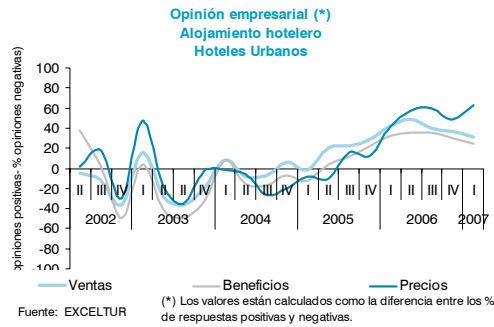
La Semana Santa de 2007, que en este año 2007 cayó en el mes de abril, ha dado continuidad al positivo nivel de confianza mostrado por los gestores de establecimientos hoteleros en el primer trimestre de 2007, valorándola un 52,9% de ellos cómo similar a la Semana Santa de 2006 y un 27,0% de ellos cómo mejor. Esta pequeña muestra y avance de la evolución del segundo trimestre de 2007, con un calendario particularmente favorable, especialmente en el mes de mayo por los varios "puentes" que existen para el disfrute de cortas escapadas, avalan las favorables expectativas que revelan los profesionales del sector para los próximos meses de abril, mayo y junio de 2007, que hacen presumir un nuevo avance de ventas y en menor medida de rentabilidad empresarial para ese segundo trimestre del año.

Así, los niveles de confianza de los hoteleros que se derivan de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur se mantienen en niveles positivos, aunque experimentando un ligero retroceso respecto a los excepcionales registros de los tres últimos trimestres de 2006, en la medida en que si bien se espera un avance positivo de la demanda en los próximos meses, las expectativas es que lo sea a ritmos inferiores a los experimentados en el año 2006.

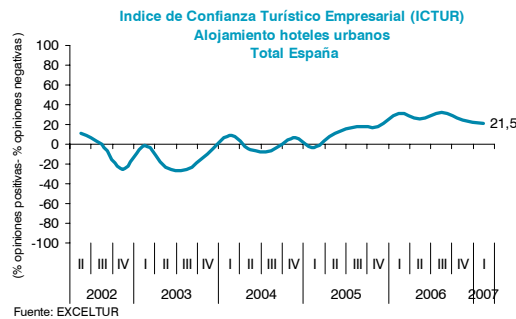


## 13. Hoteles Urbanos

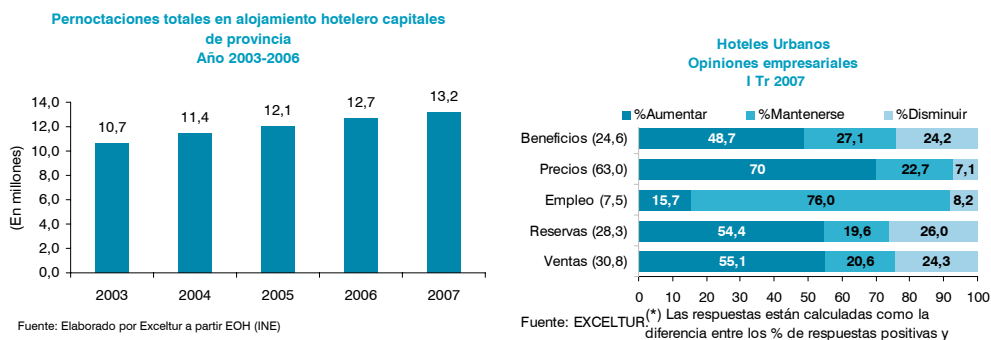
Como ya hemos destacado reiteradamente, se prolonga en el primer trimestre de 2007 el positivo comportamiento de la actividad para los establecimientos hoteleros ubicados en zonas urbanas que ya se anticipaba a raíz de lo ocurrido en 2006. Efectivamente, todos los indicadores relacionados con la actividad hotelera urbana, en general, tanto los de ventas y ocupación como los de rentabilidad empresarial han vuelto a mostrar en 2007 unos más que notables registros positivos, consolidándose la tendencia al alza y el amplio recorrido iniciado en 2005 que aún tiene por delante la actividad hotelera urbana y de interior española, si no se produce un nuevo escenario de sobreoferta de plazas, debido a que persista la sobre construcción de alojamientos.



La confianza entre los gestores de hoteles urbanos españoles vuelve a ser muy positiva avalada por la creciente demanda de servicios de alojamiento vinculados tanto al turismo de ocio, favorecido por la continuada explosión en Europa de las escapadas, cómo al turismo de negocios, ferias y congresos, manteniéndose las expectativas para el segundo trimestre de 2007 en elevados niveles de confianza. Así, el Índice de Confianza Turístico Empresarial elaborado por Exceltur se sitúa en el primer trimestre de 2007 en niveles muy similares a la media observada para el conjunto del año 2006, que ya fue bastante positivo.



En concreto, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para este primer trimestre de 2007, el 55,1% de los gestores de hoteles urbanos manifestaron haber experimentado un crecimiento de las ventas en sus establecimientos. Este avance percibido en los niveles de ventas y corroborado por la positiva evolución de las pernoctaciones en las principales capitales de provincia que publica el INE, ha posibilitado un incremento de los precios y rentabilidades, según la opinión de esos empresarios, materializándose en una mejora de los indicadores propiamente de negocio, como igualmente recogen los REVPAR (Ingresos por Habitación Disponible) elaborados por la consultora MHI para cuatro de los principales destinos urbanos españoles.

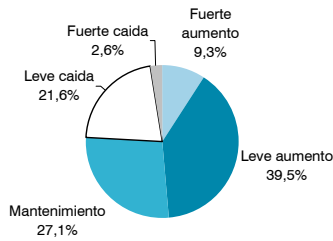


Ese positivo comportamiento de la demanda, ha facilitado de hecho que un segmento del alojamiento, como es el urbano, aún en constante crecimiento en términos de nuevas plazas hoteleras, haya podido ver una recuperación de sus niveles de ocupación en el primer trimestre de 2007 en las principales ciudades turísticas españolas, según datos de la EOH del INE, y coherente tanto con los indicadores de rentabilidad, que a su vez se derivan de los resultados recogidos en la Encuesta trimestral de Confianza Empresarial de Exceltur, como por los anteriormente citados REVPAR de MHI para Barcelona, Madrid y Valencia para los dos primeros meses de 2007. Se prolonga, por lo tanto, 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.

De hecho, el 39,5% y el 9,3% de los gestores de hoteles urbanos encuestados por Exceltur este primer trimestre de 2007 manifestaron haber experimentado leves y fuertes incrementos interanuales, respectivamente, de la rentabilidad en sus establecimientos. En el mismo sentido, y con datos acumulados

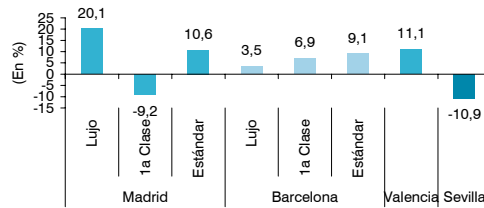
hasta el mes de febrero, los ingresos por habitación disponible registraron crecimientos interanuales en Madrid, Barcelona y Valencia según datos de la consultora MHI Turismo.

Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento urbano. IT 2007



Fuente: EXCELTUR.

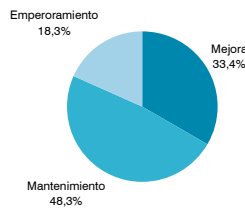
RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos Tasa de variación interanual. Ene-Feb 2007/2006



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

Este prometedor comienzo del año 2007 de la actividad hotelera urbana ha tenido continuidad durante la Semana Santa de 2007. En concreto, y según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 33,4% de los gestores de alojamiento hotelero urbano han valorado positivamente el devenir de la actividad en la semana de pascua de este año respecto a la de 2006, frente a sólo un 18,3% que han percibido un empeoramiento.

Alojamiento urbano Valoración empresarial Semana Santa 2007



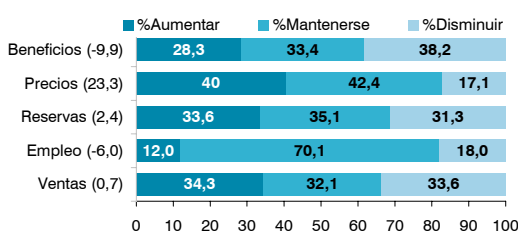
Fuente: Exceltur

## 14. Hoteles vacacionales de costa.

La actividad turística en la mayoría de los alojamientos hoteleros vacacionales ubicados en la costa en los tres primeros meses de 2007 se puede calificar como favorable en términos de afluencia, pero modesta en clave de su rentabilidad empresarial. Así el avance experimentado en el volumen de ventas para las zonas de costa del litoral mediterráneo e islas se concretó en un incremento de las pernотaciones del 4,4% en el primer trimestre de 2007 respecto a los niveles registrados en el mismo periodo de 2006 según la EOH del INE, niveles no se han trasladado a una recuperación de rentabilidades debido a un nuevo estrechamiento de los márgenes empresariales en un contexto que ha vuelto a estar condicionado y ha variado según los destinos en los que se ubican estos hoteles.

En este marco, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico empresarial de Exceltur para el primer trimestre de 2007 revelan un ligero retroceso en los niveles de confianza empresarial entre los gestores de establecimientos hoteleros vacacionales de costa respecto a los experimentados en los tres últimos trimestres de 2006. En este sentido, el Índice de Confianza Turístico Empresarial se sigue situando en valores positivos debido a una esperada mejora de la actividad para los meses de abril, mayo y junio de 2007, que esta vez sí que se piensa que pueda plasmarse de manera positiva en términos de beneficios empresariales, según la opinión de los profesionales del subsector hotelero de costa.

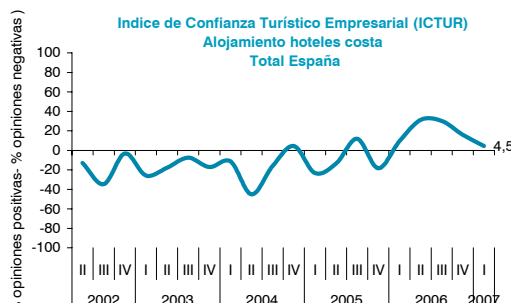
Hoteles de Costa Opiniones empresariales I Tr 2007



Fuente: EXCELTUR.

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

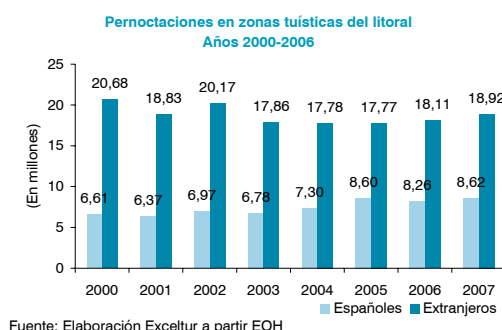
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) Alojamiento hoteles costa Total España



Fuente: EXCELTUR

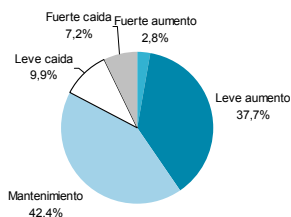
Tal y cómo se deriva de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la opinión sobre la evolución de las ventas en este primer trimestre de 2007 es muy heterogénea por categorías, destinos y empresas, aunque sigue siendo mayoritario el porcentaje de profesionales que han percibido un mantenimiento ó aumento de sus ventas en los tres primeros meses de 2007, en un trimestre, que excepto para Canarias que estaba en lo que se ha venido asociando como su temporada alta, tiene poco peso en el conjunto del año turístico. En concreto, el 34,3% de los gestores de establecimientos hoteleros del conjunto de destinos costeros españoles percibieron un incremento de sus ventas en los tres primeros meses de 2007, mientras que el 32,1% de los mismos percibieron un estancamiento.

Como ya hemos señalado anteriormente, estos resultados han venido fundamentalmente explicados de nuevo por la sostenida fortaleza de la demanda nacional y un mayor empuje de la extranjera, impulsada por un entorno macroeconómico internacional más favorable. Así, las pernoctaciones en las zonas turísticas del litoral mediterráneo e islas en el primer trimestre de 2007 ascendieron a 27,5 millones, observándose un crecimiento intenso de las pernoctaciones de extranjeros respecto a los niveles de los cuatro años precedentes, pero aun por debajo de los del año 2002, y un nuevo máximo en la serie de pernoctaciones de residentes españoles, superando incluso los volúmenes del primer trimestre de 2005, año en el que la Semana Santa se celebró íntegramente en el mes de marzo.



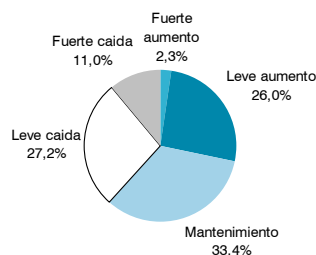
En el primer trimestre de 2007 se han vuelto a congelar las tarifas en buena parte de los alojamientos hoteleros ubicados en destinos del litoral mediterráneo y los archipiélagos canario y balear, afectando, según el 42,4% de los profesionales encuestados de este subsector, a sus márgenes empresariales provocando una caída en la rentabilidad empresarial en los hoteles vacacionales de los principales destinos turísticos españoles del segmento de sol y playa. De esta manera, el 38,2% de los gestores de estos establecimientos de alojamiento revelaban caídas interanuales en sus beneficios empresariales de los tres primeros meses del año, que el 27,2% de los encuestados califica como leve y el 11,0% como fuertes. Otro elevado porcentaje de ellos (33,4%) indicaba que los niveles de rentabilidad se mantenían en los mismo niveles que en 2006.

**Opinión empresarial sobre los precios.**  
Alojamiento de costa. IT 2007



Fuente: EXCELTUR.

**Opinión empresarial sobre los beneficios.**  
Alojamiento de costa. IT 2007

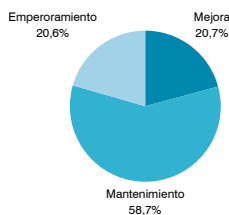


Fuente: EXCELTUR.

En cuanto a la valoración de la propia Semana Santa 2007, la tendencia ha sido similar a la del primer trimestre de este año en lo referente a la actividad de los hoteles de costa, con una cierta heterogeneidad en su rango de resultados. Así, el inicio de la primavera, que por su esperado mejor tiempo hacia presumir a priori el disfrute de estos días de vacaciones de Pascua en los destinos más cercanos a la costa peninsular del Mediterráneo, ha estado condicionado por sus desfavorables condiciones climatológicas, limitándose esos efectos negativos del mal clima en los alojamientos ubicados en las islas, ya que la decisión de viaje para esos destinos está más vinculada a la adquisición de un paquete turístico ó un vuelo con un alojamiento y en todo caso decididos y comprados con mayor antelación. De hecho, según la opinión de las grandes agencias de viajes y touroperadores de nuestro país, los destinos nacionales que han experimentado un mayor consenso en cuanto al crecimiento en su comercialización respecto a la Semana Santa de 2006 han sido las Islas Canarias y Baleares. En este sentido y en esas zonas predomina el número de profesionales que califican la Semana Santa de 2007 cómo similar a la de 2006.



**Alojamiento costa**  
**Valoración empresarial Semana Santa 2006**

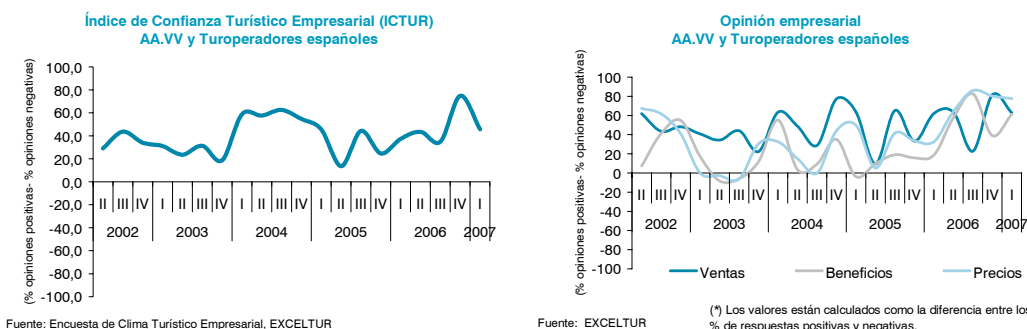


Fuente: Exceltur

## 15. Grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores.

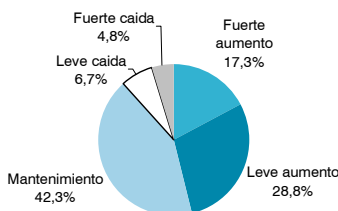
Como reiteradamente hemos venido igualmente señalando, el comienzo del año 2007 ha vuelto a ser testigo de la fortaleza y dinamismo del consumo turístico de los españoles. El incremento y convergencia de la renta media de los hogares españoles con la media europea, la homogeneización de los hábitos de consumo de servicios turísticos con las de otros países europeos, dónde el viaje tiene cada vez más peso dentro de las prioridades de gasto de las familias, junto al creciente volumen de población inmigrante en disposición de contratación de un servicio turístico y de la incorporación de nuevos estratos de la población, como la tercera edad y los más jóvenes, junto a la creciente accesibilidad a productos con precios cada día más asequibles, sustentan este ininterrumpido avance del consumo turístico de los residentes en España, que aún no se ha visto afectado sustancialmente por la elevación de los tipos de interés.

En este marco, y tal cómo anticipaban los profesionales del subsector de distribución en sus respuestas a la Encuesta de Exceltur, los avances interanuales percibidos en los niveles de ventas y rentabilidad empresarial sigue siendo mayoritario en los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles, lo que se ha concretado en este primer trimestre de 2007 en un nuevamente elevado y positivo nivel de confianza empresarial.



En concreto, el 46,2% de las grandes agencias de viajes y touroperadores españoles revelaban haber experimentado un aumento en sus niveles de ventas en el primer trimestre de 2007 respecto al mismo período de tiempo del año anterior. De hecho, sólo un 11,5% de los profesionales de sector habían observado caídas en las ventas en los tres primeros meses de 2007 en sus unidades de negocio.

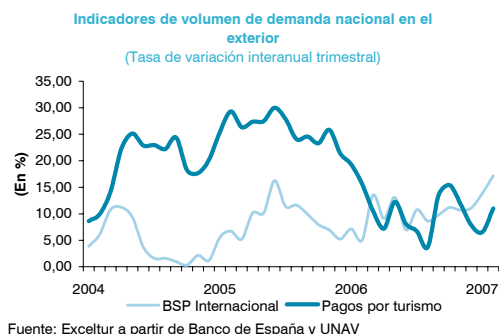
**Opinión empresarial sobre las ventas**  
**AA.VV. y Touroperadores españoles. IT 2007**



Fuente: EXCELTUR.

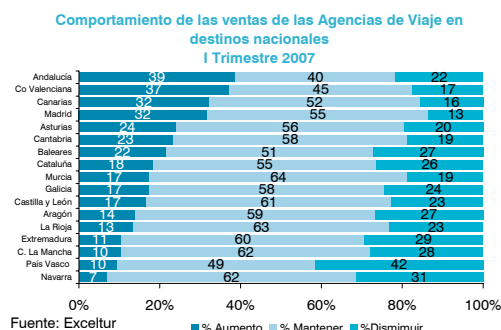
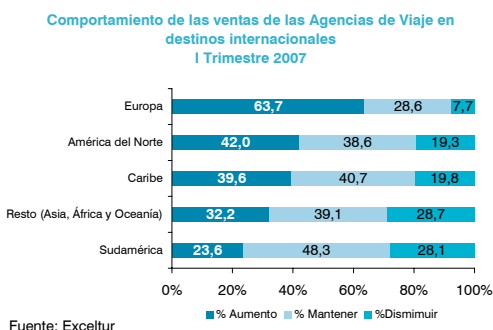
Sin perjuicio que, en general, el consumo turístico interno ha vuelto a registrar un positivo crecimiento en el arranque del año turístico 2007, han sido los viajes de los españoles fuera de España los que han experimentado una mayor aceleración en su senda de crecimiento, tras la ralentización observada en 2006,

según ponen de manifiesto tanto los resultados de nuestra Encuesta de Confianza Empresarial, como los datos de pagos por viajes al exterior que recoge tanto el Banco de España y, como por otro lado, los que se derivan de la facturación internacional del BSP.



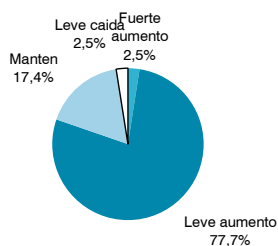
El consenso sobre el crecimiento de las ventas a destinos turísticos internacionales recogido en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur de este primer trimestre de 2007, y muy especialmente a destinos europeos y/o de larga distancia, cómo son América del Norte y el Caribe, es muy elevado, resaltándose un trimestre más los destinos turísticos europeos como los más favorecidos. Así, el 63,7% de las agencias de viajes españolas experimentaron incrementos interanuales a esa zona de mundo en el primer trimestre de 2007.

Dentro de los destinos turísticos nacionales, destaca el incremento generalizado de las ventas a Canarias en lo que aún se viene a denominar como su temporada alta y el crecimiento igualmente de la facturación a destinos peninsulares de sol y playa, cómo la Comunidad Valenciana y Andalucía, que se han visto beneficiados por las buenas condiciones climatológicas del primer trimestre de 2007 y por las reiteradas campañas de promoción interna llevadas a cabo por esos gobiernos autonómicos y dirigidas al mercado doméstico. En este sentido, este invierno, con un clima más que "primaveral", parece que se han redistribuido flujos desde los destinos de la España verde e interior más atractivos para escapadas de corta duración invernales hacia destinos vacacionales costeros más vinculados al disfrute del sol y la playa. De hecho, se observa un cierto consenso en el estancamiento ó caída de las ventas en Extremadura, Galicia, País Vasco ó Navarra.



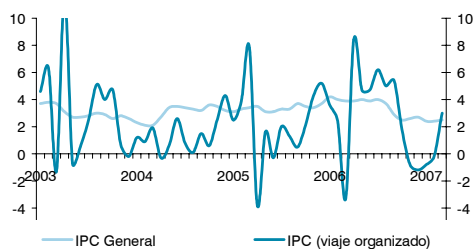
Esta mejora generalizada en los niveles de ventas de los grandes grupos emisores españoles ha coincidido a su vez con un marco de generalizado crecimiento de los precios, que ha propiciado que un elevado porcentaje de los profesionales del subsector de distribución hayan observado una mejora interanual de su rentabilidad empresarial. Así, el 77,7% de los gestores de agencias de viajes incrementaron levemente las tarifas en el primer trimestre de 2007, dato que viene, a su vez, ratificado por la evolución del IPC de Viaje organizado publicado por el INE, que experimentó un incremento medio interanual del 0,7% en los tres primeros meses del año.

Opinión empresarial sobre los precios  
Empresas españolas de AA.VV. IT 2007



Fuente: EXCELTUR.

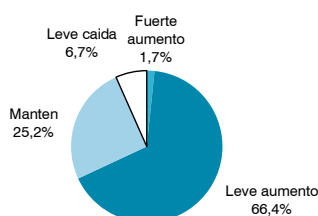
Índices de Precios calculados por el INE  
(Tasa de variación interanual)



Fuente:Elaborado por Exceltur a partir de IPC , INE

Bajo estos parámetros y según la mayoría de los empresarios cuyas opiniones recoge la Encuesta de Clima Empresarial de Exceltur, durante el primer trimestre de 2007 se registró un incremento de los beneficios empresariales en los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles, cuantificado por la mayoría de ellos como leves. En concreto, el 66,4% de esos gestores de agencias de viajes manifestaron mejoras interanuales en los beneficios en los meses de enero, febrero y marzo de 2007.

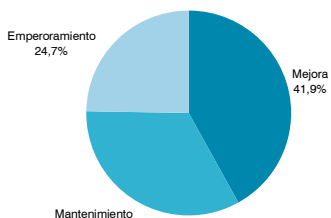
Opinión empresarial sobre los beneficios  
Empresas españolas de AA.VV. IT 2007



Fuente: EXCELTUR.

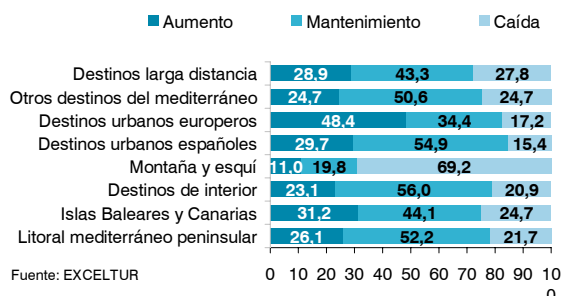
Cabe presumir que este positivo balance de inicio de año en el subsector de distribución pueda seguir manteniéndose en el segundo trimestre de 2007 según las expectativas recogidas entre los profesionales de las grandes empresas del sector en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. De hecho, la Semana Santa, celebrada prácticamente en su totalidad en el mes de abril, ha sido ya valorada como mejor que la de 2006 según el 41,9% de los gestores de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles. Ese balance de la Semana Santa ha sido más positivo en los destinos insulares, dentro de los destinos vacacionales españoles, y en los productos turísticos vinculados a visitas a otras ciudades europeas. Aún a pesar de las últimas nevadas caídas a finales de marzo y principios de abril, la venta de productos asociados al disfrute de la nieve ha experimentado un generalizado retroceso en esta Semana Santa de 2007.

Agencias de Viajes  
Valoración empresarial Semana Santa 2007



Fuente: Exceltur

Opinión empresarial sobre la venta de productos en  
la SEMANA SANTA de 2007 respecto a la de 2006

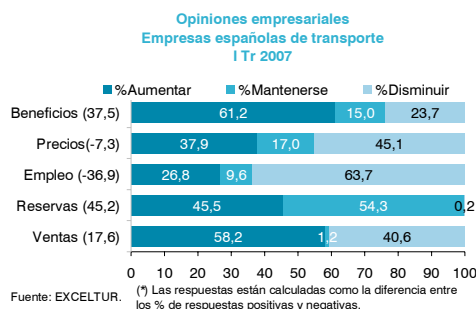


## 16. Transporte de pasajeros.

El tirón de la demanda de servicios de transporte asociada a desplazamientos turísticos, la creciente competencia en el mercado de transporte de pasajeros de la mano del ya consolidado modelo de negocio de bajo coste y la paulatina penetración del mismo concepto de negocio en el sector de "rent a car", junto a una menor presión del precio del crudo en la cuenta de resultados de las empresas del subsector de transporte de pasajeros son los principales factores que han marcado el inicio del año turístico 2007 para ese subsector.

De hecho, la fortaleza de la demanda de servicios de transporte de pasajeros se ha concretado según la opinión del 58,2% de los profesionales del subsector de transportes en un incremento interanual de sus ventas en el primer trimestre de 2007.

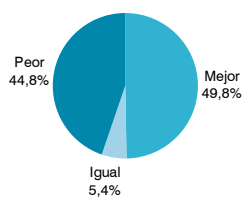
Por otro lado y en un marco de continuada y creciente competencia, un 45,1% de los gestores de las empresas de transportes de pasajeros manifiestan haber reducido levemente sus tarifas con respecto al primer trimestre de 2006. Sin perjuicio de lo anterior, y en un escenario de menor presión del coste del crudo sobre las cuentas de resultados de las empresas de transporte de pasajeros, especialmente en las líneas aéreas, el aumento observado en las ventas en el primer trimestre de 2006 se ha materializado en un paralelo y positivo avance interanual en su rentabilidad empresarial, según el 61,2% de los profesionales encuestados del estesubsector.



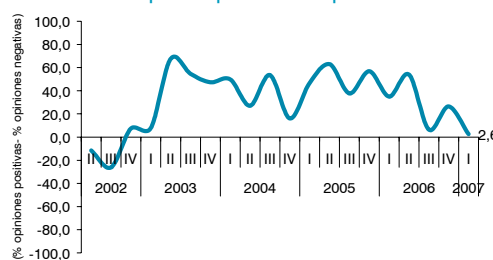
En este mismo contexto y básicamente por anticipar una continuada contención de los precios, las expectativas entre los profesionales del subsector de transporte de cara al segundo trimestre son ligeramente menos favorables. De hecho, la valoración de la Semana Santa de 2007 anticipa un modesto balance respecto a los resultados del mismo período vacacional del año anterior. En este sentido, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur de este primer trimestre de 2007, el 44,8% de los gestores de estas empresas califican como peor esa semana y el 49,8% cómo mejor que la de 2006.

Bajo estos parámetros y a pesar del intenso avance de la demanda, los niveles de confianza entre los empresarios del subsector de transporte españoles en el primer trimestre de 2007 han sufrido un notable retroceso respecto a los niveles medios observados en el año 2006. De hecho, el Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur, aún en valores positivos, se encuentra entre los niveles mínimos observados desde el año 2003.

**Transporte**  
**Valoración empresarial de la Semana Santa de 2007**  
**respecto a la de 2006**

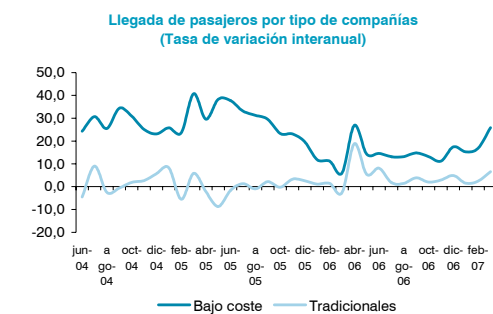


**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)**  
**Empresas españolas de transporte**



✓ **Transporte aéreo**

El incremento de la oferta de conexiones y frecuencias entre ciudades europeas muy impulsado por las aerolíneas de bajo coste, que siguen aumentando su cuota de mercado igualmente en rutas domésticas, y las nuevas líneas del tren de alta velocidad siguen acrecentando la competencia en el subsector de transporte aéreo en España. Ello está obligando a las aerolíneas tradicionales a apostar por nuevos nichos de mercados cómo las rutas de larga distancia, abandonar ó disminuir determinadas conexiones y frecuencias entre ciudades españolas, y apostar por la reducción de costes, donde las nuevas tecnologías aún ofrecen oportunidades para optimizarlos, tal como, entre otros, ocurre en el ámbito de la distribución, que se configuran como esenciales para la adaptación de estas compañías a las nuevas reglas y exigencias del mercado.

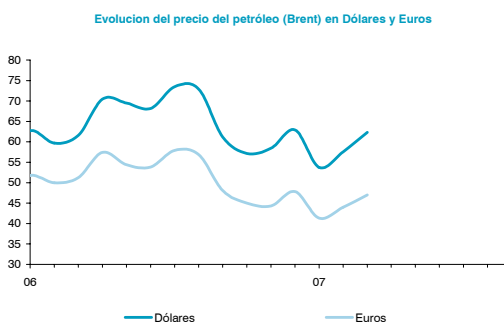


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IET

En este entorno, y ante una demanda cada vez más elástica a la variable precio, las compañías aéreas tradicionales han recurrido un trimestre más a campañas de promociones y descuentos que han elevado el número de pasajeros totales transportados de manera notable. Según datos del INE esta tendencia se materializó en un crecimiento interanual del 7,5% en los dos primeros meses de 2007 de los viajeros transportados por vía aérea en el mercado doméstico.

Esta mejora de la facturación entre las compañías aéreas tradicionales se ha traducido en un generalizado incremento de la rentabilidad ante una mejora de los coeficientes de ocupación por un lado, según datos de la Asociación de Aerolíneas Europeas y en un marco donde las aerolíneas han percibido una notable desaceleración del coste del queroseno y la apreciación del euro respecto al dólar, que ha favorecido una mejora de sus márgenes y, por ende, de sus cuentas de resultados.

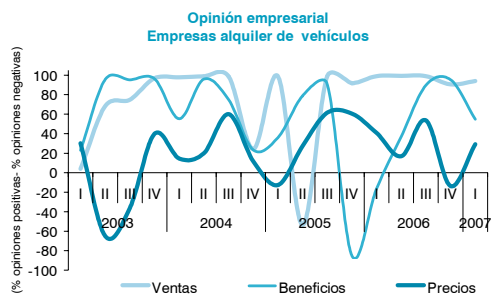
De hecho, el precio del barril de Brent, que se situó en los tres primeros meses de 2007 en niveles superiores a los 60 \$/barril, debido a las recientes tensiones en Oriente Próximo, se mantiene en niveles inferiores a los máximos marcados en la serie superiores a los 70\$ en el verano de 2006. En este sentido, IATA ((Asociación de Aerolíneas Internacionales), que en abril de 2007 maneja para el conjunto del año un precio medio del barril de 75,9\$ estima una reducción de 1.000 millones de dólares en los costes relacionados con el queroseno para el conjunto del sector aéreo internacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de Ecowin

#### ✓ Alquiler de Vehículos.

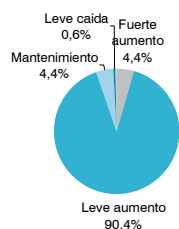
El devenir de la actividad entre las empresas de alquiler de vehículos en el primer trimestre de 2007 se ha visto de nuevo favorecido por la fortaleza de la demanda de viajes turísticos de los españoles y del constante incremento de viajes organizados de manera independiente tanto como por extranjeros cómo por residentes, con mayor propensión a contratar el medio de transporte una vez llegado al destino, y el crecimiento del turismo de negocios. En este sentido, el incremento de las ventas y la percepción de una mayor rentabilidad empresarial ha sido generalizado entre las empresas de ese subsector según recoge los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial relativa al primer trimestre de 2007.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

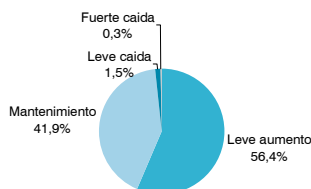
En concreto, el consenso entre los gestores de las empresas de alquiler de vehículos sobre el incremento de sus ventas fue generalizado, cuantificando la mayoría de los profesionales del subsector (90,4%) este crecimiento como leve. A pesar de ser otro mercado muy competitivo, donde las tarifas se han congelado o incrementado ligeramente, el leve avance observado en sus ventas se ha traducido en un incremento percibido del beneficio empresarial por un 56,4% de las empresas del sector.

Opinión empresarial sobre las ventas  
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IT 2007



Fuente: EXCELTUR.

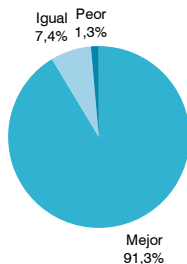
Opinión empresarial sobre los beneficios  
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IT 2007



Fuente: EXCELTUR.

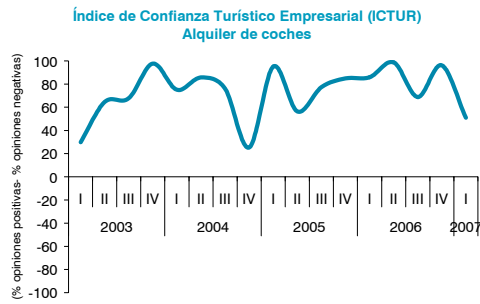
En línea con el positivo balance de la actividad turística en España en esta última Semana Santa de 2007, la valoración de la misma por parte de los gestores de las empresas de alquiler de vehículos españolas es a su vez mayoritariamente positiva, de hecho, sólo el 1,3% de los empresarios encuestados han manifestado un peor comportamiento de la actividad en los días de pascua respecto a la misma semana en el año 2006.

Alquiler de vehículos  
Valoración empresarial de la Semana Santa de 2007  
respecto a la de 2006



Fuente: Exceltur

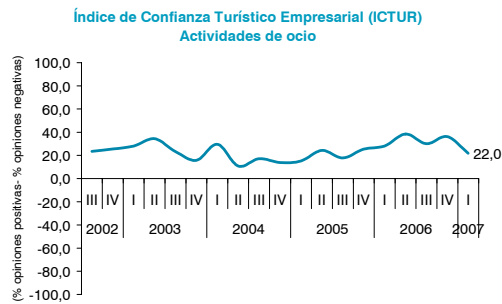
Con este primer avance de la más que presumible evolución de la actividad en el segundo trimestre de 2007, la confianza entre los profesionales del subsector de alquiler de vehículos aún manteniéndose en niveles muy positivos ha retrocedido ligeramente respecto al excepcional clima que imperó a lo largo del año turístico 2006, debido básicamente a la creciente competencia que dreña ligeramente las expectativas del segundo trimestre en cuánto al crecimiento de sus ventas.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

## 17. Ocio

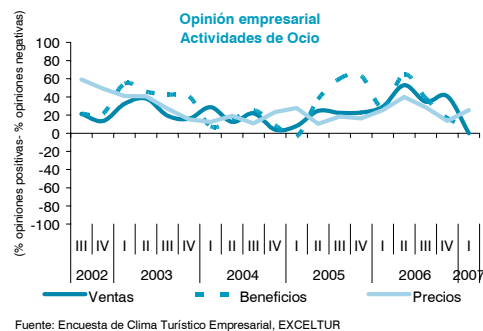
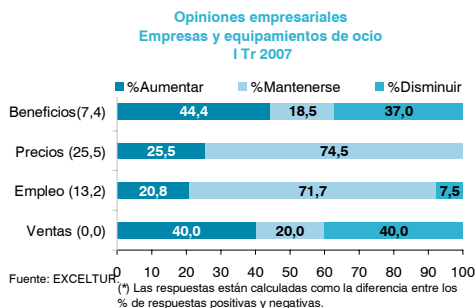
Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR para el primer trimestre y la Semana Santa de 2007, el devenir de la actividad relacionada con el disfrute del ocio se ha mantenido en una senda positiva en este comienzo de año. Sí bien, el segmento de turismo cultural y el de golf experimentaron en los tres primeros meses de 2007 incrementos en sus ventas y en sus márgenes, las estaciones de esquí y los parques de ocio han sufrido una desfavorable temporada debido a las desfavorables condiciones climatológicas. Así, el ICTUR (indicador que resume la evolución de la Confianza Empresarial) para el conjunto de las empresas de actividades de ocio se ha mantenido en niveles positivos aunque ligeramente menores a los registrados en el año 2006.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

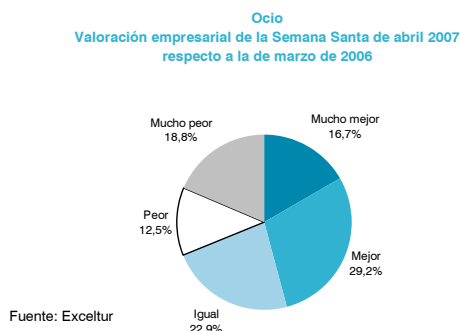
El avance de las ventas en el arranque del año turístico 2007 se ha producido para los prestadores de servicios relacionados con la cultura (museos y monumentos) y los campos de golf, respondiendo al desarrollo y el incremento de la comercialización de nuevas líneas de productos como los circuitos culturales, gastronómicos, turismo activo y deportivo, en respuesta a las nuevas preferencias del consumidor actual, dónde este tipo de actividades tienen cada vez mayor peso, ó incluso llegan a ser el motivo principal de sus viajes y excursiones turísticas. Mientras, los parques de ocio y las estaciones de esquí han experimentado una caída en relación con los niveles del pasado año.

En concreto, la facturación en enero, febrero y marzo de 2007 en este tipo de instituciones y equipamientos relacionados con el ocio creció en el 40,0% de las mismas, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. En un marco de un leve estancamiento generalizado de las tarifas, este avance de las ventas se ha concretado en la mejora de los beneficios empresariales según el 44,4% de los profesionales del subsector, ascendería a un 61,1% si excluyéramos a las estaciones de esquí.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

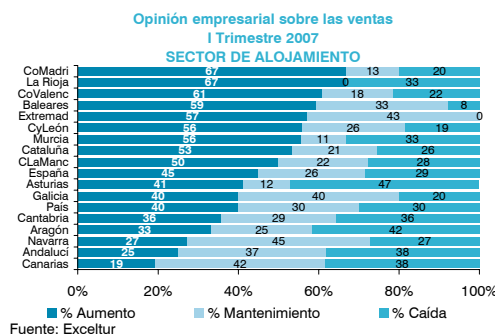
La valoración empresarial de la Semana Santa de 2007 por parte de estos mismos gestores de empresas relacionadas con el disfrute del ocio ha sido sin embargo heterogénea en los diferentes subsectores que, a su vez, conforman las diversas actividades del ocio. Así, las estaciones de esquí han compensado parte de las pérdidas del primer trimestre de 2007 favorecidas por las últimas nieves caídas en el comienzo de la primavera de 2007, que ha permitido un cierre algo más tardío de las estaciones. Estas condiciones climatológicas han afectado negativamente, sin embargo, a la actividad de los parques temáticos abiertos en esta fecha y de los campos de golf. Por su parte, el comportamiento de las visitas a museos y monumentos se siguió comportando positivamente en los días de pascua de 2007.



## A.5. Claves por destinos

**18.** Los resultados que se derivan de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur relativos a los tres primeros meses del año 2007 ponen de manifiesto un positivo inicio de año en los destinos turísticos nacionales urbanos y la mayoría de los de la España verde e interior y un disímil balance del primer trimestre en los destinos de sol y playa, favorable en general en términos de facturación, pero más heterogéneo en clave de la rentabilidad percibida.

La evolución de la demanda en términos de afluencia y en prácticamente todos los destinos españoles ha sido positiva en el primer trimestre de 2007 respecto a los niveles observados en 2006, según ponen de manifiesto las pernoctaciones de la EOH del INE y corroboran las opiniones empresariales recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.



En concreto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE las pernoctaciones hoteleras en los destinos de la España Verde urbanos y de Interior han registrado en el primer trimestre de 2007 crecimientos interanuales positivos, con la excepción de Aragón que se ha visto muy perjudicada por la desfavorable temporada de esquí. En este sentido, destaca el avance de la demanda observado en Asturias, Castilla La Mancha y Castilla y León, con crecimientos interanuales cercanos o superiores al 10,0%.

Por otro lado, se prolonga la tendencia de un crecimiento sostenido de la demanda de servicios hoteleros en Madrid, cuya acertada diversificación y reposicionamiento como destino turístico internacional de ocio y negocio, junto a la continua apertura de nuevas conexiones aéreas, han impulsado el crecimiento de las pernoctaciones de extranjeros un 18,1% en este primer trimestre de 2007.

Dentro de los destinos del litoral, destaca el buen arranque de año en la Región de Murcia que de la mano de un intenso avance de la demanda española ha registrado ritmos de crecimiento en las pernoctaciones hoteleras del 10,3%. Por otro lado, el crecimiento de la demanda de servicios hoteleros del 5,0% en la considerada temporada alta de Canarias y en un contexto de enfriamiento de las tarifas, no se ha trasladado, sin embargo, en incrementos de beneficios percibidos por los empresarios hoteleros de las islas.

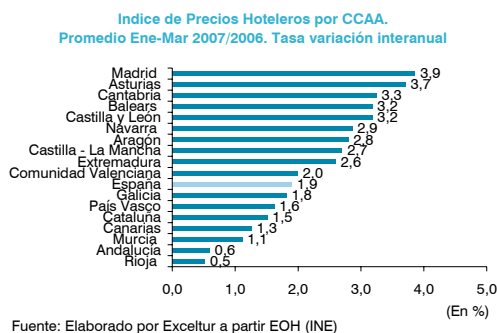




Según las respuestas recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur del primer trimestre y Semana Santa de 2007, el consenso sobre el crecimiento de las ventas es muy elevado en Madrid. Dentro de los destinos vacacionales del litoral sobresale el generalizado incremento interanual de la facturación en la Región de Murcia, Baleares y particularmente de la Comunidad Valenciana, que en este primer trimestre ha visto impulsados sus niveles de confianza entre los empresarios hoteleros por el notable impulso y consolidación de imagen turística que ha experimentado, entre otros, la ciudad de Valencia, dada la celebración de la América's Cup.

En las comunidades autónomas de la España Verde se han percibido asimismo incrementos generalizados en sus niveles de ventas. En los destinos del interior, destaca el elevado porcentaje de empresarios que en la zona del pirineo aragonés han manifestado reducciones en las ventas el primer trimestre de 2007. De hecho, según los datos de la EOH del INE las pernoctaciones en esas zonas turísticas experimentaron una caída en enero, febrero y marzo de 2007 del 16,4%, lo que supone 69 mil pernoctaciones menos que en el mismo trimestre del año anterior.

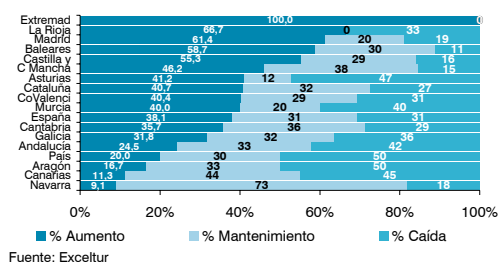
Este generalizado avance en los niveles de facturación, derivado de mayores pernoctaciones, ha posibilitado en muchos de los destinos que se han destacado como más favorecidos por la dinámica de la demanda, unas mejores condiciones de negociación de tarifas experimentando avances en sus niveles de precios por encima del modesto promedio para el conjunto de España, que se situaba en el 1,9% en el primer trimestre del año 2007 según datos de la EOH del INE, lo que favoreció la mejora percibida de la rentabilidad empresarial.



De hecho cabe destacar, en clave de los destinos urbanos que el 81,4% de los gestores de establecimientos hoteleros madrileños encuestados manifiestan haber experimentado un incremento de su rentabilidad empresarial en el primer trimestre de 2007. Asimismo resulta muy relevante destacar el elevado consenso alcanzado en cuanto se refiere al avance interanual de beneficios empresariales percibidos en Baleares, Región de Murcia y la Comunidad Valenciana, dentro de los destinos del litoral mediterráneos e islas, y los de las dos Castillas, La Rioja, Asturias y Extremadura en lo que se refiere a destinos de interior y de la España Verde.

En Andalucía y Canarias la recuperación de los precios en este primer trimestre de 2007 no ha sido sin embargo tan evidente y el avance observado en términos de ventas, no se ha traducido en una mejora interanual de los márgenes empresariales. De hecho, el 42% y el 45% de los gestores de establecimientos hoteleros andaluces y canarios, respectivamente, revelan caídas en su rentabilidad empresarial en este arranque del año 2007 en comparación con el mismo período del 2006.

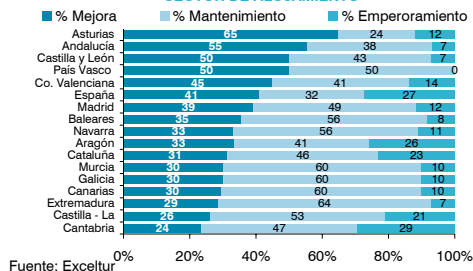
Opinión empresarial sobre los beneficios  
I Trimestre 2007  
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur

Aunque correspondiente al segundo trimestre, el avance que aquí presentamos con la valoración turística de la Semana Santa de 2007 ha sido en general muy positivo. Tras un buen comienzo de año, los destinos del norte de España y del interior han experimentado de nuevo una notable mejora respecto a la Semana Santa de 2006. Por su parte, los empresarios de los destinos del litoral mediterráneo y los dos archipiélagos manifiestan un mejor balance relativo de la semana santa de 2007 en relación a la valoración de los tres primeros meses de este mismo año 2007, como botón de muestra de las mejores expectativas que a priori se manejan para el segundo trimestre de 2007, según las opiniones recogidas por la reciente Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Opinión empresarial sobre la comparación de la SEMANA SANTA de 2007 respecto a la de 2006  
SECTOR DE ALOJAMIENTO

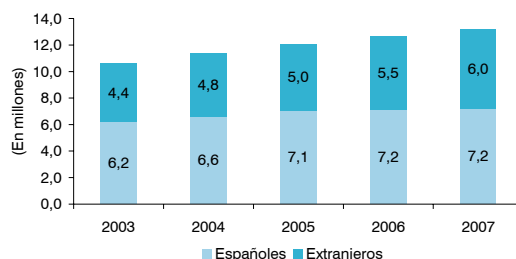


Fuente: Exceltur

19. En el marco de un positivo y prometedor arranque del año turístico para los **destinos urbanos**, beneficiados por el amplio recorrido que se observa desde el año 2006 para el turismo de negocios, el de ferias y congresos y el del segmento de “escapadas” enfocado al turismo cultural y de ocio, junto con al acertado y progresivo reposicionamiento internacional de muchas de las ciudades españolas, cuyos ejemplos más paradigmáticos en este comienzo de 2007 siguen siendo Madrid, Barcelona y Valencia, sigue apreciándose un crecimiento generalizado de la demanda en el resto de ciudades turísticas españolas, explicado en gran parte por el intenso y continuado avance de visitas de extranjeros.

De esta manera, en enero febrero y marzo de 2007, el número total de pernотaciones en hoteles de las principales capitales de provincias españolas ascendía a 13,2 millones, un 4,1% más que en el mismo período de tiempo en 2006. En este sentido, cabe resaltar que el 84,2% del avance de la demanda en los establecimientos urbanos españoles ha venido de la mano de los turistas extranjeros, en una tendencia de constante crecimiento desde el año 2003. En concreto, las pernотaciones de los extranjeros registraron un incremento interanual del 7,7% en el primer trimestre de 2007, mientras las de los españoles crecieron solo un 1,1%. Este notable crecimiento extranjero viene en gran parte explicado por la mayor accesibilidad, conexiones directas y mayor número de frecuencias entre ciudades europeas, entre ellas, de la mano de las aerolíneas de bajo coste, cómo ha sucedido con especial intensidad en los primeros meses de 2007 en Madrid.

Pernотaciones en alojamiento hotelero capitales de provincia  
Año 2003-2007

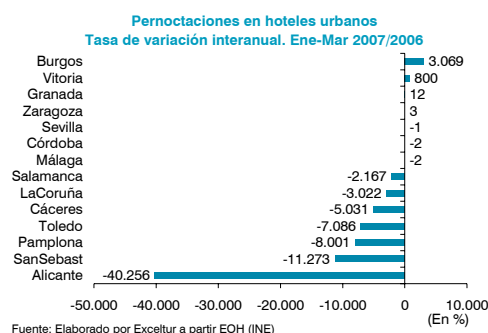
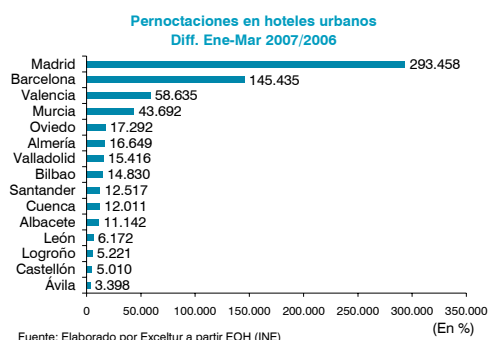


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

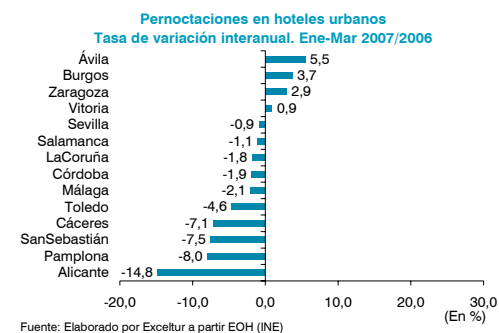
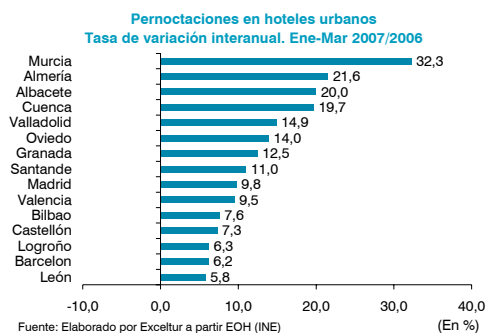
De hecho, las pernoctaciones de extranjeros en los hoteles de la capital crecieron un 18,3% en el primer trimestre de 2007, favoreciendo la tendencia de recuperación de la ocupación observada desde el año 2006, que se ha concretado en 4,3 puntos porcentuales en el primer trimestre de 2007, aún a pesar de ser un destino dónde la oferta sigue creciendo a ritmos notables, un 5,2% en los tres primeros meses de 2007.

Por otro lado el incremento de las pernoctaciones de extranjeros en Valencia fue del 21,9%, resultado en gran medida de la celebración de la Copa de América y la nueva proyección y progresiva consolidación de la imagen turística de esa ciudad como un nuevo y muy atractivo destino turístico internacional.

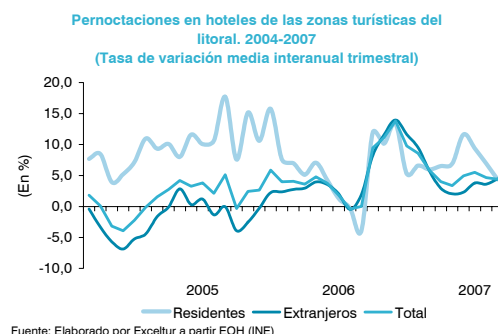
Este avance de la demanda externa junto a un modesto crecimiento de las pernoctaciones de españoles se ha traducido en Madrid y Valencia en un crecimiento de la demanda cercano al 10% en el primer trimestre de 2007. Por otro lado, la actividad turística en Barcelona también ha experimentado un buen comienzo de año 2007 de la mano de la recuperación de una parte de la demanda nacional que había perdido en el ejercicio anterior y de la renovada fortaleza de las pernoctaciones de extranjeros. Así, según datos del INE, el volumen de pernoctaciones totales en este primer trimestre de 2007 se situó un 6,2% por encima que el año anterior en la ciudad condal.



La consolidación de nuevas líneas ferroviarias de alta velocidad y la mayor accesibilidad a nuevas conexiones y frecuencias aéreas se da igualmente en el mercado doméstico. Ello está fomentando igualmente un mayor desplazamiento de españoles tanto por motivos de ocio como de trabajo entre destinos urbanos españoles. En este sentido, ciudades de tamaño medio como Murcia, Almería, Oviedo, Granada y Santander también destacan por los crecimientos porcentuales en las pernoctaciones hoteleras registrados en el primer trimestre de 2007.



**20.** A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur del primer trimestre de 2007 y la información recogida para las zonas turísticas procedente de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, **el devenir de la actividad turística ha sido dispar, aunque en promedio favorable para los distintos destinos turísticos del litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario en los primeros tres meses de 2007** gracias a la fortaleza de la demanda nacional y el avance de las pernoctaciones de extranjeros respecto a los débiles niveles observados en los tres primeros meses de 2006 que no hay que olvidar que estuvieron entonces condicionados por las desfavorables condiciones meteorológicas.



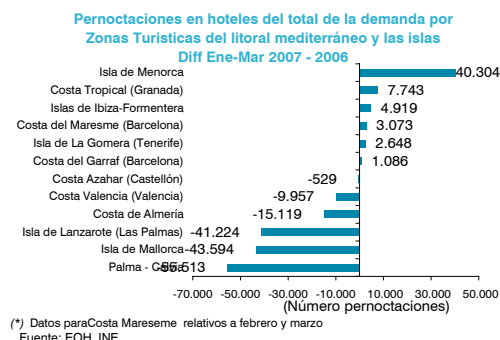
En este contexto, cabe señalar el buen comportamiento de la demanda en términos de pernoctaciones en casi todos las zonas turísticas canarias en estos primeros meses de 2007, excepto en Lanzarote que experimentó una caída de un 3,5% en sus pernoctaciones hoteleras. Cabe igualmente destacar especialmente el avance observado en Tenerife y Fuerteventura con crecimientos interanuales de sus pernoctaciones hoteleras en el primer trimestre de 2007 del 4,1% y 17,1% respectivamente, tendencia que desgraciadamente no han podido extender a sus precios.

Por otra parte también se ha registrado un razonable comienzo de año en términos de afluencia en zonas del litoral andaluz, como la Costa de la Luz gaditana y onubense y algunos destinos de la Costa del Sol, con avances interanuales en los tres primeros meses de 2007 en el volumen total de sus pernoctaciones hoteleras del 25,3%, 14,0% y 5,3%, respectivamente, y con una diferente distribución de esa mejora según diversos mercados emisores, tal cómo se verá más adelante.

Dentro de las costas catalanas, es destacable el positivo comienzo de año en la Costa Dorada, Costa Brava y Costa de Barcelona, con variaciones interanuales de las pernoctaciones de signo positivo del 19,1%, 14,7% y 6,1%, respectivamente, con respecto al primer trimestre de 2006.

En el conjunto nacional, el avance de la demanda extranjera ha sido muy favorable en la mayoría de las zonas turísticas, destacando la mayor presencia de clientes no residentes en la estructura de demanda del primer trimestre en Baleares, Canarias y Cataluña. Así, en la demanda agregada en los dos archipiélagos, el modesto comportamiento de la demanda nacional ha sido compensado por el avance observado de las pernoctaciones de los no residentes.

Las islas del archipiélago canario, en la que aún se considera como su temporada alta, han tenido comportamientos muy dispares. Los grandes destinos canarios se han visto beneficiados del intenso crecimiento de la demanda extranjera que ha compensado la caída interanual observada en el volumen de pernoctaciones de españoles, como antes señalábamos. Por lo que se refiere a las islas menores, destacan La Palma y Fuerteventura que este trimestre han experimentado un excepcional crecimiento de la demanda de servicios hoteleros, del 61,7% y 17,1%, respectivamente.

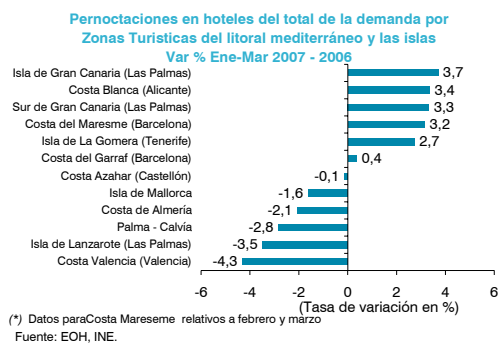


En el caso de Baleares cabe resaltar el relevante impulso experimentado por la demanda extranjera en la Isla de Mallorca, que creció un 7,6% en los tres primeros meses de 2007, compensando, cómo se apuntaba anteriormente, aunque sólo en parte, la puntual caída registrada en las pernoctaciones de españoles. Las islas de Menorca, Ibiza y Formentera han comenzado el año turístico con positivos resultados interanuales en clave del conjunto de su demanda global.

Según datos de la EOH del INE, la demanda de alojamiento en los destinos turísticos del litoral andaluz, experimenta en los tres primeros meses de 2007 un notable crecimiento, sí bien el comportamiento por mercados emisores ha sido muy heterogéneo según las zonas. Así, destaca el positivo comportamiento de la

demanda extranjera en la Costa del Sol, frente a la caída de la demanda nacional, sucediendo lo contrario en la Costa de la Luz de Huelva y Almería, dónde la demanda española registró un intenso crecimiento. La Costa de la Luz de Cádiz ha experimentado un satisfactorio inicio de año turístico 2007 en términos de ventas con importantes avances de la demanda nacional y extranjera.

Los tres primeros meses de 2007, sin embargo, no han aportado un balance demasiado positivo en los destinos de sol y playa del litoral de la provincia de Valencia, donde la desfavorable tendencia de ventas a extranjeros de la Costa de Azahar y de la Costa de Valencia, se ha visto parcialmente compensado por el intenso crecimiento de la demanda de españoles en la Costa Blanca. De hecho, el incremento interanual de las pernoctaciones hoteleras en el primer trimestre de 2007 para el conjunto de estos tres destinos de la Comunidad Valenciana se situaba en el 2,4%.

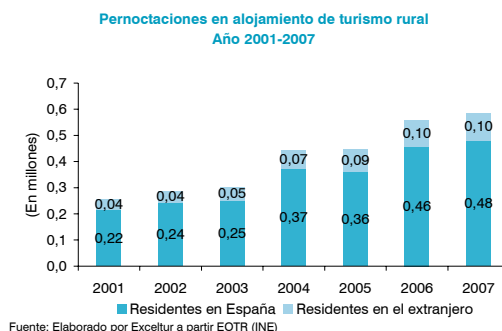


Por otro lado y en lo que concierne a Cataluña, el crecimiento de la demanda extranjera en sus zonas turísticas costeras observado en 2006 ha tenido su prolongación en los meses de enero, febrero y marzo de 2007, destacando particularmente el ritmo de crecimiento en la costa Brava y en la Costa Dorada. A este nuevo avance de la demanda de servicios hoteleros por parte de los no residentes, se le ha unido en este comienzo de 2007 el positivo devenir de las pernoctaciones de españoles en el conjunto de destinos catalanes que en el año 2006 sufrieron un notable retroceso, como es el caso de la Costa Dorada y algunos destinos del litoral cercanos a la ciudad de Barcelona.

**21.** La actividad turística vinculada al turismo Verde y de Interior mantiene en el primer trimestre de 2007 la tendencia de crecimiento de pernoctaciones de los últimos años. Tanto las opiniones del sector privado recogidas en estas comunidades autónomas, como las estadísticas del INE sobre alojamientos hoteleros y de turismo rural en estas mismas zonas, evidencian este favorable avance del turismo rural y cultural en estos destinos.

En efecto, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el primer trimestre de 2007, 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 Castilla y León, Castilla La Mancha, Asturias, Extremadura y La Rioja tanto en clave de ventas como de beneficios en el año 2007.

Por otro lado, los resultados de la Encuesta de Alojamiento Rural del INE para los dos primeros meses de 2007 corroboran a su vez un satisfactorio inicio de año turístico. En concreto, para el conjunto de alojamientos rurales, el incremento interanual de pernoctaciones en los meses de enero y febrero de 2007 fue del 4,7%.



# B. Expectativas para la primavera y el conjunto de la temporada 2007

## B.1. Escenario económico previsto para el año 2007 e implicaciones para el turismo

**10.** El escenario económico previsto para España, los países del euro y el Reino Unido durante 2007 se mantiene favorable para los viajes turísticos tras el buen comienzo del primer trimestre. Para el conjunto del año, las perspectivas de crecimiento se mantienen en niveles algo inferiores a los de 2006, aunque el consumo privado y el empleo evolucionarán más favorablemente que el crecimiento de la actividad económica. Claramente, la confianza sobre el curso de la economía se ha instalado entre los agentes en estos países, incluido España, y ello permite compensar parcialmente los efectos y las perspectivas de nuevas, aunque contenidas, alzas de los tipos de interés en Europa, mitigando así los efectos del menor dinamismo económico previsto para 2007 en la zona del euro.

Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2006-2007)										
	PIB (a)				Consumo privado (a)(b)				Tasa de Paro (c)	
	06T4	2006	07TI (e)	2007 (p)	06T4	2006	07TI (e)	2007 (p)	2006	2007 (p)
Alemania	3,7%	2,7%	3,0%	2,1%	1,8%	0,8%	0,8%	0,7%	10,8%	9,2%
España	4,0%	3,9%	3,9%	3,5%	3,4%	3,7%	3,7%	3,4%	8,5%	8,4%
Francia	2,2%	2,1%	2,2%	2,0%	2,6%	2,7%	2,4%	2,4%	9,0%	8,5%
Italia	2,8%	1,9%	2,2%	1,8%	1,7%	1,5%	1,6%	1,5%	6,8%	6,6%
Holanda	2,9%	2,9%	3,2%	2,9%	-1,9%	-1,2%	1,8%	2,2%	3,9%	3,2%
Portugal	1,7%	1,3%	1,9%	1,5%	0,7%	0,7%	1,0%	1,1%	7,7%	7,4%
Reino Unido	3,0%	2,8%	2,8%	2,6%	2,6%	1,9%	2,8%	2,4%	3,0%	3,0%
Zona Euro	3,3%	2,8%	2,8%	2,4%	2,1%	1,8%	1,8%	1,8%	7,9%	7,3%
EE UU	3,1%	3,3%	2,3%	2,3%	3,6%	3,2%	3,2%	3,1%	4,7%	4,7%
China	10,4%	10,7%	11,1%	10,0%	13,6%	13,7%	14,5%	14,1%	4,1%	4,0%
Japón	2,5%	2,2%	1,9%	2,2%	0,5%	0,9%	1,0%	1,6%	4,1%	3,9%

(a) Tasa de crecimiento interanual

(b) Ventas al por menor, en el caso de China

(c) Porcentaje de la población activa

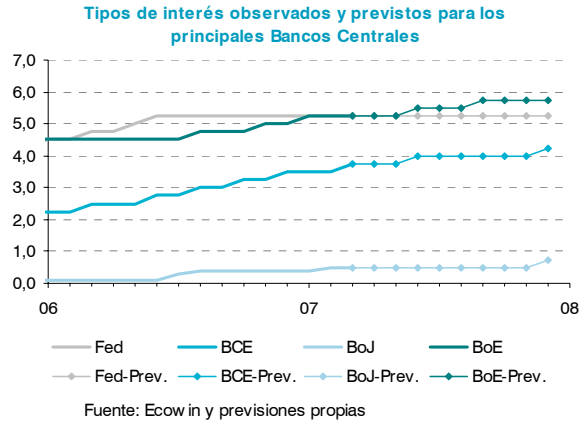
(e) Estimación; (p) Previsión

Fuente: AFI y Consensus Forecast (Abril 2007)

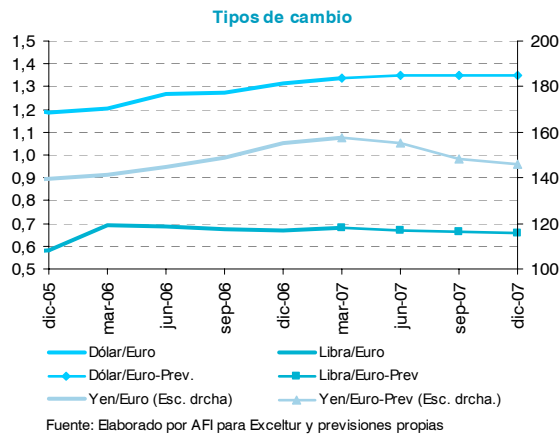
En su conjunto, España puede esperar una temporada turística similar a la de 2006, en un contexto donde el tono económico internacional es alentador, sin perjuicio de las ineludibles incertidumbres que cualquier ejercicio de prospectiva turística siempre conlleva y el inequívoco repunte de otros países competidores del Mediterráneo Oriental.

Dentro de este contexto subsisten ciertos riesgos que pueden afectar a las actividades turísticas vinculados a:

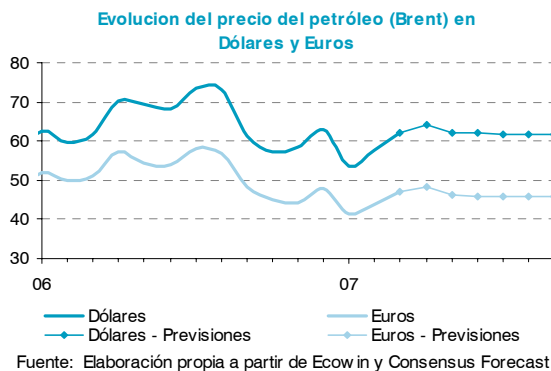
- Presiones inflacionarias asociados al crecimiento en la zona del euro y en Inglaterra, que los respectivos Bancos Centrales atajarán haciendo que crezcan algo más los tipos de interés, aunque su impacto no debiera enfriar en exceso las buenas expectativas en Europa, ni en principio afectar de manera significativa al crecimiento de las decisiones de viaje de los ciudadanos europeos.



- La presumible apreciación del euro frente al dólar limitará el atractivo para aquellos flujos turísticos procedentes de los mercados de origen dolarizados y por el contrario favorecerá en cualquier caso y desde cualquier mercado, aquellos destinos del mediterráneo y el Caribe comercializados en dólares USA. A su vez y sin perjuicio de lo anterior, la apreciación de la libra frente al euro debiera jugar a favor de los viajes de los británicos hacia destinos de la zona Euro como España.



- La evolución del precio del petróleo se puede situar algo por encima de los 62 dólares en media anual, aunque la factura para Europa se atenuará y será menos onerosa por la favorable y ya comentada evolución prevista del tipo de cambio del euro frente al dólar.



## B.2. Perspectivas macroeconómicas en los principales mercados emisores

### España

El Consenso de los analistas vaticina que la economía española mantendrá un ritmo de crecimiento real claramente superior al 3%, acompañado de aumentos aún mayores del consumo doméstico. En este contexto

cabe esperar un mantenimiento del dinamismo de los viajes de los españoles hacia destinos españoles, aunque en el primer trimestre se ha observado un mayor aumento hacia los destinos extranjeros. En este sentido a las facilidades de viaje por el acceso a precios cada vez más bajos en los medios de transporte, principalmente en el aéreo (líneas de bajo coste), se une el doble efecto que a medida que el nivel de renta aumenta el deseo de viajar fuera crece en mayor proporción, efecto que es presumible seguirá acusándose en España por el esperado crecimiento del empleo y las rentas.

### **Reino Unido**

Todo apunta a que El Reino Unido, nuestro primer mercado emisor, mostrará un crecimiento de su economía similar al de 2006 y el consumo privado crecerá más que en 2006 al tiempo que mantendrá su situación de pleno empleo, pero la confianza entre los hogares no acaba de mostrar su cara más optimista. Su demanda turística general, no obstante, se está recuperando poco a poco, pero aún es pronto para saber con mayor rigor si 2007 será un año de mayor dinamismo del turismo británico que en el pasado.

Para España, los datos de los primeros meses de 2007 en este mercado no han sido buenos. La previsión de fuertes aumentos de los tipos de interés en este país en 2007 y la apreciación de la libra no ayuda a consolidar unas buenas perspectivas turísticas para el Reino Unido en 2007, aunque el año se debiera saldar con un ligero crecimiento. Entre las pautas de comportamiento turístico de los británicos en el conjunto de destinos españoles que podrían agudizarse en 2007 se encuentra el uso progresivo de viviendas propias o gratuitas en detrimento de otras alternativas alojativas regladas, debido a la creciente adquisición de viviendas por parte de las familias británicas durante los últimos años.

El segmento de demanda más asociada a desplazamientos breves a destinos urbanos españoles en líneas aéreas de bajo coste mostrará seguramente un dinamismo muy relevante en el caso de los destinos españoles, pues las conexiones se multiplican y los turistas británicos se decantan crecientemente por estas cada vez más diversas opciones turísticas. El comportamiento británico hacia España debiera beneficiarse, a su vez, de la esperada apreciación de la Libra frente al Euro.

### **Alemania**

Los analistas vaticinan que la economía alemana crecerá algo menos que en 2007, aunque el consumo privado mantendrá el ritmo de 2006. La confianza de los agentes ha alcanzado sus máximos y el empleo se está comportando muy favorablemente. Probablemente, la evolución del PIB será más favorable de lo que las actuales previsiones contemplan a la vista de estos otros factores. Respecto al turismo, todos los indicadores sugieren que los alemanes mostrarán en 2007 una propensión a viajar y gastar en actividades turísticas al menos comparable a la de 2006.

No obstante cabe resaltar que Turquía ha recuperado con fuerza su mercado alemán en lo que va de año, lo que puede llegar a afectar a unos destinos españoles que, sin embargo han registrado un aumento significativo de sus llegadas en el primer trimestre del año. En este mercado, las alternativas recientes obligan a ser cautos, pero hay un cierto margen para esperar un desarrollo positivo a lo largo del año.

### **Francia**

Francia mantendrá en 2007 el dinamismo económico observado en 2006, aunque el consumo privado se resentirá algo pues los indicadores de confianza son menos optimistas que los alemanes y la subida de tipos de interés se verá más problemática por parte de los hogares en este país. Su demanda turística está mostrando, no obstante, cierto dinamismo. La dirigida a España se ha comportado muy bien en este comienzo del año, especialmente en destinos de interior de nuevo por el tirón de las crecientes conexiones aéreas, y cabe esperar, por lo tanto, que el futuro inmediato sea también razonablemente bueno en este mercado.

### **Italia**

La economía italiana mostrará un tono similar al de 2006, aunque moderado, si bien el desempleo disminuirá algo. Para los flujos turísticos hacia España, cuyo arranque ha sido muy bueno en llegadas, este mercado está caracterizado por continuos y acelerados cambios en los hábitos turísticos de sus ciudadanos que continuarán favoreciendo opciones alternativas a las convencionales también en 2007, acompañados de nuevos crecimientos.

### **Otros mercados**

Los restantes mercados europeos, especialmente Holanda, Portugal e Irlanda, deberían mostrar un mejor comportamiento económico que en 2006 y ello traducirse en una mayor demanda turística, de la que se debería beneficiar España. De hecho, en el caso de estos dos últimos mercados el comportamiento del primer trimestre en España ya ha sido muy positivo.



### B.3. Algunas de las claves turísticas para 2007

- Durante 2007 no dejarán de agudizarse determinadas tendencias en los viajes de los turistas. En primer lugar, las relativas a la consolidación de los vuelos de bajo coste y progresivamente en distancias cada vez más largas, lo que reviste especial importancia de cara a nuevos mercados de origen, hoy por hoy más alejados y minoritarios, pero más rentables por el mayor gasto promedio asociado a cada estancia turística.
- Por otra parte, cabe igualmente reseñar en lo que se refiere a los nuevos hábitos de los turistas, el uso de vivienda gratuita particularmente entre los turistas ingleses, el turismo de interior entre los turistas franceses o los cambios de comportamiento hacia turismo urbano y escapadas cortas entre los turistas italianos. Estas tendencias, naturalmente, son generales entre todo tipo de turistas, pero los aludidos están marcando la pauta con mayor intensidad.
- También, en el propio seno del sector, la concentración de los grandes turoperadores europeos marcará nuevos retos para los prestadores de servicios turísticos finales en los destinos vacacionales españoles, pues cabe esperar que las estrategias de TUI-First Choice y Thomas Cook-My Travel promuevan las mayores economías de escala y optimización de costes posibles para ganar en eficiencia en los destinos en los que operan.
- Tras superar el impacto del aumento de los precios del petróleo, las compañías aéreas españolas empezarán en 2007 a registrar gradualmente y en mayor medida la competencia de la entrada en servicio de nuevas líneas férreas de alta velocidad por España. Este escenario, ya muy relevante a finales de 2006, formará parte determinante de la reorganización estructural del transporte interno en España en los próximos años. De ahí que cabe esperar que a su vez su incidencia en los patrones de desplazamientos de los turistas extranjeros hacia los destinos de turismo interior en España será cada vez más importante.
- Igualmente es de destacar que algunos países del Mediterráneo Oriental y muy especialmente Turquía, principal competidor español en el segmento de sol y playa, ha comenzado 2007 dando síntomas de una potente e inequívoca recuperación. Si los condicionantes geopolíticos, que en años anteriores le fueron adversos, no cambian, las expectativas apuntan a que Turquía reciba como mínimo este año más de 21 millones de turistas, creciendo por encima del 6% con respecto a 2006.

Esta recuperación podría condicionar los ritmos de crecimiento en las llegadas de turistas en algunos de los destinos españoles más especializados en el segmento paquetizado de sol y playa, como Canarias y, en menor medida, Baleares, salvo que el propio dinamismo de la economía europea haga que se aumente el volumen total de demanda existente en ese segmento de sol y playa y se abra un mayor mercado a repartir.

De llegar a materializarse esta hipótesis de “aumento del tamaño del mercado europeo” estaría probablemente protagonizada por los mercados de origen como Alemania y otros del Este tradicionalmente más relacionados y próximos geográficamente a Turquía o Egipto.

- Finalmente, la afortunada y escasa influencia de catástrofes naturales hasta el momento, contrasta con los desgraciados acontecimientos de carácter geopolítico que se han registrado en abril en el Magreb (Argelia y Marruecos). Es de esperar que estos atentados no marquen una tendencia que, en cualquier caso, sería mala no solo para los países que los sufrieran, sino también por los recelos que crean en general.
- En paralelo al creciente proceso de globalización y diversificación que atraviesa la gran mayoría de sectores económicos en general, el sector turístico español seguirá observando en el año 2007 procesos crecientes de concentraciones y alianzas empresariales en la mayoría de sus diversos subsectores (transporte, alojamiento, distribución, etc.), protagonizados tanto por los principales grupos del propio sector, como por actores del sector financiero nacional e internacional, que están poniendo una gran atención en las oportunidades que se presentan tanto en España, como en países extranjeros, en los que la presencia de intereses turísticos españoles es ya muy considerable.

### B.4. Previsiones de Exceltur para 2007

El primer trimestre del año 2007 no ha deparado ninguna novedad significativa como para modificar el escenario de previsión que con motivo de la edición anterior de este Informe Perspectivas Turísticas Exceltur ya presentamos a finales de enero a excepción de la muy reciente revisión de la serie histórica y la metodología de cálculo de la serie de Ingresos por Turismo y Viajes que revierten a España, llevada a cabo y hecha pública en el mes de abril de 2007 por el Banco de España<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ver nota técnica en anexo.

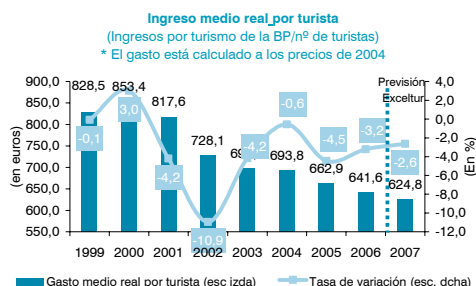
En este sentido, con el procedimiento de estimación anterior que seguía el Banco de España, los Ingresos por Turismo y viajes se situaban en niveles de 34.495 y 38.746 millones de euros en 2005 y 2006, respectivamente, datos que con la muy reciente revisión que se ha realizado con carácter retroactivo, suben y pasan a situarse en 38.558 y 40.710 millones de euros, respectivamente. Estos nuevos niveles implican que en el año 2006 este indicador creciera un 5,6% según el nuevo procedimiento frente al 0,7% que resultaba del método antiguo y consecuentemente nuestra estimación para el año 2007 de este indicador deba de recalcularse igualmente al alza hasta el 5,2% de crecimiento interanual de los ingresos en términos nominales.

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL								
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007(p)	
	%	%	%	%	%	%	%	Nº
ISTE (PIB turismo)	1,8	-0,2	1,7	2,7	3,2	3,8	3,2	
Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)	5,5	-1,9	4,4	3,8	6,0	5,6	5,2	42.837
Ingresos por turismo/ turistas (euros)	0,9	-6,1	-2,2	1,0	-0,6	1,0	1,6	707
Total llegada turistas extranjeros	4,6	4,5	6,8	2,8	6,6	4,5	3,6	80.553.916
5 principales mercados europeos	5,6	5,4	0,4	2,0	6,0	2,7	2,3	43.953.759
Pernoctaciones hoteleras	0,7	-2,7	2,5	2,9	4,6	6,2	4,2	277.812.818
Residentes en España	2,2	1,6	5,4	9,6	6,8	5,8	5,0	120.546.461
No residentes	-0,2	-5,3	0,7	-1,6	3,0	6,5	3,6	157.267.285

(p) Previsiones Exceltur

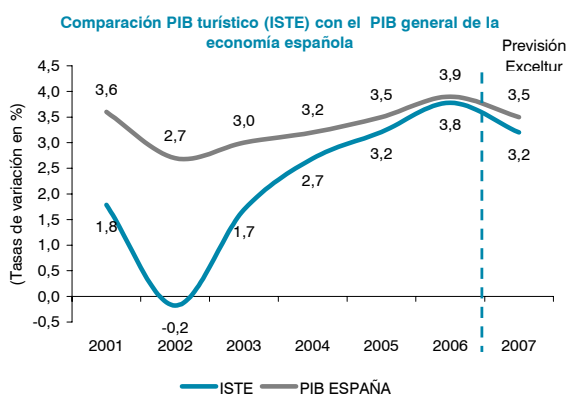
Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España

La previsión de crecimiento del 5,2% de los ingresos por turismo extranjero en términos nominales supondría cerrar el año una vez descontada la inflación prevista, con un aumento de los ingresos en términos reales del 0,9%. De ahí que dado que esperamos un aumento del 3,6% en la llegada de turistas extranjeros se generaría una nueva caída del 2,6% del ingreso real que revierte en España por cada llegada de turista extranjero.



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

Por otro lado, y tal como ya se anticipaba en el anterior Informe Perspectivas presentado el día 30 de enero de 2007, esperamos para el conjunto del año 2007 un comportamiento muy similar a 2006 pero en un contexto de un dinamismo económico en los principales mercados emisores ligeramente a la baja en 2007, particularmente en el crecimiento del consumo de las familias, y que pudiera ralentizar el ritmo de crecimiento en términos del gasto turístico que revierte en nuestro país. Bajo estas premisas, estimamos que el crecimiento económico del PIB Turístico se sitúe para el conjunto del año en el 3,2%, reflejando una cierta desaceleración respecto al cierre de 2006 (3,8%), que se deriva de las nuevas cifras del Banco de España y por tanto todavía algo inferior al avance esperado para el conjunto de la economía española (3,5%).



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

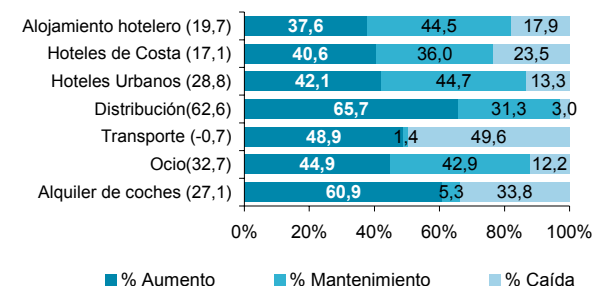
## B.5. Expectativas empresariales para el segundo trimestre de 2007

Los empresarios de los diversos subsectores de actividad que integran la cadena de valor del turismo en España se mostraban optimistas a mediados del mes de abril cuando se cerró la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur sobre el devenir de sus negocios en el segundo trimestre de 2007. Tras una Semana

Santa que, en general, se ha saldado con resultados algo mejores que la Semana Santa de 2006, la situación de reservas y la información de los principales prescriptores hacen esperar un segundo trimestre de 2007 en principio marcado por un incremento en las ventas respecto a los mismos meses de la primavera de 2006.

Los buenos resultados del primer trimestre y la confianza en que sus factores explicativos se mantengan a lo largo del segundo trimestre de 2007 hacen que los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles junto con las empresas de alquiler de coches se muestren entre los más optimistas respecto a la evolución de sus ventas. Sólo en el caso de las empresas de transporte y en cierta medida por la pérdida de cuota de mercado interior de las compañías aéreas de red, las perspectivas para ese subsector son sensiblemente menos favorables.

**Opinión empresarial  
sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS  
para el segundo trimestre de 2007**

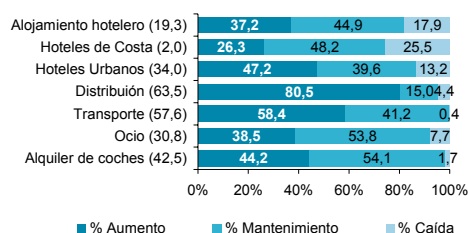


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Los empresarios esperan que el aumento en las ventas en los meses de abril a junio de 2007 se traslade a una mejora en los beneficios respecto a los mismos meses de 2006. Las mayores incertidumbres se identifican de nuevo en la hotelería vacacional de costa reiteradamente sometida a la presión a la baja de sus precios por el incremento de la competencia de destinos emergentes como Turquía, Egipto o Croacia y que a medio plazo pudiera a su vez empezar a acusar en algunos casos y en mayor medida los efectos del nuevo mapa de la distribución de viajes paquetizados en Europa, particularmente desde los dos principales mercados para España (Reino Unido y Alemania) derivada de la reciente fusión de los dos principales grupos TUI-First Choice y Thomas Cook-My Travel, que operan en ellos.

En el resto de subsectores las previsiones de incremento en los beneficios son generalizadas entre los empresarios turísticos españoles, destacando el optimismo de los grandes grupos de distribución españoles, las compañías de transporte y los hoteles urbanos.

**Opinión empresarial  
sobre la evolución de las BENEFICIOS PREVISTOS  
para el segundo trimestre de 2007**



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

# NOTA TÉCNICA

## IMPLICACIONES SOBRE LAS VALORACIONES Y ESTIMACIONES DE EXCELTUR DEL ÚLTIMO CAMBIO EN EL SISTEMA DE CÁLCULO DE LOS INGRESOS POR TURISMO DEL BANCO DE ESPAÑA:

- ◆ El Banco de España acaba de modificar su metodología de cálculo de los Ingresos por Turismo y Viajes de los extranjeros que revierten a España y se recogen en la Balanza de Pagos. Se trata del indicador que para Exceltur ha sido clave en la evaluación de la dinámica de los viajes turísticos de los extranjeros en España, por cuanto es el que mejor puede recoger los efectos económicos que generan sobre los destinos españoles.

En base a esta nueva metodología el Banco de España ha revisado y cambiado retroactivamente los datos de los años 2005 y 2006 ya presentados, llevándole a modificar el pasado 16 de abril el crecimiento del 0,7% que había ya publicado en marzo de 2007 relativo a los ingresos por turismo extranjero del año 2006, hasta una tasa del 5,6% derivado de esta nueva metodología de cálculo.

- ◆ Estos nuevos datos están más en consonancia con las valoraciones y llamadas de atención que hemos venido realizando y presentando en los últimos Informes trimestrales "Perspectivas Turísticas" publicados a lo largo del 2006. En ellos manifestábamos la aparente paradoja que los datos de ingresos turísticos del exterior no mantenían un paralelismo con la dinámica turística que otros indicadores en España y muy particularmente los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial que trimestralmente elabora Exceltur, revelaban como más positiva.
- ◆ La revisión retroactiva que ahora efectúa el Banco de España sobre la serie de Ingresos por Turismo y Viajes de los extranjeros de los años 2005 y 2006 mejora particularmente el balance turístico del año pasado 2006 en términos del mayor impacto económico del turismo extranjero, si bien no modifica, aunque si atenúa, el impacto de la tendencia de caída del ingreso real por cada llegada de turista extranjero a España, ni el estancamiento de la participación del turismo en la economía española que se viene produciendo en los últimos años y que igualmente poníamos de manifiesto en el Informe Perspectivas Número 19 presentado el 30 de enero de 2007.

En concreto, tomando en cuenta esa nueva serie de ingresos turísticos del exterior recién estimada por el Banco de España en abril de 2007, el ingreso en términos reales una vez descontada la inflación por cada turista extranjero que llegó a España habría descendido algo menos de la mitad en 2006, es decir un -3,2%, frente al -7,0% que desde EXCELTUR publicamos en enero de 2007, en base a los cálculos realizados con la metodología y serie de ingresos anteriores.

Por otro lado, en la medida en que los ingresos por turismo extranjero que recoge el Banco de España es una de las variables claves que se introducen en el procedimiento de estimación del Indicador Sintético elaborado por Exceltur que aproxima el PIB Turístico (ISTE), los cálculos que resultan de tomar la nueva serie de ingresos basados en la nueva metodología, elevan el crecimiento del PIB turístico en el 2006 a un 3,8%, frente al 3,0% que salían con la serie anterior y así publicamos para el conjunto del 2006 en el informe que EXCELTUR presentó en enero de 2007, tasa de crecimiento que se aproxima mucho más al crecimiento de la economía española que el INE ha cifrado en el 3,9% para ese mismo año.

- ◆ Con todo, aun es pronto para poder hacer una valoración más profunda de las implicaciones del reciente cambio de metodología e hipótesis en las que se ampara la nueva estimación y evolución de los ingresos por turismo extranjero calculados recientemente por el Banco de España. Para ello, es necesario esperar para analizar con detalle cómo recoge la dinámica del gasto y cuan consistente se percibe el contraste de esos datos con otros indicadores incluidos los de confianza y rentabilidad empresarial.