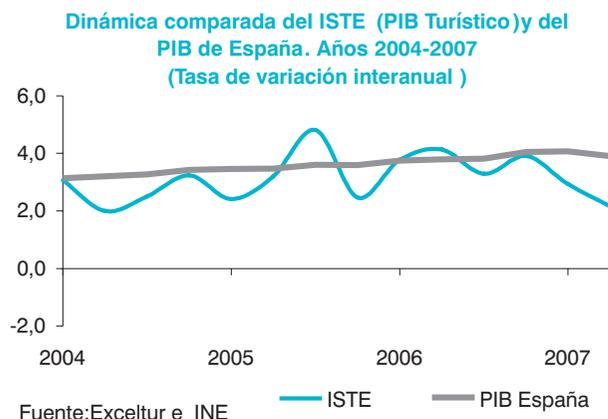


1 Claves

A. Balance del segundo trimestre de 2007

A.1. Actividad turística y resultados empresariales

1 Los meses de abril, mayor y junio de 2007 han estado marcados por una ralentización del crecimiento de la actividad turística en España. La comparación con un excelente segundo trimestre del pasado año, la cada día más notable moderación de la demanda de los turistas españoles y europeos ante una nueva subida de los tipos de interés, la mayor presión de destinos competidores tanto urbanos como vacacionales y el aumento en los precios del petróleo han afectado a los ritmos de crecimiento de la demanda turística en España durante los meses de primavera, situándoles un escalón por debajo respecto a los que se venían observando en el primer trimestre del año. En concreto, **el Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) elaborado por Exceltur creció durante los meses de abril, mayo y junio de 2007 un 1,9%, frente al 2,9% que registró en el primer trimestre del año.**



2 Tanto el crecimiento de la demanda nacional como el de la extranjera se han contraído durante los meses de este segundo trimestre de 2007, si bien las expectativas de corto plazo de uno u otro mercado anticipan un verano con unos resultados similares a los de 2006. Con los datos oficiales disponibles para los meses de abril y mayo, los indicadores que miden el volumen de demanda y el gasto de los turistas extranjeros en España son los que más han acusado la pérdida de dinamismo. Las pernoctaciones en hoteles apenas han crecido un 0,3% en abril y mayo, versus el aumento del 6,2% del primer trimestre, el total de pernoctaciones en los alojamientos reglados han llegado a caer un 0,7% y el gasto turístico extranjero total que revela la estadística Egatur se ha reducido un 3,0% en abril y mayo de 2007 respecto a los mismos meses de 2006.

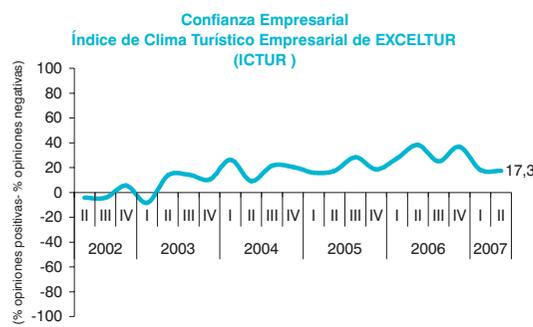
Por otra parte, la desaceleración en el caso de la demanda nacional, que en ese período no es su temporada fuerte, ha sido mucho más moderada, pasándose de un crecimiento del 3,1% en el primer trimestre de 2007 en el número de pernoctaciones hoteleras a un 2,0% en abril y mayo.

De cara al verano 2007, la demanda extranjera hacia España debería verse beneficiada por todavía unas propicias condiciones económicas esperadas para las economías europeas, mientras se espera un comportamiento del mercado español moderadamente positivo al percibirse un retraimiento en la demanda en los meses de primavera, probablemente para poder afrontar las vacaciones de verano, en un contexto de menor capacidad de compra que ya está afectando a las familias españolas.

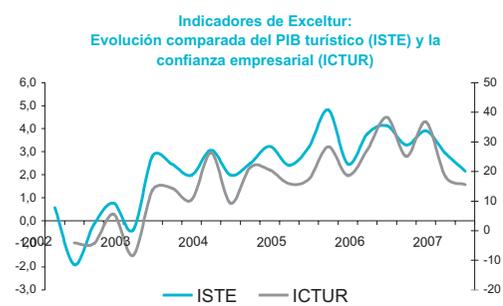
3 El menor dinamismo de la demanda se ha dejado notar en los niveles de confianza de los empresarios turísticos españoles, provocando una ligera reducción de la misma durante el segundo trimestre de 2007. El Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) se situaba en los meses de abril, mayo y junio en un valor de 17,3, algo por debajo del 18,3 que alcanzaba durante el primer trimestre. El mantenimiento de los niveles de confianza empresarial en valores positivos refleja unas expectativas moderadamente optimistas que estarían descontando un verano presumiblemente similar al del año 2006.



Claves: Balance segundo trimestre 2007
Actividad turística y resultados empresariales



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

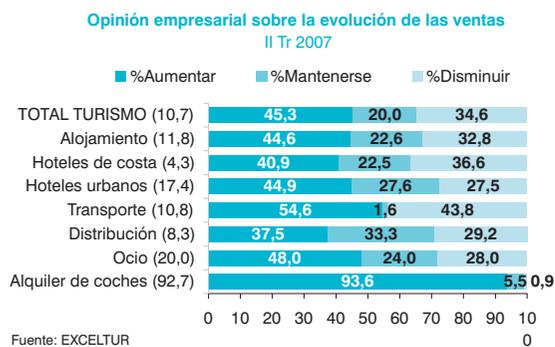


Fuente: Exceltur

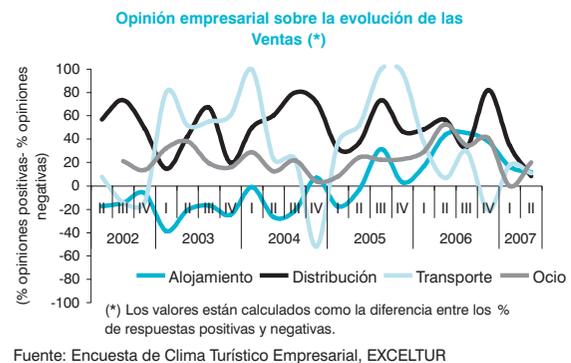
4 *La ralentización de la demanda en el segundo trimestre de 2007, se ha dejado notar en las ventas de las empresas turísticas españolas, con especial incidencia sobre los sectores afectados por un mayor grado de competencia y sobrecapacidad: las compañías aéreas y, en menor medida, los hoteles situados en la costa española.* Durante este segundo trimestre el 45,3% del total de empresas turísticas españolas manifestaban haber incrementado sus ventas respecto a los mismos meses de 2006, por un 34,6% para las que se cierra un trimestre con niveles de ventas por debajo de las del pasado año.

En todo caso, cabe señalar que la moderación en los ritmos de crecimiento de la demanda de abril-junio no ha producido una caída en las ventas durante este período en ningún subsector turístico de los que recoge la Encuesta de Clima Turístico Empresarial que trimestralmente elaboramos desde Exceltur

Aún cuando en la práctica totalidad de los subsectores contemplados en la encuesta la opinión predominante entre los empresarios turísticos era la de haber experimentado durante el segundo trimestre del año un aumento en las ventas, en todos ellos se ha producido una caída respecto a la tendencia positiva que registraban en los primeros meses de 2007. Destaca por encima de todo la reducción del indicador relativo a las ventas y ralentización del consumo turístico, particularmente de los segmentos de capacidad adquisitiva media y baja, que han acusado ya los grandes grupos de agencias de viajes españolas, achacable a los primeros efectos del encarecimiento de las hipotecas y los préstamos personales y que ha propiciado, entre otros, un clima poco propicio para la planificación de escapadas. De hecho, durante este segundo trimestre de 2007 este indicador de confianza empresarial sobre las ventas se situaba en los niveles más bajos desde que hace cinco años comenzó a elaborarse la Encuesta.



Fuente: EXCELTUR



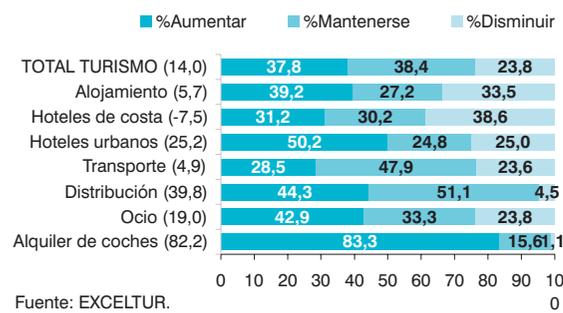
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En el otro lado de la moneda, los hoteles urbanos y, sobre todo, las compañías de alquiler de coches son los que menos se han visto afectadas gracias al buen comportamiento de los viajes de negocios y, en el caso, del "rent a car" por la demanda adicional que sigue introduciendo el crecimiento de los viajeros independientes que finalmente en múltiples casos necesitan un vehículo para desplazarse en destino.

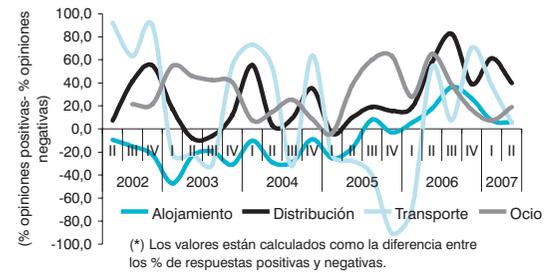
5 El peor comportamiento de las ventas no se ha trasladado con la misma intensidad a los beneficios empresariales por la estrategia de mantenimiento y leve subida de precios aplicada durante los meses del segundo trimestre de 2007, así como en algunos casos por los resultados de las políticas de contención de costes aplicadas en los últimos años y las coberturas que en el caso de la aviación han limitado los efectos del incremento de los precios del carburante. Así, *en todos los subsectores turísticos españoles, salvo en el de hoteles de costa, la opinión mayoritaria es la de haber aumentado o mantenido los niveles de beneficios en relación con los alcanzados durante el segundo trimestre de 2006, si bien dentro de una tendencia de moderación respecto al primer trimestre de 2007.*



Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios II Tr 2007



Opinión empresarial sobre la evolución de los Beneficios (*)



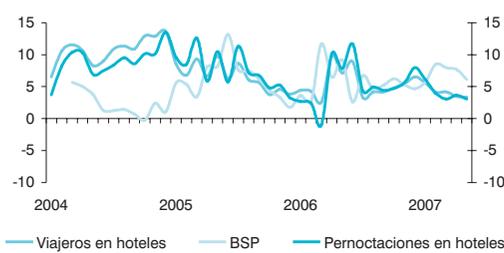
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial EXCELTUR

A.2. Demanda por mercados

Demanda nacional

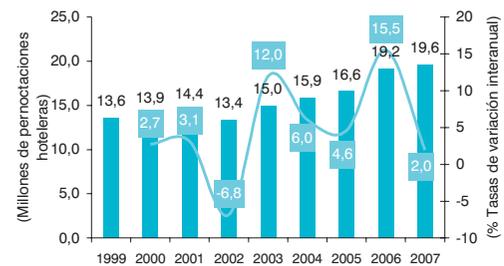
6 Los viajes y el consumo turístico de los españoles, si bien han crecido en el segundo trimestre, tal como señalábamos, comienzan a acusar los efectos de la menor renta disponible para el gasto provocado por la subida de los tipos de interés. Dentro de la moderación que lleva marcando este proceso en los últimos ejercicios, los indicadores de la demanda turística de las familias españolas han vuelto a crecer en los meses de abril y mayo, pero a un ritmo inferior a los que lo venían haciendo en el primer trimestre de 2007 y en comparación con los mismos meses del pasado año. Así, las pernoctaciones en hoteles de los españoles se han incrementado en abril y mayo un 2,0%, frente al 3,1% que registraron en el primer trimestre y el BSP lo hacía en estos meses de la primavera de 2007 un 6,4%, mientras en enero, febrero y marzo lo hacía a casi el doble (12%).

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



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

Número de pernoctaciones hoteleras de los españoles (Abril-Mayo)



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

El que los escasos y aún imprecisos indicadores turísticos oficiales disponibles para seguir la demanda nacional aún suban, revela que aún a pesar del encarecimiento de las condiciones financieras para **las familias españolas, pudieran estar pesando más sobre la demanda la incorporación de nuevos colectivos de consumidores (como los inmigrantes) con unas motivaciones muy específicas de carácter familiar, así como la progresiva consolidación de las escapadas entre los nuevos hábitos de consumo de los españoles para conocer otros lugares**, lo que se ha visto favorecido por el continuo incremento de la oferta de vuelos de compañías aéreas de bajo coste hacia Europa y hacia ciertos países de América Latina.

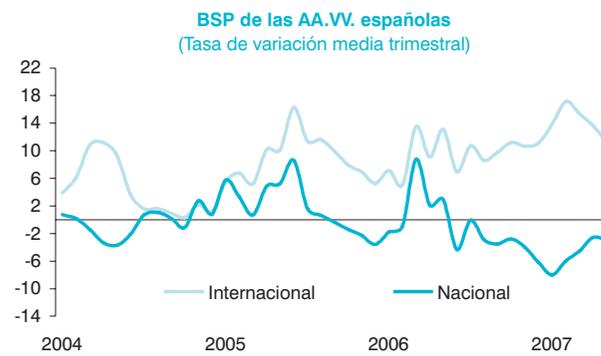
De hecho, en estos meses del segundo trimestre de 2007 se ha vuelto a producir una mayor propensión del mercado español a viajar al exterior, mientras se han seguido reduciendo los viajes dentro de España, tal y como viene sucediendo desde mediados de 2006. Esto es lo que se deriva tanto de las primeras explotaciones de la nueva encuesta Familitur, que refleja una caída de los viajes interiores de los españoles hasta abril, como de la información de las pernoctaciones hoteleras en España y del BSP (liquidación del billete aéreo) de las agencias de viajes durante los meses de abril y mayo de 2007. Durante este período, el BSP de los vuelos nacionales se ha reducido un 2,1%, mientras el de vuelos internacionales se ha elevado un 11,2%, según los datos de IATA.

El contraste de la información del BSP con los datos del INE sobre pasajeros transportados hasta mayo, que crece un 8,2%, matiza la caída de los viajes interiores de los españoles y plantea la hipótesis que lo que puede estar sucediendo es un desplazamiento de tráficos aéreos hacia las compañías aéreas de bajo coste que no liquidan el BSP en IATA y que son, por otra parte, las que más están aumentando su oferta y a precios más bajos, ampliando el número de conexiones, entre otros, desde los aeropuertos con el mayor potencial emisor, por ejemplo, Barajas en Madrid y El Prat en Barcelona.



Claves: Balance segundo trimestre 2007

Demanda por mercados



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IATA

En términos geográficos, la demanda de los españoles a hoteles de las zonas del litoral se han comportado de manera más dinámica que la dirigida a los principales destinos urbanos, si bien en estos últimos, buena parte de la demanda española tiene un alto componente de viajes de negocios por lo que con la imprecisa información hoy por hoy disponible es muy difícil conocer con detalle el desglose y la evolución de la demanda interna más lúdica y de ocio hacia las ciudades españolas.



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

Quizás la novedad de este segundo trimestre de 2007 es que a pesar de que la desaceleración del consumo turístico de los españoles se mantiene dentro de una senda de moderación que ha venido observándose desde los dos últimos años, en este período algunos indicadores han comenzado a alertar sobre su más que probable intensificación en los próximos meses, coincidente, a su vez, con algunas señales del mercado percibidas por el subsector de las agencias de viajes españolas.

Todo parece indicar que los crecientes efectos del encarecimiento de las cuotas mensuales de los préstamos hipotecarios y/o personales contraídos por las familias están teniendo una progresiva incidencia a la hora de tomar la decisión de viajar, así como la cuantía asignada al total del viaje. Los efectos se acusan más en aquellos grupos de población de menor renta y que primaban destinos nacionales, que han limitado de hecho sus escapadas durante el segundo trimestre, presumiblemente - aunque está por demostrarse - con el objetivo de reservar unos ahorros y poder viajar en los próximos meses de verano. Esta evolución estaría en consonancia con la de otros indicadores de gasto de las familias españolas como la matriculación de vehículos que durante el segundo trimestre del año se han reducido en los de gama media y baja, acorde con un deterioro de los niveles de confianza de los consumidores españoles.



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



En todo caso la importancia que actualmente ostenta la demanda española entre los resultados de las empresas y los destinos turísticos españoles requiere disponer al mismo nivel que el que rige para los extranjeros de un sistema de seguimiento de hábitos de comportamiento y niveles de gasto. Los agentes turísticos españoles no pueden seguir tomando decisiones sobre su principal mercado, el nacional, con un sistema que al día de hoy no es capaz de aportar la información relevante para aproximar con mayor rigor y detalle su comportamiento turístico.

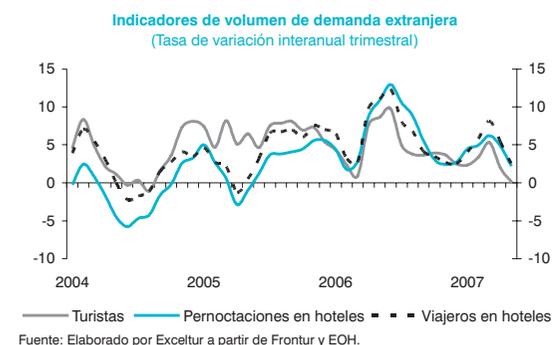
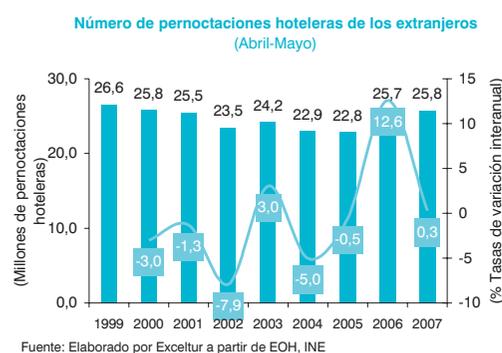
Dado el peso cada día más determinante que representa el mercado nacional para los resultados de las empresas y destinos turísticos españoles y la arraigada propensión de los españoles a tomar sus decisiones de vacaciones en el último momento, estos próximos meses deberían ser testigos de una progresiva intensificación en las campañas de marketing y promoción públicas y privadas hacia el mercado nacional que sirviera para frenar la desaceleración de esa importante cuota de demanda, así como contener la mayor propensión a viajar fuera de España, utilizando las crecientes facilidades aéreas de las compañías de bajo coste esencialmente centradas en rutas al exterior.

Demanda extranjera

7 En los meses de abril y mayo de 2007 se ha producido igualmente una ralentización en los indicadores de volumen que miden la demanda extranjera hacia España. Todo parece apuntar, sin embargo, que se trata más del efecto coyuntural de su comparación con un extraordinario segundo trimestre de 2006 que de una tendencia consolidada, ya que tanto las previsiones sobre el comportamiento del consumo de las familias europeas como los volúmenes de reservas hacia España se mantienen en niveles aceptables para el verano, como muestran las reservas previstas para los meses de julio y agosto. En todo caso, durante abril y mayo de 2007 se alcanzaron 25,8 millones de pernoctaciones en hoteles (un 0,3% más que en el mismo período de 2006), lo que supone recuperar niveles que no se registraban desde el año 2000, aunque con una capacidad instalada de alojamiento notablemente superior a la de ese año.

Una tendencia que vuelve a manifestarse durante esos últimos meses y que debería ser objeto de una mayor reflexión es **el modelo de mayor rotación de turistas** al que parece que nos vemos acelerada e inequívocamente cada vez más abocados para poder mantener las mismas estancias. Sirva como muestra que las pernoctaciones en hoteles de esta primavera de 2007 se ha alcanzado a partir de 6,6 millones de usuarios de hoteles y de 10,2 millones de turistas extranjeros, mientras en el año 2000 sólo eran necesarios 5,8 millones de clientes en hoteles y 8,3 millones de llegadas de turistas extranjeros para alcanzar los mismos resultados.

Como reiteradamente venimos señalando desde Exceltur, España requiere de una nueva estrategia más decidida por ampliar y diversificar su oferta con el mayor nivel de atributos y experiencias posibles, que potencie sus atractivos diferenciales, alargue las estancias y/o eleve la derrama y los efectos multiplicadores locales de los turistas nacionales y extranjeros que nos visitan. De no conseguirse, el desplazamiento hacia un modelo turístico de mayor rotación que el actual implicará la necesidad de incrementar las inversiones en las diversas infraestructuras, entre ellas las de transporte, para responder a un mayor volumen de viajes, a la vez que encarece los costes operativos de las empresas.



Una de las razones que se han mencionado en el segundo trimestre de 2007 como posible causa adicional para esta desaceleración de los viajes hacia España desde algunos países del centro y norte de Europa ha sido las buenas condiciones climatológicas de las que han disfrutado durante la primavera, lo que habría desalentado la salida vinculada a motivaciones puramente climáticas, pilar fundamental del posicionamiento competitivo español de los destinos de sol y playa.

Si bien no se puede establecer una relación directa entre las condiciones meteorológicas de esta primavera de 2007 en los países de origen con los efectos del cambio climático, para el sector turístico español es cada vez más determinante

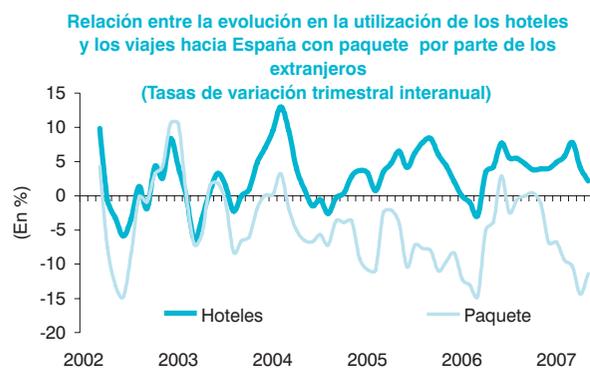


Claves: Balance segundo trimestre 2007

Demanda por mercados

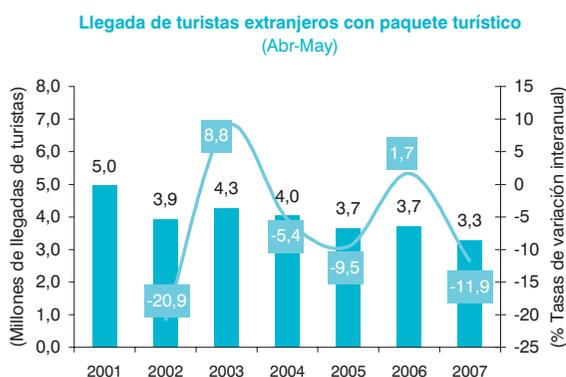
disponer, sin alarmismos ni catastrofismos, del mejor conocimiento sobre sus implicaciones, a la vez que diseñar una estrategia clara, consensuada y acorde con su posición de primer sector de la economía española frente a lo que es un reto global, que va a marcar la agenda mundial en los próximos años.

8 Si bien en 2006 los destinos turísticos españoles especializados en el producto paquetizado de sol y playa indirectamente se favorecieron de la inseguridad geopolítica percibida en algunos destinos del mediterráneo oriental, **en lo que llevamos de 2007 el crecimiento de la demanda hacia Turquía (un 16,3% hasta abril) y Egipto (un 14,2%) se produce en paralelo a la reducción en el ritmo de crecimiento de la demanda extranjera en los establecimientos hoteleros en las costas españolas.** En este sentido, todavía es pronto para valorar los efectos y connotaciones que los recientes atentados en Yemen y Argelia pudieran provocar sobre la percepción de seguridad en otros destinos turísticos del Mediterráneo Oriental y Norte de África y como pueden acabar afectando a la compra de viajes por parte de los europeos hacia los dos principales competidores de España en ese área, Turquía y Egipto, pero sin duda pudiera ser una de las claves que marcará los resultados del verano de 2007 en relación con el comportamiento final del turismo extranjero en los destinos mediterráneos españoles, Baleares y Canarias.



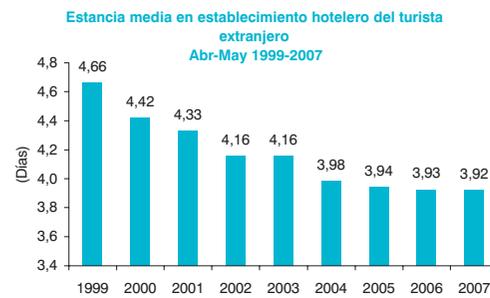
Fuente: EXCELTUR a partir de la información de Frontur, IET.

De nuevo en este segundo trimestre se siguen acentuando los cambios en las formas de viajar y en los hábitos del turista europeo. A la reiteradamente mencionada pérdida de importancia del paquete (en abril y mayo ha vuelto a caer en España un 11,9% interanual) y el exponencial aumento de los viajes independientes (han crecido un 2,8% hasta alcanzar un 67,6% del total de llegadas de turistas extranjeros), donde la accesibilidad aérea en compañías de bajo coste sigue jugando un papel clave en cuanto a asegurar una mayor afluencia (el número de pasajeros llegados por esa vía se incrementó en estos meses de primavera un 20,5%), se une un aumento de los viajes temáticos donde se observa un notable crecimiento en el número y resultados de touroperadores europeos de pequeño y mediano tamaño especializados en nichos de mercado, mientras pierden cuota de mercado los grandes touroperadores especializados en los productos de sol y playa más indiferenciados. Cabe destacar que todavía no se han dejado notar los efectos de las recientes fusiones de los dos principales grupos de touroperadores europeos, que muy probablemente se acusarán más intensamente a partir de la temporada de invierno de 2007 y, sobre todo, durante el año 2008 principalmente en los diversos destinos insulares españoles.



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

Condicionada por estas tendencias, la estancia media de los turistas extranjeros en los hoteles españoles ha continuado cayendo en abril y mayo, si bien a ritmos más moderados que los experimentados en el período 1999-2005.



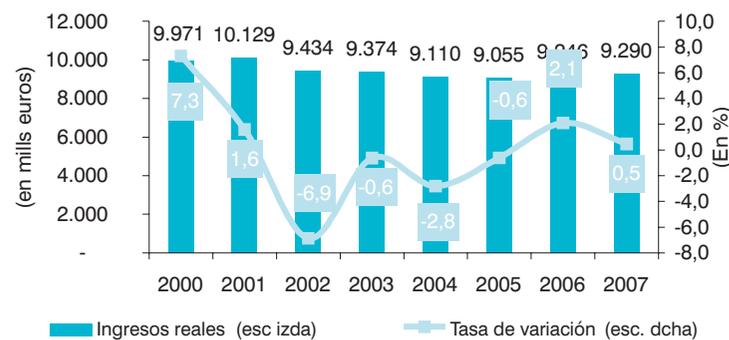
Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE



Fuente: Exceltur a partir de EOH (INE)

9 Los indicadores oficiales disponibles para seguir la evolución de los ingresos reales para España del turismo extranjero durante el segundo trimestre de 2007 apuntan una nueva caída, tras un primer trimestre marcado por un crecimiento del 1,6%. La desaceleración tanto de la afluencia de turistas como, especialmente, de aquellos con el perfil de mayor gasto que son los que utilizan alojamientos reglados, junto con la ya mencionada caída de la estancia, se encuentran detrás de esta desfavorable evolución en los meses de primavera de los ingresos turísticos del exterior.

Ingresos reales de la Balanza de Pagos
Ene-abr 2000-2007



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

La estimación de ingresos turísticos del Banco de España relativos al primer cuatrimestre de 2007 con el nuevo método introducido en el mes de abril, sitúan **el aumento de los ingresos por turismo en términos reales deflactados (con los precios de la rúbrica de turismo del IPC) en el 0,5%**, tras haber registrado un aumento nominal en este mismo período del 4,8%. Tras este incierto comienzo de 2007, todo apunta a una evolución más desfavorable durante los meses siguientes de este primer semestre de 2007.

En este sentido, los datos para los meses de abril y mayo de Egatur y de todo el resto de indicadores de volumen en los que esencialmente se basa el Banco de España para proyectar los ingresos dentro de su nueva metodología de estimación apuntan a una nueva caída en este segundo trimestre. De hecho, el gasto total de los extranjeros publicado por Egatur (donde como siempre hemos puesto de manifiesto, se incluyen además del gasto en destino, los gastos en origen) cayó en los meses de abril y mayo un 3,0% nominal, lo que supone una elevación de la caída en términos reales hasta el 7,0% al deflactarlo con el IPC de turismo.

En el anterior número del Informe Perspectivas, correspondiente al primer trimestre de 2007, comentábamos que todavía es pronto y se necesita una mayor serie temporal para poder valorar de una manera más comprometida en qué medida la nueva metodología utilizada por el Banco de España recoge mejor la evolución de los ingresos por turismo extranjero respecto a la aplicada en 2006. No obstante, a priori resulta difícil de entender que la mayor parte de variables en las que el Banco de España se basa y trata de buscar una correlación que sustente el nuevo método de estimación sean de mera afluencia y que la única fuente de información real y directa del gasto, que es la que mejor debiera recoger su evolución, como es la encuesta Egatur que se hace directamente a los turistas extranjeros solo pese un 13,2% en el total de la fórmula de cálculo y de estimación actualmente utilizada por el Banco de España.

En este sentido, no cabe más que seguir recalando que **el sector turístico necesita más que nunca una encuesta de gasto turístico de los extranjeros en destino del mayor nivel de fiabilidad que permita conocer los ingresos que revierten a España, a la vez que sus hábitos de comportamiento y que sea una referencia para todos aquellos actores públicos y privados que estén interesados en mejorar sus estrategias de marketing y de medición de la evolución del impacto económico que representa el turismo** a nivel local. Si esto se consigue, se podrán evitar las posibles



Claves: Balance segundo trimestre 2007

Demanda por mercados

contradicciones que, como ya vuelve a suceder en 2007, genera el disponer de dos fuentes oficiales muy similares, como la encuesta Egatur elaborada por el IET y los Ingresos por turismo responsabilidad de cálculo es exclusiva del Banco de España, que aproximan el mismo concepto de fondo pero con distintas metodologías de cálculo y tendencias no siempre coincidentes.

La evolución comparada de los ingresos reales del turismo extranjero y la llegada de turistas durante los primeros cuatro meses del año, ponen de manifiesto el mantenimiento de la tendencia de caída de los ingresos que revierten a España por cada llegada de turista extranjero calculados en términos reales. En concreto, en este período este indicador se habría reducido un 1,8%.



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

10 Sin perjuicio de lo anterior, la información derivada del efectivo dispuesto en cajeros automáticos y de pagos con tarjetas de crédito de los no residentes en España apenas ha notado la desaceleración de los indicadores de volumen y gasto de los turistas extranjeros en España, creciendo en los meses de abril, mayo y junio un 7,5%. Como ya hemos manifestado en anteriores informes todo parece indicar que su evolución sigue afectada por el mayor crecimiento en el uso de las tarjetas frente a otros medios de pago y la ampliación de la red por parte de las empresas de gestión de dichas tarjetas de crédito, mas que poder inferir un giro en los patrones de gasto de los usuarios de dichas tarjetas en España.



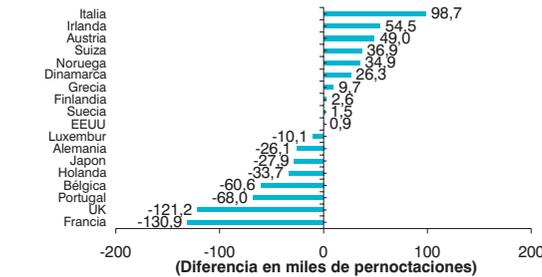
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Sermepa, 4B y AMEX

11 Los principales mercados emisores de turistas europeos hacia nuestro país salvo Italia se han resentido durante los meses de abril y mayo, registrando una caída en el número de sus pernoctaciones hoteleras en España. **Tanto la demanda turística procedente de Reino Unido como la de Alemania, Francia y Holanda se ha reducido a lo largo de los meses de abril y mayo.** Esta caída se ha visto compensada por **el extraordinario comportamiento de la demanda italiana**, que se ha incrementado un 9,4% (lo que significa casi 100 mil pernoctaciones hoteleras más) y el tirón que siguen demostrando los turistas procedentes de **Irlanda, Austria y los países nórdicos**, tal y como lo hacían en el primer trimestre del año.

No es de extrañar que estas caídas en el mercado alemán, británico y francés se alcancen desde una posición de liderazgo de España y desde elevados niveles tanto de llegadas de turistas como de pernoctaciones. Aún cuando todavía existe un cierto recorrido de crecimiento en estos próximos meses, hay que ser consciente de que de cara a futuro y especialmente en los meses centrales del verano, el objetivo que reiteradamente hemos venido señalando desde Exceltur debería ser el trabajar por incrementar el ingreso medio por turista manteniendo las cifras actuales de volumen de afluencia, tratando de atraer aquellos segmentos de clientes de la mayor capacidad de gasto, más que seguir perpetuamente promoviendo nuevos crecimientos a partir de los muy altos volúmenes de llegadas de turistas que en la temporada alta ya ha alcanzado España y que en muchos casos ya superan las capacidades de carga de múltiples destinos.

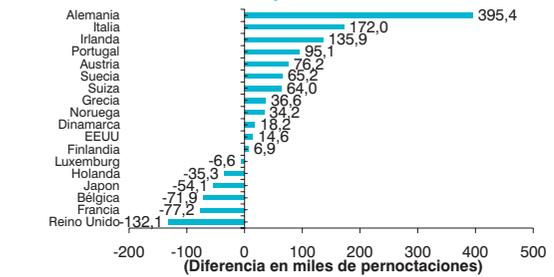


Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Abr-May 2006-2007



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

Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-May 2006-2007



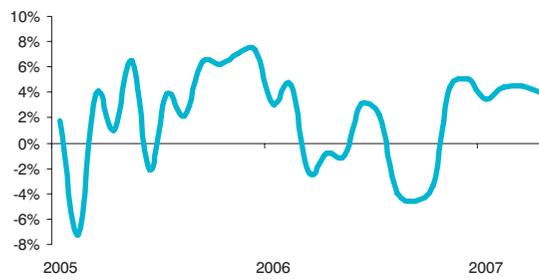
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

Alemania

Las perspectivas del mercado alemán siguen siendo positivas a pesar de la leve caída de su demanda turística hacia España que se ha observado durante los meses de abril y mayo de este año y que ha estado bastante condicionada por la competencia de otros destinos.

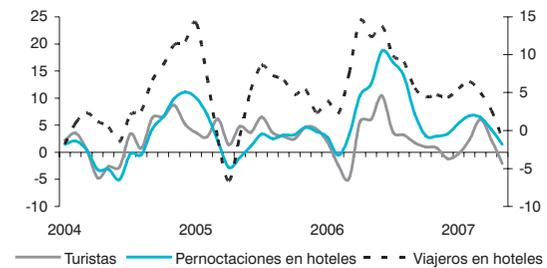
Los indicadores que afectan al consumo de las familias alemanas han mostrado una senda creciente durante el segundo trimestre de este año 2007, con el empleo creciendo de forma intensa y los niveles de confianza del consumidor situándose en sus niveles máximos de los últimos años. En estas condiciones, no es de extrañar que los últimos datos disponibles sobre el gasto turístico de los alemanes en el exterior correspondiente al mes de abril refleje un crecimiento del 4,9%, según revela la Balanza de Pagos elaborada por el Bundesbank.

Pagos por turismo de la balanza de pagos alemana (Tasa de variación interanual del promedio trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir del Banco Central Alemán

Indicadores de volumen del mercado alemán (Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

En este contexto, el empeoramiento de las cifras de llegadas de turistas alemanes y de pernoctaciones en hoteles españoles observados durante el segundo trimestre de 2007 hay que achacarlo en buena medida a la agresiva campaña de reducciones de precio y la recuperación de la percepción de seguridad que habían experimentado los destinos del Mediterráneo Oriental y especialmente Turquía, que han afectado a los destinos españoles del litoral. En los meses de abril y mayo los alemanes han alargado su estancia media en España, es decir, han realizado en nuestro país prácticamente el mismo número de pernoctaciones que en los mismos meses de 2006 (han registrado una caída del 0,3%), pero con un menor volumen de viajes turísticos (se redujeron un 6,5%).

Número de pernoctaciones hoteleras de los alemanes (Ene-May)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

Entrada de turistas alemanes en países competidores de España (Variación 2007*/2006)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Institutos de Estadística de cada país e IET
*Datos hasta mayo excepto Marruecos hasta abril



Claves: Balance segundo trimestre 2007

Demanda por mercados

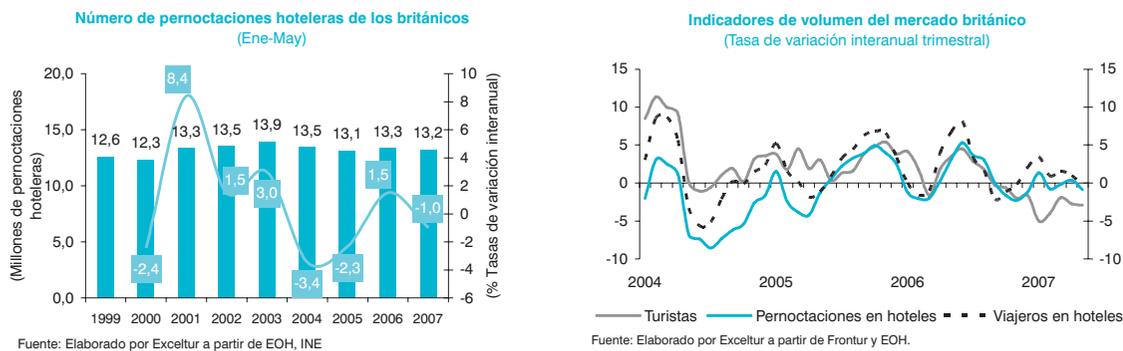
Con los datos de estos últimos meses en el acumulado del año se observa una reducción de 72 mil llegadas de turistas alemanes en las zonas del sol y playa español, que coincide casi prácticamente con el aumento que ha experimentado la demanda de turistas de este país hacia Turquía. Dicho esto, todavía en el acumulado primer semestre del año, el mercado hotelero español ha disfrutado de un crecimiento del 2,8% más de pernoctaciones de los alemanes que en este mismo período del año pasado.

Reino Unido

Los meses de abril y mayo no han servido para frenar la ligera desaceleración que lleva experimentando el turismo británico hacia España desde la segunda mitad de 2006. Aún a pesar de la positiva evolución del consumo de las familias británicas y la apreciación de la libra esterlina contra el euro los datos disponibles sobre el número de viajes al exterior marca una senda decreciente (a Europa los viajes se han reducido un 3,8%), especialmente intensa en el caso de los destinos del Área Euro, cuya caída se cifró en un 8,7%.

Esta generalizada caída en las salidas de los británicos al exterior ha afectado particularmente a los destinos españoles que durante los meses de abril y mayo han visto como el número de pernoctaciones hoteleras se reducía un 1,7% y la llegada de turistas bajaba un 3,8%, reducción que hubiera sido mayor si no hubiera seguido incrementándose en un 2,0% las llegadas para hacer uso de la vivienda propia o la cedida por familiares y amigos. Sólo la Comunidad Valenciana se ha visto beneficiada en este segundo trimestre de 2007 de un tirón de la demanda británica, gracias a la celebración de la Copa América.

Sin despreciar esa caída del mercado británico hacia España, que esperamos que el verano sirva para reconducir moderadamente, durante estos últimos meses se han vuelto a intensificar los profundos cambios en los patrones que siguen mostrando los británicos a la hora de planificar sus vacaciones y que afectan al análisis de sus tendencias de corto plazo y sobre todo al diseño de estrategias de comercialización incidir más en ese mercado. La reserva más tardía del viaje, la vinculación a nuevas motivaciones y viajes especializados, la autoorganización del mismo y la contratación por canales alternativos de distribución, con Internet como principal soporte, se imponen cada vez más aceleradamente entre los hábitos de comportamiento del turista británico.



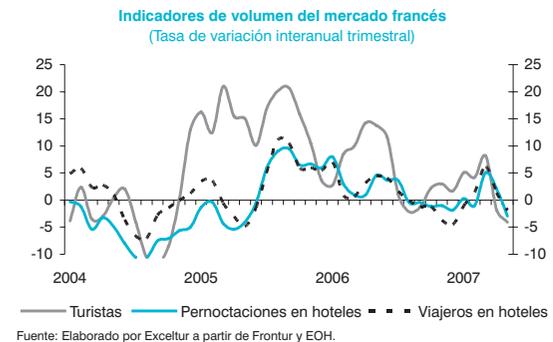
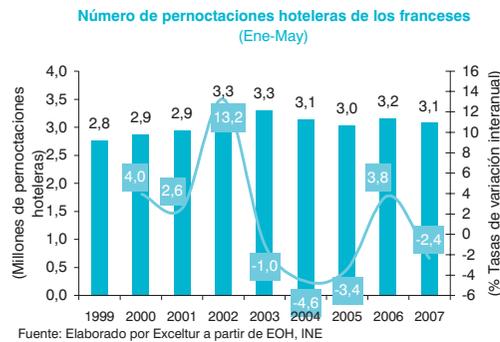
Como antes señalábamos, el comportamiento del mercado británico hacia España durante estos meses de primavera de 2007 se ha visto afectado igualmente por la mayor presión de la competencia. Turquía y Marruecos se han recuperado de sus significativos retrocesos y han registrado crecimientos, con 47 mil turistas británicos más recibidos en los meses transcurridos del año 2007 que en los de 2006 en el caso del destino turco, y 45 mil turistas más en el caso de Marruecos.





Francia

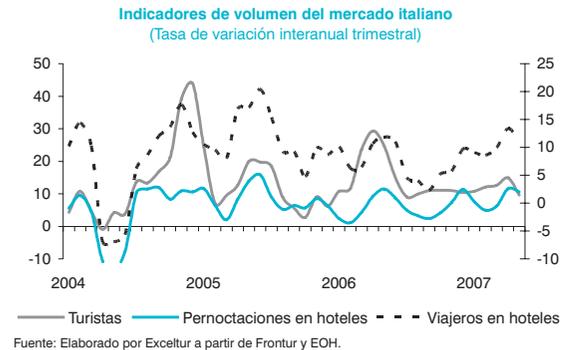
El comportamiento del turismo francés ha cambiado de manera sustancial durante los meses de abril y mayo, aunque sus causas aparentes y el buen comportamiento de su economía hacen pensar más en un hecho coyuntural que debiera revertirse durante los meses de verano. Tras iniciar el año 2007 con un primer trimestre de intenso crecimiento de la demanda hacia España, los meses de primavera han estado marcados por una fuerte caída tanto en el número de pernoctaciones en hoteles cifrado en el 6,3% (130 mil pernoctaciones) como en llegadas de turistas (un 8,0% menos).



Este cambio de tendencia, sin embargo, no es sólo propio de los destinos españoles ya que desde el mes de abril se identifica en general una profunda desaceleración en los gastos de los franceses en sus viajes turísticos hacia el exterior que podría verse explicada por el escenario electoral que ha marcado la primavera de 2007 en Francia y que habría podido retraer la demanda de viajes entre los franceses. Con los datos disponibles hasta abril recogidos en la rúbrica de la Balanza de Pagos francesa se observa un mantenimiento en los gastos en viajes al exterior frente a los niveles del mismo mes de 2006, mientras en el primer trimestre esta rúbrica se había incrementado un 19,3%.

Italia

El crecimiento del mercado italiano durante el segundo trimestre de 2007 ha jugado un papel clave para equilibrar parcialmente las caídas del resto de los principales mercados europeos emisores de turistas para España. La buena imagen de España entre los italianos, tanto en el producto de escapadas urbanas, como más recientemente en el del litoral, que ha disfrutado estos meses de una mayor accesibilidad aérea por líneas de bajo coste desde las principales ciudades italianas, han favorecido los viajes hacia nuestros destinos y su traslación sobre una mayor demanda hotelera, en un contexto igualmente favorable de la economía italiana. Como resultado el número de pernoctaciones en hoteles de los turistas italianos en España se ha incrementado en abril y mayo un 9,4%, hasta alcanzar en los cinco primeros meses del año las 2,4 millones de pernoctaciones, lo que supone su máximo histórico en este mismo período del año.



Otros mercados

Dentro de los otros mercados europeos de menor tamaño, los meses de abril y mayo han sido testigos de **un nuevo e intenso crecimiento de la demanda procedente de Irlanda** (un 13,1% de crecimiento de las pernoctaciones), en gran medida impulsada por el continuado aumento de frecuencias desde Dublín de Ryanair y Air Lingus. Así mismo en estos meses ha destacado el impulso de los viajes hacia España de los austriacos (+20,1%), probablemente favorecido por la falta de nieve, pilar de su turismo interno, así como igualmente por la apertura de nuevas conexiones aéreas directas con España, a la vez que ha crecido la demanda procedente de los países nórdicos (Noruega un 18,6% y Dinamarca un 12,6%),



Claves: Balance segundo trimestre 2007

Destinos competidores

de Suiza (+ 10,0%), presumiblemente favorecido por la participación del velero suizo "Alinghi" en las regatas de la Copa América y de Grecia (22,9%).

Por otra parte, la afluencia de turistas de los mercados de origen de larga distancia se ha visto perjudicada por la apreciación del Euro, que ha coincidido con un estancamiento en estos meses de la demanda procedente de Estados Unidos (en abril y mayo el número de pernoctaciones apenas ha crecido un 0,1% respecto a los mismos meses de 2006) y una intensa caída de la demanda de los turistas japoneses (las pernoctaciones en hoteles se han reducido en los mismos meses un 14,5%)

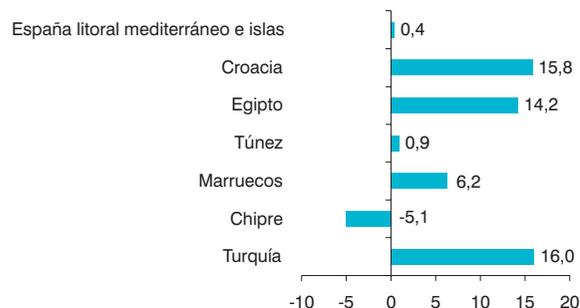
A.3. Destinos competidores

12 Los meses de abril y mayo de 2007 han estado marcados por un incremento de la competencia para los destinos españoles tanto en las líneas de producto de sol y playa como en las de urbano y cultural.

En el ámbito del sol y playa, los destinos españoles se han visto afectados durante el segundo trimestre por la relativa estabilidad del Mediterráneo Oriental, que se ha traducido en un notable aumento en la llegada de turistas a Turquía, Egipto y Marruecos, en este último caso sin que se puedan todavía valorar los efectos indirectos si los hubiese del atentado de Casablanca del pasado mes de abril y los diversos incidentes ocurridos en Inglaterra y más recientemente en Yemen y Argelia.

En términos de llegadas de turistas, mientras los destinos españoles del mediterráneo y las islas apenas han experimentado en los cinco primeros meses del año 2007 un crecimiento del 0,4%, Turquía las ha incrementado un 16,0%, Egipto un 14,2% y Marruecos un 6,2%, a los que se ha unido Croacia con un aumento del 15,8%.

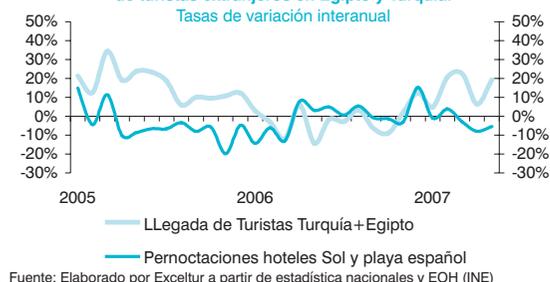
España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo
(% Crec. 2007/2006 acumulado*)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, OMT e Institutos de Estadística Nacionales.
*Datos hasta mayo excepto Marruecos, Egipto y Croacia hasta abril.

Aún cuando la volatilidad en los flujos de turistas que se deriva de los distintos sucesos asociados a la situación geopolítica en los destinos turísticos del Mediterráneo Oriental y Norte de África va a ser un elemento de incertidumbre en el análisis de cada temporada, no hay que perder de vista que cada vez que estos destinos disfrutan de unos meses de estabilidad son capaces de crecer de manera muy acelerada. Esta circunstancia, junto a que las percepciones negativas que se derivan de esos sucesos cada vez tardan menos en olvidarse, hacen que la competencia de esos destinos, especialmente para Canarias y Baleares donde el paquete tradicional sigue teniendo un peso aún destacado, sea cada vez mayor.

Comparación de las pernoctaciones hoteleras de las zonas turísticas del sol y playa español y las entradas de turistas extranjeros en Egipto y Turquía.



Entradas de turistas extranjeros en Egipto y Turquía





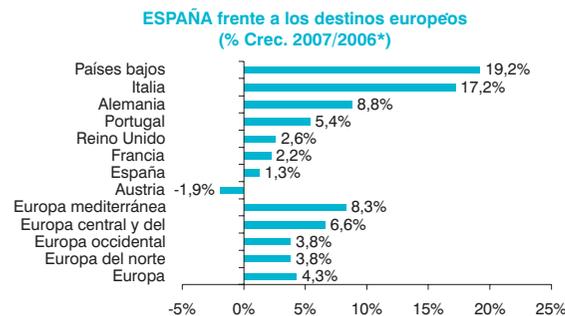
Así y aún a pesar de todos los problemas que ha experimentado en el último lustro, Turquía ha pasado de recibir 10,7 millones de turistas extranjeros en 2001 a 18,9 en 2006, pudiendo alcanzar de mantenerse sus actuales ritmos de crecimiento los 22 millones en 2007. En el caso de Egipto ha pasado de 4,6 millones de llegadas de turistas extranjeros en 2001 a 8,6 en 2006, con un cierre previsto a finales de 2007 de casi 10 millones de turistas.

Desde otro punto de vista que refuerza el atractivo de estos destinos, cabe señalar que los buenos resultados de Turquía en 2007 se están alcanzando incluso a pesar del continuo deterioro de la competitividad precio de este destino por sus elevados niveles de inflación, que han afectado la paridad de su moneda. El tipo de cambio real de la lira turca con respecto a España se ha vuelto a situar en niveles de comienzos de 2006, disipándose así prácticamente la ventaja competitiva que, a efectos de favorecer el consumo turístico de los extranjeros, pudiera haber tenido la depreciación de la lira turca en 2006.



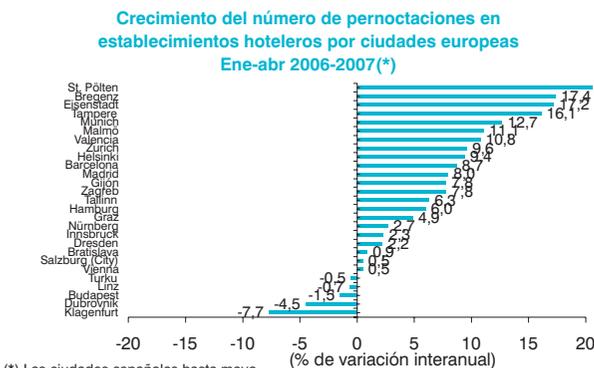
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de AFI
Una subida del índice significa menor competitividad de España

13 Los buenos resultados de los hoteles urbanos españoles en paralelo al que se observa en otros destinos de la Europa central demuestran el tirón y los positivos efectos diversificadores y desestacionalizadores que han vuelto a ejercer las escapadas urbanas durante el segundo trimestre de 2007 y su consolidación como una tendencia de consumo turístico cada vez más extendida por toda Europa. La multiplicación de las conexiones aéreas punto a punto por la extensión de las operaciones de las compañías aéreas de bajo coste junto con el aumento de las motivaciones culturales y de otras líneas de productos turísticos, como el shopping, explican en buena medida el crecimiento del 6,6% que se ha producido en el número de llegadas de turistas en la Europa Central y del Este, según el último barómetro de la OMT.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de OMT.
* Datos hasta abril excepto España hasta mayo, Países Bajos hasta febrero, e Italia hasta marzo

A pesar de los buenos resultados que han registrado los principales destinos urbanos españoles como Madrid, Barcelona o Valencia, a escala global se ha percibido igualmente un excelente comportamiento de otros países como los Países Bajos, Italia, Alemania o la República Checa, superior en términos relativos incluso que los resultados de la España interior y urbana. Así, mientras los destinos españoles urbanos y de interior han experimentado en promedio un aumento en el número de llegadas de turistas extranjeros del 2,1% en los cinco primeros meses de 2007, un buen número de las ciudades mencionadas en el gráfico inferior han superado tasas del 7,0%.



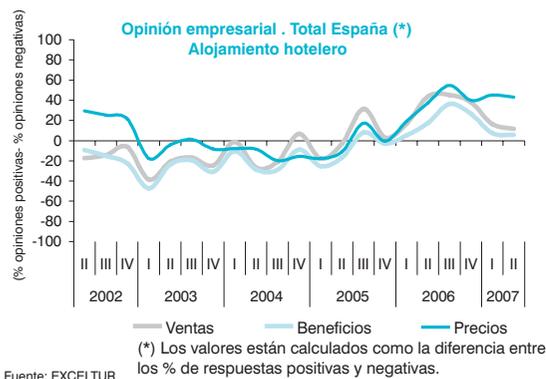
(*) Las ciudades españolas hasta mayo
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Tourmis



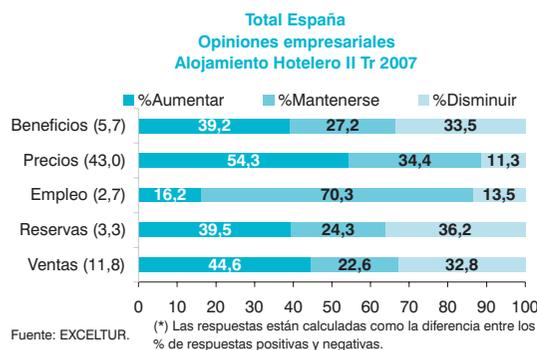
A.4. Claves por subsectores

14 Alojamiento hotelero:

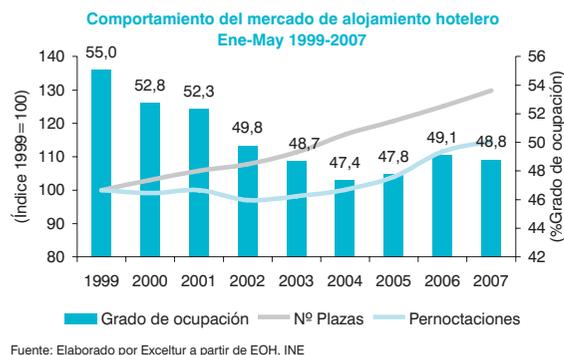
En su conjunto, el subsector del alojamiento hotelero español ha experimentado en este segundo trimestre de 2007 un retroceso en la senda de recuperación de su ocupación y un peor balance en cuanto al crecimiento interanual de ventas y rentabilidad empresarial respecto al observado en el inicio de 2007 y en los tres últimos trimestres del año 2006, debido a la prolongada ralentización de la demanda nacional de servicios hoteleros, observada ya en el primer trimestre de 2007, y a la desaceleración en los ritmos de avance interanuales de la demanda de los principales mercados emisores extranjeros a España.



A tenor de los resultados de la reciente Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, el 44,6% de los establecimientos hoteleros españoles han experimentado un incremento interanual en los niveles de ventas en el segundo trimestre de 2007, mientras que el 32,8% de los mismos han percibido una caída en las ventas respecto a los niveles observados en los meses de abril, mayo y junio de 2006.

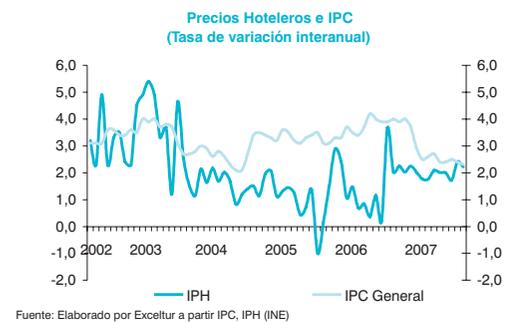


El menor dinamismo de la demanda en el segundo trimestre de 2007, unido al continuo crecimiento de la oferta alojativa en el mercado, tanto reglada como muy particularmente el continuo y desmesurado crecimiento de la oferta residencial, cuyo posterior arrendamiento en condiciones irregulares retroalimenta a su vez una progresiva competencia desleal, han propiciado un retroceso de los niveles de ocupación en los establecimientos hoteleros en España (en especial los de sol y playa), mermando de esta manera la senda de recuperación observada desde el año 2004. Así, el número de nuevas plazas en alojamiento hotelero creció en los cinco primeros meses de 2007 un 3,7% según la EOH del INE.



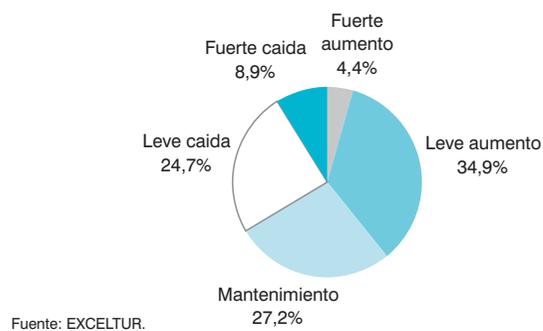


En este contexto de leve caída de los niveles de ocupación del alojamiento reglado y dado el tímido crecimiento de sus niveles de demanda, ha sido el mantenimiento de tarifas en niveles ligeramente superiores a los del año anterior, lo que ha posibilitado cierto avance en la rentabilidad empresarial percibida por algunos establecimientos hoteleros en el segundo trimestre de 2007. Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, un 34,9% y un 4,4% de los empresarios manifestaban haber experimentado incrementos leves y fuertes respectivamente en los beneficios durante los meses de abril, mayo y junio, aunque todavía se mantiene un porcentaje elevado (33,5%) que seguía registrando caídas de sus rentabilidades.



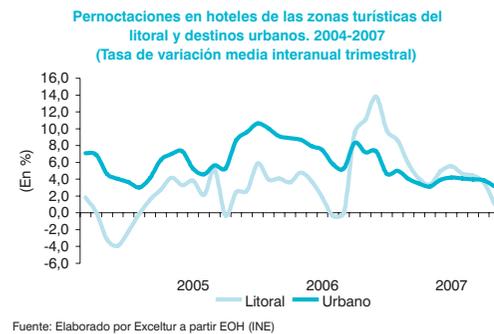
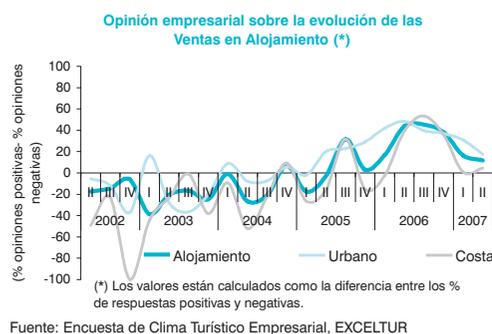
El avance de rentabilidad se ha acusado de manera más generalizada en los establecimientos hoteleros urbanos, donde el notable tirón de la demanda ha propiciado unas tarifas más favorables. Por lo que se refiere a los alojamientos de costa, éstos han observado un enfriamiento en los niveles de facturación y en el crecimiento de sus precios durante abril, mayo y junio de 2007, lo que se ha concretado un trimestre más en un retroceso de sus beneficios empresariales.

Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento hotelero. IIT 2007



Efectivamente y tal como antes adelantábamos, la disparidad de opiniones empresariales en el sector del alojamiento viene explicada, como se verá con mayor detalle más adelante, por un disímil comportamiento entre la hotelería urbana y la vacacional de costa en este segundo trimestre de 2007. Así, mientras que los hoteles urbanos siguen cosechando positivos resultados dado el elevado y continuo empuje del turismo vinculado a la escapada corta a ciudades por motivos de “shopping”, arte y cultura, ocio, reuniones, o trabajo, los hoteles ubicados en la costa española han sufrido de manera generalizada en los meses de abril, mayo y junio un descenso de las tasas de crecimiento relativo de la demanda extranjera medidas tanto en llegadas, como sobre todo en pernoctaciones, así como una notable desaceleración de la demanda nacional.

Cabe pensar que en estos resultados ha influido, por un lado, la menor renta disponible para el gasto turístico de las familias europeas por elevación de los tipos de interés, y por otro la notable recuperación de la actividad turística, como antes señalábamos, en los principales destinos competidores del mediterráneo español, y la comparación interanual con un segundo trimestre de 2006 que fue muy positivo en clave de los niveles de demanda y rentabilidad empresarial.





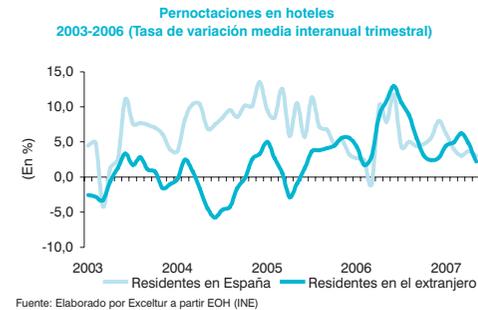
Claves: Balance segundo trimestre 2007

Claves por subsectores

Según los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE para los meses de abril y mayo de 2007 las pernoctaciones de los españoles registraron un incremento interanual del 2,0%, acumulando un crecimiento en los cinco primeros meses de 2007 del 2,5%, notablemente por debajo del dinamismo observado entre los años 2001 y 2006, período en el que se observó un crecimiento medio interanual del 5,8%.

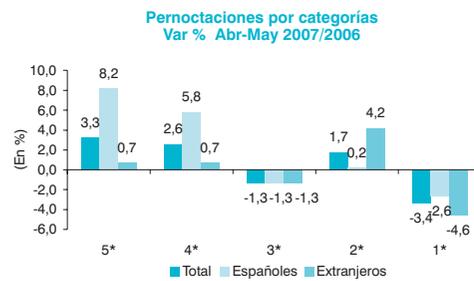
En este mismo sentido los gestores de establecimientos hoteleros españoles han revelado en un menor porcentaje que en el ejercicio anterior, que las ventas en el mercado doméstico les hayan crecido. En concreto, en la Encuesta de Clima Empresarial de Exceltur del segundo trimestre de 2007, un 41,4% de los empresarios manifestaba un mantenimiento en los niveles de ventas al turista nacional y un 35,2% obtenían incrementos de las mismas, frente a una media del 46,1% que para el conjunto del año 2006 percibían haber crecido en las ventas a los clientes españoles.

Por otro lado y teniendo en cuenta los indicadores oficiales, la ralentización del ritmo de crecimiento interanual de la demanda extranjera en este segundo trimestre de 2007, que se ha percibido de manera más notable en los alojamientos ubicados en la costa española, se ha concretado en una tasa de crecimiento interanual de tan sólo el 0,3% en los meses de abril y mayo de 2007. Así, las pernoctaciones de extranjeros en esos dos meses ascendían a 25,8 millones, lo que representa un nivel similar al alcanzado en el año 2000.

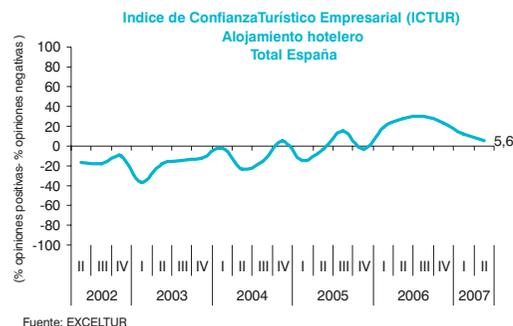


En un mercado donde la oferta de nuevas plazas en hoteles de categoría alta sigue creciendo por encima de la media, la competencia resultante provoca unas políticas de comercialización que conllevan incrementos en los precios de los hoteles de mayor categoría inferiores a los de menor de categoría, lo que beneficia el desplazamiento de la demanda hacia estos establecimientos de categoría superior.

Por otro lado y en un contexto económico donde se observa como las familias con menor renta media disponible son las primeras que están acusando un retroceso en su capacidad adquisitiva ante la subida de los tipos de interés y por lo tanto una menor propensión al gasto turístico, es el producto hotelero posicionado en una gama media y baja el que peores resultados ha obtenido en este segundo trimestre de 2007.



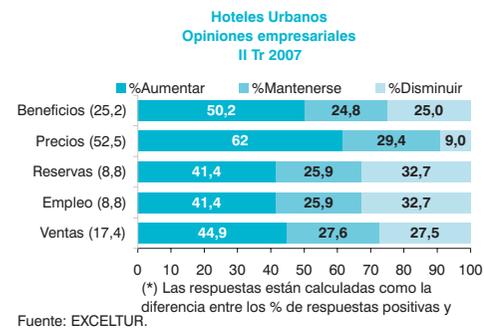
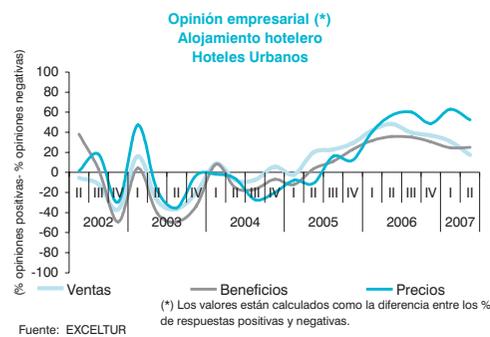
Sin perjuicio de lo anterior, las expectativas de ventas, reservas y creación de empleo del subsector de alojamiento para el tercer trimestre de 2007 apunta de manera generalizada a niveles levemente superiores a los registrados en el verano de 2006, de tal manera que a pesar de un cierto retroceso, el Indicador de Clima Turístico Empresarial para este importante subsector de la cadena de valor turística se mantenga aún en valores positivos.



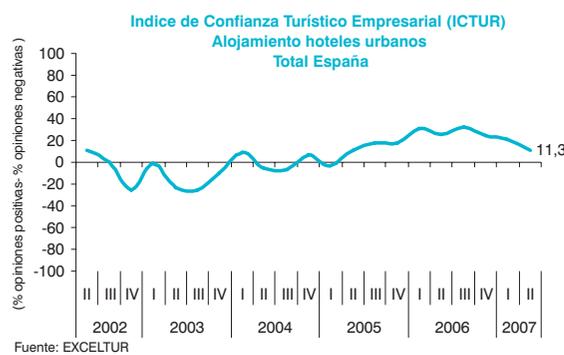


15 Hoteles urbanos:

Dando continuidad a los buenos resultados y expectativas que predominaban entre los gestores de establecimientos hoteleros urbanos desde el año 2006 y comienzos de 2007, el devenir del sector hotelero urbano en los meses de abril, mayo y junio de 2007 ha sido muy positivo, concretándose en un nuevo crecimiento tanto en facturación como en rentabilidad. Como consecuencia de ello los niveles de confianza empresarial se han mantenido en niveles positivos aunque algo más moderados que durante el primer trimestre de 2007.

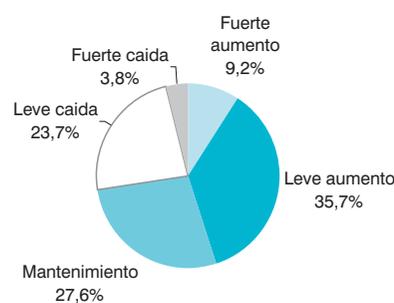


De hecho, el Índice de Confianza Turístico Empresarial para los hoteles urbanos españoles se situaba en el segundo trimestre de 2007 ligeramente por debajo de la media observada en la segunda mitad de 2005 y del año 2006 debido a un menor consenso en cuanto a la tendencia de las reservas y de las ventas esperadas para la temporada de verano, situándose en cualquier caso de manera generalizada en valores positivos.



En términos de ventas, el 44,9% de los empresarios del subsector de alojamiento hotelero urbano español manifestaban en la reciente Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur un incremento de las mismas en el segundo trimestre de 2007 respecto al mismo período del año anterior, calificando un 9,2% este incremento como muy fuerte. En esta misma línea, la información proporcionada por la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE evidencia en el período abril-mayo de 2007 unos niveles de pernoctaciones por encima de los registrados en años precedentes, que se ha concretado en un crecimiento interanual del 2,5% en las principales ciudades españolas.

Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento urbano. IIT 2007

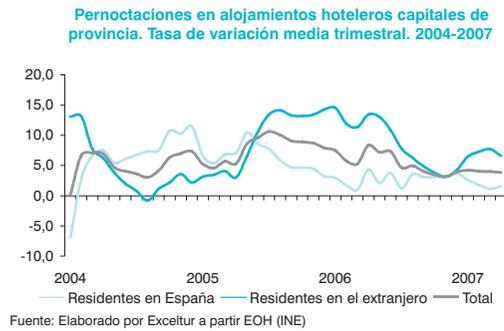


Este positivo comportamiento de la demanda en los establecimientos hoteleros ubicados en zonas urbanas ha absorbido y superado por el momento de manera generalizada el crecimiento en la oferta de nuevas plazas, favoreciendo un nuevo avance en los niveles de ocupación en la mayoría de las principales ciudades españolas, según los datos de la EOH del INE



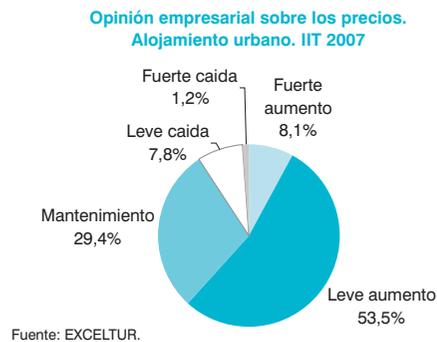
Claves: Balance segundo trimestre 2007

Claves por subsectores

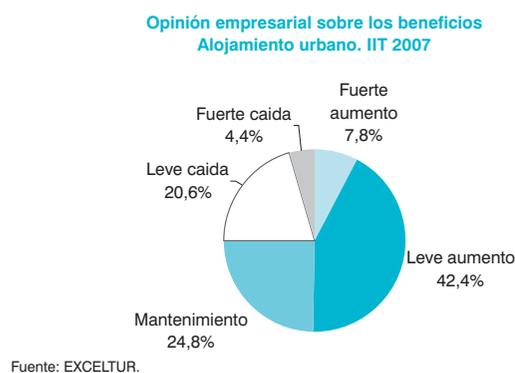


La progresiva y acertada apuesta de muchas ciudades españolas por impulsar o ampliar su posicionamiento dentro del panorama internacional y doméstico como destinos turísticos con un atractivo singular en torno a grandes eventos deportivos y culturales, como la celebración de la Copa de América en Valencia ó la celebración del año Salzillo en Murcia en 2007, ha dinamizado notablemente la actividad turística en estas ciudades y ha fomentando una renovada iniciativa empresarial con un positivo retorno en clave de rentabilidad para el sector público y el privado.

El actual crecimiento de la demanda en la mayoría de destinos urbanos españoles ha mejorado notablemente sus niveles de ocupación y sus condiciones de comercialización. Así, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 53,5% de los hoteles urbanos manifestaba haber incrementado de manera leve y un 8,1% de manera intensa, sus precios en el segundo trimestre de 2007.



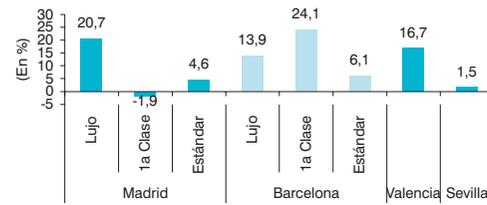
Este incremento generalizado de las tarifas y el avance en los niveles de facturación han posibilitado un trimestre más un elevado consenso en cuanto al crecimiento de la rentabilidad en los meses de abril, mayo y junio en los hoteles urbanos. Así lo ponen de manifiesto el 50,2% de los empresarios del subsector de alojamiento hotelero urbano, inclinándose la mayoría de ellos (42,4%) por cuantificar este crecimiento como leve.



En este mismo sentido, los datos de la consultora MHI revelan una mejora interanual en los precios y las rentabilidades empresariales en cuatro de los principales destinos turísticos urbanos en el panorama nacional. El crecimiento de los precios ha sido más notable en las ciudades de Barcelona y Valencia en estos meses primaverales, trasladándose en el caso de la última en incrementos superiores en los Ingresos por habitación disponible (RevPAR) debido a la mejora en paralelo de los niveles de ocupación.

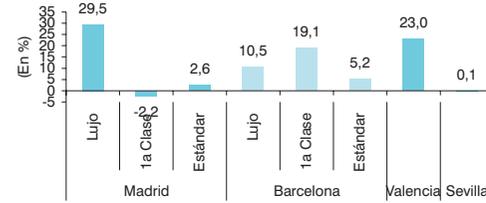


Precio medio en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Abr-May 2007/2006



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

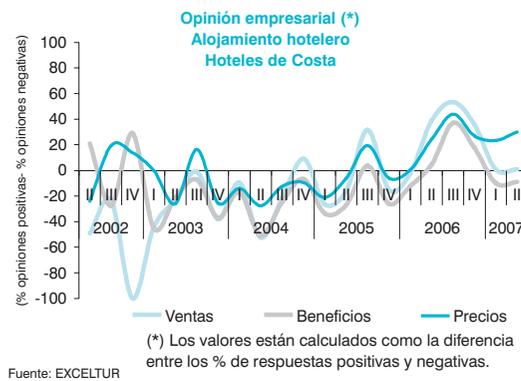
RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Abr-May 2007/2006



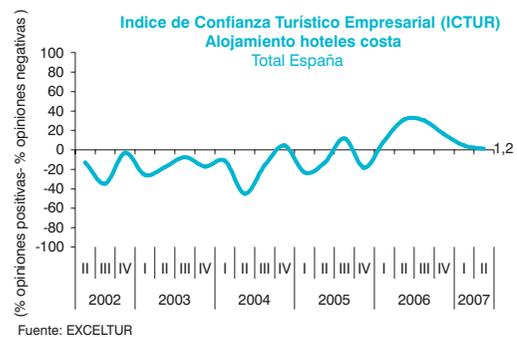
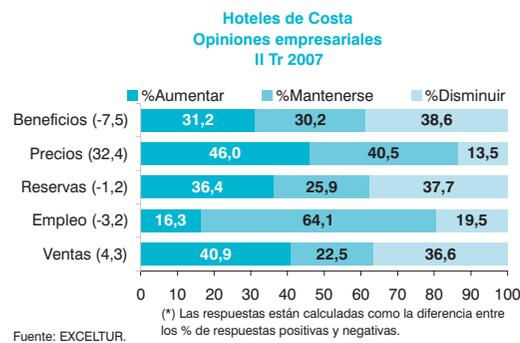
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

16 Hoteles vacacionales de costa:

Tal y como ya hemos avanzado, **los principales indicadores de negocio en los alojamientos hoteleros vacacionales de la costa española muestran en este segundo trimestre de 2007 un más desfavorable comportamiento respecto a observado en los tres últimos trimestres de 2006, muy similar, en cualquier caso, a lo acontecido en el inicio del año 2007.** Así, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el avance interanual de las ventas en estos establecimientos del litoral y de las islas se ha frenado en los meses de abril, mayo y junio de 2007, lo que se ha trasladado a un retroceso generalizado de la rentabilidad que perciben sus empresarios. Tras este desfavorable balance de los meses de abril, mayo y junio de 2007, se encuentra un muy positivo segundo trimestre en el año 2006, unas desfavorables condiciones climatológicas hasta prácticamente mediados del mes de junio de 2007 en el litoral y un muy acusado repunte de la actividad turística en los principales mercados competidores de España en el producto de sol y playa en el Mediterráneo Oriental.



Bajo estos parámetros, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico empresarial de Exceltur para el segundo trimestre de 2007 revelan una prolongación en la senda de retroceso de los niveles de confianza entre los profesionales del subsector hotelero de costa. Con todo, el Índice de Confianza Turístico Empresarial se sigue situando en valores positivos debido a una esperada mejora de la actividad para los próximos meses centrales del verano 2007, que según la opinión de los profesionales esperan que repercuta en un crecimiento interanual de los beneficios empresariales, en un entorno de tarifas contratadas en su día levemente al alza.



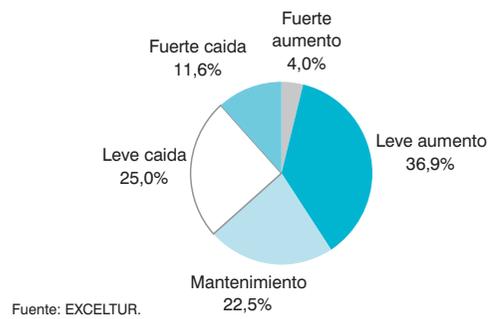
De ahí que el avance de la demanda en los alojamientos hoteleros vacacionales ubicados en la costa en los meses de abril, mayo y junio se pueda calificar como modesta en general, observándose comportamientos disímiles en función de los destinos objeto de análisis. En efecto, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el segundo trimestre del año 2007 revelan esta heterogeneidad en la valoración de este período de tiempo, donde el 40,9% de los hoteles de costa han experimentado un aumento de sus ventas y el 36,6% una caída, cuantificando en ambos casos la mayoría de los empresarios estas variaciones como leves.



Claves: Balance segundo trimestre 2007

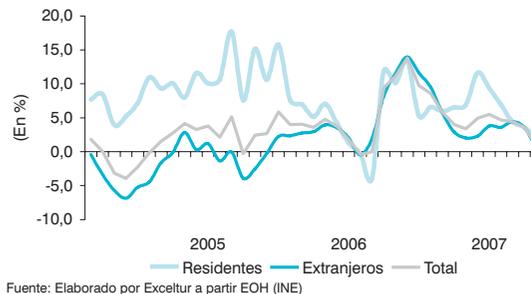
Claves por subsectores

Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento de costa. IIT 2007



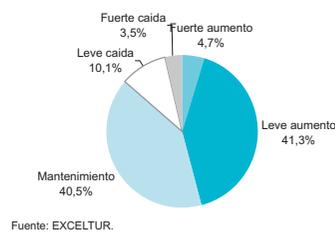
La ralentización en los ritmos de avance de la demanda en las zonas de costa del litoral mediterráneo y las islas vienen reconfirmadas por los datos publicados de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE para los meses de abril y mayo, que muestran una caída de las noches disfrutadas por turistas extranjeros en los establecimientos de estos destinos y una desaceleración en las tasas de crecimiento de la demanda nacional. En concreto, las pernoctaciones de extranjeros en los hoteles de las zonas turísticas del litoral registraron una caída interanual del 1,3% en los meses de abril y mayo y las de españoles un crecimiento interanual del 0,4%. En su conjunto, las pernoctaciones en estos establecimientos cayeron un 0,8% en los meses de abril y mayo, con un incremento interanual del 1,3% en el acumulado desde enero hasta mayo.

Pernoctaciones en hoteles de las zonas turísticas del litoral. 2004-2007 (Tasa de variación media interanual trimestral)

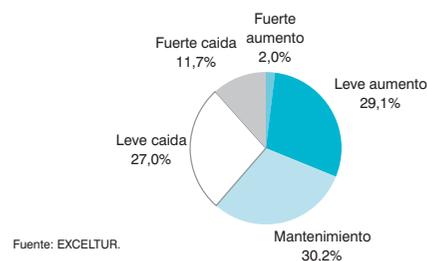


En este escenario, un elevado porcentaje de los empresarios han mantenido ó incrementado levemente las tarifas respecto al mismo período del año 2006 en los alojamientos hoteleros ubicados en destinos del litoral mediterráneo y archipiélagos canario y balear. Los tímidos resultados de los niveles de facturación y el leve incremento de las tarifas, ha provocado según el 38,6% de los profesionales del subsector una caída interanual de sus márgenes empresariales. Así, el 27,0% de los gestores de estos establecimientos revelaban leves caídas interanuales en los beneficios empresariales de abril, mayo y junio, considerando un 11,7% que estas caídas han sido fuertes. Destaca igualmente un 29,1% y un 30,2% de los mismos que han percibido leves mejoras y mantenimiento en la rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2007.

Opinión empresarial sobre los precios. Alojamiento de costa. IIT 2007

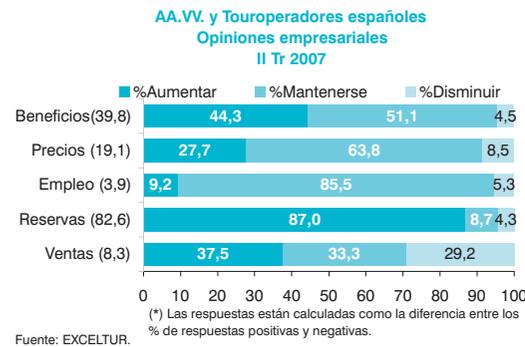


Opinión empresarial sobre los beneficios. Alojamiento de costa. IIT 2007



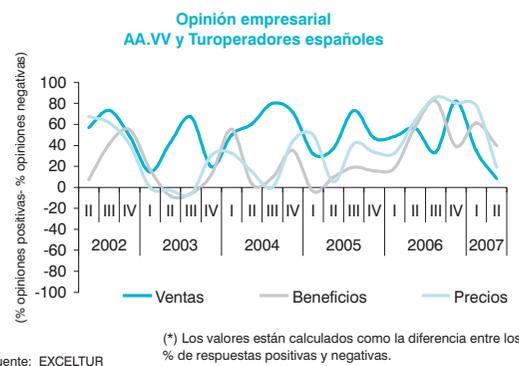
17 Grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores:

El comportamiento de los principales indicadores de negocio de los grandes grupos de agencias de viaje y touroperadores españoles para este segundo trimestre de 2007 revela una **clara ralentización de sus niveles de ventas frente al dinamismo observado en períodos precedentes, que en un entorno de congelación generalizada de los precios ha repercutido en un balance interanual menos favorable de los beneficios empresariales en los meses de abril, mayo y junio, siendo predominante el porcentaje de empresarios que manifiestan haber mantenido idénticos niveles a los del segundo trimestre de 2006.**

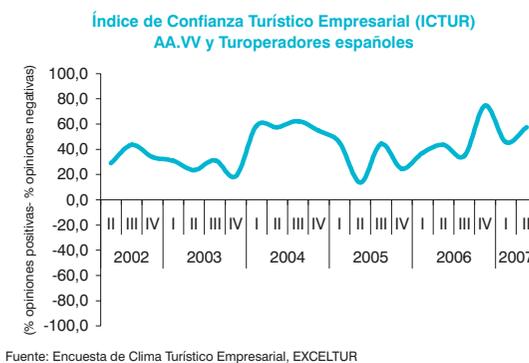


En efecto, a pesar de las favorables expectativas que predominaban entre los profesionales españoles del subsector de la distribución respecto al segundo trimestre de 2007, los primeros y claros síntomas de desaceleración del consumo privado en los hogares españoles por la menor renta disponible de unas familias con un elevado grado de endeudamiento ante la subida de tipos de interés y las desfavorables condiciones climatológicas en el litoral español en la primavera de 2007 han frenado el ritmo de crecimiento del consumo turístico de los españoles en este segundo trimestre del año.

En concreto, el porcentaje de gestores de grandes grupos y agencias de viajes españoles que en los meses de abril, mayo y junio de 2007 han percibido un mantenimiento de las ventas en niveles similares a los del mismo período de tiempo de 2006 se elevaba al 33,3%, y aunque sigue predominando el número de empresarios que han percibido mejoras en los niveles de ventas (37,5%), hay otro notable porcentaje de los mismos (29,2%) que ha experimentado caídas. De hecho, la valoración sobre la evolución de las ventas en el sector de los grandes grupos de distribución españoles en este segundo trimestre de 2007, aún en valores positivos, se configura como el mínimo de la serie desde el inicio de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur hace ya cinco años.



Sin perjuicio de lo anterior, los profesionales de este subsector recuperan parte de sus niveles de confianza empresarial ya que el nivel de reservas y ventas previstas para el tercer trimestre de 2007 vuelven a ser favorables, avalando el importante peso que sigue teniendo el viaje dentro de las prioridades de gasto de las familias españolas en el tercer trimestre del año cuando la mayoría de los españoles disfrutan de la mayor parte de sus vacaciones. En este marco, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para el segundo trimestre de 2007 del subsector de distribución ha experimentado un repunte hasta valores del 57,8.



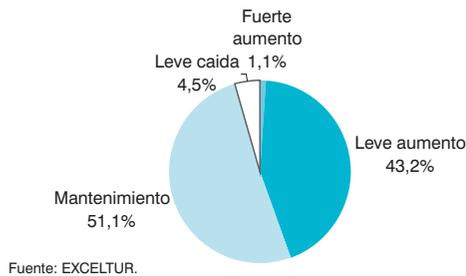
El tímido avance de las ventas de los grandes grupos emisores españoles ha propiciado, en un marco de congelación de los precios de los viajes, un balance predominante neutro en cuanto a los beneficios empresariales. Así, el 51,1% de los profesionales españoles del subsector de distribución manifestaba haber mantenido los niveles de beneficios de 2006 en este segundo trimestre del año y el 43,2% de los mismos apuntaba haber experimentado un leve aumento de esta variable clave del negocio.



Claves: Balance segundo trimestre 2007

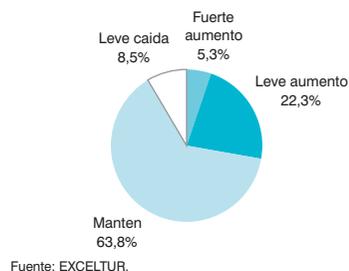
Claves por subsectores

Opinión empresarial sobre los beneficios.
AA.VV. y Touroperadores españoles. IIT 2007

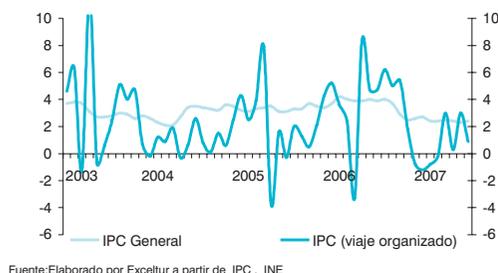


El mantenimiento de los precios en el subsector distribución en niveles del segundo trimestre de 2006 que se deriva de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur es a su vez coherente con la desaceleración observada en los precios del viaje organizado publicado por el INE hasta el mes de junio, que revela un incremento interanual medio del 1,4% en el segundo trimestre de 2007 frente al 5,9% del mismo período de tiempo en el año anterior.

Opinión empresarial sobre los precios.
AA.VV. y Touroperadores españoles. IIT 2007

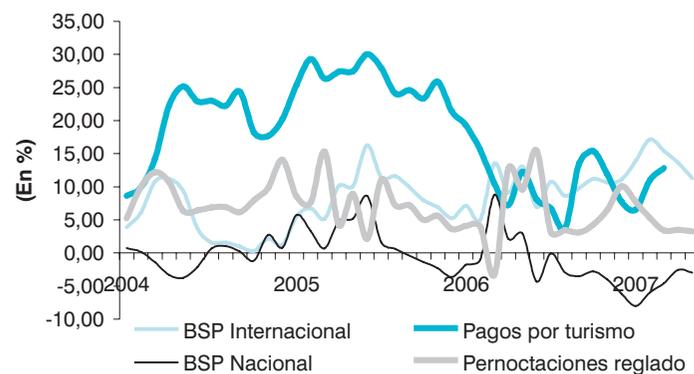


Índices de Precios calculados por el INE
(Tasa de variación interanual)



Ha sido el turismo interno el que ha experimentado en abril, mayo y junio de 2007 una mayor ralentización en sus ritmos de avance en contraste con un nuevo y sostenido crecimiento de los viajes de los españoles al exterior que ya se observaba en el inicio del año. Así, tanto los datos de pagos por viajes al exterior calculados por el Banco de España como los que se derivan de la facturación del billeteaje internacional de BSP registran ritmos elevados de crecimiento aunque ligeramente inferiores a los observados en el primer trimestre de 2007, mientras que las pernoctaciones en alojamiento reglado en España y de la facturación doméstica del BSP han prolongado la senda de desaceleración observada ya en los meses de enero, febrero y marzo.

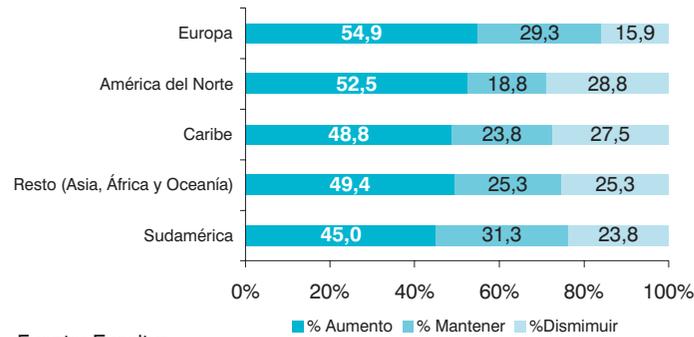
Indicadores de volumen de demanda nacional
(Tasa de variación interanual trimestra)



En este mismo sentido, el consenso sobre el crecimiento de las ventas de los españoles a destinos turísticos internacionales en el segundo trimestre de 2007 ha sido elevado, con especial intensidad en los viajes y escapadas cortas a destinos europeos, aunque en menor porcentaje que el observado a comienzos del año (54,9% respecto a 73,8% en el primer trimestre de 2007). Han sido los viajes de larga distancia a destinos exóticos como Asia, África, Oceanía y Sudamérica, todos ellos en zonas de influencia del dólar y por lo tanto favorecidos por la fortaleza del euro, los que según la opinión de los profesionales del subsector de distribución se han vendido mejor en los meses primaverales que en el primer trimestre de 2007.



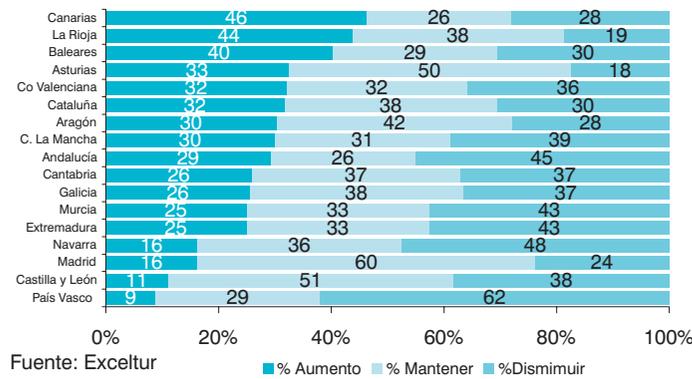
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales II Trimestre 2007



Fuente: Exceltur

Dentro de los destinos turísticos nacionales, destaca el incremento generalizado de las ventas a los archipiélagos canarios y balear como refugio de la primavera “invernal” que se ha vivido en la península y que ha incidido, en paralelo, en una caída en la comercialización del producto de sol y playa del Mediterráneo peninsular como en el caso de Andalucía. Por otro lado, para la mayoría de destinos de la España Verde, destinos de interior y la Comunidad de Madrid, las ventas a españoles se han mantenido en niveles similares a los del segundo trimestre de 2006, según la opinión mayoritaria de los gestores de grandes agencias de viajes y touroperadores españoles. No obstante, se observa un elevado consenso en la caída de las ventas a turistas españoles dirigidos al País Vasco, Navarra, Murcia y Extremadura.

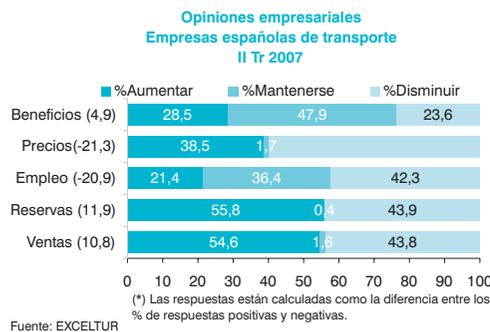
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales II Trimestre 2007



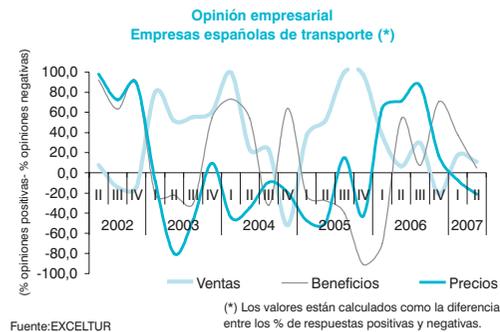
Fuente: Exceltur

18 Transporte de pasajeros

Las ventas en el segundo trimestre del año 2007 han experimentado un crecimiento en un elevado porcentaje de las empresas del subsector de transporte, especialmente intenso en las compañías de alquiler de vehículos. En un escenario de sobreoferta elevada y aceleradamente competitivo, que particularmente en el subsector aéreo sigue presionando las **tarifas a la baja y con unos costes al alza debido a una nueva escalada del precio del barril de Brent,** a pesar de haber sido parcialmente amortiguada por la fortaleza del dólar, las empresas de transporte han registrado un **modesto comportamiento interanual de los beneficios empresariales.**



Fuente: EXCELTUR



Fuente: EXCELTUR

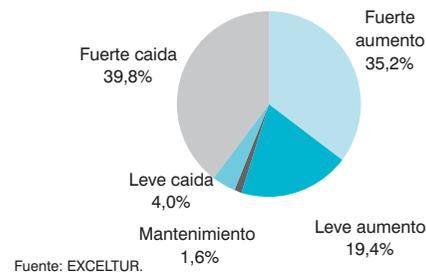


Claves: Balance segundo trimestre 2007

Claves por subsectores

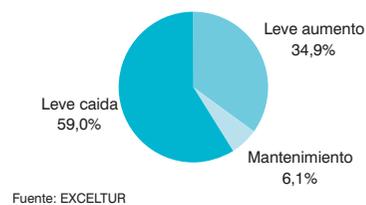
Efectivamente, el tirón de la demanda de servicios de transporte en general asociada a desplazamientos turísticos ha beneficiado a un elevado porcentaje de las diversas empresas de transporte. En concreto, según la opinión del 54,6% de los empresarios encuestado de ese subsector las ventas en los meses de abril, mayo y junio fueron superiores a las del mismo período de 2006, tal y como recoge la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Por otro lado, el ajuste de las rutas y asientos ofertados de algunas compañías aéreas en este período de tiempo explican que para un 39,8% de las empresas del sector hayan experimentado fuerte caídas en las ventas en este segundo trimestre de 2007.

Opinión empresarial sobre las ventas.
Empresas españolas de transporte. IIT 2007

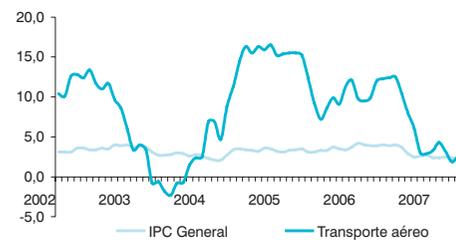


Ante un sector donde de nuevo las líneas aéreas acusan constantes y frecuentes síntomas de sobrecapacidad, con la consecuente competencia y tensiones de precios que ello conlleva, el 59,8% de los gestores de las empresas de transportes de pasajeros revelaba haber reducido ligeramente sus tarifas con respecto a los meses de abril, mayo y junio de 2006. En este mismo sentido, el índice de precios de transporte aéreo elaborado por el INE registraba un crecimiento medio interanual del 2,3% en el segundo trimestre de 2007 frente al 12,2% del mismo período del año anterior.

Opinión empresarial sobre los precios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2007

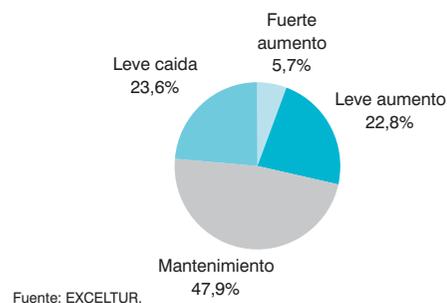


Índice de Precios calculados por el INE
(Tasa de variación interanual)



En este escenario y con unos costes financieros crecientes y de explotación condicionados por el coste del queroseno al alza, parcialmente compensado por la depreciación del dólar frente al euro, el 47,9% de los profesionales del subsector transporte manifestaban no haber percibido variaciones en los beneficios empresariales en el segundo trimestre de 2007, manteniéndose en los mismo niveles de 2006.

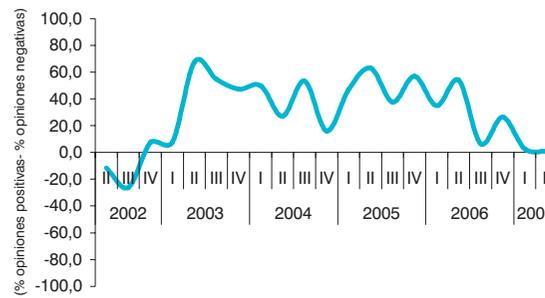
Opinión empresarial sobre los beneficios.
Empresas españolas de transporte. IIT 2007



Bajo estas premisas y ante un tercer trimestre dónde se anticipa un nuevo crecimiento del precio del crudo y agresivas políticas de comercialización ya anunciadas por las principales compañías aéreas de bajo coste, los niveles de confianza entre los empresarios del subsector de transporte han vuelto a sufrir un retroceso respecto a los niveles medios observados en los años 2005 y 2006. De hecho, el Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur registraba valores todavía positivos pero muy cercanos al cero en el segundo trimestre de 2007, hecho que no sucedía desde el tercer trimestre de 2002.



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

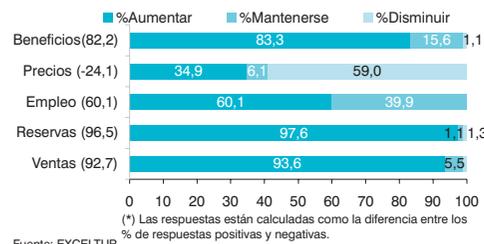


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Alquiler de vehículos

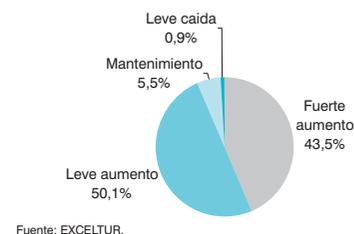
El incremento de las ventas percibido por las empresas de alquiler de vehículos en los meses primaverales de 2007 ha sido mayoritario debido a cada vez mayor número de turistas que organiza su viaje de manera independientemente y con una mayor necesidad de contratar el transporte una vez en destino y por otro lado, gracias a la positiva evolución de los viajes de negocios. En concreto, según el resultado de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el segundo trimestre de 2007 las ventas han crecido según el 93,6% de los profesionales encuestado de este subsector.

Opiniones empresariales
Empresas de alquiler de coches
II Tr 2007



Fuente: EXCELTUR.

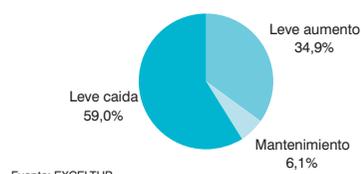
Opinión empresarial sobre las ventas
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2007



Fuente: EXCELTUR.

En este escenario de generalizado crecimiento de las ventas, pero a su vez de elevada competencia, las tarifas han descendido ligeramente según el 59,0% de las empresas españolas de alquiler de coches, lo que está mermando sus márgenes empresariales. No obstante, los favorables niveles de ventas alcanzados por la práctica totalidad del subsector han propiciado en el 83,3% de las compañías un incremento interanual de los beneficios en este segundo trimestre de 2007.

Opinión empresarial sobre los precios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2007



Fuente: EXCELTUR

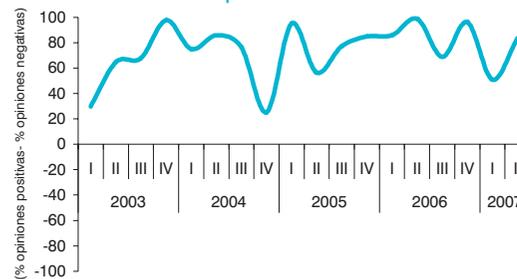
Opinión empresarial sobre los beneficios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2007



Fuente: EXCELTUR.

Los niveles esperados de ventas y reservas para los meses de julio, agosto y septiembre de 2007 son muy positivos. De ahí que los niveles de confianza entre los empresarios del sector de alquiler de coches en esos próximos meses vuelvan a ser muy favorables. De hecho, el Índice de Confianza Turística Empresarial elaborado trimestralmente por Exceltur repuntaba en el segundo trimestre de 2007 hacia valores muy similares a los observados en el año 2006.

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Alquiler de coches



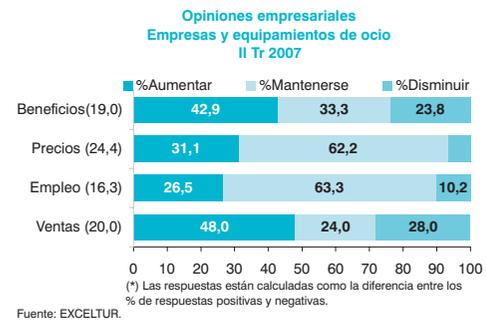
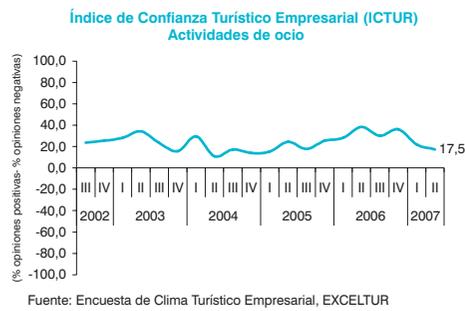
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Claves: Balance segundo trimestre 2007
Claves por subsectores

19 Ocio:

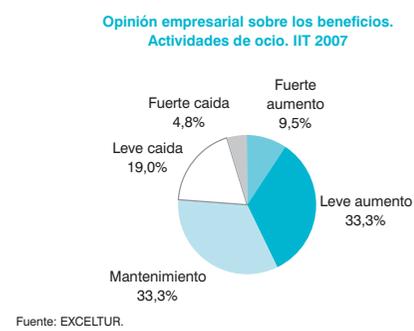
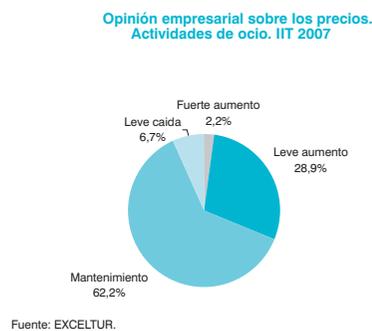
El sostenido tirón de la demanda de actividades culturales, deportivas, de disfrute de la naturaleza y ocio y la creciente comercialización de innovadoras líneas de producto relacionadas con este tipo de actividades sigue manteniendo los niveles de confianza de los gestores de establecimientos relacionados con el disfrute del ocio en niveles muy positivos en el ecuador del año 2007.



Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el crecimiento interanual de las ventas en el segundo trimestre de 2007 para el conjunto de los prestadores de servicios diversos de ocio (museos y monumentos, parques temáticos y campos de golf) ha sido generalizado y cuantificado por la mayoría de los profesionales de este subsector como leve. Así, vuelve a confirmarse el largo recorrido de este tipo de productos (todavía denominados indebidamente como oferta complementaria) debido a las nuevas preferencias del turista y la necesidad de seguir consolidando su creación y comercialización para potenciar la diferenciación, diversificación y desestacionalización de los destinos turísticos españoles en general.



En un contexto con unos niveles de precios similares a los del segundo trimestre de 2006, este avance en las ventas en los meses de abril, mayo y junio de 2007 ha propiciado una mejora percibida en la rentabilidad empresarial por el 42,9% de las empresas relacionadas con actividades de ocio, cuantificando la mayoría de los encuestados esa mejora como leve.



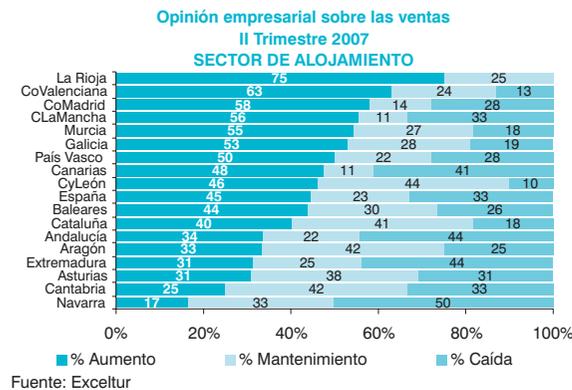


A.5. Claves por destinos

20 *Basados en las percepciones del subsector del alojamiento, el Levante español, la España Verde, las grandes ciudades (Madrid, Barcelona y Valencia), La Rioja y Castilla La Mancha experimentaron en el segundo trimestre de 2007 generalizados aumentos en las ventas según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. En estos mismos meses, sin embargo, se aprecia un menor consenso en cuanto al crecimiento y la evolución interanual de los beneficios empresariales.*

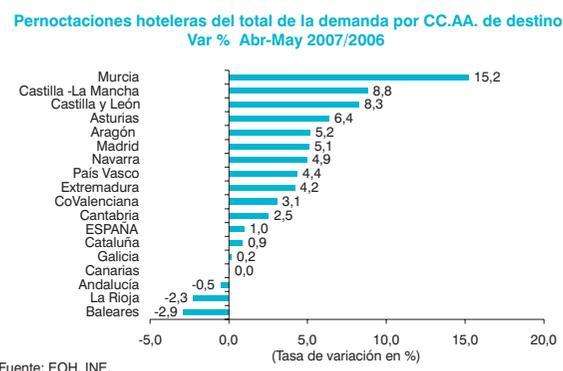
En efecto, en la mayoría de las regiones españolas existe un elevado consenso respecto a un leve crecimiento ó mantenimiento de las ventas en abril, mayo y junio de 2007 respecto a los niveles del mismo período de tiempo del año anterior. Entre ellos cabe destacar que el 57,8% de los gestores de establecimientos hoteleros madrileños manifiestan haber experimentado un incremento de sus ventas en el segundo trimestre de 2007. Asimismo resulta muy relevante el generalizado aumento en relación con 2006 de la facturación en la mayoría de los destinos de interior y la España verde, en concreto, en La Rioja, Castilla la Mancha, Galicia, País Vasco y Castilla y León.

Dentro de las comunidades del litoral, resalta el 63,0% de los empresarios valencianos que han manifestado haber experimentado crecimientos interanuales en sus ventas en el segundo trimestre de 2007, muy favorecidos por el tirón de la ciudad de Valencia gracias a la celebración de la America's Cup y la positiva valoración de la Región de Murcia entre sus empresarios. Por otro lado, los profesionales del sector hotelero en Baleares, Canarias, Cataluña y Andalucía reflejan una heterogeneidad de resultados que viene explicada, como se verá más adelante, por el dispar comportamiento de los diferentes productos y destinos turísticos dentro de esas comunidades.



La percepción empresarial se corrobora por la evolución de las pernoctaciones que refleja la EOH del INE para los meses de abril y mayo. Así, los destinos especializados en el turismo verde y de interior han vuelto a registrar crecimientos interanuales en el número de pernoctaciones que revelan los indicadores oficiales en estos dos meses por encima del 4%. Por su parte, dentro de los destinos de sol y playa destacan por el incremento interanual de su demanda la Región de Murcia y los destinos del litoral de la Comunidad Valenciana, que, junto al éxito anteriormente señalado en la ciudad de Valencia en torno a la celebración de la America's Cup 2007, sitúan a estas dos comunidades como las más dinámicas en este segundo trimestre del año 2007 entre las comunidades del litoral mediterráneo e islas.

En cuanto a los destinos urbanos, vuelve a destacar la Comunidad de Madrid, dónde el progresivo y muy acertado reposicionamiento de la ciudad de Madrid como destino turístico de primera magnitud en el panorama internacional se ha visto a su vez parcialmente favorecido en cuanto a la afluencia turística en este año 2007 por el aumento de la capacidad del tráfico aéreo de la T4 y la exponencial irrupción de las aerolíneas de bajo coste.

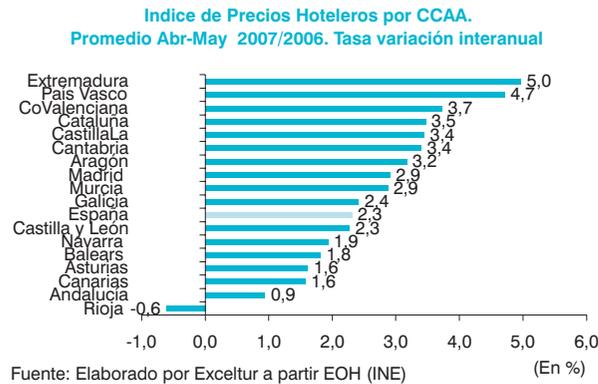




Claves: Balance segundo trimestre 2007

Claves por destinos

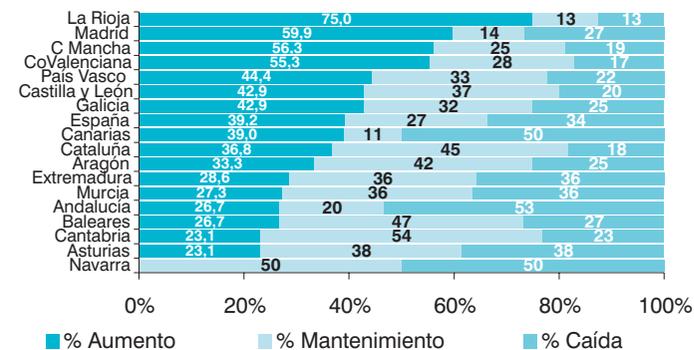
Los destinos más favorecidos por la demanda turística han gozado de incrementos en sus niveles de precios por encima del modesto registro observado en promedio para el conjunto de España, que se situaba en un crecimiento interanual del 2,3% en los meses de abril y mayo de 2007 según el Índice de Precios Hoteleros elaborado por el INE.



En esos destinos, el avance observado en la facturación unido a un incremento de los precios se ha trasladado de manera generalizada a crecimientos interanuales en los beneficios en los meses de abril, mayo y junio de 2007, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. El consenso es elevado en cuanto a crecimiento de la rentabilidad empresarial en la Comunidad de Madrid y en la Comunidad Valenciana, dentro de los destinos con un elevado volumen de pernoctaciones, y mayoritariamente positivo en La Rioja, País Vasco, Castilla La Mancha, Castilla y León y Galicia, en las comunidades de turismo de interior y la cornisa cantábrica.

En el resto de destinos del litoral mediterráneo e islas, más especializados en el producto sol y playa, se han vuelto a mantener los precios en niveles muy similares a los del segundo trimestre de 2006 como herramienta de atracción de la demanda, lo que ha drenado notablemente la recuperación de los beneficios empresariales en abril, mayo y junio. De hecho, en Canarias y en Andalucía el 50,0% y el 53,3%, respectivamente, de los gestores de establecimientos hoteleros manifiesta haber experimentado pérdidas de rentabilidad en el segundo trimestre de 2007. Mientras, en Baleares, y a pesar de un mayor consenso en cuanto al crecimiento interanual de las ventas, la mayoría de los empresarios han percibido un mantenimiento de los beneficios empresariales en los mismos niveles del segundo trimestre de 2006, según los resultados de la reciente Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Opinión empresarial sobre los beneficios II Trimestre 2007 SECTOR DE ALOJAMIENTO



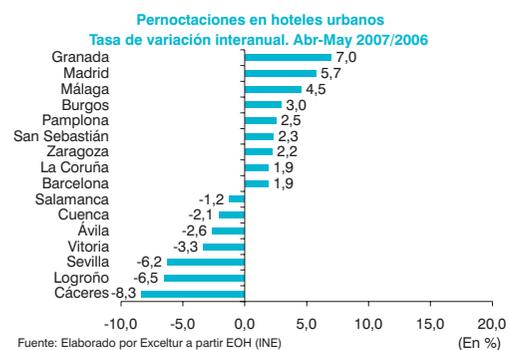
21

El segundo trimestre de 2007 ha vuelto a ser testigo de la continuada tendencia al alza que prima la afluencia a los destinos urbanos españoles, dando muestras, por un lado, del acertado reposicionamiento turístico de muchas de estas ciudades españolas, y por otro, del largo recorrido de crecimiento que aún existe en las mismas. De hecho, el turismo se está consolidando como una de las principales fuentes generadoras de rentas para sus sociedades locales en un mercado como el europeo, con un elevado nivel de demanda potencial para las nuevas oportunidades que se abren continuamente para visitar esos destinos, como es el caso del turismo de negocios, ferias y congresos, las escapadas cortas y las visitas vinculadas a grandes eventos culturales y deportivos. Todo ello estimulado un trimestre más por la expansión de las aerolíneas de bajo coste y la consecuente tendencia del turista europeo a la segmentación de sus vacaciones en períodos más cortos de tiempo y cada vez más a lo largo de todo el año.

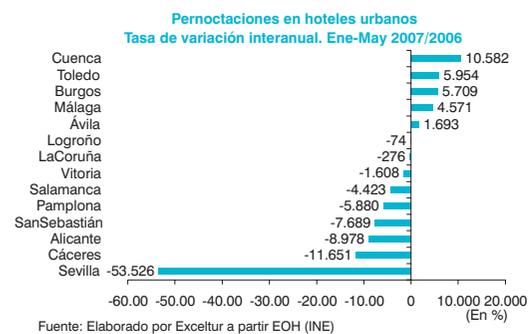
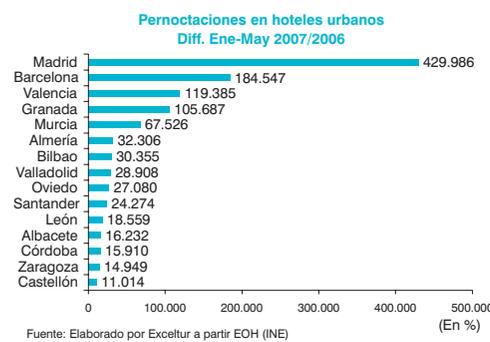
El principal abanderado en el año 2007 del éxito del turismo urbano en España es la ciudad de Valencia fundamentalmente debido a la celebración de la Copa América y el trabajo previo de inversión en grandes



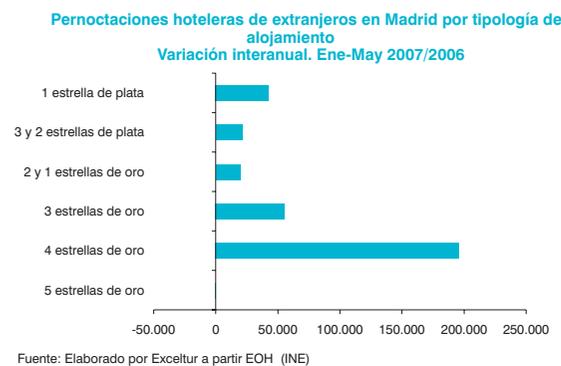
infraestructuras, promoción y renovación urbanística que se ha llevado a cabo en los últimos años en la ciudad. En este sentido, la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE revelaba que ya en abril y mayo de 2007, meses previos a la celebración de las regatas, las pernoctaciones crecieron un 12,4%, acumulándose un crecimiento interanual hasta el mes de mayo de 2007 del 10,8%, de la mano del crecimiento de la demanda de servicios hoteleros, muy en especial de los extranjeros, que se concretó en un incremento interanual del 21,4% en el mismo período de tiempo, lo que equivale a 119 mil pernoctaciones más que en el mismo período de tiempo del año 2006.



Asimismo y como otros referentes en términos de dinamismo y niveles de demanda turística continúan destacando la ciudad de Madrid y Barcelona. La primera de ellas sigue experimentando crecimientos interanuales en el número de pernoctaciones por encima del 5%, mientras que, a tenor de los datos de la EOH del INE, el avance de las pernoctaciones en los meses primaverales se ha ralentizado hasta un crecimiento del 1,9% en Barcelona, debido a un estancamiento de la demanda extranjera. Sin perjuicio de lo anterior, el crecimiento del número de pernoctaciones entre enero y mayo de 2007 en estas dos ciudades se concretaba en 430 mil y 185 mil respectivamente.



En el caso de Madrid, el 78% de este crecimiento viene explicado por el mercado de origen extranjero, muy vinculado al crecimiento observado en la llegada de pasajeros internacionales gracias a las nuevas conexiones por aerolíneas de bajo coste, que según el IET ascendía en el acumulado del mes de mayo un 99,6%, lo que representa la llegada de 411 mil pasajeros internacionales más, entre los que estarían incluidos los españoles que igualmente usan y por tanto regresan en este tipo de aerolíneas y que las estadísticas e informaciones oficiales accesibles hoy por hoy no son capaces de distinguir. En cualquier caso, este flujo adicional ha impulsado la actividad turística de esa comunidad, concentrándose el crecimiento de esta demanda en alojamientos hoteleros de cuatro y tres estrellas.



En este mismo sentido, otras ciudades españolas de tamaño mediano que han experimentado incrementos en la demanda de servicios de alojamiento hotelero a raíz del incremento de llegadas de pasajeros internacionales transportados en compañías de bajo coste han sido Granada, Bilbao, Santander, Zaragoza y Murcia. El crecimiento de la demanda nacional

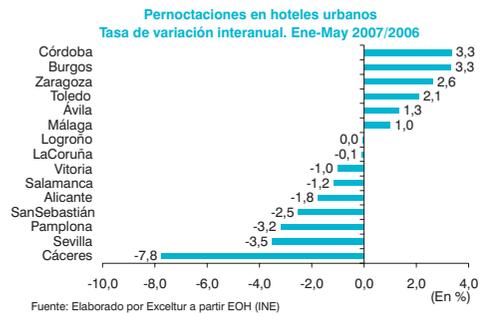


Claves: Balance segundo trimestre 2007

Claves por destinos

en Murcia ha sido notablemente superior a la de los no residentes, fruto de nuevo de la celebración de un evento cultural, el III centenario del nacimiento del escultor murciano Salzillo, que ha favorecido las visitas de españoles a la ciudad de Murcia.

La mayor propensión al disfrute de escapadas cortas vinculadas a motivaciones culturales, gastronómicas, turismo de shopping, eventos de ocio y deportivos se consolida igualmente entre las preferencias del turista español, que unido a la creciente puesta en funcionamiento de nuevas líneas ferroviarias de alta velocidad y el mayor número de conexiones y frecuencias aéreas internas a precios más competitivos, está igualmente impulsando las actividades turísticas en diversas ciudades españolas. Así, a la anteriormente citada ciudad de Murcia, se le unen otras de tamaño medio como Almería, Granada y Málaga, Oviedo, Santander, León y Albacete con notables incrementos interanuales en el número de pernoctaciones hoteleras realizadas en las mismas por los españoles en los cinco primeros meses de 2007.

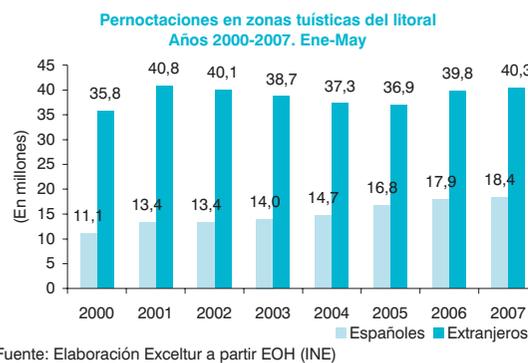


22

Según avalan los resultados de la reciente Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y la información detallada para las zonas turísticas de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE para los meses de abril y mayo, **el devenir del conjunto de los destinos turísticos del litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario en el segundo trimestre de 2007 ha sido en promedio poco favorable y muy heterogénea en función del mercado de origen y el destino turístico.**

Así, la demanda extranjera ha registrado en prácticamente todos los destinos vacacionales del segmento de sol y playa menores niveles de crecimiento que los observados en un excepcional segundo trimestre de 2006. De hecho, las pernoctaciones de extranjeros en el conjunto de estos destinos sufrían una caída interanual del 1,3% en los meses de abril y mayo de 2007 según la EOH del INE. Parte de este descenso se ha compensado por un avance de la demanda nacional en la costa levantina, algunos destinos del litoral catalán y las islas canarias, y el litoral de las provincias de Cádiz, Almería y Huelva.

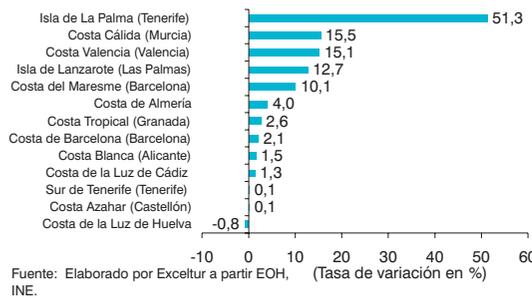
En concreto, el número de pernoctaciones de españoles en estos destinos del litoral ascendió en abril y mayo a 9,7 millones, lo que supuso un crecimiento interanual del 0,4% respecto al mismo período del año anterior. De hecho, el conjunto de pernoctaciones totales (extrajeras y españolas) en alojamientos hoteleros en las zonas del litoral peninsular e islas experimentaron una caída interanual del 0,8% en los meses centrales de la primavera de 2007, que promediando con el buen arranque del año supone un crecimiento interanual del 1,3% para el acumulado de enero hasta mayo de 2007.



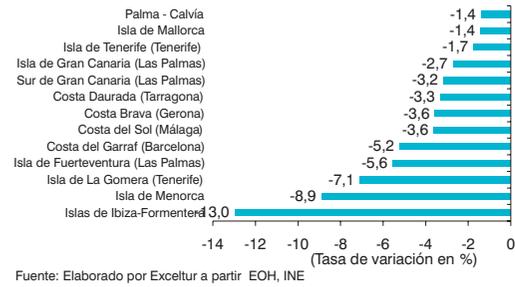
Aún a pesar de su bajo peso relativo en la estructura de demanda en los meses de abril y mayo, cabe destacar el negativo devenir de la demanda nacional en el conjunto de los destinos de las Islas Baleares, que acumula una caída del -19,2% en este período de tiempo. Caída que junto al estancamiento del mercado extranjero se ha concretado en un descenso del 3,2% del número de pernoctaciones en abril y mayo y del 2,7% en el acumulado anual enero-mayo 2007. Dentro de Baleares son en cualquier caso las islas Pitiusas las que peores resultados están experimentando en estos cinco primeros meses de 2007 aunque el mes de junio puede haber compensado estos registros. En el caso de Menorca el desfavorable comportamiento de los meses primaverales, se ha visto compensado por el positivo comportamiento de la demanda española en el inicio del año, y en Mallorca, las pernoctaciones de extranjeros registran crecimientos interanuales cercanos al 3% en el período de enero a mayo.



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Abr-May 2007 - 2006



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Abr-May 2007 - 2006



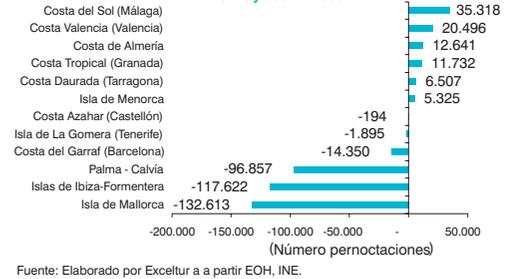
Distinto ha sido el devenir de la actividad turística en los destinos del archipiélago canario en los meses de abril y mayo de 2007 que ha estado marcado por un positivo comportamiento en promedio de la demanda de españoles, con la excepción de la Isla de Tenerife, La Gomera y Fuerteventura. Este positivo comportamiento de la demanda interna, que se ha concretado en un crecimiento de las pernoctaciones de españoles en el conjunto de los destinos de las islas del 5,7% en los meses de abril y mayo, se ha visto mermado por una caída generalizada del 1,9% de las pernoctaciones de extranjeros en los hoteles canarios, con la única excepción de los localizados en La Palma, Lanzarote y el Sur de Tenerife.

Así, para el acumulado del año 2007 hasta mayo y tras un favorable primer trimestre, el balance en afluencia a Canarias es positivo con las pernoctaciones creciendo en media por encima del 2%. En estos primeros meses de 2007 destaca, a pesar de su pequeño volumen, el crecimiento de la isla de La Palma tanto en el mercado español como en el extranjero, y por su crecimiento en términos de volumen la isla de Tenerife.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Diff. Ene-May 2007 - 2006



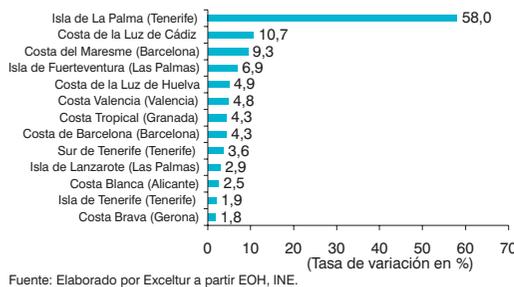
Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Diff Ene-May 2007 - 2006



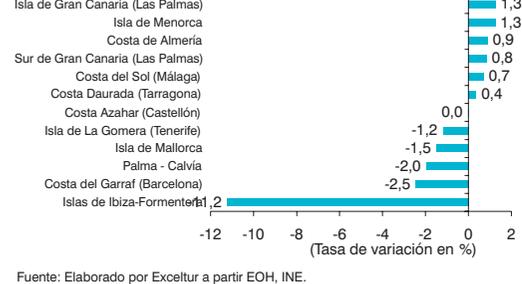
Los niveles de demanda en los destinos del litoral andaluz experimentaron en términos de pernoctaciones una caída interanual del 1,1% en los meses de abril y mayo, aunque se espera una mejora en la actividad en el mes de junio, que ha mermado ligeramente a la baja el balance de su acumulado anual hasta el mes de mayo, que todavía registra una tasa positiva del 3,0% tras un primer trimestre satisfactorio. Ha sido fundamentalmente la caída del mercado nacional en la Costa del Sol y la Costa de Almería y un retroceso del 10,5% y 1,4% de la extranjera en la costa onubense y malagueña, respectivamente, lo que explica este empeoramiento de la actividad en el segmento vacacional de sol y playa andaluz en los meses de abril y mayo. A pesar de este comportamiento, en el acumulado hasta mayo, todas las zonas turísticas de Andalucía se mantienen en registros interanuales positivos en términos de pernoctaciones, destacando un mejor comportamiento de la demanda en la Costa de la Luz gaditana.

Dentro de la costa catalana, es relevante la ralentización observada en abril y mayo en la demanda de servicios de alojamiento hotelero en la Costa Brava y la caída de pernoctaciones de extranjeros en la Costa Dorada, destacando, por el contrario, el dinamismo tanto en el mercado nacional como en el extranjero de la Costa del Maresme, que registró un incremento interanual del 10,1% en abril y mayo de 2007.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Ene-May 2007 - 2006



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Ene-May 2007 - 2006





Claves: Balance segundo trimestre 2007

Claves por destinos

En los dos primeros meses del segundo trimestre de 2007 se ha revertido, sin embargo, el desfavorable balance del inicio del año en los destinos de sol y playa del litoral de la Comunidad Valenciana, de la mano fundamentalmente del crecimiento de la demanda española, que ha registrado un crecimiento del 8,3% respecto a los meses de abril y mayo de 2007. No obstante, el avance de los mercados de origen extranjero han seguido dando síntomas de debilidad, experimentando una caída en sus niveles de pernoctaciones del 6,8% en abril y mayo, del -7,0% en el acumulado anual hasta mayo.

23 **En los destinos de interior y de la España Verde** la opinión empresarial y el resultado de los principales indicadores oficiales **avalan el positivo comportamiento de la actividad turística en el segundo trimestre de 2007** con una oferta turística orientada al disfrute de la naturaleza y los atributos culturales dando continuidad a la senda de crecimiento de su actividad turística en los últimos años y confirmando el aún largo recorrido del turismo como relevante sector de actividad generador de renta y empleo para esos destinos turísticos.

En efecto, los resultados de la Encuesta Turística Empresarial de Exceltur evidencian este favorable avance de la actividad turística en esas comunidades del interior. De hecho, 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 La Rioja, Castilla La Mancha y Castilla y León tanto en clave de ventas como de beneficios en los meses de abril, mayo y junio de 2007. Dentro de la denominada España Verde, los gestores de establecimientos hoteleros en Galicia y País Vasco han manifestado igualmente positivos resultados en términos de facturación y rentabilidad respecto al segundo trimestre del año 2006.

Por otro lado, el avance de la demanda de servicios de alojamiento rural en muchos de estos destinos de interior en los meses de abril y mayo de 2007 ha sido muy favorable según los resultados de la Encuesta de Ocupación de Turismo Rural del INE, observándose crecimientos de dos dígitos en la mayoría de ellos. Así, para el conjunto de alojamientos rurales se registraba un incremento interanual del 11,3% de las pernoctaciones en los meses de abril y mayo de 2007, lo que se ha concretado en un crecimiento del 9,7% en el acumulado anual hasta mayo, de la mano del intenso dinamismo de la demanda nacional, ya que la extranjera permanece estancada en niveles de 2006. En este sentido, una de las principales oportunidades para esta tipología de alojamiento es ver como aprovechar ese elevado volumen de demanda extranjera que llega crecientemente de manera independiente a muchos aeropuertos del interior y que valoriza los atributos asociados a este tipo de alojamiento.





B. Expectativas para el verano y el conjunto de la temporada 2007

B.1. Escenario económico previsto para el segundo semestre de 2007 e implicaciones para el turismo: consideraciones generales

24 **Los principales países emisores de turistas hacia España mantienen el ritmo elevado de crecimiento de sus economías constatado en los últimos trimestres, aunque el consumo privado avanza más lentamente** lo que ha llevado a las diversas firmas de análisis a reducir levemente sus estimaciones en numerosos países para el cierre del año 2007. Todo parece indicar que las subidas de los tipos de interés en Europa como consecuencia de las tensiones inflacionistas han comenzado a afectar de manera generalizada a las decisiones de los consumidores europeos y es hora de tenerlos en cuenta de cara a los próximos meses, si bien los efectos más intensos debieran producirse después del verano, particularmente en el cuarto trimestre del año.

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

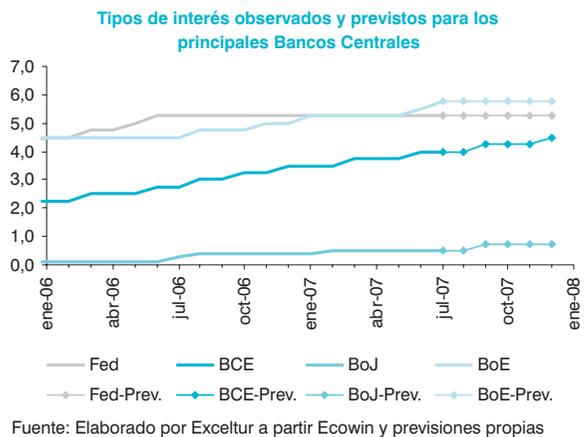
(e) Estimación; (p) Previsión

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de AFI y Consensus Forecast (Junio 2007)

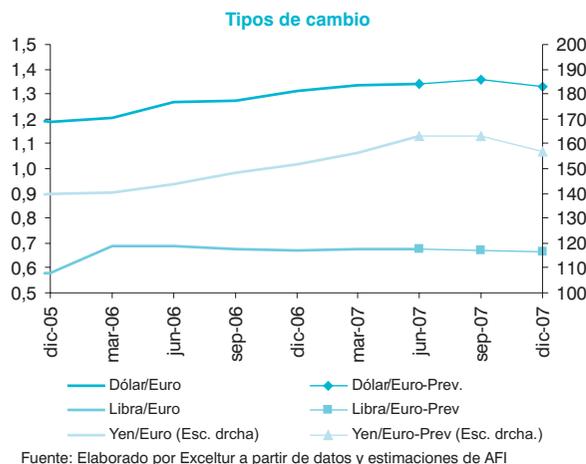
Con estos condicionantes macroeconómicos y en términos de cómo puede afectar en función de lo que representa la demanda turística extranjera, España debería cerrar una razonable temporada durante el año 2007, en términos del volumen de afluencia y de la rentabilidad empresarial, en este último caso y especialmente en los destinos de sol y playa, inferior en promedio a la registrada en 2006. Este escenario previsto para la demanda extranjera se alcanzaría siempre que no se desate ningún suceso que afecte a la ya complicada situación geopolítica que en general condiciona la percepción de seguridad y por ende la selección definitiva de los destinos objeto de los viajes de los consumidores europeos.

Desde una perspectiva macroeconómica la evolución esperada de las principales variables que pueden incidir sobre la demanda turística de los próximos meses se puede resumir en:

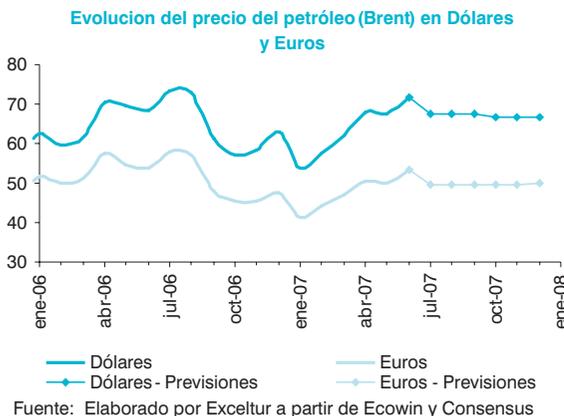
- Nuevas presiones inflacionarias vinculadas al encarecimiento del precio del petróleo que aún cuando no está generando una espiral de incremento en los precios, probablemente obligará en lo que queda de año a nuevas subidas en los tipos de interés de la zona del euro y del Reino Unido. Aún cuando parte de estas subidas ya están siendo descontadas por los mercados y por tanto integradas en las revisiones de los préstamos a tipo variable, es de esperar un nuevo efecto de reducción de la renta disponible para el gasto de las familias que afectará los desplazamientos turísticos.



● En los próximos meses esperamos que **el euro siga apreciándose respecto al dólar**, como lo ha venido haciendo en el curso del año, aunque no cabe descartar un cierto avance de la divisa americana al final del año. Esta apreciación del euro a corto plazo volverá a abaratar los destinos del área dólar, tanto los más próximos del Mediterráneo Oriental que cotizan sus precios en esa moneda (Turquía, Egipto, etc.), como los de larga distancia (Latinoamérica, Asia y EE UU), donde el Caribe debiera ser uno de los grandes beneficiados. Por su parte es de esperar una nueva aunque más limitada depreciación del yen, que seguirá afectando a los viajes de los japoneses hacia el exterior. En estos próximos meses esperamos que el euro se deprecie a su vez ligeramente respecto a la libra británica, lo que debiera estimular el turismo procedente de Inglaterra hacia el área euro y en particular hacia España.



● Los precios del petróleo se mantienen al alza desde inicios de 2007 habiendo alcanzado a mediados de julio niveles casi tan elevados como los records registrados hace un año. Aunque por ahora se mantienen perspectivas de estabilización en lo que queda de año, éstas se sitúan alrededor de los 70 dólares por barril, claramente por encima de los que se esperaban hace un trimestre. Su impacto en euros, no obstante se verá moderado por la leve tendencia a la apreciación de la divisa europea antes mencionada. Las compañías aéreas han mantenido una posición económica algo mejor durante 2007 que en los años precedentes y particularmente aquellas que no cuentan con las debidas coberturas serán las que más sufran en sus estructuras de costes estas alzas en el precio de su energía básica.





B.2. Perspectivas macroeconómicas en los principales mercados emisores

España

La economía española no deja de crecer a buen ritmo y las perspectivas de cierre para el conjunto de 2007 son similares a las experimentadas en 2006. El paro sigue descendiendo y los hogares mantienen crecimientos del consumo por encima del 3%, a pesar de que el encarecimiento de las hipotecas se empieza a trasladar a sus decisiones de gasto en turismo y ocio hasta el punto que una reciente encuesta realizada por Deloitte, estima que el 45% de los hogares españoles hipotecados reducirán sus gastos de vacaciones.

No obstante, en España el número de hogares hipotecados es mucho menor que el de los no hipotecados, quedando fuera de esta situación los hogares de personas de mayor edad, más propensos a la realización de viajes de mayor gasto. De hecho, la esperada contracción de demanda turística de los españoles será relativamente moderada y se centrará más en los segmentos familiares y en los perfiles de consumidor medio y bajo y cabe pensar que se acusará con mayor intensidad durante los últimos meses del año y la temporada de 2008. Esta tendencia es de una muy particular trascendencia para un mercado turístico como el español, donde el 50% del total de la demanda turística a los destinos españoles corresponde a viajes de los propios españoles.

En este sentido, durante estos meses de la primavera de 2007 ya se ha dejado notar un retraimiento de la demanda nacional en las ventas de las agencias de viajes españolas mientras las reservas para el verano, aunque cada día más estimuladas por fuertes ofertas, se mantienen en niveles aceptables, salvo aquellas que afectan a algunos destinos nacionales. En estos últimos meses se ha comenzado a percibir a su vez la realización de un menor número de escapadas y el recorte del gasto turístico en algunos segmentos de demanda, que comienza a condicionar las vacaciones estivales disfrutadas por los españoles en nuestro propio país.

Reino Unido

El mercado británico para los próximos meses se favorecerá del tirón de una depreciación del euro, que debiera abaratar las vacaciones de los británicos y una mayor afluencia hacia España, mientras que con un efecto contrario se esperan subidas de tipos, especialmente en un contexto de crecimiento de precios de la vivienda todavía de dos dígitos. Con estos condicionantes y una situación de pleno empleo los británicos debieran mejorar ligeramente los niveles de gasto turístico alcanzados el pasado año y este contexto España se debiera ver favorecida.

Aún es pronto para valorar si ha tenido alguna trascendencia determinante en la decisión de viajar de las familias británicas los recientes atentados de Londres y Glasgow y su vinculación a las acciones acontecidas en Marruecos, Yemen y más recientemente Argelia. En todo caso, esos condicionantes geopolíticos no penalizarán en este tercer trimestre de 2007 a los destinos de sol y playa percibidos como más seguros, como los españoles. España, por tanto, seguirá siendo durante el verano un destino preferente para el turista británico especialmente inclinado por un lado al viaje independiente asociado a nuevas motivaciones y, por otro, al disfrute de sus segundas viviendas en España o a las cedidas por familiares o amigos que en múltiples casos siguen encubriendo un arrendamiento irregular y una competencia desleal para los alojamientos reglados. Además los meses de verano van a contar con una oferta adicional de nuevas rutas programadas por las compañías aéreas de bajo coste, de manera que con todo el número de pernoctaciones hoteleras y la llegada de turistas británicos a España deberían mejorar algo en los próximos meses.

Alemania

Tras el limitado efecto en el primer semestre del año de la temida subida del IVA que parece ser ha sido absorbido por los márgenes empresariales, la mejoría de los niveles de confianza de los consumidores hasta alcanzar en mayo sus niveles máximos de los últimos años plantea un escenario propicio para los viajes turísticos de los alemanes de cara al verano.

La capacidad de España para atraer una parte de la presumible mayor demanda turística de los alemanes estará primer lugar en función de si tuviese alguna consecuencia significativa para Turquía, Egipto y Marruecos el que pudiesen reproducirse los niveles de inseguridad percibida en el Mediterráneo Oriental y el Magreb y por otro lado del abaratamiento de otros destinos dolarizados como el Caribe y los asiáticos, así como de la contención de precios de la oferta complementaria, que en España comienza a ser percibida con una inadecuada relación calidad-precio por parte de las familias alemanas. Un trimestre más es de esperar que el esperado dinamismo del mercado alemán hacia España se



Claves: Expectativas para el verano y la temporada 2007

Perspectivas macroeconómicas mercados emisores

produzca con mayor intensidad entre los viajeros independientes de la mano de compañías aéreas de bajo coste, que de los turistas con paquetes tradicionales comercializados por los grandes touroperadores, que siguen menguando en su versión más convencional.

Francia

Una vez superado el impasse sobre la demanda de viajes introducido por las elecciones presidenciales y legislativas celebradas en mayo y junio, el dinamismo económico que experimenta la economía francesa debiera favorecer una mayor propensión viajera de la población de ese país. A pesar de que en general para España el francés es un turismo en parte independiente, de carretera, impredecible, que favorece a las regiones más próximas, como es el caso de Cataluña, y con una creciente atracción por destinos de interior con una impronta cultural, los resultados del verano en ese mercado para España debieran ser positivos. Las zonas de sol y playa dependerán en parte de la percepción que sobre los destinos del Norte de África (Marruecos y Túnez) se genere entre los viajeros franceses de cara al verano.

Italia

No hay motivo en el análisis de los condicionantes del mercado italiano para romper la senda de crecimiento en sus viajes hacia España que ha marcado los cinco primeros meses del año. El turista italiano, ha encontrado en algunos destinos españoles urbanos, de interior, de naturaleza o costeros/isleños (Formentera) un lugar ideal para el disfrute de sus vacaciones, de forma que se imponen durante la temporada dentro de las tendencias de moda de ese país. Este hecho junto con una economía que mejora algo los registros de 2006 y unas conexiones aéreas que, a pesar de la desprogramación para el verano de algunos vuelos (por ejemplo, a Canarias), tienen capacidad para favorecer un crecimiento de la demanda, son motivos suficientes para esperar un aumento de la misma hacia España durante el tercer trimestre de verano.

Otros mercados

El mercado holandés se mostrará muy activo en estos próximos meses de verano gracias a su buena situación económica, la recuperación del consumo y el descenso del paro, pero también se diversificará más intensificándose la demanda turística no organizada. España mantiene buena posición entre los turistas holandeses, que debiera beneficiarse del aumento de su gasto.

Para los turistas austriacos no se estima una clara desventaja del destino español, con vistas al verano, a tenor del aumento de la oferta aérea observada, pero los destinos competidores siguen siendo más atractivos en precios para este país emisor. En cuanto al mercado belga, bastante dinámico, ha privilegiado a otros destinos competidores (Turquía, especialmente) hasta ahora, pero el crecimiento de los viajes organizados que se prevé en este mercado favorecerá también al destino español.

Los mercados nórdicos, cada vez más proclives al viaje no organizado, no dejarán de orientarse hacia el destino español de sol y playa, probablemente tan activamente como en 2006 o incluso mejor en alguno de ellos (Suecia). A destacar su preferencia creciente por los city-breaks y destinos de interior de buena climatología y amplia oferta complementaria, algo que los destinos de interior más recónditos en España todavía deben desarrollar más, ahora que la accesibilidad gracias a las compañías aéreas se multiplica a una velocidad mucho mayor que lo que crece la oferta lúdica y de ocio de esos destinos de interior.

Portugal se recupera económicamente y los turistas portugueses vuelven a poner sus miras en el destino español, que aprecian crecientemente a medida que los intercambios se intensifican también por parte de los españoles que incrementan su tenencia de vivienda secundaria en este país. El mercado irlandés seguirá fijando su interés en el destino español en el verano de 2007, como en años precedentes. Igualmente se espera una consolidación del mercado suizo, con excelente situación económica y creciente conocimiento del destino español que se ha venido apreciando de manera consistente en los últimos años.

Los mercados del este de Europa registran mejoras sostenidas de su situación económica y creciente interés por España al que se acercan por muy diversos medios organizados o no organizados, estancias cortas, destinos de culturales o de sol y playa, apalancados en una oferta de transporte aéreo cada vez mayor de trayectos a bajo coste. Los turistas rusos mantendrán su elevado interés en el destino español, aunque seguirán prestando una atención creciente a sus otros destinos europeos del Mediterráneo Oriental más próximos y tradicionales (Turquía).

En los EE UU, la economía americana mantiene el pulso mejor de lo que se esperaba y la apreciación del euro no será muy pronunciada, de forma que las bases económicas de la demanda turística de este país no debieran afectar la recuperación del apetito por visitar nuestros destinos, que deben en consecuencia volcarse en la captación de un turismo sofisticado, orientado hacia todo tipo de destinos culturales y de alto nivel económico, como es el norteamericano.

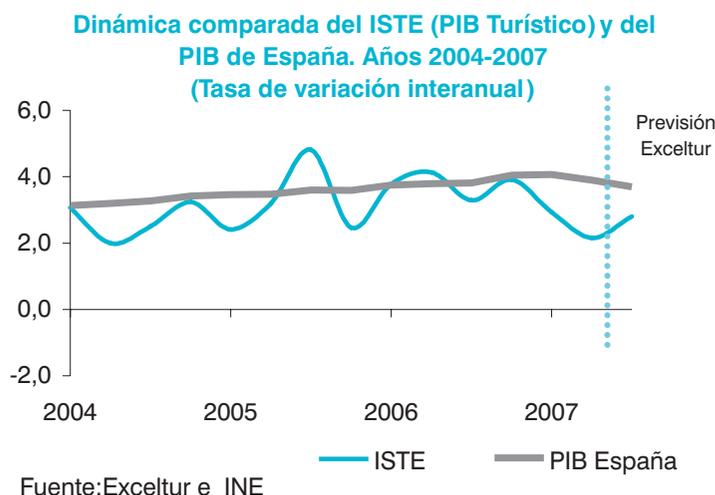


B.3. Claves turísticas para el segundo semestre de 2007

- La percepción de inseguridad que pudiera derivarse de los recientes acontecimientos en Marruecos, Londres, Yemen y más recientemente en Argelia vuelven a situar a los factores geopolíticos como relevantes para predecir los resultados de los próximos meses, que pudieran volver a estar sujetos a impredecibles niveles de volatilidad y redireccionamiento de flujos turísticos, aunque en menor escala que en años anteriores, dada la cada día más laxa memoria, constatada flexibilidad y progresiva asunción de los consumidores a este tipo de sucesos y riesgos.
- Para lo que queda de 2007 no dejará de agudizarse la contratación de viajes más especializados, la reducción de la estancia, la auto organización del viaje, la selección de aquellos destinos que ofrezcan una oferta de productos diversificados y faciliten su contratación on line. Buena parte del éxito de España en este contexto estará relacionado con la capacidad de adaptación de los destinos y empresas españolas a estas tendencias, que aunque no son nuevas, se consolidan cada día más.
- La fusión de turoperadores TUI-First Choice y Thomas Cook-My Travel aún no se dejará notar en los próximos meses de verano, pero es de esperar que a partir del cuarto trimestre y particularmente para la próxima temporada alta de Canarias se observen los efectos de las políticas de mayores economías de escala y optimización de costes que es más que previsible que introduzcan en los destinos en los que operan.
- Finalmente, atribuibles o no al cambio climático, lo cierto es que el disfrute en los países de origen de condiciones climatológicas más suaves en primavera empieza a jugar un papel desincentivador de aquellos viajes basados en las puras motivaciones climáticas que han favorecido el que España sea uno de los líderes del turismo mundial en estos segmentos de mercado. Aunque no se percibirá en los meses de verano, cada día se hace más necesario el disponer de un análisis riguroso de los posibles escenarios y ritmos que los cambios climáticos y sus consecuencias pueden generar en el turismo español, de forma que aprovechemos sus oportunidades y seamos capaces de introducir medidas que anticipen la lucha frente a sus amenazas.

B.4. Previsiones de Exceltur y expectativas empresariales para el verano de 2007

25 Con todas las precauciones y condicionantes expresados anteriormente, **nuestras previsiones descuentan la consecución de un razonable verano de 2007 en términos de afluencia tanto nacional como extranjera**. De hecho, esperamos que el agregado de la actividad turística en España (nacional y extranjera), medida a través del Indicador Sintético del Turismo español de Exceltur (ISTE), se eleve ligeramente durante el tercer trimestre hasta alcanzar un crecimiento del 2,6% desde el 1,9% registrado en el segundo trimestre del año 2007.





Claves: Expectativas para el verano y la temporada 2007

Previsiones para el verano de 2007

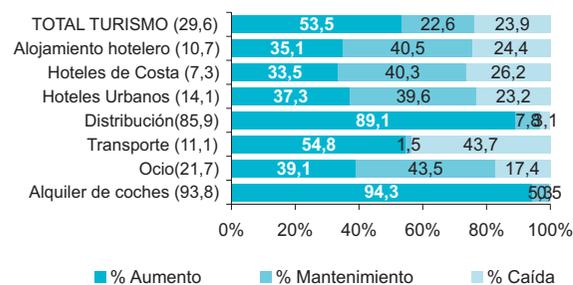
Detrás de este comportamiento y basándonos en proyecciones macroeconómicas más que en indicadores objetivos que permitan identificar tendencias de consumo turístico de los españoles de una manera más precisa, esperamos que la demanda española se incremente algo más que lo que lo hizo durante el segundo trimestre. No obstante, los factores que pueden atenuar la progresiva desaceleración del consumo de viajes de los españoles por España en el trimestre de verano no pensamos que se puedan mantener a finales del año y muy especialmente durante 2008, donde desde Exceltur anticipamos se produzca un enfriamiento de la demanda turística nacional.

Por su parte, los turistas extranjeros verían incrementar su demanda hacia España en julio, agosto y septiembre de 2007, según nuestras previsiones, tanto en términos de llegada de turistas, como de pernoctaciones. Este crecimiento de la afluencia no presupone aún un claro cambio hacia perfiles de clientes de mayor capacidad adquisitiva y por ello estimamos que no serán suficientes para incrementar los ingresos reales por turismo extranjero, lo que se traducirá en 2007 en una nueva caída del gasto medio real que revierte en España por cada turista extranjero que nos visite.

Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, las empresas turísticas españolas esperan, en general, un mantenimiento o un leve crecimiento de sus ventas durante el tercer trimestre de verano de 2007 en relación con los resultados alcanzados en 2006. En el sector de alojamiento hotelero predomina, con un 40,5%, aquellos empresarios que esperan unos niveles de ventas similares a los de la pasada campaña de verano, mientras un 35,1% descuentan un crecimiento y un 24,4% una caída, con bastantes mejores expectativas entre los hoteles urbanos que entre los del litoral.

Los grandes grupos de agencias de viajes y las empresas de alquiler de coches son las que se muestran más optimistas con respecto al verano, descontando de manera generalizada un ligero incremento en el conjunto de sus ventas en los meses de julio, agosto y septiembre de 2007 (muy especialmente las de destinos extranjeros), en relación a 2006. Son las empresas de transporte y especialmente las compañías aéreas las que se muestran más escépticas sobre el devenir de sus ventas durante el verano de 2007. Como prueba muy reveladora de la creciente atonía de la demanda española cabe señalar las múltiples y muy incisivas campañas de ofertas, rebajas y descuentos (2x1) durante los últimos días del mes de junio y el comienzo de julio en el mercado interno por encima de las observadas en el mismo período del 2006.

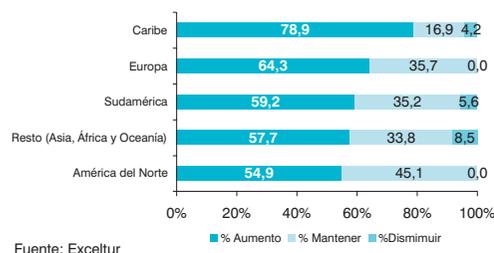
Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el tercer trimestre de 2007



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

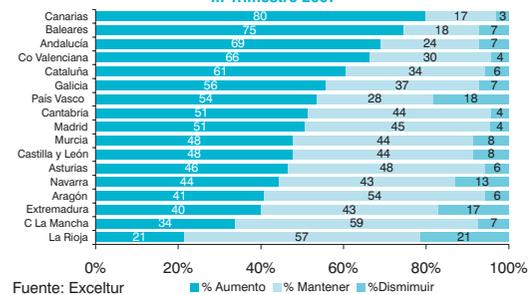
Según la opinión de los grandes grupos de agencias de viajes españoles la venta de viajes al extranjero en la temporada de verano va a seguir creciendo de manera generalizada, cobrando en esta ocasión una especial importancia el Caribe, y manteniéndose entre los favoritos los viajes dentro de Europa. Dentro de los destinos españoles, son los destinos insulares, los de las comunidades del litoral mediterráneo y los destinos de la costa cantábrica los que en mayor porcentaje van a experimentar un avance en sus ventas respecto al verano de 2006 según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

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



Fuente: Exceltur

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



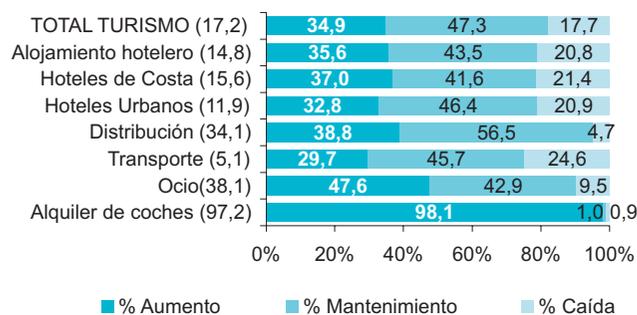
Fuente: Exceltur

Las previsiones empresariales sobre la evolución de sus beneficios en el tercer trimestre de 2007 revelan una generalizada apuesta por el mantenimiento o un ligero incremento respecto a los resultados del mismo trimestre del pasado año. Las expectativas en los hoteles vacacionales de costa para el verano son algo mejores que los resultados



que han obtenido durante el segundo trimestre de 2007 gracias a que en general no han tenido que recurrir a los fuertes descuentos de temporadas pasadas para dinamizar la demanda. Las compañías españolas de transporte, por su parte, confían en que una nueva contención de costes les permita compensar durante el verano la caída estimada de la demanda en un contexto de tarifas a la baja por la presión de la competencia y de la continuada sobreoferta con vistas a unos próximos meses donde se ha anunciado una multiplicación de conexiones tanto interiores como de los destinos españoles con el exterior.

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



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Exceltur

De hecho, la constante y progresiva expansión de la oferta de vuelos y la creciente polarización hacia aquellos de bajo coste requiere de una más profunda reflexión de todos los actores públicos y privados sobre los efectos de distinto signo que a medio plazo puede tener para el turismo español esta tendencia cada día más estimulada desde múltiples administraciones autonómicas. A medio plazo es probable que se experimente un proceso de consolidación entre este tipo de compañías, así como el ya iniciado entre las convencionales, además de sufrir los efectos de la posible introducción de un paquete de medidas que penalicen el impacto de emisiones por CO2 como el que se está discutiendo en la Unión Europea, que se traduzca en mayores precios por cada billete con todas las repercusiones que ello puede tener sobre los flujos turísticos.

B.5. Previsiones de cierre para el conjunto de 2007

A medida en que transcurre el año se van cumpliendo las expectativas que ya anticipábamos en el mes de enero de 2007 sobre la consecución de un año similar al de 2006, aunque marcado por una moderada tendencia a la baja en los ritmos de crecimiento de las principales variables turísticas. En este contexto, **un año más se podrán alcanzar unos razonables resultados agregados para el sector turístico español, aunque más por una mayor rotación y un crecimiento en el volumen y afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros (tendencia que acaba afectando a la sostenibilidad), que por una mejora en los perfiles e impacto económico de los turistas que nos visitan**, de manera que volverán a crecer más los indicadores de volumen y afluencia que los de ingresos por turista que revierten a España, medidos en términos reales.

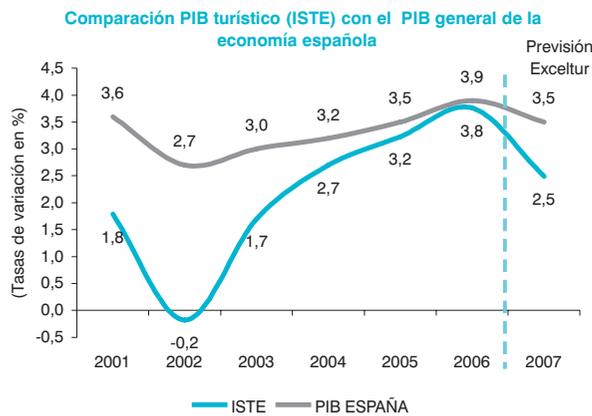
PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL								
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007(p)	
ISTE (PIB turismo)	1,8	-0,2	1,7	2,7	3,2	3,8	2,5	Nº
Ingresos por turismo reales (*) (balanza de pagos-mill. euros)	0,3	-7,7	-0,3	-0,5	1,9	1,2	-0,4	37.350
Ingresos por turismo/ turistas reales (*) (euros)	-4,2	-10,9	-1,5	-3,2	-4,5	-3,2	-3,0	622
Total llegada turistas extranjeros	4,6	4,5	3,4	4,6	6,6	4,6	2,7	60.042.264
Pernoctaciones hoteleras	0,7	-2,7	2,5	2,9	4,6	6,3	3,2	275.382.817
Residentes en España	2,2	1,6	5,4	9,6	6,8	5,9	3,4	118.764.443
No residentes	-0,2	-5,3	0,7	-1,6	3,0	6,6	3,1	156.618.373

(p) Previsiones Exceltur
(*) Deflactada con la rúbrica de turismo del IPC
Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España

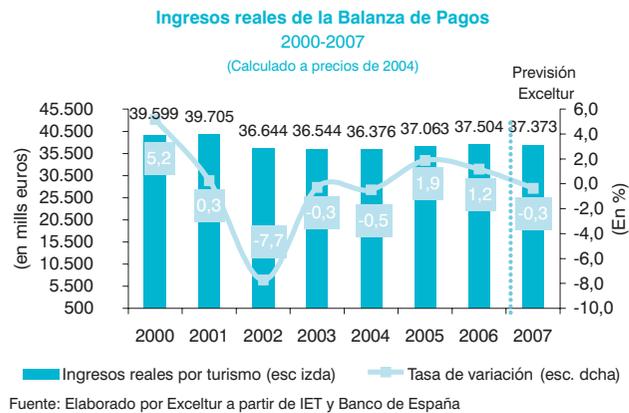
La mayor desaceleración de los indicadores turísticos de la demanda extranjera durante el segundo trimestre en relación con la esperada y las expectativas de un cuarto trimestre que es probable pueda verse afectado en mayor intensidad por una ralentización del consumo turístico de los españoles nos han llevado a **ajustar a la baja las previsiones de crecimiento del PIB turístico español, aproximado a través del Indicador Sintético del Turismo de Exceltur (ISTE). En concreto, ahora estimamos que el PIB turístico crezca finalmente en España un 2,5% a finales de 2007, frente al 3,2% que anticipábamos a comienzos del año.**



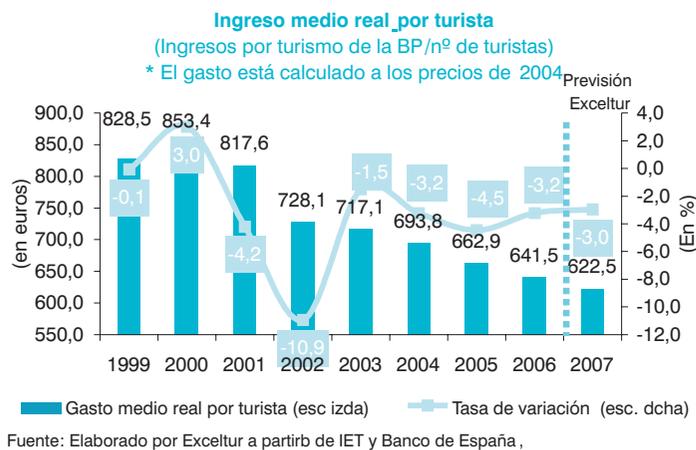
Claves: Expectativas para el verano y la temporada 2007
Previsiones para el conjunto de 2007



En el mismo sentido **hemos revisado a la baja el crecimiento en el número de llegadas de turistas extranjeros**. Tras un acumulado hasta mayo de crecimiento del 1,3%, haría falta que transcurriera un verano realmente excepcional -que no contemplamos- para que se pudiera lograr el aumento del 3,6% que estimábamos a comienzos del año 2007. **Nuestras previsiones actuales a partir de los datos oficiales disponibles hasta el mes de mayo sitúan el crecimiento en el número de llegadas de turistas extranjeros en el 2,7% hasta alcanzar la cifra de 60 millones de llegadas de turistas extranjeros para el conjunto de 2007, con un incremento de las pernoctaciones hoteleras del 3,1%**, por la mayor propensión hacia el uso del hotel que se ha evidenciado en estos primeros cinco meses de 2007.



A pesar de la mayor llegada de turistas y el cambio en el modelo de previsión del Banco de España para estimar los ingresos por turismo extranjero, no esperamos que al cierre del año el total de ingresos turísticos del exterior en términos reales que revierten a España se sitúen por encima de los niveles de 2006. Si bien es cierto que estimamos un aumento del 3,9% en los ingresos nominales por turismo extranjero que calcula el Banco de España descontándoles una inflación de la rúbrica de turismo situada por encima del 4,0%, los ingresos reales caerían ligeramente respecto a los niveles del pasado año. Al cruzar esta evolución de los ingresos con un aumento en el número de turistas como el que esperamos, **los ingresos reales por cada llegada de turista extranjero a España volverían a caer en 2007 un 3,0%, situándose en 622,5 euros**.





Los primeros síntomas de ralentización en el consumo de servicios turísticos por parte de los españoles, que ya se aprecian con claridad en el segundo trimestre de 2007 y la expectativa de que se pueda acelerar en los últimos meses del año, hacen que situemos nuestras previsiones de crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras para el conjunto de 2007 en ritmos más moderados que los que preveíamos en nuestras anteriores previsiones que presentamos en el mes de enero. En concreto nuestra estimación revisada sitúa el aumento de este indicador de demanda hotelera en el 3,4%, todavía ligeramente superior al dinamismo esperado para el mercado extranjero.