



Exceltur

*Alianza para
la excelencia turística*

Perspectivas Turísticas

Balance empresarial del
segundo trimestre
y perspectivas para el tercer
trimestre y el conjunto del año
2008

Nº 25 Julio 2008

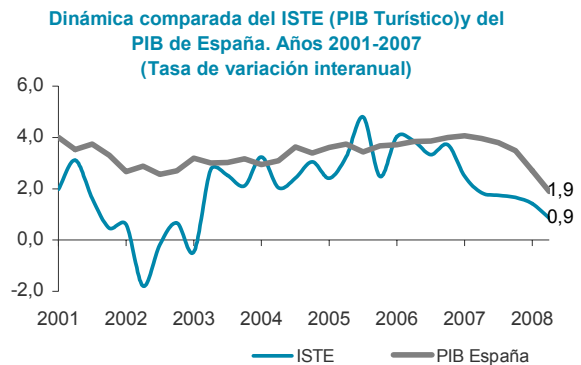
Un segundo trimestre de 2008 por debajo de lo esperado

A. BALANCE GENERAL

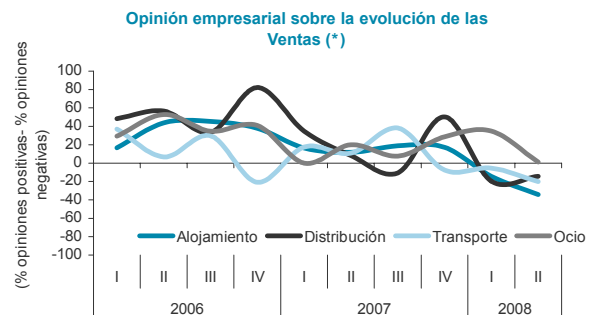
Los resultados empresariales del segundo trimestre de 2008 se sitúan por debajo de las expectativas que tenían los empresarios turísticos españoles a finales del mes de marzo

El segundo trimestre ha sido testigo de las **primeras señales de debilitamiento de la demanda turística** en España, especialmente protagonizada por la contracción del gasto de los turistas españoles, y por el **fuerte aumento de algunos de los principales costes operativos** (principalmente los derivados del incremento del precio del petróleo, de los tipos de interés y de los alimentos) de las empresas turísticas españolas que se ha traducido en **una reducción generalizada de sus beneficios**. Las previsiones de los empresarios turísticos apuntan un escenario muy complejo para el segundo semestre y de forma más intensa para el cuarto trimestre de 2008 y el año 2009, tal y como ya anticipamos en los dos anteriores números del presente Informe Perspectivas Turísticas.

El crecimiento de la actividad turística en España ha continuado desacelerándose durante el segundo trimestre de 2008 respecto al mismo período de 2007 de la mano de la mayor debilidad del consumo turístico de los españoles y una menor pujanza de algunos mercados extranjeros, lo que ha provocado que la actividad turística creciese en estos meses por debajo del primer trimestre del año. En concreto, **el Indicador Sintético del Turismo Español de Exceltur (ISTE), que aproxima la dinámica del PIB turístico en España, ha crecido un 0,9% en el segundo trimestre de 2008 respecto al mismo período de tiempo de 2007**, según nuestras estimaciones, por debajo del 1,4% interanual registrado en el primer trimestre del año y del 1,9% de media con la que se cerró el año 2007.

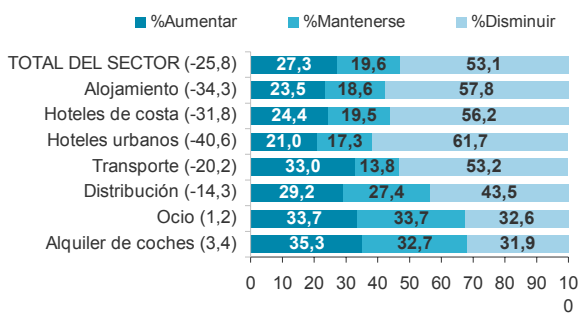


A pesar del crecimiento de los indicadores oficiales que miden el volumen de demanda extranjera durante el último trimestre, la aplicación a una parte de estos turistas de descuentos por compra anticipada y las primeras señales de caída del que es el 50% de nuestra demanda: el consumo turístico de los españoles, han provocado una percepción generalizada de descenso en las ventas de las empresas turísticas españolas a lo largo del segundo trimestre de 2008, en relación con los mismos meses del pasado año.



Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur **un 53,1% del total de las empresas turísticas españolas manifiestan haber experimentado en el segundo trimestre de 2008 una reducción en su volumen de ventas en España respecto al mismo período de 2007**, si bien la mayor parte las califican de leves, mientras que la primavera ha sido favorable para un 27,3% de las mismas. Estos indicadores de confianza corroborados por los muy recientemente publicados datos de pernoctaciones hoteleras del INE reflejan que, a pesar del positivo comportamiento del mes de mayo, la atonía ha vuelto a marcar en junio el consumo de servicios turísticos por parte de los españoles y, en menor medida, de los extranjeros, dando continuidad al debilitamiento de la demanda ya observado y anticipado en los meses de marzo y abril.

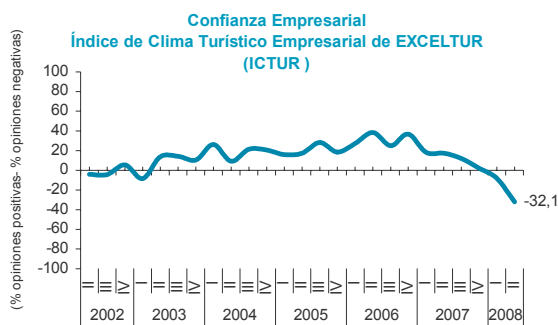
Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas
II Tr 2008



La complejidad de la coyuntura turística actual reduce un trimestre más los niveles de confianza empresarial hasta alcanzar los mínimos desde 2002

La debilidad de la demanda interna, el crecimiento de los precios del petróleo y el clima de incertidumbre sobre el devenir socioeconómico futuro de España y el de algunos otros de nuestros principales mercados emisores, con la salvedad de los relativos al mercado alemán y nórdico, han afectado negativamente a los niveles de confianza de los empresarios turísticos españoles, que han vuelto a caer en este segundo trimestre de 2008.

El Indicador de Clima Turístico Empresarial ICTUR que elabora Exceltur referente al segundo trimestre del año para el conjunto del sector se ha situado en un valor de -32,1 por debajo del -8,2 alcanzado en el primer trimestre, lo que representa la sexta caída consecutiva desde los máximos alcanzados en el cuarto trimestre de 2006, situándose en los valores mínimos desde que pusimos en marcha la Encuesta de Clima Turístico Empresarial en mayo de 2002.

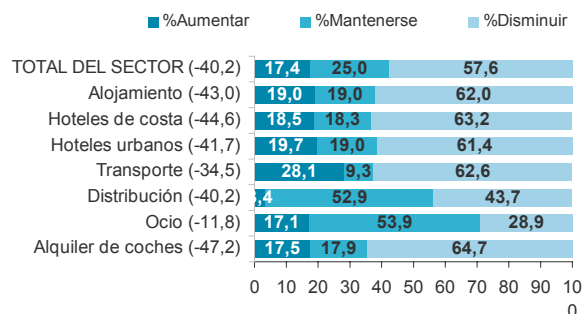


Con distintas intensidades por subsectores, la rentabilidad se resiente, este trimestre situándose por debajo de la alcanzada en el segundo trimestre de 2007

En este escenario de progresivo y acelerado debilitamiento del conjunto de la demanda turística en España, que no todavía de fuerte caída (gracias al sostén de la externa), como están atravesando ya otros sectores de la economía española, la situación de la cuenta de resultados de las empresas turísticas españolas se ha visto, en paralelo, perjudicada por el fuerte aumento de sus principales costes operativos (energía, financieros y

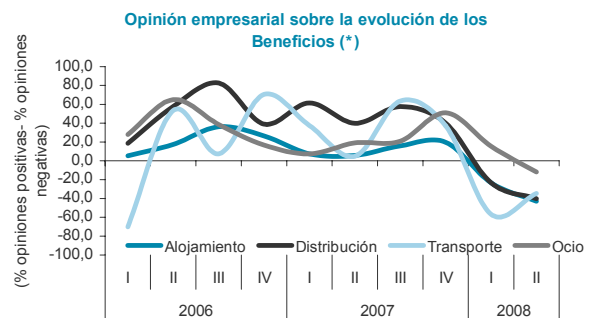
de suministros), que se ha intensificado en los tres últimos meses. Derivado de estos factores, **el segundo trimestre de 2008 ha acusado una reducción de los beneficios del conjunto de empresas turísticas españolas respecto a los resultados alcanzados durante el mismo periodo de 2007.** En concreto, más de la mitad de las empresas turísticas españolas (57,6%) manifestaban haber reducido los niveles de beneficios de sus operaciones en España en el segundo trimestre de 2008 respecto a los mismos niveles de 2007, según se desprende de los resultados de las Encuesta de Clima Turístico empresarial que cada trimestre elaboramos en Exceltur.

Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios
II Tr 2008



Dentro de esta tendencia las líneas aéreas han sido las más afectadas por el fuerte aumento de los costes del queroseno, que según la asociación europea de líneas aéreas puede comenzar a situarlas en pérdidas en 2009. Así mismo, los hoteles españoles no parecen salvarse de la tendencia de percepción de beneficios a la baja, extendiéndose al 62,0% de los localizados en España, tanto en los de costa como en los urbanos.

Pero, si bien el deterioro de los resultados de los alojamientos reglados y líneas aéreas está en consonancia con la evolución de los últimos trimestres, **la gran novedad en estos meses de 2008 ha sido la incorporación de los grandes grupos de agencias de viajes españolas a esta tendencia negativa**, ya que durante los últimos cinco años venían disfrutando de continuos incrementos en sus ventas y beneficios al calor del fuerte y sostenido tirón de la demanda española. En este caso, en este segundo trimestre de 2008 el 43,7% del total de las agencias ha acusado resultados por debajo de la rentabilidad alcanzada en el mismo periodo de 2007 y, de hecho, sus expectativas para el tercer trimestre de 2008 apuntan a una acelerada intensificación de esta desfavorable tendencia.



Menos afectados por los condicionantes de este segundo trimestre, **las empresas y equipamientos relacionados**

con el ocio y el transporte ferroviario, han registrado en estos meses de primavera unos resultados más positivos que los del pasado año por estas fechas, muy en especial RENFE gracias a las nuevas rutas del AVE a destinos urbanos. Si bien en el caso de los campos de golf, parques temáticos, museos y monumentos la opinión generalizada ha sido la de haber registrados beneficios similares a los del pasado año, la respuesta del mercado a las nuevas líneas de alta velocidad sustituyendo tráficos aéreos y la menor sensibilidad del ferrocarril a la subida de ciertos costes de las materias primas han permitido una notable mejoría de los resultados de las líneas de alta velocidad y largo radio de Renfe en estos meses de la primavera de 2008, en relación con el mismo período de 2007.

La pérdida de dinamismo de la actividad turística comienza a dejarse notar en su capacidad de generación de empleo

La derivada más desfavorable del actual contexto turístico en España se identifica en una menor fortaleza en cuanto a la capacidad de generación de empleo que habían venido mostrando hasta ahora las empresas turísticas españolas y que durante los meses de abril a junio se ha empezado a resentir. Si bien en el Informe relativo al primer trimestre del año, destacábamos que el empleo vinculado a las empresas turísticas se había mantenido al margen del menor dinamismo en la creación de empleo de la economía española, los datos de los últimos meses empiezan a mostrar los primeros síntomas de debilidad en los ritmos de generación de empleo de las actividades turísticas explicado por la fuerte ralentización del sector hostelero y hotelero como creadores de nuevos puestos de trabajo.

Así mientras desde el año 2001, los subsectores más identificados con el sector turístico español (establecimientos alojativos, agencias de viajes y compañías de transporte aéreo y marítimo) creaban empleo a tasas del 3,7% anual, según los datos de afiliación a la Seguridad Social elaborados por el Ministerio de Trabajo, en lo que llevamos de 2008 este ritmo se ha reducido hasta el 2,2% y en el último trimestre se ha situado en el 1,4% (un 0,8% en el sector hotelero), si bien todavía por encima del 0,7% que en su conjunto registran el resto de sectores de la economía española.

Afiliados a la Seguridad Social (%Tasa de variación interanual trimestral)

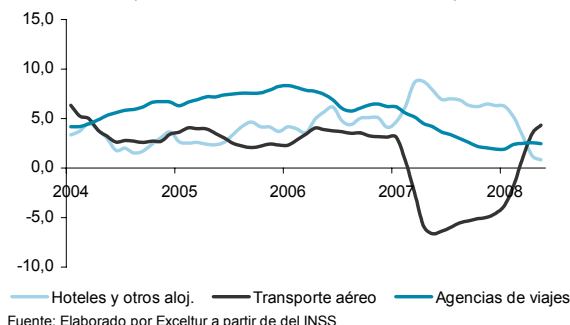


En turismo se incluyen los afiliados de las ramas de hoteles y otros establecimientos, agencias de viajes, transporte marítimo y aéreo
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de del INSS

La última señal del mercado de trabajo turístico con los datos de junio, revela por primera vez en estos últimos ocho años una destrucción de empleo en junio respecto a los datos de mayo. Mientras en años anteriores y por la propia dinámica de la estacionalidad turística el mes de

junio ha sido un mes de crecimiento de la afiliación en las ramas turísticas respecto al mes de mayo, en este año 2008 Junio ha sido testigo de una caída que alcanza las 15 mil afiliaciones en el ámbito de la hostelería.

Afiliados a la Seguridad Social por ramas turísticas (%Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de del INSS

Esta tendencia diluye la ya de por sí compleja y algo voluntarista hipótesis de que el turismo pueda actuar de compensador de la pérdida de empleo de otros sectores de la economía española que ha venido siendo defendida en estos últimos meses. Muy al contrario los últimos datos disponibles sobre el “mercado de trabajo turístico” y las previsiones de recortes de empleo recién anunciadas en Spanair, así como las valoraciones actuales sobre la aplicación de reducciones de plantilla en diversos subsectores (aéreo, hostelería, AAVV, etc.) a más tardar para el otoño refuerzan la necesidad que el sector turístico se sitúe más que nunca entre los sectores objetivo de las medidas que en materia de empleo tiene previsto aplicar el Gobierno de España en los próximos meses con el fin de garantizar su actual y elevado nivel de puestos de trabajo.

B. TENDENCIAS DE DEMANDA

La demanda extranjera más que nunca está siendo clave para intentar compensar la clara caída del consumo turístico de los españoles.

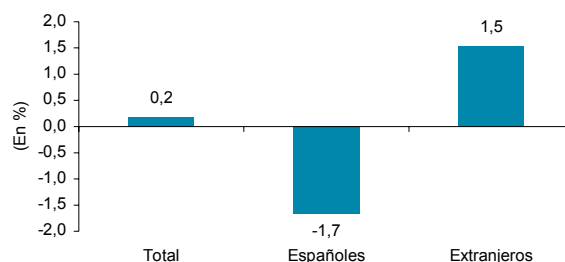
La demanda turística en los destinos españoles ha mostrado signos de debilidad en el segundo trimestre, derivados de una caída de la demanda española y una desaceleración del crecimiento de la extranjera, tal y como anticipábamos en el anterior número del Informe *Perspectivas Turísticas*. A pesar del inesperado buen comportamiento de los indicadores que miden el volumen de afluencia durante el mes de mayo, en gran medida por el efecto calendario¹, donde las pernoctaciones en el conjunto de los establecimientos alojativos reglados (hoteles, apartamentos, campings y establecimientos de turismo rural) crecieron un 6,3% según el INE, el acumulado desde marzo a junio² disponible de la demanda hotelera con los datos recién publicados de la EOH del INE refleja tasas de crecimiento de apenas un 0,2% para el total de las pernoctaciones en esos establecimientos, si bien mostrando una caída del 1,7% en las de los españoles, apenas compensadas por un crecimiento de las de extranjeros del 1,5%.

¹ El distinto calendario de la Semana Santa y de los días festivos del mes de mayo de 2008 respecto al año 2007 ha tenido un doble impacto sobre la afluencia de demanda que explican en buena parte el incremento que se ha observado en mayo de este año.

1. Cabe recordar que el pasado año la Semana Santa se celebró a finales del mes de abril lo que retrajo la demanda turística en el mes de mayo por su proximidad al día del trabajo, normalmente aprovechado para la realización de viajes turísticos en España y en Europa. Por su parte, este año la Semana Santa ha caído a mediados de marzo lo que, unido al mal tiempo que la ha caracterizado, ha favorecido la realización de viajes cortos y escapadas en los días festivos del mes de mayo, una vez se han recuperado las familias de los gastos de los desplazamientos de pascua y ha pasado el tiempo suficiente para recobrar las ganas de volver a viajar.
2. Por otro lado, las festividades de los días 1 y 2 de mayo (esta última sólo para la Comunidad de Madrid, principal mercado emisor en España) del pasado año cayeron en martes y miércoles lo que hizo que los viajes y escapadas se organizaran mayoritariamente desde el viernes 27 de abril, concentrando en este mes la mayor parte del impacto del puente. Este año 2008, sin embargo, los días 1 y 2 de mayo han caído en jueves y viernes lo que ha hecho que la organización de escapadas se haya realizado aprovechando el fin de semana del 3 y 4 de mayo, por lo que el aumento de la demanda se ha producido en este mes.

² En el conjunto del informe se analiza la evolución interanual del segundo trimestre a partir del período marzo-junio cuando existe información disponible para este último mes para evitar que el distinto calendario de la Semana Santa de 2008 respecto a 2007 sesgue a la baja las tasas de variación y se puedan comparar períodos homogéneos con el mismo número de días festivos.

Pernoctaciones hoteleras por mercados
Var % **Marzo-junio** 2008/2007



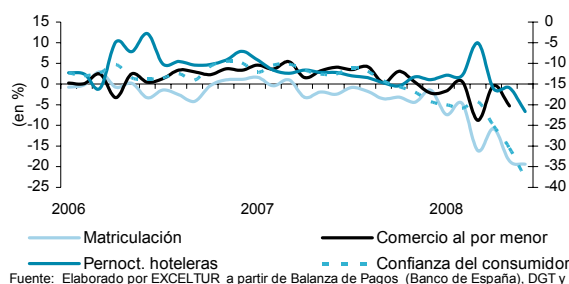
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

B.1. Demanda española

Los datos de junio de la EOH del INE confirman la progresiva contracción de la demanda turística española

El deterioro de los niveles de confianza de las familias españolas y el encarecimiento de los precios del transporte han comenzado a afectar de forma más intensa de la que se esperaba al consumo de servicios turísticos durante el segundo trimestre de 2008. Como anticipábamos en el número anterior del Informe *Perspectivas Turísticas*, el incremento de los costes laborales de los alimentos, la gasolina y las cargas financieras de los préstamos de consumo y las hipotecas se ha dejado notar en la demanda turística de los españoles, que ha empezado a contraerse aceleradamente tanto hacia los destinos españoles urbanos como los del litoral, y estancándose en sus viajes al extranjero.

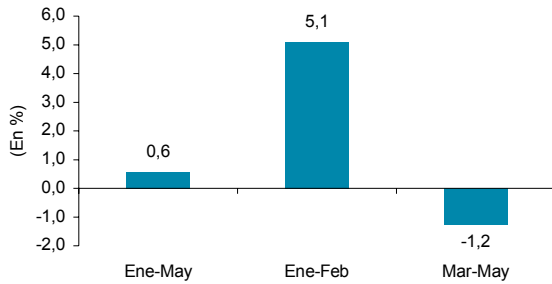
Indicadores de gasto del mercado español
(Tasa de variación trimestral interanual)



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

La pérdida de fortaleza observada en el consumo turístico de los españoles durante el segundo trimestre sigue una senda muy similar a la evolución de sus hábitos de compra en el comercio minorista, que han comenzado a registrar sus primeras caídas en este segundo trimestre, pero sin experimentar todavía la fuerte contracción de otros bienes de consumo duradero como los automóviles.

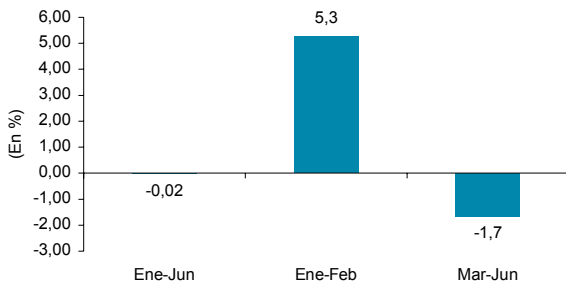
Pernoctaciones de Españoles en Alojamientos Reglados
(Tasa de variación interanual. 2008-2007)



Fuente: Exceltur a partir Encuestas Ocupación INE

El número de pernoctaciones realizadas por los españoles en el conjunto de alojamientos reglados de nuestro país se ha reducido durante el acumulado del último trimestre (marzo-mayo) un 1,2%, según las encuestas de ocupación del INE, y un 1,7% con los datos recién publicados hasta junio referidos más específicamente a la oferta hotelera, algo que no se observaba desde el año 2002. De hecho el acumulado del año del conjunto de pernoctaciones hoteleras de los españoles se sitúa con los datos de junio en una ligera caída del 0,02%.

Pernoctaciones de ESPAÑOLES en hoteles
Var % 2008/2007



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

La contracción de la demanda de los españoles afecta tanto a los viajes y escapadas a destinos interiores, urbanos y de costa como a los viajes al exterior

Como mencionábamos anteriormente, *los viajes de los españoles al exterior también se han resentido de la progresiva pérdida de capacidad adquisitiva y deterioro de los niveles de confianza de los españoles.* Corroborando esta tendencia, los pagos de los españoles en sus viajes al exterior apenas crecían un 0,9% entre marzo y abril (último dato publicado por el Banco de España) de 2008 respecto al mismo período de 2007, lo que supone una caída en términos reales si se descuenta la inflación, mientras en los dos primeros meses del año se incrementaban un 2,4%, en todo caso también lejos del crecimiento del 8,3% con que se cerró el año 2007. En la misma línea el BSP de vuelos internacionales crecía entre marzo y junio un 0,3%, mientras en 2007 lo hacía al 11,1% en esos mismos meses.

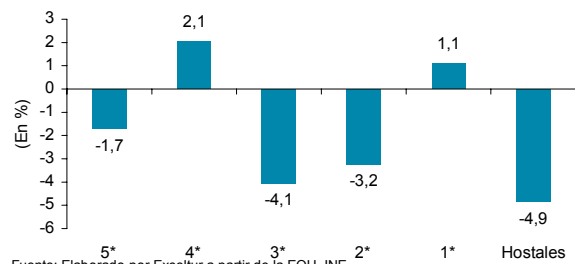
Indicadores de demanda turística española al extranjero
(Tasa de variación interanual trimestral)



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

Corroborando el análisis que presentábamos a comienzos del año 2008, *las familias españolas con rentas más bajas están siendo las más afectadas y son las que más acusan la caída de la demanda turística en este segundo trimestre de 2008.* Tal y como se desprende de la información de la EOH del INE, mientras el consumo de hoteles de 4 estrellas ha seguido creciendo en lo que llevamos de año (un 2,1% en el número de pernoctaciones de marzo a junio) facilitado entre otros por la contención de precios derivada de la sobre oferta en esta categoría de producto, los hoteles de menor categoría han experimentado una caída en el número de pernoctaciones de los españoles del 3,8% durante esos mismos meses.

Pernoctaciones hoteleras de los españoles por categorías
Var % Mar-jun 2008/2007

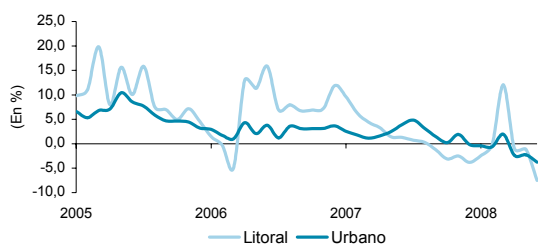


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

Esta tendencia coincide con las dificultades percibidas por las agencias de viajes españolas para vender paquetes a destinos nacionales asociados a hoteles de menor categoría, que ha provocado la multiplicación de ofertas y descuentos para el verano ante la progresiva constatación a finales del mes de junio de una contención de la demanda turística de los españoles.

La mencionada debilidad de la demanda de los viajes internos de los españoles por España se está trasladando al conjunto de destinos, sin hacer diferencias entre los urbanos y los vacacionales del litoral, aunque en éstos sin ser estos meses la temporada punta. Los datos de la EOH del INE referidos a las pernoctaciones en hoteles de los residentes en España reflejan casi al unísono por zonas turísticas, como de marzo a junio sus tasas de variación se han situado en valores negativos (un -1,8% en los destinos del litoral y un -2,3% en las zonas urbanas respecto a los mismos meses de 2007).

Pernoctaciones de españoles en hoteles de las zonas turísticas del litoral y destinos urbanos.
(Tasa de variación media interanual trimestral)



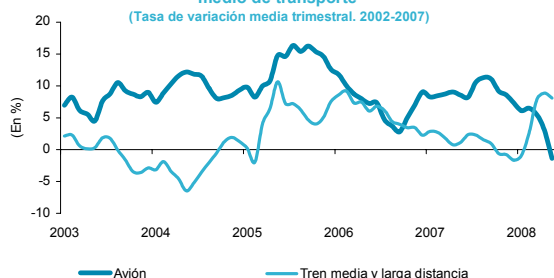
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Los españoles han favorecido la apertura de las nuevas líneas de alta velocidad a destinos turísticos en detrimento del avión, obligado a subir las tarifas por el aumento del precio del carburante

El medio de transporte más afectado por el comportamiento de la demanda nacional ha sido con diferencia el transporte aéreo, siendo el principal beneficiado el tren, en especial el AVE. A los problemas económicos de los españoles se han venido a sumar en estos meses el intenso aumento del precio de los billetes aéreos (11,8% en el período abril- junio, según el IPC del INE) lo que ha influido negativamente en el uso del avión. Por otro lado, la apertura de las nuevas líneas de alta velocidad de Renfe con Barcelona, Málaga y Valladolid (Segovia), se ha venido a sumar a la menor utilización del avión en algunos de los viajes interiores por territorio español. Con datos del INE, el número de pasajeros transportados en avión han bajado un 1,4% entre marzo y mayo (último dato disponible), dejando el crecimiento acumulado del año en el 1,7%, mientras los pasajeros que han empleado el ferrocarril de media y larga distancia en sus desplazamientos por España han aumentado un 8,1% y un 6,9%, en los mismos periodos.

Todo parece apuntar que la caída en el flujo de pasajeros por vía aérea se ha contenido en parte gracias a la nueva reducción de los precios ofertados por las compañías, en la medida en que la liquidación del BSP para estos meses refleja para los viajes interiores fuertes caídas, del 13,1% de marzo a mayo y del 7,5% en acumulado del año, a pesar de que los precios pagados por el cliente final se hayan visto incrementados por los recargos aplicados para compensar la subida del carburante.

Pasajeros transportados en el interior de España por medio de transporte
(Tasa de variación media trimestral. 2002-2007)

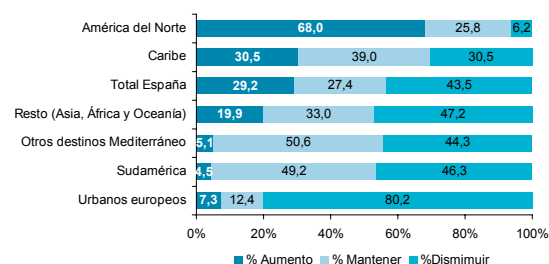


Fuente: Exceltur a partir INE

A pesar del deterioro de los niveles de confianza en el promedio de los hogares españoles, **los segmentos de**

demanda de mayor capacidad de gasto, que protagonizan los viajes de mayor presupuesto, y en gran medida a zonas dolarizadas, debieron verse menos afectados por la coyuntura económica y favorecidos por un Euro aún fuerte que se estima va a prevalecer en los próximos meses. En todo caso, las agencias de viajes españolas comienzan a descontar para el verano de 2008 una caída en sus ventas, tal y como se desprende de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, que está provocando la acelerada multiplicación de sus estrategias de ofertas y descuentos.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos II Trimestre 2008



Fuente: Exceltur

Por todo lo anterior, hoy más que nunca es necesaria una llamada de atención sobre la situación del mercado interno y su incidencia sobre el conjunto del sector turístico español. Con una participación de alrededor de un 50% sobre los resultados agregados de las empresas y destinos turísticos españoles y acercándonos a los meses de mayor volumen de viajes y de gasto turístico de los españoles, la reducción esperada de su consumo turístico a corto plazo será difícil que sea compensada enteramente por un turismo extranjero que tampoco es inmune a las dificultades del contexto macroeconómico internacional.

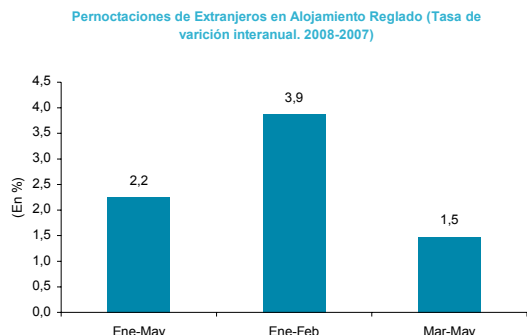
De ahí que sintamos como muy acertadas las medidas anunciadas por el Ministro de Industria, Turismo y Comercio, para reforzar la demanda extranjera en temporada baja y ayudar a renovar y reposicionar nuestra oferta, a la vez que demandemos la suficiente dotación presupuestaria para el ejercicio 2009, de manera que comiencen a ser cuanto antes una realidad. La complicación del escenario turístico que conlleva la debilidad de la demanda interna, exige para paliar sus efectos el aprovechamiento de las mayores sinergias presupuestarias entre las políticas turísticas tanto de promoción como de adecuación del producto de todas las administraciones públicas españolas y una mayor involucración y gestión del sector privado.

B.2. Demanda extranjera

La demanda turística extranjera hacia España sigue creciendo aunque dentro de un tono más moderado

La demanda extranjera hacia España ha mostrado igualmente síntomas de una menor fortaleza durante el segundo trimestre de 2008, manifestándose con mayor intensidad en términos de sus ingresos reales que revierten a España que de su afluencia o número de estancias. Los ritmos de crecimiento interanual de la mayor parte de indicadores de volumen del turismo extranjero en España durante el segundo trimestre de

2008 se han situado algo por debajo de los del primer trimestre, *si bien en el acumulado del año hasta mayo o junio según la fuente estadística todavía se encuentran por encima de las tasas con las que se cerró el año 2007*, lo que muestra el positivo inicio con el que arrancó un año 2008 que se ha ido desacelerando a lo largo de los meses sucesivos.

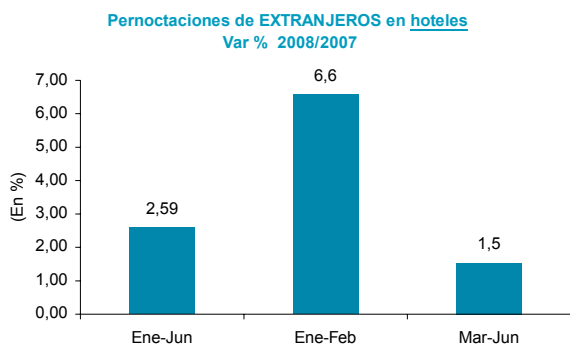


Fuente: Exceltur a partir Encuestas Ocupación INE

Desde marzo hasta mayo el número de pernoctaciones de los extranjeros en la oferta de alojamientos turísticos reglados se ha incrementado un 1,5% hasta acumular un aumento del 2,2% en lo que llevamos de 2008, manteniendo la dinámica de cambios en sus hábitos de comportamiento dominados por el viaje independiente, la reducción de las estancias y la realización de escapadas urbanas de la mano de la oferta de las compañías aéreas de bajo coste, que bajo múltiples amenazas de futuro, aún siguen reconfigurando los flujos turísticos intra europeos.

Las caídas de las pernoctaciones hoteleras en junio y la subida de los billetes aéreos suponen una llamada de atención respecto al comportamiento esperado de la demanda turística en los próximos meses

Por su parte, *la demanda a hoteles con los datos más recientes de junio, refleja una caída en este mes según la EOH del INE del 1,4% en el número de pernoctaciones, lo que reduce el acumulado desde marzo a un crecimiento del 1,5% respecto a los niveles de 2007.*

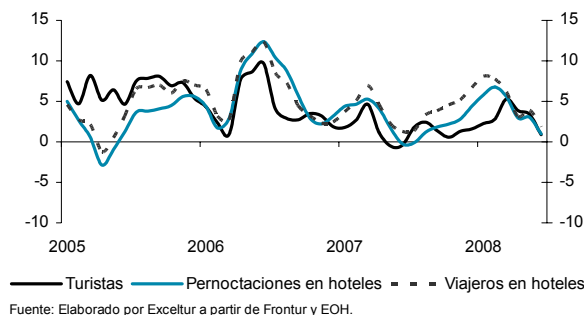


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

Aunque en el conjunto del año seguimos en tasas positivas el reciente dato de junio y la más que presumible desaceleración económica en algunos de

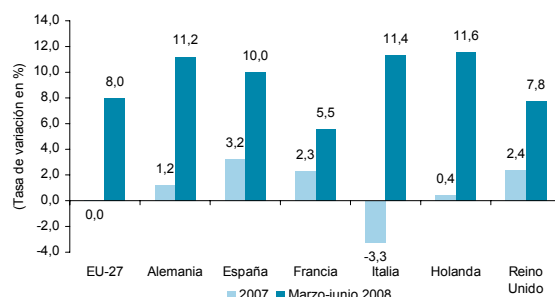
nuestros principales mercados extranjeros de origen supone una llamada de atención frente lo que pueda suceder en el futuro a corto plazo con la demanda extranjera y muy en particular la británica.

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



En este sentido, en los últimos meses se ha observado un **encarecimiento de los billetes aéreos en nuestros principales mercados emisores (un 8,0% de media en la Unión Europea)** que puede empezar a acusarse en los viajes independientes y especialmente en las escapadas por impulso a destinos urbanos. De hecho, Según los últimos datos disponibles de la AEA, el número de pasajeros transportados en vuelos domésticos se ha reducido en 2008, con un crecimiento medio negativo de enero a abril del -1,1%, mientras los vuelos intraeuropeos han crecido un 2,9%.

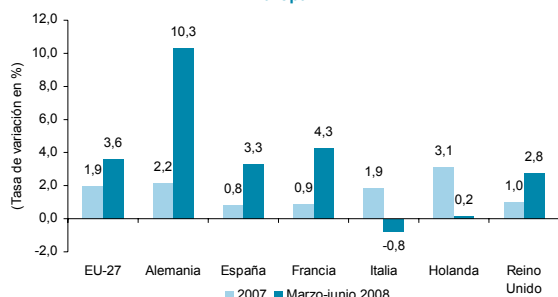
Crecimiento del precio de los billetes aéreos en Europa



Este crecimiento en los costes *hasta el momento no ha repercutido en los precios de los paquetes turísticos*, según los índices de precios al consumo que maneja Eurostat. La cobertura anticipada de los riesgos de cambio y del precio de carburante con que suelen cerrar los precios de sus catálogos los touroperadores europeos a comienzos de año hace que el segmento de demanda paquetizado no se haya visto hasta la fecha afectado por los impactos de esos dos factores, lo que ha garantizado una cierta estabilidad de este segmento de demanda clave para muchos destinos españoles que se podrá observar en las cifras del verano.

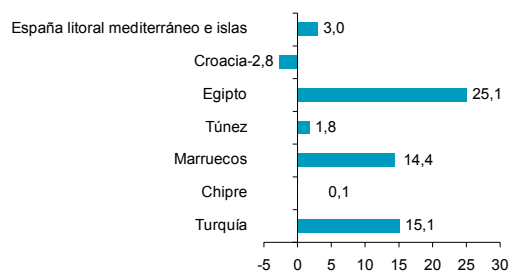
Como se puede observar en el siguiente gráfico, salvo en Alemania que se ha favorecido de un aumento de su demanda, en el resto de los principales países europeos emisores de turistas a España los precios de los paquetes han presentado crecimientos muy moderados, en promedio por debajo de la inflación.

Crecimiento del precio de los paquetes turísticos en Europa



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Eurostat

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo (% Crec. 2008/2007 acumulado*)



Fuente: OMT, IET e Institutos de Estadística Nacionales. * Datos hasta mayo excepto Túnez y Croacia hasta abril, y Marruecos y Egipto hasta marzo.

La prevista contracción del mercado español para los próximos meses de verano y otoño confiere al turismo extranjero un papel clave para intentar mantener los niveles de ventas y márgenes de las empresas localizadas en los destinos turísticos españoles. Si hasta la fecha los distintos ciclos de la demanda española y extranjera se habían podido ir compensando, está aún por ver si el dinamismo que se está observando en algunos mercados como el alemán, los países nórdicos o los países del Este, va a poder compensar en términos de ingresos y resultados la prevista caída del consumo turístico de las familias españolas en los próximos meses y la más que presumible y progresiva debilidad de la demanda británica.

Así, mientras la menor fortaleza de la demanda extranjera en la primera mitad de esta década se vio suplida por el tirón de la demanda interna, en estos meses sería más que deseable un repunte del consumo turístico de los extranjeros que aún no se está produciendo en la intensidad requerida en los destinos Españoles, aunque si en varios de nuestros principales destinos competidores, del Mediterráneo en la línea de producto de sol y playa.

Los países del mediterráneo oriental continúan creciendo aceleradamente y ganando cuota de mercado a los destinos españoles de sol y playa

Efectivamente, a pesar del desfavorable contexto global para los viajes por la escalada de los precios del crudo que afecta a todos por igual, los países del mediterráneo oriental han experimentado en lo que llevamos del año 2008 fuertes crecimientos tanto en los indicadores de afluencia como en los de ingresos, favorecidos, entre otros, por la fortaleza del euro.

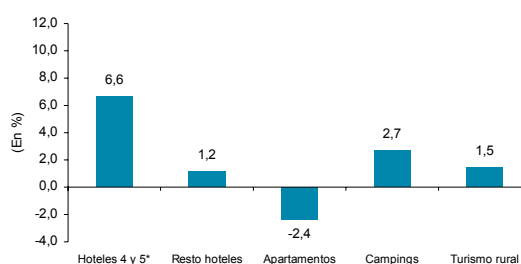
Desde niveles inferiores a los españoles aunque en su conjunto alcanzando ya los 58,7 millones de llegadas de extranjeros en 2007, lo cierto es que la estabilidad geopolítica de los últimos meses en la zona (que pudiera verse afectada por el muy reciente atentado en Estambul), la fortaleza del euro y la indudable calidad de buena parte de sus productos especialmente en relación con su precio, han hecho que Turquía, Egipto, Marruecos, y, en menor medida, Túnez sigan ganando cuota de mercado a los destinos españoles en el segmento de turismo familiar de sol y playa, con crecimientos, en general, de dos dígitos tanto en llegada de turistas extranjeros como en ingresos de balanza de pagos.

El mejor comportamiento del turismo extranjero se está produciendo en la oferta de mayor categoría ...

Como antes avanzábamos, en España el mayor dinamismo de la demanda extranjera se ha vuelto a concentrar en la oferta hotelera y dentro de ésta en la de mayor categoría, que ha cerrado en promedio un aceptable segundo trimestre de 2008. El número de sus pernoctaciones hoteleras entre marzo y junio respecto a los mismos meses de 2007 se ha incrementado un 1,5%, inferior a los registros de los dos primeros meses del año (6,6%), lo que sitúa el acumulado del año en un 2,6%, algo por encima del 2,2% que se registró en el conjunto del año 2007, según el INE.

El excelente posicionamiento de la oferta hotelera de cuatro y cinco estrellas y su comercialización a precios de establecimientos de menor categoría por los obligados reajustes que conlleva la situación de sobre oferta de alojamiento aún existente en múltiples destinos, han seguido ejerciendo de atracción de la demanda extranjera en estos meses. La EOH del INE, cifra en el 4,8% el aumento que se ha producido en el total de pernoctaciones de los extranjeros en este tipo de alojamientos hoteleros entre marzo y junio de 2008 respecto al mismo período de 2007.

Pernoctaciones de Extranjeros por tipos de alojamiento reglado (Tasa de variación interanual Ene-may 2008-2007)



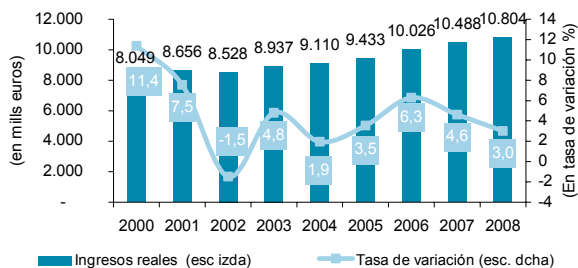
Fuente: Exceltur a partir Encuestas Ocupación INE

... si bien no acaba de reflejarse en un incremento en términos reales de los ingresos que revierten en España

La dinámica de los ingresos hasta el mes de abril no apuntan, de momento, a que el aumento en la utilización de la oferta de mayor categoría esté asociada a la atracción de un perfil de turista de mayor capacidad de gasto sino, como antes

señalábamos al efecto del incremento en el número de plazas y establecimientos que se ha producido en España en los últimos años. Los datos de ingresos por turismo extranjero publicados por el Banco de España hasta abril de 2008 confirman la ralentización en el ritmo de crecimiento de los indicadores de demanda extranjera desde el mes de marzo y unos pobres resultados en el acumulado del año que vuelven a situarlos en tasas de variación negativas en términos reales, si bien es presumible que se recuperen algo a raíz de los buenos resultados que se obtuvieron en Mayo.

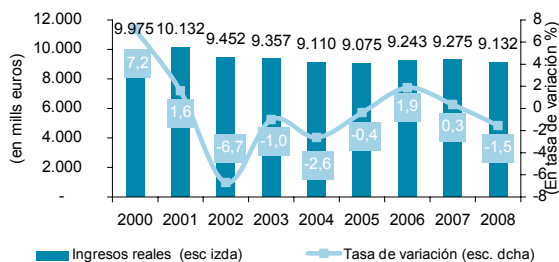
Ingresos nominales de la Balanza de Pagos
Ene-Abr 2000-2008



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

En concreto, los últimos datos publicados por el Banco de España referentes al mes de abril sitúan el acumulado del año de los **ingresos por turismo extranjero en España en un crecimiento del 3,0%**, lo que supone una caída de los ingresos reales del 1,5%, si se descuenta la inflación de la rúbrica de turismo del IPC del 4,6% de media que ha registrado en estos cuatro primeros meses del año.

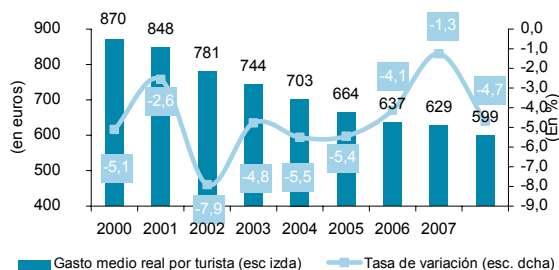
Ingresos reales de la Balanza de Pagos
Ene-Abr 2000-2008



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

Con esta evolución de los ingresos y un crecimiento hasta abril de la llegada de turistas extranjeros según Frontur del 3,3%, los ingresos reales por cada llegada de un turista extranjero experimentan un nuevo descenso del 4,7%, por debajo de los valores registrados en 2007.

Ingreso medio real por turista extranjero
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).
Ene-Abr 2000-2008



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

La tendencia que marcan los ingresos por turismo del Banco de España se sitúa bastante por debajo de la que aporta la encuesta Egatur que elabora el IET y que, a diferencia del indicador del Banco de España, recoge el conjunto de gastos, tanto en origen como en destino, que realizan los turistas extranjeros en sus viajes a España.

Dentro de la más que reiterada confusión y equívocos que introduce la disponibilidad de ambas fuentes y la recurrente reclamación que desde estas páginas hemos venido haciendo para que se produzca una mayor convergencia entre ambas y, en el caso de Egatur, se focalice esencialmente en medir la evolución del gasto que finalmente revierte a España y se depuren los gastos en transporte que sesgan el análisis, en especial en momentos como el actual de fuerte crecimiento de las tarifas aéreas y sus sobrecargos de carburante, de la información de Egatur se desprenden algunas cuestiones de interés para el sector turístico español.

La primera de ellas constata que del incremento del 6,7% del indicador del gasto total en el que incurre los turistas extranjeros que visitan España hasta el mes de mayo, una parte importante se debe al sobrecargo por carburante de los billetes que están cobrando las compañías aéreas y que en ningún caso revierte a España al ser una materia prima que se importa en su 100%. Como se puede observar del gráfico que aparece en la página 7 los precios de los billetes aéreos en Europa están creciendo al 8% de media desde el mes de marzo según EUROSTAT.

Este crecimiento conlleva un equívoco aumento de 1,9 puntos en el crecimiento del gasto total (origen+destino) en el que incurren los turistas extranjeros para poder visitar España que publica la estadística Egatur elaborada por el IET, dado que el gasto en transporte aéreo representa el 23,7% del total del gasto de los extranjeros que visitan España, según la misma fuente. Se trata, pues, de un aumento totalmente engañoso del gasto que no se corresponde con el aumento de ningún ingreso real para España, ayudando a alimentar lecturas confusas sobre cuál es la verdadera tendencia del gasto de los extranjeros en España, a diferencia de la que perciben los empresarios que los acogen en sus establecimientos.

De hecho marzo y mayo el total del gasto turístico externo según EGATUR se ha incrementado un 5,7%, que si se elimina el efecto del aumento de los billetes aéreos y demás costes del transporte estaría reflejando un crecimiento mucho más moderado del 3,8%, por debajo de los niveles de inflación y más en línea tanto con lo que publica el Banco de España hasta abril y lo que se deriva de las percepciones empresariales en nuestra encuesta.

La segunda cuestión se centra en constatar que en lo que llevamos de 2008 el aumento del volumen gasto de los

turistas extranjeros que viajan a España se ha producido más por una mayor afluencia turística y la positiva mejora de la estancia media, que por la atracción de un perfil de turista de mayor capacidad de gasto. La subida apreciada de la estancia responde al peso acumulado que en el primer semestre sigue teniendo el buen comportamiento de Canarias con un turista de estancias más largas (el 51,2% del aumento de las pernoctaciones hoteleras en España hasta mayo lo explican los resultados de este archipiélago) y por la tendencia a amortizar con más días de estancia un precio del billete aéreo cada vez más caro.

De hecho, los datos disponibles de Egatur evidencian que en el período enero-mayo, el gasto total (origen+destino) por turista para visitar España se ha incrementado un 3,2% y el gasto medio diario un 1,1%, lo que sitúan ambas evoluciones por debajo del crecimiento de la inflación en España y, por tanto, en variaciones negativas en términos reales respecto al mismo período de 2007.

Alemania, los países nórdicos, los del Este, Holanda y Francia encabezan los mercados emisores con mayor tasa de crecimiento en volumen hacia España.

La distinta situación económica de los consumidores europeos junto con la apertura de nuevas líneas aéreas de conexión con España han condicionado la dinámica de la demanda turística de los principales mercados emisores de turistas hacia España durante el segundo trimestre.

Alemania, los países nórdicos, Holanda y Francia han seguido mostrándose como los mercados de mayor fortaleza para España, seguidos por los países del Este, que en este caso y especialmente para los turistas procedentes de Rusia se han beneficiado de una mayor agilización en la gestión de visados de los últimos meses. Todos ellos han mostrado un fuerte aumento en el número de pernoctaciones hoteleras que apenas se ha resentido en comparación con la desaceleración observada en el resto de mercados durante el segundo trimestre de 2008.

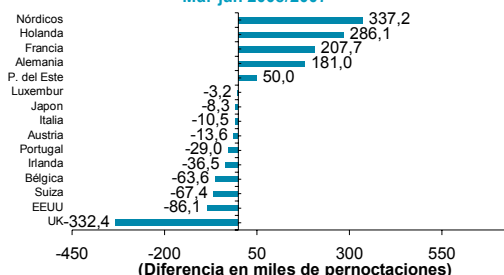


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

De nuestros principales mercados, sólo Reino Unido por la depreciación de la Libra y la débil situación de su propia economía y Estados Unidos por el encarecimiento de los costes de transporte y la debilidad del dólar frente al euro han experimentado un empeoramiento de la evolución del volumen de demanda hacia España en los tres últimos meses. En el caso británico esta debilidad se ha materializado en una caída en el número de pernoctaciones hoteleras del 2,21% en el período marzo a junio de 2008 respecto a los mismos meses de 2007,

mientras que para los turistas procedentes de Estados Unidos la reducción se ha situado en el 6,2%.

Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Mar-jun 2008/2007



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

Reino Unido

El aumento en precios y las restricciones crediticias están mermando la renta disponible de los hogares británicos, lo que unido a la depreciación de la libra están afectando desfavorablemente los viajes y el gasto de los ingleses en el extranjero. En el mes de abril las salidas han disminuido en un 1,1%, mientras que el año anterior se incrementaron en un 3,3%, concentrándose la caída en Norteamérica y Europa.

Salidas de ingleses al extranjero y gastos realizados (Tasa interanual del promedio trimestral)

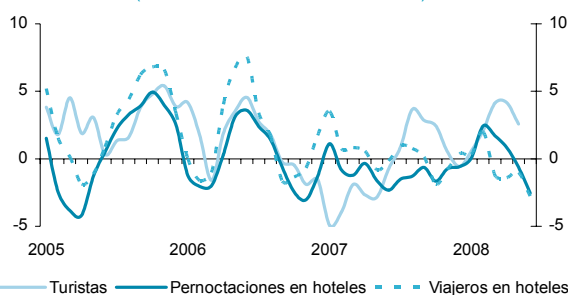


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir del Instituto de Estadística Británico

En España esta evolución se está evidenciando en la caída de los indicadores disponibles, tal y como anticipábamos en el anterior número del Informe Perspectivas. En concreto, los malos registros del segundo trimestre, con una reducción del 2,2% en las pernoctaciones hoteleras, han situado en negativo la evolución de este indicador en el acumulado hasta junio, con una caída del 1,2% respecto al mismo período de 2007, según la EOH del INE.

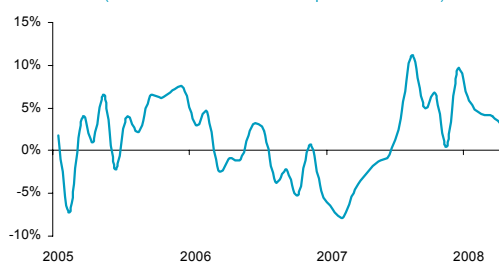
La depreciación de la libra en un contexto de empeoramiento de la situación económica de las familias inglesas se está dejando notar en España. En el último año la libra esterlina se ha depreciado un 20% con relación al euro, lo que supone un incremento muy importante del coste de viajar a España y, sobre todo, de sus gastos en destino, lo que ha favorecido el redireccionamiento de parte de la demanda británica hacia otros países del mediterráneo oriental, especializados en el segmento familiar de sol y playa, particularmente Egipto y Turquía.

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



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

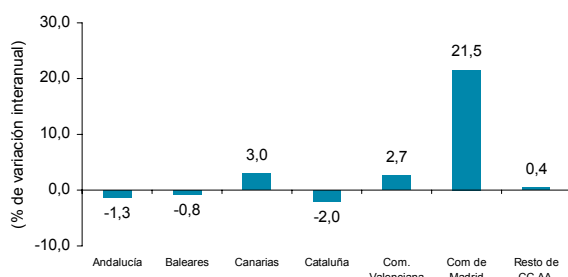
Pagos por turismo de la balanza de pagos alemana
(Tasa de variación interanual del promedio trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir del Banco Central Alemán

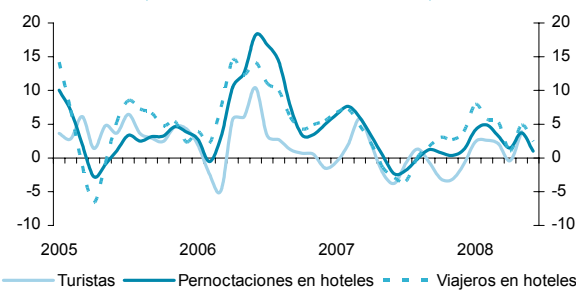
En lo que llevamos del año 2008 Canarias y la Comunidad de Madrid han sido los destinos españoles más beneficiados por la llegada de turistas británicos. El archipiélago canario ha visto aumentar el número de turistas del Reino Unido en 49 mil con respecto a los seis primeros meses de 2007, lo que supone un aumento del 3,0% interanual. No obstante, el incremento más significativo de la llegada de turistas de ese país se ha observado en Madrid con una variación del 21,5%, lo que supone 41,5 mil turistas más que el año anterior. La Comunidad Valenciana también se ha favorecido en estos primeros meses de 2008 de la mayor llegada de británicos, mientras que Cataluña ha presentado una caída del 2,0% y Andalucía del 1,3 respecto el año anterior.

Llegada de turistas británicos por CC.AA. de destino
Ene-jun 2008/2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

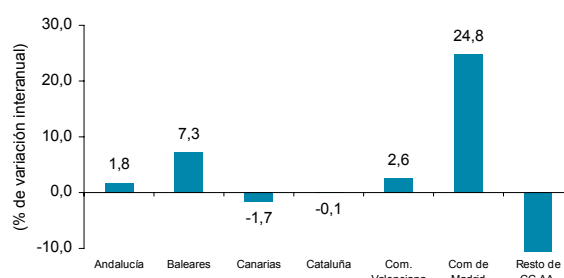
Indicadores de volumen del mercado alemán
(Tasa de variación interanual trimestral)



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

Como se desprende de los datos de llegadas de turistas por destinos, el crecimiento de la demanda alemana se ha dejado notar favorablemente y con una especial incidencia en Mallorca con 123 mil turistas más en el acumulado hasta junio respecto de 2007, lo que supone un crecimiento del 7,3%. La Comunidad Valenciana, Andalucía y la Comunidad de Madrid también se han visto beneficiados de la mayor demanda alemana. Por el contrario, la entrada de turistas alemanes a Cataluña y Canarias disminuye respecto a 2007.

Llegada de turistas alemanes por CC.AA. de destino
Ene-jun 2008/2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

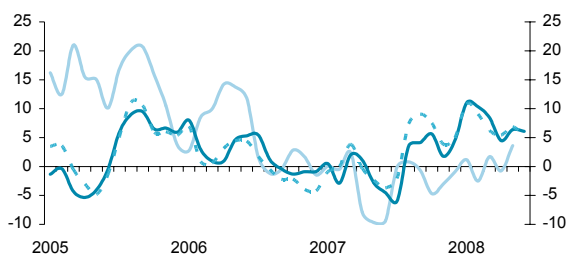
Alemania

La actividad económica en Alemania se ha mostrado más sólida en relación a otras economías europeas. Durante el primer trimestre del año, el PIB ha crecido en un 2,6%, acelerando su crecimiento en ocho décimas respecto al trimestre anterior. El efecto de este dinamismo sobre el mercado laboral -- el crecimiento interanual del empleo ha superado los avances registrados, tanto la media de los países de la eurozona como los de Reino Unido y Francia -- ha favorecido la reactivación del consumo de los alemanes en general y especialmente del turístico. La evolución de los pagos por turismo de la Balanza de Pagos confirma que los alemanes están viajando más al exterior que el pasado año.

Francia

El positivo comportamiento de la economía francesa ha mantenido el dinamismo que ha mostrado el turismo francés hacia España desde finales de 2007. De marzo a junio las pernoctaciones hoteleras de los franceses en España se incrementaron un 6,3%, registrando un crecimiento acumulado del 6,7% en el conjunto del año respecto a los niveles de 2007. Este dinamismo se ha favorecido del buen ritmo de crecimiento de la economía francesa y de los buenos datos de empleo.

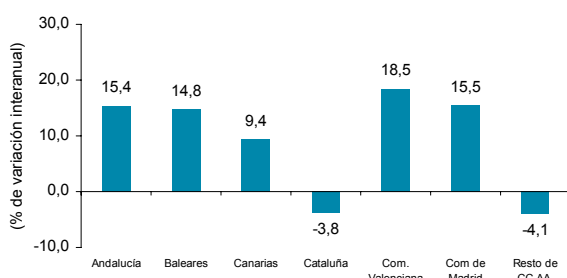
Indicadores de volumen del mercado francés
(Tasa de variación interanual trimestral)



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

Durante el primer trimestre del año, la actividad económica mantuvo el ritmo de crecimiento del trimestre anterior con un 2,2% y el empleo creció en un 1,7%. No obstante, el consumo privado, aunque sigue creciendo a un buen ritmo, se debilita frente al cuarto trimestre de 2007 debido principalmente a las tensiones inflacionistas y a la incertidumbre sobre la marcha de la economía global. Las previsiones apuntan a la desaceleración de la actividad económica y a un menor crecimiento del empleo lo que podría afectar la afluencia turística francesa hacia España en los próximos meses.

Llegada de turistas franceses por CC.AA. de destino
Ene-jun 2008/2007

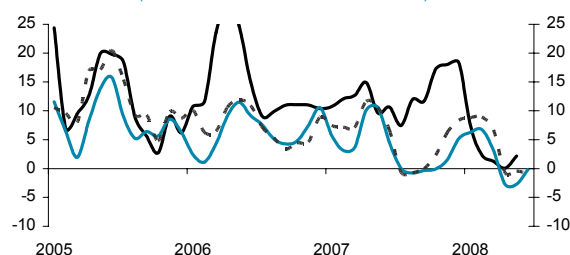


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

Italia

La economía italiana se ha deteriorado en este segundo trimestre dejándose notar sobre el consumo de los turistas italianos en España a medida que ha avanzado el año 2008. En términos de sus pernoctaciones hoteleras en España de marzo a junio han caído un 0,4%, hasta dejar el acumulado del año en los mismos niveles que en el mismo periodo de 2007.

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

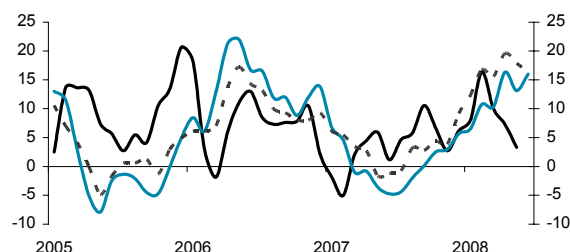


— Turistas — Pernoctaciones en hoteles - - - Viajeros en hoteles
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

Holanda

El mercado holandés hacia España ha seguido mostrándose muy dinámico en el segundo trimestre del 2008. De marzo a junio, las pernoctaciones hoteleras han crecido un 15,1% tras decrecer en seis décimas durante 2007. La coyuntura económica ha contribuido a este dinamismo, pese a la ligera moderación del PIB y del consumo privado del primer trimestre. No obstante, la implantación de la ecotasa aérea en los vuelos realizados desde los aeropuertos holandeses que entró en vigor el 1 de julio de este año repercutirá en las decisiones de viajar de las familias, por lo que es de esperar que los viajes hacia España en el periodo estival no sean tan dinámicos como en este primer semestre.

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



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

Países nórdicos

La fortaleza del consumo de las familias nórdicas, con la excepción de los daneses cuya economía ha entrado en recesión, está impulsando sus viajes al exterior. La renta de los hogares se ha beneficiado del dinamismo del mercado laboral y de las bajas tasas de inflación. Entre todos ellos destaca el dinamismo económico de Noruega, donde a pesar de que el PIB del primer trimestre se ha moderado respecto al trimestre anterior, la economía sigue creciendo a un ritmo elevado (4,8%). En Finlandia y Suecia, el crecimiento económico ha sido algo menor, aunque el crecimiento del empleo ha mantenido el consumo de los hogares durante 2008.

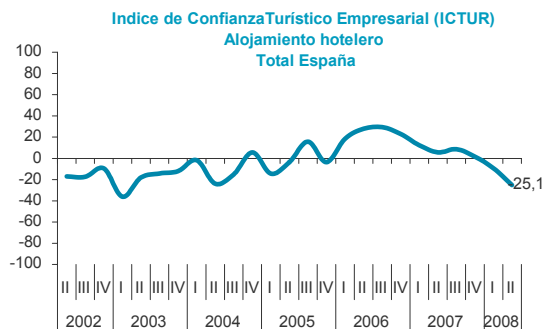
El sector turístico español en el segundo trimestre se ha vuelto a beneficiar de esa pujanza económica nórdica, a la vez que de la apertura de nuevas rutas aéreas directas a los destinos españoles y del recuerdo de las adversas condiciones climatológicas que vivieron estos países el pasado año, que ha incentivado más si cabe la salida a destinos más cálidos. Con todo ello en el segundo

trimestre de 2008 el número de pernoctaciones de los nórdicos en España se elevaba un 16,0%, lo que supone 337 mil pernoctaciones más que en 2007.



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

De hecho, el Índice de Confianza Turístico Empresarial de los empresarios hoteleros españoles para el segundo trimestre de 2008 retrocedía hasta el -25,1.

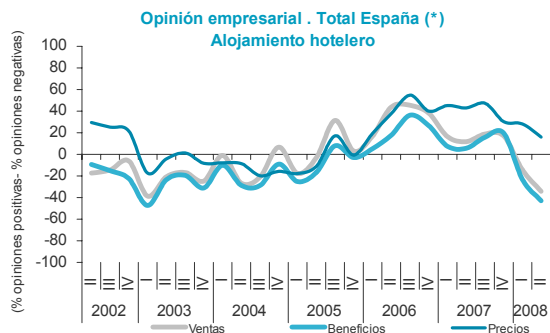


C. TENDENCIAS POR SECTORES

ALOJAMIENTO HOTELERO

Los niveles de confianza empresarial se resienten notablemente en el ecuador del año 2008

El segundo trimestre de 2008 ha sido testigo de un nuevo empeoramiento generalizado de los niveles de ocupación, las ventas y la rentabilidad de los hoteleros españoles respecto al mismo período de tiempo del año anterior, intensificándose el leve deterioro observado en el arranque del año.



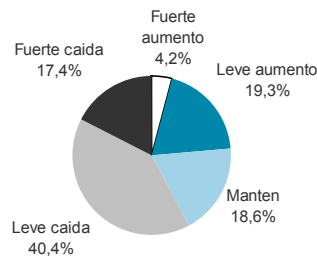
En un entorno macroeconómico que paulatinamente se torna más desfavorable para el gasto en servicios turísticos en nuestro principales mercados emisores, y particularmente en el español y el británico, el conjunto de un mes de abril poco propicio para el disfrute de mini-vacaciones y/o escapadas, un positivo mes de mayo condicionado positivamente por el calendario laboral y un junio desfavorable, que adicionalmente marca el inicio de la temporada alta en muchos destinos españoles, se ha concretado un descenso de las ventas en los hoteles españoles y una generalizada caída de su rentabilidad empresarial.

En este escenario, los gestores de establecimientos hoteleros en España anticipan un complejo tercer trimestre que da continuidad a la tendencia descendente observada desde el inicio del año 2008.

Generalizado descenso de las ventas

A tenor de los resultados de esa Encuesta de Clima Turístico Empresarial en el 40,4% de los establecimientos hoteleros se registró un leve descenso interanual de la facturación del segundo trimestre de 2008 y en el 17,4%, de ellos esta caída fue fuerte, mientras que en el 18,6% se percibió una mantenimiento en los niveles de abril, mayo y junio de 2007 y tan sólo en el 23,5% de los mismos acusaron un incremento interanual de las ventas, que la mayoría cuantificó como leve.

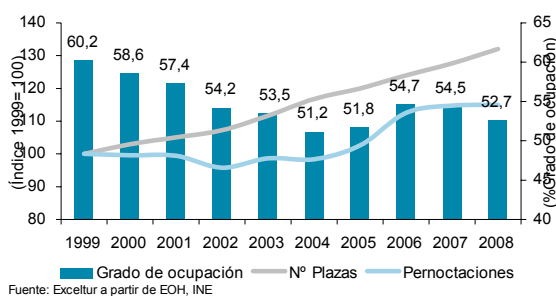
Opinión empresarial sobre las ventas para el IIT 2008 Alojamiento hotelero



Retroceso en el grado de ocupación

Los datos de la EOH del INE hasta el mes de junio de 2008 avalan el balance empresarial. De hecho, el grado de ocupación en los hoteles españoles entre marzo y mayo de 2008 reflejan un retroceso de 1,8 p.p respecto al mismo período de 2007, debido a la ralentización en el ritmo de crecimiento de las pernoctaciones hoteleras desde el 6,0% de los dos primeros meses del año hasta el 0,2% entre marzo y junio de 2008, con una caída entre abril y junio del 2,1%.

Comportamiento del mercado de alojamiento hotelero
Mar-Jun 1999-2008

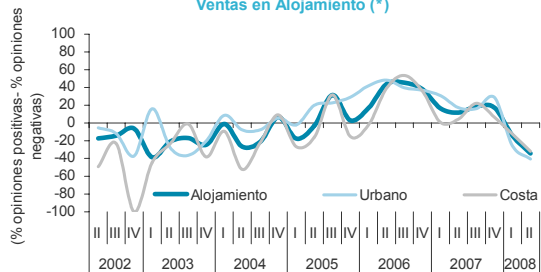


Se intensifica la desaceleración de la actividad en los destinos vacacionales y se confirma en los urbanos

Este elevado consenso en cuanto a unas menores ventas en el segundo trimestre de 2008, es común en prácticamente todos los destinos españoles, tanto urbanos como de costa, y viene explicado por la caída de la demanda nacional y la leve desaceleración en el crecimiento de la extranjera.

Así, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial evidencia que el porcentaje de establecimientos hoteleros que han percibido un descenso de las ventas en el segundo trimestre de 2008 ha sido mayoritario tanto en los establecimientos vacacionales como los de costa, tal y como se puede observar en el gráfico adjunto.

Opinión empresarial sobre la evolución de las Ventas en Alojamiento (*)



En el caso de los destinos urbanos se confirma el desfavorable arranque del año 2008 y para los vacacionales el balance se torna más negativo en el segundo que en el primer trimestre. Esto se debe al menor dinamismo de la actividad en Canarias, que comenzó el año con intensos crecimientos, y el mayor peso que tienen en el balance del segundo trimestre, el conjunto de hoteles vacacionales del resto de zonas del litoral mediterráneo y Baleares, que han tenido en media un desfavorable comportamiento en los meses de abril, mayo y junio.

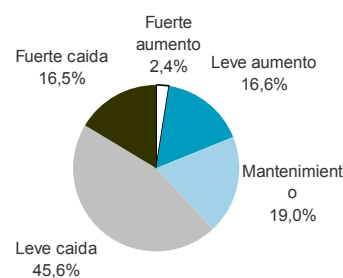
Los datos de la EOH del INE del mes de Junio de 2008, para zonas turísticas vacacionales y para las principales ciudades turísticas confirman estas tendencias. Las pernoctaciones en el período marzo-junio de 2008 crecieron tan sólo un 0,4% en los destinos vacacionales, muy alejado del 5,8% que registraron en los dos primeros meses del año, y las noches en hoteles en los principales destinos urbanos entre marzo y junio de 2008 descendieron un 0,1%, confirmando la desaceleración ya observada en el primer trimestre del año.

El descenso generalizado de las ventas, la congelación de las tarifas por debajo de la inflación y la presión de unos costes al alza se concretan en un creciente retroceso de la rentabilidad empresarial

En este marco, la rentabilidad de los hoteles españoles en el segundo trimestre de 2008 ha descendido de manera progresiva y generalizada según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

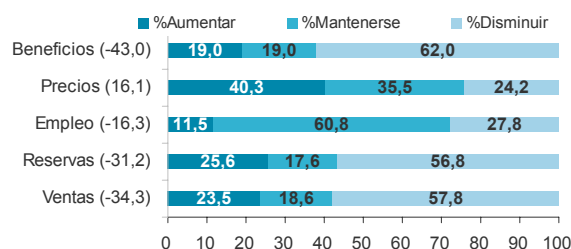
Así, según la valoración de los gestores de establecimientos hoteleros, en el segundo trimestre de 2008 el 45,6% de los hoteles españoles ha experimentado una leve caída de sus beneficios, siendo esta caída fuerte en el 16,5% de los mismos. Es relevante como tan sólo el 19,0% de los hoteles han mejorado el beneficio empresarial respecto a los registros de abril, mayo y junio de 2007.

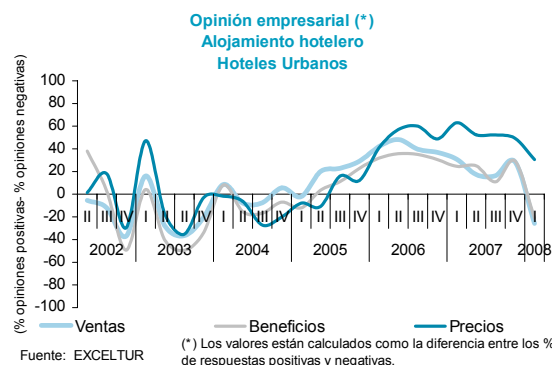
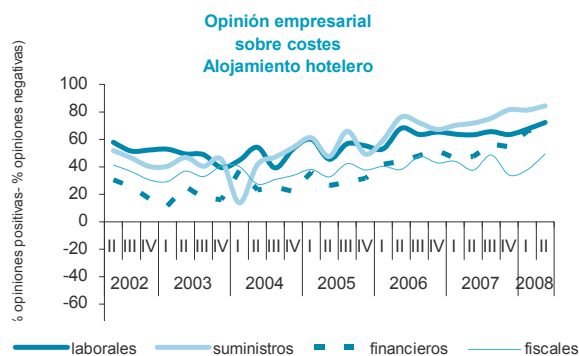
Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento hotelero. IIT 2008



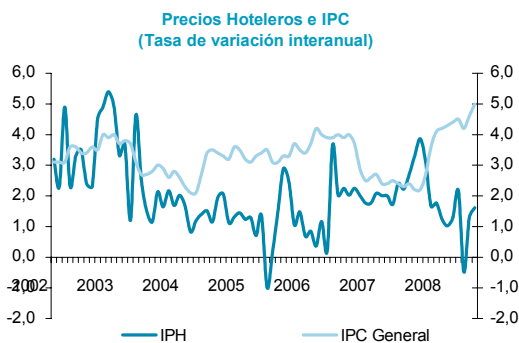
Ello es debido a la contracción generalizada de las ventas, particularmente las nacionales, al que se le ha vuelto a unir en este segundo trimestre de 2008 la escalada en los costes de energía de suministros, laborales y financieros en un marco de contención de tarifas tal y como se puede observar en el gráfico adjunto.

Total España Opiniones empresariales Alojamiento Hotelero II Tr 2008





Así, el aumento de la inflación en España, que se traslada a los costes de las materias primas y costes laborales (el coste laboral en hostelería en el primer trimestre de 2008 ya crecía un 6,6% según la Encuesta Trimestral de Coste Laboral del INE), está notablemente por encima del Índice de Precios Hoteleros que recoge del INE. Entre los meses de marzo y mayo el IPC general creció un 4,6%, por apenas un 1,1%, el Índice de los Precios Hoteleros (IPH).

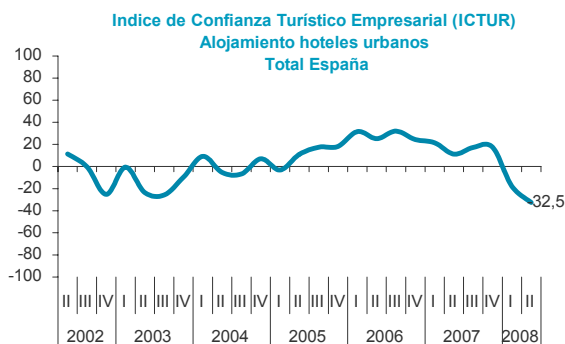


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPC, IPH (INE)

Empeoran los niveles de confianza entre los gestores de hoteles urbanos

El deterioro de la situación económica en España y sus desfavorables expectativas para los próximos meses, junto al encarecimiento de los desplazamientos dentro de nuestra geografía, han provocado ya un primer recorte sobre el gasto turístico de las empresas y hogares españoles, que probablemente se intensifique en el segundo semestre de 2008.

En este contexto, los profesionales del subsector hotelero urbano anticipan un nuevo empeoramiento de las ventas y muy particularmente de sus beneficios en el tercer trimestre de 2008, materializado en un Índice de Confianza Turístico Empresarial que se sitúa en valores de -32,5, los mínimos desde que en Exceltur elaboramos esta encuesta de confianza empresarial.



HOTELES URBANOS

Se intensifica la ralentización de la actividad en los hoteles urbanos en el segundo trimestre de 2008

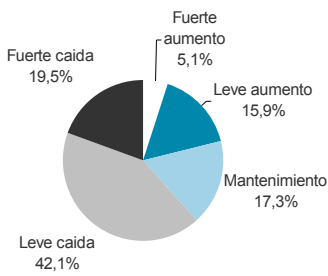
El devenir de la actividad en los establecimientos hoteleros urbanos en el segundo trimestre de 2008 ha confirmado e intensificado los primeros síntomas de debilidad observados en el inicio del año debido básicamente a una contracción de la demanda de servicios hoteleros por parte del mercado español en un escenario en el que subsiste la sobreoferta en algunos de los principales destinos urbanos españoles.

En este sentido, todos los indicadores empresariales para el seguimiento de la actividad hotelera urbana, tanto los de ventas y ocupación como los de rentabilidad empresarial han experimentado un retroceso en el segundo trimestre de 2008.

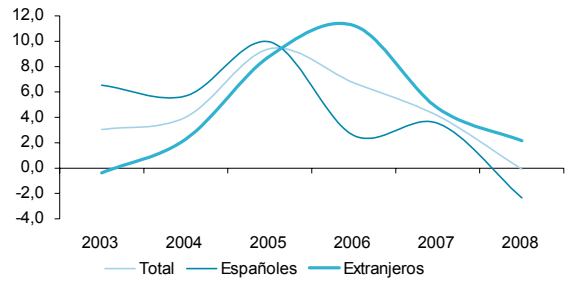
Mayoritaria caída de las ventas en los meses de abril, mayo y junio en los hoteles urbanos españoles

Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 61,7% de los gestores de hoteles urbanos revelaban un descenso de las ventas en los meses de abril, mayo y junio de 2008 con respecto al mismo período del año anterior, cuantificando el 19,5% la caída como muy fuerte y el 42,1% como leve.

Opinión empresarial sobre las ventas.
Alojamiento urbano. IIT 2008



Pernoctaciones en alojamientos hoteleros capitales de provincia
Tasa de variación interanual. Mar-Jun 2003-2008



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

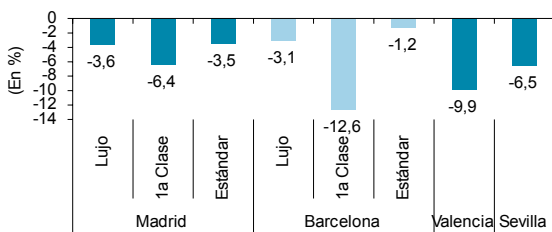
Este elevado consenso entre los profesionales del subsector hotelero urbano sobre el empeoramiento generalizado de las ventas es consistente y se corrobora con el estancamiento de las pernoctaciones hoteleras en las capitales de provincias españolas publicadas por el INE, que en un marco de crecimiento continuado de la oferta, ha supuesto un retroceso de los niveles de ocupación en los principales destinos urbanos españoles, según revelan adicionalmente los datos de MHI Index.

Caída de la ocupación en los principales destinos urbanos

Efectivamente, los índices elaborados por MHI Index ponen de manifiesto una caída del grado de ocupación entre los meses de marzo y mayo en las principales ciudades españolas.

Así, la ocupación media entre marzo y mayo de 2008 ha empeorado respecto al mismo período de tiempo de 2007 en los hoteles de Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia, especialmente intensa en el caso de Valencia y Sevilla y en los hoteles de primera categoría de Barcelona y Madrid.

Ocupación en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Mar-May 2008/2007



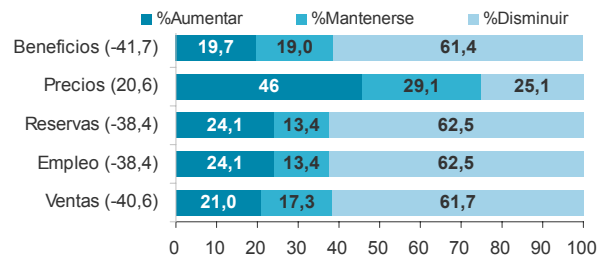
Fuente: Exceltur a partir MHI Index

Este descenso de la ocupación responde como ya hemos apuntado al doble efecto del incremento de las plazas en los últimos años y al enfriamiento de la demanda, que según datos de la EOH del INE registraron entre marzo y junio de 2008 una variación interanual del -0,1% debido a la caída del 2,3% de las pernoctaciones de los españoles, que representan el 50,2% del total de la demanda en estos meses.

Disminuye el beneficio empresarial en los hoteles urbanos

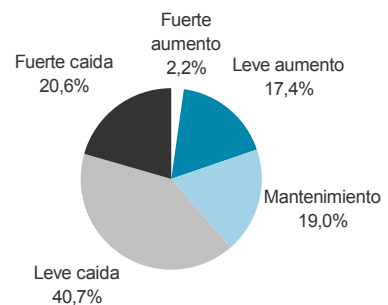
Bajo estos parámetros, y con un incremento notable de los costes de suministros, laborales y financieros y aún a pesar del muy leve crecimiento generalizado en las tarifas, los márgenes empresariales han vuelto a reducirse en el segundo trimestre de 2008.

Hoteles Urbanos
Opiniones empresariales
II Tr 2008



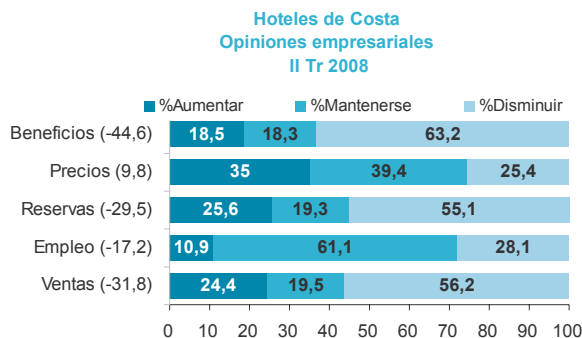
En efecto, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur reflejan que el 61,4% de los profesionales de la hotelería urbana han experimentado menores niveles de beneficios que en el segundo trimestre de 2007, destacando el elevado porcentaje (20,6%) que considera que este retroceso en la rentabilidad empresarial ha sido intenso.

Opinión empresarial sobre los beneficios
Alojamiento urbano. IIT 2008

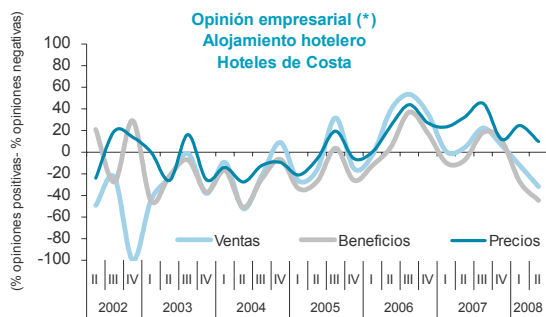


Se deterioran los niveles de actividad en los establecimientos de costa en el segundo trimestre del año 2008

El balance empresarial del segundo trimestre de 2008 entre los gestores de alojamientos **hoteleros vacacionales también es mayoritariamente negativo** debido a la caída leve, pero generalizada, de las ventas debido al notable retroceso de la demanda, sobre todo la española, el crecimiento de los costes y el deterioro de márgenes empresariales.



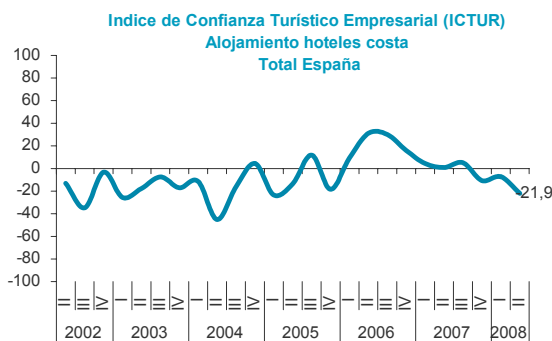
La explotación de la Encuesta Turístico de Exceltur revela un generalizado descenso de las ventas y en mayor medida de los beneficios empresariales en la hotelería vacacional de costa respecto a los meses de abril, mayo y junio de 2007, percibiéndose una prolongación de la senda de desaceleración que comenzó en el último trimestre de 2007.



Se intensifica la caída de los niveles de confianza empresarial

Ante el deterioro observado en los indicadores claves del seguimiento de la dinámica empresarial en el segundo trimestre de 2007 y la desconfianza generalizada de que la actividad pueda mejorar sustancialmente en lo que queda del verano de 2008, **los niveles de confianza entre los gestores de hoteles vacacionales de costa en el ecuador del año 2008 han descendido** hasta registros del -21,9, según indica el Índice de Confianza Turístico Empresarial para este subsector.

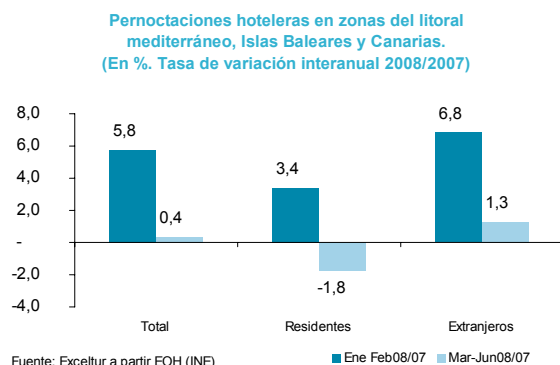
No obstante, este valor del Índice de Confianza entre los gestores de alojamiento vacacional en España está todavía lejos de los mínimos observados en esos mismos niveles de confianza empresarial del tercer trimestre del año 2002 y en el segundo del año 2004.



Desaceleración de la demanda de servicios hoteleros vacacionales

La desaceleración del crecimiento de la demanda en los hoteles de costa en el segundo trimestre de 2008 ha sido igualmente corroborada por los últimos datos de la EOH del INE a junio.

Tras el buen comienzo del año 2008 (crecimiento acumulado hasta febrero del 5,8%), que se justificaba en gran parte por la positiva trayectoria turística en Canarias en su temporada alta, entre marzo y junio se ha observado una desaceleración hasta el 0,4%, provocada por el descenso interanual de las pernoctaciones hoteleras de españoles en los hoteles vacacionales del 1,8%, y por la ralentización hasta tasas del 1,3% (6,8% en los dos primeros meses de 2008) de la senda de crecimiento de la demanda extranjera de servicios hoteleros en esta tipología de hoteles.



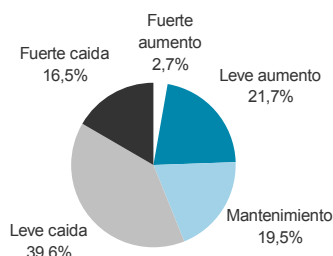
El retroceso de la demanda nacional entre los meses de marzo y mayo de 2008 se ha acusado en mayor medida en la Comunidad Valenciana, Murcia y el litoral andaluz, con la excepción de la Costa del Sol.

Predominante caída de las ventas y la rentabilidad empresarial

Esta desaceleración de la demanda se ha concretado en una caída de los niveles de ocupación en los hoteles de costa del litoral mediterráneo y archipiélagos canarios y balear, y producto entre otros de un **elevado consenso respecto a la caída en los niveles de facturación en el segundo trimestre de 2008.**

Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur en el segundo trimestre de 2008 los niveles de ventas experimentaron una caída interanual del 56,2% en el total de alojamientos vacacionales de costa españoles, que el 39,6% de los empresarios percibía como leves y el 16,5% como fuertes.

Opinión empresarial sobre las ventas.
Alojamiento de costa. IIT 2008



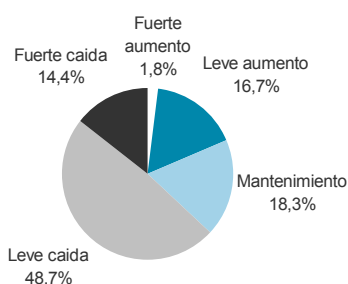
Sin perjuicio de lo anterior, se percibe una notable heterogeneidad en las respuestas, debido al mejor devenir de parte de los hoteles localizados en el archipiélago canario, los de la Costa del Sol y Costa de la Luz de Huelva.

En este sentido, los diferentes comportamientos observados en el primer semestre del año entre las zonas turísticas de costa españolas exigen en los próximos meses una especial atención y análisis de las mismas a efectos de poder concretar los factores (promoción, política de touroperadores, conexiones aéreas...) justificativos de la dispar y a veces difícilmente explicable evolución de la actividad turística en cada una de ellas.

Como ya hemos venido reiteradamente señalando, a este desfavorable devenir generalizado de las ventas se le une el crecimiento de los costes en el segundo trimestre de 2008 lo que ha afectado e intensificado la caída en la rentabilidad empresarial respecto a los niveles alcanzados en los meses de abril, mayo y junio de 2007 según el 63,2% de los profesionales del subsector.

El 48,7% de los gestores de estos establecimientos califican como leve estas caídas y el 14,4% como fuertes. El porcentaje de hoteles vacacionales que ha experimentado mejoras en el beneficio empresarial en el segundo trimestre de 2008 es muy reducido (18,5%)-

Opinión empresarial sobre los beneficios.
Alojamiento de costa. IIT 2008

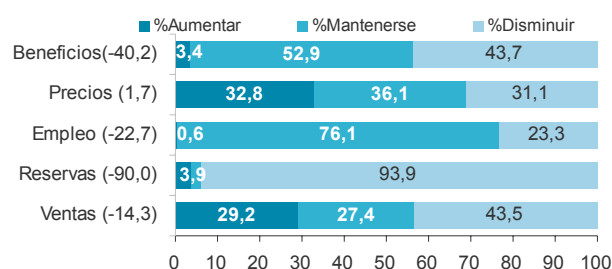


GRANDES GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES

Súbito descenso de los niveles de confianza entre los profesionales de las agencias de viajes españolas por la mayor debilidad de la demanda nacional

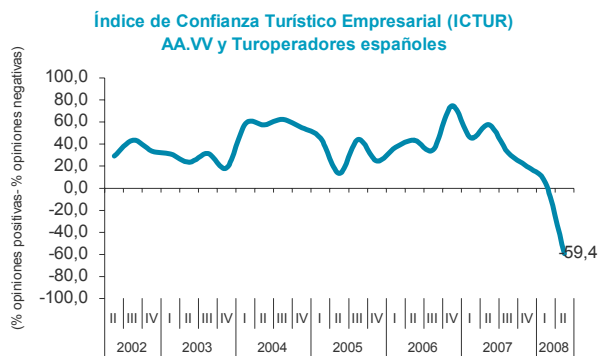
Las ventas y los beneficios de los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles han comenzado a descender muy acusadamente y de manera generalizada según revelan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur en el segundo trimestre de 2008 constatando la creciente debilidad del gasto turístico de los españoles.

AA.VV. y Touroperadores españoles
Opiniones empresariales
II Tr 2008



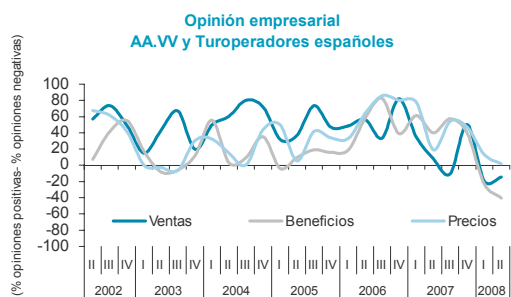
Las expectativas para los meses de julio, agosto y septiembre de 2008 son aún desfavorables. Los niveles de reservas en la mayoría de los grandes grupos de agencias de viajes en el ecuador de 2008 son inferiores a los que registraban por estas fechas en 2007, lo que anticipa un presumible descenso generalizado de sus actividades y la rentabilidad en el tercer trimestre de 2008 frente a los positivos resultados del mismo período de tiempo del año 2007.

En este sentido, el Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles se sitúa por primera vez desde el inicio de la Encuesta de Exceltur en 2002 en niveles negativos, lo que supone una muy significativa caída de los niveles de confianza entre los profesionales del subsector.



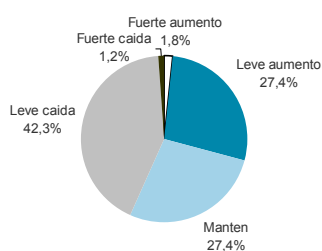
Las ventas en el segundo trimestre de 2008 descienden levemente

Por segundo trimestre consecutivo el porcentaje de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles que han experimentado un descenso en sus ventas en el segundo trimestre de 2008 en España supera a aquellos que las han incrementado levemente ó mejorado.



Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el segundo trimestre de 2008 revelan que el porcentaje de gestores de estas compañías que ponían de manifiesto un leve descenso de los niveles de ventas del segundo trimestre de 2008 se situaba en el 42,3% por un 27,4% de los mismos que percibía un leve aumento interanual de la facturación en el segundo trimestre de 2008.

Opinión empresarial sobre las ventas
AA.VV. y Turoperadores españoles. IIT 2008



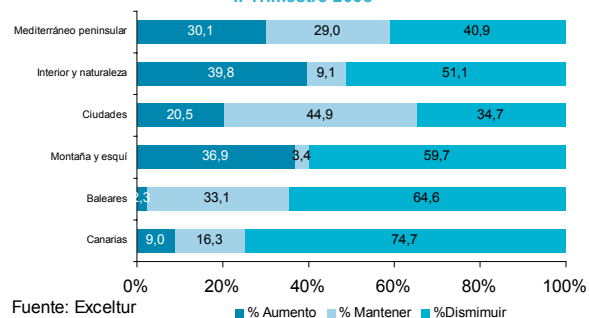
Descienden las ventas en la mayoría de productos con la excepción de algunos destinos de América del Norte y El Caribe

A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el segundo trimestre de 2008, el descenso interanual de las ventas de las grandes agencias de viajes españoles en los meses de abril, mayo y junio de 2008 se ha dado en las relativas a destinos españoles, europeos y de larga distancia, con la excepción de algunos países muy favorecidos por la depreciación del dólar respecto al euro como son América del Norte y los de zona del Caribe.

En el segundo trimestre de 2008, marcado por las festividades del mes de mayo y el inicio de la temporada de verano en la mayoría de los destinos del litoral español, se ha percibido un descenso generalizado, aunque leve, de las ventas en los destinos insulares.

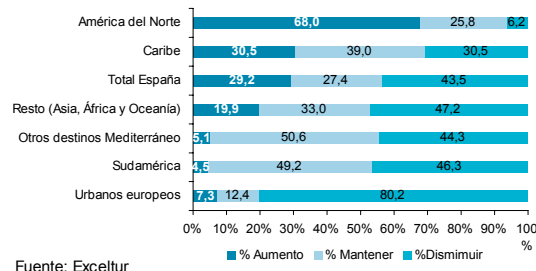
Las ventas a destinos urbanos se han mantenido según el 44,9% de los profesionales del subsector de distribución en niveles similares a los del segundo trimestre de 2007, abandonando la senda de crecimiento continuo del mercado nacional de esta línea de productos turísticos que se había venido observando en los últimos años.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales
II Trimestre 2008



La depreciación del dólar respecto al euro ha favorecido un trimestre más las ventas a ciertos destinos de América del Norte y con menos intensidad a El Caribe. Mientras, las ventas a otros destinos de larga distancia han perdido dinamismo en el segundo trimestre de 2008, debido en parte al incremento del precio del petróleo, que grava sustancialmente el precio final de este tipo de paquetes turísticos por los constantes recargos de combustible.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos
II Trimestre 2008

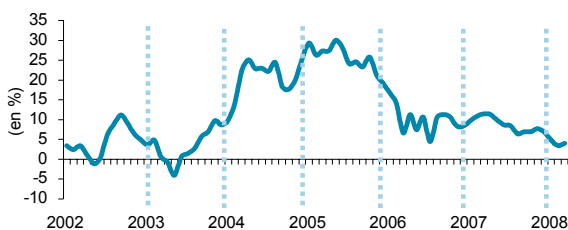


Los destinos urbanos europeos se han visto igualmente perjudicados por el incremento final del precio del pasaje aéreo, lo que en un entorno de menor capacidad de gasto

turístico, ha supuesto el recorte de las cortas escapadas a ciudades europeas que habían experimentado un elevado dinamismo en los últimos años.

En este sentido, los pagos por turismo de los españoles en sus viajes al exterior han registrado una notable desaceleración en el acumulado anual de 2008 hasta el mes de mayo. En concreto, la tasa de crecimiento interanual entre enero y abril de 2008 fue del 1,7%, muy inferior al 8,3% para el total del año 2007.

Pagos por turismo de los españoles al exterior
(Tasa de variación trimestral interanual)

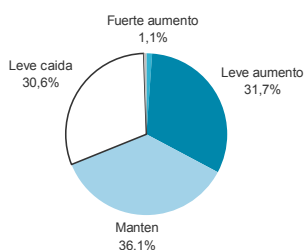


Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la Balanza de Pagos (Banco de España)

Estancamiento de la rentabilidad empresarial

El descenso generalizado de las ventas en los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles en el segundo trimestre de 2008 junto al enfriamiento de los precios que se han visto muy recortados por la continua apelación a fuertes promociones y descuentos se ha concretado en un estancamiento de la rentabilidad empresarial respecto a los positivos resultados experimentados en los meses de abril, mayo y junio de 2007.

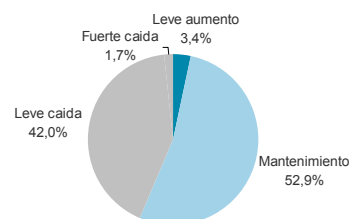
Opinión empresarial sobre los precios.
AA.VV. y Touroperadores españoles. IIT 2008



Tanto la opinión de los empresarios de ese subsector recogida en la Encuesta de Clima Empresarial de Exceltur como la información del INE ponen de manifiesto el estancamiento de los precios de los viajes organizados de los españoles. En concreto, el IPC de viaje organizado experimentó un incremento entre los meses de marzo y junio del 3,3%, por debajo del 4,6% del IPC general.

Por el momento y con estos condicionantes, en los meses de abril, mayo y junio de 2008 el 52,9% de los grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores españoles han mantenido los niveles de beneficios del segundo trimestre de 2007 y el 42,0% han experimentado una caída interanual.

Opinión empresarial sobre los beneficios.
AA.VV. y Touroperadores españoles. IIT 2008



TRANSPORTE DE PASAJEROS

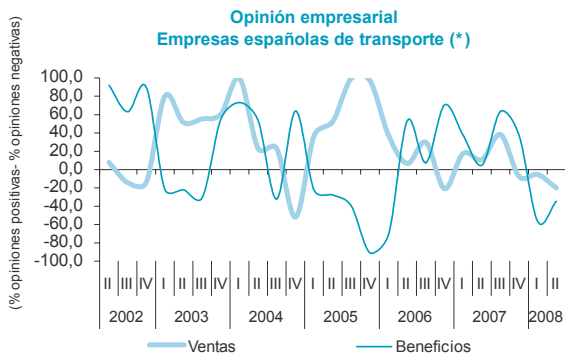
Disparidad de opiniones entre las compañías de transporte

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur entre las compañías de transporte de pasajeros ponen de manifiesto una **elevada disparidad de opiniones entre las diversas modalidades que integran ese subsector**. En concreto, mientras que las aerolíneas afrontan una compleja tesitura marcada por la desaceleración de la demanda y la escalada del precio del petróleo, el tren de alta velocidad en España se encuentra en un momento óptimo de crecimiento en ventas y en rentabilidad, y las empresas de alquiler de vehículos mantienen todavía cierto nivel de mantenimiento de la actividad en el segundo trimestre de 2008.

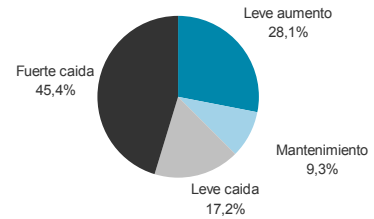
Se ratifica el bajo nivel de confianza empresarial entre las aerolíneas en el segundo trimestre de 2008

En el ecuador del año 2008 se reconfirma el **desfavorable balance empresarial de inicio del año 2008 entre las compañías de transporte aéreo de pasajeros** en un escenario complejo por la subida del precio del crudo, y su consecuente repercusión en los recargos por carburantes pagados por los consumidores y presión en la estructura de costes, ante una demanda con una elevada elasticidad al precio y con una capacidad adquisitiva mermada por las actuales condiciones macroeconómicas, que se ha plasmado en los primeros síntomas de ralentización de la demanda de servicios de transportes.

De hecho, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el segundo trimestre de 2008 ponen de manifiesto un generalizado descenso de los niveles de ventas y de la rentabilidad empresarial.

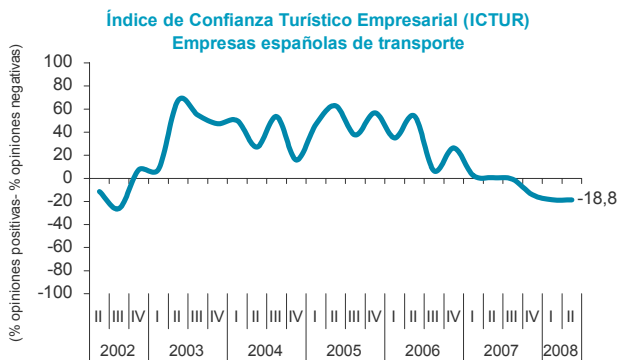


Opinión empresarial sobre los beneficios.
Empresas españolas de transporte. IIT 2008



La dimensión del efecto de la escalada del petróleo sobre la cuenta de resultados de las empresas de transporte aéreo en un escenario dónde no se anticipan bajadas de esta variable y la desaceleración de la demanda de servicios de transporte, mantienen los niveles de confianza empresarial entre las empresas del subsector de transporte en niveles negativos en el ecuador del año 2008.

En concreto, el Índice de Confianza Turístico Empresarial para las empresas españolas de transporte de pasajeros se sitúa en el segundo trimestre de 2008 en el -18,8.

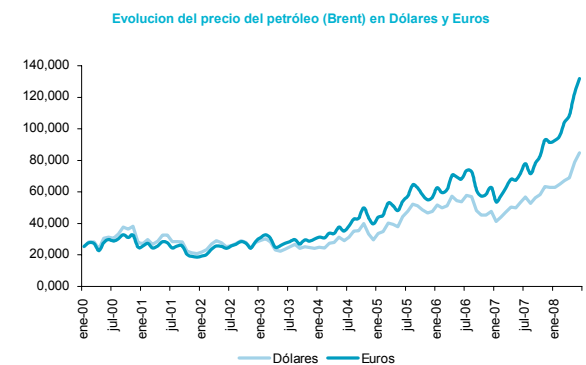


Caída generalizada e intensa de la rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2008 en las compañías aéreas

La Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur evidencia que el 45,4% de las empresas de transportes de pasajeros experimentaron fuertes caídas interanuales en sus beneficios en el segundo trimestre de 2008.

El precio del crudo presiona al alza los costes empresariales y empieza a repercutir notablemente en las tarifas pagadas por el usuario final

Esta intensa caída en la rentabilidad empresarial en las empresas de transporte aéreo de pasajeros ha venido motivada entre otros por el precio record del petróleo alcanzado en 2008 y la elevada presencia de este gasto dentro de la estructura de costes de las aerolíneas. De hecho, y según datos de AEA (Asociación de Aerolíneas Europeas), el coste del petróleo ha pasado a representar el 33% del total de costes de la aerolínea, desde el 24,8% del año 2007 ó 14,8% del año 2000.

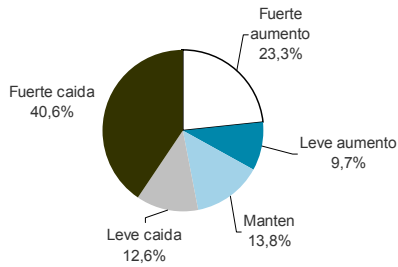


En este complejo escenario protagonizado por la escalada del coste de la energía y que ya se ha materializado en anuncios de recortes de plantilla, rutas y frecuencias, AEA estima que las aerolíneas europeas entrarán en pérdidas en el año 2009.

Ante esta presión en la estructura de costes, las empresas de transporte aéreo de pasajeros han comenzado a repercutir a través del recargo por combustible parte de la subida del coste del mismo en el precio final percibido por el usuario, lo que en un contexto de menor capacidad adquisitiva de los hogares europeos más que reforzarlas ha incentivado el debilitamiento de la demanda.

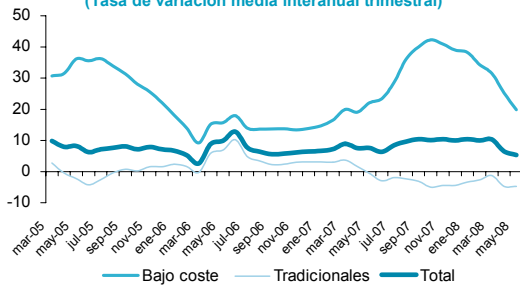
En este sentido, la explotación de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial revela descensos interanuales de las ventas en España en el segundo trimestre de 2008 en el 53,2% de las compañías de transporte de pasajeros, que la mayoría de ellos califica como fuerte.

Opinión empresarial sobre las ventas.
Empresas españolas de transporte. IIT 2008



Los datos de tráfico de pasajeros nacionales e internacionales en los aeropuertos españoles recientemente publicados por AENA confirman la ralentización de la demanda de servicios de transporte aéreo a lo largo del año 2008. Así, en el acumulado hasta el mes de junio los pasajeros internacionales crecieron un 2,8%, por debajo de las tasas del 8,8% con la que cerró 2007.

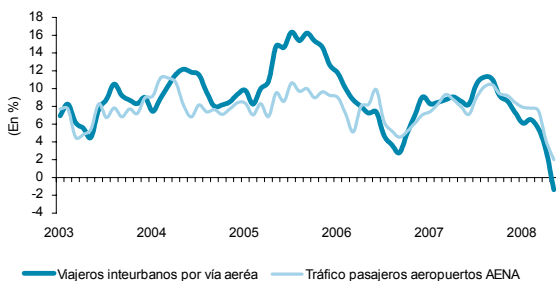
Llegada de pasajeros internacionales por tipo de compañías
(Tasa de variación media interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IET

El total de tráficos de pasajeros acumulado hasta el mes de mayo creció un 6,9%, intensificándose la desaceleración en el período marzo mayo con una tasa de variación de tan sólo el 2,0%, muy lejos del crecimiento del 8,1% con el que se cerró el año 2007. Los datos del INE de pasajeros transportados internamente en vuelos interiores evidencian una caída interanual del -1,4% entre marzo y mayo de 2008, tras un incremento del 8,9% en el conjunto de 2007.

Demanda de transporte aéreo
Tasa de variación media trimestral. 2002-2008



Fuente: Exceltur a partir INE y AENA

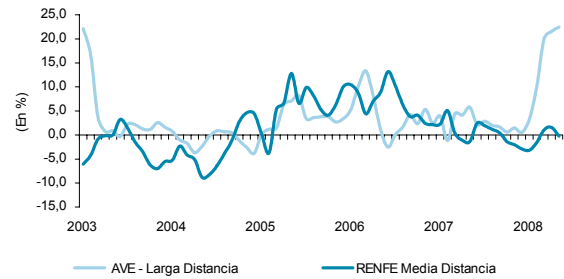
Positivo balance de los indicadores de negocios vinculados al tren de alta velocidad

Por otra parte, la inauguración de las nuevas líneas del tren de alta velocidad a Barcelona, Málaga y Valladolid de los últimos meses ha tenido un notable impacto en el tráfico de pasajeros del AVE de larga distancia, explicando parte del descenso observado en las rutas aéreas domésticas y de los descensos de pasajeros observados en los aeropuertos de Barcelona y Málaga, -2,1% y -1,8% respectivamente en el acumulado anual hasta el mes de junio según datos de AENA.

En concreto, según datos de RENFE, la cuota de mercado del tren entre Madrid y Barcelona ha crecido desde el 12% de enero de 2008 hasta el 41% en junio del mismo años, lo que supone que del total de 528.490 de viajeros entre las dos ciudades, 311.291 lo hicieron a través del transporte aéreo y 217.199 por el AVE. Esto supone según cálculos de la compañía un incremento de 5.000 pasajeros de media al día en esta línea.

En este mismo sentido, se estima que la línea de alta velocidad entre Madrid y Málaga, que desde su inauguración en diciembre de 2007 transportó a 1,1 millones de pasajeros, explica más del 16% de la reducción de enlaces aéreos entre Madrid y Málaga.

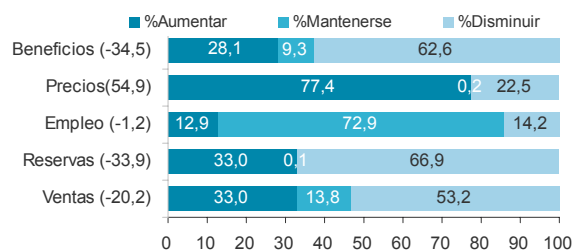
Demanda de transporte ferroviario. Viajeros transportados
Tasa de variación media trimestral. 2002-2008



Fuente: Exceltur a partir INE

En este contexto y tal como antes señalábamos, el transporte ferroviario beneficiado por la apertura de las nuevas líneas de alta velocidad y el tirón que han ejercido las mismas sobre la demanda interna ha favorecido un efecto de sustitución del transporte aéreo y ha cosechado mejoras interanuales en las ventas y en la rentabilidad empresarial en los meses de abril, mayo y junio de 2008.

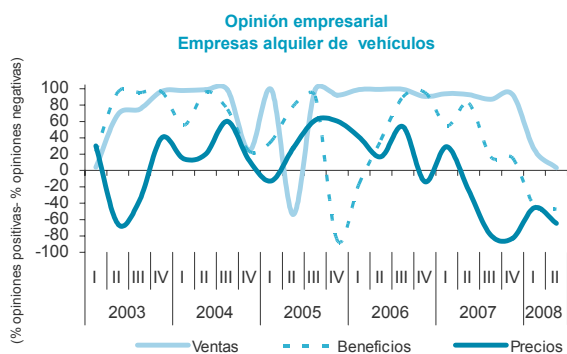
Opiniones empresariales
Empresas españolas de transporte
II Tr 2008



Alquiler de Vehículos

Se confirma el desfavorable balance empresarial de inicios del año

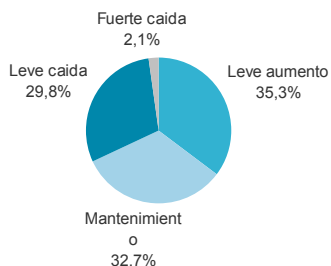
En línea con el retroceso observado para el conjunto del sector turístico, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial para las empresas de alquiler de vehículos reflejan un **estancamiento de la actividad** en este subsector en el segundo trimestre de 2008, que se ha concretado en un mantenimiento generalizado de las ventas en los niveles del mismo período de 2007, en un entorno muy competitivo y marcado por el encarecimiento del carburante, lo que ha supuesto un leve y generalizado descenso de los precios y de su rentabilidad empresarial.



De abril a junio las ventas en las empresas de alquiler de vehículos se han mantenido en niveles similares a los registrados en el segundo trimestre de 2007, sí bien se identifican distintas realidades entre las principales empresas del sector. Así, el porcentaje de los profesionales que manifiestan haber registrado leves subidas o caídas o mantenimiento es prácticamente el mismo.

En concreto, y a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, según el 35,3% de los profesionales del sector las ventas el segundo trimestre de 2008 registraron un leve aumento interanual, según el 32,7% se mantuvieron en los mismos niveles que en los meses de abril, mayo y junio de 2007 y el 29,8% de los mismos se inclinaban por una leve caída.

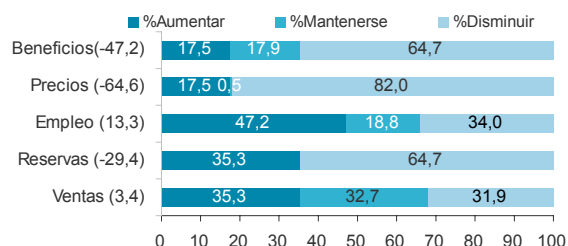
Opinión empresarial sobre las ventas Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2008



El descenso de las tarifas y la presión sobre los costes condicionan la rentabilidad

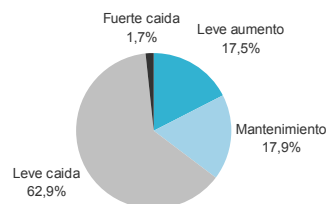
En estos últimos tres meses, las tarifas han descendido respecto a los niveles de 2007 en el 82,0% de las empresas españolas de alquiler de coches. Este hecho junto a unos costes empresariales al alza, el alquiler de vehículos de menor tamaño debido al descenso del gasto turístico en empresas, el debilitamiento de las ventas gestionadas por el canal de agencias de viaje afectado por la menor demanda del gasto turístico de los españoles, está mermando notablemente sus márgenes empresariales.

Opiniones empresariales Empresas de alquiler de coches II Tr 2008



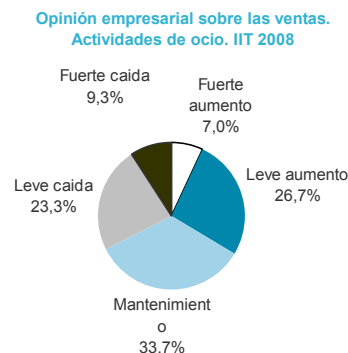
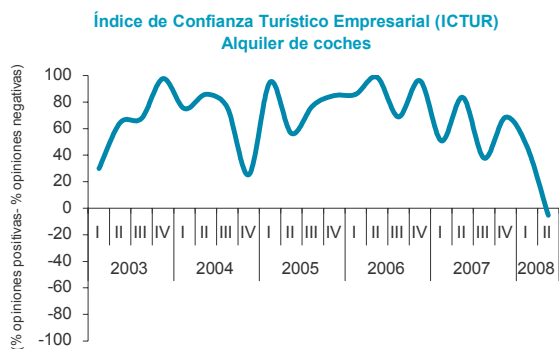
De hecho, según el 50,3% de los gestores de estas empresas el beneficio empresarial se ha mantenido en los meses de abril, mayo y junio de 2008 en los mismos niveles del mismo período del año anterior y en el 32,2% de estas empresas se ha percibido una leve caída interanual de su rentabilidad en el segundo trimestre del año.

Opinión empresarial sobre los beneficios Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2008



En un entorno marcado por la incertidumbre del devenir de la actividad turística en los próximos meses, los empresarios del subsector de alquiler de coches anticipan unos niveles de ventas para los meses de julio, agosto y septiembre de 2008 similares a los registros del tercer trimestre del año anterior.

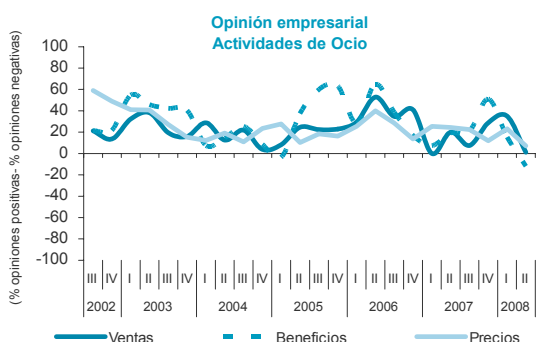
No obstante, las reservas en el ecuador de 2008 están por debajo de las registradas en el mismo período de 2007. De ahí que los niveles de confianza entre los empresarios del sector de alquiler de coches en julio de 2008, desciendan ligeramente hasta niveles negativos por primera vez en la historia de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.



OCIO

Los numerosos días de lluvia del mes de mayo y la menor renta disponible debilitan la demanda de servicios relacionados con actividades de ocio

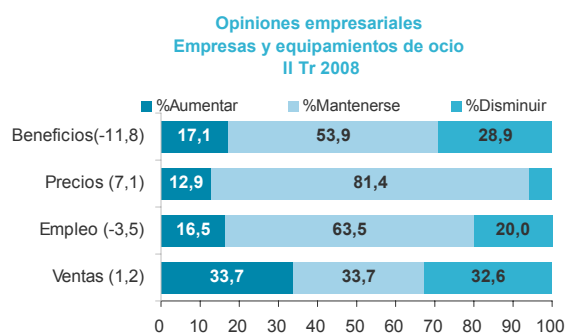
Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR para los meses de abril, mayo y junio de 2008 evidencian una palpable **ralentización de la actividad relacionada con el disfrute del ocio.**



En concreto, las ventas del conjunto de empresas prestadores de servicios de ocio en el segundo trimestre de 2008 se mantuvieron en niveles similares a los del mismo período de 2007 según el 33,7% de los profesionales del subsector, el 26,7% evidenciaban haber experimentado un leve aumento en las ventas y el 23,3% una leve caída respecto a los niveles de abril, mayo y junio de 2007.

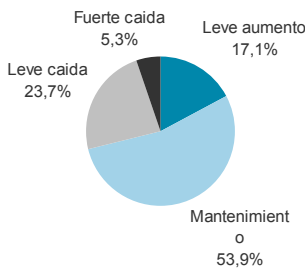
La disparidad de respuestas hace referencia a las diferentes realidades experimentadas por los diferentes tipos de servicios que integramos en este subsector. La menor renta disponible de los hogares europeos, y particularmente de los españoles, comienza a plasmarse en un menor gasto en actividades relacionadas con el ocio, que tienen una elevada elasticidad renta. Adicionalmente, en el caso de los campos de golf y parques temáticos, los numerosos días de lluvia del mes de mayo tampoco favorecieron la actividad en los mismos.

En un contexto con unos niveles de precios similares a los de los meses de abril, mayo y junio de 2007, este modesto resultado de la facturación se ha concretado en un estancamiento generalizado de la rentabilidad empresarial, siendo mayor el número de empresas prestadoras de servicios de ocio que han percibido caídas de los beneficios empresariales en el segundo trimestre de 2008 que las que han experimentado incrementos.



Así, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para las empresas y equipamientos de ocio revelan un leve incremento de la rentabilidad en el segundo trimestre de 2008 en tan sólo el 17,1%, de las encuestas mientras en la mayoría (53,9%) se ha percibido un mantenimiento y en el 23,7% de las mismas una leve caída interanual del beneficio empresarial respecto a los niveles alcanzados en el período abril junio del año 2007.

Opinión empresarial sobre los beneficios.
Actividades de ocio. IIT 2008

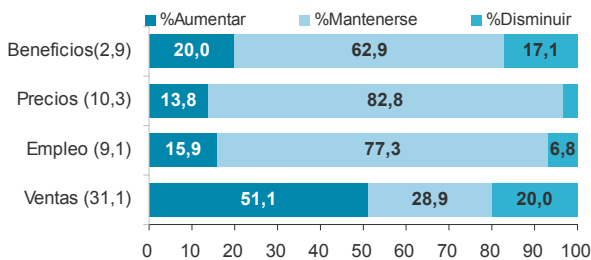


El segmento de turismo cultural sigue experimentando un cierto incremento de demanda aunque en un menor porcentaje que los observados en trimestres procedentes debido al ya mencionado deterioro de la capacidad de gasto de los hogares en especial los españoles.

Así, mientras que en los tres primeros meses de 2008 el incremento interanual de visitas se dio en el 61,5% de los museos y monumentos españoles, en el segundo trimestre se percibió en el 51,1% de los mismos y las expectativas para el tercer trimestre del año reducen esta cifra hasta el 37,8%.

Estos resultados no se han plasmado en mejoras percibidas en los museos y monumentos españoles según pone de manifiesto los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el segundo trimestre de 2008. Así, el 62,9% de los gestores de museos y monumentos manifestaban haber mantenido en 2008 los mismos niveles de resultados que en el segundo trimestre de 2007, debido al mantenimiento generalizado de las tarifas respecto al año anterior.

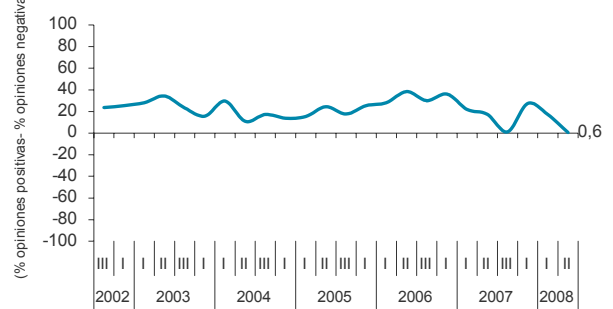
Opiniones empresariales
Museos y Monumentos
II Tr 2008



Se debilita notablemente los niveles de confianza entre los prestadores de servicios de ocio en el segundo trimestre de 2008

En este marco, y ante la contención de las reservas y el enfriamiento del empleo generado en el subsector de empresas e instalaciones prestadoras de servicios de ocio, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial para las empresas proveedoras de actividades de ocio registra su mínimo histórico en la serie con un notable descenso respecto a los niveles observados en la media del año 2007 e inicio de 2008.

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Actividades de ocio



D. TENDENCIAS POR DESTINOS

DESTINOS

Desfavorable balance de la actividad turística del segundo trimestre de 2008 en la mayoría de los destinos turísticos españoles, salvo Aragón

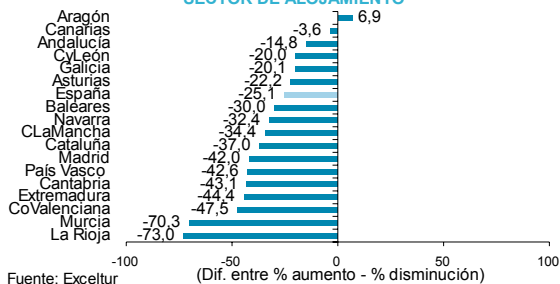
Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur del segundo trimestre de 2008 evidencian un retroceso generalizado de las ventas y la rentabilidad empresarial en la mayoría de los destinos turísticos españoles.

La debilidad observada en la demanda de servicios hoteleros por parte de los españoles y la ralentización del ritmo de crecimiento de la demanda extranjera en el segundo trimestre de 2008 se ha concretado en un leve aunque generalizado descenso interanual de las ventas de empresas turísticas en la mayoría de los destinos turísticos españoles.

En ese sentido se ha experimentado una pérdida de rentabilidad respecto al segundo trimestre de 2008 en todas las comunidades, salvo en Aragón, debido al leve crecimiento de las tarifas en un entorno donde los laborales, financieros y de suministros lo han hecho muy por encima.

En este contexto, los gestores de establecimientos hoteleros de los diferentes destinos, que marcan la pauta de esta tendencia, con la excepción de Aragón, por la celebración de la Expo 2008, anticipan una compleja temporada de verano de 2008. Consecuencia de ello, los niveles de confianza empresarial en el ecuador de 2008 son de signo negativo en todos los destinos turísticos españoles, salvo en Aragón.

Confianza empresarial ICTUR
II Trimestre 2008
SECTOR DE ALOJAMIENTO

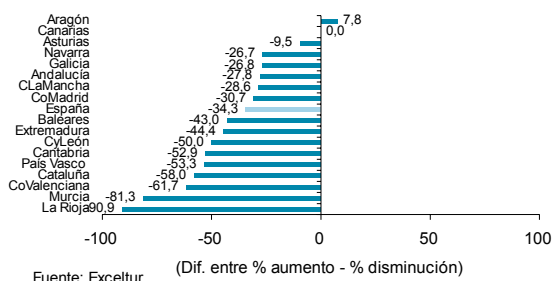


Leve descenso generalizado de las ventas en los destinos turísticos españoles

A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la valoración turística de las ventas en el segundo trimestre de 2008 ha sido en general desfavorable a lo largo de todos los destinos españoles, salvo Aragón y Canarias.

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revela una disparidad de opiniones geográficas sobre el devenir de las ventas en los meses de mayo, abril y junio de 2008 respecto a los registros del mismo período del año anterior que responden al diferente frente de los diversos segmentos y mercados de origen posicionamiento de sus productos turísticos.

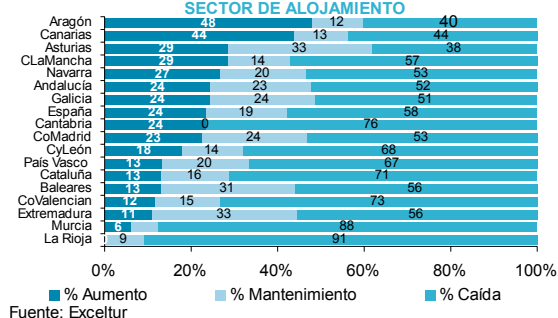
Opinión empresarial sobre las ventas
II Trimestre 2008
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Los gestores de establecimientos hoteleros localizados en destinos con una elevada dependencia del mercado español como son la Comunidad Valenciana, la Región de Murcia, el norte de España, los destinos de interior y algunas de las zonas turísticas del litoral andaluz, han manifestado en general un elevado consenso respecto al descenso interanual de las ventas acusado en los meses de mayo, abril y junio de 2008.

Según la valoración de los profesionales del subsector hotelero de Baleares, la facturación ha retrocedido ligeramente en el segundo trimestre del año 2008 frente a los niveles del mismo período de tiempo de 2007. Este balance se debe a la debilidad que han mostrado prácticamente todos sus mercados en el mes de junio, y el elevado porcentaje de su demanda dinamizada con ofertas por compra anticipada en el caso de Mallorca junto a unos peores resultados empresariales en Ibiza por el retroceso de sus dos principales mercados, el interno y el británico.

Opinión empresarial sobre las ventas
II Trimestre 2008
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Canarias y Aragón mantienen cierto tono positivo de las ventas

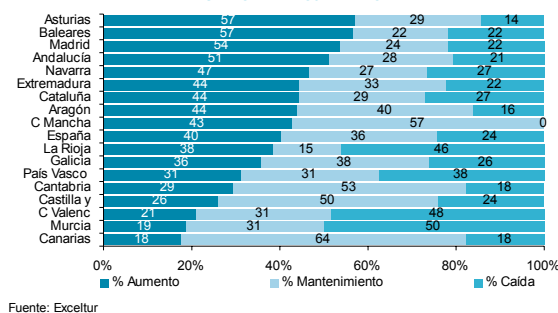
En Aragón, con los preparativos previos y la inauguración de la Expo de Zaragoza el 14 de junio de 2008, el 44% de los hoteles registraron crecimientos interanuales positivos en las ventas en el segundo trimestre de 2008.

Canarias, mantuvo la inercia en los meses de abril, mayo y junio de parte del dinamismo que arrastraban sus ventas observadas en el arranque del año debido al favorable comportamiento de la demanda española que eligió Canarias como destino de sus escapadas de mayo ante las malas condiciones meteorológicas en el resto de los destinos vacacionales del litoral mediterráneo y Baleares (las pernoctaciones hoteleras de españoles en Canarias crecieron un 10,4% entre los meses de marzo y junio de 2008 según la EOH del INE) y el empuje que todavía mantiene la demanda extranjera.

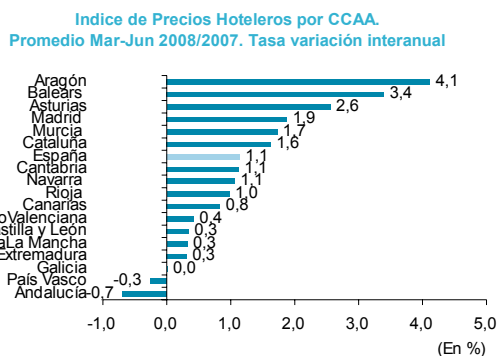
Leve crecimiento y/o estancamiento generalizado de los precios en los destinos españoles que no compensa la subida en costes y el desfavorable devenir de las ventas

Dentro de la política de precios aplicada en las diversas zonas turísticas en el segundo trimestre de 2008 ha predominado un leve aumento de los precios en muchas de ellas, y una caída ó mantenimiento en destinos que tuvieron un arranque más desfavorable como es el caso de Comunidad Valenciana, ó a base de políticas de promociones y descuentos como ha sido el caso de Canarias a efectos de atraer más demanda.

Opinión empresarial sobre los precios
II Trimestre 2008
SECTOR DE ALOJAMIENTO



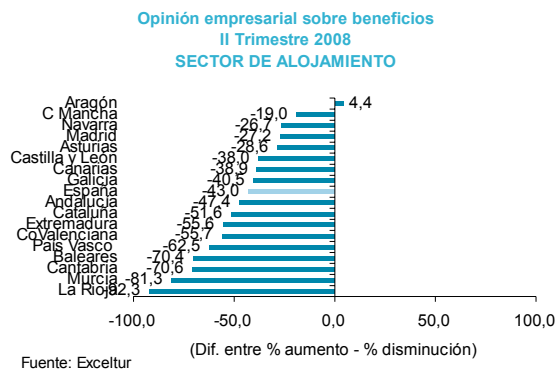
No obstante, y según ponen de manifiesto los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, la variación interanual de los Índices de Precios Hoteleros del INE entre los meses de marzo y junio de 2008 que para la media de España fue del 1,1%, ha estado por muy debajo del crecimiento de costes de suministros, laborales y financieros que han tenido que afrontar los establecimientos hoteleros en el segundo trimestre de 2008, y por lo tanto no ha compensado el desfavorable balance en ventas a efectos de minimizar la caída de los márgenes y beneficios empresariales en el segundo trimestre de 2008.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Se resienten los márgenes y los resultados empresariales en los diversos destinos turísticos españoles

A partir de la pauta que marcan los empresarios de alojamiento, el consenso sobre el descenso de márgenes y rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2008 es unánime en todos los destinos turísticos españoles, con la excepción de Aragón, sí bien el grado de intensidad difiere entre ellos.

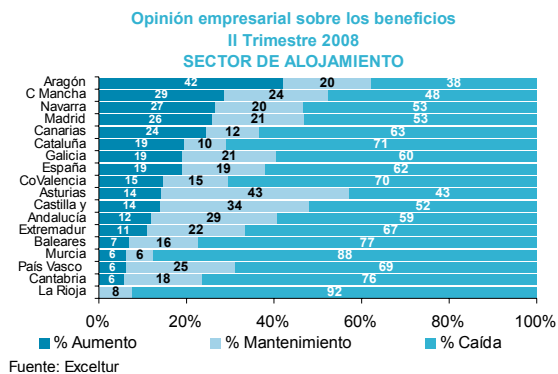


Fuente: Exceltur

En efecto, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur evidencian como en Aragón, Castilla La Mancha, Navarra, Asturias y la Comunidad de Madrid, existe todavía un relevante número de empresas hoteleras que han mantenido o mejorado el beneficio empresarial en el segundo trimestre de 2008 debido a un mejor balance de sus ventas, en el caso de Aragón, y de una política de precios ligeramente al alza otras.

En el caso de Canarias a pesar del mejor comportamiento de las ventas que en el resto de destinos vacacionales, la política de contención de precios ha sido predominante, lo que se ha trasladado a un descenso interanual del

beneficio empresarial percibido en el 63% de los establecimientos hoteleros del archipiélago.



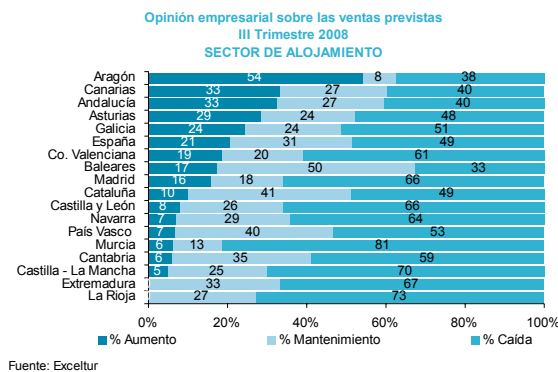
En el resto de comunidades con elevada presencia de producto vacacional de sol y playa como son Baleares, Comunidad Valenciana, Murcia, Andalucía y Cataluña, el retroceso del beneficio empresarial en el segundo trimestre de 2008 también se ha dado de manera generalizada.

El segundo trimestre del año de 2008 ha sido igualmente testigo de la confirmación del descenso de la rentabilidad empresarial en destinos urbanos como la Comunidad de Madrid, que había destacado en periodos precedentes por el dinamismo de sus actividades turísticas.

Las pautas que se inducen a partir de gestores de establecimientos hoteleros anticipan un complejo tercer trimestre de 2008

Ante la progresiva y desfavorable evolución del entorno macroeconómico español, la merma de la capacidad adquisitiva de los hogares españoles y la incertidumbre del devenir a corto plazo de las economías de nuestros principales mercados extranjeros de origen, las expectativas para los meses de julio, agosto y septiembre de 2008 apuntan a un nuevo descenso de la actividad turística y la rentabilidad empresarial en la mayoría de los destinos turísticos españoles.

Tan solo los gestores de establecimientos hoteleros de Aragón, dada la celebración de la Expo hasta el 14 de septiembre de 2008, anticipan una clara mejoría con un 54% de profesionales del sector que esperan mejorar sus ventas respecto a los niveles del tercer trimestre de 2007.



En Baleares, la mitad de los profesionales del sector prevén que las ventas de julio, agosto y septiembre estarán en niveles similares a los del mismo período de 2007, aunque prevalecen aquéllos que esperan caídas respecto a los que anticipan mejoras interanuales en la facturación. Mientras, en Canarias y Andalucía, las expectativas son muy heterogéneas debido a las diferentes realidades de cada una de las islas y/o provincias y productos turísticos, predominando en cualquier caso la opinión que anticipa una caída interanual de las ventas en el tercer trimestre de 2008.

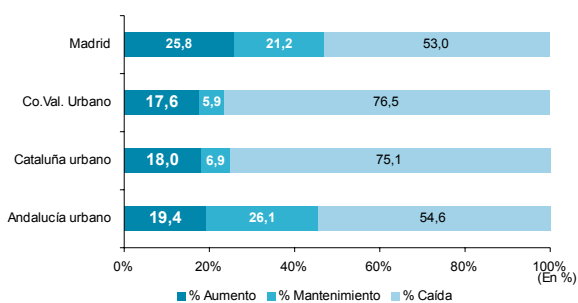
El consenso es igualmente generalizado entre la mayoría de los gestores de establecimientos hoteleros del resto de destinos en cuanto al posible descenso interanual de las ventas en los meses de julio, agosto y septiembre de 2008.

DESTINOS URBANOS

Igualmente se reducen las expectativas de la rentabilidad y la confianza empresarial en los destinos urbanos

En el segundo trimestre de 2008 se ha intensificado el deterioro de los niveles de confianza entre los gestores del conjunto de destinos turísticos urbanos debido a la caída de los niveles de ocupación, agravada por el crecimiento de plazas que ha tenido lugar en algunas de las principales ciudades turísticas españolas en los últimos años, que mantienen aún una sobreoferta de alojamiento. Bajo estos condicionantes de partida, se ha dado una caída en la rentabilidad empresarial en el 61,4% de los hoteles urbanos españoles según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

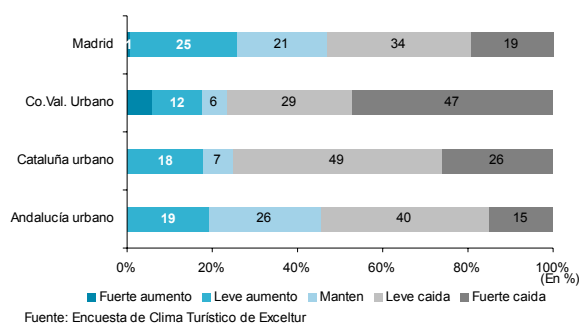
Opiniones empresariales. Destinos urbanos
Var % en Beneficios IIT 2008/IIT 2007



Los resultados detallados para las zonas urbanas en cuatro comunidades donde se ubican algunas de las principales ciudades turísticas españolas ponen de manifiesto un elevado consenso en cuanto a la caída de la rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2008,

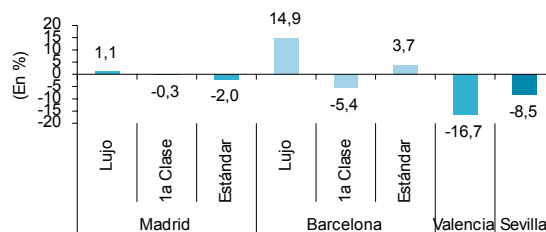
El descenso interanual del beneficio empresarial en los meses de abril, mayo y junio de 2008 es calificado como leve por la mayoría de los gestores de establecimientos hoteleros localizados en ciudades andaluzas, catalanas y Madrid. Sin embargo, la caída es fuerte en los hoteles valencianos, que recordemos que están comparando un año 2008 respecto a un atípico y excepcional 2007 debido a la celebración de la America's Cup.

Opiniones empresariales. Destinos urbanos
Var % en Beneficios IIT 2008/IIT 2007



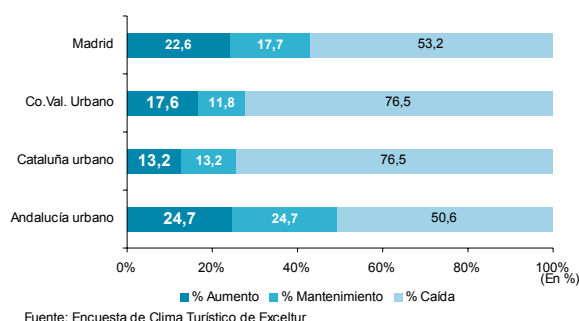
En la misma línea, el indicador de Rentabilidad por Habitación Disponible (REVPAR) que elabora la consultora MHI para cuatro de los principales destinos turísticos españoles, pone de manifiesto un descenso interanual del mismo entre los meses de marzo y mayo de 2008 en Madrid, Valencia, Sevilla y los hoteles de primera categoría de Barcelona.

RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Mar-May 2008/2007



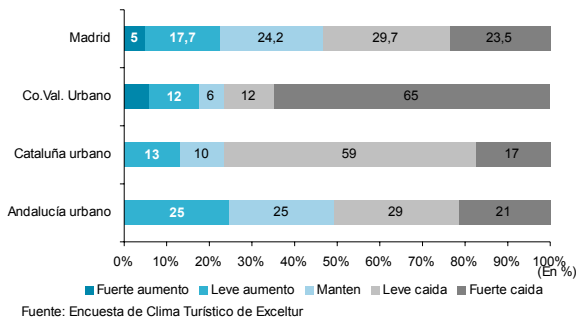
En concreto, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para los meses de abril, mayo y junio de 2008 pone de manifiesto una generalizada y particular caída interanual de las ventas en los hoteles urbanos madrileños, andaluces, catalanes y valencianos, como se puede constatar en el gráfico adjunto.

Opiniones empresariales. Destinos urbanos
Var % en Ventas IIT 2008/IIT 2007



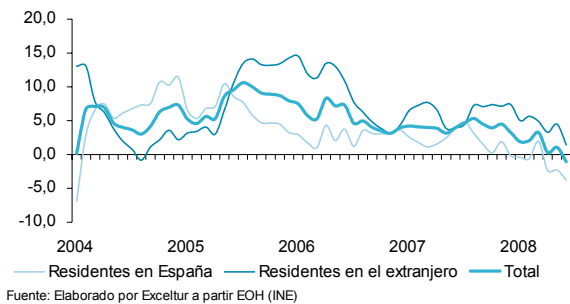
Este retroceso interanual en los niveles de ventas del segundo trimestre de 2008 en los alojamientos urbanos de la Comunidad de Madrid, Andalucía y Cataluña fue mayoritariamente leve. Mientras que el 65% de los gestores de hoteles urbanos en la Comunidad Valenciana los calificaban como intensos debido tal y como se ha mencionado al compararlas con un excepcional año de referencia, como fue 2007.

Opiniones empresariales. Destinos urbanos
Var % en Ventas IIT 2008/IIT 2007



Un análisis detallado de la explotación de las pernoctaciones hoteleras que revela el INE para el periodo marzo-junio de 2008 en los principales destinos urbanos españoles, corrobora la ralentización de la demanda en el segundo trimestre de 2008, provocada básicamente por el descenso interanual de las pernoctaciones de españoles en ese periodo,

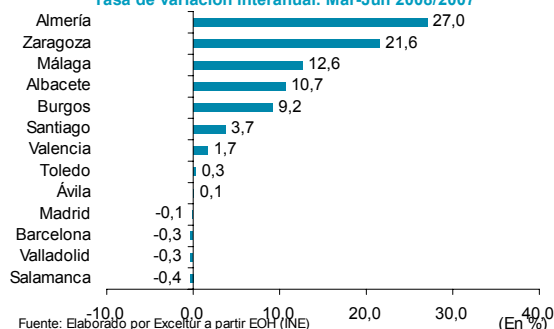
Pernoctaciones en alojamientos hoteleros capitales de provincia. Tasa de variación media trimestral. 2004-2008



Zaragoza, con su Expo 2008 recién inaugurada, y Málaga, beneficiada por el tirón que ha ejercido el AVE sobre el turismo doméstico, junto a Almería, se encuentran entre los destinos urbanos de tamaño relevante que han esquivado mejor la ralentización de la demanda turística en los meses primaverales de 2008.

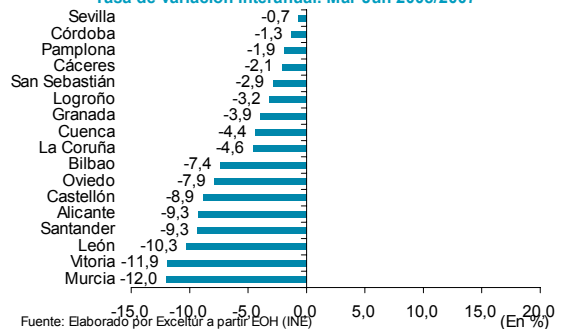
Destaca la contracción del crecimiento de la demanda turística en la ciudad de Madrid hasta el -0,1% entre los meses de marzo y junio de 2008 (el año 2007 cerró con un incremento de las pernoctaciones del 7,5%) y la caída del grado de ocupación hotelera de 9,3 p.p. en la ciudad de Valencia en el periodo marzo-junio a pesar del incremento del 1,7% en el número de pernoctaciones.

Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Mar-Jun 2008/2007



Es de subrayar igualmente el elevado número de ciudades en el que según los datos oficiales del INE, las pernoctaciones totales entre los meses de marzo y junio de 2008 se sitúan levemente por debajo de los niveles de 2007, entre las que se encuentran destinos urbanos de la entidad de Madrid, Barcelona y Granada.

Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Mar-Jun 2008/2007



DESTINOS VACACIONALES DE COSTA

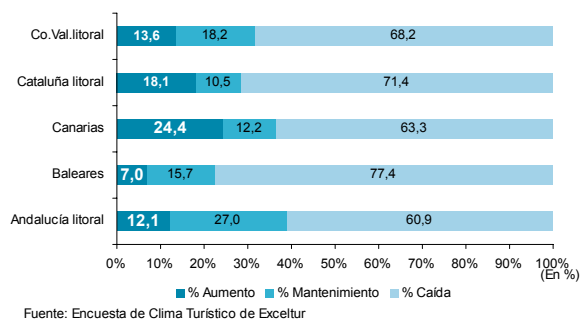
Empeora la actividad turística en las zonas de costa en el segundo trimestre de 2008

La explotación de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para los destinos vacacionales pone de manifiesto un empeoramiento de la actividad turística en las mismas en el segundo trimestre de 2008, tal y como anticipaban los gestores de establecimientos de alojamientos de costa en abril de 2008.

En efecto, la ya anticipada tendencia de la demanda en la costa, se ha concretado en una valoración empresarial negativa en los hoteles de las zonas turísticas del litoral mediterráneo, Islas Baleares e Islas Canarias en el segundo trimestre de 2008.

El detalle de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial para las zonas turísticas de costa de Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía, Baleares, Canarias y Murcia pone de manifiesto caídas generalizadas de la rentabilidad empresarial en estos destinos turísticos.

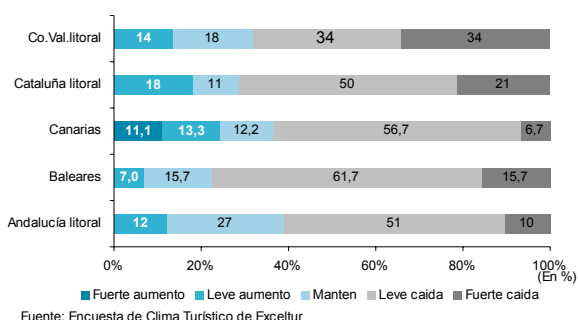
Opiniones empresariales. Destinos costa
Var % en Beneficios IIT 2008/IIT 2007



Disparidad de resultados en el archipiélago canario

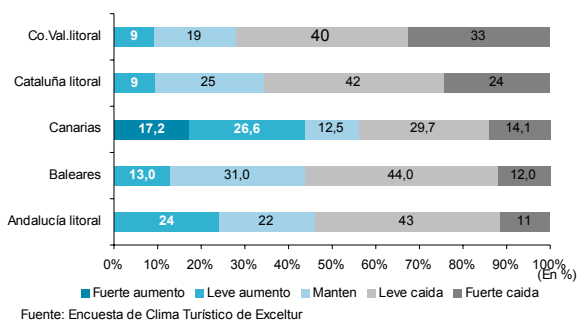
Sin perjuicio de lo anterior, el mejor comportamiento de la demanda y las ventas en algunas zonas turísticas del archipiélago de esas islas ha favorecido que todavía un relevante porcentaje de los profesionales del subsector hotelero canario haya percibido un incremento del beneficio empresarial en el segundo trimestre de 2008 respecto a los niveles de 2007. En concreto, el 11,1% manifestaba haber incrementado intensamente la rentabilidad en sus establecimientos y el 13,3% de manera leve. No obstante, prevalece el número de empresas hoteleras canarias que experimentaron retrocesos interanuales en la rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2008.

Opiniones empresariales. Destinos costa
Var % en Beneficios IIT 2008/IIT 2007



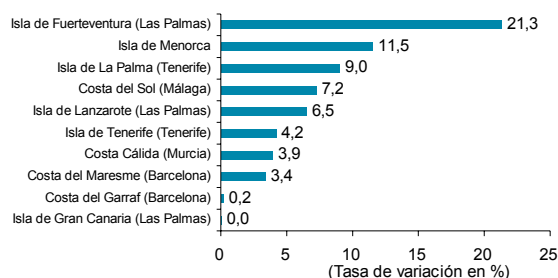
Mientras, en el resto de destinos de costa analizados predomina un leve y generalizado descenso de la rentabilidad empresarial en los meses de abril, mayo y junio de 2008 debido a un desfavorable comportamiento de las ventas por una demanda que ha perdido intensidad en su dinamismo en estos últimos tres meses primaverales.

Opiniones empresariales. Destinos costa
Var % en Ventas IIT 2008/IIT 2007

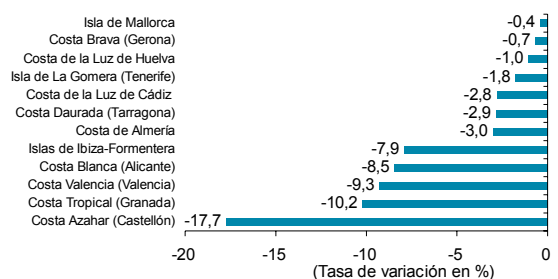


Los datos de la EOH del INE para zonas turísticas hasta el mes de junio corroboran como el comportamiento de la demanda ha sido más favorable en algunos de los destinos canarios. De hecho, Lanzarote y, La Palma, y sobre todo, Tenerife y Fuerteventura, por volumen, destacan según los últimos datos de la EOH del INE entre los destinos españoles más dinámicos en el segundo trimestre de 2008.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Mar-Jun 2008 - 2007



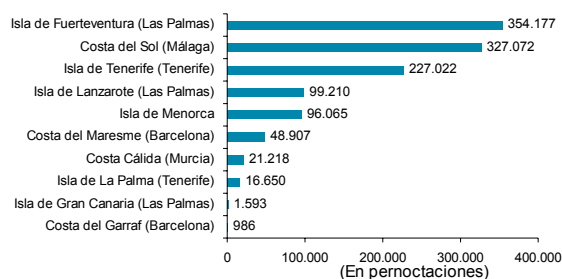
Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Mar-Jun 2008/2007



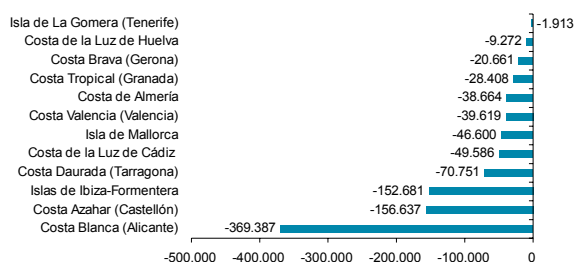
Por otra parte, dentro del litoral andaluz y balear, se observan comportamientos dispares por zonas. Así mientras que la Costa el Sol ha cerrado un positivo segundo trimestre de 2008 en términos de pernoctaciones, el resto de destinos andaluces han experimentado descensos interanuales de esta variable clave en el periodo marzo-junio de 2008. En Baleares destaca el positivo comportamiento de la demanda en la isla de Menorca, en términos de pernoctaciones en contraste con el estancamiento de la misma en Mallorca, ó el descenso registrado en Ibiza y Formentera.

El elevado porcentaje de profesionales del subsector de alojamiento hotelero vacacional valenciano y catalán que manifestaban haber percibido un descenso generalizado en ventas y en la rentabilidad empresarial viene en gran parte justificado por el retroceso y/o estancamiento observado en la demanda medido en términos de pernoctaciones en las zonas del litoral de la Comunidad Valenciana y de Cataluña, salvo en la Costa del Maresme en la provincia de Barcelona, tal como revelan los datos del INE.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Diff. Mar-Jun 2008 - 2007



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Diff. Mar-Jun 2008/2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE. (En pernoctaciones)

DESTINOS DE LA ESPAÑA VERDE E INTERIOR

Debilidad de la actividad turística en las zonas de interior y la España Verde

Los últimos indicadores oficiales disponibles y los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur coinciden en una desaceleración en la actividad turística en el segundo trimestre en los destino de la España Verde e Interior, con la excepción de Aragón como ya se ha señalado anteriormente.

La creciente debilidad de la demanda nacional, principal mercado de origen en estos destinos, y las desfavorables condiciones meteorológicas del mes de mayo, no han favorecido el dinamismo de la actividad turística en estos destinos en los meses de abril, mayo y junio de 2008.

En este sentido, ya apuntábamos como la valoración empresarial del segundo trimestre de 2008 entre los empresarios de la mayoría de las zonas del interior y España Verde era ligeramente negativa. No obstante, destacan destinos como Asturias, Navarra, Galicia y Castilla La Mancha con balances empresariales tanto en términos de ventas como de beneficios algo mejores que la media nacional.

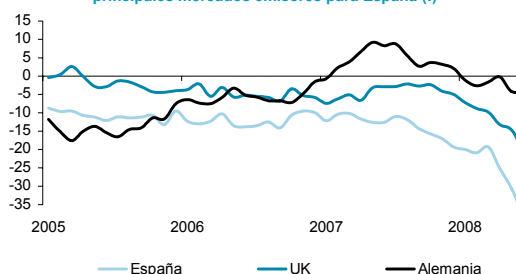
Se complica el cierre de la temporada turística 2008

A. CONDICIONANTES GENERALES

El segundo trimestre del año ha sido testigo de un deterioro de los factores que condicionan las decisiones de viaje de los turistas lo que hace que el segundo semestre de 2008 y especialmente el próximo año 2009 lo contemplemos hoy con mucha menor visibilidad y mayor preocupación que hace tres meses.

Los recientes máximos alcanzados en el precio del petróleo y en el Euríbor, como tipo de interés de referencia de las operaciones de endeudamiento de los agentes económicos en Europa, junto con el repunte de la inflación por el encarecimiento de las materias primas y la continuidad de las restricciones de crédito se han dejado notar sobre los niveles de confianza de los consumidores de nuestros principales mercados, que, salvo en Alemania, se han reducido de manera notable durante el segundo trimestre, especialmente en nuestros dos principales mercados el español y el británico.

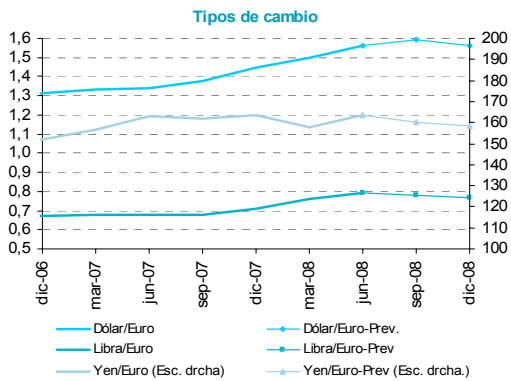
Indicadores de confianza de los consumidores de los principales mercados emisores para España (I)



Elaborado por Exceltur a partir de Comisión Europea

En este contexto la posición receptiva de los destinos españoles en los próximos meses frente a sus otros competidores en el sol y playa, tampoco se va a ver beneficiada por la continuada fortaleza del euro, que sigue acrecentando el diferencial de precios y el mayor atractivo de aquellos destinos dolarizados, tanto del mediterráneo oriental como del Caribe, tal como lleva sucediendo en lo que llevamos de 2008.

No obstante, las perspectivas a corto plazo del consenso de analistas apuntan a que la moneda estadounidense se mantenga entre los 1,5 dólares y los 1,6 dólares por euro en el segundo semestre de 2008, asignando una mayor probabilidad a que se aprecie el dólar, conforme se espera una recuperación más rápida de la economía estadounidense que la europea. Tan sólo un endurecimiento de la política monetaria del BCE podría llevar al dólar a situarse por encima de los 1,6 dólares por euro. Situación similar descuentan los mercados para la libra esterlina que se encuentra cerca de las 0,8 libras por euro, frente a las 0,68 de principios de 2007.



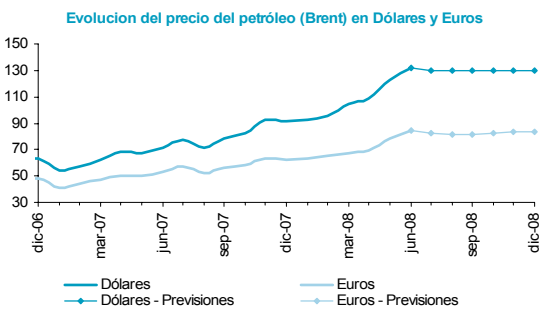
Fuente: Elaborado por AFI para Exceltur y previsiones

Por tanto, el precio relativo del euro seguirá jugando un papel importante en la elección de destino por parte del turista español y el europeo en los próximos meses, provocando una cierta preferencia hacia algunos destinos competidores a los españoles y asociados a la moneda americana. Se trata de una tendencia que afectará tanto al turismo receptivo extranjero como al propio mercado emisor español, tal como se desprende de la opinión de los principales grupos de agencias de viajes españolas que sólo anticipan para los meses punta del verano crecimientos en sus ventas hacia los destinos dolarizados y especialmente a Estados Unidos.

Para el receptivo español estos desfavorables efectos se dejarán sentir con una mayor intensidad en los mercados emisores de larga distancia, como el estadounidense o el japonés, donde la fortaleza del euro se verá incrementada con el encarecimiento de los desplazamientos aéreos por la elevación de los precios del crudo.

El sector turístico español frente al crecimiento de los precios del petróleo

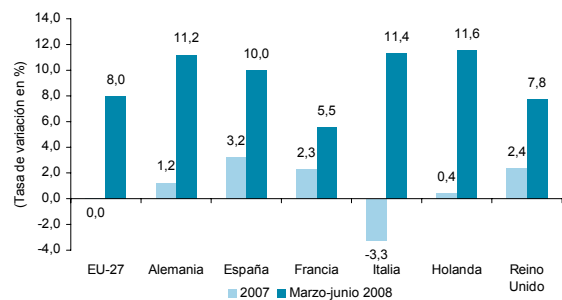
De entre los diversos factores del actual contexto macroeconómico con una mayor incidencia a corto y medio plazo sobre el posicionamiento competitivo de España como destino turístico, el de mayor calado es el fuerte incremento de los precios del petróleo experimentados en el último año. El barril de crudo cotiza en julio de 2008 por encima de los 140 dólares, cercano a triplicar el precio que tenía a principios de 2007 donde llegó a alcanzar un mínimo de 50 dólares. A día de hoy las expectativas respecto a una vuelta al entorno de 100 dólares en la segunda mitad de año se han disipado totalmente, apareciendo ya agencias de intermediación que pronostican un barril en 170 dólares si los condicionantes geopolíticos empeoran.



Fuente: Elaboración propia a partir de Ecowin y Consensus

Con todo, parece claro que la incidencia para los precios del transporte y especialmente para el aéreo que está provocando la escalada de los costes del carburante en un contexto de debilidad de la demanda tendrá un fuerte impacto en los próximos meses sobre los viajes turísticos. El aumento de coste del carburante ya se está reflejando en un incremento del precio de los billetes finales que pagan los consumidores por el recargo de combustible que se ha empezado a cobrar (un 8,0% de marzo a junio de media en la Unión Europea según EUROSTAT) si bien todavía no se ha dejado notar en los paquetes turísticos, de esta temporada por cuanto en su confección los mayoristas como antes apuntábamos, cubren con un año de anticipación el riesgo del petróleo y los tipos de cambio.

Crecimiento del precio de los billetes aéreos en Europa



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Eurostat

En este escenario las conclusiones de un primer análisis de los impactos más relevantes para el sector turístico español del nuevo nivel de los precios del petróleo entendemos que se puede resumir en los siguientes:

1. Para la demanda turística, el encarecimiento de los precios de los billetes aéreos tenderá a afectar al crecimiento de los viajes en avión que veníamos observando en los últimos años. Cabe recordar que en España el aumento de las tarifas aéreas podría afectar al 75% de los turistas extranjeros que nos visitan (44,3 millones en 2007) y a otros casi 45 millones de pasajeros que el pasado año también se desplazaron en avión por el interior de España, según el INE. Si bien es difícil conocer su impacto final por cuanto dependerá de cómo traspasen las compañías aéreas dichos sobrecostes al precio final de los billetes y de la evolución de renta disponible de las familias, lo cierto es que no se puede obviar que tendrá un efecto sobre los viajes y el gasto turístico en destino.

Lo que si parece claro es que este incremento de lo que paga el consumidor por volar afectará más al segmento de escapadas a destinos urbanos, que tanto han crecido en España en los últimos años, y que han contado con el efecto de compra por impulso sobre la marcha provocado por el acceso a unas tarifas aéreas muy baratas. En este sentido, es de esperar que los turistas traten de amortizar más el precio de sus billetes pudiendo prescindir de algún viaje aunque favoreciendo en otros unas estancias algo más largas, tendencia que se ha empezado a apreciar en los últimos meses.

Dentro del contexto mundial, la proximidad de los destinos españoles a los principales mercados emisores europeos pudiera beneficiarles frente a una posible redirección de flujos turísticos desde algunos destinos de larga distancia, donde será mayor el efecto del encarecimiento del precio de los billetes.

A día de hoy es difícil de anticipar el balance final de estas tendencias de diverso signo que van a marcar la realidad de la movilidad intra y extra europea y que condicionará los resultados de la demanda en los destinos, con especial incidencia sobre los insulares como Baleares y Canarias.

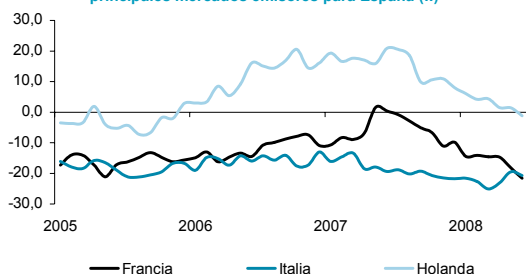
Por ello debemos tener presente que de mantenerse en los niveles actuales, generará cambios importantes en la planificación de los viajes por parte de la demanda y en su impacto económico en los destinos y que es clave para España poder anticipar sus implicaciones por lo que debiera ser un ámbito de especial atención para las administraciones públicas españolas en el futuro inmediato.

2. De cara a las compañías aéreas, el fuerte aumento de los precios del petróleo está provocando una intensa reducción de márgenes por el incremento de costes que está generando. De hecho, el coste del carburante ha pasado a representar en 2008 el 33% del total de costes de las aerolíneas, desde el 24,8% del año 2007 ó 14,8% del año 2000 según estimaciones de AEA (Asociación de Aerolíneas Europeas).

En este escenario de reducción de los beneficios y dificultad de trasladárselos íntegramente al consumidor final, las compañías están aplicando ya estrategias de optimización de operaciones, lo que va a empezar a afectar a su capacidad de generación de empleo. En estos últimos días de julio de 2008, algunas compañías de transporte aéreo de pasajeros en Europa han comenzado ya a anunciar recortes de plantilla, rutas, frecuencias y capacidades.

Todos estos factores junto con los efectos que están empezando a manifestarse sobre la reducción de las conexiones y capacidades por la fusión de los principales touroperadores europeos, han comenzado a dejarse notar en la demanda turística hacia España en el segundo trimestre, tendencia que pensamos que se va a intensificar de manera notable en los próximos meses y especialmente en la planificación de la temporada de 2009, cuando las empresas busquen restringir capacidad para adecuarse a una demanda que en su conjunto todo apunta a que será sustancialmente más débil que la de 2008.

Indicadores de confianza de los consumidores de los principales mercados emisores para España (II)



Elaborado por Exceltur a partir de Comisión Europea

En consecuencia, más allá de la fortaleza que demuestra el consumo turístico de algunos mercados como el alemán y el nórdico y los efectos positivos que puedan generar para España la redirección de flujos turísticos derivados del encarecimiento de los viajes a destinos de larga distancia, **todo parece apuntar que esos registros**

serán cada vez menos positivos a medida que avance lo que queda de temporada turística de 2008, y se agraven en el otoño, siendo más evidentes los síntomas en los indicadores de ingresos que en los de afluencia de turistas.

B. PERSPECTIVAS MACROECONÓMICAS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Contracción esperada para el mercado interno y el británico en este segundo semestre, mientras se espera un cierto crecimiento del turismo alemán, el nórdico y el francés tal y como viene ocurriendo en lo que llevamos de 2008

España

A medida que avanza el año, **las perspectivas sobre el comportamiento del gasto de los españoles son menos optimistas**. El consenso de los analistas empieza a descontar que la intensa ralentización de nuestra economía, reflejada en un crecimiento del PIB estimado para 2008 del 1,5% desde el 3,7% con que se cerró 2007, se traduzca en una elevación de la tasa de paro superior al 10,0% al cierre de 2008, que, de confirmarse, tendrá un importante reflejo en la contención del consumo en el segundo semestre del año. De hecho los primeros síntomas en términos de destrucción de empleo ya han comenzado a producirse en el mes de junio, en el que el número de afiliados a la Seguridad Social se ha reducido en 200.000, lo que supone una caída del 0,9% respecto a los niveles del mismo mes de 2008.

Este aumento del desempleo, unido al endurecimiento de las condiciones financieras, ya sea por una falta de liquidez financiera, como por un aumento de sus costes asociados, junto con la percepción de un menor efecto riqueza entre los ciudadanos, derivado de la pérdida de valor de las inversiones en bolsa y/o la reducción del valor de la vivienda están llevando a los analistas a reducir sus estimaciones sobre el crecimiento del consumo privado y por ende el turístico, acorde con el actual desplome de los niveles de confianza del consumidor español. En la actualidad el consenso de analistas cifra el crecimiento estimado del consumo de los españoles para 2008 en el 1,1%, lo que supone crecimientos del 0,9% y del 0,5% para el tercer y el cuarto trimestre del año respecto a los mismos periodos de 2007.

Junio parece haber sido el punto de inflexión en cuanto a la traslación de este escenario macroeconómico a las decisiones de consumo turístico de las familias españolas. Los grandes grupos de agencias de viajes españolas han comenzado a sufrir los efectos de una progresiva contención de la demanda interna y sus expectativas para el verano y muy particularmente para el otoño, son negativas. Ello ha hecho multiplicar las ofertas y descuentos para poder cubrir la capacidad ya contratada. De hecho, el 92,8% de las agencias han comenzado a percibir una leve caída en el nivel de reservas respecto a los volúmenes del pasado año por estas fechas, lo que les hace predecir una caída de las ventas para este tercer trimestre en el 68,5% de los casos, si bien calificándola como moderada, según las respuestas a la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Lo que apuntan claramente estos indicadores es que *los españoles han empezado a reducir su gasto turístico* y aunque lo que señalan diversas encuestas es que, presumiblemente, muchos de ellos seguirán viajando este verano, lo van a hacer con presupuestos más bajos. Es muy probable que en estos próximos meses asistamos a una intensificación de la demanda española hacia destinos y tipologías de alojamientos más económicos, como las casas de familiares y amigos en el caso de los segmentos de demanda familiar de menor capacidad de gasto, y una mayor utilización del coche y el tren como medios de transporte.

En base a estos condicionantes, no es descartable que durante *el tercer trimestre de 2008 veamos alguna caída en los indicadores de demanda turística, que, como antes señalábamos, será más acusada en los pocos indicadores que miden su gasto turístico. Dicho esto, nuestras previsiones siguen apuntando que será el cuarto trimestre y el año 2009 los meses que atestiguarán una mayor debilidad de la demanda española hacia España.*

Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2008-2009)										
	PIB (a)				Consumo privado (a)(b)				Tasa de Paro (c)	
	2008TI	2008TII (p)	2008 (p)	2009 (p)	2008TI	2008TII (p)	2008 (p)	2009 (p)	2008 (p)	2009 (p)
Alemania	2,6%	2,2%	2,2%	1,2%	0,6%	0,2%	0,6%	1,2%	7,8%	7,7%
España	2,7%	1,9%	1,6%	1,1%	1,8%	1,2%	1,1%	0,9%	10,8%	14,2%
Francia	2,2%	1,9%	1,6%	1,3%	2,2%	1,7%	1,4%	1,5%	7,3%	7,4%
Italia	0,3%	0,3%	0,4%	0,8%	0,1%	0,2%	0,2%	0,8%	6,5%	6,5%
Holanda	3,4%	3,3%	2,4%	1,5%	2,2%	2,0%	1,9%	1,2%	4,0%	4,0%
Portugal	0,9%	1,2%	1,3%	1,4%	1,6%	1,5%	1,5%	1,5%	7,6%	7,4%
Reino Unido	2,5%	1,8%	1,5%	1,0%	3,0%	2,1%	1,9%	0,5%	2,7%	3,2%
Zona Euro	2,2%	1,9%	1,6%	1,2%	1,2%	0,8%	0,8%	1,2%	4,4%	3,3%
EE UU	2,5%	1,7%	1,5%	1,5%	1,9%	1,7%	1,6%	1,1%	5,4%	6,0%
China	10,6%	10,1%	10,1%	9,4%	19,0%	18,6%	18,5%	16,5%	3,9%	3,8%
Japón	1,1%	1,6%	1,4%	1,3%	1,4%	1,2%	1,2%	1,1%	3,9%	3,9%

(a) Tasa de crecimiento interanual

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

(c) Porcentaje de la población activa

(e) Estimación; (p) Previsión

Fuente: AFI y Consensus Forecast (julio 2008)

Reino Unido

Aun cuando los flujos de turistas y pernoctaciones de los británicos en España se han mantenido en el acumulado de lo que llevamos de año, *el deterioro esperado de su capacidad adquisitiva para los próximos meses no permite augurar ninguna alegría en lo que queda de 2008. El crecimiento del consumo privado ya se está resintiendo, afectando a las decisiones de gasto turístico*, con la salida de ingleses al extranjero estancada en los últimos meses. Las expectativas apuntan a que el segundo semestre de 2008 sea aún más difícil, creciendo el PIB por debajo del 1% interanual en el cuarto trimestre del año y el primer trimestre de 2009. La fortaleza del euro frente a la Libra sin duda seguirá incidiendo desfavorablemente sobre la llegada de turistas británicos a España, al hacer más atractivos otros destinos competidores del Mediterráneo y el Caribe. Por otro lado el encarecimiento de los billetes aéreos y la reducción ya anunciada de algunas líneas y/o frecuencias de vuelos Low Cost se suma a lo anterior, afectando principalmente al segmento de escapadas a destinos de la España interior y ciudades.

El hecho que España siga aún siendo considerada por el británico como uno de sus destinos favoritos por su proximidad y por considerarlo familiar y seguro junto con las reservas realizadas a comienzo de 2008 para favorecerse de los descuentos por compra anticipada hacen que no esperamos que la venta de paquete a los destinos de sol y playa españoles se resienta sustancialmente durante este verano. No obstante, el número de vuelos a España del Reino Unido, previstos para los próximos meses se han reducido un 2,3% según AENA, en gran parte afectados por la política de optimización de capacidad aplicada por los touroperadores lo que puede acabar teniendo una leve

incidencia negativa en este mercado con distinta incidencia según los diferentes destinos españoles.

Alemania

La bonanza económica de Alemania y su traslación al consumo están generando un considerable aumento tanto de los viajes como del gasto turístico de los alemanes que ha hecho que las reservas hacia España siguen creciendo (con datos hasta marzo, recopilados por Turespaña a partir de Gfk MS, se observaba un aumento de las ventas de viajes hacia España para el periodo veraniego a tasas del 2,2%). La principal barrera para que esta tendencia no siguiese produciendo en los próximos meses se encuentra en la dura competencia de los destinos competidores del mediterráneo oriental y la menor capacidad aérea anticipada a través de los slots que publica AENA.

A pesar de que confiamos que el turismo alemán siga creciendo en España en los próximos meses y ayude a capear el debilitamiento de la demanda interna, *todo apunta a que sus ritmos de crecimiento serán algo menores* para poderla compensar. En este sentido el consenso de analistas espera que en el segundo trimestre del 2008 se empiece a observar en Alemania los primeros síntomas de ralentización económica internacional.

Francia

Los resultados económicos de Francia en el primer trimestre de este año impulsados por el consumo de las familias han sido mejores de lo previsto, lo que se ha reflejado en un crecimiento de su gasto turístico que se ha trasladado en sus cifras de demanda hacia España. *Las perspectivas para este verano son de moderación en la entrada de turistas franceses*, y en particular, en el número de pernoctaciones, manteniéndose la reducción en la estancia media observada los últimos años, influido por la pérdida de pujanza del consumo.

Las estimaciones de los analistas descuentan una ralentización de esta variable a medida que transcurra lo que queda del año, con un crecimiento del 1,5% en el tercer trimestre y del 1,4% en el cuarto, tras los aumentos del 2,0% de media que se han producido en el primer semestre de 2008. En este contexto el gasto turístico debiera resentirse algo en sus ritmos de crecimiento, lo que para España puede suponer un aumento de la demanda en términos de afluencia pero a tasas más bajas que las registradas en el primer semestre (un 6,7% han crecido las pernoctaciones hoteleras hasta junio).

Italia

Aunque en el Informe Perspectivas de abril no anticipábamos un mal comportamiento del turismo italiano en 2008 el paulatino deterioro de sus condiciones macroeconómicas, con continuas variaciones a la baja de las predicciones sobre su crecimiento, han empezado a afectar a los indicadores de volumen hacia España en el último trimestre. Las previsiones de fuerte ralentización en el crecimiento del consumo para lo que queda del año y la reducción de la capacidad aérea prevista hacia España hace que seamos menos optimistas sobre el comportamiento del mercado italiano en España para los próximos meses, a pesar de que las zonas del litoral español siguen siendo uno de los destinos preferidos por los italianos y las reservas de los touroperadores italianos apuntaban crecimientos para los meses de verano.

Holanda

La demanda de los turistas holandeses se verá ralentizada algo este verano, manteniéndose estable o reduciéndose ligeramente. Junto a la ralentización en el ritmo de crecimiento de su economía (se espera que el PIB crezca un 2,4% en 2008 tras el aumento del 3,5 en 2007), la imposición de una ecotasa a los vuelos aéreos a partir del 1 de julio condicionará el fuerte aumento que se ha producido en la demanda turística hacia España en lo que llevamos de año (+14,2% en pernoctaciones hoteleras). La medida que ha aprobado el parlamento holandés supondrá el pago de una tasa que ascenderá a 11,25€ por pasajero en los vuelos desde Holanda a la Península, y a 45€ a las Islas Canarias. La demanda de este país hacia España podría reducirse en un 3% en 2008, lo que supone que habría de producirse caídas en los próximos meses.

Otros mercados

Continúa *sobresaliendo el buen comportamiento de los mercados nórdicos*, para los cuales se espera que su demanda hacia España se mantenga sólida, aunque ligeramente inferior a la del año anterior. Países como Finlandia, Noruega, o Suecia han mantenido ritmos de crecimiento elevados en el primer trimestre del 2008, lo cual ha favorecido el aumento de las reservas de viaje a España para este próximo verano. Los efectos de la ralentización previsiblemente no se dejarán sentir hasta finales del año, incidiendo en lo que sería ya la temporada de 2009. El caso danés es significativo, conforme su economía ha sido la primera en entrar en recesión ya en el primer trimestre del año. Sin embargo, el hecho de contar aún con un bajo nivel de desempleo y el mal comportamiento meteorológico del verano de 2007 en Dinamarca, muy lluvioso, han favorecido los deseos de viajar al exterior por parte de los daneses, aumentando su número de reservas a España para este verano.

En otro orden de cosas, los condicionantes macroeconómicos serán especialmente desfavorables en cuanto a las posibilidades de llegadas de turistas de mercados lejanos. La desaceleración económica de Estados Unidos, que si bien ha evitado entrar en recesión, ve como su recuperación tardará más en producirse, la fuerte depreciación del dólar en el último año, y el aumento del precio del crudo, que incrementará significativamente los precios de los billetes aéreos intercontinentales, llevarán a una reducción o estancamiento del número de turistas americanos recibidos, uno de los principales mercados en términos de gasto medio para España. Sólo la celebración de la final de la Copa Davis en España y su efecto imagen pudiera mitigar algo estas previsiones.

México o Canadá, cuyas economías están muy relacionadas con la americana también podrían ver limitada la emisión de turistas hacia España. Aún está por ver cuál será el efecto sobre los costes de los viajes del acuerdo de cielos abiertos sobre el Atlántico Norte. La misma debilidad de la demanda turística es previsible en el caso japonés, mercado que se verá más atraído por otros destinos culturales asociados al dólar americano, ante una disminución de los ritmos de crecimiento de su economía y la prevista apreciación del euro frente al yen y el dólar.

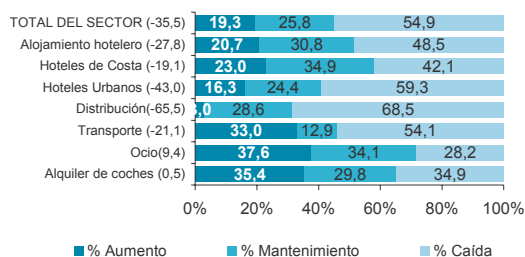
C. EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA EL TERCER TRIMESTRE

Los empresarios no esperan que las ventas en los meses de julio, agosto y septiembre se sitúen por encima de las del pasado año

El constatado debilitamiento del conjunto de la demanda turística en el segundo trimestre de 2008, en parte explicado por el fuerte aumento de los precios del transporte (*un 17,5% más en los billetes aéreos en junio en España*) y la ralentización de las reservas en un contexto de deterioro generalizado de la situación económica hacen que *los empresarios turísticos españoles anticipen mayoritariamente un tercer trimestre marcado por la caída en sus ventas respecto al mismo trimestre de 2007, aunque percibidas mayoritariamente con carácter leve*.

Según los datos de la reciente Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 54,9% de las empresas turísticas españolas esperan para los meses de julio, agosto y septiembre unas ventas por debajo de los favorables registros alcanzados en los mismos meses de 2007, si bien un 38,3% todavía caracterizaban la caída como leve. Estos datos suponen una contracción de las expectativas empresariales respecto al primer trimestre en el que el sólo el 32,6% de las empresas esperaban caídas a corto plazo.

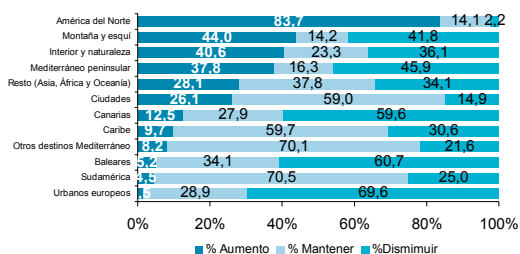
**Opinión empresarial
sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS
para el tercer trimestre de 2008**



Los subsectores turísticos más dependientes de la demanda española son los que anticipan de manera más generalizada la esperada caída en sus ventas, constatando el rápido debilitamiento del consumo de las familias españolas y su traslación a sus gastos en viajes. Por encima de todos los subsectores destacan los grandes grupos de agencias de viajes españolas para los que en el 68,5% de los casos las ventas de este verano no alcanzarán los niveles del año 2007.

Por destinos sólo los viajes a Estados Unidos gracias a la fortaleza del euro frente al dólar y los viajes de interior y montaña parecen comportarse mejor que el pasado año, mientras los viajes a los dos archipiélagos y a ciudades y otros destinos Europeos esperan que se sitúen significativamente por debajo de los registros de 2007.

Ventas previstas de los grandes grupos de agencias de viajes españolas para el III Trimestre de 2008



Fuente: Exceltur

Los alojamientos hoteleros españoles comparten con las agencias de viajes su preocupación sobre la evolución de las ventas en el tercer trimestre con una mayoría (48,5%) que esperan que se sitúen por debajo de las registradas en el verano de 2007. Dentro del tono generalizado de leves caídas que caracterizan las actuales respuestas de los hoteleros de cara a los meses de verano, las previsiones sobre la evolución de sus ventas son más negativas en los hoteles urbanos que en los de costas, dando continuidad al mayor pesimismo que ya mostraban estos establecimientos en el primer trimestre del año en comparación con los mismos periodos del año anterior

Parece que los buenos registros en términos de ventas que alcanzaron las ciudades españolas en el verano de 2007 no van a poder mantenerse este verano y un 59,3% de los establecimientos hoteleros anticipa caídas para estos tres próximos meses, contra un 16,3% que espera un incremento. Como antes señalábamos, la opinión empresarial es algo mejor para los hoteles de costa donde el porcentaje que anticipa caídas en sus ventas supera ligeramente el 40%, en gran medida gracias al mejor comportamiento esperado de la demanda extranjera.

Dentro de las compañías de transporte y al igual que ha sucedido en el segundo trimestre, mientras las empresas de alquiler de coches y las líneas de alta velocidad y larga distancia de Renfe esperan mantener o incrementar sus ventas este verano respecto a los registros del tercer trimestre de 2007, la percepción de las compañías aéreas es bastante negativa, salvo para aquellas integradas en grupos verticales y más posicionados en el segmento vacacional.

Por su parte, los gestores de museos y monumentos, parques de ocio y campos de golf son optimistas para el verano pero dentro de un tono más moderado que en otros trimestres. Aunque el predominio de respuestas se concentra en aquellos que esperan un aumento en afluencia, el crecimiento de los que esperan un mantenimiento o una caída refleja que el menor gasto disponible para el ocio va a notarse también en las actividades de este segmento de actividad clave en la cadena de valor turística española.

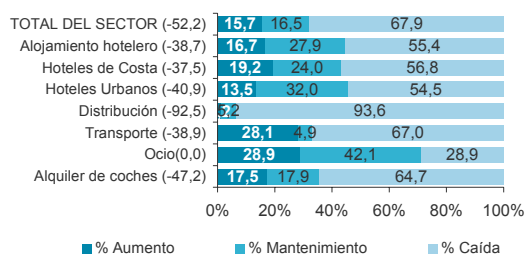
Los beneficios de los meses más importantes del año se van a reducir respecto a los buenos resultados de 2007

La desfavorable evolución esperada en sus ventas y unos costes que siguen creciendo de forma intensa hacen que *las previsiones de las empresas turísticas españolas sobre los márgenes y niveles de beneficios para el verano 2008 de sus operaciones en nuestro país, se sitúen por debajo de los que registraron el pasado año.*

Aunque son los grandes grupos de agencias de viajes españolas son los que en primer lugar y por su especialización en el mercado español van a acusar de manera más generalizada una mayor desaceleración en el crecimiento de la demanda turística, la mayor intensidad en términos de caída de márgenes y beneficios se va a producir en las compañías aéreas. Este hecho se explica por el doble efecto que les causa la debilidad de la demanda y el extraordinario aumento de los precios del petróleo, que no parece que se vaya a corregir a corto plazo y que hoy por hoy no pueden trasladar enteramente al consumidor.

Dado el papel clave, ya comentado, que desempeña la aviación como medio de transporte para facilitar la entrada a España de 45 millones de turistas extranjeros y la movilidad de otros 45 millones de pasajeros en el interior del país, *dentro de las posibles medidas de choque que pudiera estar preparando el Gobierno para los próximos meses sentimos que las dirigidas a aliviar la situación de la aviación en España deberían tener un peso capital, por cuanto está en juego su papel como primer eslabón de la cadena de valor.* En esta línea pensamos que las medidas que ha propuesto ya alguna asociación de ese subsector al Ministerio de Fomento para mitigar las sobrecargas del aumento del precio del combustible y que se centran en mejorar la gestión del tráfico aéreo, la reducción de las tasas de navegación aérea o reducir el pago por la seguridad aeroportuaria, entre otras, son cada día más urgentes.

**Opinión empresarial
sobre la evolución de las BENEFICIOS PREVISTOS
para el tercer trimestre de 2008**



En línea con lo anterior por primera vez en seis años desde que elaboramos la Encuesta de Clima Turístico Empresarial los grandes grupos de agencias de viajes esperan una reducción de beneficios para el tercer trimestre que afectará al conjunto de ese subsector.

En estos últimos meses del segundo trimestre de 2008 las ventas se han estado consiguiendo a través de crecientes y cada día más agresivas ofertas y descuentos que están dañando sus márgenes e ingresos, tendencia que parece que aún se puede intensificar en los próximos meses.

En el caso de los hoteles, para el 55,4% de los empresarios los beneficios del tercer trimestre no van a poder mantenerse en los niveles del año pasado. A pesar de las mejores expectativas sobre sus ventas que presentan los hoteles vacacionales de costa, el hecho de que se haya conseguido gracias a estrategias de venta regidas por ofertas y descuentos por compra anticipada hace que no sean suficientes para mejorar sus previsiones sobre la evolución de sus beneficios y situarlas por encima de las expectativas que presentan los hoteleros urbanos para este verano.

Sólo las compañías de alquiler de coche y las empresas e instituciones relacionados con el disfrute del ocio anticipan un verano que les permitirá alcanzar una rentabilidad similar a la del pasado año.

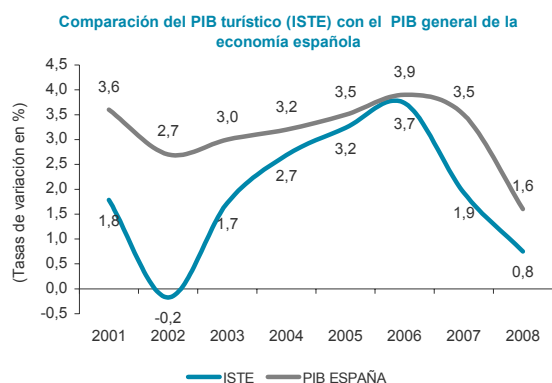
D. PREVISIONES PARA EL CONJUNTO DEL AÑO 2008

El debilitamiento de la demanda española hace que corriamos a la baja la previsión de crecimiento del PIB turístico en España hasta el 0,8%

A medida que avanza 2008 -y como ya hemos destacado reiteradamente en este informe- todos los indicadores macroeconómicos disponibles constatan cada vez con mayor intensidad la debilidad de la demanda de consumo española, existiendo un consenso generalizado entre los analistas y los organismos internacionales que el segundo semestre de 2008 atestiguará la continuidad de esta tendencia, por cuanto la destrucción de empleo ya ha empezado a manifestarse en España y todo apunta a que va a acentuarse en los próximos meses.

Con esta coyuntura del mercado interno, que en términos turísticos ya se ha mostrado más débil de lo esperado en el segundo trimestre de 2008, y un turismo extranjero que, aunque esperamos mantenga la previsión de

crecimiento en términos de volumen que manejábamos a comienzos del año, inducirá una menor derrama económica en los destinos españoles. Por ello, *desde Exceltur volvemos a corregir a la baja nuestra previsión de cierre de año de la evolución del PIB turístico en España durante 2008. Así el Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) de Exceltur esperamos que crezca en 2008 un 0,8%, lo que supone una corrección de ocho décimas respecto a la previsión que realizamos en abril de este año y de 1,1 puntos en relación con la de comienzos del año.*



El principal causante de la corrección a la baja de nuestra estimación de crecimiento del PIB turístico para España se responde a los cambios en el comportamiento esperado de la demanda turística española en lo que queda de año. En este sentido, si en el mes de abril, el consenso de los analistas predecía un crecimiento del consumo privado en del 2,2% para el conjunto de 2008, en la actualidad se ha reducido a un 1,1%, con ritmos del 0,9% y del 0,5% para el tercer y el cuarto trimestre del año respecto a los mismos períodos de 2007, bastante por debajo de lo que han crecido en el primer semestre del año.

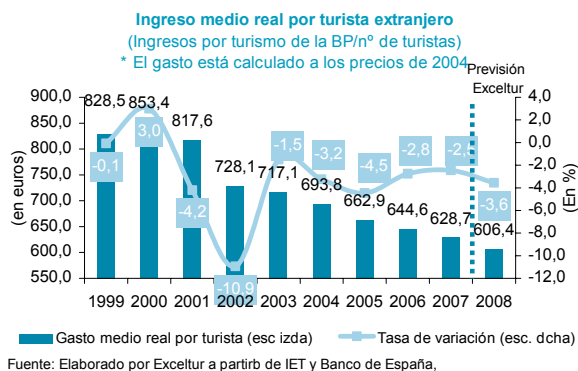
Su incidencia para el sector turístico ya se manifiesta en tanto que tras haber caído un 0,1% las pernoctaciones en establecimientos hoteleros entre enero y junio y a pesar de que el incremento de los precios del petróleo puede favorecer los viajes de proximidad a destinos nacionales, lo cierto es que pensamos que el gasto turístico se va a resentir en los próximos meses, *estimando para el cierre del año una ligera caída del -0,8% del total de las pernoctaciones hoteleras de los españoles.*

El debilitamiento del conjunto de la demanda turística que se deriva de esta nueva previsión, se corrobora por la percepción manifestada por los grandes grupos de agencias de viajes españolas para el tercer trimestre y los hoy muy exiguos niveles de reservas para el cuarto. Aunque aún dentro de un tono moderado y tal y como se ha mencionado en el apartado de expectativas para el tercer trimestre, el 68,5% de los grandes grupos de agencias de viajes esperan unas ventas este próximo trimestre verano de 2008 (julio, agosto y septiembre) por debajo de las registradas en 2007, vista la caída de reservas que han observado en los últimos meses, y que ha forzado a intensificar como nunca en los últimos años la estrategia de ofertas y descuentos para crear demanda.

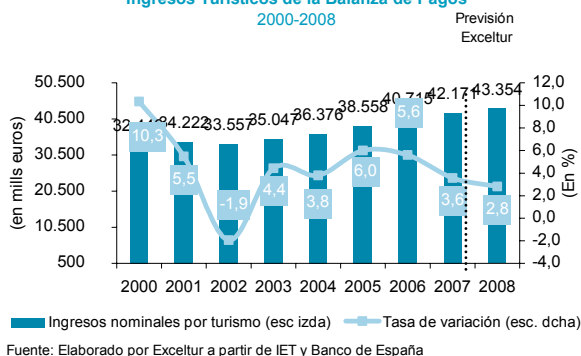
La debilidad de la demanda española contrasta con una *demanda extranjera hacia España que seguirá marcada por nuevos crecimientos en afluencia, que, estimamos, serán incluso superiores a los registrados*

en 2007, pero con nuevas caídas en los ingresos turísticos reales que revierten a España. El comportamiento de la demanda extranjera hacia España en lo que queda de año, va a estar más marcada por la competencia internacional, especialmente de los países del mediterráneo oriental que siguen creciendo a tasas de dos dígitos en estos meses de verano, y el impacto de la elevación de los billetes aéreos que puede afectar al segmento de escapadas.

En este contexto, mantenemos nuestras previsiones de comienzos del año, de forma que *seguimos confiando en un crecimiento del número de llegadas de turistas extranjeros en España del 2,1%*, lo que supondría alcanzar los 60,3 millones de llegadas, con una subida similar en el número de pernoctaciones hoteleras.

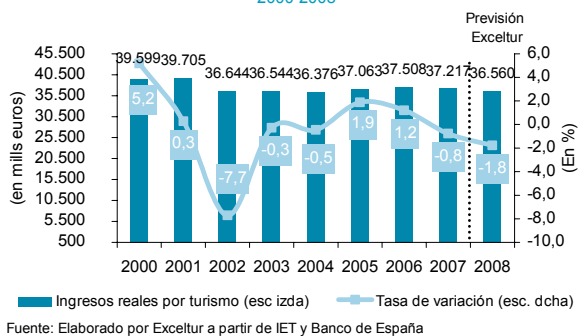


Ingresos Turísticos de la Balanza de Pagos
2000-2008



Por otra parte, no esperamos que los ingresos nominales de la Balanza de Pagos derivados del turismo extranjero se dinamicen en lo que queda de año. Por ello, pensamos que las tasas de crecimiento para el conjunto de 2008 se sitúen algo por debajo de las registradas hasta abril. En concreto esperamos que crezcan un 2,8% en el acumulado de 2008.

Ingresos reales por turismo de la Balanza de Pagos
2000-2008



Este incremento del total de los ingresos turísticos del exterior en términos nominales, volvería a situar la cifra en términos reales, descontada la inflación, en variaciones negativas del 1,8% sobre el total del gasto que revierte a España y del 3,6% sobre el gasto promedio asociado a cada llegada de un turista extranjero.