



Exceltur

*Alianza para
la excelencia turística*

Perspectivas Turísticas

Balance empresarial del tercer
trimestre de 2010 y
perspectivas para el cuarto
trimestre de 2010

Nº 34, octubre 2010

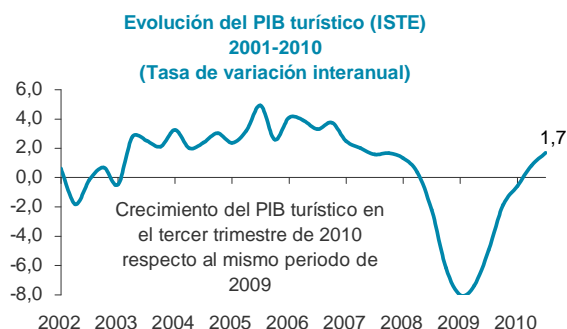
Se salva el verano con ofertas, gracias a la demanda extranjera

A. BALANCE DEL TERCER TRIMESTRE DE 2010

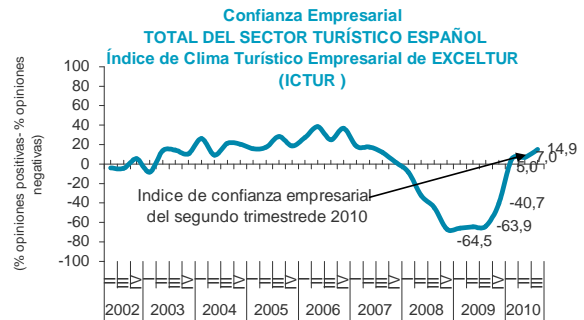
El notable aumento de la demanda extranjera propiciado por las ofertas permite registrar un crecimiento de los ingresos turísticos en verano, sin que todavía se plasme en claras mejoras en la rentabilidad empresarial

Los meses de verano de 2010 se han cerrado con un notable aumento de los indicadores de demanda turística en España, todavía demasiado dependiente de las ofertas. El turismo extranjero atraído por los precios de la oferta hotelera de mayor categoría, tanto de las zonas vacacionales como especialmente de las ciudades, explican los mayores niveles de volumen de actividad turística este verano de 2010.

El incremento en los niveles de actividad se ha reflejado en la evolución del indicador de PIB turístico que con carácter trimestral elaboramos en EXCELTUR, así como en el indicador de confianza empresarial, que desde el año 2002 siguen una correlación casi paralela cada trimestre. Concretamente, el Indicador Sintético del Turismo Español de EXCELTUR (ISTE) que mide la evolución del PIB turístico en España creció en el tercer trimestre de 2010 un 1,7% respecto al mismo trimestre de 2009 (en el que se registró una de sus mayores caídas).



Este crecimiento coincide y está detrás de la mejoría de los niveles de confianza de los empresarios turísticos españoles, medidos por el Índice de Confianza del Sector Turístico español (ICTUR) que elabora EXCELTUR. Concretamente el ICTUR ha alcanzado un valor de 14,9 en este tercer trimestre, desde el 7,0 que registraba en el segundo trimestre del año.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El sector turístico español consigue de esta manera salvar unos meses clave en términos de demanda y volúmenes de facturación, pero a costa de un modelo insostenible desde el punto de la rentabilidad empresarial y los efectos socioeconómicos inducidos, basado en la búsqueda de garantizar ocupaciones a cualquier precio. De hecho, la evolución de los precios en julio y agosto derivado de los indicadores oficiales que constatan nuevos descensos en estos meses reflejan cómo las empresas turísticas han absorbido la subida del IVA con cargo a menores márgenes.

El sector turístico se ha beneficiado en estos meses, como está ocurriendo con otras ramas de la economía española, de su carácter de sector exportador y su vinculación a una situación económica en los principales mercados europeos que muestran mayores síntomas de recuperación que la demanda española, que se ha desacelerado levemente durante el tercer trimestre.

Si bien se compara con el peor año del sector turístico español, 2009, en el que el turismo extranjero registró un desplome, lo cierto es que todos los indicadores relativos a su comportamiento en España en estos meses han dado muestras de un repunte en los meses de verano, especialmente en la oferta hotelera de las ciudades y los archipiélagos, que es donde más se han resentido los precios.

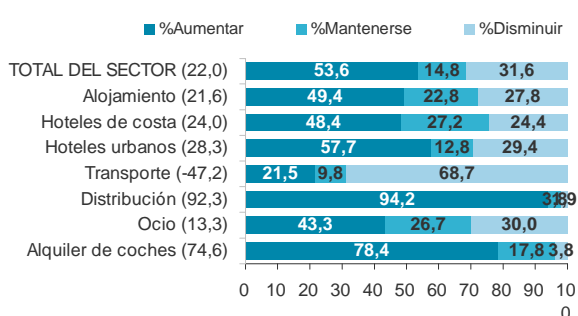
El buen comportamiento de la demanda extranjera no se ha visto acomasado por la española, que en estos meses del verano ha sufrido una pérdida de dinamismo, muy influida por la caída de la confianza de los consumidores en los meses de preparación de las vacaciones (junio y julio) y el efecto sobre su renta disponible derivada de la subida del IVA. Con estos condicionantes, las pernoctaciones en el total de la oferta alojativa reglada apenas han crecido un 2,5% a pesar de las numerosas ofertas y descuentos. Este crecimiento, menor al acontecido en el segundo trimestre, se ha producido en un contexto de caídas de sus viajes dentro de España, según constata la encuesta Familitur, que se ha reflejado, a su vez, tanto en el BSP de los vuelos interiores (-10,2%) como en los pasajeros en trenes de alta velocidad y larga distancia de RENFE (-6,9%).

Esta dinámica basada en la recuperación de los volúmenes de demanda turística en España a costa de los precios acontecida en los meses del verano se ha traducido en **un leve incremento de las ventas de las empresas turísticas españolas, aunque con importantes matices entre los diversos subsectores. En total, el 53,6% de las empresas turísticas españolas han experimentado un**

incremento en sus ventas durante el tercer trimestre de 2010 en relación con el mismo período de 2009, si bien un 41,7% lo califican todavía de leve aumento, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR. Dentro de esta tónica de incremento en las ventas es necesario hacer notar que todavía en este tercer trimestre un 31,6% de las empresas turísticas españolas han vuelto a sufrir una caída respecto al difícil verano de 2009.

La ligera mejoría en las ventas de los negocios en España de las compañías turísticas se extiende sobre todos los subsectores, salvo en el del transporte, donde la menor movilidad de los españoles dentro de España y la contracción de las tarifas han provocado caídas tanto en las ventas de las líneas aéreas como en los principales corredores ferroviarios de larga distancia de RENFE.

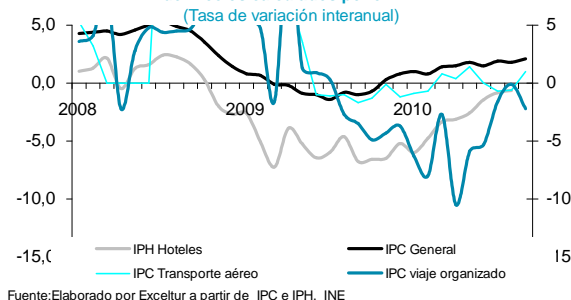
Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas
III Tr 2010



Los precios de los servicios turísticos han seguido cayendo a pesar de la subida de un IVA que ha tenido que ser asumido por las empresas debido a la elevada sensibilidad-precio que continua mostrando la demanda

Como ha venido sucediendo desde el comienzo de la crisis, *la actividad turística se ha sostenido por el mantenimiento de la estrategia de ofertas y descuentos aplicada por las empresas turísticas españolas*, que se ha vuelto a observar durante los meses de este verano de 2010, ante la incertidumbre de unas compras de último minuto que se intensifican día a día. A pesar de que la economía española salió oficialmente de la deflación en noviembre de 2009, un trimestre más el turismo se mantiene en una situación de caídas generalizadas en sus precios finales en unos meses de verano *que se ha incrementado el IVA, aumento que ha tenido que ser absorbido por las empresas*, a tenor de las cifras de evolución de los precios finales. Concretamente, según el INE el sector hotelero lleva 22 meses consecutivos bajando precios, las agencias de viajes 14 meses, a pesar de la desaparición de más de 2000 puntos de venta desde el inicio de la crisis, y los billetes aéreos 10 meses de los últimos 14, en los tres casos con caídas en los precios desde que subió el IVA en julio de este año.

Comparación de la evolución de los precios turísticos con el conjunto de los precios en España, según los Índices de Precios calculados por el INE (Tasa de variación interanual)



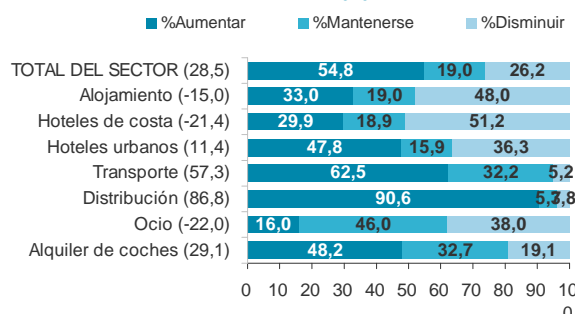
Fuente:Elaborado por Exceltur a partir de IPC e IPH, INE

Los resultados empresariales no mejoran en el tercer trimestre de 2010, salvo en los hoteles urbanos, los grandes grupos de agencias de viajes, por el efecto Marsans, y las compañías aéreas, por la reducción de los costes de carburantes y la mejora de la demanda internacional

Los menores precios han dificultado la recuperación de los ingresos de las empresas turísticas, en un contexto generalizado de incremento de los costes, salvo los del carburante para algunas compañías aéreas por su mejor política de coberturas. Como producto de esta tendencia, se ha producido *un nuevo deterioro de los resultados en los sectores turísticos más relacionados con la dinámica de gasto de los destinos*, como son los hoteles de la costa (51,2% todavía registra una caída en los resultados, con muchos hoteles en pérdidas) y las empresas de ocio (un 38,0% de empeoramiento y un 46% que sólo mantiene los resultados del pasado año). A estos hay que sumar a las pequeñas agencias individuales de viajes generalistas que siguen sufriendo la debilidad de la demanda española y el estrechamiento de márgenes con los que operan.

No obstante, dentro de este complejo contexto de mercado, en estos meses de verano se ha observado un crecimiento en los destinos con una oferta más diferenciada o de mayor categoría, gracias a la recuperación de los viajes de los estratos de población de mayor nivel de renta, así como del segmento de viajes de negocio.

Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios
III Tr 2010



Estos factores han posibilitado que *los hoteles urbanos hayan podido mejorar algo, en el 47,8% de los establecimientos, los negativos resultados que registraron en 2009*, especialmente en el caso de los

pertenecientes a cadenas o integrados en grandes marcas en un contexto de recuperación de flujos de demanda.

Este verano ha vuelto a reflejar la creciente capacidad competitiva de una oferta urbana española configurada por ciudades que han sabido renovar sus espacios urbanos, acompañado de una oferta de restauración y de ocio diferenciada, basada en su patrimonio cultural y unas inversiones alojativas en productos en sintonía con las nuevas preferencias de los consumidores, donde los problemas de rentabilidad vienen más por la sobreoferta. Esta situación contrasta con la de unos destinos del litoral en los que las mejoras en volumen de demanda han estado demasiado asociadas al precio, lo que ha medio plazo no puede sino llevar a un declive por cuanto se compite con países y destinos de costes estructuralmente más bajos que los españoles.

En este contexto es el momento de dar todo el apoyo e impulso a los proyectos piloto de reconversión de destinos maduros para que acaben de arrancar y romper la tendencia de bajada de rentabilidad que un año más sigue mermando los impactos socioeconómicos asociados a la actividad turística. Sirva como prueba que el REVPAR medio de los hoteles de mayor categoría (3, 4 y 5 estrellas) de algunos de estos destinos ha vuelto a descender en 2010, alcanzando registros en la temporada punta de verano por debajo de los 50€ (Llucmajor 37,4€, Puerto de la Cruz 26,7€ o Lloret de Mar 44,3€).

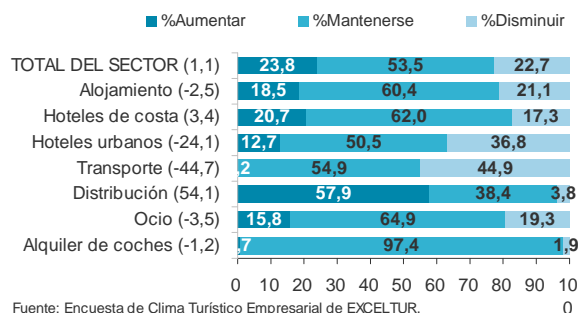
Dentro de los sectores que han disfrutado de una mejoría de sus ratios de rentabilidad durante el verano se encuentran los grandes grupos de agencias de viajes. **La mejoría en los resultados ha sido notable y generalizada entre los mayores grupos de agencias de viajes (el 90,6% mejora resultados respecto al verano de 2009), gracias sobre todo a la absorción de la cuota de mercado dejada por Viajes Marsans (superior a los 1.000 millones de euros de negocio),** más que a un aumento del volumen de un mercado que se ha mantenido prácticamente invariable respecto a los niveles del pasado año, salvo en el segmento de cruceros y de productos dirigidos a los grupos de población de mayor renta que se han defendido mejor en este verano de 2010. Se trata, como se ha mencionado, de una mejoría que apenas se ha dejado notar en las agencias individuales, sujetas todavía a tensiones financieras y que siguen sufriendo con mayor intensidad la debilidad de la demanda española.

En el caso de las compañías de transporte se observa una mejoría agregada de sus resultados, no por el devenir del mercado interno sino principalmente debido a los mayores tráficos y márgenes de las conexiones con destinos internacionales y especialmente de los de largo radio. Este es la situación de las compañías aéreas españolas, a las que hay que sumar en algún caso unos menores costes de carburante, y a las empresas de alquiler de coches. Se trata en este caso de un subsector que ha dispuesto en 2010 de más facilidades para poder renovar las flotas, lo que se ha traducido en un mayor aprovechamiento de la demanda en temporada punta, si bien con mayores tensiones en los precios respecto a los del verano de 2009.

En este contexto y a tenor de las respuestas empresariales, durante el segundo trimestre se ha frenado el proceso de ajuste de plantillas que venía produciéndose en 2009 en la mayor parte de subsectores relacionados con la actividad turística en España. Así, el 53,5% de las empresas turísticas españolas manifestaban haber mantenido durante el tercer trimestre el volumen

de empleo respecto al que disponían en el verano de 2009. Sólo en el sector de las agencias de viajes el número de trabajadores ha seguido cayendo como consecuencia del cierre de empresas y puntos de venta, por la caída del Grupo Marsans, y la desaparición de agencias individuales.

Opinión empresarial sobre la evolución del empleo
III Tr 2010

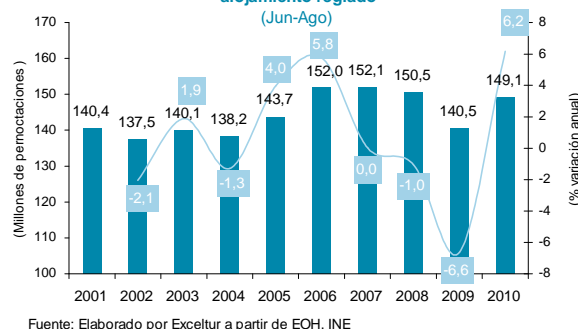


B. TENDENCIAS DE DEMANDA

La demanda turística en España crece en el verano hasta acercarse a los niveles de 2008 pero todavía lejos de los máximos del año 2006

Los meses de verano han sido testigos de un crecimiento de la demanda turística en España respecto a los bajos registros que se alcanzaron durante el año 2009, en pleno impacto de la crisis económica y financiera internacional, si bien alentada y todavía demasiado dependiente de reducciones en los precios por la multiplicación de ofertas y descuentos. Sin que se haya disipado la incertidumbre sobre el comportamiento de las economías de nuestros principales mercados, salvo en el caso de Alemania, lo cierto es que los indicadores de volumen de demanda turística disponible se sitúan por encima de los registrados el año pasado, aunque no alcanzan los de 2008 y los años previos a la crisis.

Número de pernотaciones en establecimientos de alojamiento reglado (Jun-Ago)

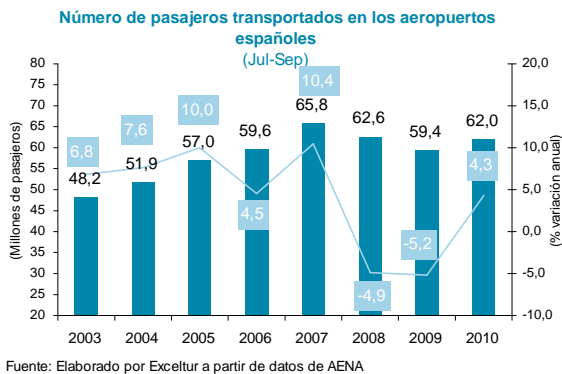


Como indicador resumen y en términos agregados, el total de pernотaciones en el conjunto de alojamientos reglados durante los meses de junio a agosto (último dato publicado por el INE) se ha incrementado en 2010 un 6,2%, hasta alcanzar las 149 millones de pernотaciones, todavía por debajo de las 150,5 millones alcanzadas en 2008 y lejos del máximo registrado (152 millones) de 2006. Con este aumento el crecimiento acumulado en el conjunto de 2010 hasta agosto alcanza el 4,2% en relación

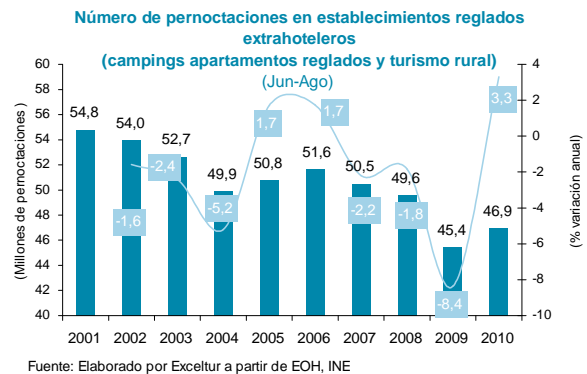
con las cifras de 2009, que venía cayendo en los mismos meses un 8,3%.



En esta misma línea de ligera mejoría pero un escalón más abajo en cuanto a su intensidad se sitúa la evolución de los pasajeros en aeropuertos españoles. En el periodo julio-septiembre de 2010 y superados los problemas de la nube de cenizas, el número de pasajeros se incrementó un 4,3% en relación con los mismos meses de 2009, igualmente sin recuperar los valores de 2008.

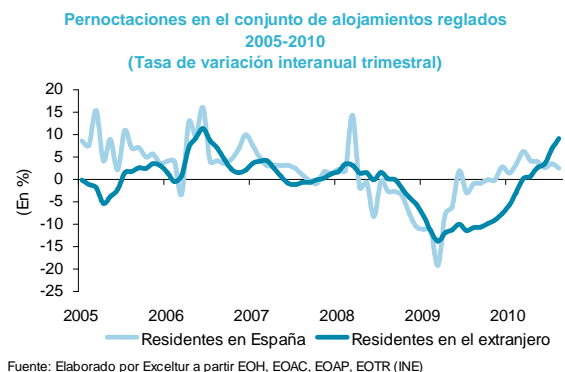


Este verano y a base de volver a reducir los precios (en los dos últimos años la media de hoteles españoles acumula una caída de casi el 7% en los meses de junio, julio y agosto, según el INE), los hoteles españoles han sido los que se han beneficiado de una mayor recuperación de la demanda, que no se ha dejado notar en la misma intensidad en los ingresos. El mencionado esfuerzo en reducción de precios y la recuperación de los clientes con mayor capacidad adquisitiva han permitido en los meses de junio a agosto se alcancen los mayores niveles de pernoctaciones hoteleras de los últimos diez años, con un aumento del 7,5%, mientras el resto de la oferta reglada apenas se ha situado por encima del pasado año (+3,3%) y el uso de la no reglada ha descendido en relación a 2009 (-4,2% en el caso de los extranjeros según se desprende de Frontur).



La demanda extranjera crece y toma el testigo de la española, que comienza a desacelerarse a medida que avanza el verano

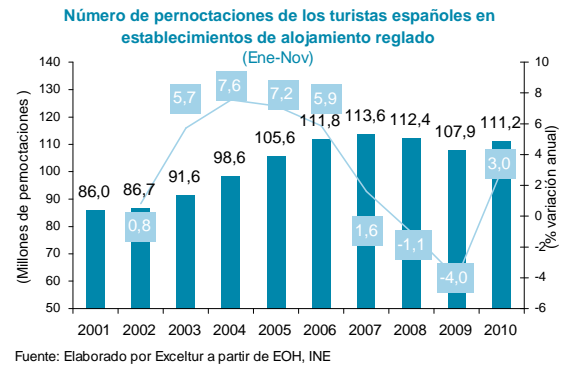
Rompiendo con la tendencia durante el último año y medio, en el que la demanda española, sobre todo de proximidad, ha ejercido de sostén de una buena parte del volumen de negocio de las empresas turísticas españolas, a lo largo de los meses de este verano de 2010 se ha producido un repunte de la demanda extranjera, que ha sido contemporánea a la pérdida de dinamismo de la española.



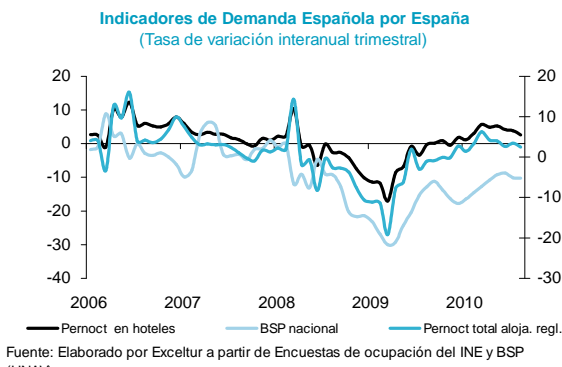
B.1. Demanda española

Se debilita la recuperación de la demanda turística española durante los meses de verano

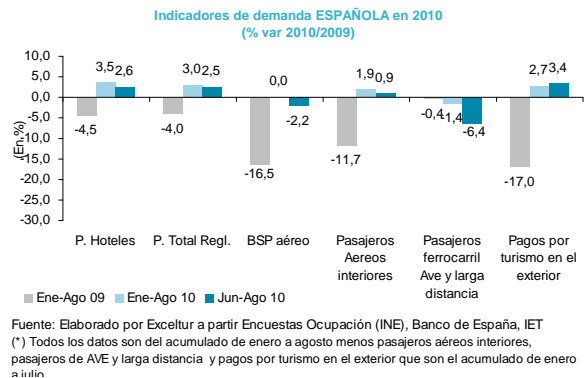
El escenario macroeconómico ha seguido condicionando las decisiones de viajes de los españoles durante este verano de 2010. El efecto sobre la renta disponible de la subida del IVA y el incremento del desempleo, en un contexto de reducción de los niveles de confianza durante los meses de junio y julio, han provocado una pérdida de dinamismo de la demanda turística española durante los últimos meses. Concretamente, el total de pernoctaciones en alojamientos reglados, que venía creciendo a ritmos del 3,8% hasta el mes de mayo, se ha reducido hasta tasas del 2,5% en el acumulado de junio, julio y agosto de 2010, respecto a los mismos meses de 2009, con agosto marcando el mínimo (1,4%), consecuente con una caída en los viajes turísticos, según apunta el último avance de Familitur.



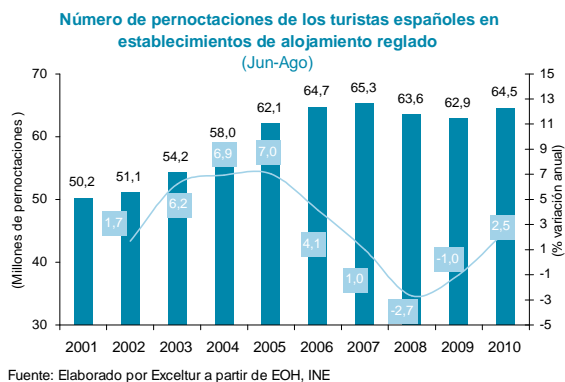
Por segmentos de demanda, este verano se ha consolidado la mejoría de los estratos de población con mayor nivel de renta que ya se observaba en los meses de primavera. Las personas con mayor capacidad adquisitiva que el pasado año redujeron sus gastos de viaje por motivo precaución ante las incertidumbres generadas por la crisis han recuperado su propensión viajera este verano de 2010, lo que se traduce en un aumento de las pernoctaciones en los destinos de mayores precios en el litoral (Marbella, Tarifa, Chiclana, San Sebastián o Ibiza), en más viajes a ciudades y muy especialmente en un mayor número de salidas al extranjero.



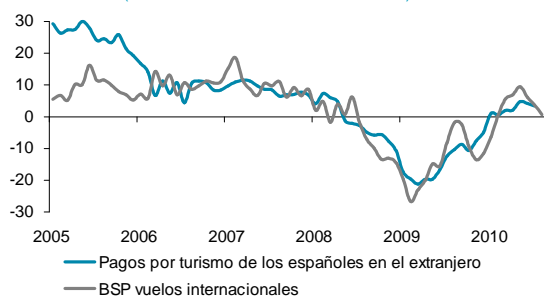
Como consecuencia de ello, los niveles que se han registrado este verano se sitúan por debajo de los de los años 2006 y 2007, cuando se alcanzan sus máximos. Como hemos venido constatando, los españoles han tendido a concentrar sus vacaciones en los días tradicionales (verano, semana santa, navidades y puentes) incrementando la estacionalidad de su comportamiento turístico. Esto explica que en el acumulado del año, los niveles de pernoctaciones en lo que llevamos de 2010 no superen todavía las de 2008.



Concretamente, los indicadores de los viajes al extranjero son los que han subido con algo más de intensidad respecto a unos meses de 2009 que sufrieron un importante desplome. Este es el caso de los pagos por turismo de los españoles en el exterior que elabora el Banco de España, que durante el verano se ha incrementado un 3,4%, lo que coincide con un aumento de los viajes al extranjero que corrobora la encuesta Familitur, así como la liquidación de billeteaje aéreo (BSP) que se incrementa un 0,7%, en todo caso compartiendo una tendencia a la desaceleración a medida que ha avanzado el verano, en ambos casos lejos de recuperar la caída sufrida en 2009.



Viajes y gasto de los españoles en el extranjero
(Tasa de variación interanual trimestral)

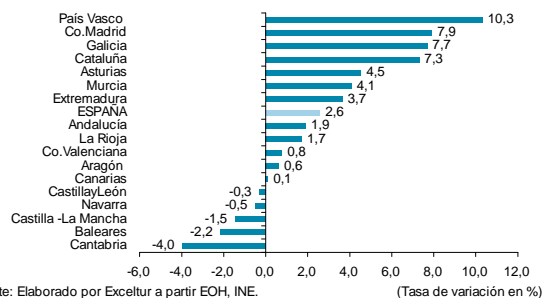


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Banco de España e IATA

Los indicadores de movimientos turísticos de los españoles por España, sin embargo, han mostrado síntomas de estancamiento e incluso de caída en este verano de 2010. Los desplazamientos interiores en avión y en tren han descendido en el acumulado de junio a agosto de este año respecto al mismo período de 2009, lo que se refleja en las menores ventas de las compañías aéreas en el mercado doméstico y de RENFE en la alta velocidad y la larga distancia, en un contexto de ofertas y descuentos.

Estas tendencias de viaje de los españoles han favorecido especialmente a destinos urbanos, además de algunos de los ya apuntados en el litoral. Concretamente y por comunidades autónomas, los destinos que han disfrutado de un aumento de la demanda española durante los meses de junio, julio y agosto han sido el País Vasco, donde las pernoctaciones hoteleras de la demanda nacional se ha incrementado un 10,3%, la Comunidad de Madrid, con un incremento del 7,9%, Galicia, donde el tirón del Xacobeo ha hecho aumentar las pernoctaciones de los españoles un 7,7%, y Cataluña, con un aumento generalizado tanto en las costas como en la ciudad de Barcelona, que ha situado el incremento agregado en estos meses de 2010 respecto al mismo período de 2009 en el 7,3%.

Pernoctaciones hoteleras de los ESPAÑOLES por CC.AA. de destino
Var % Jun-ago 2010/2009



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

(Tasa de variación en %)

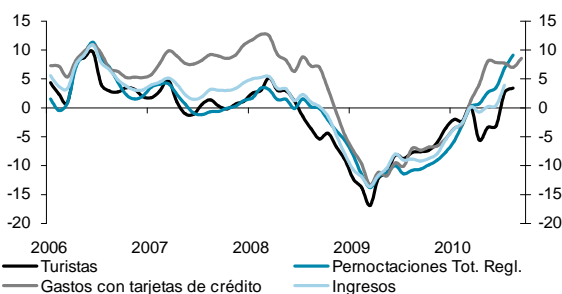
B.2. Demanda extranjera

Notable repunte de la demanda extranjera concentrada en destinos urbanos y en los archipiélagos, por el redireccionamiento desde los destinos del mediterráneo oriental en situación de overbooking

Como se ha destacado, *el verano ha sido testigo de un claro aumento de la demanda extranjera hacia los destinos españoles, que ha sido notable en los hoteles de mayor categoría situados en las ciudades y los archipiélagos debido a una nueva vuelta de tuerca en la política de ofertas y descuentos.* La mejora en el contexto económico de alguno de nuestros principales mercados, con Alemania a la cabeza, su comparación con un año 2009 víctima de un fuerte desplome que sesga al alza las comparaciones interanuales, la mejora del turismo de negocios por la recuperación del comercio internacional, la situación de overbooking de algunos destinos del Mediterráneo Oriental en el segmento vacacional y la consecuente redirección de "packs" hacia destinos españoles, principalmente insulares, han ejercido de principales factores explicativos del aumento que muestran los indicadores de volumen de demanda extranjera hacia España.

Adicionalmente, ha podido también jugar un papel favorable en este repunte, el efecto positivo sobre la imagen de España de la victoria de la selección de fútbol en el mundial y la acertada campaña lanzada por Turespaña para aprovechar su impacto y extenderlo a otros deportes en los que destacan deportistas españoles.

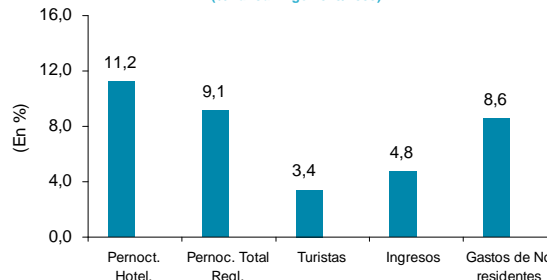
Indicadores de volumen de demanda extranjera
(Tasa de variación interanual trimestral)



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

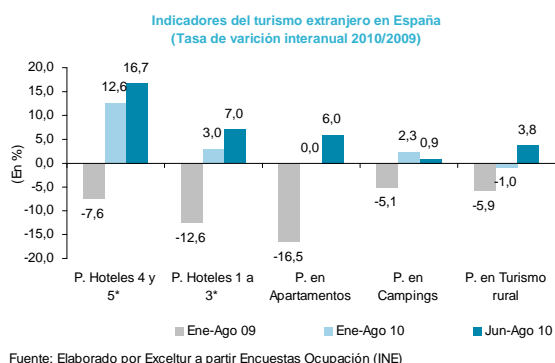
Concretamente, el número de sus pernoctaciones en alojamientos reglados durante los meses de junio, julio y agosto se ha incrementado un 9,1%, con las de hoteles creciendo al 11,2%, la llegada de turistas ha aumentado un 3,4% y los ingresos por turismo de la balanza de Pagos un 4,8% hasta julio, último dato publicado por el Banco de España. Se trata de un crecimiento que es previsible que se haya mantenido durante el resto del verano, por cuanto el efectivo dispuesto y los pagos realizados por los no residentes con las tarjetas Visa y 4b han aumentado entre julio y septiembre de 2010 un 8,6%, respecto al mismo período de 2009.

Indicadores de demanda extranjera en España*
(% var Jun-Ago 2010/2009)

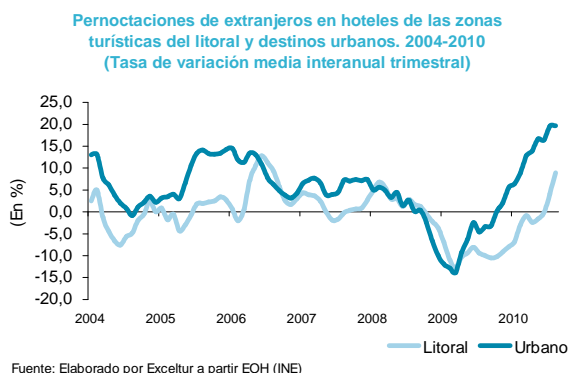


(* Datos de ingresos hasta julio y de tarjetas hasta septiembre
Fuente: elaborado por Exceltur a partir de INE, Banco de España, IET, SERMEPA y 4b

El sector hotelero y, dentro de estos, los establecimientos de cinco (+30,2%) y de cuatro estrellas (+15,3%), son los que han experimentado un mayor incremento de la demanda. En este comportamiento ha tenido mucho que ver el hecho de que este verano y debido a la reducción en los precios, los establecimientos de cinco estrellas se han comercializado a precios próximos a los que tenían los de 4 antes de la crisis y los de 4 a los de 3 estrellas. El crecimiento de la demanda hotelera ha sido contemporáneo con una fuerte caída del uso de las llegadas de turistas extranjeros a sus segundas residencias y a viviendas alquiladas durante este verano de 2010.

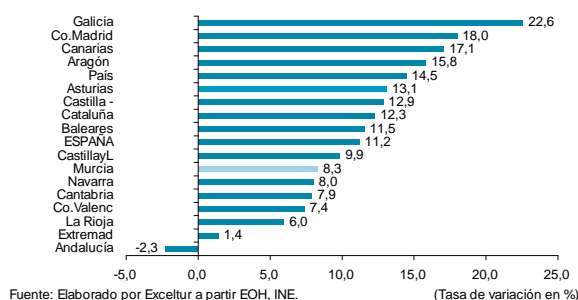


El dinamismo de la demanda extranjera se concentra en destinos urbanos, y en Baleares y Canarias dentro de las zonas de costa



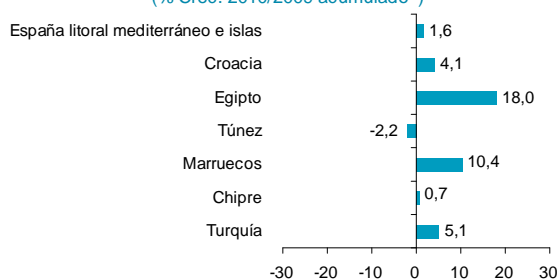
Los extranjeros han tendido este verano a hacer viajes más cortos, concentrados en escapadas a ciudades españolas. Su estancia media en los establecimientos hoteleros se ha reducido en una décima respecto a la registrada en el verano de 2009, de los 4,86 días de entonces a los 4,76 registrados en los meses de junio, julio y agosto de 2010. Dentro de este patrón donde las ciudades y algunos destinos puntuales de la costa han sido las grandes beneficiarias del incremento de la demanda. Destacan los incrementos registrados en Galicia (+22,6% en términos de pernoctaciones hoteleras), la Comunidad de Madrid (+18,0%), Canarias (+17,7%), Aragón (+15,8%), el País Vasco (+14,5%), aunque el mayor incremento en volumen se haya registrado en Baleares con 2,4 millones de pernoctaciones de extranjeros más que en 2009 durante los meses de junio, julio y agosto de 2010.

Pernoctaciones hoteleras de los EXTRANJEROS por CC.AA. de destino
Var % Jun-ago 2010/2009



A pesar de las señales positivas del comportamiento del turismo extranjero en España, su comparación con los países competidores del mediterráneo oriental reflejan, un trimestre más, un peor desempeño de la oferta española del litoral. Nuevamente y en términos de llegadas de turistas, único indicador disponible comparable con datos hasta agosto de 2010, los destinos españoles registraban un comportamiento peor que los del área oriental del mediterráneo. Concretamente en el acumulado hasta agosto, la llegada de turistas extranjeros a Egipto crecía un 18,0%, a Marruecos un 10,4% y a Turquía (principal mercado con llegadas de turistas en 2009) un 5,1%, mientras en los destinos del litoral mediterráneo español y los archipiélagos de Baleares y Canarias lo hacía al 1,6%.

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo
(% Crec. 2010/2009 acumulado*)

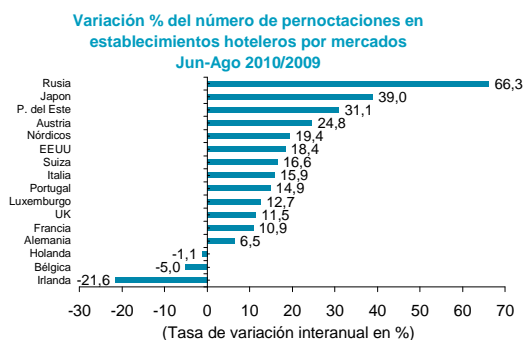


Fuente: IET e Institutos de Estadística Nacionales. * Datos para agosto, excepto Croacia y Marruecos hasta julio, y Egipto hasta junio.

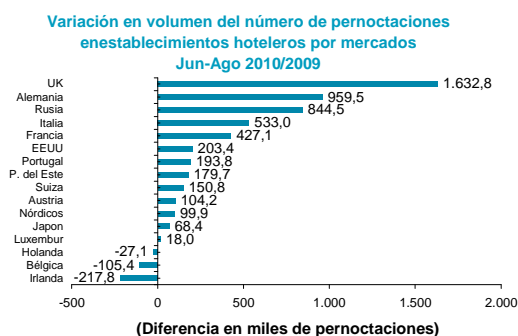
Reino Unido, Rusia y Alemania impulsan el repunte de la demanda extranjera hacia España.

Los primeros signos de mejora en el consumo de las familias, la baja en los precios y promociones realizadas por los hoteles españoles, la comparación con unos meses de 2009 en los que cayeron los indicadores con especial intensidad y, en el caso ruso favorecido por la agilidad en los visados y en el británico por la redirección de turistas de otros destinos competidores, ha generado un incremento en las tasas de variación interanual del nivel de pernoctaciones hoteleras registradas entre los meses de junio y agosto de este año 2010 para estos mercados emisores hacia España del 66,3% en el caso de Rusia y del 11,5% y 6,5% para Reino Unido y Alemania, respectivamente. Este incremento se ha concretado en un aumento en el número de pernoctaciones de 1.632.800 para Reino Unido, 959.500 en el caso de Alemania y 844.500 para Rusia.

Asimismo, el mercado italiano y el francés ayudan a explicar el incremento del turismo extranjero hacia España, ya que han mostrado una evolución positiva en los meses de verano, con tasas de variación interanual del nivel de pernoctaciones hoteleras del 15,9% y 10,9% respectivamente. Adicionalmente, en estos meses se ha observado un crecimiento de los dos mercados de larga distancia de mayor gasto promedio, como el norteamericano y el japonés, con variaciones del 18,4% y 39% de sus pernoctaciones hoteleras en España, respectivamente.



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



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

Reino Unido

El Reino Unido ha mostrado, al igual que el resto de países europeos, en el segundo y tercer trimestre del año, un comportamiento del consumo mejor de lo previsto. Sin embargo, debido al buen tiempo del que ha disfrutado el verano inglés y a la apreciación del Euro respecto a la Libra, la mejoría de la economía inglesa no se ha traducido en un aumento de los viajes de los británicos al extranjero y de su gasto asociado.

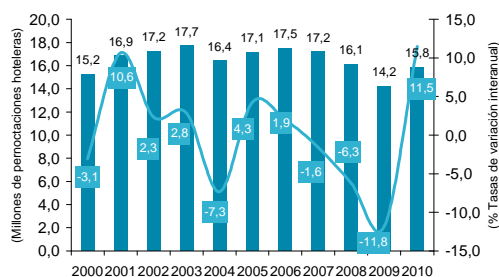
Concretamente y según datos de la Oficina de Estadísticas Nacionales de Reino Unido, en los meses de junio y julio de 2010 los viajes de los ingleses al extranjero han caído un -4,7% respecto al mismo período del año anterior y la reducción del gasto turístico de los británicos en el extranjero ha sido de un -0,4% para el mismo período.

En este escenario, la entrada de turistas británicos en España se ha reducido un -1,7% en el acumulado del trimestre junio-agosto 2010 respecto al mismo período del año anterior, principalmente generado por una caída importante en aquellos que usan la vivienda alquilada y gratuita como alojamiento en España.

Por el contrario, la reducción en los precios y las promociones de los hoteles españoles, junto con la redirección de los flujos de turistas desde otros destinos competidores que se ha reflejado en un crecimiento de los turistas británicos con paquete organizado del 4,8%, han provocado que, tanto las pernoctaciones, como el número de viajeros alojados en hoteles españoles hayan crecido más del 10% interanual en el periodo junio-agosto, aunque sin alcanzar aún los niveles del mismo período de 2008.



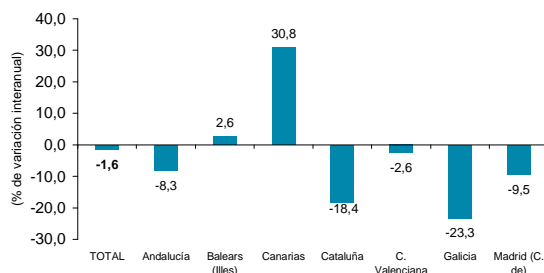
Número de pernoctaciones hoteleras de los británicos (Jun-Ago)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

Canarias, junto con Baleares aunque en menor medida, son los destinos que más se han beneficiado de estos factores. La primera ha tenido el mayor crecimiento para el mercado británico en el período estival de 2010 con un aumento de más del 30% en el número de llegadas de turistas respecto al año 2009 y Baleares ha presentado un crecimiento más moderado del 2,6%, mientras que el resto de destinos continúan acumulando caídas interanuales.

Llegada de turistas británicos por CC.AA. de destino Jun-Ago 2010/2009



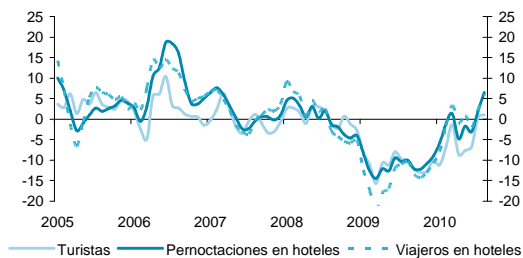
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

Alemania

Aunque haya habido un crecimiento económico más intenso de lo esperado, que el mercado de trabajo esté dando síntomas de mejora y que la confianza del consumidor alemán haya mostrado un comportamiento más positivo que otros mercados emisores, las pautas de consumo turístico no han variado demasiado en el tercer trimestre, manifestándose en una baja en los pagos de los alemanes en servicios turísticos en el exterior del -4,7% en los meses de junio y julio de 2010 respecto al año anterior, según el Banco Central de Alemania.

A pesar de este contexto, y muy influido por su comparación con unos meses de verano de 2009 en el que el mercado alemán cayó con gran intensidad, en los tres meses de verano, los indicadores de volumen del mercado alemán en España han evolucionado positivamente, impulsados por los mencionados descuentos y promociones de los establecimientos hoteleros españoles y el turismo de negocios que continúa recuperándose.

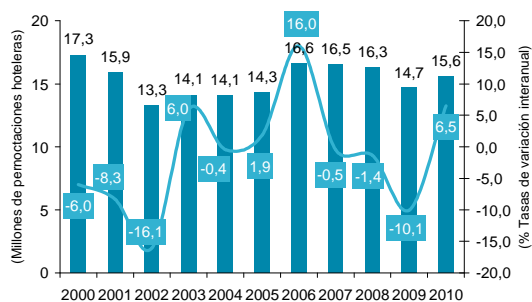
Indicadores de volumen del mercado alemán
(Tasa de variación interanual trimestral)



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

En concreto, el número de turistas alemanes llegados a España en el acumulado de junio a agosto ha aumentado un 1,1%. Asimismo, según datos de la EOH del INE, las pernoctaciones hoteleras han alcanzado un total de 15,6 millones de junio a agosto, lo que supone un 6,5% más que el mismo periodo del año anterior, prefiriendo los alemanes este tipo de alojamiento frente a la vivienda gratuita o alquilada, ya que ambos tipos de alojamiento cayeron en ese mismo periodo. Cabe destacar que, a pesar de este aumento todavía no se alcanzan los niveles de pernoctaciones y viajeros en hoteles del año 2008.

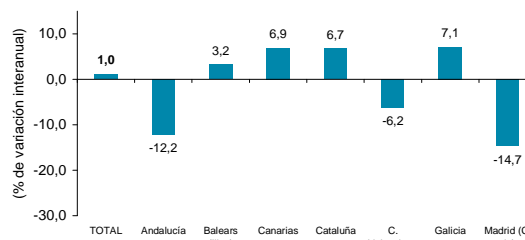
Número de pernoctaciones hoteleras de los alemanes
(Jun-Ago)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

Canarias y Baleares son los destinos más visitados por los alemanes en el período junio-agosto, registrando aumentos del 6,9% y del 3,2% respectivamente. Asimismo, Galicia y Cataluña han presentado un crecimiento interanual para estos meses del 7,1% y 6.7%.

Llegada de turistas alemanes por CC.AA. de destino
Jun-Ago 2010/2009



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

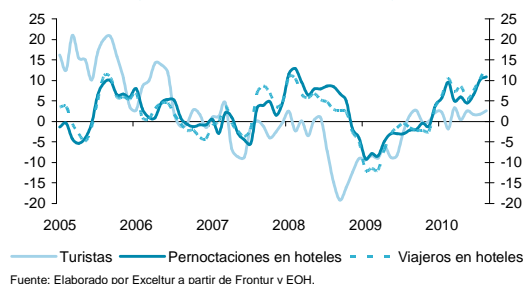
Francia

Los principales indicadores macroeconómicos en Francia apuntan a que la recuperación de su economía continúa. Los avances producidos en el mercado laboral han favorecido la recuperación del consumo de las familias francesas en un entorno de mayor confianza del consumidor, a pesar de la inestabilidad introducida por las recientes huelgas convocadas en el país.

Este aumento del consumo se ha visto reflejado en un incremento en sus pagos por turismo en el exterior que según datos del Banco de Francia ha sido del 3,8% interanual para el periodo de junio-agosto de 2010 respecto al mismo periodo del año 2009.

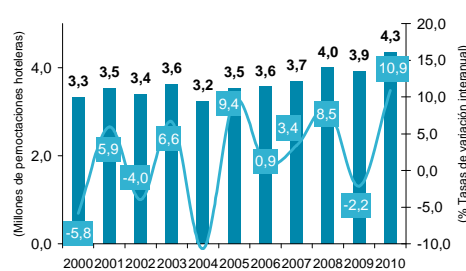
En este escenario, tanto el número de turistas como las pernoctaciones del mercado francés en España, han presentado un incremento interanual trimestral en el acumulado de junio a agosto de este año 2010. El número de turistas franceses que entraron en España experimentó un aumento del 2,6%, que se vio acompañado de un ascenso del 10,9% en el nivel de pernoctaciones hoteleras, aunque, como ha sucedido con el resto de mercados, sin alcanzar aún el nivel del año 2008.

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



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

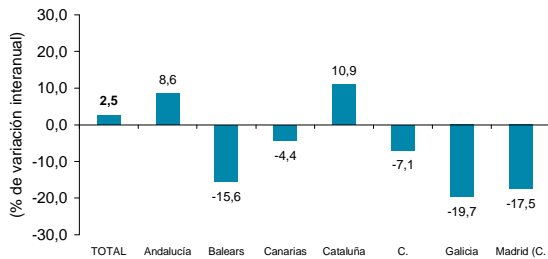
Número de pernoctaciones hoteleras de los franceses
(Jun-Ago)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de

Las visitas del mercado francés a Cataluña han sido las que registraron un mayor crecimiento interanual en el acumulado de junio a agosto (10,9%), siendo la proximidad un factor que sigue siendo importante para los movimientos turísticos de los franceses. Junto a los destinos catalanes, los andaluces han disfrutado igualmente de una mayor afluencia de franceses, con un incremento del 8,6% interanual en dicho periodo.

Llegada de turistas franceses por CC.AA. de destino
Jun-Ago 2010/2009



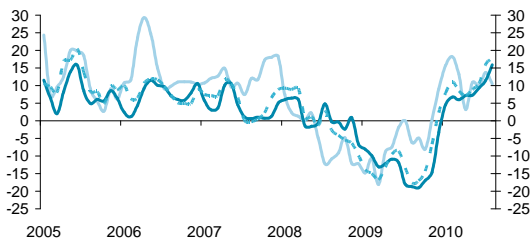
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

Italia

Continúa la intensa recuperación del mercado emisor italiano a lo largo de 2010, tanto en entrada de turistas como en número de pernoctaciones en alojamientos hoteleros españoles, favorecida por un mayor dinamismo de la economía italiana. Los primeros signos de mejora en el mercado de trabajo y el consumo de las familias italianas, se ha traducido en un aumento en los pagos por turismo de los italianos en el exterior de un 10,9% en los meses de junio y julio de 2010 respecto a los mismos meses del año 2009, según el Banco Central de Italia.

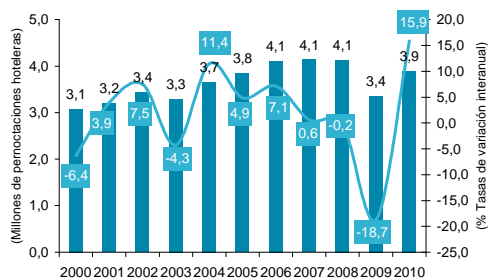
Su traslación a España se ha concretado en un aumento, tanto de turistas como de pernoctaciones en hoteles, a ritmos de más de un 10% interanual en los meses de junio a agosto de 2010, aunque aún no han alcanzado los niveles del año 2008. Los descuentos y ofertas de última hora y la pujanza del turismo cultural, junto con una mejora de la conectividad aérea, son los principales factores que están detrás de este comportamiento.

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



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

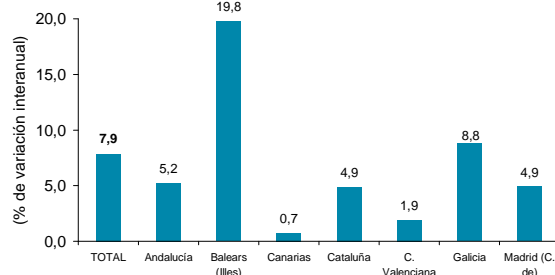
Número de pernoctaciones hoteleras de los italianos
(Jun-Ago)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH.

En todas las Comunidades se ha incrementado la llegada de turistas italianos en el trimestre junio-agosto de 2010 respecto el mismo periodo de 2009. Baleares es la Comunidad que mayor incremento ha presentado (20%) en el período estival y las Comunidades de Cataluña y Madrid continúan manteniendo el incremento interanual por las escapadas culturales realizadas por los turistas italianos.

Llegada de turistas italianos por CC.AA. de destino
Jun-Ago 2010/2009



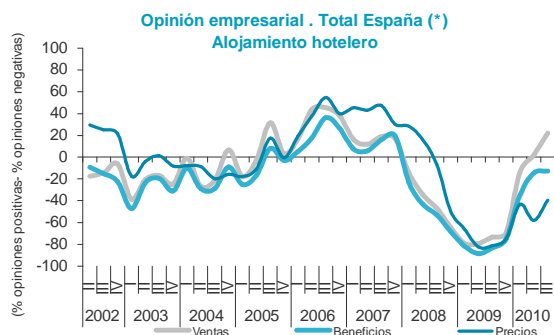
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

C. TENDENCIAS POR SECTORES

ALOJAMIENTO HOTELERO

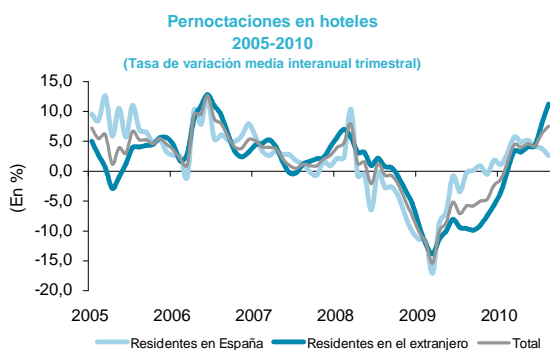
Favorable balance de la actividad hotelera en clave de facturación que todavía no se percibe de manera generalizada en términos de rentabilidad empresarial

Los meses de verano mantienen la positiva tendencia observada en el segundo trimestre de 2010 gracias al singular repunte de la demanda extranjera, que si bien permite una mejora en las ventas e ingresos hoteleros sigue sin trasladarse con la intensidad deseada a los beneficios empresariales.



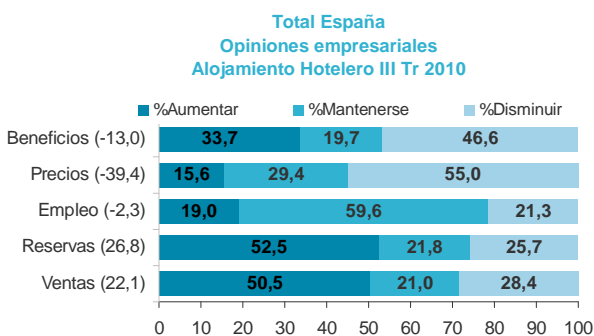
Fuente: EXCELTUR

La menor incertidumbre de las economías de nuestros principales mercados emisores ha incentivado el consumo de viajes de los extranjeros hacia los destinos españoles. En concreto, el mayor dinamismo mostrado por la demanda internacional se ha dejado notar en el mejor desempeño de la actividad hotelera, que durante los meses de junio, julio y agosto (último dato publicado en la EOH del INE) ha evidenciado un incremento del 11,2% en el nivel de pernoctaciones de los turistas extranjeros, tras un negativo verano de 2009.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

En sintonía con el INE, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revela que, para los meses de julio, agosto y septiembre, el 50,5% de los empresarios hoteleros experimentaron incrementos en sus ventas, sostenidas un trimestre más, por nuevas contracciones en los precios que, en un contexto de leve incremento de los costes, han limitado la capacidad de recuperación de los beneficios empresariales.

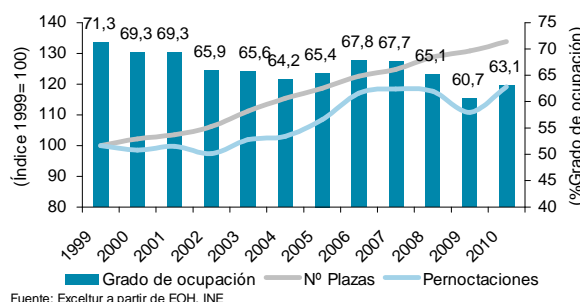


Fuente: EXCELTUR

El exceso de oferta y la competencia de destinos emergentes del mediterráneo oriental impulsan una nueva contracción de los precios

La apertura de nuevos establecimientos hoteleros, con la consiguiente incorporación de plazas a un mercado caracterizado por la sobreoferta, unido a la fuerte presión ejercida por los mercados emergentes del mediterráneo oriental en un contexto de debilidad de la demanda, han obligado a los empresarios del subsector de alojamiento hotelero a acudir a nuevas reducciones en los precios como medio de captar unos volúmenes de demanda que permita cubrir unos mínimos de ocupación.

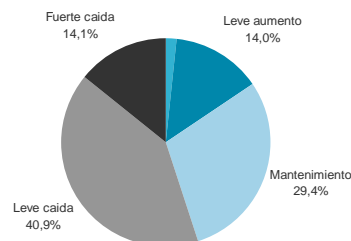
Comportamiento del mercado de alojamiento hotelero Jun-Ago 1999-2010



Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE

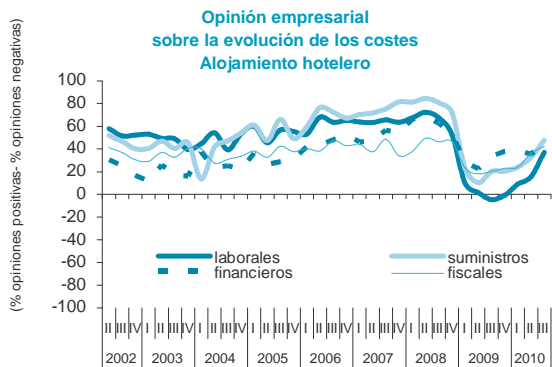
Y es que durante este verano el 55,0% de los empresarios del subsector de alojamiento hotelero que participaron en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur manifestaron haber reducido nuevamente sus precios, acumulando nueve trimestres de caídas consecutivas en las tarifas. Se trata de una tendencia que corroboran los indicadores del INE. Concretamente, el IPH lleva 22 meses consecutivos registrando caídas interanuales, que se han mantenido esos meses de verano, incluso tras la subida del IVA, lo que indica que ha tenido que ser asumido por las empresas hoteleras.

Opinión empresarial sobre los precios Alojamiento hotelero. III Tr 2010



Los beneficios continúan sin mostrar claros signos de recuperación en un contexto de incremento de costes

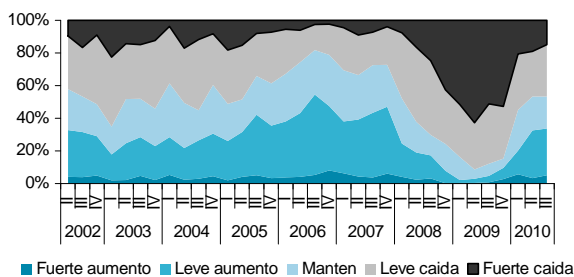
Al efecto producido por las persistentes campañas de descuentos y ofertas en la obtención de beneficios se suma, en el tercer trimestre de 2010, la subida de los principales costes operativos que soportan los hoteles en el desarrollo de su actividad.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Bajo estas premisas, los datos de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revelan que el 46,6% de los establecimientos hoteleros españoles han continuado experimentado, entre los meses de julio y septiembre de 2010, resultados inferiores a los registrados en el mismo periodo 2009. Se trata de un porcentaje que se eleva al 51,2% en el caso de los alojamientos hoteleros vacacionales.

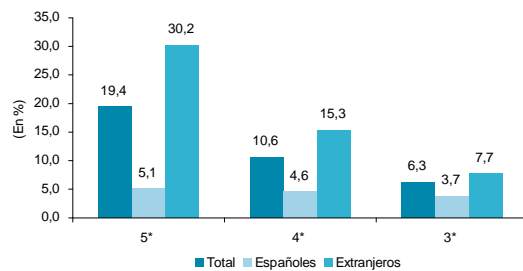
Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios Alojamiento Hotelero



Positivo balance empresarial en los establecimientos de categorías superiores

La mayor alegría y propensión al consumo de viajes de los estratos sociales de mayor poder adquisitivo, unido a la contención de los precios hoteleros, ha dinamizado los flujos de demanda, principalmente extranjera, hacia los establecimientos hoteleros de categorías superiores. A tenor de la información detallada por categorías hoteleras recogida en la EOH del INE, el nivel de pernoctaciones en hoteles de 5, 4 y 3 estrellas experimentó un incremento interanual del 19,4%, 10,6% y 6,3%, respectivamente, durante los meses de junio, julio y agosto.

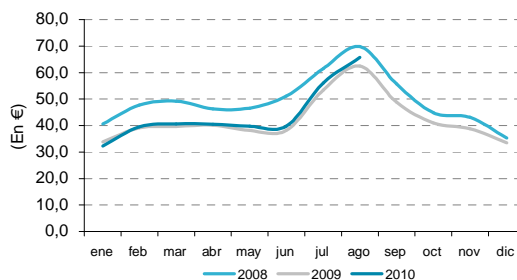
Pernoctaciones por categorías Var % Jun-Ago 2010/2009



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

Esta mejora en los niveles de demanda ha permitido a los empresarios hoteleros percibir un leve repunte de los ingresos por habitación disponible (RevPAR) de media en los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas, concretado en un incremento interanual del 5,4%, hasta alcanzar los 55,9€. No obstante, cabe apuntar que estos datos se comparan con unos bajos registros de 2009, evidenciando todavía una diferencia de 4,9€ respecto a los niveles de 2008.

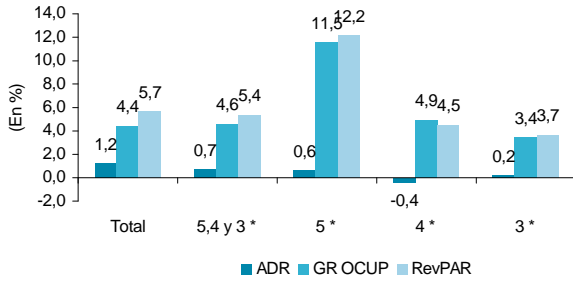
Evolución RevPAR TOTAL HOTELES 5, 4 y 3 estrellas Datos Mensuales 2008 - 2009 - 2010



Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

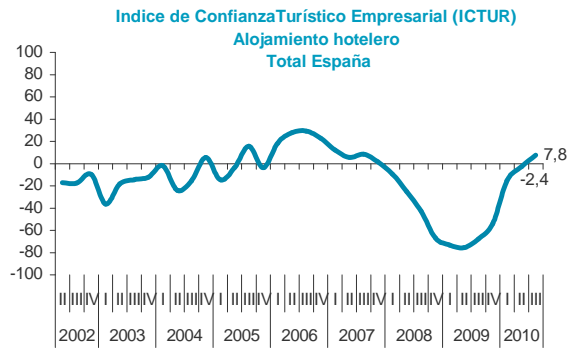
Son los hoteles de cinco estrellas los que han experimentado un mejor comportamiento según los principales indicadores de negocio del subsector de alojamiento hotelero disponibles. En concreto, los datos de la EOH del INE reflejan un incremento del RevPAR del 12,2%, en el acumulado de junio a agosto, motivado por el singular crecimiento de la ocupación (+11,5%) en los hoteles de máxima categoría. Aunque a un ritmo menor, los hoteles de 4 y 3 estrellas se han visto igualmente beneficiados por el repunte de la demanda, habiendo experimentado incrementos interanuales más moderados del 4,5% y del 3,7%, respectivamente, en el nivel de ingresos por habitación disponible, recuperando las fuertes caídas sufridas en el mismo periodo de 2009.

Ingresos por habitación disponible (RevPar), Tarifa media diaria (ADR) y Grado de ocupación por categorías. Jun-Ago 2010-2009



Fuente: Exceltur a partir EOH (INE)

Tras un verano 2009 muy negativo en el devenir de la actividad hotelera en España, el repunte de la facturación explica la mejora en los niveles de confianza empresarial. Así, el Índice de Confianza Empresarial de Exceltur (ICTUR) para el subsector de alojamiento hotelero deja atrás los valores negativos, y alcanza un nivel de 7,8 en el mes de octubre, tras el -2,4% de julio.

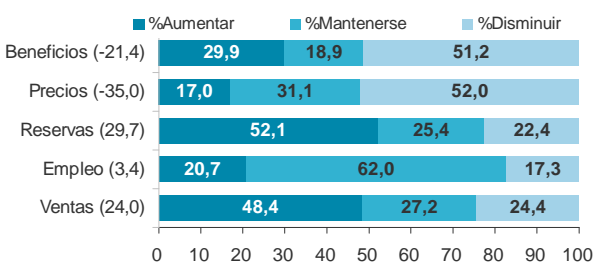


HOTELES VACACIONALES DE COSTA

Los hoteles de la costa cierran el tercer trimestre con leves incrementos en las ventas que no permiten mejoras en sus resultados

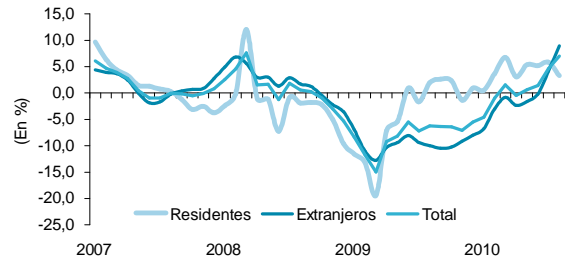
El verano de 2010 se cierra con un balance positivo en las ventas de los hoteles de los principales destinos de costa españoles que sin embargo no se traduce en incrementos similares en sus resultados.

Hoteles de Costa
Opiniones empresariales
III Tr 2010



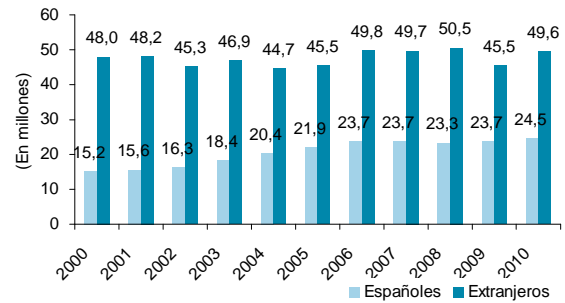
El devenir de la actividad turística en los hoteles de costa, en el tercer trimestre de 2010, ha estado marcado por el mayor dinamismo de la demanda, principalmente extranjera, hacia los principales destinos del litoral Mediterráneo y las Islas. En concreto, los datos recogidos en la EOH del INE ponen de manifiesto un incremento del 7,0% en el número de pernoctaciones hoteleras del total de la demanda en zonas turísticas de costa, explicando el mercado extranjero un 84,1% de este mejor desempeño.

Pernoctaciones en hoteles de las zonas turísticas del litoral. 2004-2010
(Tasa de variación media interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

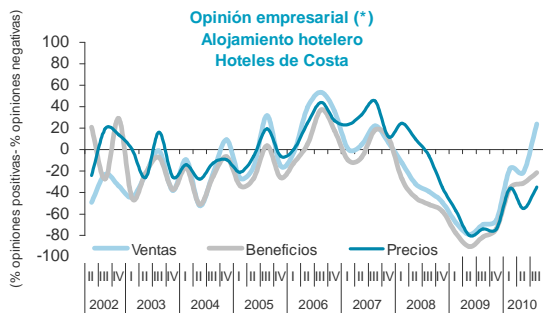
Pernoctaciones en zonas turísticas del litoral
Años 2000-2010. Jun-Ago



Fuente: Elaboración Exceltur a partir EOH

Entre los elementos dinamizadores de la demanda, tal y como se ha avanzado a lo largo de este documento, se encuentran la leve mejoría experimentada en los indicadores macroeconómicos de algunos de los principales mercados emisores, la situación de overbooking de destinos emergentes del mediterráneo oriental (con el consiguiente desvío de flujos de demanda hacia los destinos españoles) y la continuidad en la oferta de descuentos en los precios por parte de los hoteles vacacionales de costa.

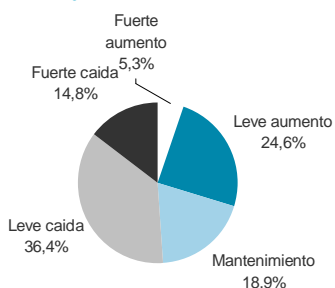
Esta singular recuperación de los flujos de demanda extranjera, principalmente hacia destinos altamente dependientes de los mercados internacionales como Baleares y Canarias, ha constituido un elemento clave en el mejor comportamiento de las ventas en hoteles de costa durante el tercer trimestre de 2010, coincidiendo con la temporada alta en gran parte de los destinos españoles.



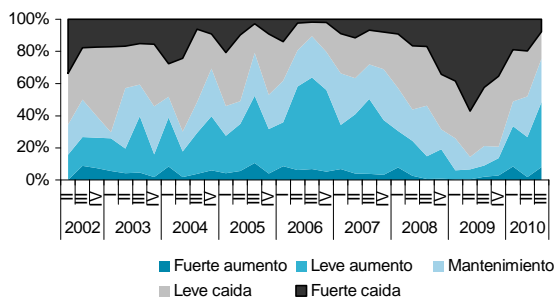
No obstante, a la mencionada espiral de políticas de precios a la baja, al leve incremento experimentado en los costes operativos de los establecimientos hoteleros y a la asunción del IVA se suma, en la campaña de verano de 2010, la decisión unilateral del operador británico Thomas Cook de reducir un 5% la facturación a los hoteles con los que trabaja en España. Esta medida, que comenzó a hacerse efectiva en las facturas de agosto y septiembre, ha mermado todavía más los exigüos márgenes con los que llevan operando los hoteles de costa española.

En concreto, la combinación de estos factores ha resultado en una nueva caída de los beneficios en el 51,2% de los establecimientos hoteleros del litoral mediterráneo y las islas, siendo ésta percibida con una intensidad fuerte en el 14,8% de los casos y leve en el 36,4% de los mismos.

Opinión empresarial sobre los beneficios. Alojamiento de costa. III Tr 2010



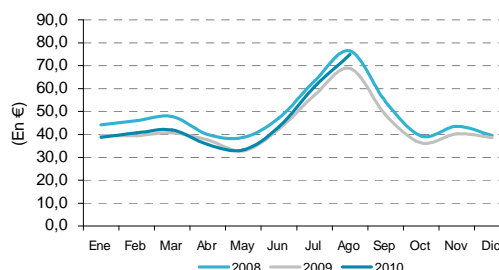
Total España Opiniones empresariales sobre las ventas Alojamiento Hotelero Costa



Los indicadores de ingresos que publica el INE, ponen de manifiesto que en el acumulado de junio a agosto, el incremento del 4,4% experimentado en los niveles de ocupación de los hoteles de costa de 5, 4 y 3 estrellas, ha traído consigo una mejora interanual del 6,6% de los ingresos por habitación disponible (RevPAR), acercándose

éstos a los niveles de 2008. Cabe señalar, no obstante, que este indicador se basa únicamente en los ingresos obtenidos sin tomar en consideración el efecto del incremento de los costes operativos en la obtención de resultados.

Evolución RevPAR TOTAL HOTELES VACACIONALES 5,4 y 3 estrellas Datos Mensuales 2008 - 2009 - 2010

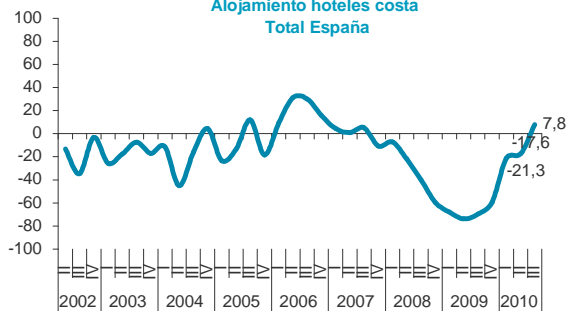


Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

Los gestores de hoteles de costa afrontan el último trimestre de 2010 con cierto escepticismo, tras el fin de la campaña de verano, vaticinando un peor comportamiento en el devenir de los indicadores de negocio con caídas tanto en el nivel de facturación como en los beneficios empresariales. Tan sólo en Canarias, coincidiendo con los meses de temporada alta, los empresarios del subsector de alojamiento anticipan un mantenimiento del crecimiento de sus ventas de cara al cierre del año.

Sin perjuicio de lo anterior, la mejora de los ingresos experimentada durante los meses de temporada alta ha incrementado los niveles de confianza de los empresarios de hoteles vacacionales, de forma que el Indicador de Confianza Empresarial (ICTUR) pasa a valores positivos tras 11 trimestres (casi 3 años) consecutivos en negativo.

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

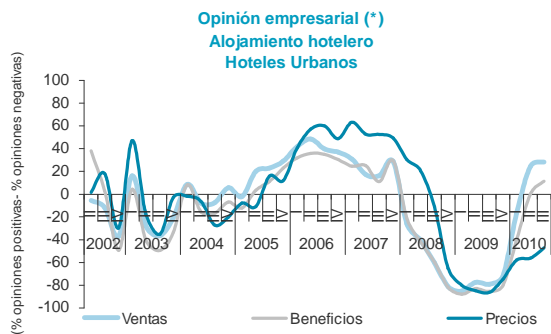


HOTELES URBANOS

La actividad de la hotelería urbana consolida la positiva tendencia observada en trimestres anteriores aunque a un ritmo menor al del segundo trimestre de 2010

En unos meses marcados por el menor tráfico de negocios, los alojamientos hoteleros urbanos cierran el verano con un balance positivo de sus indicadores de

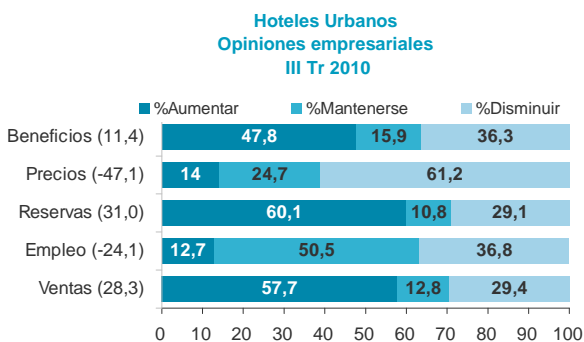
negocio, respecto a un año 2009 que fue especialmente negativo para las urbes españolas.



La celebración de eventos, el desarrollo y consolidación de productos diferenciados así como la proliferación de nuevas campañas de ofertas y descuentos, han dinamizado, aunque a un ritmo menor que el observado en el segundo trimestre del año, los flujos de demanda hacia destinos urbanos, lo que se ha dejado sentir en el mejor desempeño respecto a entonces, de los alojamientos hoteleros de las principales ciudades españolas.

La demanda extranjera clave en el mejor desempeño de los hoteles urbanos durante el verano

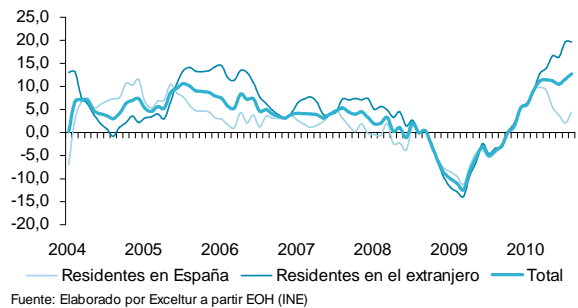
En concreto, los resultados recogidos en la encuesta de clima turístico empresarial, explotados de un modo específico para los hoteles urbanos, ponen de manifiesto el mejor comportamiento de las ventas para el 57,7% de los establecimientos hoteleros, respecto a los negativos registros del tercer trimestre de 2009. De igual modo, y a pesar de las persistentes caídas experimentadas en las tarifas y gracias al singular comportamiento de la demanda extranjera, el 47,8% de los empresarios lograron percibir un aumento en sus beneficios.



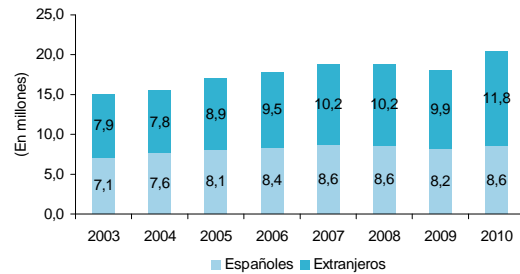
Los datos de la EOH del INE corroboran el mejor comportamiento de la demanda hacia alojamientos hoteleros en destinos urbanos en los meses de verano. En este sentido, las pernoctaciones en hoteles de las principales capitales españolas registraron, en el acumulado de junio a agosto, un incremento del 12,7% respecto al mismo periodo de 2009. La demanda extranjera ha sido la principal protagonista de esta mejora en el desempeño de los hoteles urbanos

explicando un 84,3% del crecimiento total experimentado en el volumen de pernoctaciones hoteleras durante los meses de verano.

Pernoctaciones en alojamientos hoteleros capitales de provincia. Tasa de variación media trimestral. 2004-2010

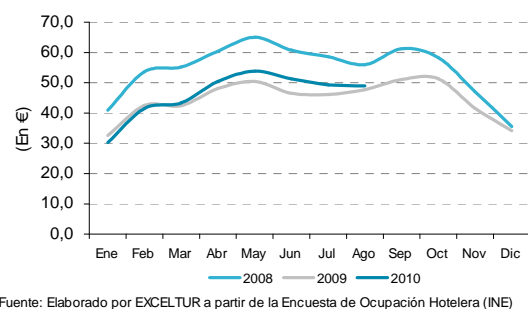


Pernoctaciones en alojamiento hotelero capitales de provincia Jun-Ago. Año 2003-2010



En línea con la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, los indicadores de ingresos publicados por el INE reflejan una mejora interanual del RevPAR (ingreso por habitación disponible) alcanzado por los establecimientos hoteleros de ciudad de categoría 5, 4 y 3 estrellas, que durante los meses de junio, julio y agosto experimentaron un incremento interanual del 6,5% hasta alcanzar los 56,8€ de ingreso medio por habitación disponible. No obstante, la debilidad en la recuperación de la tarifa media diaria (ADR), especialmente en el mes de agosto donde manifestó una caída del 1,9% de media, ha ralentizado el ritmo de recuperación de los niveles de ingresos, que en el acumulado de junio a agosto todavía se encontraban 10€ por debajo de los niveles registrados en 2008.

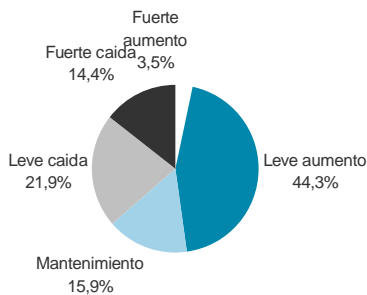
Evolución RevPAR HOTELES URBANOS Datos Mensuales 2008 - 2009 - 2010



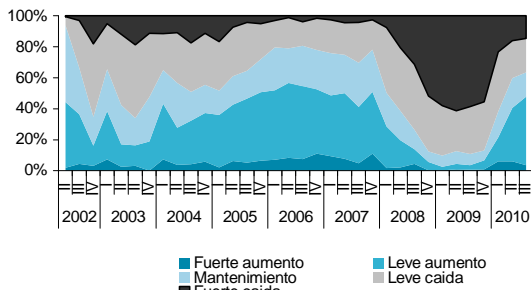
La explotación de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial constata el favorable desempeño de la rentabilidad operativa de la hotelería urbana entre los meses de julio y septiembre, respecto a los niveles del pasado año. En concreto, el 44,3% de los gestores de alojamientos urbanos percibieron un leve aumento de los

márgenes operativos, mientras que un 36,3% experimentaron todavía una caída de sus resultados.

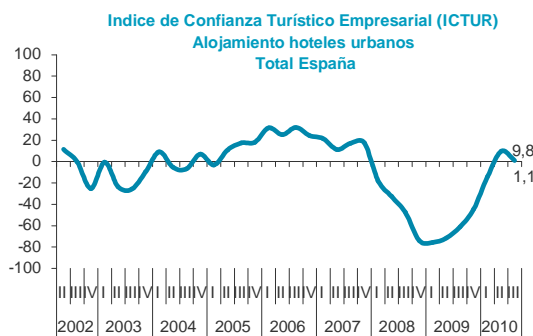
Opinión empresarial sobre los beneficios
Alojamiento urbano. III Tr 2010



Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios
Alojamiento Hotelero Urbano



El todavía complejo escenario macroeconómico internacional impide visualizar en el corto plazo una recuperación generalizada de los márgenes empresariales, es por ello que el avance observado en el volumen de demanda de establecimientos hoteleros durante el tercer trimestre de 2010 no es suficiente para mejorar la confianza de los empresarios de hoteles urbanos que retrocede respecto a los valores del segundo trimestre del año.

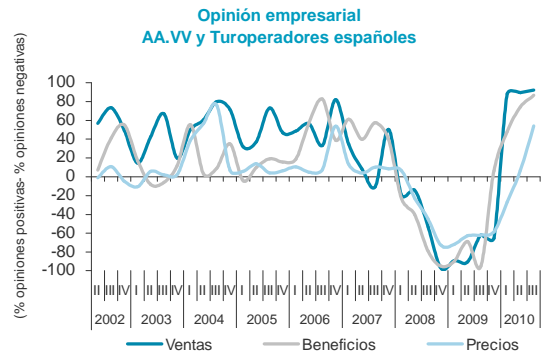


GRANDES GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES

Los meses de verano mantienen la positiva tendencia observada en el primer semestre de 2010 en las ventas y beneficios de los grandes grupos de agencias y tour operadores, mientras las

agencias individuales sufren la reducción de márgenes y la debilidad de la demanda española

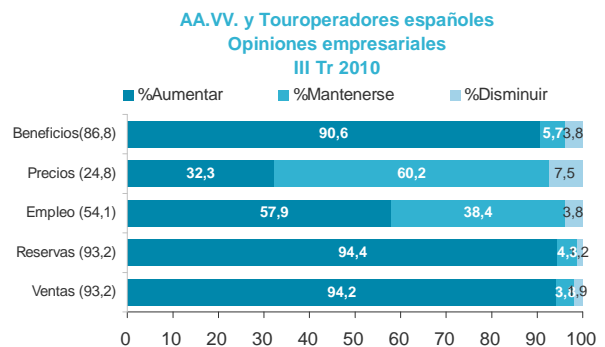
La absorción de la cuota de mercado derivada, tanto de la desaparición de pequeñas agencias como del cese de actividad de Marsans, ha permitido nuevamente a los principales operadores españoles manifestar una mejora generalizada de sus indicadores de actividad en el tercer trimestre de 2010. No obstante, cabe señalar que este mejor desempeño se compara con unos negativos niveles de actividad registrados en el verano de 2009.



La temporada alta deja, sin embargo, comportamientos desiguales en el tejido empresarial del subsector de distribución

Así, mientras los mayores grupos de agencias de viaje y touroperadores evidenciaron una mejora en sus ventas y beneficios, durante los meses de julio, agosto y septiembre, los pequeños y medianos operadores generalistas continuaron sufriendo un mercado marcado por el estrechamiento de los márgenes, la caída en los precios y la debilidad de la demanda.

Sin perjuicio de lo anterior, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, explotados para los meses de julio, agosto y septiembre de 2010, manifiestan una mejora de las ventas en el 94,2% de los grandes operadores, que se ha trasladado en incrementos similares de la rentabilidad empresarial en el 90,6% de los casos.



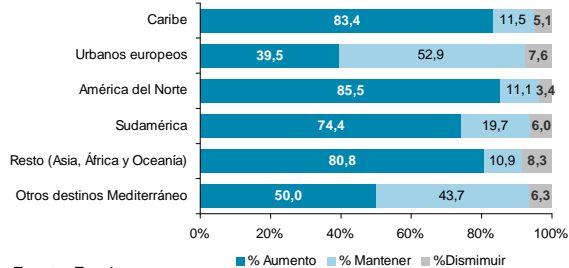
Fuente: EXCELTUR

Favorable balance de las ventas de productos paquetizados hacia destinos del extranjero y del litoral mediterráneo y las islas de mayor precio

Tras un verano 2009 en el que primaron los desplazamientos de proximidad y la austeridad en el gasto asociado a viajes, el periodo de vacaciones estivales ha traído consigo la paulatina vuelta al consumo de aquellos segmentos de mercado que no han visto mermada su capacidad adquisitiva durante la crisis. Esta mayor alegría a la hora de viajar se ha dejado sentir en las ventas de viajes intermediados tanto hacia destinos extranjeros como a aquellos destinos de costa vinculados al sol y playa, de mayor precio.

Con respecto a los viajes al extranjero, la información detallada recogida en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur evidencia, en los meses de julio, agosto y septiembre, un mejor comportamiento de las ventas hacia destinos exóticos y de larga distancia, así como hacia destinos vacacionales de sol y playa que ofertan agresivas campañas de descuentos en precios y que compiten directamente con los principales destinos españoles del litoral mediterráneo y las islas en plena temporada alta.

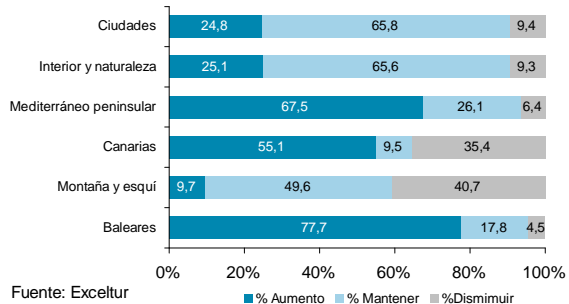
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos internacionales III Trimestre 2010



Fuente: Exceltur

Dentro de España son los destinos vacacionales próximos al mar los que concentran los mayores incrementos en las ventas de productos paquetizados entre los meses de julio y septiembre.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales III Trimestre 2010



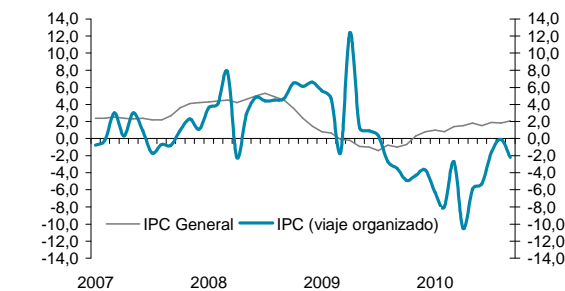
Fuente: Exceltur

Nuevamente, la persistencia en las políticas de precios a la baja ha constituido un factor clave en el desempeño de las empresas del subsector de distribución turístico español. Y es que, si bien los grandes operadores han

manifestado una contención en la caída de las tarifas durante los meses de verano, en las agencias de viajes minoristas se han seguido sucediendo las campañas de descuentos dirigidas a dinamizar la demanda en base a ofertas de venta anticipada o última hora.

En este contexto, según datos del INE, la evolución del IPC para los viajes organizados refleja, entre los meses de julio y septiembre, una nueva caída interanual media del -1,3%, condicionando la mejora de los márgenes empresariales en las agencias de viajes españolas.

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



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPC, INE

De cara al cierre del año, los grandes grupos de agencias de viajes y touroperación prevén que se mantendrá la positiva tendencia de los últimos trimestres, fruto del redimensionamiento del subsector y del favorable calendario laboral muy propicio para la realización de escapadas, dando lugar a nuevas mejoras en las ventas y resultados empresariales. Bajo estos condicionantes no es de extrañar que el Indicador de Confianza Empresarial para los profesionales del subsector de distribución en España manifieste un repunte, que marca un nuevo máximo histórico.

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) AA.VV y Turoperadores españoles

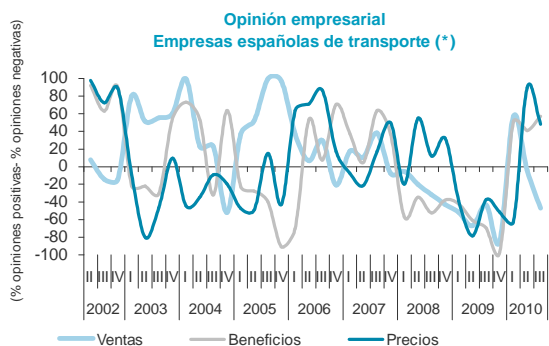


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

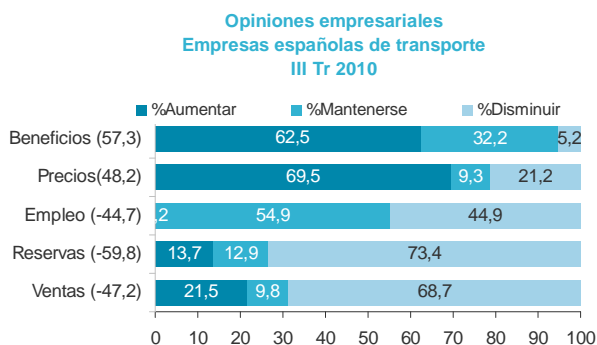
TRANSPORTE DE PASAJEROS

La menor movilidad de los españoles dentro de España, en un contexto de sobreoferta en el sector de transporte de pasajeros, ha condicionado el desempeño de líneas aéreas y transporte ferroviario, durante los meses de verano

La volatilidad de la demanda, la reducción del tráfico de negocios durante el verano, la elevada competitividad y la situación de sobreoferta en determinados corredores aéreos y ferroviarios, así como la marcada sensibilidad al precio del consumidor se encuentran entre los principales factores que han propiciado un retroceso de la demanda de servicios de transporte en el tercer trimestre de 2010.

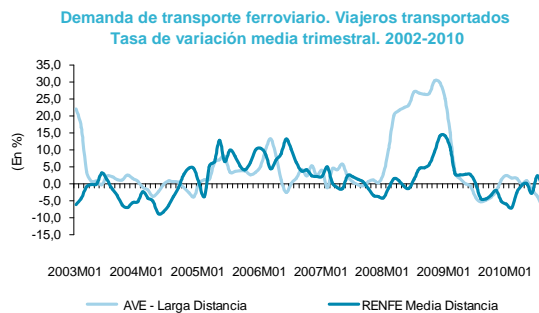


En concreto, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, entre los meses de julio y septiembre, revelan que el 68,7% de los profesionales de este subsector experimentaron caídas interanuales en las ventas, que se acumulan a las registradas en el mismo periodo de 2009.



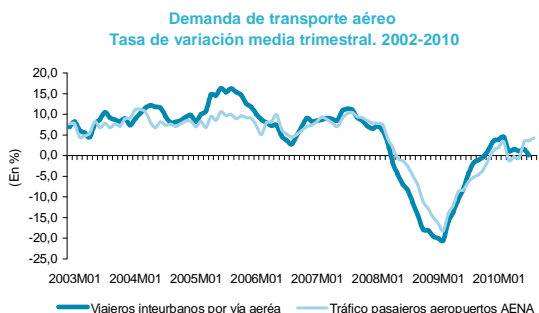
Durante los meses de verano se observa una caída en los viajes de los españoles, en un escenario de incertidumbre económica en la que todavía prima la contención de costes en los desplazamientos vacacionales

En este contexto, en base a la información publicada por el INE relativa al transporte ferroviario, el transporte de pasajeros en trenes de alta velocidad registró, durante los meses de junio, julio y agosto, una caída interanual trimestral del 6,9% mientras que los viajeros de larga distancia de RENFE se mantuvieron en los mismos niveles que en 2009.



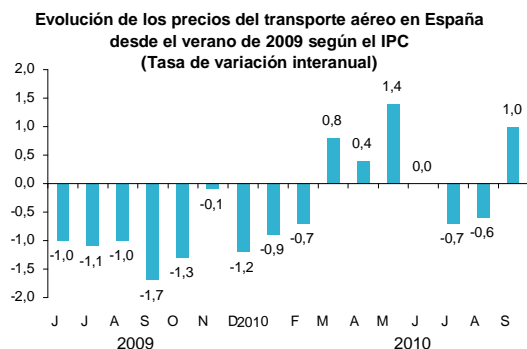
Fuente: Exceltur a partir INE.

Por su parte, la información estadística correspondiente al transporte de viajeros interurbano del INE manifiesta un estancamiento del volumen de pasajeros españoles que utilizaron el avión en sus desplazamientos, que mostró una tasa de variación interanual trimestral del 0,1% para el acumulado de junio a agosto. En esta misma línea, los datos de liquidación del BSP (con información disponible hasta el mes de agosto), revelan una caída interanual del -10,2% en los billetes aéreos a destinos nacionales, respecto a los meses de junio, julio y agosto de 2009.



Fuente: Exceltur a partir INE y AENA.

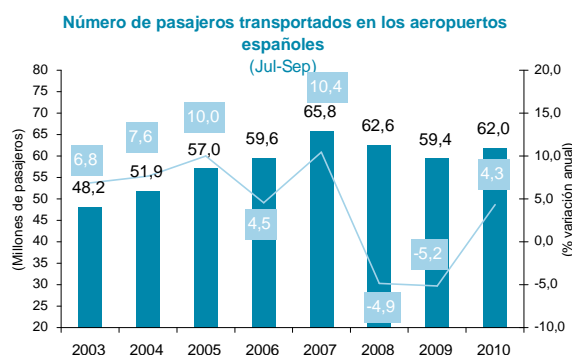
Todo ello en un escenario en el que los precios del transporte aéreo siguen experimentando caídas interanuales que se acumulan a las ya sufridas en el verano de 2009.



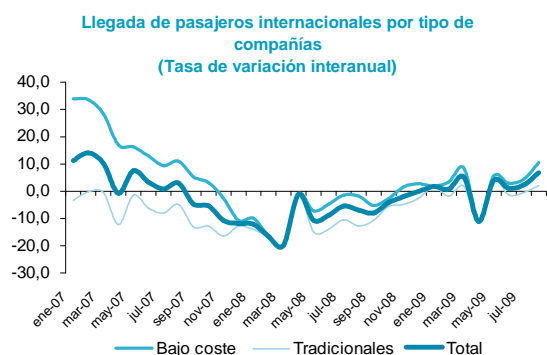
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPC, (INE)

Durante el verano de 2010, si bien las estadísticas de AENA, disponibles hasta el mes de septiembre, revelan un incremento del 4,3% en el tráfico de pasajeros en los aeropuertos españoles, la competencia inducida por el tráfico de las compañías de bajo coste ha condicionado fuertemente la capacidad de las compañías de red de recuperar sus ventas en el tercer trimestre del año en los tráficos interiores. Y es que entre los meses de junio y

agosto las low cost concentraron el 58,2% del total de tráfico de pasajeros internacionales que llegaron a los destinos españoles, creciendo un 6,0% respecto al mismo periodo de 2009.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos de AENA



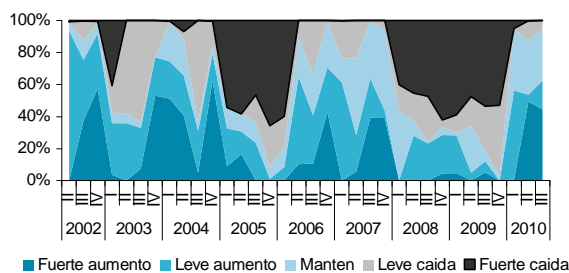
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET

Del mismo modo, la temporada de verano ha estado marcada nuevamente por la incertidumbre generada por los conflictos laborales de los controladores aéreos, que no ha hecho sino acentuar la debilidad de la demanda de servicios de transporte aéreo, coincidiendo con la campaña turística de verano en España.

La recuperación del tráfico de largo recorrido y la optimización de los costes operativos claves en el avance de la rentabilidad

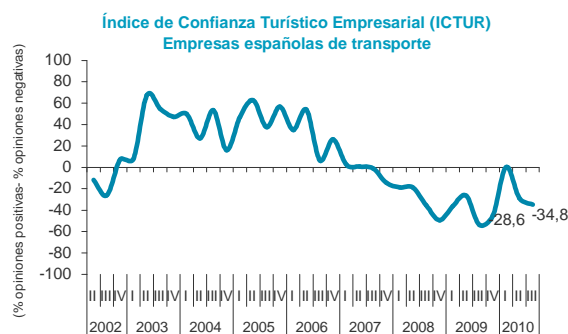
Sin perjuicio de lo anterior, la leve recuperación observada en el tráfico internacional, vinculado a trayectos de largo recorrido de mayor margen unitario, así como el ajuste de capacidades, la contención en los costes del carburante, las mejores coberturas en el precio del petróleo para 2010 realizadas por algunas compañías y un tipo de cambio en el sector aéreo favorable por la apreciación del euro frente al dólar, han permitido a las compañías aéreas españolas evidenciar una mejoría en la rentabilidad respecto a los negativos registros de 2009.

Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios Empresas de Transporte



Bajo estos condicionantes y en un escenario macroeconómico todavía inestable, de cara al cierre del año los empresarios del subsector de transporte de pasajeros no anticipan grandes repuntes en la demanda, todavía muy pendiente de la evolución de la economía con unos consumidores cada vez más sensibles a los precios. Es por ello que, en un contexto de precios aéreos a la baja en el que los destinos competidores del mediterráneo oriental continúan ganando cuota de mercado, la aplicación de una subida en las tasas aeroportuarias prevista en los Presupuestos generales del Estado para 2011 (con el consiguiente efecto en las tarifas aéreas) podría debilitar una demanda todavía muy volátil hacia los destinos españoles de mayor afluencia turística vacacional.

Con todo ello, el Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) para las empresas españolas de transporte de pasajeros evidencia un nuevo retroceso hasta alcanzar un nivel de -34,8.

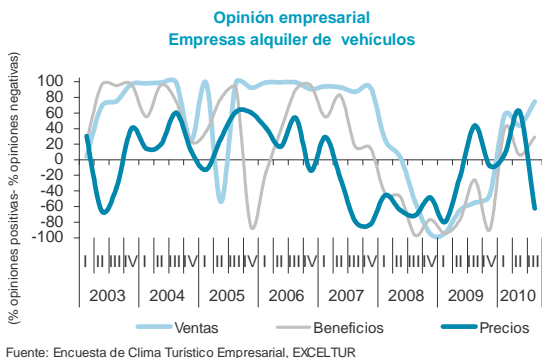


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Alquiler de Vehículos

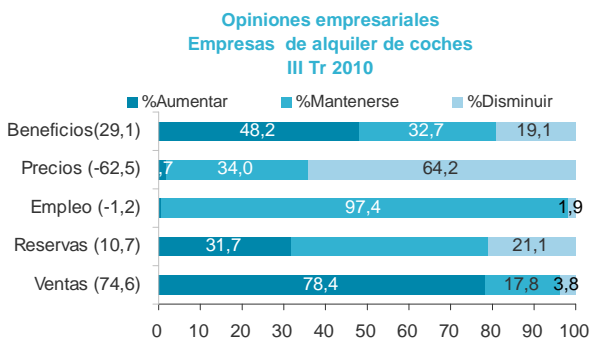
Las empresas de alquiler de coches mantienen la positiva tendencia observada en trimestres anteriores, más en clave de ventas que de beneficios

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, explotados de un modo específico para las empresas de alquiler de vehículos, ponen de manifiesto un mejor comportamiento de los indicadores de negocio respecto a los negativos registros de 2009.



Y es que, a diferencia del año anterior, la mayor facilidad de financiación ofrecida directamente por parte de los fabricantes de automoción ha permitido a las compañías de este subsector renovar su flota de vehículos, lo que se ha traducido en un mayor aprovechamiento de la demanda en los meses de temporada alta. Del mismo modo, las empresas de alquiler de coches se han visto beneficiadas durante el verano de 2010 de la absorción de la cuota de mercado derivada del redimensionamiento del sector, por la entrada en concurso de acreedores de empresas relevantes de la costa.

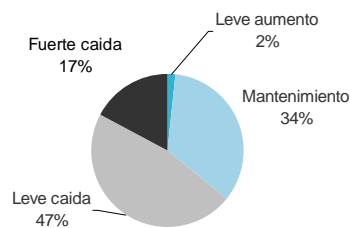
En este contexto, entre los meses de julio y septiembre, el 78,4% de las empresas de alquiler de coches ha experimentado un incremento interanual en sus ventas, si bien cabe apuntar que este se ha concentrado principalmente en los grandes operadores mientras que las pequeñas compañías han seguido mostrando leves caídas en su actividad empresarial.



Los empresarios del subsector de alquiler de coches acuden a reducciones en los precios para dinamizar la demanda en un mercado de mayor oferta

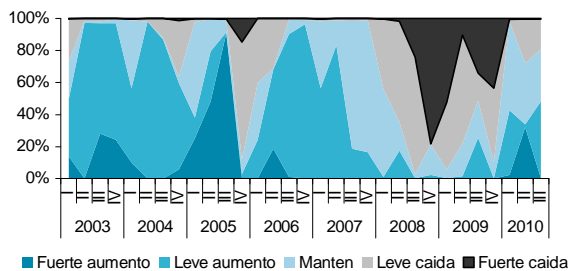
Gran parte de los volúmenes de ventas alcanzados durante el tercer trimestre de 2010 se han logrado a costa de fuertes contracciones en los precios de alquiler de vehículos por la existencia de una mayor flota. Así lo manifiestan el 64,2% de las empresas de alquiler de coches en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, cerrada a 6 de octubre de 2010.

Opinión empresarial sobre los precios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIIT 2010

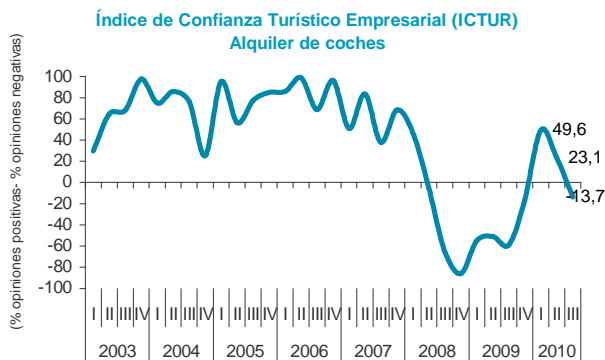


A la negativa tendencia evidenciada en el comportamiento de los precios de alquiler se suma en el tercer trimestre del año una nueva subida en los costes operativos, especialmente en suministros, costes financieros (vinculados con la financiación de las nuevas flotas) y fiscales. Todo ello ha limitado la capacidad de traslación del mejor comportamiento de las ventas en un incremento de similar intensidad en los beneficios empresariales.

Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios
Empresas de Alquiler de Vehículos



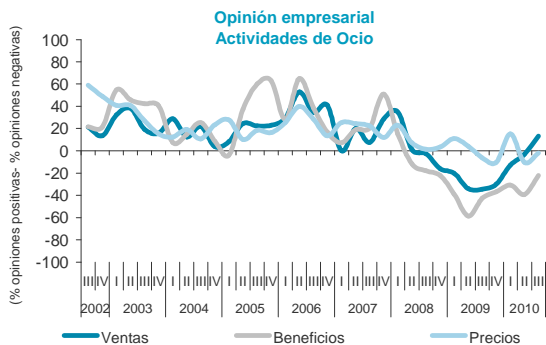
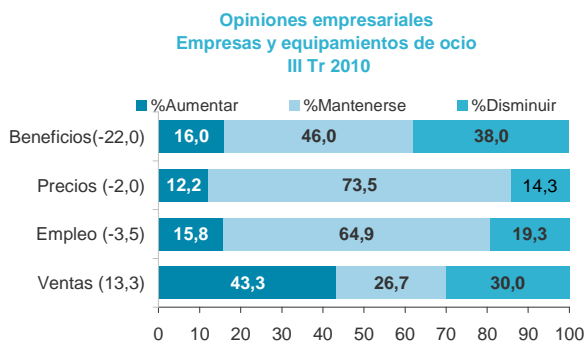
En un contexto de alta volatilidad de la demanda, las principales compañías de alquiler de coches anticipan una desaceleración de los principales indicadores de negocio para el cuarto trimestre, lo que ha generado una caída en el Índice de Confianza Empresarial para las empresas de este subsector de transporte, que vuelve a niveles negativos.



OCIO

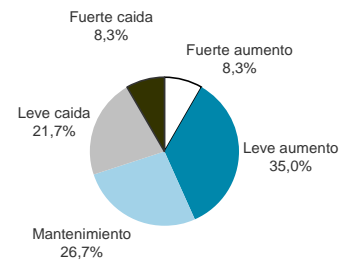
El aumento de las ventas de las empresas relacionadas con el ocio no se ha traducido en un aumento de sus beneficios en el tercer trimestre de 2010

Aunque en el trimestre estival, los destinos turísticos españoles hayan registrado una mayor afluencia de viajeros y un aumento de las pernoctaciones respecto al año 2009, el recorte del gasto en destino en actividades de ocio y la contención de precios, continúan impactando negativamente tanto en las ventas, como sobre todo en los beneficios de las empresas de ocio españolas.

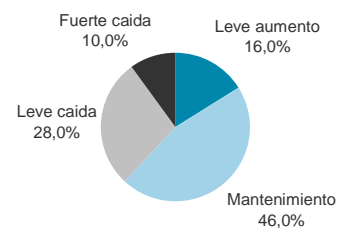


Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, en los meses de julio, agosto y septiembre de 2010 se ha producido un aumento en las ventas en el 43,3% de las empresas de ocio españolas (parques de ocio, museos y monumentos y campos de golf), que no se ha traducido en un incremento en los beneficios; (en un 84% se redujeron o mantuvieron, respecto a los resultados alcanzados en el mismo periodo de 2009).

**Opinión empresarial sobre las ventas
Actividades de ocio. IIIT 2010**



**Opinión empresarial sobre los beneficios.
Actividades de ocio. IIIT 2010**



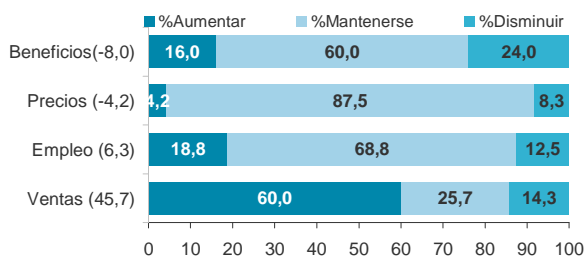
Como ha ocurrido en los trimestres anteriores, la explotación detallada de la Encuesta de Exceltur revela una disparidad de resultados entre los diferentes subsegmentos dentro de las actividades relacionadas con el ocio.

Tan sólo las actividades culturales (museos y monumentos) han evidenciado una importante mejora en entradas vinculada al mayor número de escapadas urbanas, de los extranjeros en la mayor parte y de españoles, y también impulsada por la actividad extraordinaria vinculada a la celebración del año Xacobeo en los museos y monumentos ubicados en toda la zona de influencia del camino.

Como se evidencia en la encuesta, se ha producido una mejora generalizada de las ventas en los museos y monumentos, pero que no se ha podido trasladar a la rentabilidad empresarial de los mismos debido a la contención de los precios.

En concreto, las ventas en el tercer trimestre de 2010 en museos y monumentos han estado por encima de los niveles obtenidos en 2009 en un 60% de los mismos, mientras que los resultados empresariales se han estancado en el 60% de los mismos y han descendido sólo para un 24%.

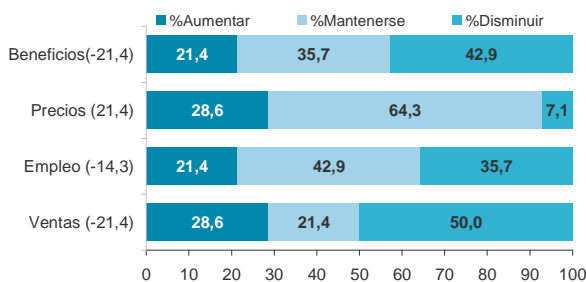
Opiniones empresariales Museos y Monumentos III Tr 2010



Por otro lado, aquellas actividades cuyo disfrute tiene un mayor gasto medio asociado y las más relacionadas con la demanda en zonas vacacionales, han presentado un peor desempeño. Este es el caso de los campos de golf y los parques de ocio.

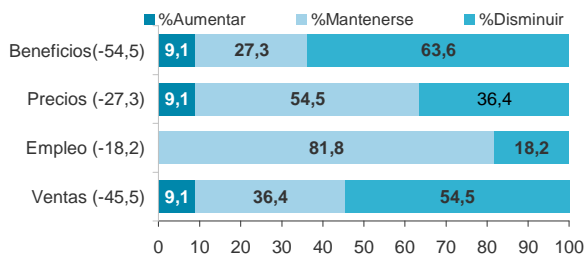
En efecto, el 71,4% de los parques de ocio han experimentado un descenso o mantenimiento interanual en sus ventas y esto se ha traducido en una caída o mantenimiento de la rentabilidad empresarial en el 78,6% en el tercer trimestre de 2010, respecto a los niveles alcanzados en el mismo trimestre de 2009.

Opiniones empresariales Parques Temáticos III Tr 2010



En el caso de los campos de golf, el balance empresarial del verano es incluso más negativo. La demanda no se recupera y el menor gasto en destino, siguen afectado considerablemente a los resultados. En concreto, el 54,5% de los campos de golf experimentaron caídas interanuales de sus ventas en el tercer trimestre de 2010, trasladándose en el 63,6% de los mismos en una caída interanual de la los beneficios empresariales.

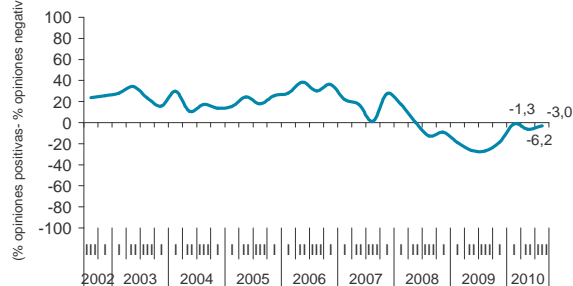
Opiniones empresariales Campos de golf III Tr 2010



Las expectativas de cara al último trimestre del año 2010 entre los profesionales del subsector de ocio se mantienen en negativo, lo que refleja la inquietud sobre

el devenir del cuarto trimestre. El Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para las actividades relacionadas con el ocio en octubre de 2010 presenta un valor de -3,0, mejorando algo sobre el -6,2 alcanzado en julio de 2010.

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) Actividades de ocio

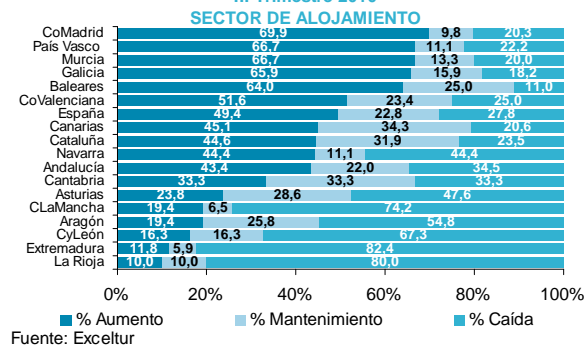


TENDENCIAS POR DESTINOS

El verano de 2010 se cierra con un balance positivo en términos de ventas en los principales destinos del litoral Mediterráneo y las Islas, en los destinos urbanos vinculados al turismo vacacional (entre los que destacan San Sebastián y Barcelona), en Galicia gracias al tirón del Xacobeo y en Madrid.

Tras un verano de 2009 que resultó especialmente negativo en el devenir de la actividad turística, los meses de temporada alta de 2010 dejan tras de sí un mejor comportamiento de los principales indicadores turísticos en los destinos españoles, más en términos de afluencia que en clave de rentabilidad empresarial.

Opinión empresarial sobre las ventas III Trimestre 2010

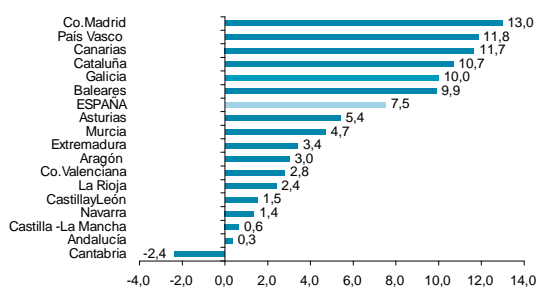


El singular repunte de la demanda extranjera incide positivamente en los principales destinos urbanos y en los vacacionales de sol y playa.

Las comunidades de Murcia, Baleares y Canarias son las que más se benefician del tirón del turismo extranjero. En concreto, los datos recogidos en la Encuesta de

Opinión Empresarial de Exceltur evidencian un incremento en las ventas para el 66,7% de los empresarios de Murcia, el 64,0% de los empresarios de Baleares y para el 45,1% de los empresarios de canarios. En esta misma línea, la información publicada en la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del INE confirma el mejor comportamiento de la demanda hacia los destinos turísticos de estas tres comunidades, lo que se ha traducido en un crecimiento interanual, en el acumulado de junio a agosto, del 4,7%, del 9,9% y del 11,7%, respectivamente. Y es que, la ligera mejoría experimentada por las economías de los principales mercados emisores, así como la desviación de flujos de demanda paquetizados desde los destinos del mediterráneo oriental en situación de overbooking, han derivado en un repunte de la demanda extranjera hacia los destinos de sol y playa españoles.

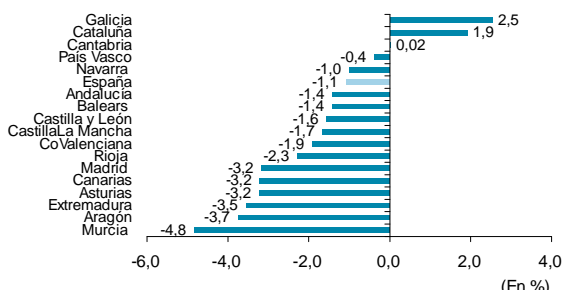
Pernoctaciones hoteleras del total de la demanda por CC.AA. de destino
Var % Jun-Ago 2010/2009



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE. (Tasa de variación en %)

No obstante, un trimestre más, la continuidad en las campañas de descuentos y ofertas en precios ha limitado la capacidad de traslación del mayor volumen de ventas en incrementos similares de los resultados empresariales. Este hecho, ha sido especialmente determinante en el devenir de la actividad turística en Murcia, Canarias y Baleares donde la contracción en las precios en el 4,8%, 3,2% y el 1,4%, respectivamente, unido al aumento en los costes operativos ha traído consigo un nuevo empeoramiento de los beneficios para el 46,7% de los empresarios murcianos, el 54,9% de los empresarios canarios y el 49,5% de los empresarios de Baleares.

Índice de Precios Hoteleros por CCAA.
Jun-Ago 2010/2009. Tasa variación interanual (%)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

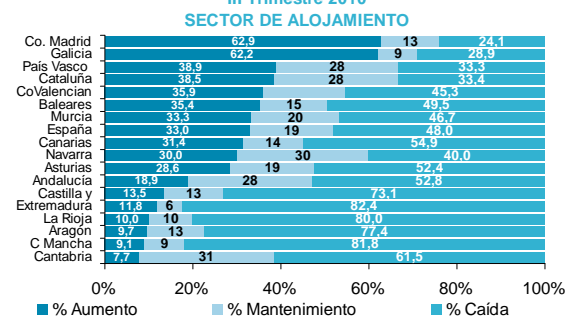
En Andalucía, sin embargo, la debilidad de la demanda hacia los destinos urbanos, salvo Málaga, y la falta de traslación de la mejora de las ventas en los principales destinos de costa en un mejor desempeño en clave de beneficios empresariales, se ha concretado en una nueva caída de los resultados para el 52,8% de los empresarios andaluces. Tan sólo determinados destinos de la Costa del Sol, de la Costa de la Luz de Cádiz, y de la Costa de Almería han manifestado un mejor desempeño de su

actividad turística respecto a los negativos registros de 2009.

En la Comunidad Valenciana y Cataluña el mejor comportamiento experimentado por sus destinos de costa, especialmente Benidorm en Alicante y los destinos turísticos de la costa Daurada, costa del Maresme y costa del Garraf, junto con el tirón de las grandes ciudades (Valencia y Barcelona) vinculado al atractivo y diversificación de productos vacacionales y de ocio (turismo cultural, turismo náutico, turismo de cruceros, etc.), ha derivado en una mejora de la derrama turística en ambas comunidades.

En concreto, la mayor afluencia de turistas se ha dejado sentir en el nivel de pernoctaciones hoteleras que, durante los meses de junio a agosto, experimentaron un crecimiento interanual del 2,8% en los destinos valencianos y del 10,7% en Cataluña. Por su parte, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur refleja un incremento en las ventas en el 51,6% de los empresarios valencianos y en el 44,6% de los empresarios catalanes. En términos de rentabilidad empresarial, la incorporación de nuevas plazas en el mercado y los consiguientes efectos sobre los niveles de ocupación en Cataluña, y las nuevas reducciones en los precios en el caso de la Comunidad Valenciana, han condicionado los beneficios en ambos destinos en los meses de temporada alta, que tan sólo evidencian una mejora interanual en el 38,5% de los empresarios de Cataluña y en el 35,9% de los empresarios valencianos.

Opinión empresarial sobre los beneficios
III Trimestre 2010



Fuente: Exceltur

El País Vasco y Galicia son los destinos de la cornisa cantábrica que registran un mejor comportamiento durante el verano.

La combinación de un mix de producto diferenciado basado en motivaciones específicas como la práctica del surf, la gastronomía, la enología, la cultura, etc. unido a la optimización de las políticas de promoción, ha traído consigo una mejora en el devenir de la actividad turística de los principales destinos del País Vasco, durante este verano de 2010, tanto en la costa (de Guipúzcoa y de Vizcaya) como en las principales ciudades (Vitoria, San Sebastián y Bilbao). Este mejor comportamiento de la derrama turística se ha dejado sentir con una mayor intensidad en términos de afluencia que en términos de rentabilidad, fruto de la aplicación de nuevas reducciones en los precios. Con todo, las opiniones empresariales recogidas en la encuesta de clima turístico de Exceltur evidencian una mejora de las ventas en el 66,7% de las

empresas vascas que se trasladan en una mejora de resultados en el 38,9% de los casos.

Por su parte, los destinos de Galicia, principalmente Santiago de Compostela, se han visto beneficiados por el impulso de la demanda, tanto nacional como extranjera, con motivo de la celebración del año Xacobeo. Durante los meses de junio, julio y agosto, coincidiendo con el periodo vacacional en los principales mercados emisores y con una climatología favorable, el número de viajeros que visitaron los hoteles gallegos se incrementó un 12,3% según los datos publicados por la EOH del INE, dando lugar a un crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras del 10,0%, respecto a los registros de 2009. Los resultados recogidos en la encuesta de clima turístico de Exceltur confirman el buen comportamiento de la demanda hacia los destinos gallegos durante los meses de julio, agosto y septiembre, que se concretó en un aumento de las ventas en el 65,9% de los empresarios turísticos. El buen comportamiento de los productos diferenciados y las mejores ocupaciones con motivo del Año Santo han derivado en una ligera subida de los precios, que ha permitido al 62,2% de los empresarios gallegos percibir un aumento en sus beneficios durante los meses de verano.

Dando continuidad a la tendencia observada en el segundo trimestre de 2010, la Comunidad de Madrid avanza durante los meses de verano hacia la recuperación de las fuertes caídas experimentadas en su derrama turística durante 2009. Un año después de que la crisis económica internacional golpeará con fuerza a las empresas que configuran el entramado turístico de la capital, los principales indicadores, tanto de demanda como de rentabilidad, evidencian mejoras sustanciales en el devenir de la actividad del sector. La creciente diversificación de la oferta de Madrid, que no sólo se encuentra vinculada al turismo de negocios sino también al desarrollo de nuevos productos turísticos dirigidos al turismo familiar e idiomático, así como la puesta en valor de una amplia variedad de atractivos culturales y de ocio, han ejercido de principales elementos dinamizadores de la demanda, tanto nacional como extranjera. En este sentido, a tenor de los datos publicados en la EOH del INE, el nivel de pernoctaciones hoteleras experimentó un incremento del 13,0% en el acumulado de junio a agosto respecto al mismo periodo de 2009. En esta misma línea, la encuesta de clima turístico de Exceltur pone de manifiesto que el 69,9% de los empresarios madrileños reflejaron, en los meses de julio, agosto y septiembre, un incremento en las ventas, que en el 62,9% de los casos se ha traducido en un aumento de los beneficios.

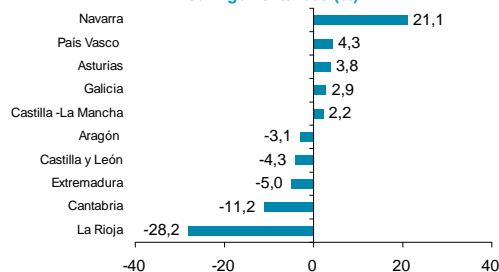
La actividad turística en destinos de interior y Cantabria, salvo en Santander, se resiente fruto del menor dinamismo de la demanda nacional.

La mayor preferencia de la demanda nacional por destinos de costa y por destinos internacionales durante los meses de verano ha repercutido negativamente en los destinos de interior condicionando la recuperación de la actividad turística en las comunidades de Cantabria, Castilla-La Mancha, Aragón, La Rioja, Extremadura y Castilla y León, donde más del 60% de los empresarios han evidenciado nuevas caídas en sus beneficios durante los meses de julio, agosto y septiembre.

Únicamente, y vinculado al turismo rural, destinos de la España Verde, salvo Cantabria, Castilla-La Mancha y Navarra han experimentado un mejor comportamiento en

términos de demanda, con un incremento interanual en el nivel de pernoctaciones respecto a los registros de 2009, a costa de nuevas caídas en los precios, lo que ha impedido su traslación en beneficios.

Comportamiento de las pernoctaciones de alojamiento de turismo rural Jul-Ago 2010/2009 (%)



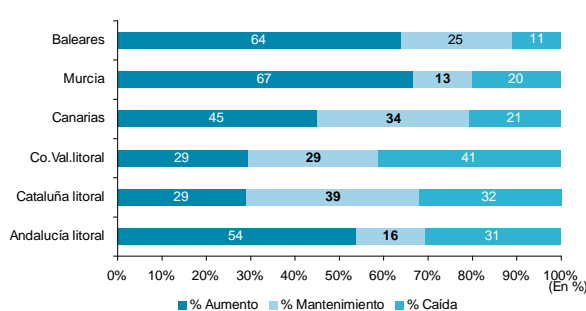
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOTR (INE)

DESTINOS VACACIONALES

La isla de Fuerteventura en Canarias, Ibiza y Menorca en Baleares, destinos de la costa Dorada y Benidorm en la costa Blanca son los que presentan un mejor comportamiento de la actividad turística durante el verano de 2010.

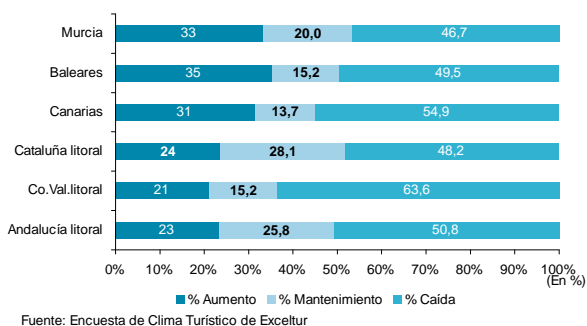
Los meses de junio, julio y agosto, ponen de manifiesto los buenos resultados obtenidos por aquellos destinos turísticos con un producto diferenciado y que han optado por la cualificación de sus espacios turísticos, frente a la baja rentabilidad que se logra en los destinos con problemas de madurez y obsolescencia de su oferta turística.

Opiniones empresariales. Destinos costa Var % en Ventas IIIT 2010/IIIT 2009

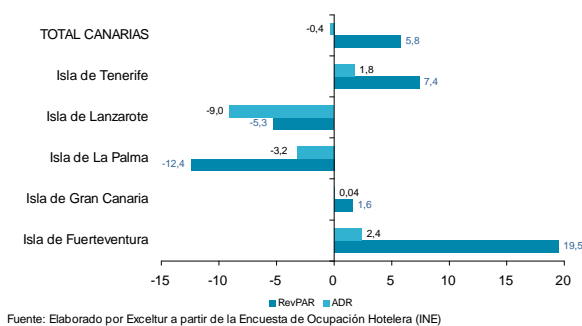


Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

Opiniones empresariales. Destinos costa
Var % en Beneficios IIIT 2010/IIIT 2009



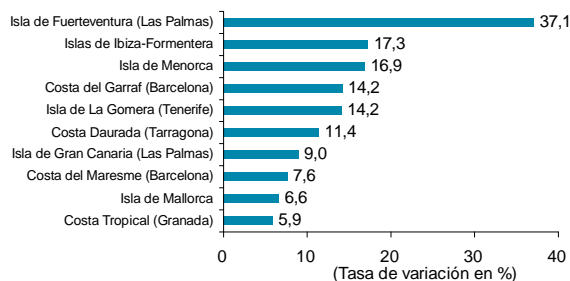
ADR y RevPAR TOTAL HOTELES
CANARIAS
Tv Acumulada Jun-Ago 2010/2009



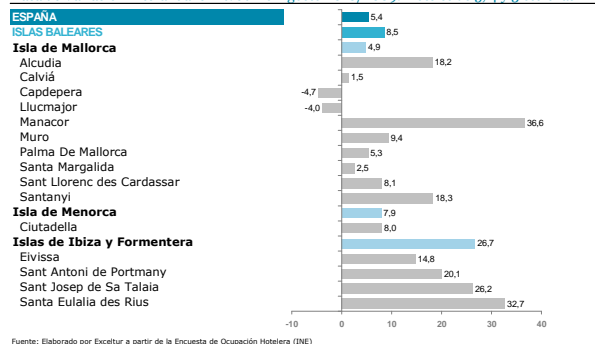
En **Canarias**, la mayor afluencia de turistas, unido al leve incremento de los precios, ha permitido a determinados destinos mejorar su derrama turística. Tal es el caso de la Isla de Fuerteventura, donde el fuerte tirón de la demanda y el leve repunte de la tarifa media diaria ha derivado, en el acumulado de junio a agosto, en un aumento del RevPAR (ingreso medio por habitación disponible) del 19,5% en los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas respecto a los bajos niveles alcanzados en 2009. Lo mismo ocurre, aunque con menor intensidad, en los nuevos productos hoteleros del sur de la isla de Tenerife y de Gran Canaria, donde el incremento interanual en el número de pernoctaciones hoteleras del +5,8% y del 9,0%, respectivamente, han traído consigo sendos aumentos del 7,4% y del 1,6% en el nivel de ingresos hoteleros.

Por su parte, el impulso de la demanda extranjera ha tenido un impacto especialmente positivo en las islas **Baleares**. En concreto, las islas de Ibiza-Formentera, Menorca y Mallorca han cerrado su temporada alta con un incremento en el número de pernoctaciones del 17,3%, 16,9% y del 6,6%, respectivamente, y una mejora interanual del RevPAR del 26,7%, 7,9% y 4,9%, tras las fuertes caídas sufridas en el verano de 2009. Tan sólo aquellos destinos con acuciantes problemas de declive en sus espacios turísticos continúan evidenciando nuevas pérdidas de rentabilidad, como es el caso de Lluçmajor en la Playa de Palma, con una caída del RevPAR del 4,0% respecto a los ya bajos niveles del pasado verano.

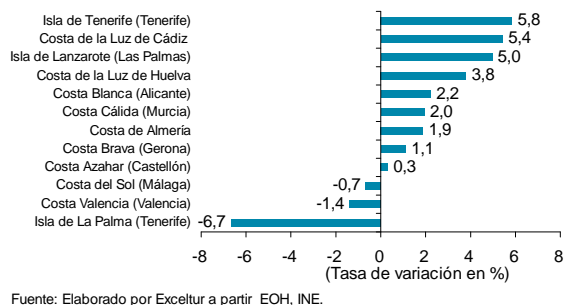
Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por
Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Jun-Ago 2010/2009



RevPAR en C (Ingreso por habitación disponible) en destinos de COSTA
Tasa de Variación Interanual en % Junio-Agosto 2010/2009. Hoteles de 5, 4 y 3 estrellas



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por
Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Jun-Ago 2010/2009

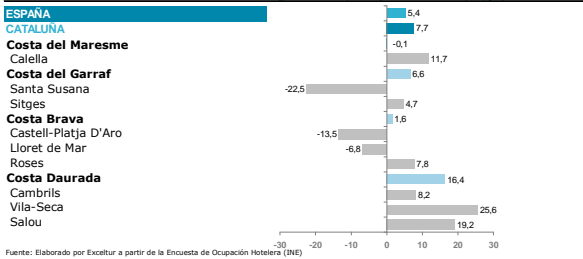


Entre los destinos de litoral de **Cataluña** y de la **Comunidad Valenciana** que han registrado un mayor repunte de los ingresos turísticos destacan: destinos de la Costa Daurada (con Vila Seca, +25,6%, y Salou, +19,2%, a la cabeza), de la Costa del Garraf y del Maresme (vinculada al tirón de la ciudad de Barcelona) en Cataluña, así como de la Costa Blanca, principalmente Benidorm (+8,3%), y la Costa de Azahar, gracias al mejor comportamiento de Peñíscola (+9,1%).

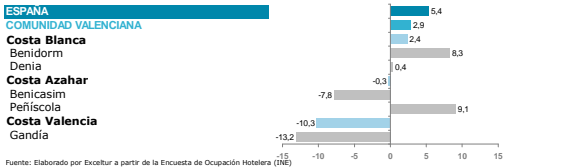
La isla de Lanzarote, si bien ha manifestado un crecimiento de la demanda del 5,0% durante los meses de verano, continúa acumulando caídas en el nivel de ingresos por habitación disponible motivadas por el peor comportamiento de puntos turísticos como Yaiza, que ha evidenciado una nueva contracción del RevPAR del 16,2%, o Teguiise (-2,9%) respecto a los registros de 2009.

No obstante, a pesar del mejor desempeño en términos de facturación e ingresos, los mayores costes operativos repercutidos por las empresas del sector en el desarrollo de su actividad, han limitado la capacidad de recuperación de las rentabilidades empresariales. En concreto, las valoraciones empresariales recogidas en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur ponen de manifiesto que durante los meses de julio, agosto y septiembre el 48,2% de empresarios catalanes y el 63,6% de los valencianos experimentaron nuevas caídas en sus beneficios, respecto a los registros de 2009.

RevPAR en € (Ingreso por habitación disponible) en destinos de COSTA
Tasa de Variación Interanual en %. Junio-Agosto 2010/2009. Hoteles de 5, 4 y 3 estrellas



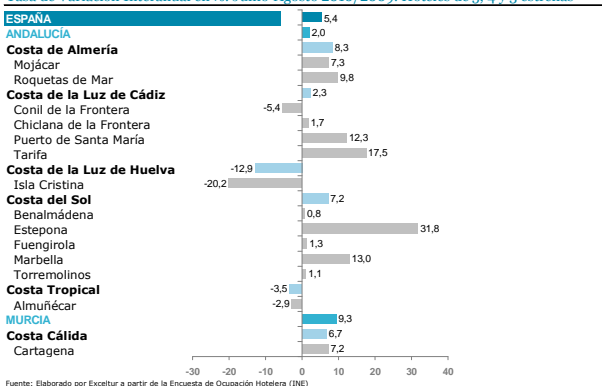
RevPAR en € (Ingreso por habitación disponible) en destinos de COSTA
Tasa de Variación Interanual en %. Junio-Agosto 2010/2009. Hoteles de 5, 4 y 3 estrellas



El devenir de la actividad turística en Andalucía y Murcia ha mostrado un comportamiento desigual en función del destino turístico y el producto ofertado. En este contexto, destinos con una oferta de alto valor añadido y un producto diferenciado han comenzado a recuperar las fuertes caídas experimentadas durante el verano de 2009, situándose a la cabeza en términos de ingresos por habitación disponible, mientras que aquellos destinos con síntomas de madurez de su modelo turístico, si bien evidencian mejoras interanuales, se sitúan en niveles inferiores a la media nacional.

Así, durante el verano de 2010 y a tenor de la información disponible en la EOH del INE para el acumulado de junio a agosto, destinos como Tarifa en Cádiz así como en Marbella y Estepona en Málaga han experimentado una mejora interanual del 17,5%, del 13,0% y del 31,8% en el ingreso por habitación disponible (RevPAR) en hoteles de 5, 4 y 3 estrellas, alcanzando niveles cercanos o superiores a los 100 euros. Sin embargo, destinos como Mojácar en la Costa de Almería o destinos de la Costa Cálida en Murcia, si bien han manifestado entre julio y septiembre de 2010 una mejoría respecto a los registros de 2009, el RevPar no superó los 54 euros por habitación disponible, en plena temporada alta.

RevPAR en € (Ingreso por habitación disponible) en destinos de COSTA
Tasa de Variación Interanual en %. Junio-Agosto 2010/2009. Hoteles de 5, 4 y 3 estrellas



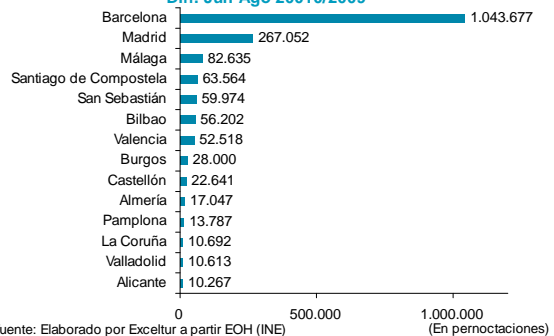
DESTINOS URBANOS

Las ciudades con playa (como Barcelona, San Sebastián o Málaga), aquellas vinculadas a eventos singulares (como Santiago de Compostela) y Madrid, protagonizan el favorable balance de los destinos urbanos durante el verano

En un trimestre marcado por la menor actividad empresarial, son las ciudades próximas al mar, vinculadas con un turismo vacacional de sol y playa, así como Santiago de Compostela, en plena celebración del Xacobeo, y Madrid las que permiten mantener, aunque a un ritmo menor, la positiva dinámica observada en trimestres anteriores por los destinos urbanos.

Pernoctaciones en hoteles urbanos

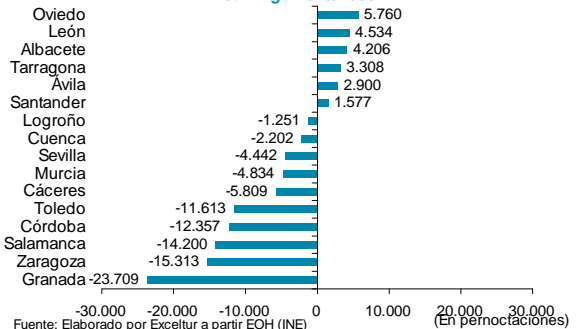
Diff. Jun-Ago 20010/2009



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Pernoctaciones en hoteles urbanos

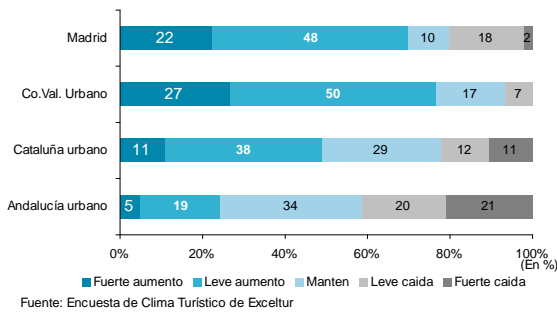
Diff. Jun-Ago 2010/2009



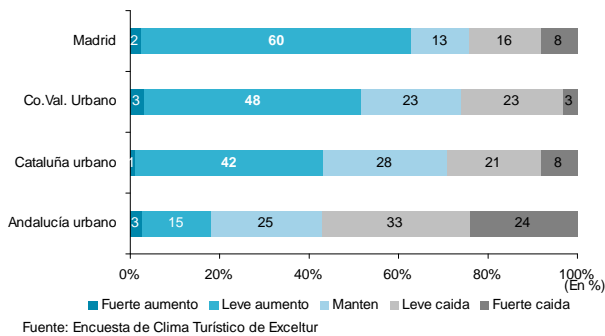
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Los resultados recogidos en la encuesta de clima turístico empresarial de Exceltur, explotados de un modo específico para los alojamientos urbanos en los destinos más representativos, constatan el mejor comportamiento de los destinos urbanos durante el tercer trimestre del año, respecto a los negativos registros de 2009. En efecto, durante los meses de julio, agosto y septiembre, el 77% de los empresarios de hotelería urbana de la Comunidad Valenciana, el 70% de de la Comunidad de Madrid y el 49% de Cataluña, percibieron un aumento interanual en sus ventas, que se tradujeron en mejores resultados empresariales en el 51%, en el 62% y en el 43% de los casos, respectivamente.

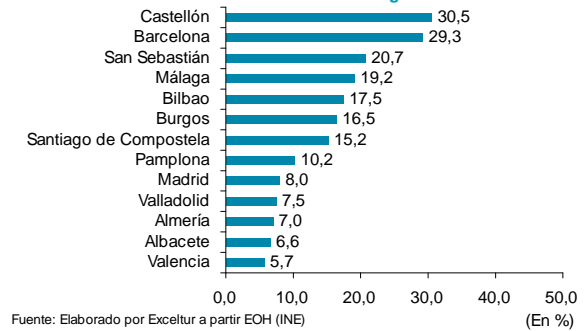
Opiniones empresariales. Destinos urbanos
Var % en Ventas IIIT 2010/IIIT 2009



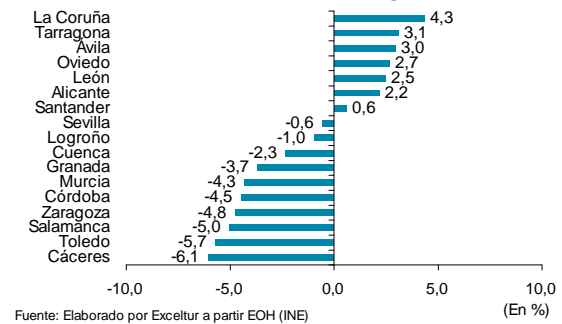
Opiniones empresariales. Destinos urbanos
Var % en Beneficios IIIT 2010/IIIT 2009



Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Jun-Ago 2010/2009



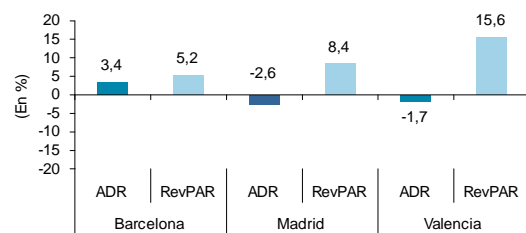
Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Jun-Ago 2010/2009



Durante los meses de verano, motivado por el repunte de la demanda internacional así como a la disposición de un producto diferenciado y a la apuesta por la renovación de los espacios urbanos, importantes urbes españolas como **Barcelona, Madrid y Valencia** experimentan un incremento interanual del volumen de pernoctaciones hoteleras del 29,3%, 8,0% y 5,7%, respectivamente, respecto a los bajos niveles alcanzados en el mismo periodo de 2009.

Y es que el avance de la demanda ha permitido a ciudades como Barcelona experimentar ligeras mejoras en su tarifa media diaria (ADR), mientras que en Madrid y Valencia ha logrado compensar la nueva vuelta de tuerca a la política de reducción de tarifas aplicada en los principales establecimientos de ambas ciudades, teniendo como resultado un aumento en el ingreso medio por habitación disponible del 5,2%, del 8,4%, del 15,6%, respectivamente.

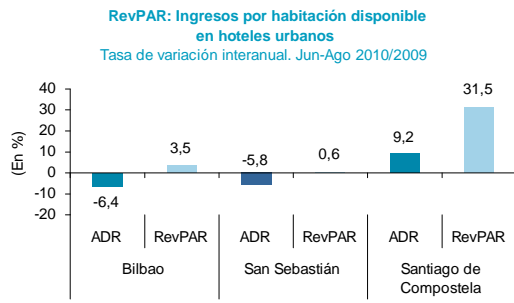
RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Jun-Ago 2010/2009



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

Por su parte, destinos urbanos del norte de España como **San Sebastián y Bilbao** en el País Vasco, con una oferta de un marcado valor añadido vinculada a elementos motivacionales (gastronomía, cultura, etc.), y **Santiago de Compostela**, gracias al tirón de la celebración del año Xacobeo, cierran el verano con un balance positivo en el devenir de su actividad turística. En concreto, la demanda hacia estos destinos, medida en base al número de pernoctaciones hoteleras, experimentó un crecimiento interanual del 20,7% en San Sebastián, del 17,5% en Bilbao y del 15,2% en Santiago de Compostela, en el acumulado de junio a agosto. No obstante, la persistente reducción de precios en los destinos del País Vasco ha condicionado, una vez más, el traslado de este mejor desempeño de la demanda en un mayor nivel de ingresos de los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas, que tan sólo crecieron

un 0,6% y un 3,5% respecto a 2009, mientras que en Santiago de Compostela el RevPar creció un 31,5%, hasta situarse en los 71,6€ por habitación disponible.



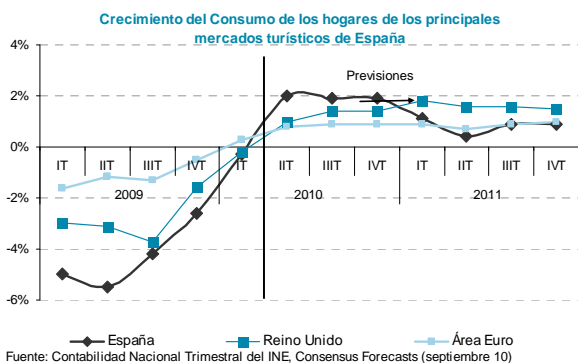
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

Otoño de transición ¿nueva desaceleración o un paso más hacia la recuperación?

A. CONDICIONANTES GENERALES

Mejores perspectivas macroeconómicas en Europa sin despejarse aún las incógnitas sobre su fortaleza y continuidad en el tiempo

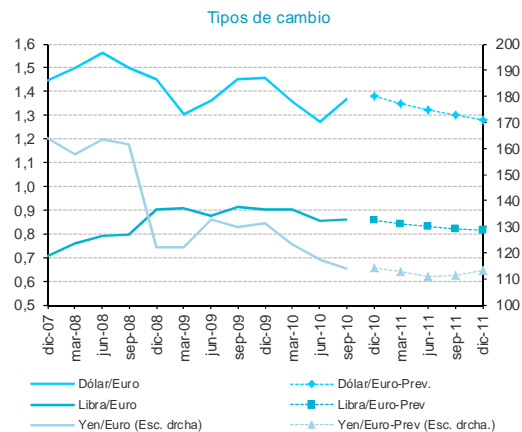
La ligera mejoría en los niveles de consumo de las familias de nuestros principales mercados, con la salvedad del español, que explican el repunte de afluencia a España en el tercer trimestre no tiene visos de agotarse a corto plazo, según se desprende del consenso de los analistas, que han revisado algo al alza las previsiones que mantenían a finales del primer semestre de este año 2010 sobre el devenir de lo que queda del año. Hasta que acaben de implantarse las medidas fiscales anunciadas para 2011 y mientras continúe la recuperación del comercio internacional, es de esperar que se mantenga una tendencia de ligero aumento de los flujos turísticos hacia España procedentes del extranjero, tanto en el segmento vacacional de escapadas, como en el de negocios, lo que debería materializarse en un cuarto trimestre de 2010 en línea con lo experimentado en el verano; es decir crecimientos de la demanda extranjera sin grandes alegrías por parte de la demanda española.



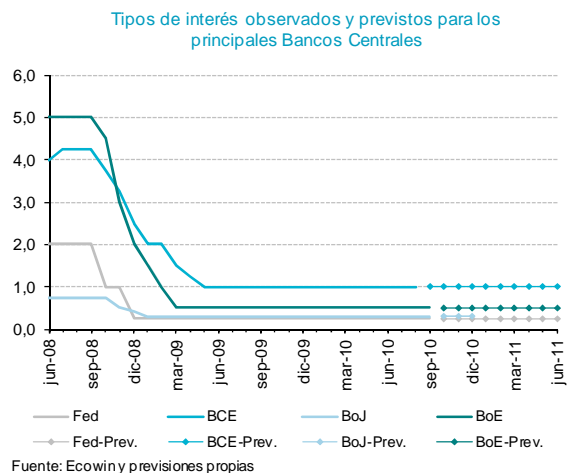
A pesar de que se mantiene la incertidumbre sobre la fortaleza de la recuperación económica internacional, el menor número de sobresaltos que se han producido durante los últimos dos meses en el contexto económico internacional ha dotado de una mayor estabilidad a algunos de los indicadores clave que pueden afectar al desempeño del sector turístico en los próximos meses. Tan sólo una excesiva apreciación del euro frente al resto de monedas por la reciente “guerra de divisas” puede

introducir un factor negativo adicional a la propia debilidad de la demanda turística. Por el contrario ni para los tipos de interés, ni para los precios del petróleo se esperan importantes cambios a corto plazo.

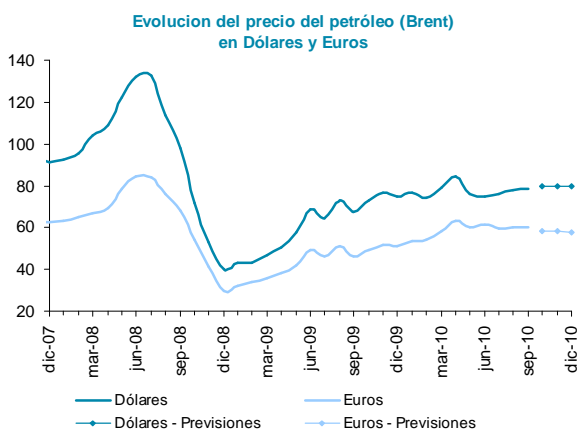
1. Los analistas no descuentan mayores variaciones de los tipos de cambio del euro respecto al dólar y la libra para los próximos meses que puedan condicionar los flujos turísticos. Tras el episodio de apreciación del euro respecto al dólar y la libra de este verano no se esperan grandes variaciones respecto a los valores de mediados de este mes de octubre en lo que queda de año, encontrándose todavía más de un 10 % por debajo del tipo de cambio de comienzos de año. En cualquier caso, los analistas alertan sobre la superación de los 1,40-1,45 dólares por euro, por cuanto incrementaría la posibilidad de que se vean de nuevo en el corto plazo los máximos de cotización cercanos a los 1,60 dólares por euro, lo que perjudicaría los destinos españoles que compiten con los dolarizados en estos meses como Canarias, así como las salidas a Europa del mercado americano.



2. No se prevén cambios significativos en los tipos de interés a corto plazo. Las condiciones macroeconómicas de necesidad de inyectar liquidez al sistema para hacer fluir el crédito y las reducidas presiones inflacionistas incidirán en un mantenimiento de los tipos de interés de referencia en los reducidos valores actuales, lo que ha de seguir ayudando a impulsar la recuperación económica.



3. Se espera que el precio del petróleo se mantenga fluctuando en sus niveles actuales, aunque su factura en euros se haya reducido favorablemente para las compañías de transporte europeas por la reciente apreciación del euro. Mientras no haya visos de una mayor fortaleza de la recuperación económica, el precio del crudo debiera oscilar en dólares en sus valores actuales.



Fuente: Elaboración propia a partir de Ecwin y Consensus Forecast

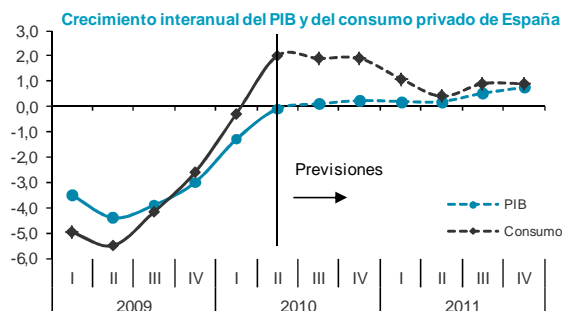
B. PERSPECTIVAS MACROECONÓMICAS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

España

Dentro de unos meses con un calendario más favorable para las escapadas de fin de semana respecto al año pasado, la debilidad que muestra todavía el consumo de las familias españolas no permite ser optimista respecto a su comportamiento durante el cuarto trimestre.

Tras el descenso de los últimos meses, la confianza de los consumidores españoles sigue situada en los mismos niveles que en septiembre de 2009. A ello contribuye

adicionalmente la situación del mercado laboral, con más de 4 millones de desempleados, cifra que los analistas no anticipan que vaya a empezar a disminuir hasta 2011, así como la subida de impuestos con el IVA a la cabeza.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la CNT (INE). Previsiones Afi

En este escenario y tal y como se espera para el conjunto del consumo de los españoles, todo hace pensar que su gasto turístico seguirá debilitándose en los próximos meses como lo ha venido haciendo desde el verano, tal y como muestran todos los indicadores.

Reino Unido

Las perspectivas turísticas para el cuarto trimestre de 2010 y primer trimestre de 2011 apuntan a que el mercado emisor británico seguirá mejorando, a medida que el crecimiento económico se mantenga o refuerce, con unos resultados más positivos para el consumo de las familias, según descuenta el consenso de analistas.

Esta recuperación, no obstante, será aún muy débil, no siendo esperable ritmos de crecimiento de la entrada de turistas británicos elevados. De nuevo los principales problemas pueden venir de una posible ralentización económica mundial y de los fuertes paquetes de reducción del déficit fiscal, a la vez que de un mercado laboral que sigue sin reaccionar significativamente.

| | Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2009-2010) | | | | | | | | | |
|-------------|---|-------------|-------|----------|------------------------|-------------|-------|----------|------------------|----------|
| | PIB (a) | | | | Consumo privado (a)(b) | | | | Tasa de Paro (c) | |
| | 2010TIII (p) | 2010TIV (p) | 2009 | 2010 (p) | 2010TIII (p) | 2010TIV (p) | 2009 | 2010 (p) | 2009 | 2010 (p) |
| Alemania | 3,5% | 3,6% | -4,7% | 3,2% | 0,5% | 1,0% | -0,1% | -0,1% | 8,2% | 7,9% |
| España | -0,1% | 0,1% | -3,7% | -0,3% | 1,0% | 0,9% | -4,3% | 0,9% | 18,0% | 20,1% |
| Francia | 1,8% | 1,6% | -2,5% | 1,6% | 1,6% | 0,8% | 0,6% | 1,4% | 9,1% | 9,4% |
| Italia | 1,1% | 1,4% | -5,1% | 1,1% | 0,1% | 0,3% | -1,8% | 0,5% | 7,8% | 8,4% |
| Holanda | 2,0% | 1,7% | -3,9% | 1,7% | 1,2% | 1,2% | -2,5% | 0,6% | 4,9% | 5,7% |
| Portugal | n.d | n.d | -2,6% | 1,6% | n.d | n.d | -0,4% | 2,9% | 9,1% | 10,6% |
| Reino Unido | 2,4% | 2,6% | -5,0% | 1,6% | 1,4% | 1,4% | -3,3% | 0,9% | 4,7% | 4,9% |
| Zona Euro | 1,8% | 1,9% | -4,0% | 1,6% | 0,9% | 0,9% | -1,1% | 0,7% | 9,4% | 10,0% |
| EE UU | 3,0% | 2,4% | -2,6% | 2,7% | 1,7% | 2,0% | -1,2% | 1,6% | 9,3% | 9,7% |
| China | 10,0% | 9,5% | 8,5% | 10,5% | n.d | n.d | 15,5% | 16,5% | 4,5% | 4,2% |
| Japón | 2,9% | 2,0% | -5,2% | 2,9% | 1,8% | 0,8% | -1,1% | 1,9% | 5,1% | 5,0% |

(a) Tasa de crecimiento interanual

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

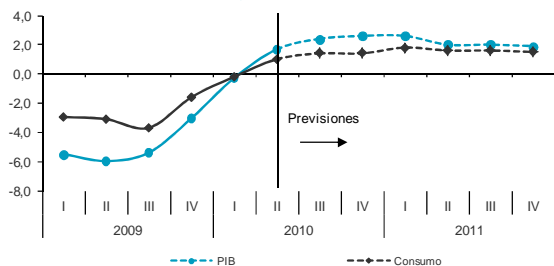
(c) Porcentaje de la población activa

(p) Previsión

Fuente: AFI, Comisión Europea y Consensus Forecast (septiembre 2010)

Otros elementos adicionales que podrían afectar el desenvolvimiento de este mercado emisor son los problemas asociados a los repuntes en la inflación que podrían limitar el uso de bajos tipos de interés. Especial mención merece, por sus dañinos efectos sobre los ingresos y capacidad de comercialización de numerosos hoteles españoles, los recientes problemas de liquidez de importantes tour operadores.

Crecimiento interanual del PIB y del consumo privado de Reino Unido precios constantes

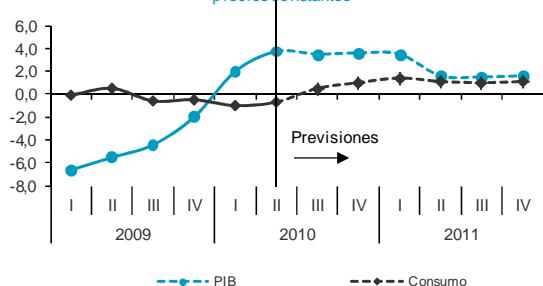


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Ecowin y Consensus Forecasts de junio.

Alemania

Las perspectivas para el cuarto trimestre de 2010 y primer trimestre de 2011 apuntan a un mantenimiento de los buenos resultados del segundo y tercer trimestre del año. A pesar de la intensificación de medidas para limitar el déficit fiscal alemán, no se espera que se produzca un importante cambio de tendencia en las mejoras constatadas de la economía alemana en términos de consumo de las familias y su traslación sobre los viajes al exterior. Más peligroso pudiera ser una leve recaída general del crecimiento mundial, y en particular de China y Estados Unidos, como algunos analistas empiezan a apuntar tras el conocimiento de varios indicadores adelantados que están mostrando algunos síntomas de debilidad en el corto plazo.

Crecimiento interanual del PIB y del consumo privado de Alemania precios constantes



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Ecowin y Consensus Forecasts de junio.

Francia

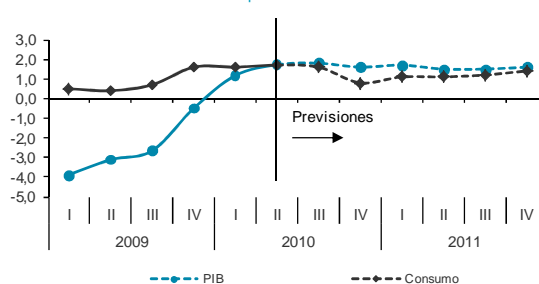
Los avances producidos en el mercado laboral han favorecido la recuperación del gasto privado de las familias francesas en un entorno de mayor confianza del consumidor. Los próximos meses, sin embargo, estarán marcados por el mantenimiento o superación del clima de contestación ante las medidas de reducción del déficit fiscal aplicadas y de los planes de reforma de los

derechos de pensión, que ya ha provocado cinco huelgas de servicios públicos.

Aunque hasta ahora el impacto sobre la llegada de turistas no ha sido importante, lo cierto es que el transporte aéreo se ha empezado a ver afectado con mayor intensidad provocando la cancelación de vuelos, no sólo con destino u origen en España, sino también de muchos de aquellos que atraviesan el espacio aéreo francés.

Estos hechos, junto con el impacto sobre la renta disponible de las primeras medidas para contener el déficit, pueden provocar una mayor debilidad en el consumo turístico de los franceses, que se debería dejar notar en una desaceleración de sus ritmos de crecimiento en los indicadores de afluencia, pernoctaciones y gasto en España durante los próximos meses.

Crecimiento interanual del PIB y del consumo privado de Francia precios constantes



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Ecowin y Consensus Forecasts de junio.

Italia

La economía italiana muestra síntomas de recuperación, que no debiera trancar en los próximos meses el buen comportamiento de sus salidas al exterior. Estos condicionantes macroeconómicos junto con las excelentes conexiones aéreas con los destinos españoles y el atractivo de la oferta cultural española debieran ser suficientes para mantener el dinamismo de su comportamiento turístico en España para el cuarto trimestre de 2010.

C. EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA EL CUARTO TRIMESTRE DE 2010

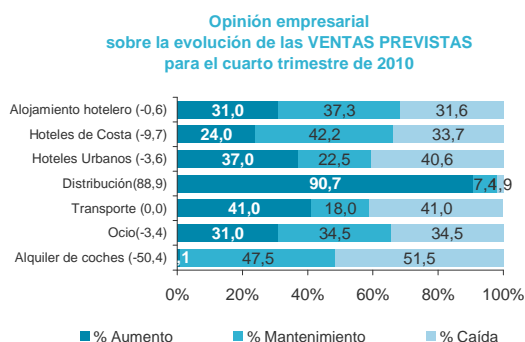
Los empresarios turísticos descuentan un cuarto trimestre de 2010 donde esperan mejorar levemente sus resultados más por reducción de costes y ganancias en eficiencia que por incrementos en sus ventas

Las empresas turísticas españolas no esperan que se mantenga la intensidad del repunte experimentado por la demanda durante los meses de verano, descontando un cuarto trimestre algo más complejo que el reciente periodo estival. Así, salvo en el caso de los grandes grupos de agencias de viajes y como ha sucedido durante los últimos meses por su acceso a la cuota dejada por Marsans y el resto de pequeñas agencias que han cerrado, en el resto de subsectores es mayor el porcentaje que espera que el cuarto trimestre los niveles de ventas desciendan respecto a los que descuentan nuevos aumentos, según se desprende de los resultados de la

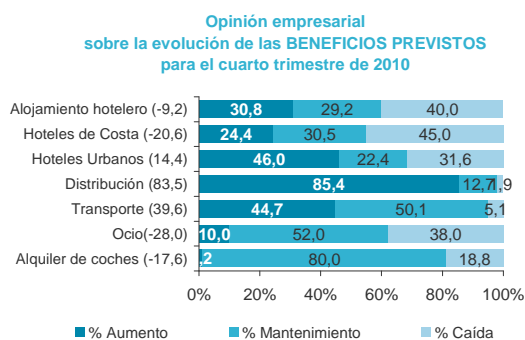
Encuesta de Clima Turístico empresarial de EXCELTUR cerrada el pasado 6 de octubre.

Para estos próximos meses de otoño y comienzo del invierno el 41,0% de las empresas de transporte espera que se produzca una reducción en sus niveles de ventas respecto al cuarto trimestre de 2009, con un 51,5% en el caso de las compañías de alquiler de coches. Se trata de una tendencia que se observa igualmente en las perspectivas de los hoteles urbanos, donde el porcentaje que espera que las ventas desciendan alcanza el 40,6%, mientras en los vacacionales y a pesar de no ser su temporada alta, priman los empresarios que descuentan niveles de ventas similares a las del pasado año por estas fechas.

La mayor vinculación de estos subsectores en estos meses a la actividad de negocios apunta una cierta ralentización en este segmento que, sin embargo, no se desprende de la actividad esperada para la demanda europea y de larga distancia. De confirmarse las expectativas empresariales, éstas estarían más vinculadas a una ralentización del crecimiento del segmento de negocios derivado de la propia menor actividad de las empresas españolas.



A pesar de la opinión generalizada sobre las dificultades de mantener los niveles de ventas en los registros alcanzados durante el cuarto trimestre de 2009, los empresarios turísticos españoles esperan una leve mejora de resultados por políticas de contención de costes, optimización de capacidades y ganancias en eficiencia. Este es el caso de los hoteles urbanos, donde un 46,0% espera mejorar los resultados en este cuarto trimestre de 2010 en relación con los obtenidos en los mismos meses de 2009, así como el de las empresas de transporte, para las que este porcentaje se sitúa en el 44,7%.



La luz en el túnel sigue sin verse en la hotelería vacacional de costa y las empresas de ocio localizadas en su entorno. Así, tras un verano que ha constatado nuevas

caídas en resultados, las expectativas empresariales de estos hoteles localizados en destinos del litoral respecto a los resultados empresariales sigue siendo negativa. De confirmarse, los hoteles de la costa española llevarían 26 de los últimos 34 trimestres, desde que en 2002 iniciáramos la encuesta de Clima Turístico empresarial, con una merma de resultados hasta colocar a muchos en una situación de inviabilidad técnica sino gozaran de la solvencia patrimonial de unos activos en la mayor parte de los casos ya amortizados.

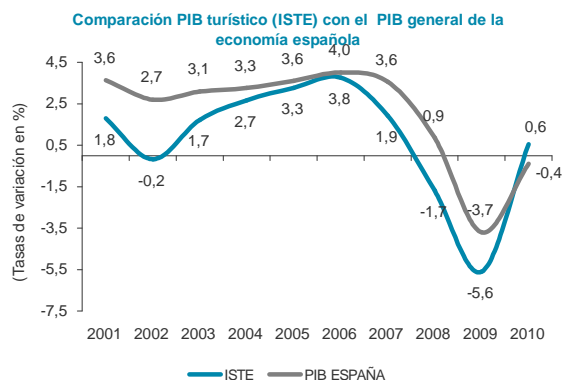
D. PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL CONJUNTO DEL AÑO 2010

El repunte de la demanda extranjera durante el verano nos lleva a modificar la estimación del crecimiento del PIB para 2010 hasta un 0,6%

El notable repunte de la actividad turística en España durante los meses centrales del verano, impulsada por la mencionada nueva contracción de los precios y el mayor dinamismo económico de algunos de nuestros principales mercados, nos obliga a revisar al alza las previsiones de PIB que presentamos a comienzos del año y hemos mantenido durante el primer semestre de 2010.

Incorporando el citado repunte del verano y recogiendo la revisión al alza del consumo de los españoles y el mejor desempeño en las economías de nuestros principales mercados europeos, especialmente del alemán y del británico, el PIB turístico aproximado por el indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) que elaboramos desde EXCELTUR podría cerrar el año con un crecimiento del 0,6%, lo que supone una revisión de algo más de un punto respecto a la presentada a comienzos del año.

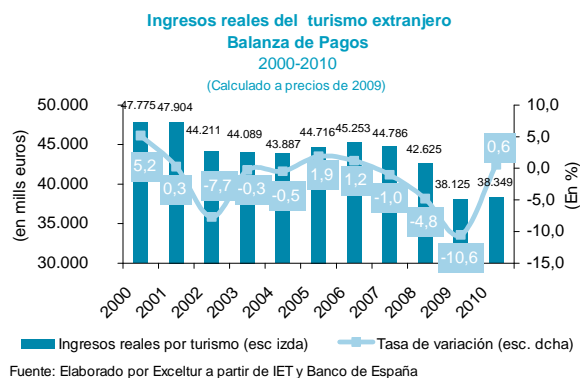
De confirmarse este desempeño, que recoge una ligera desaceleración para el cuarto trimestre, el sector turístico español cerraría el año con un ligero crecimiento de su actividad tras la intensa caída registrada en 2009. Como otros sectores exportadores de la economía española, dicho aumento se explicaría más por las señales de recuperación de la economía de los países europeos y el impulso que ha supuesto el esfuerzo en la reducción de costes, que por una clara mejora en los elementos que condicionan su competitividad a medio y largo plazo.



En el caso de la demanda extranjera, el crecimiento de la afluencia experimentado en los meses de verano y las positivas expectativas que se mantienen para el cuarto apuntan un mejor comportamiento de los ingresos reales

por turismo de lo que anticipábamos en el mes de julio, que los situarían en el conjunto de 2010 ligeramente por encima de los que registraron en 2009. Concretamente, esperamos que se cierre el año 2010 con unos ingresos reales por turismo extranjero un 0,6% por encima de los observados en 2009, crecimiento igual al que esperamos para la llegada de turistas extranjeros en 2010, lo que dejaría en ingreso real por turista este año en los mismos registros que en 2009.

De confirmarse los ingresos reales de 2010 se situarían todavía muy por debajo de los alcanzados en los años previos a la crisis y especialmente de comienzos de la década (ver cuadro adjunto).



PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010p) |
|---|------|------|------|------|------|-------|--------|
| ISTE (PIB turismo) | % | % | % | % | % | % | % |
| Ingresos por turismo reales (*) (balanza de pagos-mil. euros) | 2,7 | 3,3 | 3,8 | 1,9 | -1,7 | -5,6 | 0,6 |
| Ingresos por turismo/ turistas reales (*) (euros) | -0,5 | 1,9 | 1,2 | -1,0 | -4,8 | -10,6 | 0,6 |
| Ingresos por turismo/ turistas reales (*) (euros) | -3,2 | -4,5 | -2,8 | -1,8 | -2,4 | -2,0 | 0,0 |
| Total llegada turistas extranjeros | 2,9 | 6,6 | 4,1 | 0,8 | -2,5 | -8,7 | 0,6 |
| Pernotaciones hoteleras | 2,9 | 4,6 | 6,6 | 1,7 | -1,0 | -6,7 | 5,2 |
| Residentes en España | 9,6 | 6,7 | 6,3 | 1,3 | -2,9 | -3,2 | 2,9 |
| No residentes | -1,6 | 3,1 | 6,9 | 2,1 | 0,4 | -9,2 | 7,0 |

(p) Previsiones Exceltur

(*) Deflactada con la rúbrica de turismo del IPC

Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España