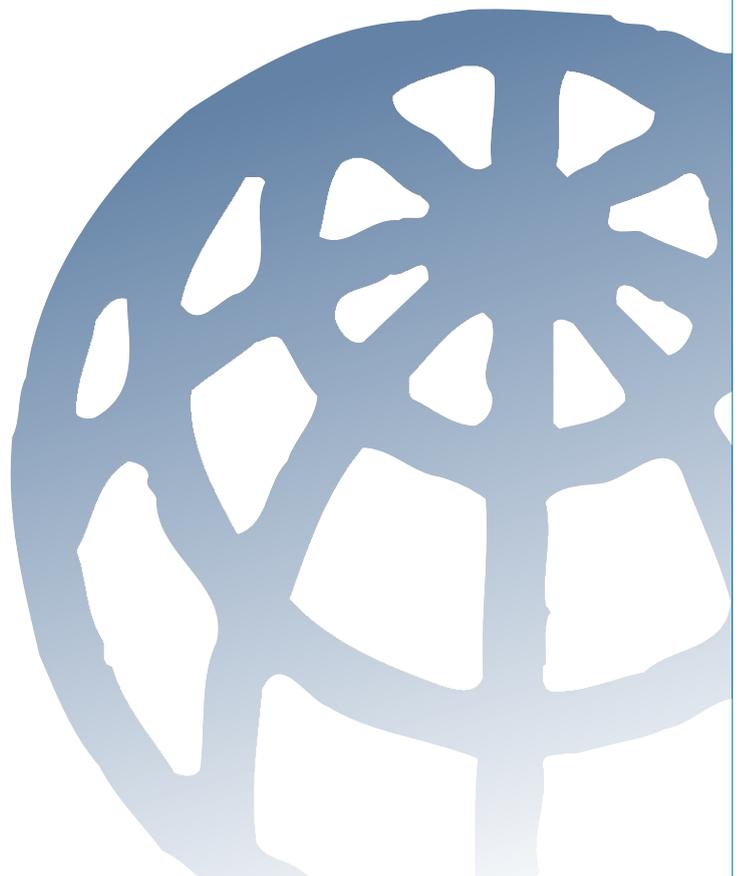


Mercados Emisores



Exceltur



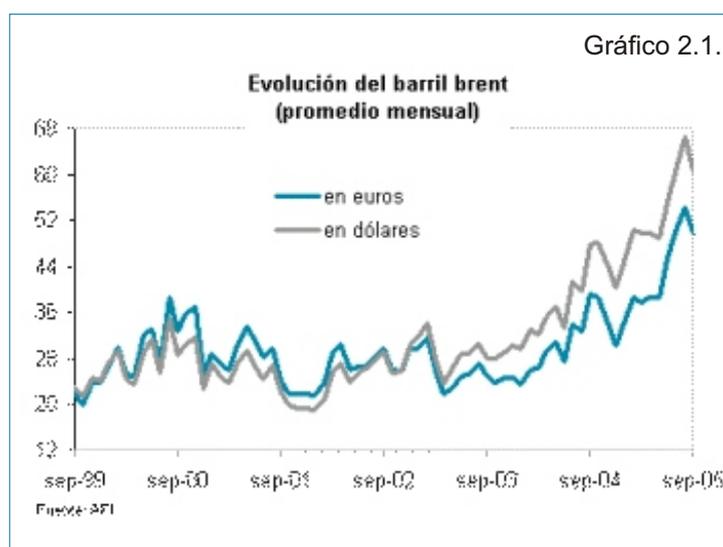
2. Mercados emisores

Marco general y condicionantes en la evolución reciente

Factores condicionantes

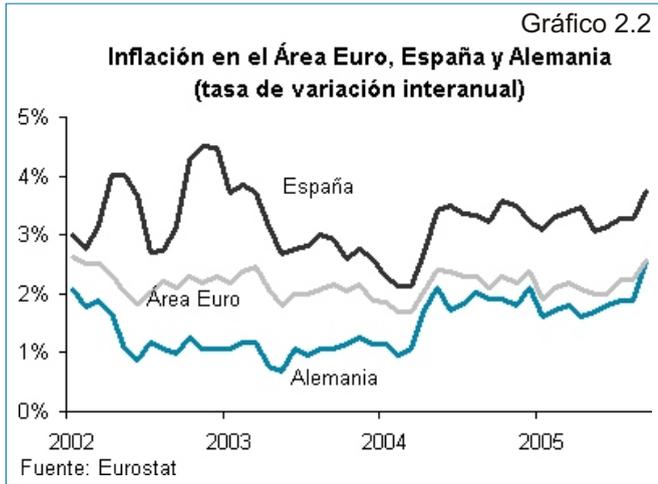
El tercer trimestre de 2005 ha estado marcado por la consecución de nuevos máximos históricos del precio del crudo, que llegó a alcanzar los 68 dólares por barril de Brent en agosto, así como por los atentados terroristas de Londres en el mes de julio y los atentados en destinos competidores, como Turquía y Egipto. A pesar de la caída de los indicadores de confianza de los países europeos en el mes de julio ante este escenario de mayor incertidumbre, los meses de agosto y septiembre se han saldado con nuevos repuntes de la confianza que consolidan la sostenida mejora observada en los índices desde mediados de 2004 en la zona euro y, especialmente, en Alemania, apoyados por ligeras mejoras en el mercado laboral.

Esta evolución ha ayudado a neutralizar el sostenido diferencial de inflación de nuestro país frente a la zona euro y el trimestre se ha cerrado con un significativo avance de las entradas de turistas, si bien han continuado las tendencias observadas de reducción de la estancia media, lo que condiciona fuertemente los resultados finales en términos de pernoctaciones y gasto total.



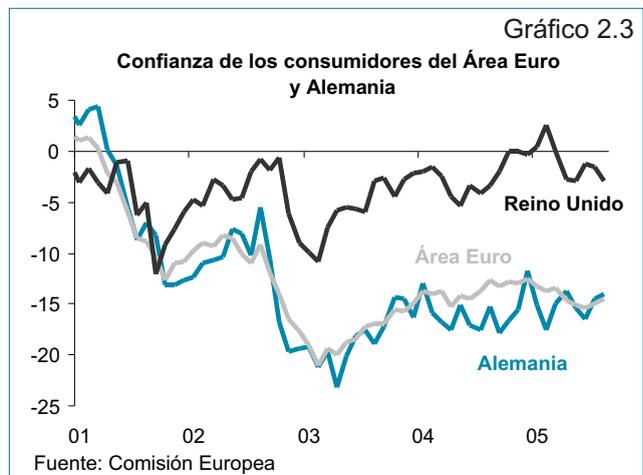
En cualquier caso, la ligera mejoría de la demanda de servicios turísticos en España por parte de los extranjeros observada en el tercer trimestre del año sigue descansando sobre fundamentos macroeconómicos frágiles, entre los que se encuentra el posible deterioro del consumo privado en los principales mercados emisores. A las perspectivas de precios elevados del crudo y las incertidumbres sobre los aspectos de seguridad internacional, se unen con creciente fuerza, la posible subida de tipos por parte del BCE, descontada por los mercados para el próximo año, en hasta medio punto porcentual.

Los nuevos máximos históricos en el precio del crudo en los mercados internacionales alcanzados en agosto tuvieron, por fin, su impacto sobre la inflación, aunque con un mes de retraso por el desfase existente entre la subida del precio del crudo y su traslado a los precios de las gasolineras, pero este traslado a la cadena de precios sigue siendo muy modesto. De esta forma, la inflación correspondiente al mes de septiembre experimentó repuntes en la mayoría de países, alcanzando el 3,7% en España, el 2,6% en el Área Euro (ambos cuatro décimas por encima del dato de agosto) y el 2,5% en Alemania (desde el 1,9% de agosto). Este repunte ha estado liderado por el incremento de los precios energéticos, sin tener impacto alguno en el resto de precios. De esta forma, el sector del transporte, y en particular el transporte turístico, ha sido el más afectado por este encarecimiento del precio de los inputs, con escasa capacidad de traslación de los mayores costes a producto final. Asimismo, los mayores costes energéticos han deteriorado la capacidad adquisitiva de los consumidores europeos y, por ende, su capacidad de gasto global que, no obstante, no ha dejado de crecer, si exceptuamos al Reino Unido.

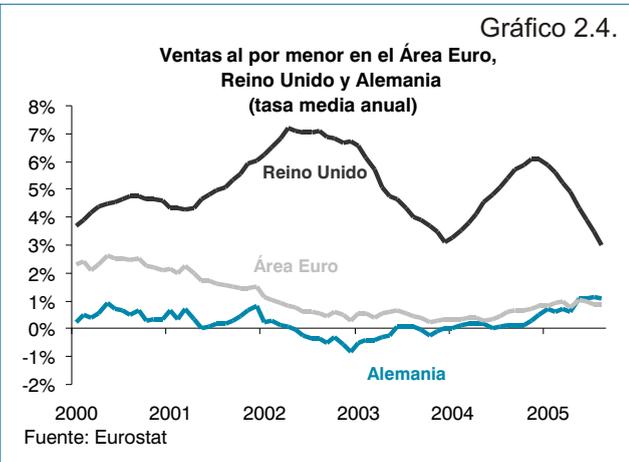


A pesar de este contexto negativo en cuanto a mayores crecimientos de los precios, los consumidores europeos mantienen un moderado optimismo. De esta forma, como comentábamos al inicio de esta sección, los niveles de los índices de confianza del consumidor se han mantenido en los últimos meses, si exceptuamos el caso del Reino Unido. En el Área Euro la confianza registraba -14,5 puntos en septiembre, repuntando de su nivel más bajo en julio en los -15,4 puntos. Esta mejor tendencia se ha producido de forma generalizada en el conjunto de países miembros de la región, con la clara excepción de Reino Unido que mantiene su confianza del consumidor en mínimos del último año, una tendencia que posiblemente se agudizará en el corto plazo aunque todavía en niveles muy superiores a los del resto de países de Área Euro.

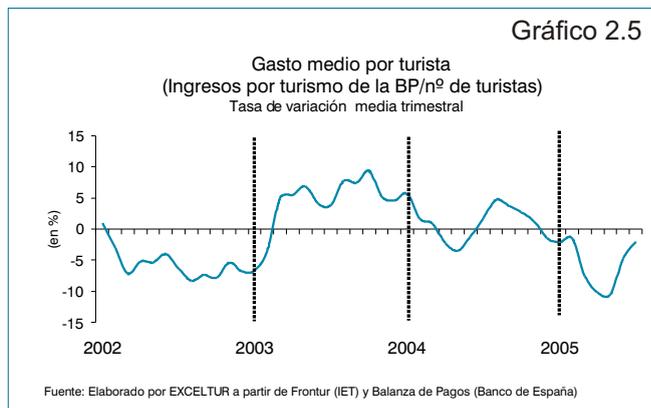
Los movimientos de los índices de confianza del consumidor han tenido su reflejo en la evolución de los indicadores parciales de consumo. En este sentido, mientras que el Reino Unido experimentaba una notable desaceleración de la tasa media anual de las ventas al por menor, el Área Euro en su conjunto y Alemania, en particular, registraban tasas de crecimiento del gasto similares o ligeramente mejores a las del trimestre precedente.



La capacidad de resistencia mostrada por los índices de confianza del consumidor de la mayoría de nuestros principales mercados emisores, con la excepción de Reino Unido, no se ha traducido en una variación positiva del gasto medio por turista, si bien es cierto que esta variable ha marcado una senda de leve recuperación en los últimos meses. Según la información del Banco de España el gasto medio por turista extranjero acumulado hasta el mes de julio experimento una caída nominal del 4,4%, que en términos reales (descontando el efecto de la inflación) se elevó hasta el -7%.



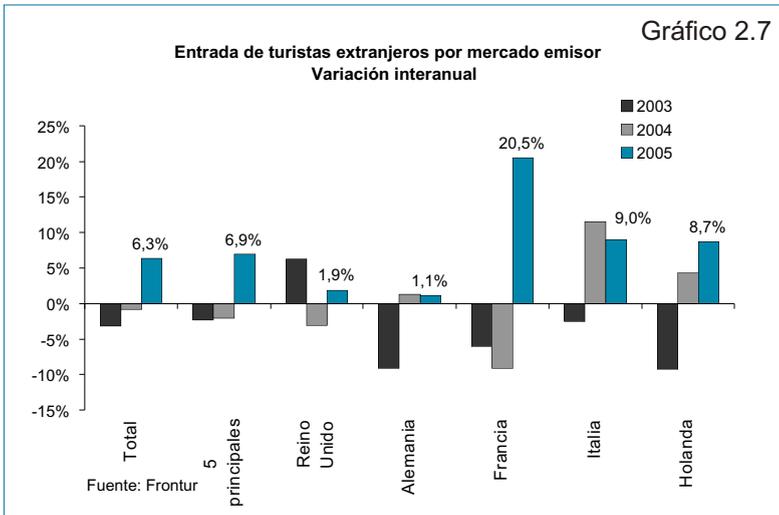
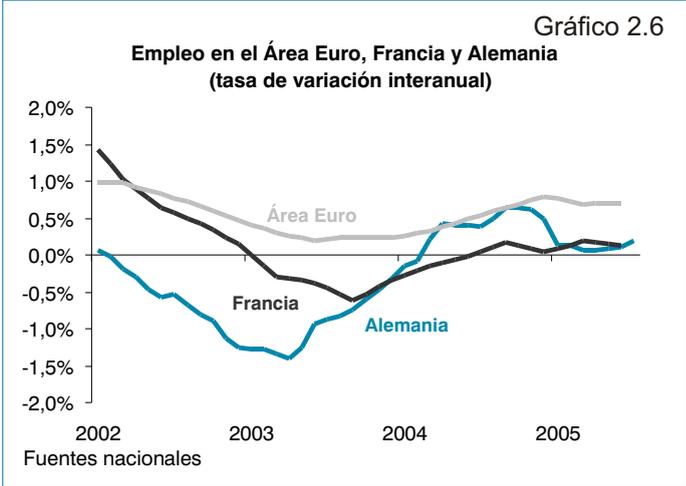
El mantenimiento de los índices de confianza del consumidor del Área Euro está, sin duda, apoyado en las leves mejoras del mercado laboral después de varios meses de estancamiento, aunque la debilidad del ritmo de generación de empleo podría derivar en un cambio de tendencia de la confianza. Por lo tanto, a pesar de que la confianza del consumidor y los indicadores parciales de consumo se han mostrado resistentes a las incertidumbres en materia de seguridad y los elevados precios del crudo, la reactivación del consumo europeo ha sido frágil y sigue estando condicionado a la dinámica de los próximos trimestres del contexto económico.



Entradas de turistas

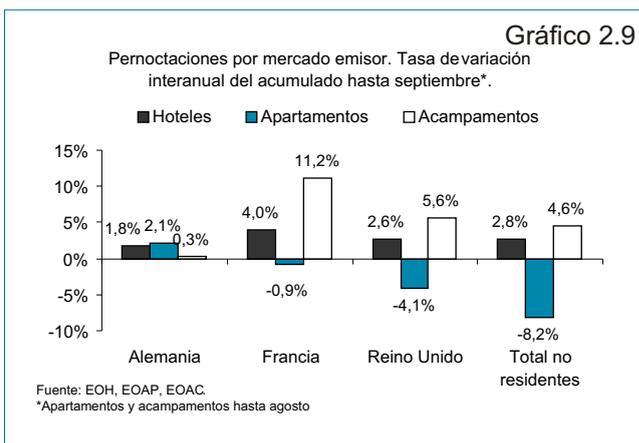
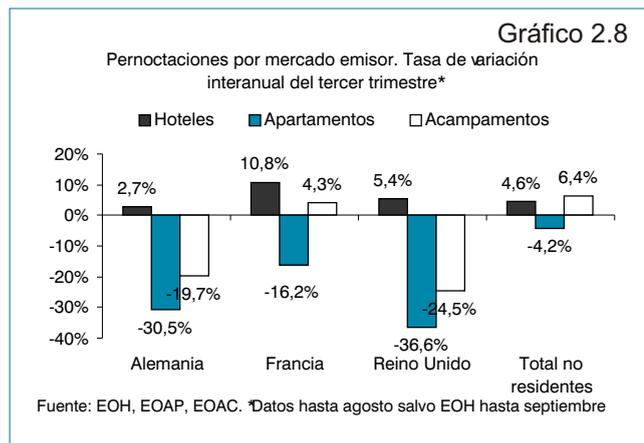
Tal y como sucedió en el primer semestre de 2005 el impulso de la demanda turística extranjera ha descansado de nuevo sobre nuestros principales mercados de origen, y con especial incidencia, sobre el mercado francés.

Efectivamente, la afluencia de llegada de turistas de nuestros principales mercados de origen extranjeros ha registrado en la temporada de verano de 2005 variaciones positivas, tras dos años consecutivos en los que el total de la entrada de turistas de estos mercados sufría caídas en los tres meses centrales del verano. El buen registro de este indicador de puras entradas de turistas extranjeros en el tercer trimestre también se reflejaba, aunque en menor medida, en el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, que



crecía un 4,6%, frente a una variación interanual del 1,1% en el primer semestre del año.

El análisis de las pernoctaciones de los no residentes en las principales modalidades regladas de alojamiento pone de manifiesto el mal comportamiento de la demanda extranjera en apartamentos, lo que refleja una tendencia ya constatada hacia el alojamiento en vivienda propia y de familiares o amigos, fruto, a su vez, del auge inmobiliario en la costa española y la orientación hacia un turismo más individual, como reflejan diversos informes recientes de Turespaña. Esta tendencia es especialmente marcada en el caso del Reino Unido, el principal emisor en este segmento.



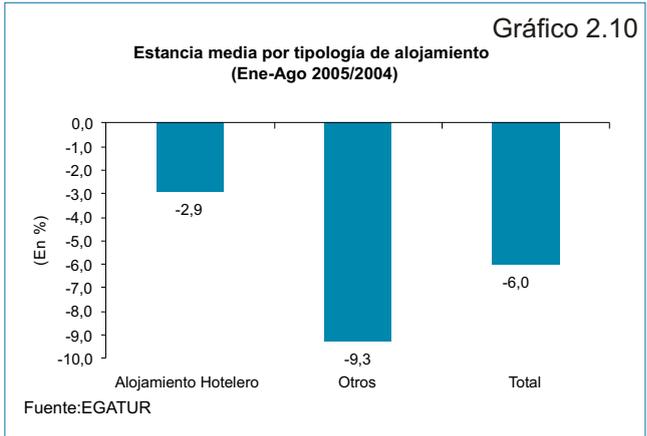
Tal y como se viene señalando en números precedentes del presente informe, el menor crecimiento de las pernoctaciones en alojamiento reglados, respecto al de entradas de turistas y el acortamiento consiguiente de la estancia media, hacen de nuevo dirigir la mirada hacia estrategias que complementen la mayor llegada de turistas con un incremento del gasto medio por turista y una estancia media mayores, a través principalmente de una mejora en la calidad de nuestro destino.

El análisis de la evolución de la estancia medida para el conjunto del alojamiento turístico (reglado y residencial) que se deriva la estadística de Egatur pone de manifiesto cómo la reducción en el número de días de estancia del turista extranjero en España es generalizable a todas las tipologías alojativas, produciéndose este año con mayor intensidad en las del alojamiento residencial. En concreto, la afluencia de llegadas de turistas extranjeros hacia este último tipo de oferta

residencial en el acumulado anual hasta julio se elevó hasta un 7,8%, siendo de nuevo la que ha presentado un aumento de mayor intensidad, que, no ha sido capaz de trasladarse a un mayor número de pernoctaciones, que disminuyeron un 2,2% respecto al mismo período de tiempo del año anterior.

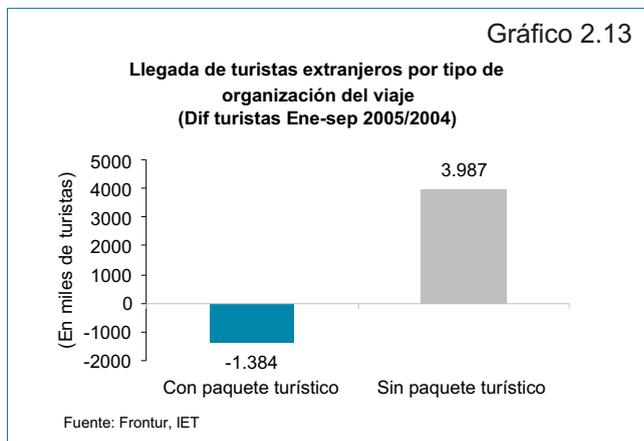
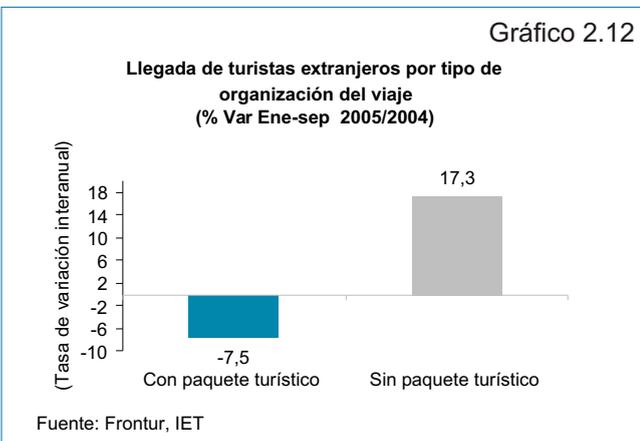
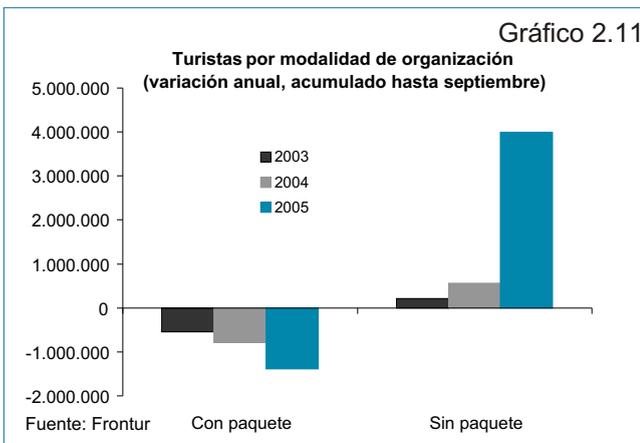
Así, a tenor de la información de EGATUR la caída de la estancia media en alojamientos residenciales fue del 9,3% a lo largo del año, mientras la estancia media en establecimientos hoteleros se ha reducido un 2,9%, tendencias similares a las contempladas en las encuestas de ocupación que por otro lado realiza el INE, que arrojan una nueva pérdida de 0,1 días de estancia en los hoteles españoles.

La pujanza del modelo de viaje autoorganizado y del viaje individual se sitúa entre las razones de la caída de la estancia media. Este tipo de viajes, impulsado por las facilidades que



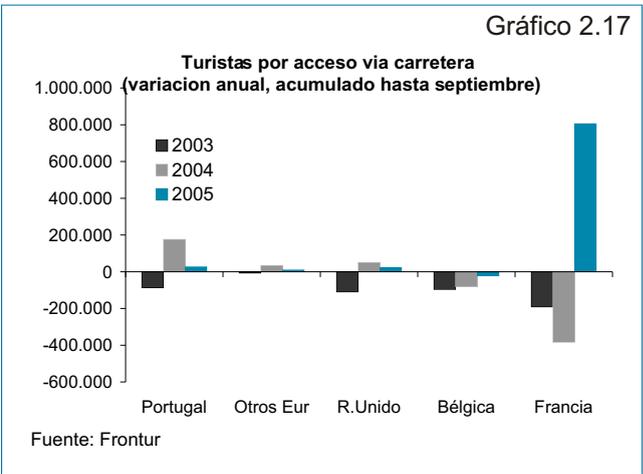
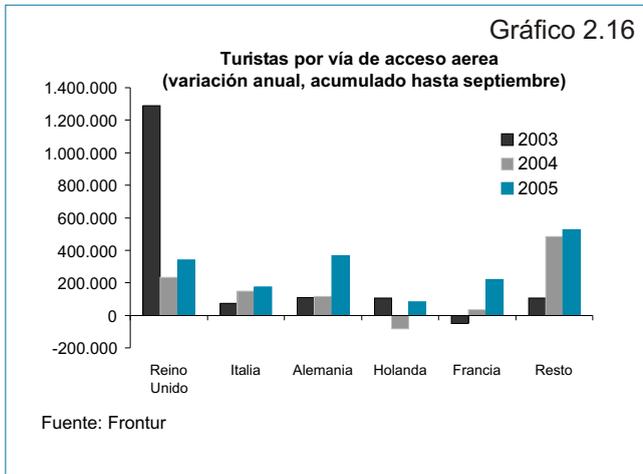
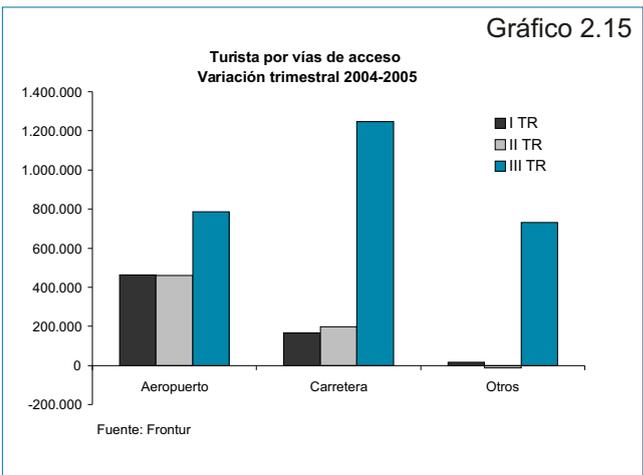
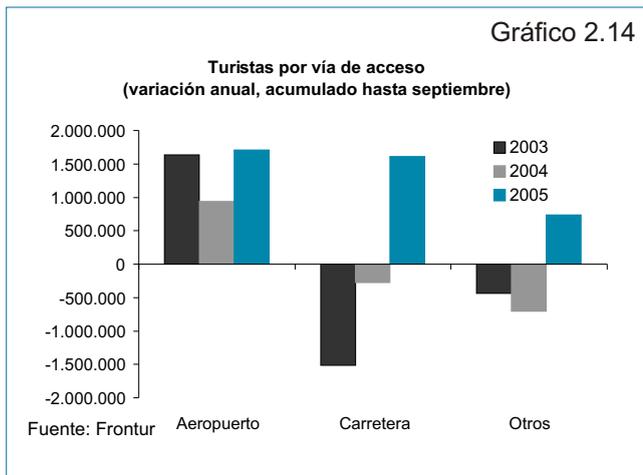
acercan las nuevas tecnologías y muy especialmente por la implantación de internet en los hogares y la extensión de las líneas de bajo coste, ha configurado cambios trascendentales de futuro para el mercado turístico mundial y español, siendo imprescindible tener presentes las nuevas formas de preparación del viaje por parte de las familias e individuos, así como internet, como una de las principales plataformas de promoción turística.

El siguiente gráfico muestra este cambio en los modos de organización de los viajes con una disminución continuada y creciente desde 2003 en la demanda de paquetes turísticos y por el contrario un aumento constante de las visitas sin paquete turístico, que se disparan en el último año en el dato anual acumulado hasta septiembre, con una tasa de crecimiento del 17,3% frente al 2,5% de 2004.



La llegada por aeropuerto siguen dominando los flujos turísticos con destino España, aunque las llegadas por carretera han registrado una mejoría notable, invirtiendo las tendencias de años anteriores en un año en el que el sostenimiento del precio del crudo en máximos históricos ha sido una constante, lo que hace este dato aún más significativo.

Analizadas en detalle, por nacionalidades, la llegada de turistas por aeropuerto se mantiene fuerte y creciente para todos los países en el último año sustentado en el fuerte impulso que suponen las líneas de bajo coste. La mayor afluencia de turistas franceses sigue explicando el aumento de la entrada de turistas por carretera, con variaciones superiores a los 700.000 turistas, mientras que las variaciones de portugueses, a diferencia de lo observado el año anterior, han sido mucho menores. Como es sabido, este país registra desde hace trimestres, una mala situación económica que está influyendo negativamente en sus desplazamientos turísticos.



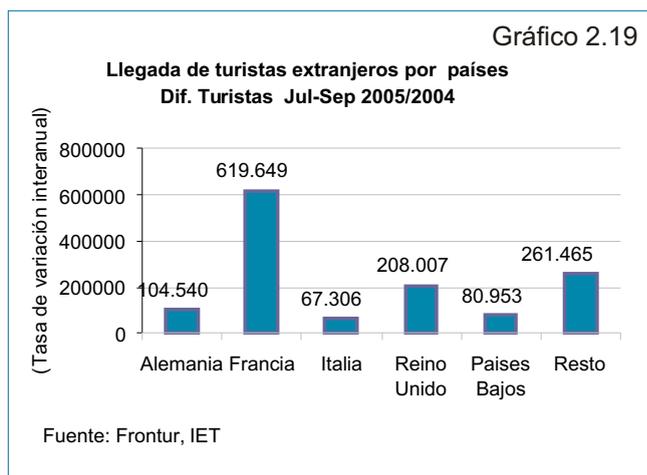
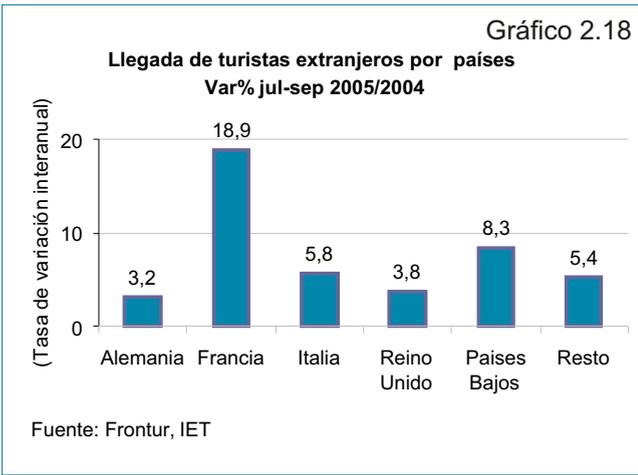
Tendencias por mercados emisores

La aportación francesa a las entradas de turistas, acompañada del sostenido dinamismo italiano y la recuperación paulatina de las cuotas de mercado británica, alemana y holandesa han marcado el rumbo positivo del tercer trimestre de 2005 en clave de flujo de llegadas de turistas extranjeros.

Así, Francia se situaba como el mercado emisor con mayores variaciones porcentuales, situándose la llegada de turistas franceses en tasas interanuales del 18,9% en este tercer trimestre de 2005, lo que ha supuesto la llegada de 620 mil turistas más del país vecino que en el verano de 2004, producto de la mejora observada en los condicionantes macroeconómicos del país galo, donde su tasa de crecimiento del consumo de las familias aumentaba 0,7 puntos en el tercer trimestre, hasta el 2,2% interanual. La mayor afluencia de turistas franceses se ha traducido en un incremento de sus pernoctaciones en hoteles, que crecieron en el tercer trimestre de 2005 un 10,8% (hasta el mes de junio registraban una caída interanual del -0,7%), lo que equivale a 110 mil pernoctaciones más de turistas franceses en los hoteles españoles.

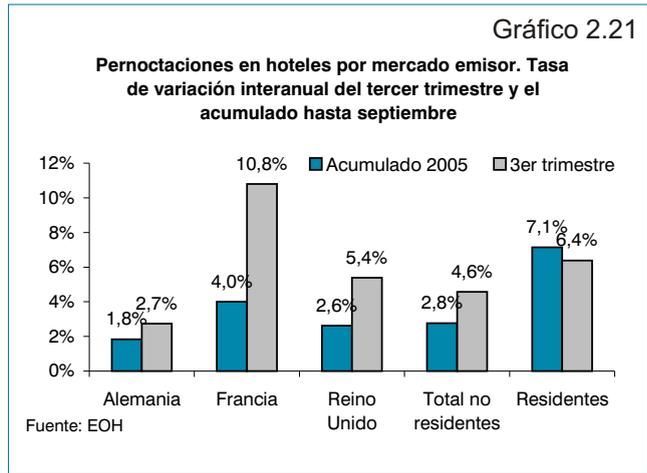
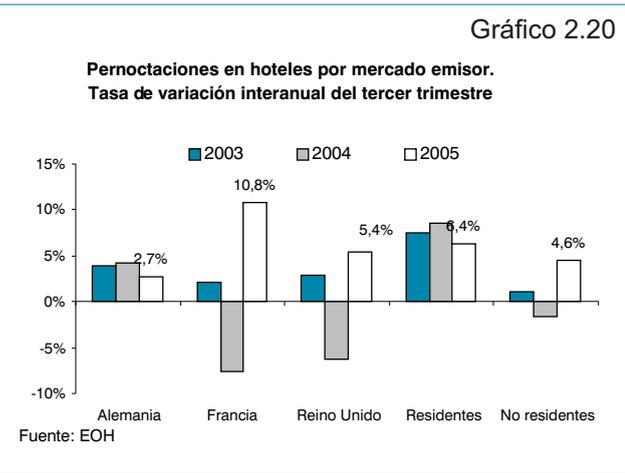
Dentro de los principales mercados de origen, es de destacar también el cambio de tendencia que han observado las pernoctaciones en hoteles de turistas británicos, que aumentaron en el tercer trimestre un 5,4% en términos interanuales. Estas cifras están en consonancia con el repunte de entrada de turistas británicos que indica Frontur, pero contrastan con las de salidas de británicos al extranjero que, según el Instituto de Estadística Británico, cayeron un 1,9% en el agregado de julio y agosto como consecuencia, entre otros factores, de los atentados de Londres en julio.

La afluencia de turistas alemanes ha mostrado en este tercer trimestre cierta ralentización con respecto al primer semestre de 2005. Sin embargo, igualmente, el incremento de las pernoctaciones en hoteles de turistas alemanes ha experimentado una notable mejoría respecto a los registros observados en los seis primeros meses de 2005. En concreto, este indicador crecía un 2,7% en términos interanuales en la temporada de verano, frente a un 1,0% en el primer semestre de 2005.



La redistribución de flujos de turistas británicos y alemanes hacia España desde otros destinos competidores debido a los atentados terroristas y catástrofes naturales es el principal factor explicativo del incremento observado en las pernотaciones en hoteles de turistas de esta nacionalidad.

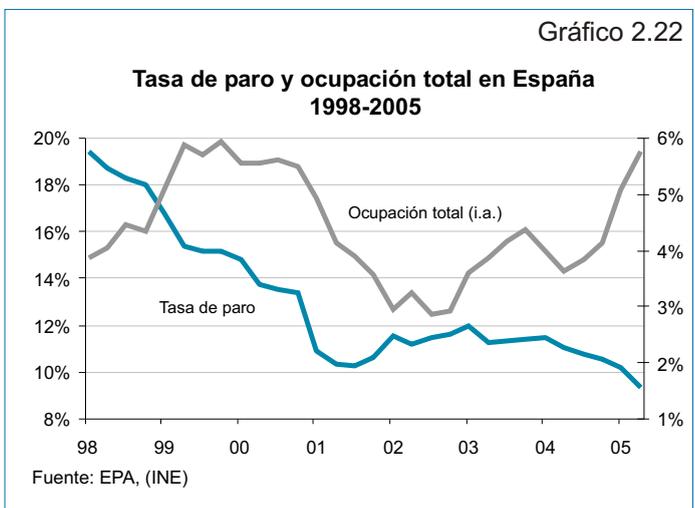
Por otro lado, la entrada de italianos se ha visto limitada por los malos resultados macroeconómicos del 2005 respecto al 2004. En el tercer trimestre continuaba la ralentización del número de viajeros italianos hacia España, que limitaba su crecimiento al 5,8% interanual frente al 11,4% del agregado hasta junio.



Mercado nacional

Un trimestre más, los buenos resultados macroeconómicos españoles, con un amplio diferencial con Europa en crecimiento del PIB, del consumo y del empleo, siguen haciendo de este mercado uno de los principales sustentos de los resultados del sector turístico español.

En España, el empleo ha mantenido la buena tónica de los trimestres anteriores, incluso acelerando su crecimiento. De esta forma, según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) el empleo alcanzó un crecimiento del 5,8% en términos interanuales en el segundo trimestre de 2005, siete décimas por encima del registro anterior y el más alto desde 1999. Este elevado ritmo de generación de empleo fue posible gracias al dinamismo del sector servicios, buena parte de ello derivado de la mayor demanda de los servicios



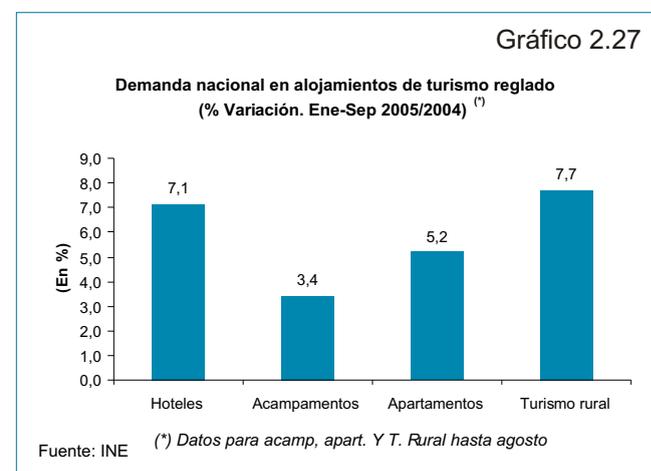
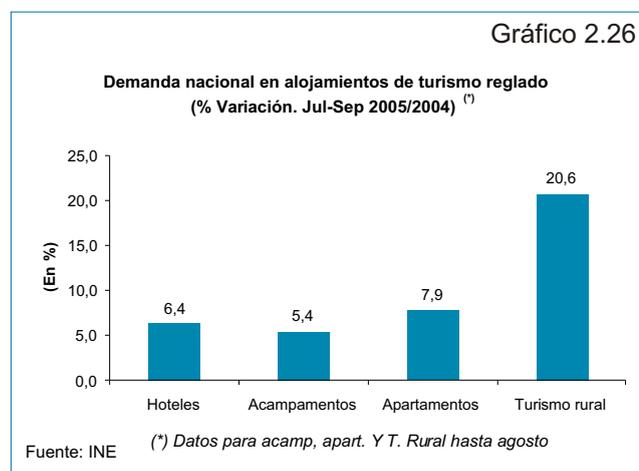
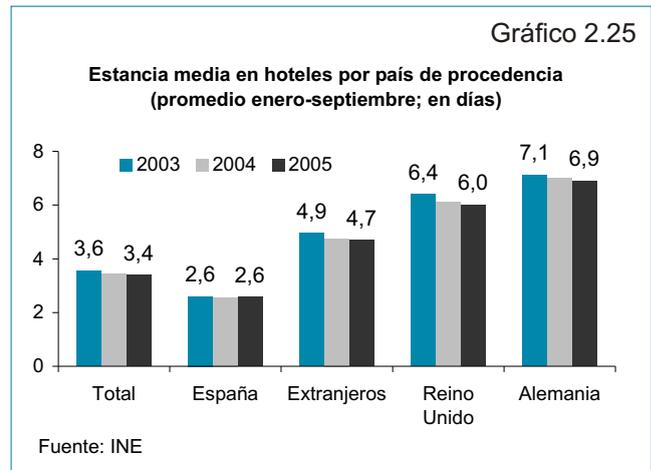
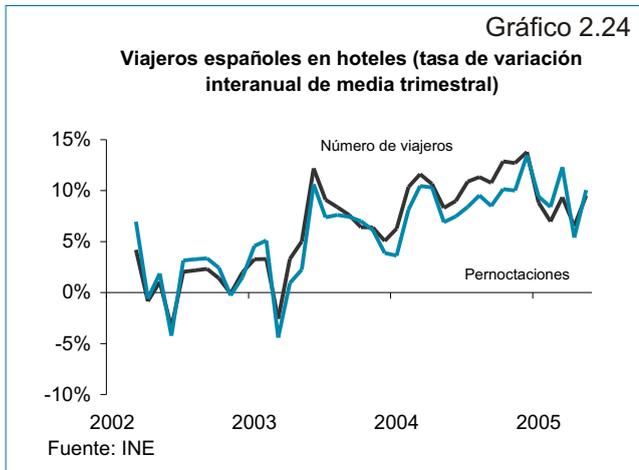
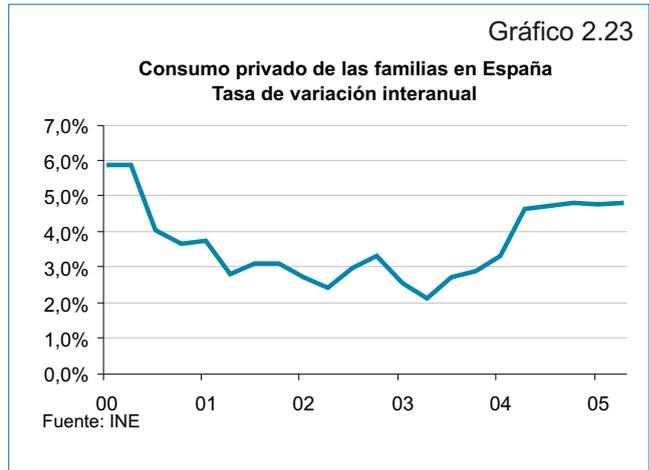
turísticos, que aportó 4,8 puntos porcentuales a este crecimiento del 5,8%. Sin duda, este dinamismo del empleo en España ha tenido un efecto positivo sobre el gasto turístico de los residentes y sobre el crecimiento del número de viajes realizados.

Sin embargo, cabe advertir del riesgo de que este ritmo de creación de empleo no sea sostenible en el medio plazo. Una potencial reactivación de la demanda interna o de la inflación en el Área Euro podría llevar al Banco Central Europeo (BCE) a incrementar los tipos de interés de referencia y, con ello, el coste de financiación de las hipotecas obligando a los hogares españoles a reducir otro tipo de gastos. En un modelo de crecimiento como el español sustentado en gran medida por el dinamismo de la construcción y del consumo, el incremento del coste de financiación podría derivar en un menor crecimiento de estas dos variables y, por lo tanto, del empleo que

generan, creando así un espiral hacia tasas de crecimiento del PIB real y del consumo más bajas, que pueden afectar al consumo turístico de un mercado cada día más importante para los resultados económicos del sector turístico español.

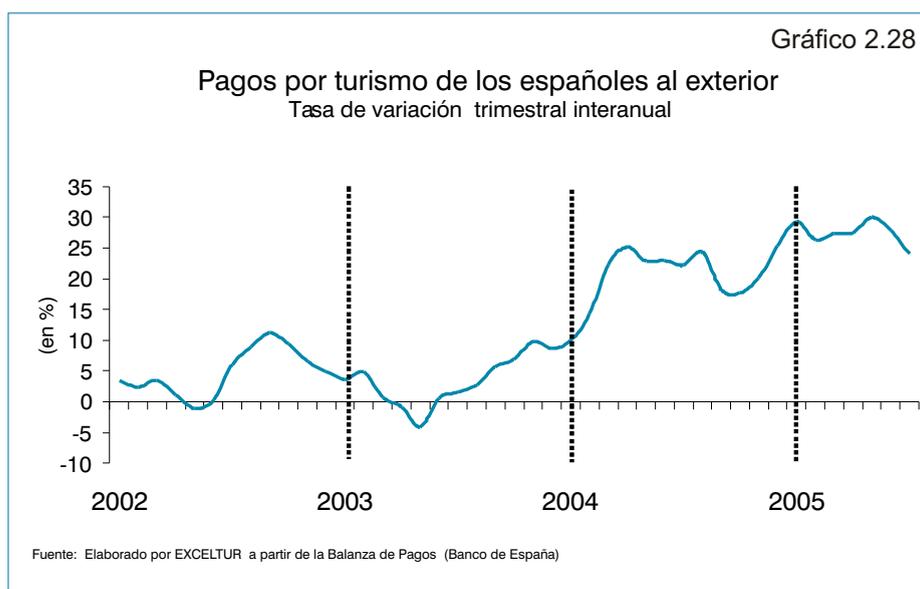
La demanda de establecimientos hoteleros mantiene su fuerte ritmo de crecimiento. Los viajeros españoles aumentaban en el acumulado enero-septiembre un 6,6% interanual, mientras que las pernoctaciones lo hacían un 7,1%. Los datos del periodo estival también se mostraban en torno a esta línea, aunque en tasas ligeramente menores con un crecimiento de los viajeros del 5,7% y de las pernoctaciones del 6,4%.

La estancia media en hoteles se mantiene estable con una ligera subida en el caso de los turistas españoles, en una tendencia que sigue contrastando con la caída en la estancia media de los principales mercados emisores.



La demanda nacional en el resto de tipologías de alojamiento reglado se ha mostrado muy dinámica en los dos meses centrales del verano. En concreto, el crecimiento de las pernoctaciones en acampamentos y apartamentos turístico creció un 5,4% y 7,9% respectivamente en los meses de julio y agosto de 2005 respecto al mismo período de tiempo del año anterior, destacando de nuevo, el alojamiento de turismo rural por crecimiento interanual que se elevó en el verano de 2005 hasta una tasa del 20,6%, lo que supuso 332,7 millones de pernoctaciones más que en los meses de julio y agosto de 2004.

Por otro lado, el tercer trimestre de 2005 ha vuelto a ser testigo de la tendencia a la equiparación en los hábitos de viajes del español con el viajero europeo. En este sentido, la tendencia creciente a viajar al exterior vuelve a quedar reflejado a través de los pagos realizados por los españoles en sus viajes al exterior. No obstante, se percibe una cierta desaceleración de este indicador a partir del mes de mayo probablemente debida a los efectos disuasorios que han podido tener sobre la decisión final de viajara a ciertos destinos, la pérdida de fortaleza del euro y las catástrofes naturales e inseguridades geopolíticas mencionadas en el presente informe.



Destinos competidores



3. Destinos competidores

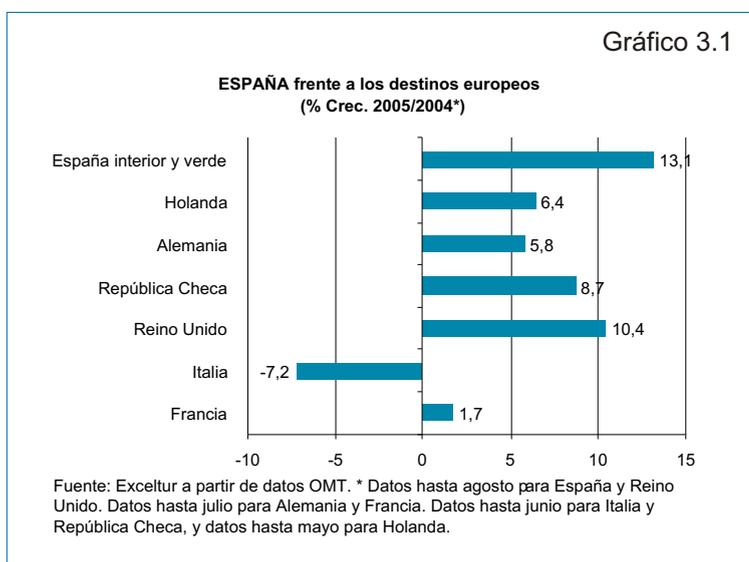
El turismo internacional a escala mundial creció en los siete primeros meses de 2005 un 5,9%, lo que supone 25 millones de viajeros más que en 2004, según el Barómetro de Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Las previsiones son que el año termine con una cifra que oscile entre el 5% y el 6%, en lo que significa una reducción con respecto a las cifras de 2004, que fueron superiores al 10%, pero un resultado mejor de lo previsto a comienzos de año. Las cifras españolas se sitúan en torno a la media mundial, alcanzando el 6,0% para el periodo enero-agosto de 2005, donde presumiblemente ha jugado un papel importante la redistribución de flujos provocada por los sucesos naturales y los factores geopolíticos que han marcado este verano de 2005.

Destinos de Europa Central

La dinámica de llegada de turistas extranjeros hacia España se sitúa, respecto a sus **competidores de Europa Central**, significativamente por encima en términos porcentuales. Sin perjuicio de lo anterior Reino Unido, a pesar de los atentados de Londres, junto con la República Checa, Alemania y Holanda han experimentado también en lo que va de año un intenso aumento en la llegada de turistas extranjeros.

En efecto, Reino Unido continuaba siendo el destino con mayor crecimiento de Europa Occidental y Europa del Norte, a pesar de la pérdida de algunas décimas en el agregado por los atentados de Londres, con un crecimiento hasta agosto del 10,4%. Los atentados de julio, situaban la tasa de entrada en Reino Unido para el agregado de julio y agosto en el 4,9% frente al 13,1% del acumulado hasta junio. A los buenos resultados británicos se unía el crecimiento de Alemania y Holanda en la entrada de turistas con tasas de crecimiento del 5,8% y 6,4%, respectivamente. No obstante, tanto Alemania como Reino Unido mostraban menores tasas de crecimiento que en 2004, como consecuencia del menor crecimiento de la economía mundial, y en particular, de la economía europea, en 2005.

Por otro lado, Francia recuperaba en lo que



llevamos de 2005 sus tasas positivas de entrada de turistas, colocándose en un 1,7% interanual hasta julio, e Italia continuaba en su tendencia negativa, retrocediendo desde el 6,4% de 2004 al 7,2% en el acumulado hasta julio, amplificando los negativos resultados de su sector turístico. En Europa Central y del Este, los dos principales destinos, Polonia y República Checa crecían en el acumulado de 2005 un 5,2% (julio) y 8,7% (junio), respectivamente, lo que subraya el continuado aumento de importancia que protagoniza esta área europea, que a pesar de crecer por debajo de las cifras de 2004, todavía lo hace a ritmos elevados, con un 7,0% de media hasta julio.

Destinos del mediterráneo oriental

Los datos publicados de la llegada de turistas a los **países mediterráneo competidores de**

España en el segmento de sol y playa hasta el mes de agosto, en algunos casos, y de julio o junio, en otros, ponen de manifiesto el acelerado crecimiento de estos destinos, con un ritmo por encima del español, a pesar de los buenos registros de esta temporada. Es todavía pronto, con la información disponible a día de hoy, para evaluar la incidencia real que en ellos pueden haber tenido los atentados de julio y la época de ciclones, aunque ya se perciben algunos signos.

Los destinos de Turquía y Egipto son los que, tanto por su volumen de llegadas como, sobre todo, por la continuada intensidad de sus ritmos de crecimiento, mayor éxito y competencia han generado para los españoles, sin perjuicio de que ha sido en estos mismos meses de verano en los que más sucesos terroristas se han producido.

En el caso de Egipto - el país más duramente afectado por los atentados de este año, con más de 80 muertos en Sharm el Sheij en julio- los atentados parecen haber afectado seriamente su expansión a corto plazo. En este sentido, tan solo los datos de julio, afectado 8 días por el impacto de las bombas, al haberse producido el día 23, muestran una ralentización del incremento de la llegada de turistas, que se reducía al 5,9%, frente a las tasas de crecimiento del 16,5% y el 13,0% de los dos primeros trimestres del año. De esta manera, distintas informaciones publicadas apuntan a una caída en el número de turistas en el mes de agosto, que sólo en el caso de los procedentes del mercado alemán alcanzaba el 15%.

En cuanto a los datos de entradas de Turquía, muestran que los atentados sucedidos en junio y julio, en los que no hubo víctimas mortales, no parecen haber afectado en gran medida a la dinámica turística de ese país. En los meses de julio y agosto entraron cerca de 600 mil y 340 mil turistas más que en 2004, respectivamente, dejando la cifra total en 6 millones de turistas en los dos meses. En el mes de agosto se ha producido una ligera reducción en la tasa de crecimiento, que ha descendido hasta el 13,3% interanual desde tasas superiores al 20% en meses anteriores, aunque aún es demasiado pronto para saber si este efecto se debe a los atentados o a que Turquía ya se encontraba próxima a niveles de máxima ocupación de sus alojamientos, propios de los meses de verano en los que nos encontrábamos.

Otros destinos competidores del área mediterránea muestran también crecimientos importantes, aunque inferiores a los de Turquía y Egipto. Croacia, con un 6,1% interanual, superaba los 7 millones de turistas a finales de agosto, mientras que Chipre y Marruecos mostraban tasas de crecimiento superiores al 7%. Por otro lado, otros destinos del sur y oeste europeos mostraban tasas de crecimiento inferiores a las españolas.

Turquía, con un 23,2% de crecimiento interanual, Egipto, 13,2%, y Túnez, 9,9%, han sido los tres destinos competidores de España en el segmento de sol y playa analizados con mayor crecimiento en lo que llevamos de año. La relación calidad-precio en estos destinos continúa generando un diferencial positivo de competitividad con capacidad para compensar los efectos negativos de los atentados terroristas sucedidos en julio. De los datos sobre entradas en Turquía se desprende que estos sucesos no han cambiado sustancialmente su tendencia de crecimiento. En los meses de julio y agosto entraron cerca de 600 mil y 340 mil turistas más que en 2004, respectivamente, dejando la cifra total en 6 millones de turistas en los dos meses conjuntamente. Cabe destacar que se ha producido una ligera reducción en la tasa de crecimiento del mes de agosto, que ha descendido hasta el 13,3% interanual desde cifras superiores al 20% en meses anteriores, aunque aún es demasiado pronto para saber si este efecto se debe a los atentados o a la mayor ocupación hotelera típica de los meses de verano y la consiguiente cercanía al "techo de oferta" del país turco. Debemos indicar que en agosto de 2004, la tasa de crecimiento fue del 11,6% interanual, tasa que es 1,7 puntos porcentuales inferior a la del mismo mes de 2005.

LLEGADA DE TURISTAS EN LOS PAÍSES MEDITERRÁNEOS DE TURISMO

Tabla 3.1

	Total acumulado en el año (en miles hasta el último dato disponible)				Tasa de variación interanual			Último
	2002	2003	2004	2005	2003/2002	2004/2003	2005/2004	dato
Francia	77.012	75.048	75.121	--	-2,5	0,1	1,7	jul. 05
Grecia*	14.180	10.725	10.820	--	--	0,9	7,6	may. 05
Italia	39.803	39.604	37.071	--	-0,5	-6,4	-7,2	jun. 05
Turquía	13.248	13.956	17.548	14.600	5,3	25,7	23,2	ago. 05
Chipre	2.418	2.303	2.349	1.694	-4,8	2,0	7,7	ago. 05
Marruecos	2.222	2.224	2.743	1.654	0,1	23,3	7,3	jul. 05
Túnez	5.064	5.153	5.998	4.492	1,8	16,4	9,9	ago. 05
Portugal	11.644	11.707	--	--	--	-1,3	3,7	jul.05
Egipto	5.192	6.043	8.103	5.100	16,4	34,1	13,2	jul. 05
Croacia	6.944	7.409	7.912	7.017	6,7	6,8	6,1	ago. 05
Bulgaria	3.433	4.048	4.630	--	17,9	14,4	6,3	ago.05
España	52.327	52.478	53.599	38.670	0,3	2,1	6,0	ago. 05

Fuente: OMT, IET e Institutos de Estadística Nacionales.

(*) Los datos de 2003 y 2004 corresponden únicamente a entradas vía aeropuertos.

La falta de datos para el mes de agosto en Egipto, país más duramente afectado por los atentados de este año, con más de 80 muertos en Sharm el Sheij el 23 de julio, nos impiden cuantificar la disminución sufrida en la entrada de turistas y en las reservas para el último trimestre del año. Por ahora, los datos de julio muestran una ralentización de la llegada de turistas que se reducía al 5,9% frente a las tasas de crecimiento del 16,5% y el 13,0% de los dos primeros trimestres del año. Distintas informaciones publicadas apuntan a una caída en el número de turistas en el mes de agosto. Así, el director de la oficina de turismo egipcia en Alemania confirmaba en septiembre una disminución en el número de turistas alemanes que visitaron el mar rojo en agosto de alrededor del 15,0%, mientras que diferentes expertos y organizaciones subrayaban la reducción de la capacidad de transporte con destino a la zona. El Ministerio de Turismo egipcio, no obstante, considera que los efectos se sentirán sólo en el corto plazo, habiendo puesto en marcha medidas para contrarrestarlos. Entre estas, destaca la concesión de ayudas financieras a agentes del sector, lo cual puede reforzar la posición competitiva en precio de este destino de cara a la temporada de invierno.

Prueba de la competencia que suponen los destinos emergentes para los destinos españoles es el hecho de que Turquía haya alcanzado la cifra de los 14,6 millones de turistas hasta agosto, un 37,7% de la cifra española, con la previsión de alcanzar el 40,0% a final de año. De esa cifra agregada, 2,9 millones fueron turistas alemanes, frente a los 6,7 millones que visitaron España.

Entrada de turistas por nacionalidad

El desglose de turistas por nacionalidad subraya el importante empuje del mercado francés en el destino español con un incremento de más de 1 millón de turistas en los ocho primeros meses del año según los datos de Frontur. En ese periodo entraban 6,5 millones de turistas franceses, cifra similar a la del mercado alemán, que suponía un 16,5% de crecimiento con respecto a 2004. Aunque en términos absolutos, la variación de la entrada de turistas franceses en España con respecto a otros países competidores ha sido mucho mayor, en tasas de crecimiento, las cifras españolas se enmarcan dentro de la tónica general, con Turquía creciendo un 34,8%, Croacia un 48,0% y Marruecos un 12,2% (periodo enero-marzo).

Tabla 3.2

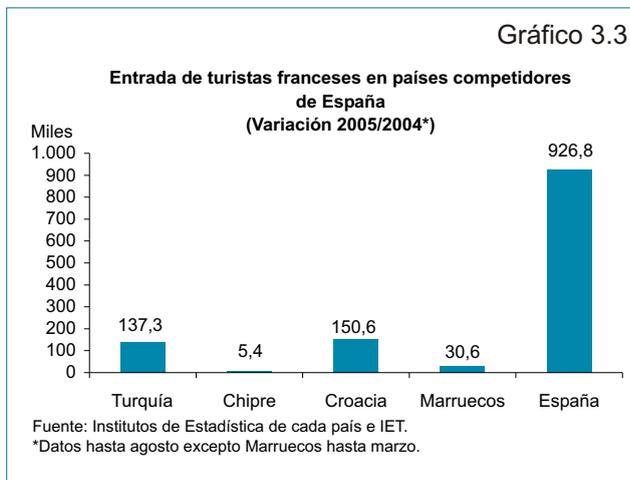
Llegada de turistas por nacionalidad										
En miles	Alemanes			Británico s			Franceses			Último dato
	2003	2004	2005*	2003	2004	2005*	2003	2004	2005*	
España	9.754,4	9.705,4	6.723,0	15.925,4	15.888,7	11.028,5	7.653,8	7.597,7	6.535,3	ago.05
Croacia	1.551,8	1.580,2	1.236,5	152,5	208,4	184,9	220,6	392,9	464,0	ago.05
Chipre	129,0	161,6	121,9	1.347,0	1.332,8	955,8	31,4	46,8	38,8	ago.05
Egipto	-	927,0	-	-	494,0	-	-	429,0	-	nov. 04
Marruecos	138,8	333,0	36,9	134,1	169,2	39,3	969,8	1.167,1	280,4	mar.05
Turquía	3.305,0	3.985,1	2.843,7	1.082,2	1.398,4	1.228,6	470,1	544,9	531,5	ago.05

Fuente: Institutos de Estadística nacionales e IET. (*) Acumulado de enero a último dato disponible.

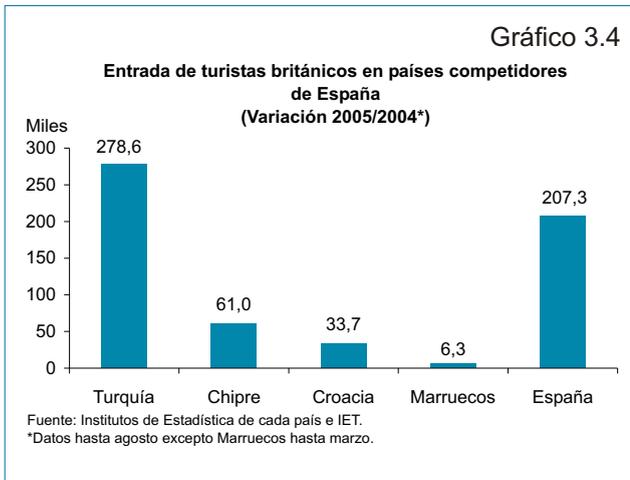
El mercado alemán, tras varios años de caída, volvía a mostrar tasas positivas en España, con un crecimiento del 3,8%. Aunque pudiera parecer en primera instancia que el resultado obtenido se pueda deber a un efecto indirecto de los atentados acaecidos en la parte oriental del mediterráneo, el hecho de obtener una tasa de crecimiento acumulada superior al 2,0% a lo largo de todo el año indica que este no ha podido ser el único factor explicativo. De hecho, según FVW GIATA, España se encuentra junto a Turquía en las dos primeras posiciones del ranking de peticiones de información realizadas por agentes de viajes alemanes, siendo la Riviera turca el principal destino consultado en julio y agosto de 2005.

Efectivamente, Turquía mostraba registros absolutos mejores que los españoles, con un aumento del número de turistas alemanes que llegaban a su costa de 290 mil frente a los 243 mil de España. En tasas de crecimiento, el buen comportamiento del mercado alemán ha supuesto para Turquía una variación hasta agosto del 11,3%, lo que supone un diferencial de 7,5 puntos porcentuales con España.

El mercado británico, primero en importancia en España por volumen, también ha recuperado las cifras de crecimiento positivas tras los malos resultados de 2004, aunque se mantiene en cifras peores que las de los mercados alemán y francés. En los ocho primeros meses del año se superaban los 11 millones de turistas, lo que suponía un crecimiento del 1,9% con respecto a 2004. Las tasas interanuales para julio y



agosto se situaban en el 0,1% y el 3,5%, respectivamente, lo que parece indicar que la incidencia de los atentados del 7 de julio en Londres sobre la llegada de turistas a España se ha limitado al mes de julio, a diferencia de lo sucedido para el agregado de turistas británicos que viajaban al extranjero que caía un 1,7% en el periodo julio-agosto.



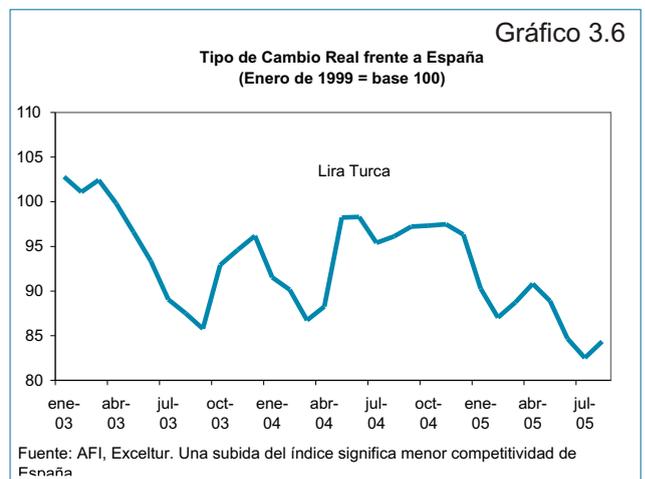
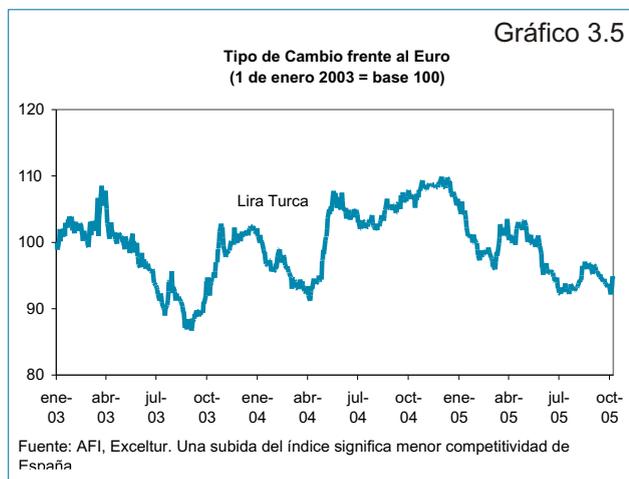
A pesar de tener un peso bastante menor en Turquía que en España, debe destacarse el fuerte impulso que está teniendo el mercado británico en ese país. En el periodo hasta agosto entraban 278 mil turistas británicos más que en 2004, cifra superior a la española (207 mil) que suponía un crecimiento del 29,3%. Según el instituto nacional del Reino Unido, el número de turistas británicos que viajaron en los ocho primeros meses del año creció un 3,2%, con un aumento del 0,0% en Europa occidental, un 8,0% en Norteamérica y un 17,7% en visitas al resto de áreas, poniendo de relieve la mayor madurez de los destinos español y europeo en este segmento de mercado.

Dinámica de tipos de cambio

La dinámica seguida por los tipos de cambio nominales y reales con los principales destinos competidores sigue sin ser un factor explicativo determinante en la mejora de la entrada de turistas en España. Si bien, en lo que llevamos de año, se ha ganado cierta competitividad frente aquellas monedas más ligadas al dólar estadounidense, la variación no ha sido lo suficientemente fuerte para compensar las ventajas competitivas estructurales que tienen otros destinos en términos de precios. En estos diez primeros meses del año, el euro se ha depreciado un 11,0% respecto al dólar, aunque aún se encuentra apreciada un 14,7% con respecto a los valores de enero de 2003.

El tipo de cambio real español frente a la Lira Turca y la Libra Egipcia se ha depreciado un 12,2% y 9,7%, respectivamente, en el último año. Pese a ello, ambos destinos vienen creciendo en entradas de turistas a un ritmo que es el doble del español. La evolución del tipo de cambio real con el resto de destinos competidores se ha mantenido o mostrado una ligera mejora, sin suponer ningún efecto importante sobre la competitividad española. No obstante, habrá que estar atentos a como las economías son capaces de interiorizar el shock de oferta de la subida del precio del petróleo y los problemas de balanza comercial, de cara a conocer cuál es el efecto diferencial sobre la competitividad del destino español vía tipo de cambio real. En particular, los efectos que pueda tener el incremento del precio del petróleo sobre los precios de bienes y servicios relacionados con el turismo puede ser clave para los resultados del próximo año.

En la actualidad, aún nos encontramos con una situación de desequilibrio, con numerosos destinos emergentes mostrando un gap de competitividad en precios con España. Mientras este se mantenga, estos destinos seguirán suponiendo un drenaje de ingresos para el sector hotelero español. La situación es complicada. Por el lado de la demanda no se espera que se produzcan cambios notables en los hábitos de consumo de los principales mercados emisores, y la incidencia de factores geopolíticos no es deseable, además de por el carácter negativo sobre el turismo en el ámbito global, también por



constituir variaciones sólo en el corto-medio plazo con un marcado carácter desestabilizador que distorsionan las señales de mercado de los ineludibles resultados de largo plazo.

Por el lado de la oferta, el mayor aumento de esta en los mercados de destinos no puede sino seguir menoscabando la competitividad del destino español, a lo cual se une unos costes productivos mucho menores y la mejora de la ya de por sí amplia oferta complementaria y cultural de los destinos competidores. Por último, el comportamiento de los tipos de cambio reales en el medio plazo es una incógnita, conforme existe una gran incertidumbre sobre cuál será la incidencia que tendrá la evolución de los precios del petróleo y la dinámica económica en el próximo año sobre los diferenciales de precios y los tipos nominales. Se espera cierta apreciación del euro frente al dólar en 2006, pero un diferencial positivo de crecimiento de los precios de España con respecto a algunos de los principales países competidores, como Turquía y Egipto.

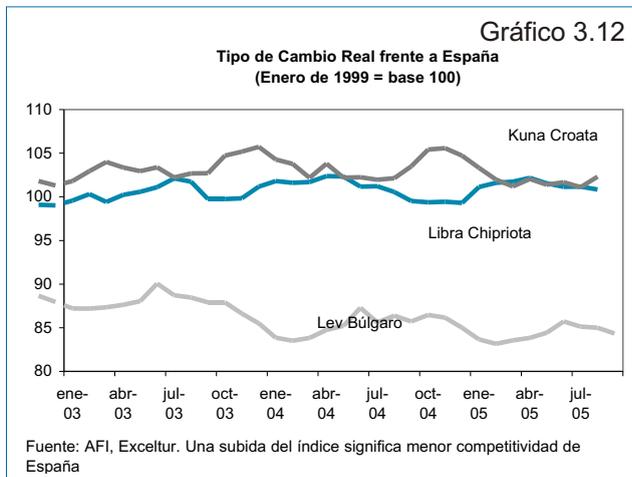
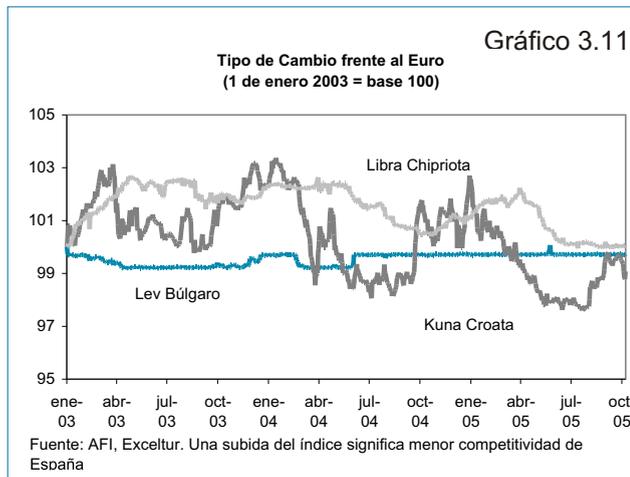
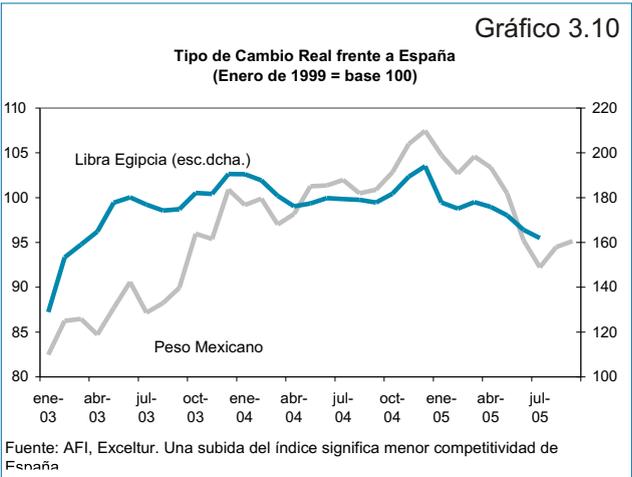
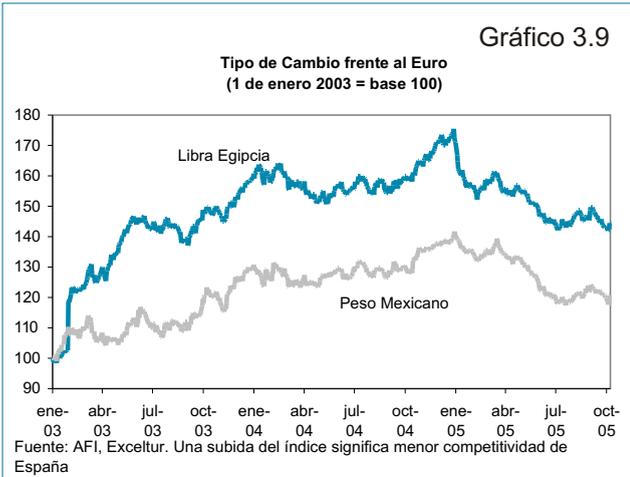
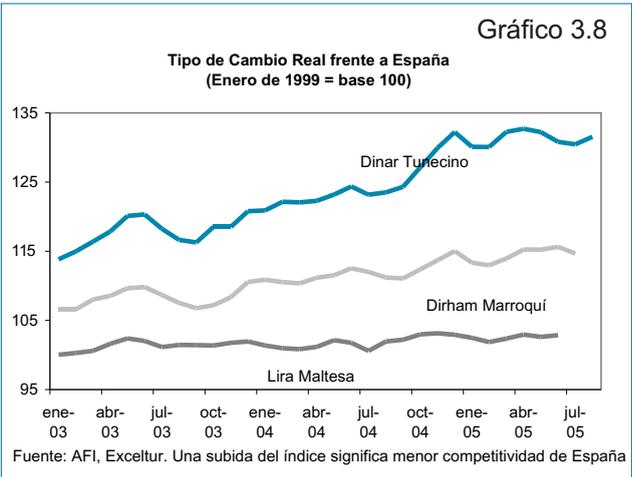
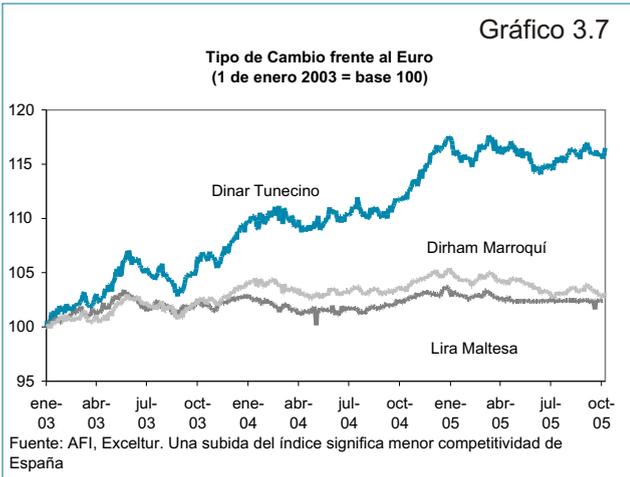


Gráfico 3.13

