

Cluster Turístico

1. Alojamiento: Hoteles urbanos, vacacionales y apartamentos turísticos y campings
2. Distribución: TTOO y Agencias de viajes
3. Transporte: LLAA, Marítimo, Ferrocarril y Vehículos de alquiler
4. Ocio: Museos y Campos de golf



Cluster

1. Alojamiento

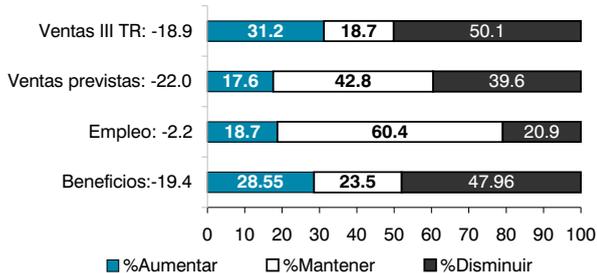
Dentro del esfuerzo de mejorar el Informe Perspectivas Turísticas, en este número se incluye por primera vez de forma diferenciada la opinión de hoteles vacacionales y urbanos. La explotación de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el sector de alojamiento en estos dos segmentos permite valorar comportamientos y sensibilidades diferenciales en cada uno de ellos en el actual escenario de la industria turística.

La actividad del sector de alojamiento en España ha mostrado síntomas de cierta recuperación durante la temporada de verano, en relación con la situación del segundo trimestre del 2003. Los resultados de la Encuesta de Clima Empresarial señalan que ha habido una modesta mejora de las expectativas, principalmente en los hoteles de destinos vacacionales del litoral. Por el contrario, el segmento de ciudad se mostró más sensible al actual escenario de desaceleración económica mundial y, por ello, los resultados que ofrecen las principales variables para este producto constatan un clima menos favorable.

A pesar de que las expectativas algo más positivas, los empresarios todavía mantienen dudas sobre una clara recuperación de la actividad hotelera. El ICTUR para el conjunto del sector de alojamiento se sitúa en un valor de -14,3 en el tercer trimestre, algo superior al -18,6 que se registraba en el segundo trimestre del año. Esta mejora del ICTUR viene liderada por las expectativas de los empresarios de hoteles vacacionales, que sitúa su valor en el 7,5 (-17,8 anterior), mientras que el segmento de alojamiento urbano profundiza su sentimiento pesimista entre julio y septiembre, con un valor de 25,8, que contrasta con los registros positivos alcanzados el pasado año.

Gráfico II.1.1

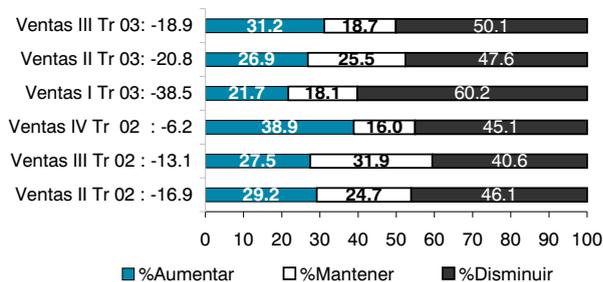
Opiniones empresariales en el sector alojamiento. III Tr 2003



Fuente: EXCELTUR.

Gráfico II.1.2

Evolución de las opiniones empresariales sobre sus ventas en el sector alojamiento



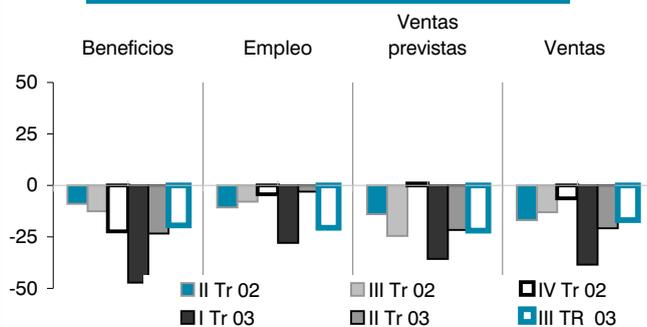
Fuente: EXCELTUR.

Si bien existe un cierto consenso sobre el descenso de las principales variables del negocio, los resultados han sido dispares y los alojamientos singulares y las marcas y cadenas han tenido una evolución mucho más positiva que el promedio. El sector de alojamiento hotelero mantiene una pequeña mejora en las expectativas de ventas en relación con los registrados en el tercer trimestre del año 2002 en un contexto en el que se incrementa la percepción de aumento (31,2%) y permanece prácticamente estancado la de descenso (50,1%), sin embargo, las perspectivas para esta variable, pronostican un descenso de ventas previstas para el último trimestre del año.

La mejora de las ventas no ha tenido un impacto simétrico en la mejora de rentabilidad empresarial respecto a los mismos meses del pasado año, si bien ha operado con respecto al primer semestre del año. Por

Gráfico II.1.3

Evolución de las opiniones empresariales en alojamiento 2002/2003

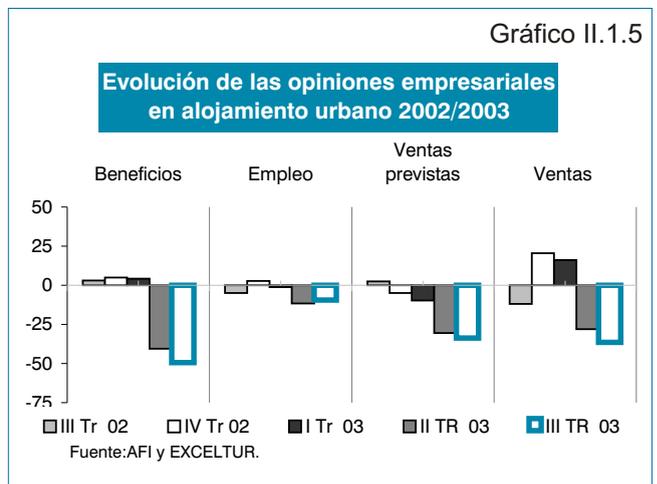
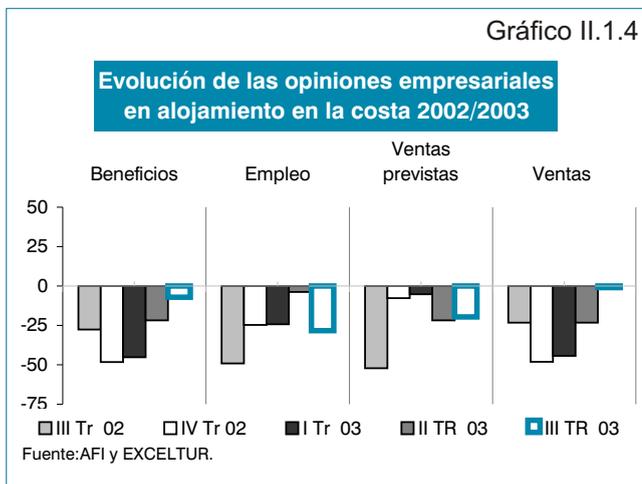


Fuente: AFI y EXCELTUR.

tanto, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur los resultados económicos de la temporada turística de verano siguen en general sin ser del todo satisfactorios para el segmento de alojamiento dado salvo para algunas cadenas y/o establecimientos singulares. En este contexto, la actividad hotelera ha visto reducida su capacidad de generación de empleo.

La valoración de los empresarios de la situación de su negocio en el alojamiento urbano ha sido aún negativa en el tercer trimestre e incluso se ha deteriorado respecto al periodo anterior. El proceso de ajuste en costes de viaje de las empresas y la postergación de las actividades de congresos y jornadas a causa del conflicto bélico y su incertidumbre acerca de su finalización explican el descenso de las ventas en este verano, agudizándose esta opinión respecto a trimestres precedentes. Al mismo tiempo, se mantiene un deterioro de las expectativas sobre ventas previstas, donde el 50,0% de los encuestados anticipan una disminución para el último cuarto de 2003. Con este comportamiento de la demanda y con los ajustes que están llevando a cabo en los precios hoteleros, la mayoría de los empresarios (65,9%) consideran que la rentabilidad de su negocio en este segmento está descendiendo.

En cambio, las opiniones empresariales del subsector de sol y playa se han modificado sensiblemente en relación con los resultados correspondientes al verano de 2002, según se desprende de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. Sobresale la recuperación de las ventas en el segmento de sol y playa, que alcanza niveles próximos a cero por primera vez desde que se realiza la encuesta. Este comportamiento de las ventas unido a una recuperación de los precios ha contribuido a reducir el sentimiento pesimista acerca de la evolución de los beneficios en los hoteles vinculados al turismo vacacional.



Las principales estadísticas de alojamiento han evidenciado un escenario de recuperación de las ventas en los meses de julio y agosto, en el que se observan tasas de crecimiento positivas de las pernoctaciones en todos los segmentos de alojamiento reglados con la excepción de los acampamentos (con un descenso del 3,2%) y, en menor medida, de los apartamentos, que sufren un ligero retroceso en la temporada de verano (-1,4%). La demanda de turismo rural modera la pujanza observada en el primer semestre de 2003 debido al comportamiento negativo observado en el segmento de no residentes. Así, frente al aumento del 17,8% acumulado hasta junio, en los dos meses siguientes se produce un descenso del 4,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

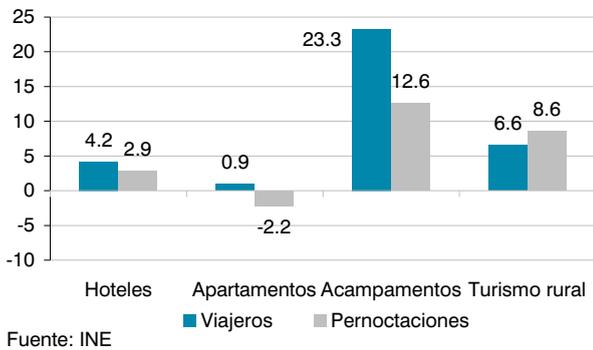
El aspecto más destacado de la demanda de alojamiento hotelero en la temporada estival ha sido, sin duda, la consolidación del aumento de las pernoctaciones en hoteles por parte de los no residentes y la fortaleza del turismo de los residentes nacionales, con un crecimiento en los meses de julio y agosto del 6,5% interanual, tasas superiores a las registradas en las pernoctaciones de los extranjeros en hoteles, que han aumentado un 2,1%. Uno de los rasgos que sigue afectando al alojamiento español es la reducción de la estancia media, si bien se advierte una contención en este proceso en los meses de verano. Esto supone que la estancia se ha anclado en 4,3 días en la temporada turística actual, el mismo registro que en 2002.

El mercado emisor que más ha contribuido a esta recuperación del alojamiento hotelero ha sido el británico, seguido en menor medida del alemán y el francés, todos ellos con tasas de crecimiento en el entorno del 4% en este periodo. También se aprecia una leve recuperación de las pernoctaciones de los holandeses mientras que la demanda hotelera de los turistas italianos sigue adoleciendo falta de impulso.

Año 2003

Gráfico II.1.6

**Demanda alojamientos reglados
Variación interanual. Ene-Ago 2003**



Temporada de verano

Gráfico II.1.7

**Demanda alojamientos reglados
Variación interanual Jul-Ago 2003**

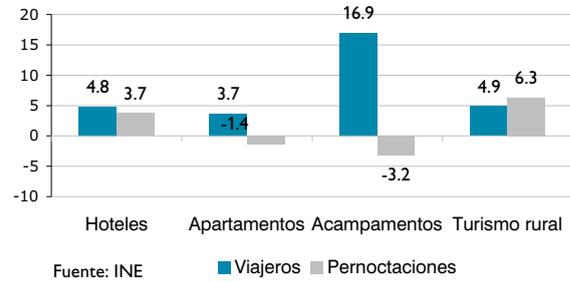


Gráfico II.1.8

**Demanda de residentes en alojamientos reglados.
Variación interanual. Ene-Ago 2003**

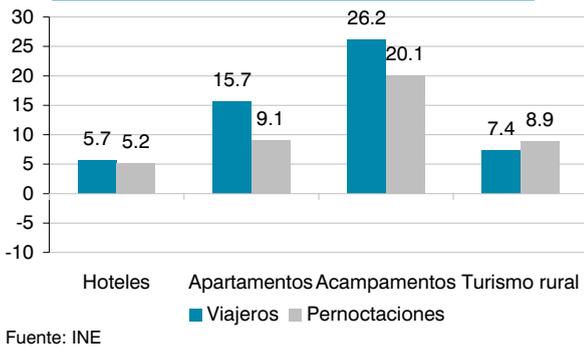


Gráfico II.1.9

**Demanda de residentes en alojamientos reglados.
Variación interanual. Jul-Ago 2003**

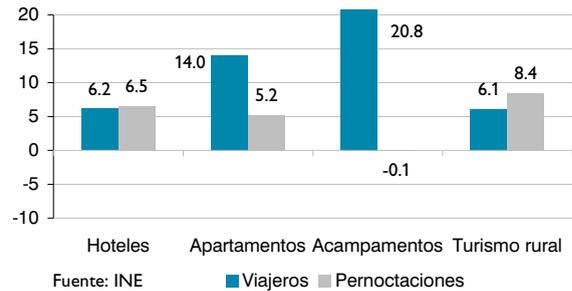


Gráfico II.1.10

**Demanda de extranjeros en alojamientos reglados.
Variación interanual. Ene-Ago 2003**

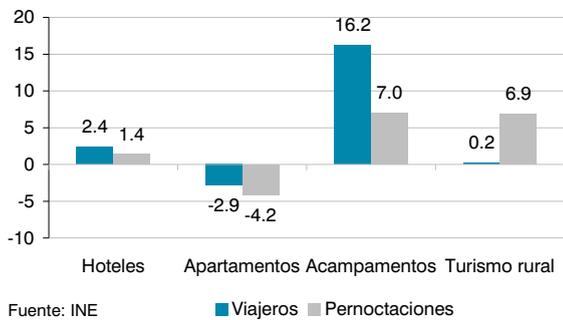
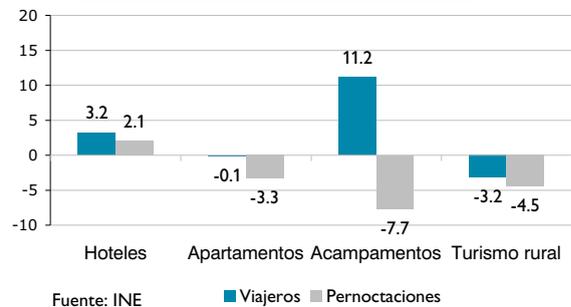
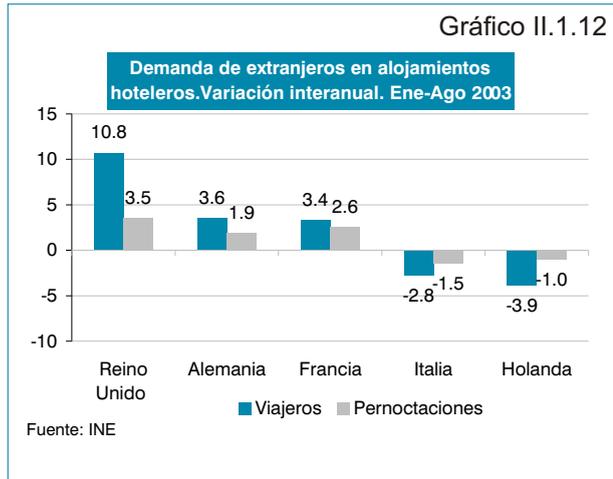


Gráfico II.1.11

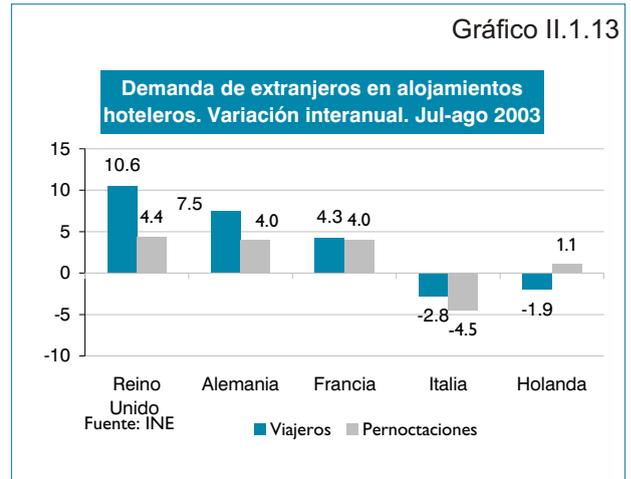
**Demanda de extranjeros en alojamientos reglados.
Variación interanual. Jul-Ago 2003**



Año 2003



Temporada de verano



El aumento observado en la demanda de alojamiento hotelero se está traduciendo en una recuperación de los ingresos (IIH), si bien modesta y muy localizada en los hoteles más diferenciados y/o pertenecientes a cadenas, que en el mes de agosto han experimentado un notable empuje de la demanda (las pernoctaciones aumentan a tasas del 30%). Según el IIH que publica el INE, los ingresos hoteleros presentan un notable retroceso a lo largo de 2003 en los hoteles de tres y, sobre todo, de cuatro estrellas, categorías que ha sufrido el deterioro más acusado debido al ajuste en precios que han llevado a cabo para impulsar la demanda en un entorno de sobre oferta y competencia creciente. Es preciso recordar que el proceso de aumento de las plazas ha estado acompañado por un cambio hacia establecimientos de mayor categoría, que deben incrementar los niveles de calidad de la oferta. Así, el crecimiento de la oferta hotelera se está llevando a cabo en los segmentos de tres y cuatro estrellas en detrimento de las categorías inferiores.

Gráfico II.1.14

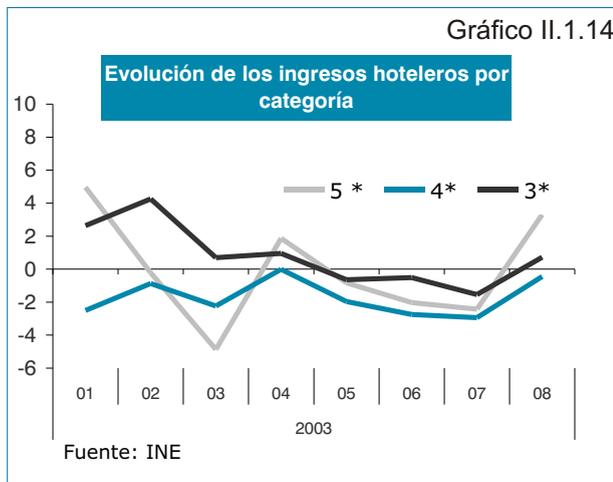
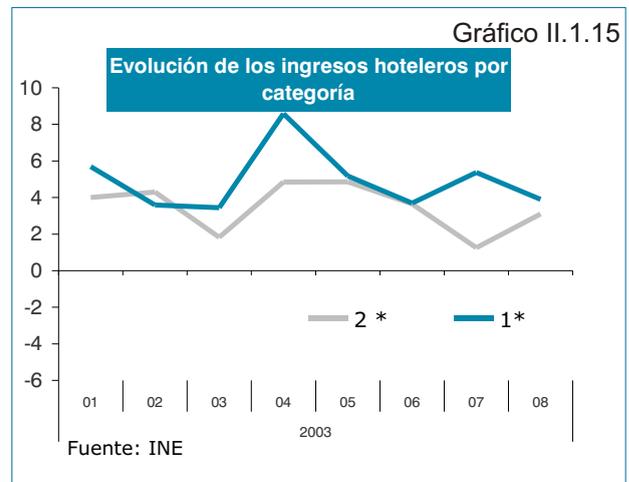


Gráfico II.1.15

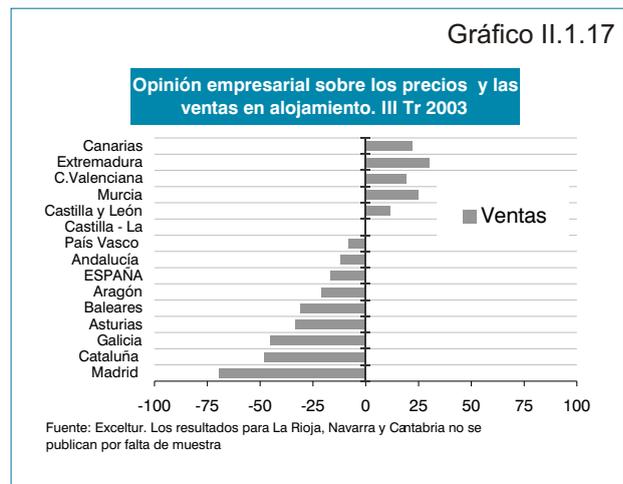
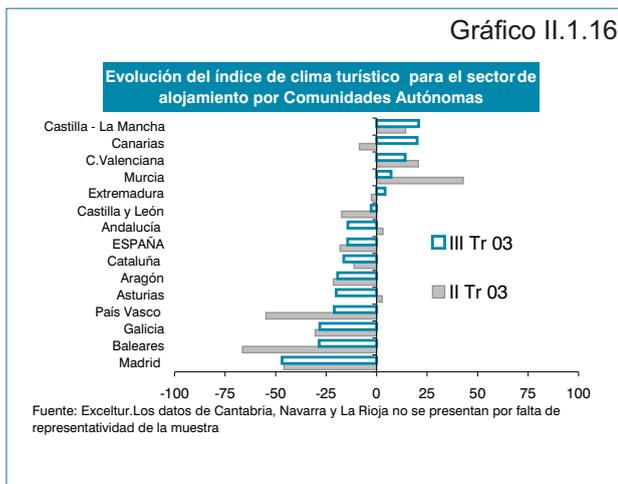


Esta situación del negocio hotelero no es muy distinta en Europa. Según un informe de la consultora francesa MKG para hoteles urbanos, el ingreso medio por habitación disponible (Revpar) en distintos países europeos ha descendido en julio, resultado que interrumpe la recuperación observada en los dos meses precedentes. Alemania y España son los países en donde se ha producido una menor caída interanual del Revpar, con una tasa del 1,5% y -3,8%, respectivamente. En el lado opuesto se sitúa Holanda (-15,2%) mientras que Reino Unido, Francia e Italia ocupan las posiciones intermedias, con retrocesos en el entorno del 5%. En cuanto a las categorías, el informe también señala que son los hoteles europeos de 4 estrellas los que registran el descenso más acusado del Revpar en julio (-5,8%).

A pesar del descenso generalizado en Europa de la rentabilidad del negocio hotelero, España encabeza el ranking europeo de inversión en hoteles, lo que apunta a que las perspectivas del alojamiento urbano son positivas tanto desde el exterior como el interior. Durante los primeros ocho meses de 2003 el volumen de transacciones de 498 millones de euros, según un estudio publicado por Jones Lang LaSalle Hotels. La inversión hotelera en Europa de enero a agosto se incrementó un 84% respecto al mismo periodo de 2002 hasta alcanzar un volumen de 5.400 millones de euros. Mientras Europa duplica su resultado respecto al año pasado, España prácticamente lo cuadruplica, gracias a importantes operaciones de compra-

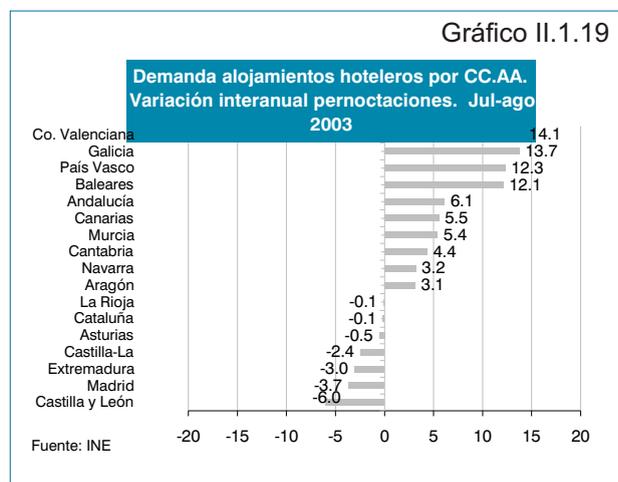
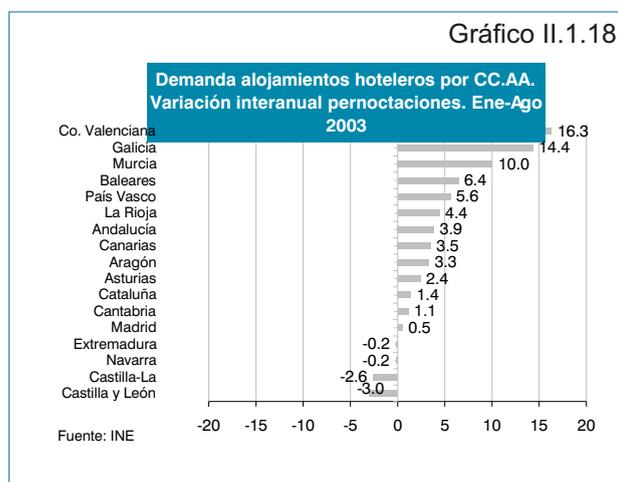
venta de establecimientos hoteleros en Barcelona y Madrid. Del estudio se desprende que el mayor interés por inmuebles hoteleros como oportunidad de inversión se debe entre otras causas a la reducción de la rentabilidad de los mercados inmobiliarios de oficinas y centros comerciales, y a la incertidumbre de la bolsa.

Desde la perspectiva de los distintos destinos turísticos españoles, los meses del verano han sido testigos de una mayor recuperación de la actividad turística en las Islas Canarias con relación al resto y que se ha traducido en una mejora de las expectativas de la clase empresarial, según la Encuesta de Clima Turístico elaborada por Exceltur. La fortaleza del mercado español y en ese destino el aumento del flujo de turistas extranjeros, fundamentalmente alemanes e ingleses, unido al consenso sobre la necesidad de tener que mantener una política de reducción en los precios han contribuido a la reactivación de la demanda. En **Baleares** se está consolidando el cambio de tendencia que comenzó a vislumbrarse durante el segundo trimestre de 2003. Aunque los empresarios no abandonan el clima negativo, se percibe una notable mejoría respecto a la situación del primer semestre del año. La EOH para estas Comunidades Autónomas recoge esta mejora, con crecimientos de las pernoctaciones en la temporada estival de un 12,1% para Baleares y de un 5,5% para Canarias.



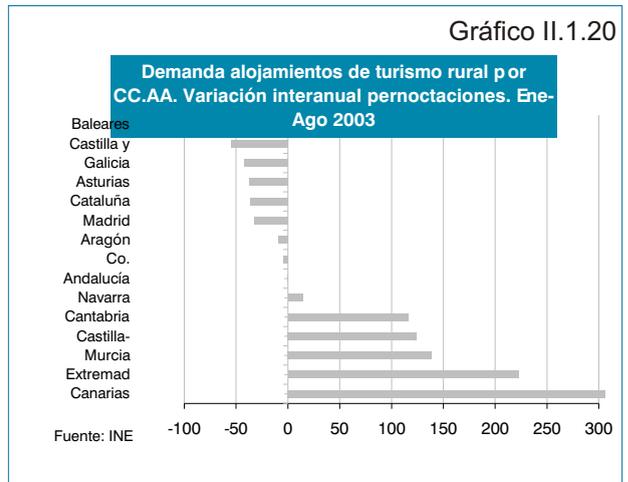
Los destinos turísticos de la **Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía** siguen particularmente favoreciéndose de la fortaleza del mercado español y en el caso de la Comunidad Valenciana, del dinamismo del mercado británico, que representa en torno al 45% del turismo extranjero recibido. En todo caso, la valoración de las empresas del sector de alojamiento se traduce en **un descenso del índice de clima (ICTUR) respecto a los registrados el trimestre anterior y en el caso de Andalucía muestran un signo negativo por primera vez desde el inicio de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.**

En la **Cornisa Cantábrica y Galicia** no han mejorado sustancialmente las perspectivas de los empresarios de alojamiento, que mantienen unas perspectivas inciertas de cara al final del año. Conviene matizar, no obstante, que la EOH no refleja en la misma intensidad esa percepción empresarial de desaceleración de la demanda, puesto que en Galicia y el País Vasco las pernoctaciones hoteleras aumentan un 13,7% y un 12,3%, respectivamente aunque sí se produce un notable descalabro del turismo rural (-33%).



Entre las ciudades más afectada por el descenso de la actividad turística ha sido Madrid, comunidad que por segundo trimestre consecutivo ocupa los últimos puestos según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. El ICTUR de Madrid ha permanecido anclado en niveles cercanos al 50, por lo que se deduce que los empresarios no esperan un notable cambio de esta tendencia durante los próximos meses. La caída de la llegada de turistas se ha dejado notar sobre las ventas de los establecimientos hoteleros, que a lo largo de los últimos tres meses han vivido descensos en las pernoctaciones del 3,7%, concentrándose el menor dinamismo en el mercado nacional frente al práctico estancamiento del extranjero.

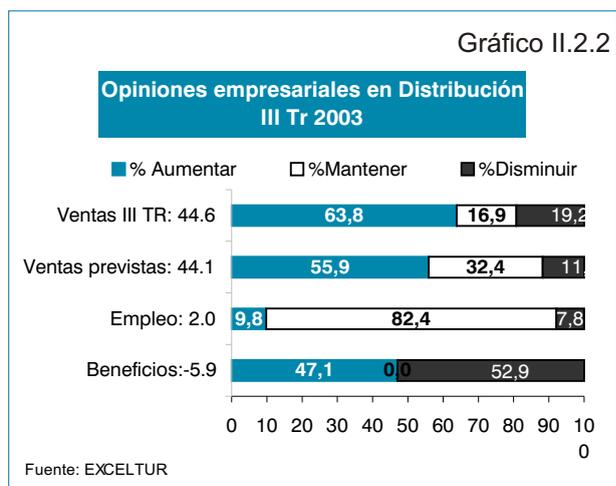
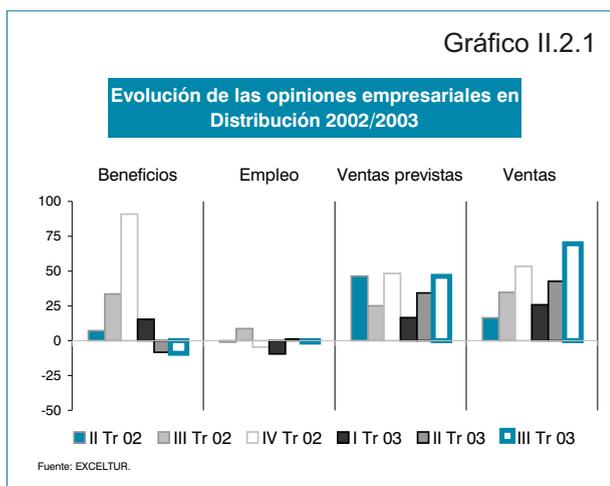
Por otro lado Cataluña ha sido igualmente de los destinos que han acusado durante este verano un descenso notable de su actividad turística, en gran parte debido a la contracción del mercado francés, circunstancia que ha confirmado la encuesta correspondiente al tercer trimestre. De hecho, el ICTUR en Cataluña, aumenta el valor negativo hasta 16,3 puntos (-11,2 anterior) debido al deterioro del componente de ventas previstas ya que un 31,5% de los establecimientos opinan que descenderán en el próximo trimestre.



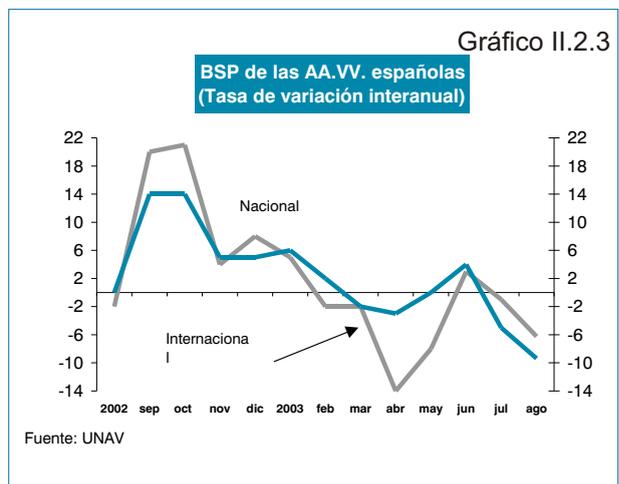
2. Distribución

Las expectativas empresariales para el sector de agencias de viaje en función a la información facilitada por los grandes grupos de distribución españoles siguen siendo bastantes favorables. **El Indicador de Clima Turístico Empresarial (ICTUR) se sitúa para los meses de julio, agosto y septiembre, en un valor positivo de 31,4, reflejando una mejora en el sentimiento empresarial respecto a las expectativas del segundo trimestre de este año.** La bonanza de este sector encuentra su justificación en el mayor dinamismo del turismo nacional. Las estrategias de reducción de precios unido a la situación de la economía española, que presenta un diagnóstico positivo en su componente de gasto familiar, contribuyen a la dinamización de una demanda que es susceptible de mejorar, incluso, el próximo año.

Los resultados son muy elocuentes. La percepción de las empresas de agencias de viaje sobre las ventas es muy positiva en el tercer trimestre del año. Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial Exceltur, un 63,8% de los empresarios constatan que la temporada de verano se ha saldado con un volumen de ventas mayor que en 2002, mientras que un 20,0% declaraban haber vendido menos, lo que sitúa el saldo en un valor de 44,1. Esta situación supone una mejora respecto a la opinión empresarial en los meses anteriores y las perspectivas en el corto plazo son alentadoras, dado que el 55,9% de las respuestas son positivas cuando se les pide opinión acerca de la evolución de la demanda para el final del año.



El mejor escenario en volumen de ventas para el sector de la distribución en la temporada de verano no viene sin embargo acompañado por un aumento de las liquidaciones de ventas de billetes de avión que realizan las agencias de viaje, lo que viene a apuntar un protagonismo creciente de las ventas de paquetes turísticos. Con la excepción de mayo y junio, en donde la actividad presentó una importante recuperación, **la producción de BSP continúa dibujando una senda descendente que se prolonga hasta julio y agosto de este año, con una caída del 6% interanual en los vuelos internacionales y del 9% para los vuelos nacionales.**



Si bien la sólida demanda interna sigue siendo el factor clave de las ventas en las agencias de los viajes españolas, cada vez es mayor el porcentaje de empresarios que muestra una mayor inquietud por el aumento de la competencia, como exponen el 45,7% de los encuestados. La proliferación de multiplicidad de agencias individuales y de las nuevas agencias de viajes por Internet junto con la tendencia a la reducción de comisiones y la intensificación de la guerra de precios que han puesto en marcha algunas empresas, están afectando a los márgenes unitarios con los que opera el sector. Este contexto queda reflejado en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur que, por segundo trimestre consecutivo, obtiene como resultado una valoración negativa de los beneficios. La rentabilidad del negocio de las empresas disminuyó para el 52,9% de los encuestados entre julio y septiembre, frente al 47% que sostiene que ha aumentado.

Bajo este escenario de mayor competencia y procesos de reestructuración y/o concentración crecientes, los empresarios no han podido obviar las campañas de promociones y ofertas, que se han acentuado en la temporada de verano. El mayor consenso de los empresarios acerca de la reducción de sus precios (un 33,1%, frente al 10% del pasado trimestre) son señales de que las políticas de reducción de precios que se iniciaron este año no han finalizado.

La opinión de las agencias de viajes en cuanto a los destinos españoles más solicitados por los turistas nacionales en el tercer trimestre, indica que éstos se concentran, al igual avala que en primavera, en las regiones de sol y playa, como es el caso de Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y las regiones insulares. Después de Andalucía, Canarias y Cataluña se han posicionado como los destinos más demandados, registrando un avance significativo gracias a la oferta de paquetes turísticos a un coste reducido.

Es de resaltar la valoración realizada de Baleares, que si bien el pasado año figuraba en los últimos puestos, desde la primavera se ha consolidado como uno de los destinos con más demanda por parte del turismo nacional. En contraposición, todas las regiones del Norte y del interior ostentan una valoración más desfavorable. De la encuesta se deriva también la recuperación de destinos internacionales de larga distancia (Caribe y América del Sur) como lugar de atracción turística para los españoles, mientras que sobresale la fortaleza de la demanda hacia destinos europeos.

Gráfico II.2.4

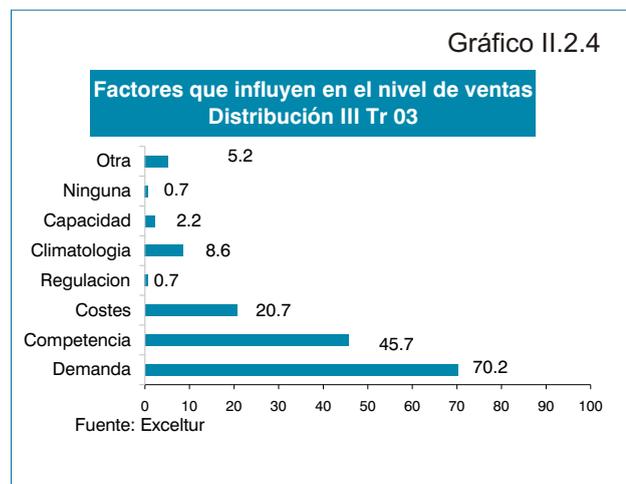
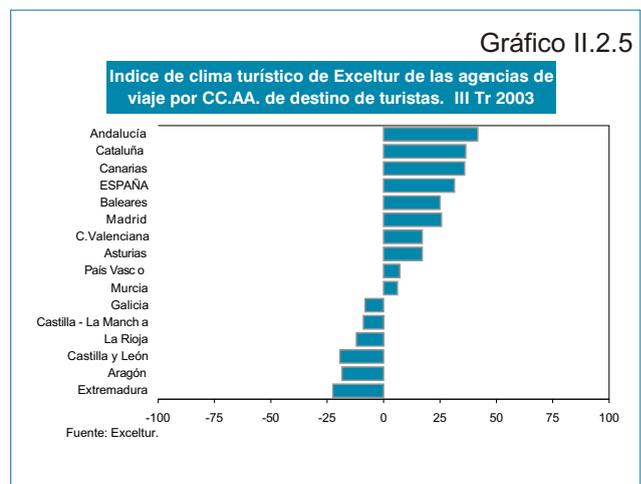


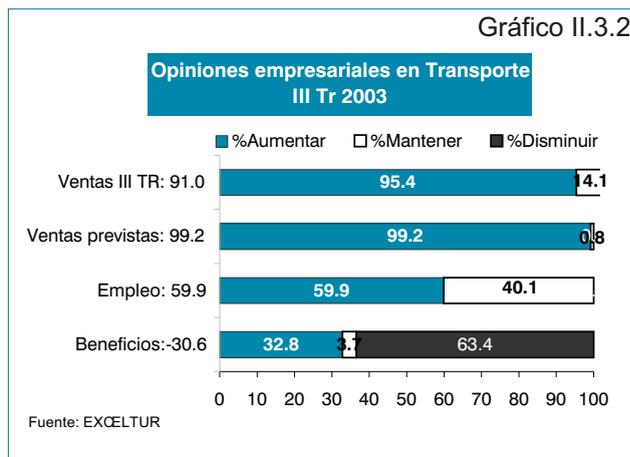
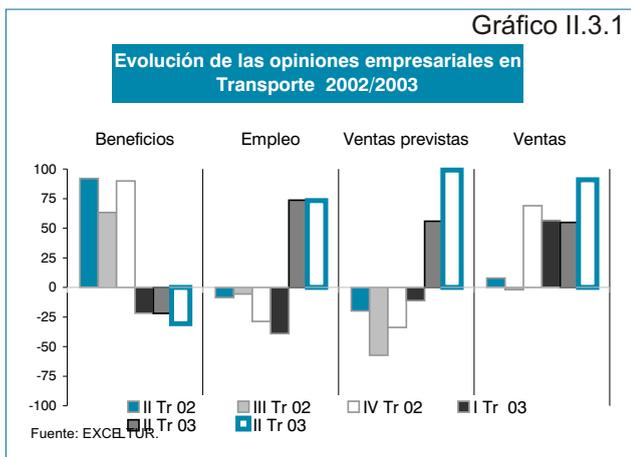
Gráfico II.2.5



3. Transporte

Los resultados de la Encuesta de Clima Turística para el transporte continúan ofreciendo en el tercer trimestre un tono positivo en ventas y no tanto en beneficios, en un año caracterizado por el notable proceso de reestructuración que están llevando a cabo algunas de las empresas de este subsector, con fuertes ajustes en sus márgenes y costes de explotación. El Índice de Clima empresarial se sitúa en el 54,8 (67,5 del trimestre anterior), como consecuencia de las favorables perspectivas manifestadas por los subsectores aéreo y de vehículos de alquiler. La opinión vertida en la encuesta por las compañías de transporte ferroviario y marítimo es menos optimista, al estar condicionada por una demanda que no ha experimentado variaciones significativas respecto al verano de 2002.

La dinamización del mercado nacional es el factor más influyentes en la opinión sobre la evolución de las ventas en el tercer trimestre, en donde existe una clara unanimidad sobre su aumento y con perspectivas de continuidad hasta final del año. Con este escenario, la encuesta de opinión sobre los planes de contratación de personal resulta especialmente favorable en las empresas del sector, tras los fuertes ajustes de empleo realizados el pasado año. Se constata un sentimiento positivo muy similar al del trimestre anterior, con más del 50% de los encuestados afirmando que han creado empleo en 2003.



La importante recuperación de la demanda desde comienzos de año es no obstante todavía insuficiente para lograr los deseados niveles de rentabilidad. La opinión de los empresarios del negocio de alquiler de vehículos se aleja de este consenso, el ferroviario y marítimo ocupan un lugar intermedio, mientras que el sector aéreo sigue ofreciendo los resultados relativos más bajos en términos de rentabilidad. El aumento de la competencia es uno de los elementos que ha condicionado de forma notable la percepción de mejora de los beneficios en los meses de verano, mostrando una mayor inquietud en este trimestre, como pone de manifiesto el 30,8% de los encuestados. Como consecuencia, se ha elevado el porcentaje de empresarios que han optado por la aplicación de una estrategia muy agresiva en precios, el 63,1%, frente al 16,5% que ha subido las tarifas respecto al mismo periodo de 2002.

Uno de los sectores que más ha transmitido la preocupación por el aumento de la competencia es el aéreo por la presencia creciente de las compañías de bajo coste. La nueva estructura del mercado está induciendo la puesta en marcha de importantes transformaciones en los modelos de gestión del negocio de las grandes compañías. Por un lado, ya se están aplicando intensos planes de ahorro de costes y, por otro, se efectuará un cambio de la estructura tarifaria, de tal manera que permita una mayor segmentación de la demanda. **La tarifa más barata que aplican estas nuevas compañías está**

Pasajeros por compañías (datos acumulados hasta agosto)

Tabla II.3.1

	2003	2002	Variación
HAPAG-LLOYD FLUGGESELLSCHAFT	2.920.917	2.649.152	10,3%
AIR BERLIN	3.859.209	2.644.999	45,9%
EASYJET AIRLINE CO. LTD.	2.814.593	1.442.945	95,1%
GO FLY LTD.	414.864	988.681	-58,0%
VIRGIN EXPRESS	665.836	616.081	8,1%
GERMANIA Fluggesellschaft mbH	79.092	145.826	-45,8%
RYANAIR LTD.	637.296	34.612	1741,3%
STAR EUROPE	103.457	112.937	-8,4%
Total	11.495.264	8.635.233	33,1%

Fuente: AENA

asociada a una estructura de producción que tiene menores costes. Su cuasi exclusivo sistema de venta a través de Internet (95% de los billetes en algunas compañías), su concentración sólo en las líneas más rentables, en las que no entran las intercontinentales, y la utilización de una flota homogénea contribuyen entre otros a reducir gastos y costes y de ahí que los precios que aplican sean muy competitivos.

El crecimiento de las aerolíneas de bajo coste en 2003 sigue siendo espectacular. De acuerdo con los datos facilitados por Aena, en los ocho primeros meses del año las compañías de bajo coste han aumentado su volumen de pasajeros en más de un 30%. Las empresas con más cuota de mercado que operan en España este año son: EasyJet (Reino Unido), Virgin (Bélgica), Star (Francia), Air Berlin (Alemania) y Ryan Air (Irlanda), a las que hay que unir las nuevas líneas de bajo coste de los propios TTOO como la reciente de la Tui (Hapag-Lloyd Express).

Dentro de estas, **EasyJet (que ha absorbido a Go) junto con la compañía irlandesa Ryan Air son las que han experimentado un incremento de la demanda más expansivo en 2003.** Mientras la primera ha duplicado el volumen de pasajeros transportados, abriendo nuevas rutas a aeropuertos en destinos turísticos como Alicante e Ibiza, Ryan Air ha superado todas las expectativas, con un crecimiento del transporte de viajeros que multiplica por 18 el realizado el pasado año. La apertura de la conexión con aeropuertos pequeños como Girona, y en menor medida, Murcia y Jerez de la Frontera, han supuesto un revulsivo para esta empresa que sigue anunciando que operará en nuevas rutas como la que unirá Valladolid con Londres. Pero no es la única. La mayoría de las compañías de bajo coste tienen previsto incrementar su cuota de mercado en España, no sólo con nuevos trayectos, sino también ampliando la frecuencia que realizan entre los distintos destinos turísticos en los que ya operan.

Tabla II.3.2 y Tabla II.3.3

Pasajeros EASYJET AIRLINE CO. (datos acumulados hasta agosto)				Pasajeros RYANAIR LTD. (datos acumulados hasta agosto)			
	2003	2002	Variación	2003	2002	Variación	
EASYJET AIRLINE CO. LTD.	2,814,593	1,442,945	95.1%	637,296	34,612	1741.3%	RYANAIR LTD.
BARCELONA	802,538	556,635	44.2%	15,386	13,470	14.2%	MÁLAGA
MADRID-BARAJAS	243,901	188,295	29.5%	192	0		ALICANTE
MÁLAGA	711,779	401,549	77.3%	658	0		SEVILLA
PALMA DE MALLORCA	395,943	296,466	33.6%	538,821	0		GIRONA
ALICANTE	517,176	0		10,176	118		JEREZ DE LA FRONTERA
BILBAO	76,950	0		72,063	0		MURCIA-SAN JAVIER
IBIZA	66,306	0		0	2,553		REUS
				0	12,305		PALMA DE MALLORCA
				0	5,946		MENORCA
				0	220		VALENCIA

El transporte aéreo se está mostrando como uno de los subsectores más dinámicos en 2003, recuperándose en cuanto a tráfico de la caída experimentada durante todo el año 2002 como consecuencia de los atentados del 11-S.

Los datos de AENA para el tercer trimestre apuntan avances muy significativos de los viajeros transportados, con variaciones interanuales del 8,6% en los vuelos nacionales y algo más moderadas, del 7,4% en los internacionales. La recuperación del tráfico aéreo internacional ha sido más tardía que la española, pero se consolida en los meses del verano, de acuerdo con los datos de la IATA. En todo caso, la reactivación de la actividad es bastante dispar entre regiones. Desde enero hasta agosto el tráfico de pasajeros creció en Oriente Medio, Sudamérica y sólo un 0,1% en Europa y, por el contrario, en la región de Asia, Pacífico y Norteamérica, con un 10% interanual, sigue disminuyendo.

Las cifras para España de AENA y Frontur permiten confirmar que los turistas extranjeros que visitan España y utilizan el transporte aéreo presentan un notable crecimiento en los primeros ocho meses del año, que queda reflejado en su mayor peso relativo que representa el 69% del total, frente al 65% de 2002 según Frontur. El total de turistas que utilizó el avión para su desplazamiento vacacional ascendió en los ocho primeros meses del año a más de

Tabla II.3.4

Pasajeros por aeropuertos (acumulados hasta agosto)			
	2003	2002	Variación
Málaga	7,863,939	6,954,059	13.1%
Valencia	1,605,990	1,424,006	12.8%
Alicante	5,516,377	4,674,453	18.0%
Palma de Mallorca	13,551,945	12,584,930	7.7%
Menorca	1,954,045	1,920,406	1.8%
Ibiza	3,010,547	2,905,568	3.6%
Tenerife Sur	5,821,216	5,834,783	-0.2%
Tenerife Norte	1,894,774	1,621,927	16.8%
Gran Canaria	5,935,434	5,746,705	3.3%
Barcelona	15,047,190	14,210,089	5.9%
Gerona	897,083	373,748	140.0%
Reus	576,650	521,775	10.5%
TOTAL	47,154,267	43,666,837	8.0%

Fuente: AENA

25,6 millones de personas, un 1,5 millones más que en 2002. La información de AENA de los principales aeropuertos receptores de turistas indica que Málaga, Alicante, Tenerife Norte y Valencia son los aeropuertos que presentan un mayor crecimiento en el volumen de pasajeros. Sobresale en el mes de agosto el tráfico de Alicante, que supera el 20%, el aeropuerto de San Javier, con un aumento interanual del 50%, y Girona, que duplica la llegada de pasajeros respecto al mismo mes del año anterior. En cambio, los aeropuertos de insulares exhiben una actividad más moderada que el resto de Comunidades Autónomas.

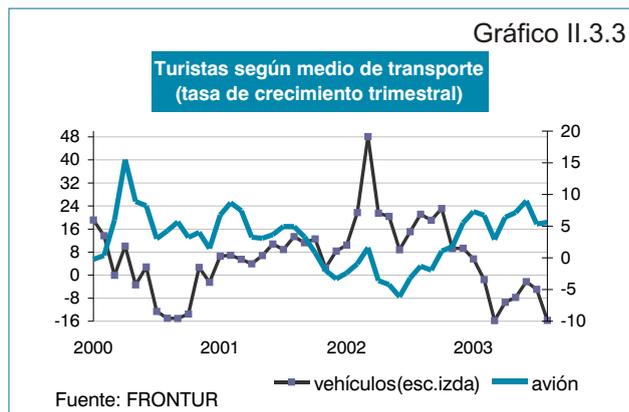
De la evolución durante el tercer trimestre de los principales indicadores del transporte ferroviario se deduce un moderado comportamiento de su actividad, acorde con el a su vez moderado optimismo que revela la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. Así, el número de pasajeros por tren se incrementó en el período julio-agosto un 2,0% interanual, si bien este medio de transporte está siendo menos utilizado por los turistas extranjeros que visitan España, puesto que las llegadas de turistas por tren se han reducido un 19,8%, atendiendo a los resultados de FRONTUR.

Tabla II.3.5

Sector de transporte	Valor 2002(*)	Tasas anuales			Tasas interanuales							Ultimo dato	
		2000	2001	2002	2002				2003				
					I	II	III	IV	I				
Nº de pasajeros por medio de transporte utilizado													
Carretera (servicio discrecional)	319,545	-4.5	-3.2	9.3	15.2	21.2	5.5	-0.6	-2.4	-12.5	-1.9	ago	
Avion	141,240	9.4	3.0	-1.8	-1.0	-5.3	-1.4	4.9	4.6	7.1	7.6	sep	
Barco	19,097	7.2	0.2	0.0	7.1	-1.6	3.0	10.7	-12.4	--		mar	
Tren	484,626	4.5	6.6	3.1	1.1	5.2	4.7	4.4	3.4	-0.1	2.0	ago	

Fuente: INE
(*)unidad : miles

Según se desprende de la Encuesta de Clima de Exceltur, las navieras responsables del **transporte marítimo** consideran que su actividad se ha mantenido en el verano, si bien de manera desigual entre sus principales rutas. Por otro lado, el turismo de cruceros está teniendo un fuerte crecimiento en el Mediterráneo español y en particular en el caso de Valencia. La ciudad y las previsiones sitúan la escala de 65 cruceros y 55.000 cruceristas durante 2003, cifras que superan en un 12% las del año anterior. Puertos andaluces como el de Málaga y Bahía de Cádiz también están rompiendo al alza todas las expectativas, con un importante aumento tanto de las escalas como del número de pasajeros en la temporada de verano. Frontur recoge que el volumen de turistas que utilizó como medio de transporte el barco se incrementó un 4,4% en los ocho primeros meses del año.



A diferencia de 2002, el transporte por carretera está sufriendo un importante declive, siendo el medio de transporte utilizado menos tanto por los turistas que visitan España como por los viajeros nacionales. Al descenso de los desplazamientos por carretera nacionales de los residentes (cercano al 2%) se le une el de los turistas que, según FRONTUR, experimentan un retroceso muy significativo (12,5% interanual en los ocho primeros meses del año).

3.1 Alquiler de Vehículos

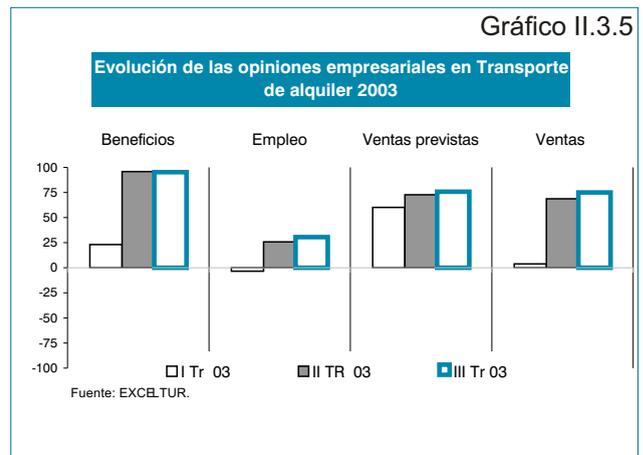
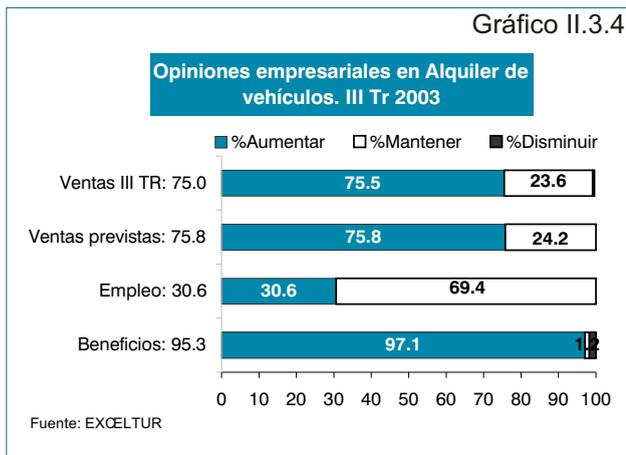
Las compañías de alquiler de vehículos han vivido un tercer trimestre marcado por un generalizado tono positivo. Como resultado, los empresarios contemplan con notable optimismo la evolución de sus principales variables reflejado en un valor del ICTUR de 67,8, frente al 29,8 del trimestre anterior.

Las empresas de alquiler de vehículos han superado la temporada de verano de 2003 con incrementos tanto en sus ventas como en sus beneficios, favorecidas por la recuperación de los flujos turísticos que utilizan el transporte aéreo. El 75,5% de los empresarios del sector manifestaban haber experimentado un aumento en sus ventas y el 97,0% han obtenido una mayor rentabilidad de su negocio en relación con la temporada de verano del año 2002. Las perspectivas para el cuarto trimestre del año son positivas, con un 75,8% que espera una elevación de sus ventas

respecto al mismo trimestre de 2002.

Este clima más optimista ha contribuido al aumento de la plantilla en las compañías de este subsector, según afirman los encuestados. El 30,6% de las respuestas son positivas cuando se les pide opinión acerca de la evolución del empleo, mientras que existe un consenso generalizado acerca de que no se han eliminado puestos de trabajo durante la temporada estival.

La introducción de la venta de servicios a través de internet y la aplicación de tarifas especiales o descuentos que han empezado a establecer algunas compañías se ha traducido en una tendencia a la reducción de los precios. El 65,3% de los encuestados asegura que sus precios se han reducido respecto al verano de 2002, frente al 29,2% que sostiene que han aumentado. Esto constituye un cambio de tendencia en la evolución de los precios en 2003, puesto que en el pasado año, la mayoría de los empresarios del transporte en alquiler consideraban que sus precios habían aumentado.



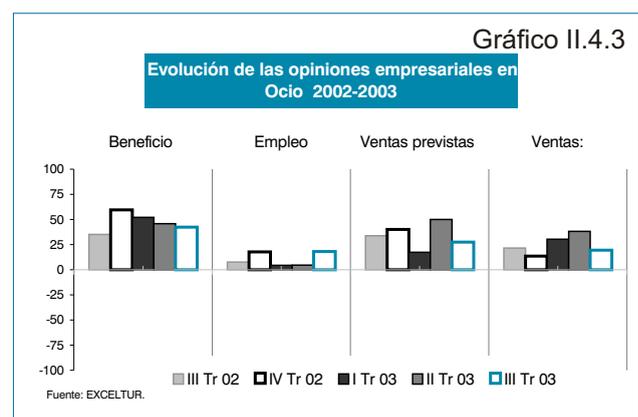
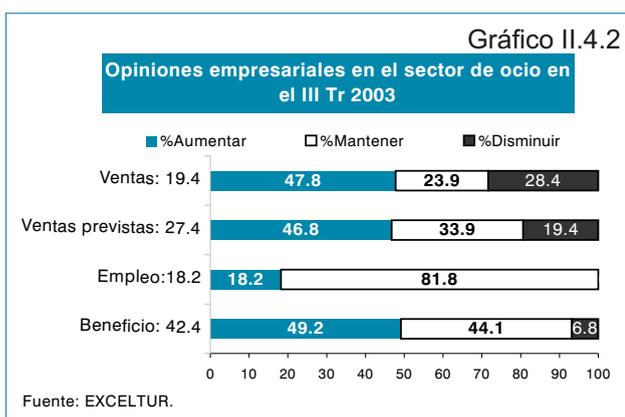
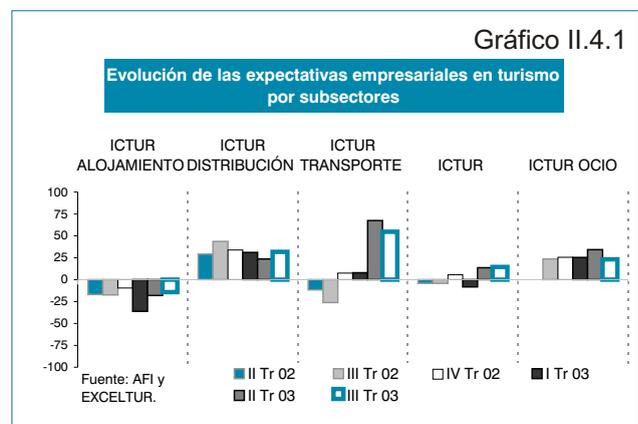
4. Ocio

En el tercer trimestre, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur se ha concentrado en los subsectores de bienes culturales de atractivo turístico, como los museos y los monumentos, a los parques de ocio y a los campos de golf. En esta ocasión, la representatividad de la muestra sólo nos permite efectuar un análisis diferenciado para el turismo de golf y para los museos y monumentos.

El sector de ocio sigue transmitiendo una opinión muy positiva sobre la evolución de su actividad, que se plasma en un valor del ICTUR del 23,3 en los meses del verano, nivel en cualquier caso inferior a los máximos alcanzados en el trimestre anterior (34,3).

La bonanza de este sector es una muestra de la sensibilidad de los turistas hacia los elementos que incorporan un valor añadido y diferencial que potencia las experiencias en los destinos como se han comentado en repetidas ocasiones en anteriores informes. En la medida en que se definan estrategias asociadas a la complementariedad del viaje turístico con una oferta de ocio especializada, tanto en lo referente a turismo cultural, de negocios o de naturaleza, como muy especialmente en los destinos maduros de sol y playa, se estará avanzando en acomodarse a los cambios de la demanda, atrayendo y fidelizando a un turista de mayor gasto promedio y reforzando nuestra diferenciación frente a los destinos emergentes del Mediterráneo por otros atributos distintos del precio.

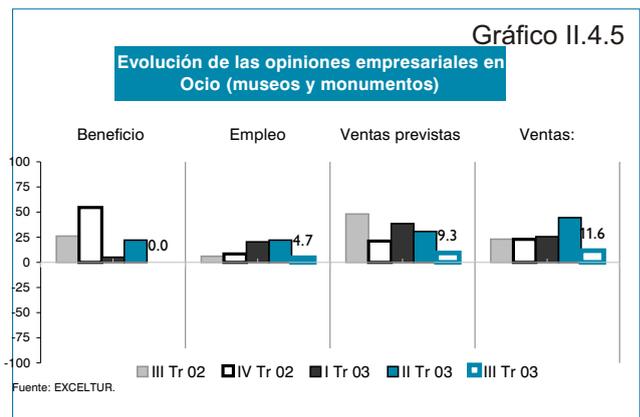
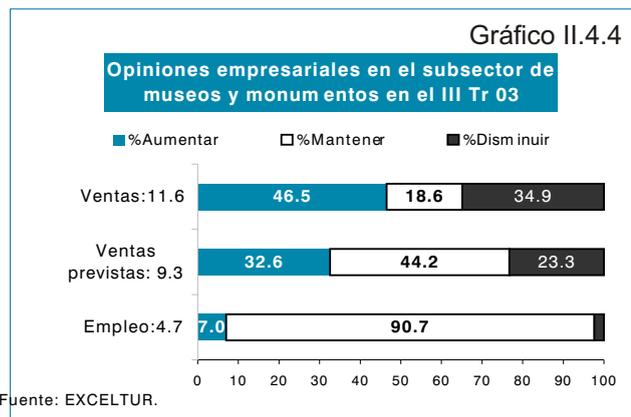
La percepción de las empresas de ocio sobre las variables más relevantes de su negocio es positiva en el tercer trimestre del año, si bien se detecta un menor optimismo respecto a trimestres precedentes. En torno al 47% de los encuestados expone que sus ventas o número de visitantes (en el caso de los museos) en la temporada del verano han aumentado, mientras que en trimestres anteriores dicho porcentaje se situaba entre el 50% y 60%. Las expectativas de la demanda para el último trimestre del año apuntan hacia una leve desaceleración respecto al mismo periodo del año anterior, aunque el tono sigue siendo marcadamente positivo. Con todo, la percepción acerca de su rentabilidad apenas ha variado en el tercer trimestre del año, habiendo aumentado para el 49,2% de los encuestados.



II.4.1. Museos y Monumentos

Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la opinión de los gestores de los museos y monumentos en España sigue siendo positiva, aunque se han moderado sustancialmente las favorables perspectivas que se habían formado a inicios del presente año. De hecho, el ICTUR para este sector alcanza su nivel más bajo desde el inicio de la encuesta, con un valor del 9,3, frente al 30,4 del trimestre anterior.

La opinión de las agencias de viajes españolas sobre el comportamiento de los destinos españoles, que señala que los más solicitados se concentran en los destinos costeros de sol y playa, y el descenso de la demanda de alojamiento urbano en la temporada de verano, han podido influir en la valoración de las medidas de demanda por parte de los gerentes de los principales museos y monumentos españoles, que presentan una clara desaceleración en los meses del verano. Los resultados derivados de la encuesta indican que el 46,5% de los encuestados sostiene haber registrado un aumento en sus visitantes en el tercer trimestre del año, mientras un 32,6% de los manifiestan que se incrementará la afluencia en el próximo trimestre, lo que sitúa los resultados por debajo de las expectativas del sector en el tercer trimestre.



II.4.2. Campos de Golf

Según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, el buen ritmo de la actividad en la primera mitad del año se acelera en el tercer trimestre, situando el ICTUR de los campos de golf en el 36,5 (33,9 en el trimestre anterior). La primacía del mercado británico como principal emisor de turistas está favoreciendo la actividad de este segmento del turismo. Según información de la Secretaría de Estado de Turismo, España recibe 600.000 visitantes aficionados al golf, de los que el 55% son extranjeros, en su mayoría procedentes del Reino Unido (65%), seguido de los países escandinavos (15%), Alemania (12%) y Francia (5%). Esta estructura de los turistas asociada al golf y el aumento del número de federados en España está contribuyendo a la mejora de las perspectivas del sector. Además, es un sector que se está potenciando por los notables ingresos promedio que genera por turista. Los ingresos anuales del turismo de golf se estima que ascienden a 1300 millones de euros, mientras que el gasto diario por visitante en conceptos directamente relacionados con la práctica de este deporte está entre las 150 y 180 euros muy por encima de los turistas de otros segmentos.

El porcentaje de gestores que opinan que sus ventas han aumentado este verano respecto al mismo periodo del año anterior duplica a aquellos con una percepción más negativa. Igualmente, las expectativas para el último trimestre del año recogidas en las variables de ventas previstas son más optimistas según el 53% de los encuestados. La coyuntura favorable por la que atraviesa el sector se refleja en la percepción de los beneficios, positiva para el 52,4% de los gerentes, aunque abandona los excepcionales registros alcanzados en la primavera. Donde si parece haber un mayor consenso es en la evolución del empleo, pues los planes de contratación permanecen estables para el 85,7% de los encuestados.

