

Tendencias empresariales por subsectores

- 4.1. Alojamiento hotelero
- 4.2. Agencias de viajes y
Touropadores
- 4.3. Transporte
- 4.4. Ocio



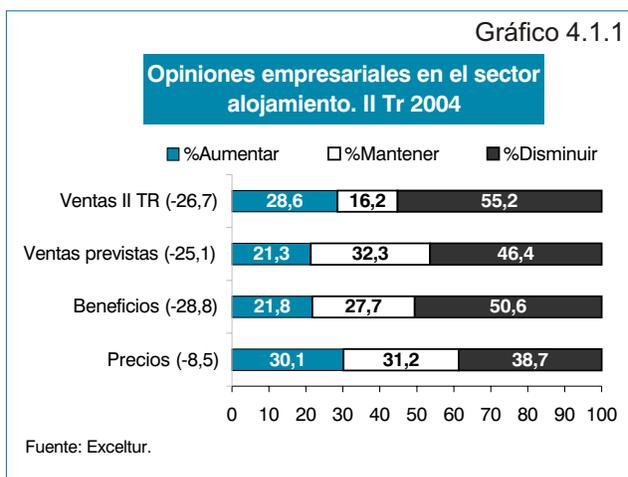
Tendencias empresariales por subsectores

4.1. Alojamiento hotelero

Desaceleración de la actividad de alojamiento hotelero en el segundo trimestre, más acusada en el litoral

Los empresarios hoteleros españoles han visto truncadas sus favorables expectativas del primer trimestre y vuelven al pesimismo imperante en los dos últimos años. La situación es especialmente preocupante en las zonas más turísticas del litoral donde el panorama vuelve a ser sombrío en términos de ventas y rentabilidad de cara a los próximos tres meses. **La mejoría observada a principios del 2004 ha dado paso de nuevo a expectativas más pesimistas, basadas en la contención de las ventas y la moderación de los beneficios entre abril y junio.** La debilidad de la demanda extranjera ha afectado en mayor medida el litoral, mientras los destinos de interior, más dependientes del mercado nacional, se han beneficiado la creciente afluencia de turistas españoles.

Gráfico 4.1.1



Del conjunto de hoteleros encuestados, un 55,2% afirma que sus ventas disminuyeron en el segundo trimestre, un porcentaje que se eleva hasta el 70% considerando solamente los establecimientos ubicados en destinos de costa. En proporciones similares se han visto afectados los beneficios, en la medida en que los precios se han mantenido estables en estos meses, tras las intensas caídas de los dos últimos años. El Índice de Precios Hoteleros medido por el INE creció de media un 1,5% entre abril y mayo, frente al 3,6% en los mismos meses del año pasado.

Gráfico 4.1.2.

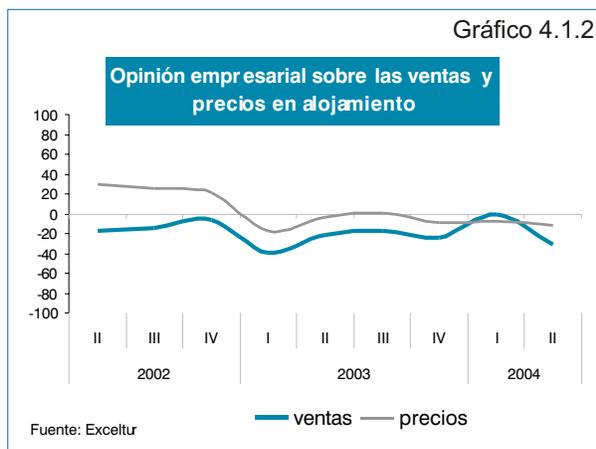
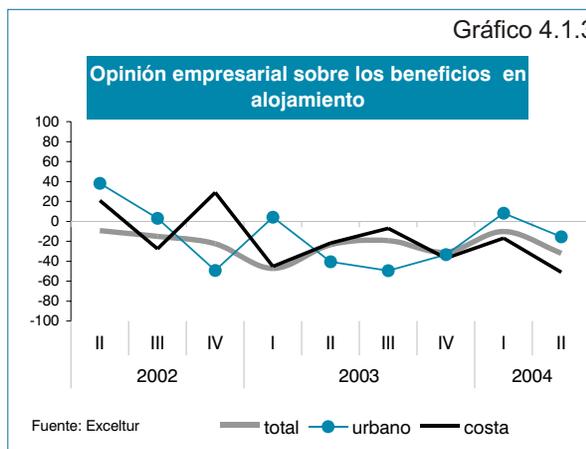
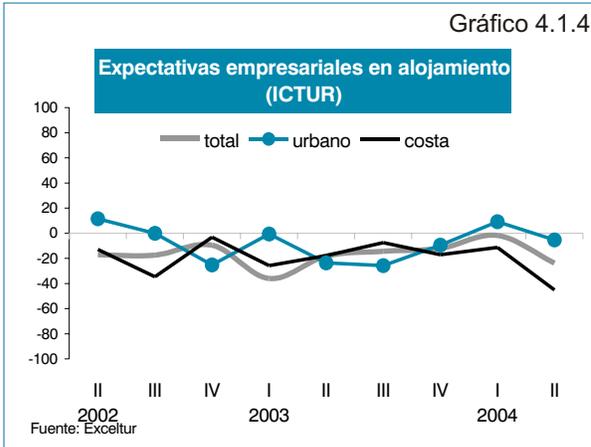


Gráfico 4.1.3



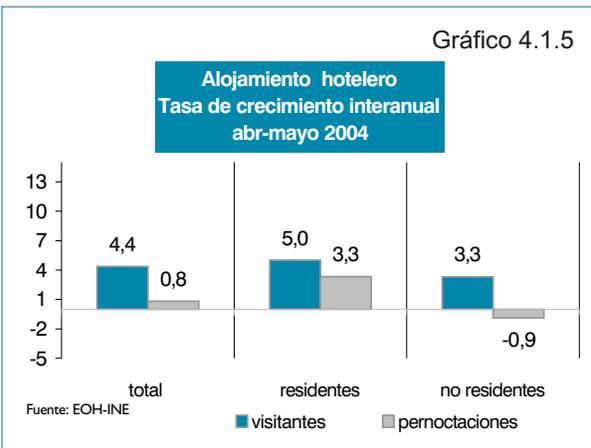
En este contexto, **las perspectivas para el tercer trimestre no resultan alentadoras, especialmente en los destinos de costa y los archipiélagos.** El indicador de confianza del sector (ICTUR), que rozó por primera vez un valor positivo en el primer trimestre (-1,7) volvió a caer por debajo de los niveles de hace un año, hasta 23,8. A este descenso contribuyó especialmente el mal comportamiento de las ventas en el trimestre de referencia, que bajaron para un 56,2% de los encuestados en unos meses clave para el conjunto de la actividad en el año, lo cual ha generado cierto pesimismo en cuanto a las ventas que se vayan a realizar en el tercer trimestre.



Mientras la caída del ICTUR ha sido relativamente moderada entre los empresarios de los destinos urbanos (14,6 puntos hasta 5,4), la confianza entre los hoteleros de costa ha experimentado un acusado retroceso de más de 30 puntos, hasta situarse en 45,2, el peor nivel alcanzado desde el inicio de la ECTE.

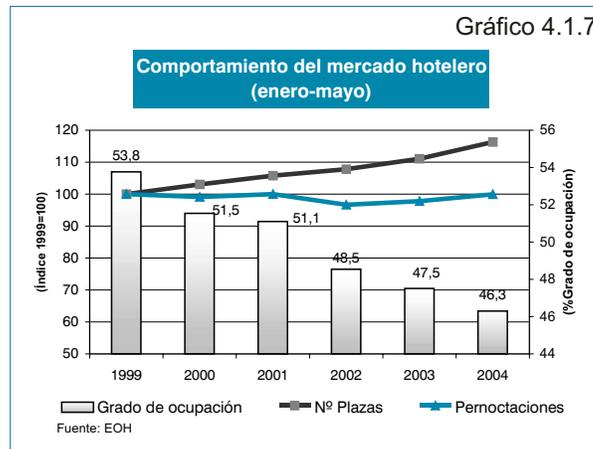
La debilidad de la demanda extranjera combinada con la sobre oferta alojativa vuelve a mermar los resultados hoteleros

La evolución de la demanda es el principal factor explicativo del negocio hotelero el pasado trimestre. Según la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del INE, el número de pernотaciones total experimentó en abril y mayo un crecimiento del 0,8% respecto al mismo periodo del año anterior un 2,1% acumulado desde enero. Este dato ha venido exclusivamente impulsado por el tirón del mercado nacional (3,3% y 7,9% acumulado desde enero), mientras el número de pernотaciones de no residentes registró un leve descenso del 0,9%.

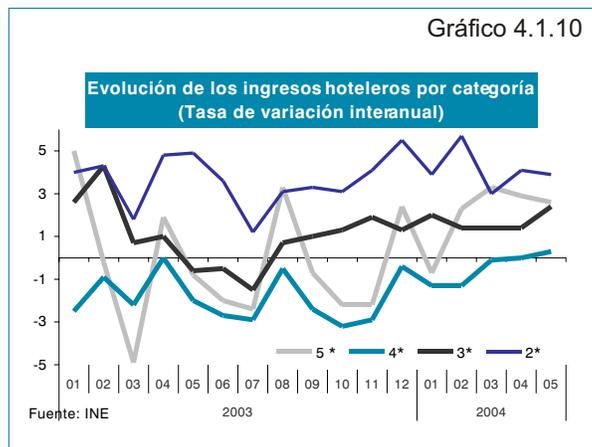
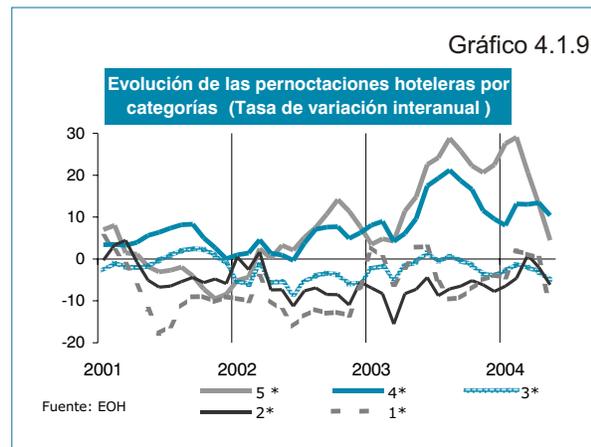
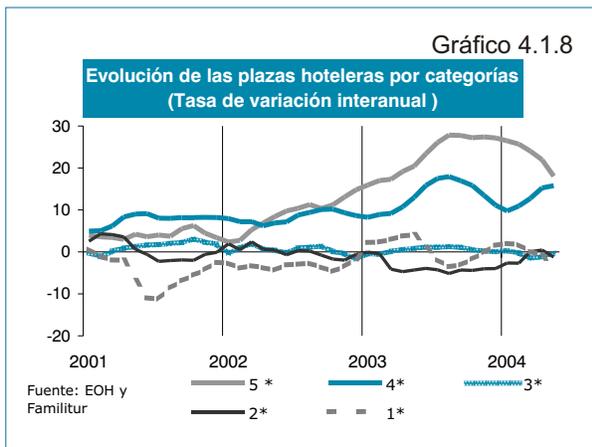


A la debilidad de la demanda hotelera por parte de los turistas extranjeros, están contribuyendo la creciente oferta residencial en el litoral y la tendencia a permanecer menos días en destino. La cada vez menor estancia media de los turistas, que supuso una reducción del número de pernотaciones entre enero y mayo de 0,4 puntos en los últimos seis años del 1,2 en el caso de los turistas extranjeros, lo que implica una disminución del gasto medio por turista, con el consiguiente impacto en los ingresos hoteleros.

La componente de **sobre oferta alojativa** ya comentada en anteriores números queda patente en los datos de ocupación y empeora su situación en los meses de referencia. **Se amplía la brecha entre la oferta de plazas hoteleras y la demanda a favor de la primera, que acumula un incremento hasta mayo dos veces superior al ritmo de crecimiento de las pernотaciones** (4,8% frente al 2,1% respectivamente). En estas circunstancias, en 2004 ha seguido cayendo el grado de ocupación hotelera en los primeros cinco meses del año hasta el 46,3%, 1,2 puntos por debajo de los niveles de 2003.

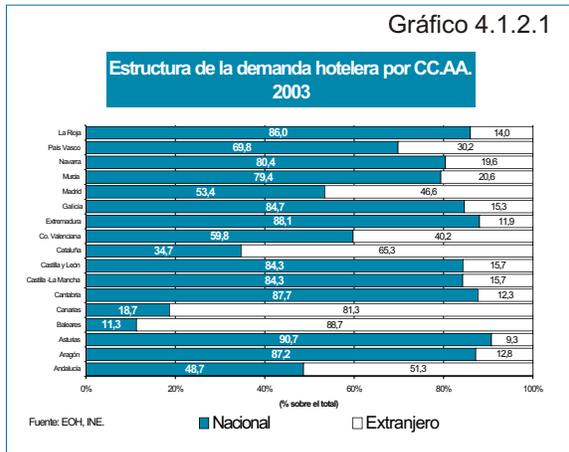


Este último rasgo de la oferta queda aún más evidenciado en lo que respecta a las categorías superiores de establecimientos hoteleros. **A pesar de las fluctuaciones de la demanda, el crecimiento de la inversión en hoteles de 4 y 5 estrellas se mantiene en tasas de dos dígitos.** Se observa desde principios de año una moderación de la apertura de plazas en 5 estrellas (del 26,4% en enero a 18,1% en mayo) a favor de los de 4 estrellas, que repuntan hasta el 15,8%. Mientras tanto el número de pernoctaciones en este tipo de establecimientos presenta una ralentización muy pronunciada en abril y mayo, especialmente en la categoría más alta que se situó en mayo en un 4,5%, desde el 20,7% que registraba en marzo.



4.1.2. Comportamiento del alojamiento hotelero de los diferentes destinos

Gráfico 4.1.2.1



En los destinos del litoral y los archipiélagos, la fortaleza de la demanda nacional (las pernoctaciones subieron un 3,1% en abril y mayo) no ha compensado la debilidad de la llegada de extranjeros, en unas comunidades dependientes del mercado de no residentes. La EOH muestra un descenso del 5% en estos destinos, equivalente a 1 millón de pernoctaciones menos que en el mismo periodo del año pasado.

Gráfico 4.1.2.2

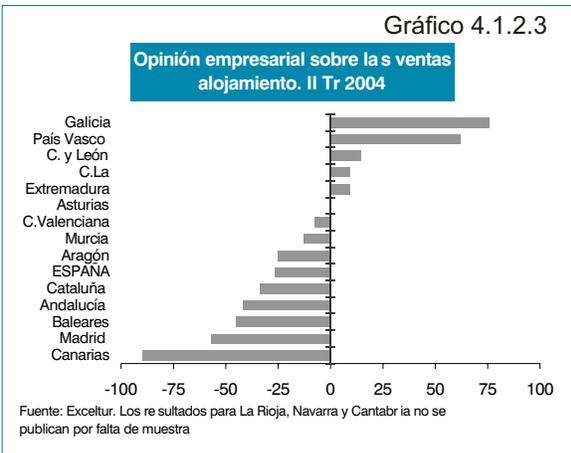


La dicotomía sobre el grado de confianza de los empresarios hoteleros entre litoral e interior se pone de manifiesto con el desglose de los datos por comunidades autónomas. Todas las regiones de interior y del cántabro presentan un saldo positivo del ICTUR, al contrario que las comunidades del sur, Levante y los dos archipiélagos, junto con Madrid y Cataluña.

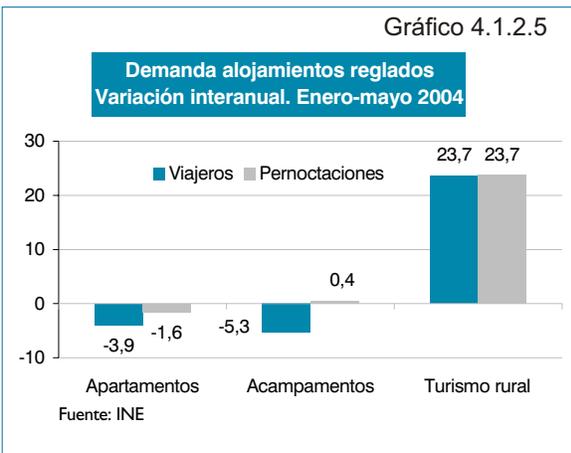
En las grandes ciudades españolas la situación de sobre oferta alojativa, en particular en los segmentos de categoría superior, pasa factura cuando se frena la demanda, como ha sido el caso en los meses de abril y mayo. Este es uno de los factores que contribuyó al descenso del grado de confianza de los empresarios en Madrid, reflejado en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur (ECTE) por un ICTUR negativo.

En cambio **destaca el optimismo de los empresarios gallegos** con un ICTUR de 59,8, habiendo registrado excelentes resultados durante este segundo trimestre de 2004. La celebración del año Xacobeo una vez más ha servido de revulsivo para el sector turístico gallego donde hay una práctica unanimidad entre los empresarios sobre su positivo impacto sobre las ventas y los beneficios. Un 86,2% de los encuestados experimentaron un crecimiento en sus ventas y un 70,0% en sus beneficios, principalmente explicado por el crecimiento del turismo nacional que se incrementó un 32,6% en los meses de abril y mayo.

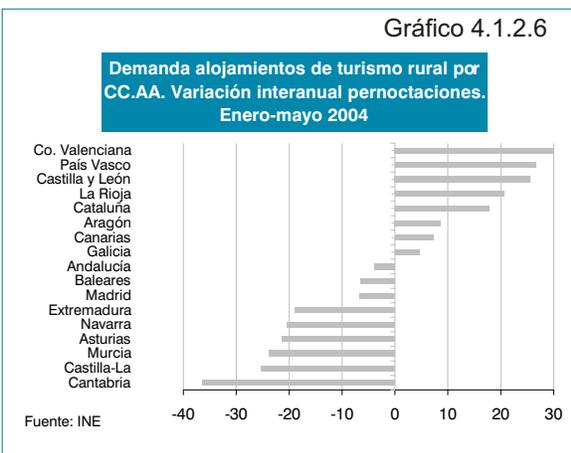
El resto de comunidades de interior -Castilla y León, Castilla La Mancha y Extremadura-, siguen disfrutando del dinamismo del turismo nacional a la vez que incrementan su cuota de visitantes extranjeros. Su apuesta por la recuperación y puesta en valor de su patrimonio histórico y cultural y la mejora de los establecimientos, unido a un apoyo público manifestado en crecientes presupuestos de promoción, han contribuido sin duda al proceso de crecimiento de la demanda.



4.1.3. Otras tipologías de alojamiento reglado

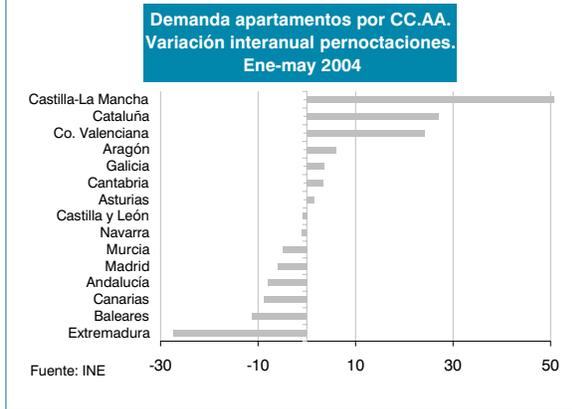


A escala nacional, los establecimientos de turismo rural son los únicos que se salvan del descenso de la demanda en otras tipologías de alojamiento reglado. Su crecimiento acumulado hasta mayo se sitúa en un 23,7%, tanto en número de viajeros como de pernoctaciones. **En abril y mayo, es de destacar el dinamismo de la demanda de no residentes, cuyo número de pernoctaciones creció un 24,7% respecto a los mismos meses del año pasado, frente al 3,1% nacional.**



A escala regional, las comunidades con mayor número de pernoctaciones de viajeros españoles en este segmento Comunidad Valenciana, Cataluña y Castilla y León ocupan los primeros puestos en cuanto a crecimiento acumulado entre enero y mayo, lo que demuestra la fortaleza de la demanda de residentes. En cambio, Baleares, que concentró en mayo el 36,9% de las pernoctaciones de viajeros extranjeros en su mayoría alemanes y británicos ha registrado un leve retroceso del 6,4%, en línea con la debilidad de la demanda extranjera ya comentada. Aún así el archipiélago presentó en abril y mayo el mayor grado de ocupación, con un 37,1% y 41,5% respectivamente.

Gráfico 4.1.2.7

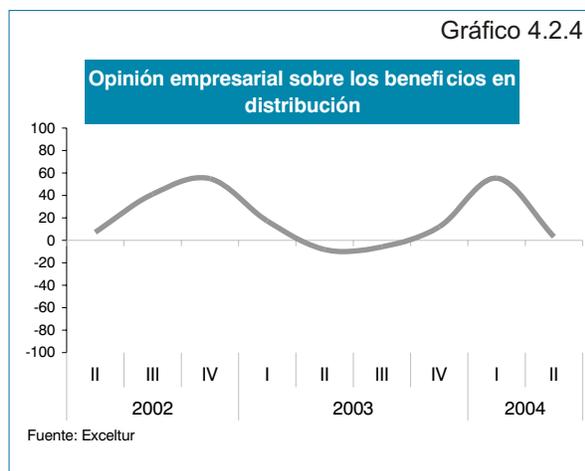
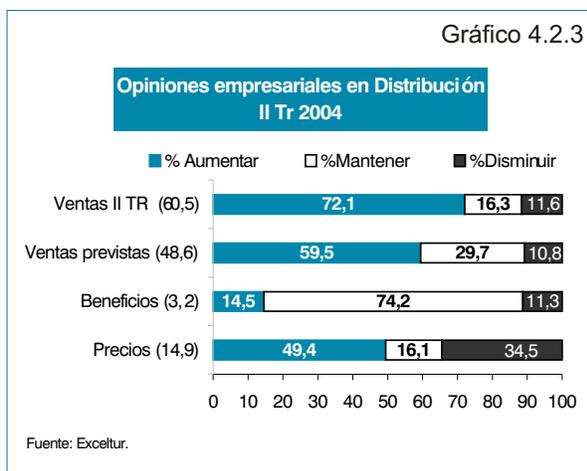
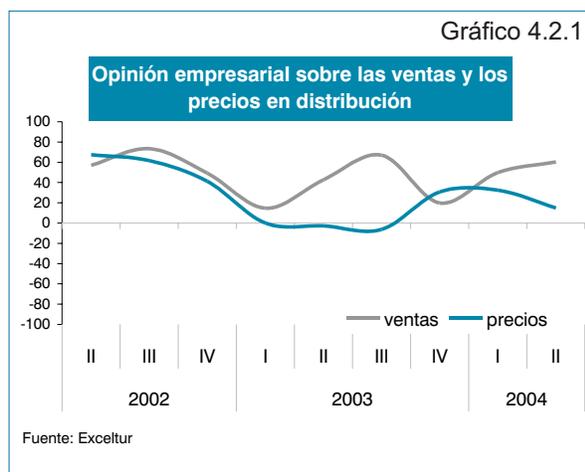


El retroceso del mercado británico y alemán en los meses de abril y mayo se ha reflejado en la demanda de apartamentos reglados. Así, las pernoctaciones caen más de un 10% en ambos mercados emisores. Canarias concentra más del 74% de las pernoctaciones de no residentes, y por ello, es la Comunidad Autónoma que registra uno de los retrocesos más acusados, cifrándose en un 8,8% en los cinco primeros meses del año. Cataluña y la Comunidad Valenciana obtienen unos resultados más favorables debido a su mayor cuota en el mercado nacional.

4.2. Agencias de viaje y touroperadores

El sector de la distribución constata buenos resultados en el segundo trimestre pero teme por su rentabilidad a corto plazo

Los grandes grupos de la distribución de viajes consultados por Exceltur destacan un **aumento de su facturación en el segundo trimestre de 2004, que no se ha traducido en una ganancia de rentabilidad proporcional**. Mientras las ventas se incrementaron para el 72,1% de las empresas encuestadas, tan sólo un 14,5% ha constatado un aumento de sus beneficios, una cifra que coincide tanto con las previsiones de rentabilidad de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur (ECTE) del primer trimestre, como con el sentimiento de los empresarios recogido en la prensa en las últimas semanas. **Existe un relativo consenso sobre el hecho de que las políticas de descuentos y ofertas de última hora de cara el verano incitan cada vez más los consumidores a retrasar su reserva y compra**, lo que se plasma en una moderación de las ventas a principios de año y en una reducción significativa de los márgenes para las agencias.



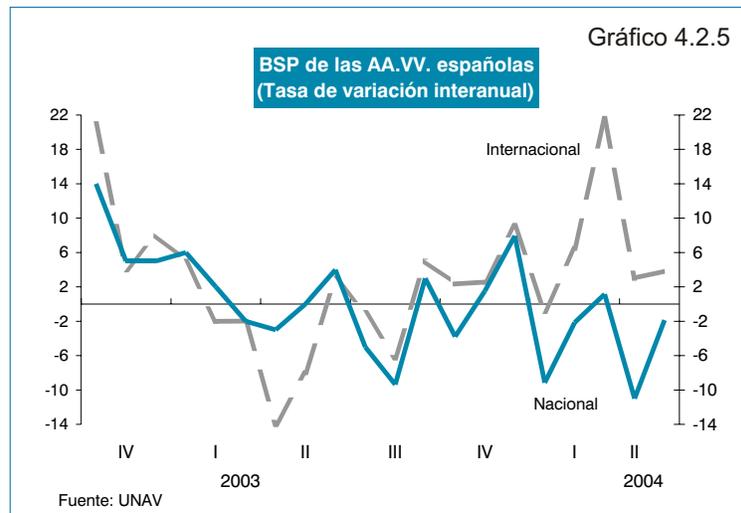
Aún así, **el sector se muestra relativamente optimista ante la temporada alta**, confiando en que el aumento de turistas españoles esperado compense el efecto de las compras de última hora, impulsadas mediante descuentos desde principios de junio. Las buenas perspectivas de contratación ponen el contrapunto al retroceso observado en términos de reservas efectuadas y ventas previstas, con lo que **el Índice de Clima Turístico (ICTUR) en el sector de la distribución permanece estable respecto al primer trimestre**, cediendo tan sólo un punto hasta 57,5.

La opinión sobre la evolución de los precios en el segundo trimestre está más dividida. Mientras el 34,5% de los encuestados registraron caídas, cerca de la mitad (49,4%) constataron aumentos moderados. Así parece confirmarlo el IPC de viaje organizado

Las agencias experimentan una ralentización de las ventas del producto aéreo en abril y mayo

publicado por el INE, que creció de media un 1,0% entre abril y junio. En el encarecimiento de determinados productos han podido influir los suplementos aplicados por algunos mayoristas sobre los precios de billetes y paquetes turísticos a raíz del incremento del coste del carburante, que las aerolíneas empezaron a repercutir desde mediados de mayo.

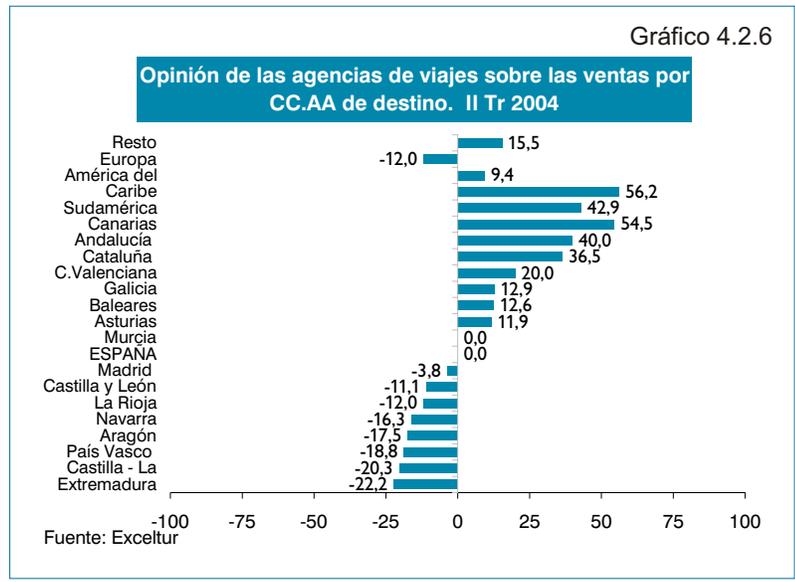
La información disponible sobre la producción de billetes de avión (BSP de IATA) en España en los meses de abril y mayo contrasta con la tendencia positiva observada en el primer trimestre. Las ventas registraron en abril un retroceso del 2% por la fuerte caída (11%) del mercado nacional, mientras los vuelos internacionales moderaron su crecimiento hasta un 3%. En mayo, pese al mal comportamiento de los mercados nacional y europeo, la facturación de billetes aéreos aumentó un 2% respecto al mismo mes del año anterior, gracias al **dinamismo de los vuelos internacionales** y, en particular, a la recuperación de los destinos asiáticos de la crisis del SARS del pasado año. En términos de variación en el año, el mercado doméstico acumula un descenso del 4% respecto al mismo periodo de 2003, mientras el internacional sube un 7% casi exclusivamente por el crecimiento de los vuelos intercontinentales, ya que el mercado europeo permaneció estancado (0,1%).



La evolución de la venta de billetes de avión a través de agencias de viajes podría verse afectada a medio plazo por el contexto de reducción de costes en el sector aéreo, que se plasmó el pasado mes de junio, en un acuerdo en el seno de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), orientado a acabar con la emisión física de billetes en papel antes del 2007.

En este sentido, se vuelve a poner de manifiesto el **creciente uso de las nuevas tecnologías para la contratación de viajes turísticos.** Según el "Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2004", realizado por la Asociación Española de Comercio Electrónico, la compra de billetes por Internet (avión, tren y autobús) experimentó un crecimiento del 25,4% en 2003. Un resultado que coincide con la evolución reciente de la facturación de los principales portales de viajes (Rumbo, Lastminute, eDreams), que llegaron a registrar tasas de variación de dos y tres dígitos en los últimos meses, ganando así cuota de mercado sobre los canales tradicionales.

En cuanto a la aplicación del nuevo sistema de retribución de las agencias por parte de las aerolíneas, el sector se muestra cauto pero optimista. En declaraciones a Hosteltur el pasado mes de mayo, el Presidente de la Cúpula Asociativa de Agencias de Viajes Españolas (CAAVE) estimaba en un punto y medio más el diferencial de rentabilidad que se puede obtener en 2004, si bien todavía es muy pronto para cuantificar y valorar su repercusión en los beneficios. En cualquier caso, en un contexto de caída constante de las tarifas aéreas, el cobro de fees parece a todas luces un sistema más rentable para las agencias que la tradicional comisión porcentual.



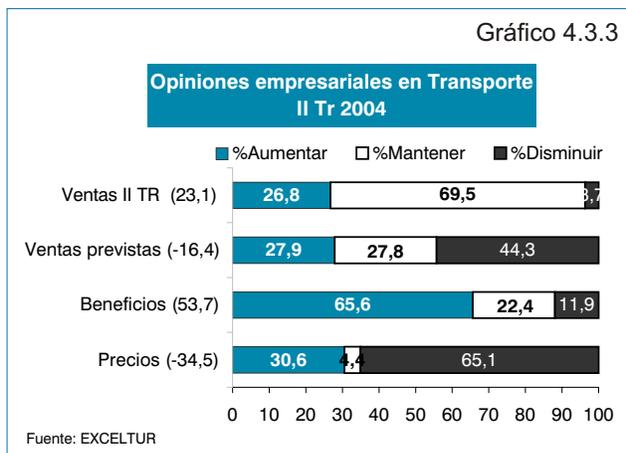
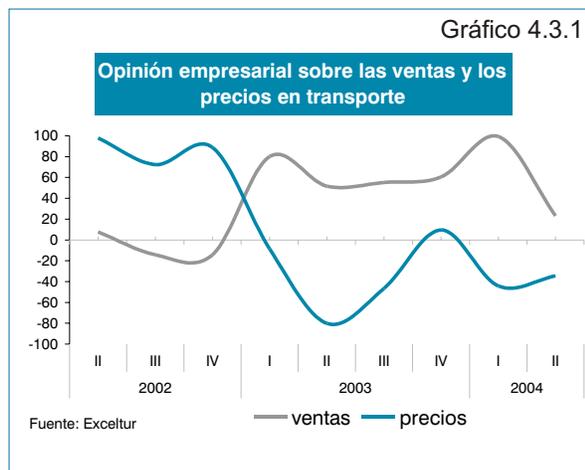
Mayor dinamismo de los destinos latinoamericanos

En términos de destinos, los grandes grupos de agencias de viajes destacan en la ECTE el excelente comportamiento de las ventas hacia destinos fuera de España, donde el **Caribe y Sudamérica se muestran como los lugares más demandados**, con un consenso generalizado sobre su crecimiento por encima del resto de destinos españoles ,salvo Canarias y Andalucía.

4.3. Transporte

El impacto de la subida del petróleo sobre los costes de los operadores de transporte merma la confianza empresarial del sector a corto plazo

El optimismo manifestado en el sector el pasado trimestre parece haber dejado paso a la cautela en cuanto a la evolución de la facturación y la rentabilidad del negocio en los próximos meses. Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur (ECTE) para el segundo trimestre de 2004 arrojan una **fuerte moderación de las ventas y las reservas**, así como unas expectativas desfavorables en cuanto a la evolución para el tercer trimestre de las principales variables del negocio. El empleo es la única variable que muestra una leve mejoría. El Índice de Clima Turístico (ICTUR) recoge el sentimiento empresarial con una caída de casi 23 puntos respecto al primer trimestre, hasta situarse en 27, el nivel más bajo alcanzado en el último año.

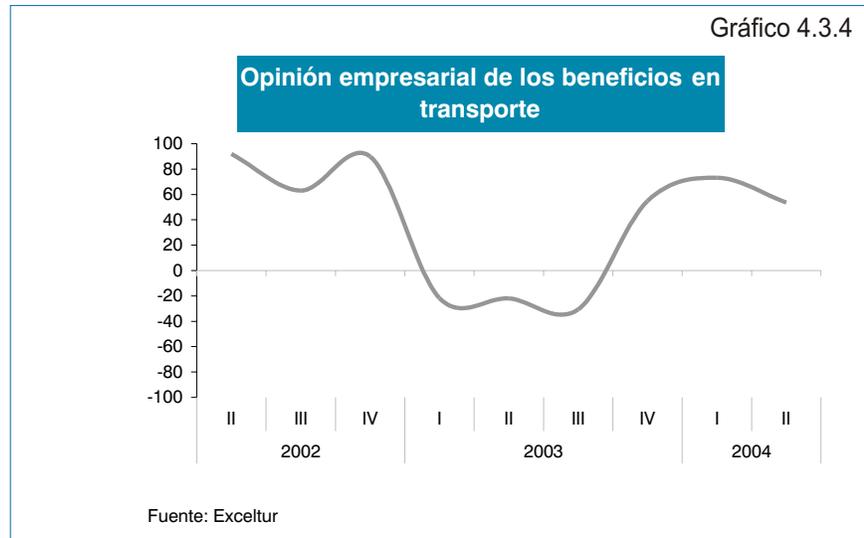


El incremento interanual de las ventas manifestado en el primer trimestre de 2004 por la casi totalidad de las empresas de transporte encuestadas por Exceltur, se repitió para tan sólo un 26,8% entre abril y junio, mientras una amplia mayoría constató un mero mantenimiento de su facturación. A pesar del tirón de la demanda nacional, que se mantuvo fuerte en estos meses, los empresarios se muestran pesimistas sobre el comportamiento de las ventas en verano, previendo un 44% de ellos una leve caída de las mismas en relación con los meses de julio, agosto, y septiembre del pasado año.

Los precios mantienen la misma tendencia del pasado trimestre

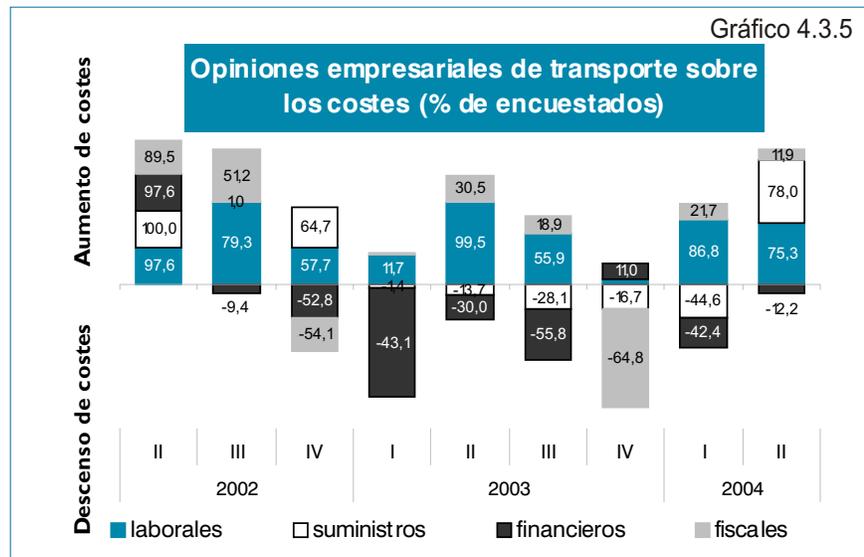
Mientras la fuerte competencia en el sector aéreo sigue manteniendo a la baja las tarifas, las aerolíneas manifiestan en su mayoría fuertes caídas respecto al segundo trimestre de 2003 (reflejadas en el saldo negativo del apartado). En cambio, **las empresas de transporte por carretera** (alquiler de vehículos, líneas de autobús), **ferroviario y marítimo consultadas coinciden en que han mantenido o aumentado levemente sus precios.**

Respecto a la rentabilidad, **si bien un 65,6% de los empresarios encuestados responden haber registrado un aumento de sus beneficios entre abril y junio, cerca del 12% los han visto reducirse**, lo que puede apuntar a un cambio de tendencia respecto a los tres primeros meses del año, siempre y cuando se confirmen las expectativas negativas para el tercer trimestre, en el que **un 69,9% de las empresas consultadas esperan una caída de sus beneficios.**



El cambio más significativo en la estructura de costes de las empresas del sector es el encarecimiento de la partida de suministros, que amenaza su rentabilidad.

Coincidiendo con la escalada del precio del crudo en abril y mayo, un **78% de las empresas encuestadas por Exceltur afirma haber experimentado un incremento de sus costes de suministros en el segundo trimestre del año**, un hecho que no se producía desde finales de 2002. En este contexto, varias aerolíneas españolas y europeas (Air Europa, Spanair, SAS, Air France, British Airways) ya empezaron a repercutir el sobrecoste del combustible en el precio de los billetes a mediados de mayo, mediante recargos fijos por trayecto o porcentajes en torno al 4%. Esta situación quedó reflejada en la evolución del índice de precios del transporte aéreo (INE), cuya tasa de crecimiento interanual se incrementó cerca de 10 puntos entre marzo y junio (del 4,7% al 14,5%).



La información disponible sobre el uso de los distintos medios de transporte en España (INE) refleja la **peor evolución del transporte terrestre** (carretera y ferrocarril) **respecto al aéreo**. Mientras el transporte por carretera ahonda en los descensos ya registrados a finales de 2003, se produce un cambio de tendencia en el número de usuarios del transporte ferroviario, que pierde un 1,9% respecto al primer trimestre de 2003.

Tabla 4.3.1

Sector de transporte										
Nº de pasajeros por medio de transporte utilizado	Valor	Tasas anuales			Tasas trimestrales				2004	Ultimo dato
	2004(*)	2001	2002	2003	2004					
					I	II	III	IV		
Carretera (serv. discrecional)	104.929	-3,2	2,5	0,2	-0,7	4,9	0,1	-1,2	-3,7	abr
Avion	45.968	3,0	-1,0	7,4	4,6	8,3	7,7	8,6	11,0	abr
Barco	1.031	0,2	4,2	-3,3	-12,4	2,3	2,3	-12,0	-	ene
Tren	162.813	6,6	3,8	1,4	3,4	-0,1	0,9	1,6	-1,9	abr

Fuente: INE. (*) Unidad: miles. Acumulado hasta último mes disponible.

4.3.1. Transporte Aéreo

La fortaleza del mercado nacional en los primeros meses del año es el principal factor del crecimiento del tráfico aéreo hasta mayo.

Los datos de AENA revelan un aumento del 9,2% del volumen de pasajeros transportados respecto al mismo periodo de 2003, equivalente a **5 millones de viajeros más** en el conjunto de la red aeroportuaria española. La cifra refleja una leve moderación del crecimiento observado en el primer trimestre (11,5%) y esconde una dicotomía entre tráfico doméstico e internacional, a favor del primero desde el mes de marzo. En mayo, se agudizó la disparidad en el ritmo de crecimiento registrado por ambas categorías, con tasas interanuales del 14% y 3% respectivamente.

Paralelamente, a escala europea, el tráfico de pasajeros medido por IATA experimentó una subida algo mayor que la española, con un 12,9% respecto a enero-mayo 2003. **La Asociación Internacional de Transporte Aéreo se muestra asimismo optimista sobre la evolución del tráfico en los próximos meses**, habiéndose registrado ya ganancias netas sobre 2002, tras un año 2003 marcado por la guerra de Irak y el SRAS en Asia. En su junta anual el pasado mes de junio en Singapur, la organización ha alertado sin embargo sobre la **previsible pérdida de rentabilidad de las aerolíneas**, amenazada en particular por los altos niveles del precio del carburante, y ha preconizado medidas orientadas a la reducción de costes, por otro lado ya aplicadas por las compañías españolas.

Tabla 4.3.2

Pasajeros por aeropuertos (acumulados hasta Mayo)			
	2004	2003	Variación
TOTAL	60.141.185	55.093.936	9,2%
Madrid	14.779.382	13.468.812	9,7%
Málaga	4.406.311	4.165.848	5,8%
Valencia	1.137.291	898.827	26,5%
Alicante	3.139.128	2.914.681	7,7%
Palma de Mallorca	6.185.247	5.862.978	5,5%
Menorca	554.584	582.180	-4,7%
Ibiza	844.710	855.810	-1,3%
Tenerife Sur	3.533.363	3.657.153	-3,4%
Tenerife Norte	1.323.530	1.081.298	22,4%
Gran Canaria	3.874.877	3.778.979	2,5%
Barcelona	9.272.029	8.483.232	9,3%
Gerona	946.036	306.062	209,1%
Reus	262.219	138.651	89,1%
Murcia - San Javier	284.202	124.296	128,6%
Resto	9.598.276	8.775.129	9,4%

Fuente: AENA

En línea con los resultados negativos de la EOH registrados en los archipiélagos hasta mayo, donde el descenso en la llegada de turistas extranjeros no ha sido compensado por la evolución de visitantes nacionales, **el tráfico aéreo presentó tasas negativas en las islas menores de Baleares y el sur de Tenerife**. En este sentido, el aeropuerto ibicenco pasó de crecer un 9,6% en el primer trimestre a retroceder un 1,3% acumulado hasta mayo, sumándose así a las caídas registradas en Menorca y Tenerife Sur, donde se agudizó el descenso ya observado en el primer trimestre hasta el 4,7% y 3,4 respectivamente. En abril y mayo, tan sólo se aceleró el ritmo de crecimiento del tráfico aéreo de manera significativa en Valencia (2 puntos) mientras repuntó muy levemente en Gran Canaria y Barcelona.

Los aeropuertos secundarios de Gerona, Reus y San Javier siguen despuntando por su elevado ritmo de crecimiento sustentado en el auge de las líneas de bajo coste que ahí operan, si bien, lógicamente, se van moderando las tasas de tres y cuatro dígitos que caracterizaron los inicios de su actividad.

Tabla 4.3.3

Pasajeros por compañías tradicionales (datos acumulados hasta mayo)	2004	2003	Variación
IBERIA	16.631.227	15.616.602	6,5%
SPANAIR	4.953.200	4.636.842	6,8%
AIR EUROPA	4.930.673	4.175.599	18,1%
AIR NOSTRUM	2.664.429	2.404.809	10,8%
TOTAL	29.179.529	26.833.852	8,7%

Fuente: AENA

Las compañías de bajo coste siguen ganando terreno a las aerolíneas tradicionales.

Con datos acumulados hasta mayo, el volumen de viajeros transportados por las cuatro líneas aéreas españolas creció cerca del 9%, mientras el número de pasajeros en el conjunto de compañías de bajo coste que operan en España registró un incremento en torno al 22%. Este porcentaje se eleva al 32% teniendo en cuenta solamente las cinco primeras compañías en términos de viajeros transportados. En total, las aerolíneas alemanas Air Berlin y Hapag-Lloyd, las británicas EasyJet Airlines Co. Ltd. y Monarch Airlines, junto con la irlandesa Ryanair, concentraron entre enero y mayo más de las tres cuartas partes del tráfico de bajo coste con origen o destino a nuestro país, es decir, unos 8,3 millones de pasajeros.

Tabla 4.3.4

Pasajeros por compañías de bajo coste (datos acumulados hasta mayo)	2004	2003	Variación
AIR BERLIN	2.576.549	2.129.585	21,0%
EASYJET AIRLINE CO. LTD.	2.060.014	1.440.837	43,0%
HAPAG-LLOYD FLUGGESELLSCHAFT	1.506.862	1.669.514	-9,7%
RYANAIR LTD.	1.274.926	255.634	398,7%
MONARCH AIRLINES	936.447	833.329	12,4%
TRANSAVIA HOLLAND BV	659.555	642.756	2,6%
BMIBABY	349.115	229.362	52,2%
VIRGIN EXPRESS	303.313	375.879	-19,3%
STERLING EUROPEAN AIRLINES	160.479	256.531	-37,4%
BRITANNIA AB	156.616	189.995	-17,6%
VOLARE AIRLINES	143.018	93.434	53,1%
AER LINGUS LIMITED	121.884	161.081	-24,3%
GERMANWINGS GMBH	106.007	55.238	91,9%
BRAATHENS S.A.F.E.	101.209	113.170	-10,6%
MAERSK AIR	93.833	109.017	-13,9%
CHANNEL EXPRESS (Air Services)	73.018	71.067	2,7%
GERMANIA Fluggesellschaft mbH	55.895	39.963	39,9%
Otras	153.470	236.186	-35,0%
TOTAL	10.832.210	8.902.578	21,7%

Fuente: AENA

En el mercado de bajo coste, los datos revelan asimismo una **tendencia de creciente concentración del tráfico en las compañías con mayor peso**, en la medida en que las aerolíneas mencionadas pasaron de representar un 71% del total entre enero y mayo 2003 al 77% en los mismos meses de 2004. Como contrapunto, las **elevadas expectativas que genera este negocio están propiciando la aparición y desaparición constante de nuevas compañías**. Sirvan de ejemplo en los últimos meses el nacimiento de Air Madrid, primera compañía española de bajo coste que comenzó a operar en mayo, junto con Vueling, con sede en Barcelona, y, en el extremo opuesto, el cierre de JetGreen, una aerolínea irlandesa que ha quebrado a la semana de iniciar su actividad con vuelos a 1 euro hacia Málaga y Alicante.

En los primeros meses de 2004, **Air Berlin seguía liderando el tráfico de bajo coste con origen o destino a España, mientras EasyJet Airline Co. Ltd. se alzaba al segundo puesto, debido en gran parte a la absorción de Go-Fly**, efectiva en términos de contabilización de viajeros en el mes de abril. En línea con lo ocurrido el año pasado, **Ryanair es con diferencia la compañía que más creció entre enero y mayo de este año**, ganando más de 1 millón de pasajeros.

Tablas 4.4.5 al 4.4.8

Pasajeros EASYJET AIRLINE CO. LTD. (datos acumulados hasta mayo)			
	2004	2003	Variación
TOTAL	2.060.014	1.440.837	43,0%
BARCELONA	557.442	425.100	31,1%
MADRID-BARAJAS	152.857	148.355	3,0%
MÁLAGA	523.854	373.788	40,1%
PALMA DE MALLORCA	234.104	194.251	20,5%
ALICANTE	442.036	249.352	77,3%
BILBAO	128.191	29.830	329,7%
RESTO	21.530	20.161	6,8%

Fuente: AENA

Pasajeros RYANAIR LTD. (datos acumulados hasta mayo)			
	2004	2003	Variación
RYANAIR LTD.	1.274.926	255.634	398,7%
MÁLAGA	12.690	6.111	107,7%
ALICANTE	1.192	192	520,8%
GIRONA	871.989	229.160	280,5%
JEREZ DE LA FRONTERA	66.408	2.589	2465,0%
MURCIA-SAN JAVIER	124.900	16.924	638,0%
REUS	115.903	0	-
VALLADOLID	80.642	0	-
RESTO	1.202	658	82,7%

Fuente: AENA

Pasajeros AIR BERLIN (datos acumulados hasta mayo)			
	2004	2003	Variación
TOTAL	2.576.549	2.129.585	21,0%
BARCELONA	116.043	69.447	67,1%
MADRID-BARAJAS	43.476	36.221	20,0%
MÁLAGA	196.804	186.954	5,3%
PALMA DE MALLORCA	1.321.905	1.015.965	30,1%
ALICANTE	184.765	174.707	5,8%
GRAN CANARIA	151.652	128.610	17,9%
FUERTEVENTURA	126.832	131.243	-3,4%
TENERIFE SUR	140.987	121.066	16,5%
IBIZA	76.170	81.716	-6,8%
LANZAROTE	74.533	91.345	-18,4%
RESTO	143.382	92.311	55,3%

Fuente: AENA

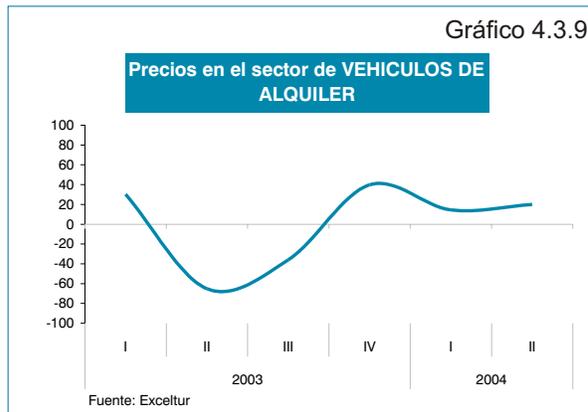
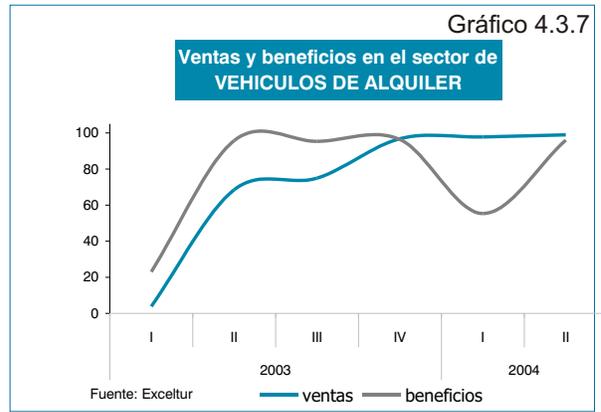
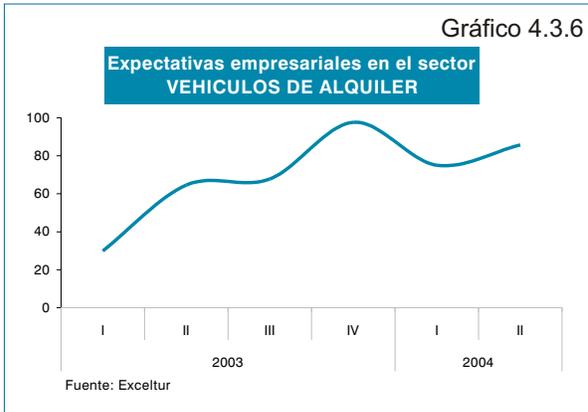
Pasajeros HAPAG-LLOYD FLUGGESELLSCHAFT (datos acumulados hasta mayo)			
	2004	2003	Variación
TOTAL	1.506.862	1.669.514	-9,7%
PALMA DE MALLORCA	472.798	577.199	-18,1%
GRAN CANARIA	254.011	278.416	-8,8%
FUERTEVENTURA	242.155	251.592	-3,8%
TENERIFE SUR	205.440	211.744	-3,0%
LANZAROTE	116.847	132.265	-11,7%
MÁLAGA	87.763	96.246	-8,8%
JEREZ DE LA FRONTERA	44.261	35.172	25,8%
ALICANTE	41.471	41.246	0,5%
IBIZA	9.887	16.898	-41,5%
RESTO	32.229	28.736	12,2%

Fuente: AENA

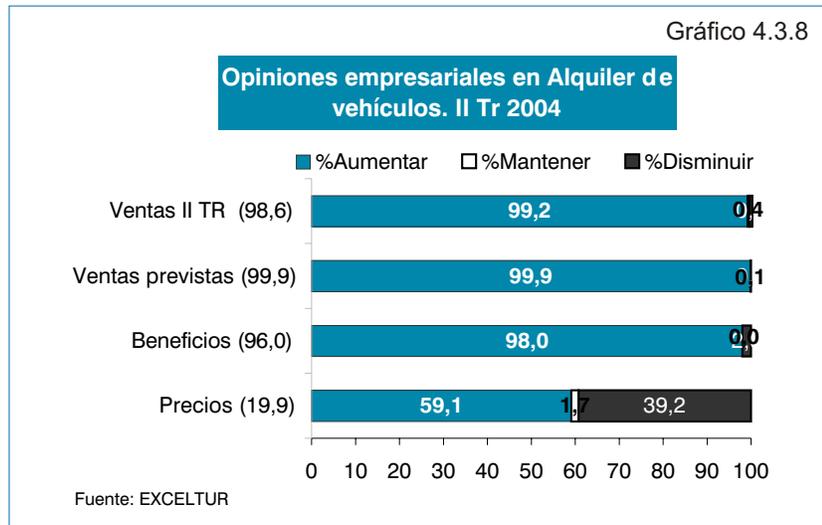
4.3.2. Alquiler de Vehículos

Optimismo generalizado en el sector de alquiler de vehículos

En línea con la tendencia observada en el último año, las empresas de alquiler de vehículos reflejan en la ECTE de forma unánime su satisfacción en cuanto a los resultados del segundo trimestre, tanto en términos de ventas como de rentabilidad. El buen comportamiento del empleo y de las reservas en el segundo trimestre, junto con las perspectivas positivas sobre las ventas a corto plazo, han contribuido a una **subida del ICTUR de más de 10 puntos, hasta alcanzar un 85,7**.



Por su parte, la evolución de los precios ha sido más dispar en comparación con los tres primeros meses del año, aunque una amplia mayoría de los encuestados (60,8%) manifiesta su estabilidad o leve aumento. En cualquier caso, las variaciones no resultan significativas.



Al igual que el conjunto del sector de transporte, las empresas de alquiler de vehículos sufrieron los efectos del encarecimiento del combustible en el segundo trimestre, lo cual queda patente en su estructura de costes: un 99,7% de los encuestados afirma que han aumentado sus gastos en suministros entre abril y junio, frente al 40,9% entre enero y marzo.

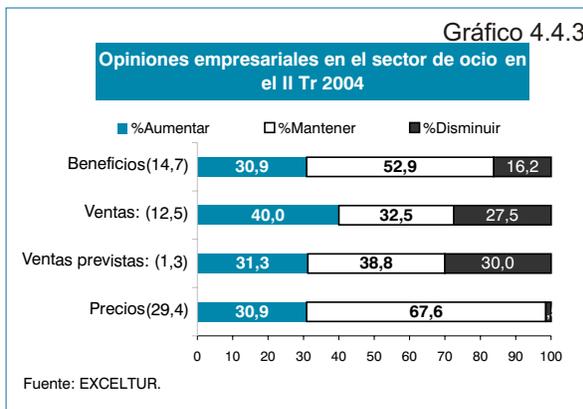
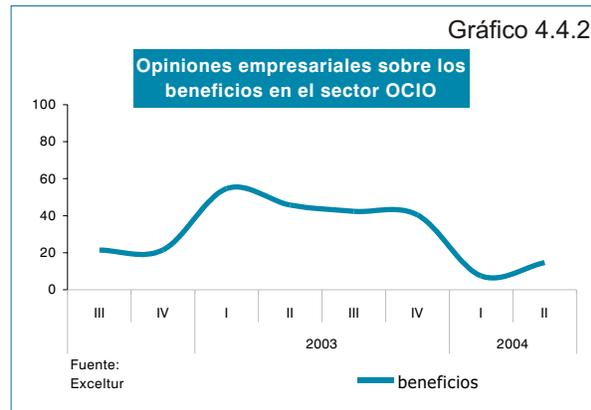
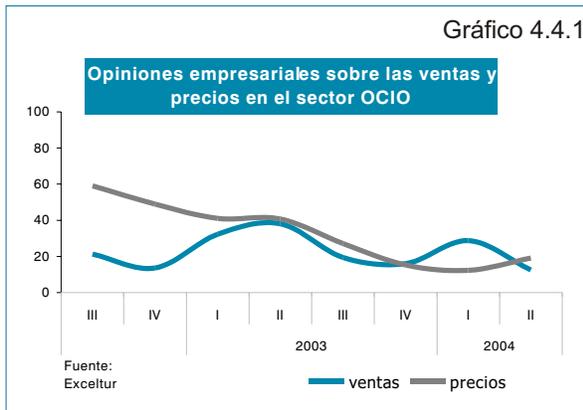
4.4. Ocio

La continua bonanza del sector de ocio encuentra su justificación en el cambio de preferencias de los turistas y en su creciente valoración en equipamientos que complementen su experiencia

Las expectativas empresariales para el sector de ocio siguen siendo favorables. El Indicador de Clima Turístico Empresarial Exceltur (ICTUR) se sitúa para los meses de abril, mayo y junio en un valor positivo de 10,5, reflejando un sentir empresarial algo menos optimista que en el primer trimestre de este año. El crecimiento de la demanda de ocio y cultura se ha visto favorecida por el apoyo público a la promoción y a la recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural. Además, la celebración de grandes eventos culturales, como el Xacobeo o el Forum, están favoreciendo el crecimiento de la demanda no solo española, sino también extranjera.

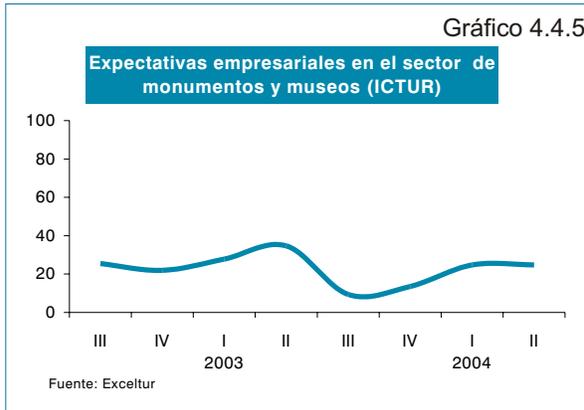
La percepción de las empresas de ocio sobre las variables más relevantes de su negocio es positiva en el segundo trimestre de 2004. La opinión generalizada de los empresarios apunta a un aumento de las ventas durante la temporada de primavera en relación con la situación del mismo período del año 2003. Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial Exceltur, un 40,0% de los empresarios han experimentado un aumento interanual en sus ventas o en la afluencia, mientras que un 27,5% declaraba haber experimentado un descenso, lo que sitúa el saldo en un valor positivo de 12,5. Esta situación supone una aceleración respecto a la opinión empresarial del trimestre anterior. Las perspectivas para el verano recogidas en las ventas previstas son menos positivas, dado que desciende el porcentaje de gestores con una opinión favorable. Esta evolución puede estar condicionada por el clima de moderación de la economía de los principales países en la parte central del año y por la mayor preferencia de la demanda nacional por los destinos costeros en el periodo vacacional por excelencia.

Como consecuencia del crecimiento de las ventas, **la percepción en el cuarto trimestre del año acerca de su rentabilidad es positiva**, aumentando en 6 puntos, si bien es insuficiente para alcanzar los positivos registros de 2003. En todo caso, el peso específico de los museos y monumentos en la muestra, introduce un mayor sesgo hacia la estabilidad, no solo en términos de beneficios debido al carácter público del patrimonio, sino también en términos de precios.



La representatividad que se ha obtenido de la muestra permite efectuar un análisis diferenciado para los museos y monumentos.

4.4.1. Museos y monumentos



Se sigue observando un creciente tirón de los equipamientos y eventos culturales, manifestada un trimestre más en una opinión positiva de los gestores de museos y monumentos recogida en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Para el 47,2% de los encuestados durante este segundo trimestre la afluencia de visitantes era superior a la del pasado año, mientras apenas un 20,8% observaban una leve caída, dentro de una leve tendencia al alza frente a la situación del primer trimestre. Las perspectivas de cara al verano según las ventas previstas apuntan a una moderación de la actividad, aunque superará a la del pasado año.

