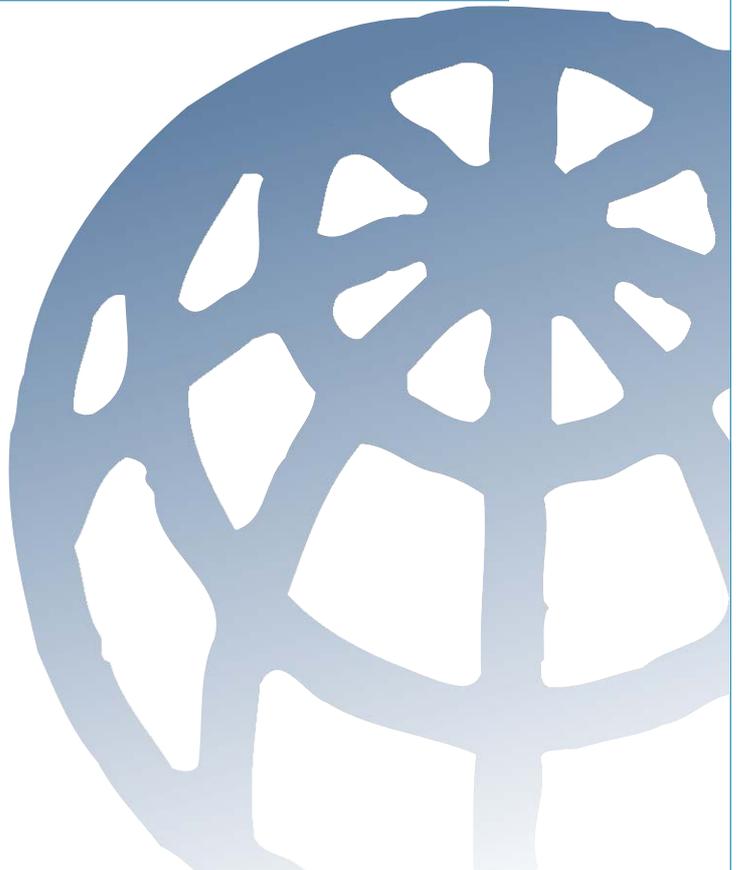


Tendencias empresariales por subsectores

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



Exceltur



Tendencias empresariales por subsectores

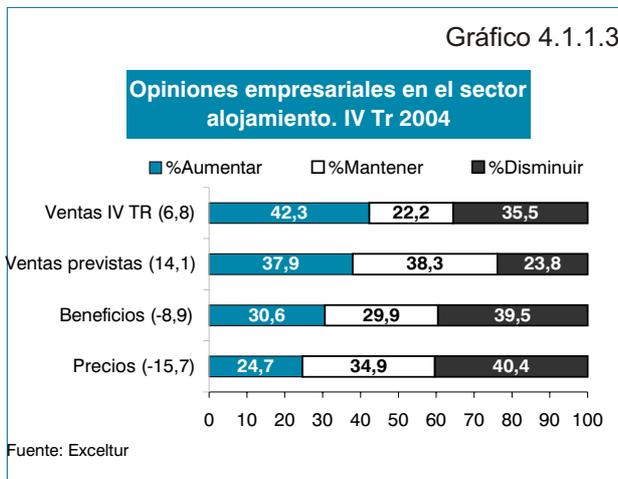
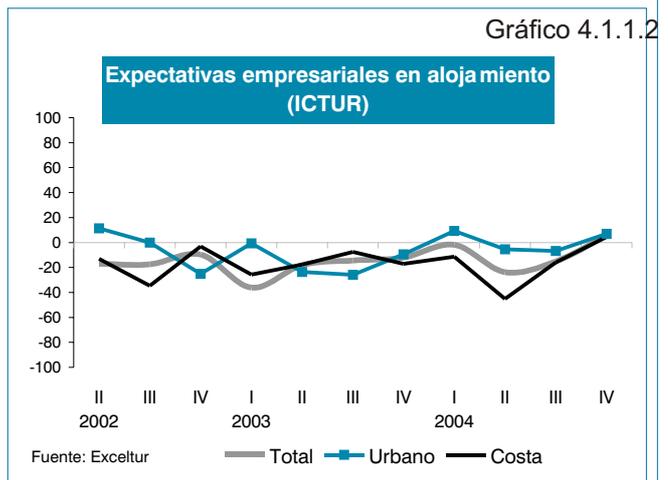
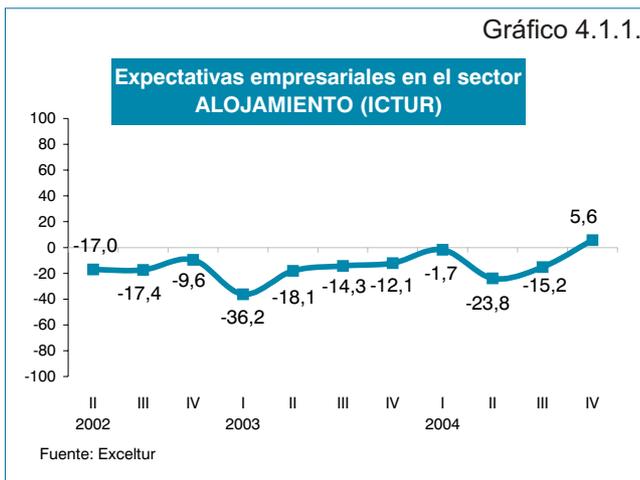
4.1. Alojamiento hotelero

4.1.1. Comportamiento hotelero agregado

El Índice de Clima Turístico de Exceltur (ICTUR) del sector de alojamiento se sitúa por primera vez desde 2002 en valores positivos, reflejando una llamativa mejora en las expectativas de los empresarios del sector durante el cuarto trimestre.

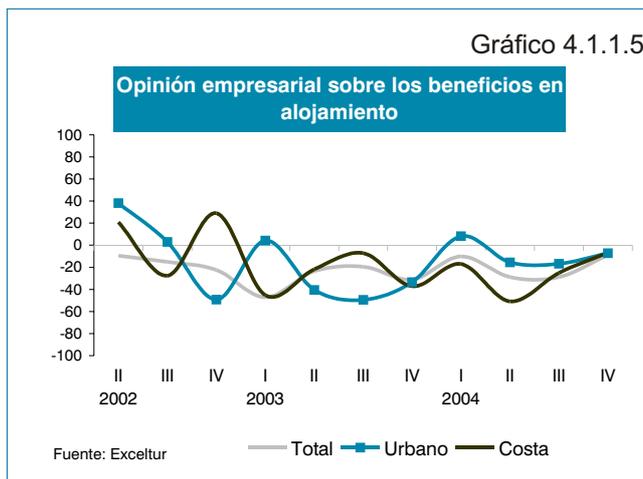
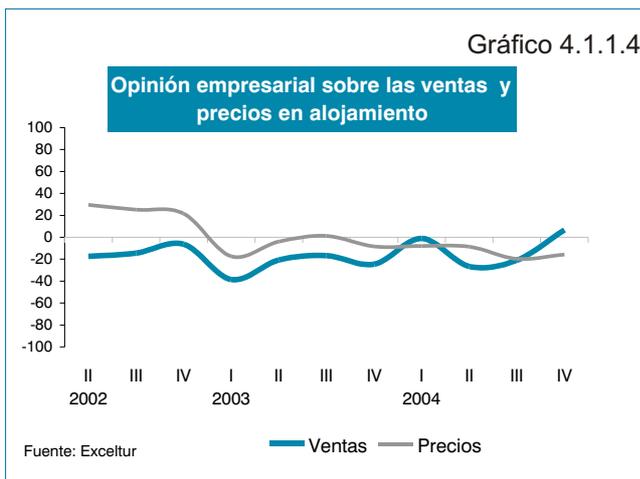
Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ECTE) relativos al cuarto trimestre de 2004 reflejan una sustancial mejora en las expectativas del sector de alojamiento, con un ICTUR que se sitúa por primera vez en valores positivos desde 2002. La dinamización de las pernoctaciones se ha visto reflejada en un incremento de la proporción de encuestados que han visto mejorar sus ventas con respecto al cuarto trimestre de 2003, desde un 29,1% a un 42,3% interanual. Los empresarios esperan incrementar las ventas en los próximos trimestres (37,9%) en línea con la respuesta a la evolución de las reservas, donde un 45% de los empresarios afirman que aumentaron respecto al año pasado.

Este clima positivo se puede comprobar tanto en los establecimientos de costa como en los urbanos. El ICTUR para ambos tipos de destino ha aumentado hasta alcanzar valores positivos, destacando el importante cambio de tendencia en los empresarios del litoral que han pasado de un mínimo en el ICTUR de -45 a mediados de 2004 a valores positivos en este último trimestre⁽¹⁾. A pesar del crecimiento en las ventas, en términos de rentabilidad aún siguen predominando las respuestas negativas como consecuencia de la reducción en los precios del sector.



La percepción sobre los precios sigue siendo negativa, con un aumento del número de encuestados que han sufrido una disminución en hoteles urbanos, superando ya el 50%. Los empresarios de alojamiento urbano siguen reduciendo sus tarifas para contrarrestar la sobre oferta de plazas que caracteriza muchas de las ciudades españolas.

⁽¹⁾ La representatividad de las respuestas a la encuesta es ligeramente menor en este cuarto trimestre como consecuencia del efecto del cierre estacional.

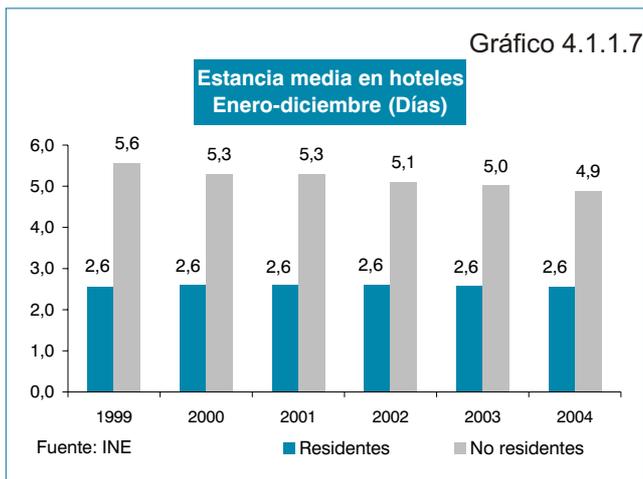
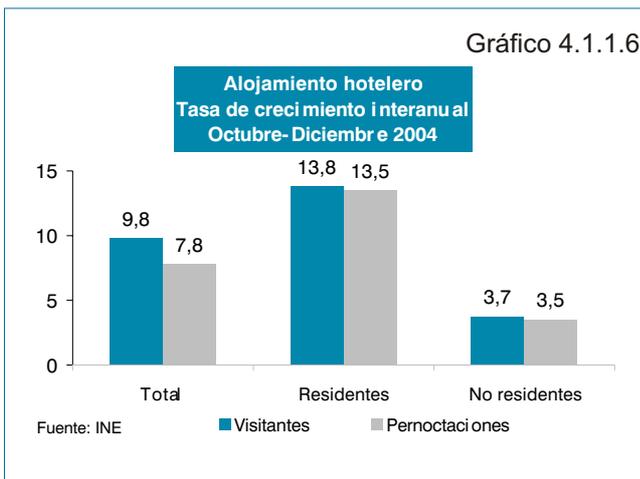


El incremento de la llegada de turistas no ha sido suficiente para despejar la incertidumbre sobre la recuperación de la rentabilidad del sector

El año 2004 se cerró con un leve incremento en los niveles de demanda, aunque siguen sin despejarse las incertidumbres sobre la recuperación de la rentabilidad del sector hotelero. Los datos de demanda de alojamiento hotelero en el cuarto trimestre de 2004 de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) afianzan los buenos resultados del turismo español a lo largo del año, a la vez que mitigan las cifras negativas de las pernoctaciones realizadas por los turistas extranjeros.

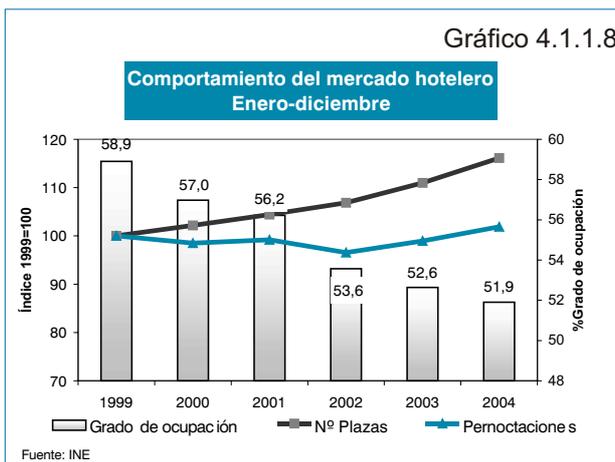
El año ha estado marcado por un intenso crecimiento de la demanda turística nacional. Con el estímulo que supone el mantenimiento de fuertes políticas de ofertas y descuentos, el crecimiento acumulado enero-diciembre ha sido del 9,4%. Este incremento ha sido especialmente llamativo en los meses de octubre, noviembre y diciembre donde las tasas de variación han superado los dos dígitos.

A un ritmo mucho más moderado ha evolucionado la entrada de turistas extranjeros a los establecimientos hoteleros españoles, como pone de manifiesto que tan sólo aumentaron un 1,4% hasta diciembre. Lo más preocupante para el sector es la reducción en el número de pernoctaciones del 1,3%. En todo caso, hay que subrayar que el último trimestre del año ha registrado cierta mejora en la demanda hotelera, con un crecimiento del 3,7% para la entrada de turistas extranjeros en el periodo octubre-diciembre, y un crecimiento del 3,5% en las pernoctaciones.



La estancia media de los turistas extranjeros y nacionales ha sido inferior en los meses de octubre a diciembre de 2004 que en 2003, dentro de la tendencia observada para todos los meses del año. La disminución en la estancia media ha sido más significativa en la demanda de turistas extranjeros, con una **reducción de 0,16 días en el periodo enero-diciembre de 2004, que supone una cifra superior a los cuatro millones de pernoctaciones y a los 305 millones de euros** (manteniendo el gasto medio diario de 2003 estimado por el IET en 69,1 euros y con la cifra de viajeros de la EOH de 27,5 millones en 2004).

Gráfico 4.1.1.8



El aumento de la oferta hotelera sigue constituyendo el principal factor de caída en el grado de ocupación media.

A pesar de la mejora en los datos de demanda hotelera en el cuarto trimestre de 2004, el resultado acumulado del año sigue presentando un descenso del grado de ocupación de 0,9 puntos. La situación de sobre oferta hotelera, agravada por el aumento de la capacidad de muchos destinos competidores del mediterráneo, supone un verdadero reto para el sector hotelero español. El crecimiento continuado de la oferta en los últimos años, muy por encima de la demanda, ha provocado que los hoteles españoles hayan perdido 7 puntos porcentuales de ocupación desde 1999.

El mayor crecimiento de la oferta hotelera se ha producido en el segmento de hoteles de 4 y 5 estrellas, con un aumento de las plazas hoteleras a lo largo del año del 13,9%, frente al incremento del volumen de pernoctaciones del 11,9%. No obstante, debe subrayarse que el cambio de tendencia en la demanda alojativa del último trimestre del año se ha reflejado en una mejora en las tasas de crecimiento de las pernoctaciones en todas las categorías de hoteles, y en particular, en la demanda de hoteles de 4 y 5 estrellas, que han aumentado en un 1% y 3,2% el grado de ocupación en el periodo octubre-diciembre, respectivamente.

Los hoteles de 3 estrellas o de inferior categoría se han enfrentado a una demanda menos dinámica, con tasas de crecimiento de las pernoctaciones cercanas a 0 o negativas, indicativo de las dificultades para competir de este tipo de hoteles, en un escenario de precios a la baja, con los nuevos y mejores hoteles de categoría alta que se están construyendo.

Gráfico 4.1.1.9

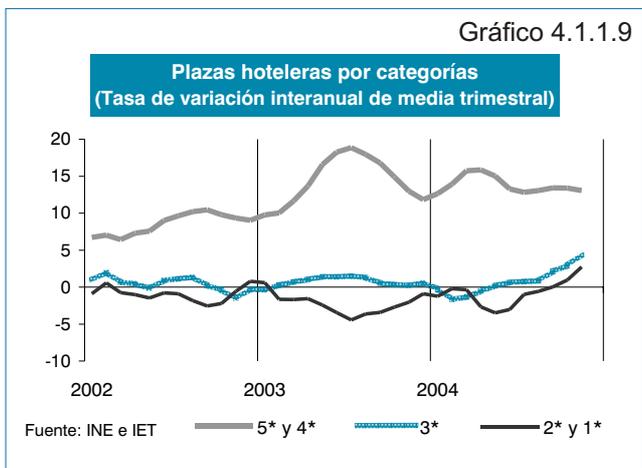


Gráfico 4.1.1.10

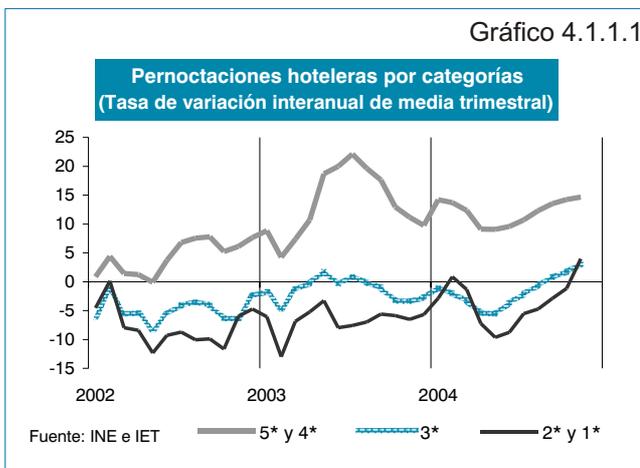
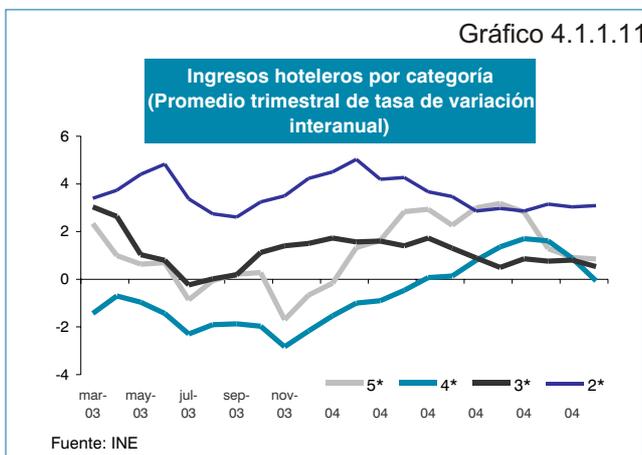


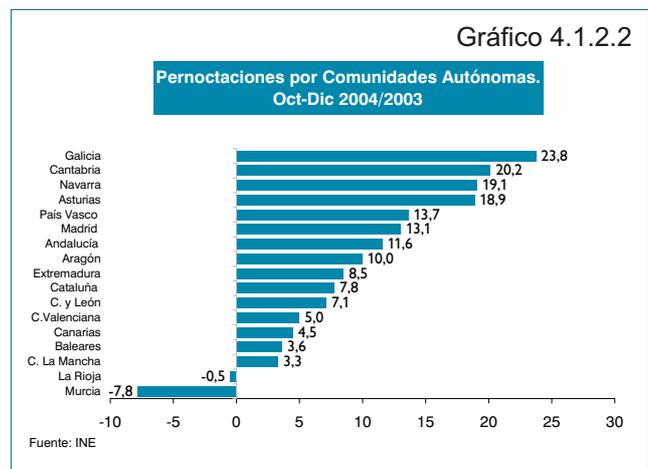
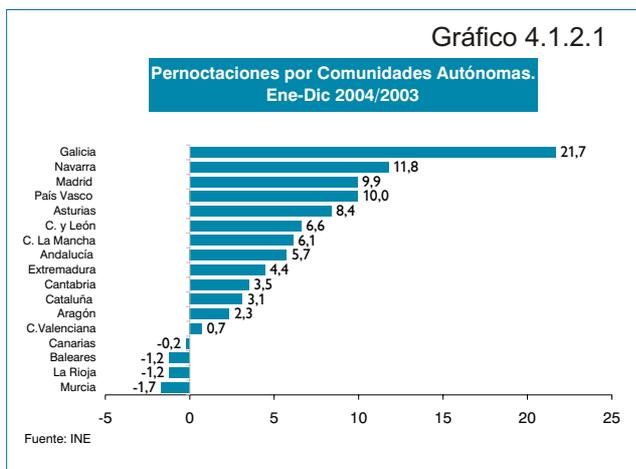
Gráfico 4.1.1.11



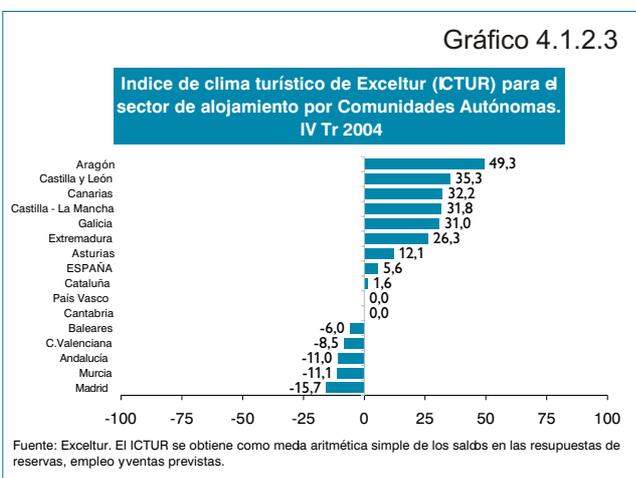
La negativa evolución de los precios hoteleros ha influido sobre el crecimiento del Índice de Ingresos Hoteleros (IIH) del INE para establecimientos de categoría alta, que se desaceleró durante los últimos meses de 2004, uniéndose a la ralentización que se viene observando a lo largo del año en el resto de categorías.

4.1.2. Comportamiento del alojamiento hotelero de los diferentes destinos

El comportamiento de la demanda de turistas españoles ha sido el principal factor explicativo de la evolución de la demanda hotelera por destinos. La España interior, junto con la cornisa cantábrica, han mostrado las mayores tasas de crecimiento del número de pernoctaciones, sustentándose tanto en la demanda extranjera como, sobre todo, en elevadas tasas de crecimiento de la demanda de turistas españoles, donde además tienen un mayor peso. El atractivo de los destinos urbanos y zonas especializadas por su oferta cultural se consolida como una de las líneas de mayor crecimiento, como demuestran los casos particulares de Madrid, Barcelona y Bilbao, o de Galicia, por la celebración del Año Xacobeo. Por otro lado, la costa mediterránea y los archipiélagos se han visto afectados por el relativo peor comportamiento de la demanda extranjera.



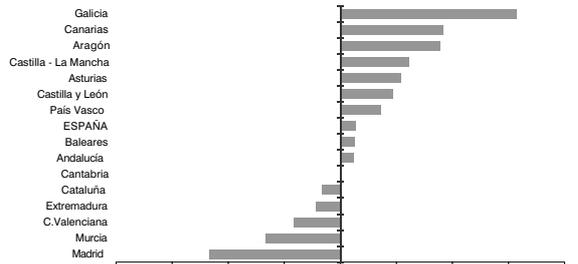
El aumento de las pernoctaciones ha influido positivamente en los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur por destinos. No obstante, el crecimiento de la oferta de plazas ha contribuido a moderar su impacto sobre sus niveles de confianza por sus efectos negativos sobre el grado de ocupación y su traslación sobre la dinámica de los precios hoteleros. Nos encontramos con algunos casos particulares, como el de la ciudad de Madrid, donde a pesar de un aumento del 12,0% en el número de pernoctaciones en el conjunto octubre-diciembre, sus empresarios hoteleros son los que peor percepción tienen de la situación del sector en el cuarto trimestre, tanto desde el punto de vista de las ventas como de los beneficios, como consecuencia de un aumento de la oferta superior al 10% en el último año.



Los destinos de la costa mediterránea y Madrid obtienen peores balances en la ECTE. La opinión empresarial sobre las ventas y los beneficios en estos destinos muestran valores cercanos a 0 o negativos. Por otro lado, las Islas Canarias obtienen uno de los mejores resultados en términos de la encuesta, gracias a la opinión empresarial positiva sobre las ventas en el cuarto trimestre derivada sobre todo del aumento de la demanda nacional.

Gráfico 4.1.2.4

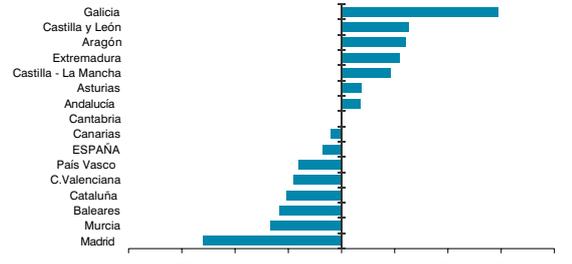
Opinión empresarial sobre las ventas en alojamiento. IV Tr 2004



Fuente: Exceltur. La opinión empresarial se obtiene como la diferencia entre el porcentaje de encuestados que opinan que las ventas han mejorado y el porcentaje que opinan que han disminuido.

Gráfico 4.1.2.5

Opinión empresarial sobre los beneficios en alojamiento. IV Tr 2004

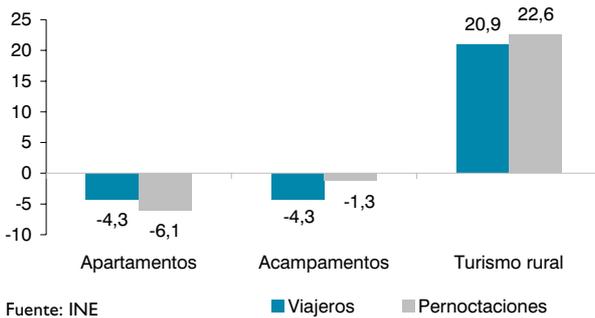


Fuente: Exceltur. La opinión empresarial se obtiene como la diferencia entre el porcentaje de encuestados que opinan que los beneficios han mejorado y el porcentaje que opinan que han disminuido.

4.1.3. Otras tipologías de alojamiento reglado

Gráfico 4.1.3.1

Demanda alojamientos reglados. Variación interanual. Enero-noviembre 2004

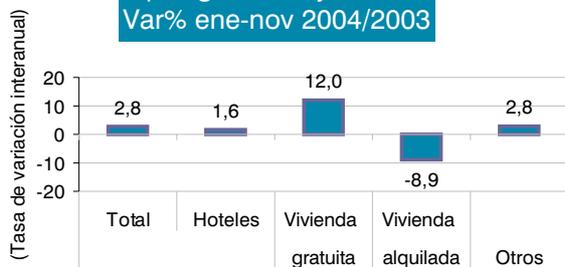


Fuente: INE

La actividad de otras tipologías de alojamiento reglado muestra el cambio en las pautas de comportamiento del consumidor final. Así, **tanto apartamentos como acampamentos muestran reducciones significativas en sus tasas de crecimiento de turistas y pernoctaciones**, mientras que el turismo rural obtiene tasas de variación superiores al 20%. Estos resultados se reflejan en el grado de ocupación en alojamiento de turismo rural, que ha aumentado un 2,5%, y en apartamentos, con una reducción del grado de ocupación del 9,1%.

Gráfico 4.1.3.2

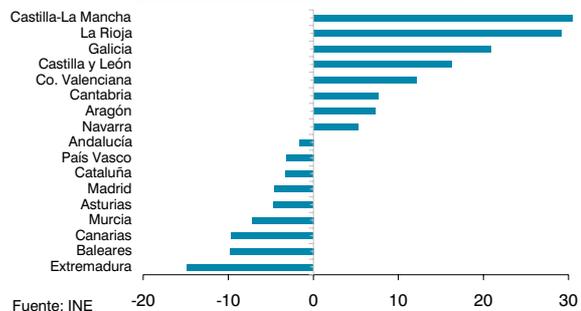
Llegada de turistas por tipología de alojamiento. Var% ene-nov 2004/2003



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Fronitur, IET

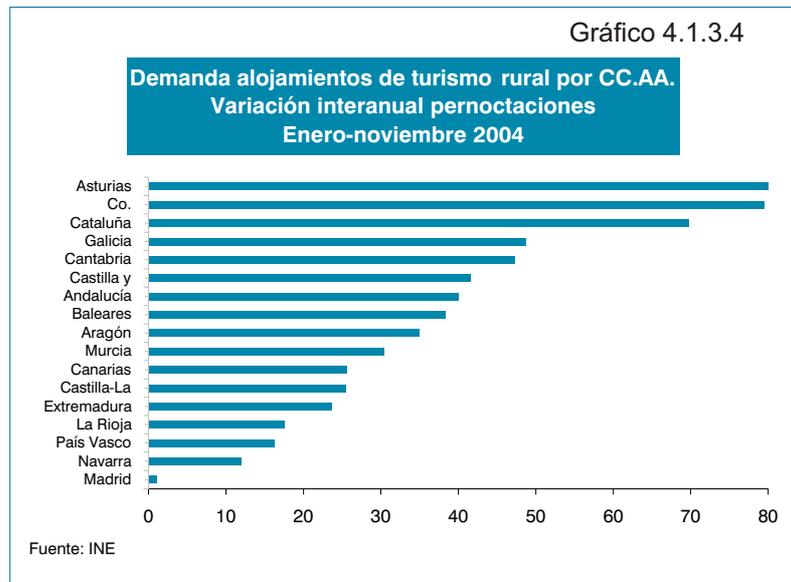
Gráfico 4.1.3.3

Demanda apartamentos por CC.AA. Variación interanual pernoctaciones. Enero-noviembre 2004



Fuente: INE

Por otro lado, la actividad de turismo rural continúa mostrando un elevado potencial de crecimiento, acorde con las nuevas preferencias del turista de una mayor predilección por zonas especializadas en turismo de naturaleza. Todas las comunidades españolas muestran tasas de variación del número de pernoctaciones superiores a dos dígitos, con crecimientos en Asturias, Cataluña y la Comunidad Valenciana superiores al 50%.



4.2. Agencias de viaje y touroperadores

4.2.1. Agencias de viajes tradicionales

El dinamismo de la demanda nacional ha impulsado las ventas de los grandes grupos de agencias de viajes en 2004, si bien la rentabilidad del negocio no creció al mismo ritmo

El sector de la distribución se ha beneficiado del fuerte tirón del turismo nacional en 2004 en términos de ventas, que se ha traducido en un crecimiento sustancial de la rentabilidad del negocio. Los grandes grupos de agencias de viajes que participaron en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial (ECTE) de Exceltur confían en que la evolución favorable de la facturación en 2004 - que aumentó para el 90,1% de los encuestados - mantenga un ritmo sostenido de crecimiento en 2005, y son **unánimes a la hora de pronosticar un crecimiento de sus beneficios este año**, que una amplia mayoría (un 71,2% de las respuestas) sitúa entre el 5% y el 10%.

Gráfico 4.2.1.1

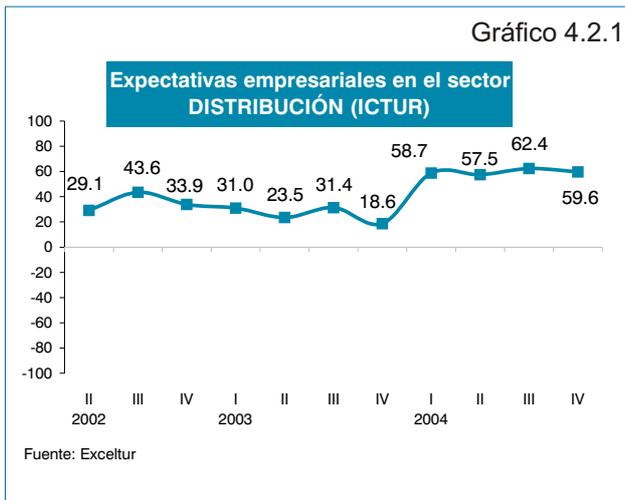
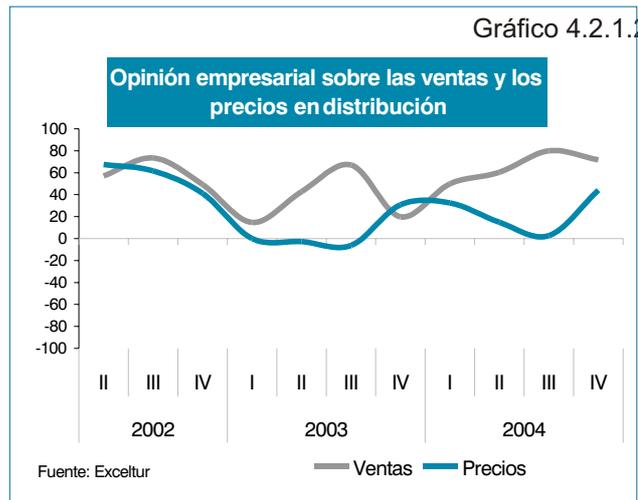


Gráfico 4.2.1.2



Los resultados de la ECTE para el último trimestre del año reflejan un **buen comportamiento de las ventas, que crecieron respecto al mismo periodo del año anterior para las tres cuartas partes de los grandes grupos de agencias de viajes encuestados, un aumento de la facturación que se trasladó a los beneficios para el 68,3% de los empresarios.** La evolución positiva de las reservas y las ventas previstas se ha plasmado en el Índice de confianza del sector (ICTUR), que se ha situado en el último trimestre en 59,6, manteniendo la tendencia positiva iniciada a principios de año.

La mayoría de los empresarios encuestados afirman que se han mantenido o han aumentado levemente los precios en el último trimestre, una tendencia derivada tanto de la repercusión en billetes y paquetes turísticos del suplemento por combustible establecido por el conjunto de aerolíneas, como del propio dinamismo de la demanda, que ha animado a los empresarios del sector a intentar recuperar, mediante subidas de precio, parte de los márgenes cedidos a lo largo del año a raíz de las estrategias de descuentos y ofertas de última hora que prevalecieron en 2004.

Gráfico 4.2.1.3

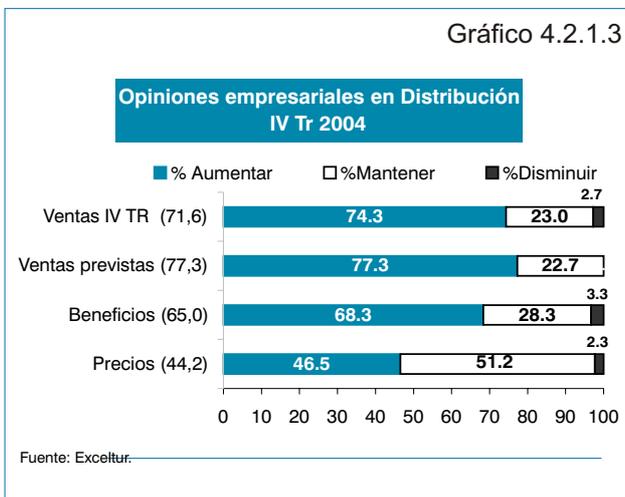
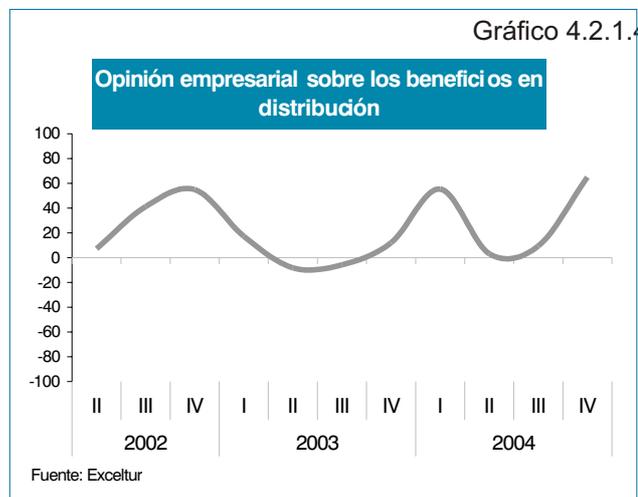


Gráfico 4.2.1.4



Las principales asociaciones empresariales del sector minorista comparten la percepción de los grandes grupos de la distribución recogida en la ECTE. Durante su último Congreso anual, desde la Asociación Empresarial de Agencias de Viaje de España (AEDAVE), se afirmó que la rentabilidad de las agencias habría bajado en torno al 1,5% en 2004 y cifró en 5% la rebaja del precio medio de los productos facturados por el sector minorista. **La caída de los márgenes de los agentes fue especialmente significativa en los paquetes turísticos, que fue parcialmente compensada por la mayor rentabilidad en la venta de billetes aéreos gracias al nuevo sistema retributivo pactado con las principales aerolíneas españolas.**

Por su parte la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV), cifró entre un 5% y un 10% el aumento registrado en el volumen de la facturación. Sin embargo coincide en que este incremento no ha sido equivalente en los beneficios obtenidos debido al notable aumento de las ofertas de última hora y a política de descuentos.

Los vuelos internacionales dinamizan la venta de billetes aéreos a los españoles, con un incremento del 3,6% de la facturación respecto a 2003

La evolución de la producción neta de billeteaje aéreo (BSP) ha presentado una elevada disparidad en el último trimestre del año, sesgada en noviembre por la repercusión en las tarifas aéreas del suplemento por combustible impuesto por el conjunto de compañías aéreas. El incremento en las tarifas por ese concepto ha podido contribuir entre 4 y 5 puntos porcentuales al 11% de crecimiento interanual del BSP en el mes de noviembre, que ha sido en cualquier caso un mes muy favorable en volumen de ventas comparado con los meses de octubre y diciembre (-4% y -2% interanual respectivamente).

En el conjunto del año, la facturación de billetes aéreos en España sumó 4.120,5 millones de euros, un 2,2% más que en 2003. El hecho más relevante es que la producción anual de vuelos nacionales ha descendido un 1,1% respecto al año pasado, mientras que el **mercado internacional creció un 3,6%, aumentando su cuota sobre el total hasta el 61,2%** (frente a 60,1% en 2003). Estos datos confirman la tendencia, recogida desde hace ya varios trimestres, al **cada vez mayor número de españoles que viajan al extranjero. Los datos de Familitur, disponibles hasta septiembre, cifran en un 15,7% el incremento de los viajes de residentes al extranjero respecto a 2003. Así lo han venido confirmando las grandes grupos de agencias de viaje encuestados por Exceltur a lo largo de todo el año**, recogiendo sistemáticamente entre los destinos con mayor demanda Europa, el Caribe, América y demás destinos de larga distancia, impulsado por la fortaleza del euro frente al dólar.

Aunque el peso de la región en el total es todavía poco significativo, la facturación de billetes en vuelos internacionales ha sido más dinámica en Extremo Oriente (un 45,0% respecto a 2003).

Canarias repite como destino favorito de sol y playa de los españoles en el último trimestre, mientras Galicia lidera el crecimiento de pernoctaciones en los destinos de interior

En cuanto a los destinos nacionales, recogidos en la ECTE, los resultados del cuarto trimestre vuelven a demostrar el **fuerte tirón de la demanda nacional hacia Canarias en el segmento de sol y playa**. La Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del INE recoge un crecimiento acumulado de las pernoctaciones de españoles hasta diciembre del 9,4% - hasta un 13,5% - en el último trimestre que ha compensado el leve descenso de la demanda de no residentes. **La Comunidad de Madrid encabeza los destinos urbanos más demandados por los españoles según las grandes agencias de viaje consultadas**, lo que se ve reflejado en el 15,0% de crecimiento acumulado de las pernoctaciones de residentes en la región en 2004, un 23,2% por lo que se refiere al último trimestre.

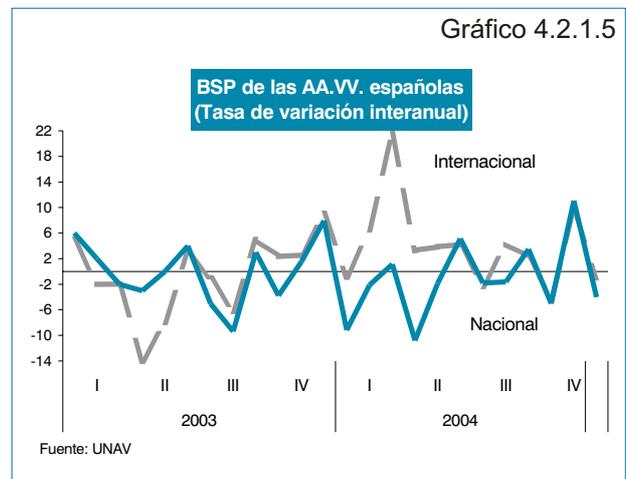
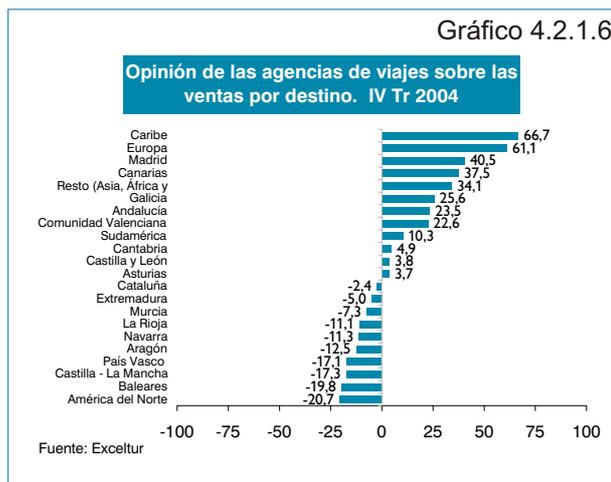


Gráfico 4.2.1.6

El año Xacobeo siguió atrayendo a Galicia los visitantes nacionales durante el último trimestre. En el último trimestre, se registraron un 27,4% más de pernoctaciones que en el mismo periodo de 2003, mientras el crecimiento acumulado en el año alcanza un 23,1%, muy por encima del resto de destinos de interior.



4.2.2. Agencias de viajes on line

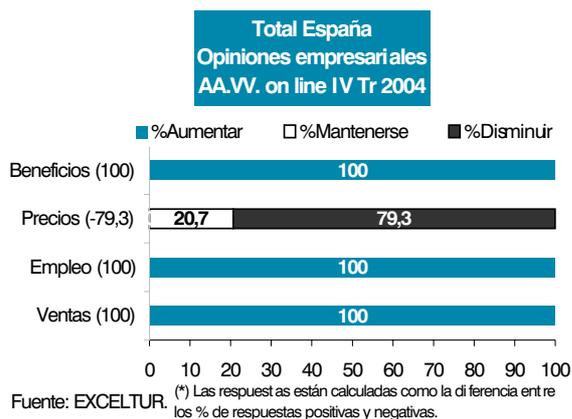
En 2004, las grandes agencias de viajes virtuales experimentaron tasas de crecimiento de su facturación de dos y tres dígitos

2004 ha sido sin duda el año de la consolidación de la oferta de agencias de viajes on line en España. Paralelamente al nacimiento de multitud de páginas web y portales turísticos, se ha producido un proceso de concentración en el sector de la distribución on line - los dominios despegar.com (en 2003), mundoviaje.com, e-viajes y viajarbajoprecio.com fueron comprados por Rumbo este año, mientras Lastminute.com se fusionó con Travelprice.com - que ha llevado a la **consolidación de cuatro grandes agencias de viajes virtuales** (Rumbo, Viajar.com, eDreams y Lastminute.com.) **que lideran un mercado con un ritmo de crecimiento exponencial desde su aparición.**

La venta de viajes on line en España registró una facturación en torno a los 1.200 millones de euros en 2004, lo que supondría un incremento del 135% respecto a los 510 millones facturados en 2003. Este fuerte crecimiento se debe a la combinación de varios factores: la **creciente utilización de Internet para las reservas hoteleras**, a través de agencias on line o de las propias páginas web de los establecimientos; la **estrategia de desintermediación de las compañías aéreas y cadenas hoteleras**, que eligen cada vez más canales propios de distribución frente a las agencias convencionales; y, por último, la **creciente familiaridad de los españoles con Internet y la compra on line.**

En este sentido, **el auge de este nuevo canal de distribución ha propiciado la multiplicación de estudios y encuestas** por parte de las propias agencias y demás organismos independientes, orientados a evaluar el alcance de un mercado con amplio potencial. **Todos coinciden en el elevado ritmo de crecimiento que registran tanto las consultas como las compras por Internet en el sector.** El segundo Panel de Viajes Online realizado en el segundo semestre de 2004 por Ya.com Internet Factory con la plataforma MetaScore, apunta a la **consolidación de Internet como la primera opción de búsqueda a la hora de planificar un viaje** (un 56% de los encuestados), **pero también como canal de compra:** un 20% de los encuestados contrataron su último vuelo en una agencia on line, un 3% más que el semestre anterior.

Gráfico 4.2.2.1

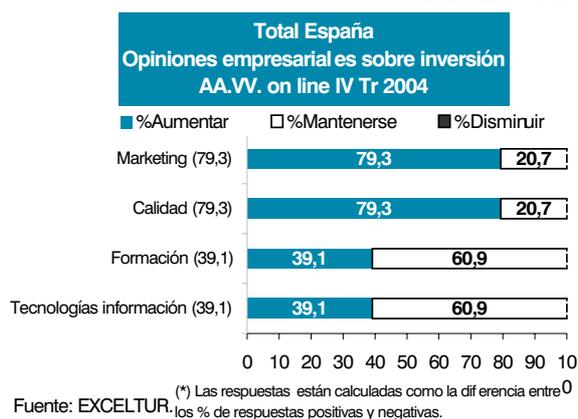


En esta ocasión, Exceltur ha contado por primera vez con la colaboración de las cuatro mayores agencias on line españolas, que han respondido a la Encuesta de Clima Turístico Empresarial. No es de extrañar, en el contexto antes comentado, que exista un **amplio consenso en el sector de agencias virtuales sobre la evolución positiva de las principales variables del negocio**: todos los encuestados coinciden en el fuerte aumento de las ventas y el empleo, tanto en el cuarto trimestre de 2004 con relación al mismo periodo de 2003 como de cara al primer trimestre de 2005.

Todos los tipos de productos (billetes, habitaciones, alquiler de coches, paquetes turísticos, cruceros, entradas para espectáculos de ocio) **experimentaron tasas de variación positivas de dos dígitos respecto al último trimestre de 2003**, si bien el ritmo de crecimiento de las ventas ha sido mayor (superior al 50% en todos los casos) en lo que respecta los billetes de avión y las habitaciones de hotel.

A pesar de la leve caída de los precios apuntada por el conjunto de los encuestados, que ponen de nuevo de manifiesto la vigencia de las políticas de descuentos y ofertas de última hora tanto en el sector aéreo como hotelero, **el crecimiento en volumen ha permitido incrementar sensiblemente la rentabilidad en todos los casos**. Este incremento de los beneficios ha respaldado una mayor inversión en marketing y calidad en la mayoría de las agencias encuestadas, mientras se ha mantenido el gasto en formación y tecnologías de la información.

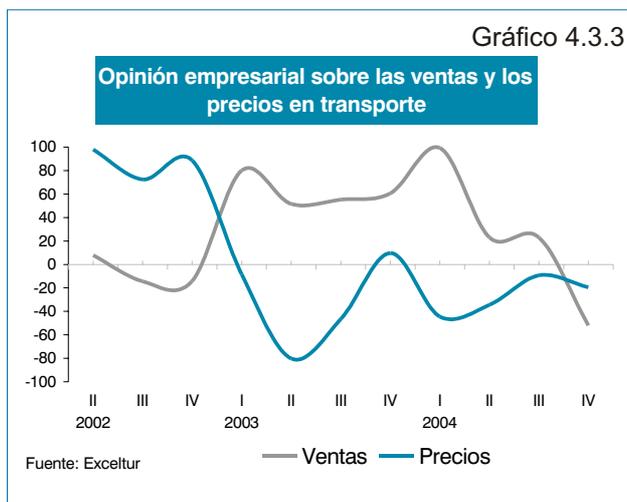
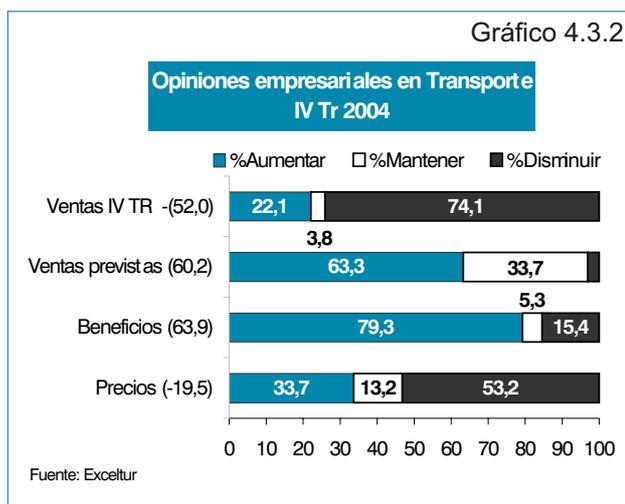
Gráfico 4.2.2.2



4.3. Transporte

La confianza empresarial de las compañías de transporte retrocedió de forma significativa durante el cuarto trimestre, aunque las perspectivas de demanda para el inicio de 2005 son positivas.

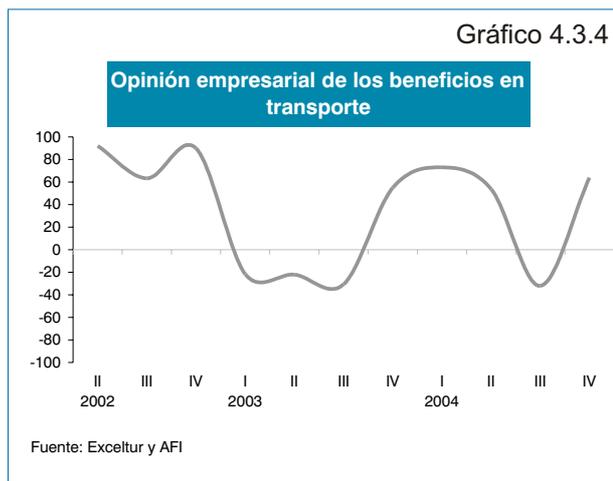
El Índice de Clima Turístico elaborado por Exceltur (ICTUR) señala un resultado menos favorable en el último cuarto de 2004, al registrar un saldo de 16,0 frente a 53,4 del trimestre anterior. Esta caída vendría explicada por la negativa opinión sobre las reservas, cuya evolución ha más que compensado el comportamiento en el empleo y las ventas previstas, que han mejorado a pesar de haberse observado un retroceso en la demanda y en los precios de venta en el cuarto trimestre. Con relación a las expectativas, para el primer trimestre de 2005 un 63,3% de los encuestados señala un aumento con relación al mismo período del año anterior.



La Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur recoge el **descenso en la demanda de todas las modalidades de transporte durante el cuarto trimestre, con la excepción de las compañías de alquiler de vehículos**. La caída general registrada en el cuarto trimestre empeora de forma notable las cifras del período anterior y supone una vuelta a los datos negativos de 2002. Esta evolución ha venido acompañada de un nuevo retroceso generalizado en los precios, a pesar del escenario de encarecimiento del petróleo (prácticamente el 100% de los encuestados dan un incremento de los costes por suministros).

La mejoría de los beneficios habría respondido en el cuarto trimestre al dinamismo de la demanda en las empresas de alquiler de vehículos y a la contención de costes en el resto.

Un 79,3% de los empresarios encuestados computan un incremento del beneficio en el cuarto trimestre respecto al mismo período de 2003, a pesar de que como comentábamos anteriormente, las ventas y los precios han retrocedido. La causa de esta evolución, por tanto, debe buscarse en la contención de los costes distintos del combustible (laborales, financieros,...), que habrían retrocedido en las compañías de transporte con la excepción nuevamente de las empresas de alquiler de vehículos. Estas últimas habrían compensado este hecho con una demanda más pujante. La estrategia de contención de costes en el resto habría tenido un impacto positivo en las cuentas de resultados de las compañías.



4.3.1. Transporte Aéreo

El protagonismo indudable en 2004 ha sido para las compañías de bajo coste, que han continuado ganando cuota con respecto a las aerolíneas tradicionales y que han obligado a éstas a políticas de contención de precios a pesar del encarecimiento del petróleo. Lo más relevante es que no ha habido un proceso de sustitución sino que se ha logrado en el conjunto del pasado año alcanzar un dinamismo muy positivo en el tráfico de viajeros por aeropuerto. Los datos proporcionados por AENA muestran para el conjunto de 2004 un incremento del 7,9%, con dos rasgos destacables. Por un lado, los principales aeropuertos, Madrid y Barcelona, que absorben casi el 40% del total, presentan un crecimiento intenso.

Por otro lado, los aeropuertos más dinámicos han estado impulsados por las nuevas rutas abiertas por las compañías de bajo coste. Valladolid y Girona han duplicado el número de pasajeros con relación a 2003, mientras que Murcia ha registrado un crecimiento del 50% y Reus y Jerez superior al 30%. En estos aeropuertos operan, entre otros, Ryanair con Reino Unido y Air Berlin con Alemania. La extensión de las conexiones aéreas hacia estos destinos ha incrementado las posibilidades de desplazamiento a un precio económico, que se han traducido en aumentos significativos del número de viajeros extranjeros, aunque no necesariamente en un incremento paralelo en las pernoctaciones y el gasto total.

Tabla 4.3.1.1

Tráfico comercial de pasajeros por aeropuertos			
	2004	2003	Variación
TOTAL	163.910.552	151.975.503	7,9%
Madrid	38.128.516	35.525.161	7,3%
Barcelona	24.363.881	22.541.500	8,1%
Palma de Mallorca	20.375.802	19.136.696	6,5%
Málaga	11.939.090	11.439.350	4,4%
Gran Canaria	9.225.084	8.962.094	2,9%
Alicante	8.535.301	8.160.550	4,6%
Tenerife Sur	8.376.016	8.654.657	-3,2%
Ibiza	4.116.123	4.108.845	0,2%
Tenerife Norte	3.365.579	2.917.251	15,4%
Valencia	3.100.630	2.421.909	28,0%
Gerona	2.937.251	1.428.886	105,6%
Menorca	2.605.897	2.684.708	-2,9%
Reus	1.127.722	838.207	34,5%
Murcia - San Javier	838.869	547.092	53,3%
Resto	24.874.791	22.608.597	10,0%

Fuente: AENA

Entre las compañías de bajo coste, Easyjet se ha situado en 2004 a la cabeza, con más de 2,8 millones de entradas, superando así, con un incremento anual del 29,3%, a Air Berlin. La irlandesa Ryanair ha sido la que ha registrado un mayor incremento, más que triplicando las cifras de 2003, sobre todo a través del aeropuerto de Gerona.

Tabla 4.3.1.2

Entrada de pasajeros por compañías de bajo coste		Variación
(Enero-diciembre 2004)		2004-2003
EASYJET AIRLINE CO. LTD.	2.830.333	29,3%
AIR BERLIN	2.584.278	11,5%
RYANAIR LTD.	1.877.067	214,3%
MONARCH AIRLINES	1.376.340	7,5%
TRANSAVIA HOLLAND BV	888.551	3,0%
BMIBABY	481.985	27,7%
STERLING EUROPEAN AIRLINES	444.082	29,7%
VIRGIN EXPRESS	382.682	-17,4%
CHANNEL EXPRESS (air Services)	295.077	66,8%
BRITANNIA Ab	211.329	-4,8%

Fuente: IET a partir de datos de AENA.

Los destinos principales que más se han beneficiado del auge de las compañías de bajo coste han sido Cataluña, Baleares y Comunidad Valenciana, aunque han sido otras regiones, como Castilla y León, las que han llevado a tasas de crecimiento conjuntas superiores al 30%. Destaca el hecho de que Madrid haya sido, entre las principales Comunidades Autónomas receptoras, la única que ha compatibilizado incrementos en la entrada de pasajeros a través de ambos tipos de compañías, poniendo de manifiesto tanto la vitalidad del turismo en la capital como la baja penetración que por el momento tienen las aerolíneas de bajo coste en Barajas.

Tabla 4.3.1.3

Llegada de pasajeros por tipo de compañías y destino (Enero-diciembre 2004)	Variación 2004/2003 (en %)				
	Total	Bajo coste	Tradicional		
Madrid	9.920.896	553.557	9.367.339	12,5%	10,2%
Baleares	9.376.088	3.081.927	6.294.161	28,5%	-6,2%
Canarias	9.525.500	1.602.526	7.922.974	7,3%	-6,2%
Cataluña	8.356.133	3.162.057	5.194.076	57,8%	5,1%
Andalucía	5.339.894	2.474.457	2.865.437	17,1%	-5,6%
C. Valenciana	4.063.039	2.064.946	1.998.093	24,9%	-5,2%
Resto CCAA	1.290.546	685.458	605.088	112,7%	16,8%
TOTAL	47.872.096	13.624.928	34.247.168	30,1%	0,0%

Fuente: IET a partir de datos de AENA.

4.3.2. Alquiler de Vehículos

Las empresas de alquiler de vehículos, como comentábamos al inicio de este apartado, han mostrado un comportamiento más favorable en el cuarto trimestre con relación al resto de compañías de transporte. A pesar de esta divergencia positiva, durante los últimos tres meses de 2004 se prolongó la senda de menor optimismo ya advertida en el tercero. El saldo de 46,6 en el ICTUR es el menor desde comienzos de 2003 y vendría explicado porque, **a la pregunta sobre ventas previstas, los empresarios muestran opiniones más moderadas en cuanto al crecimiento de esta variable, después de la percepción extraordinariamente positiva recogida en el anterior informe** (saldo de 76,2).

Gráfico 4.3.2.1

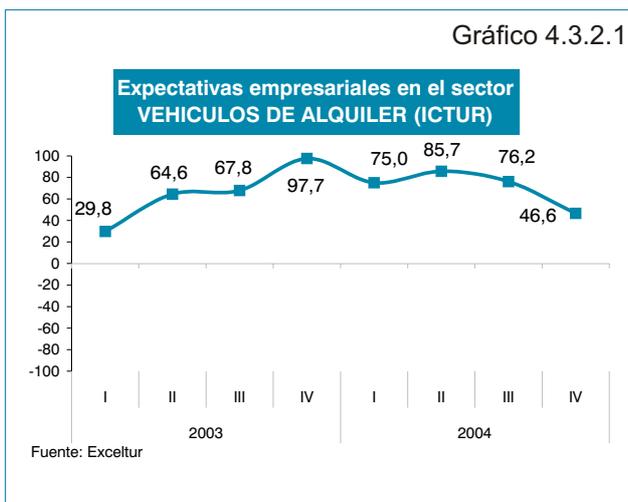
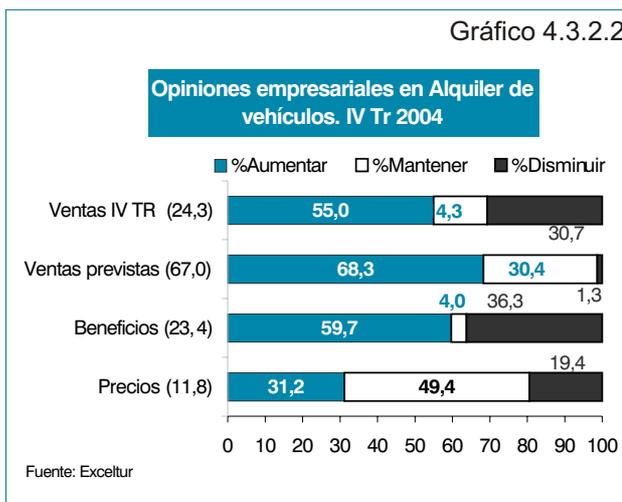


Gráfico 4.3.2.2



En el cuarto trimestre de 2003 los empresarios consultados por Exceltur mostraron sensaciones muy positivas sobre su negocio, lo que ha condicionado una evolución más moderada en el mismo periodo de 2004. Este diagnóstico se extiende por igual a los beneficios, ventas y precios de las compañías de alquiler de vehículos.

Gráfico 4.3.2.3

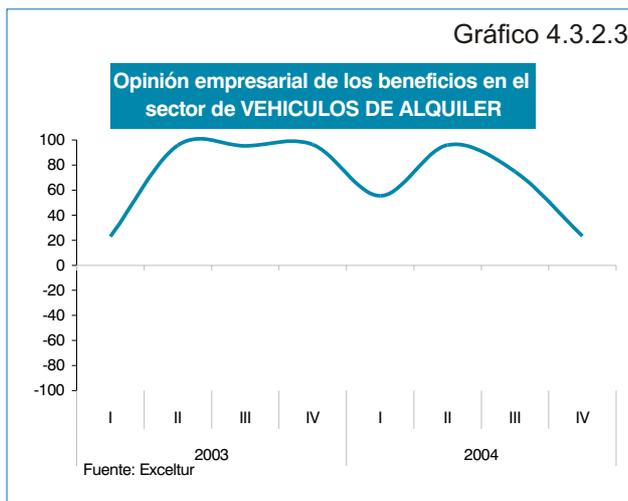
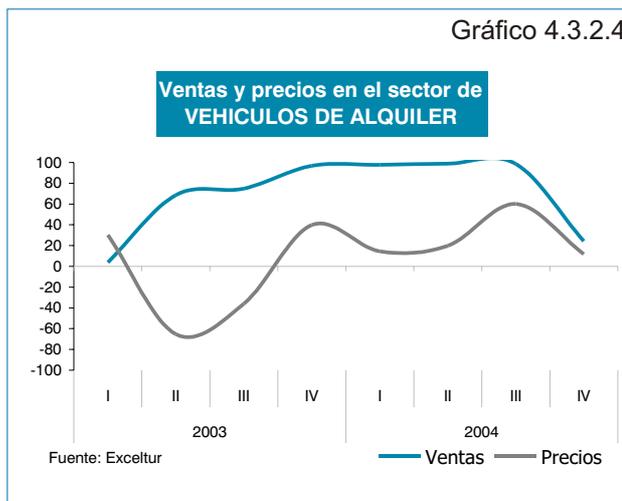


Gráfico 4.3.2.4



4.4. Ocio

El repunte de la demanda turística en el último trimestre del año no se ha traducido en una mejora significativa de los resultados del conjunto de subsectores de ocio

Las actividades relacionadas con el disfrute del ocio han seguido en el año 2004 alcanzando buenos resultados. La creciente preferencia del turista tanto español como extranjero por la realización de actividades deportivas y culturales durante sus viajes vacacionales junto con la propia expansión de viajes especializados por segmentos de producto como el del golf o los circuitos culturales explican el crecimiento tanto en ventas como beneficios que han experimentado los equipamientos e infraestructuras y los favorables niveles de confianza con los que cierran sus gestores el año 2004.

La opinión vertida en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur por los gestores de actividades de ocio - que en esta ocasión agrupan a museos y monumentos, campos de golf, estaciones de esquí y parques de ocio - presenta variaciones poco significativas respecto al trimestre anterior. El índice de Confianza del sector se sitúa en 13,8, manteniéndose en niveles similares a los del segundo y tercer trimestre.

Gráfico 4.4.1

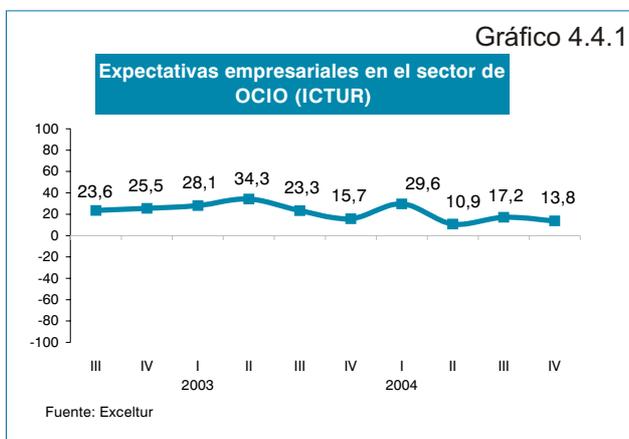
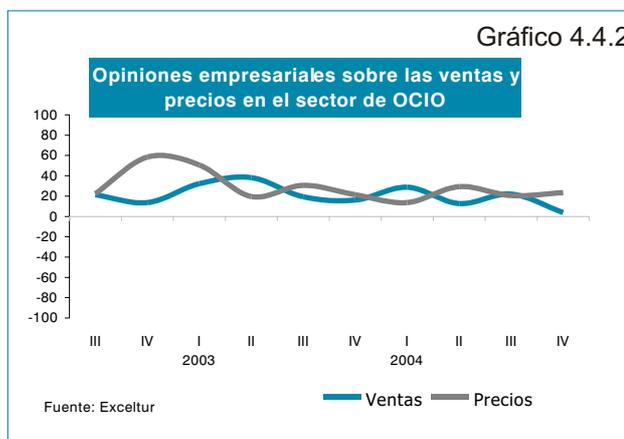


Gráfico 4.4.2



Los empresarios encuestados se encuentran bastante divididos respecto a la evolución de sus ventas y beneficios en el último cuarto del año, aunque **destaca el elevado número de gestores que manifiestan una disminución de la rentabilidad del negocio**, a pesar de la evolución favorable de la demanda en esos meses, a la que ha contribuido tanto el crecimiento de los viajes de españoles - se registró un 13,8% más de viajeros en establecimientos hoteleros entre octubre y diciembre respecto a 2003 - como del número de visitantes extranjeros, un 10,0% más en los mismos meses según Frontur. En este último caso, no parece que el sector del ocio se haya visto de momento beneficiado por el menor gasto de los turistas extranjeros en transporte y alojamiento (gracias al auge de las aerolíneas de bajo coste y el creciente peso del turismo residencial), que se ha manifestado en cambio en la continua reducción del gasto medio por turista.

En un contexto de estabilidad de los precios, un 34,8% de los encuestados han visto bajar sus beneficios respecto al cuarto trimestre de 2003, el mayor porcentaje desde el inicio de la ECTE.

Gráfico 4.4.3

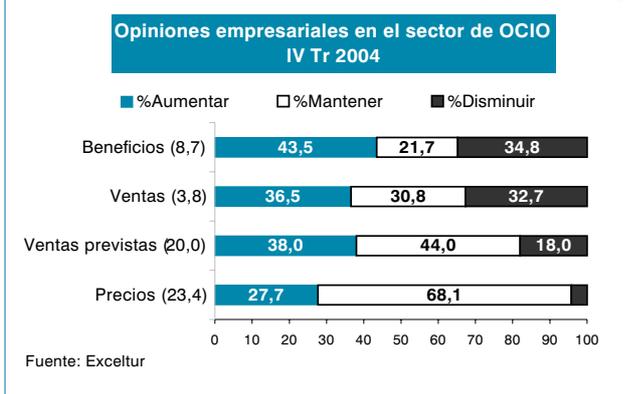
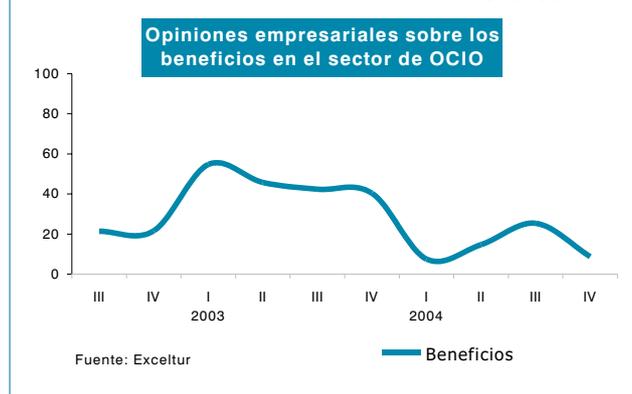


Gráfico 4.4.4



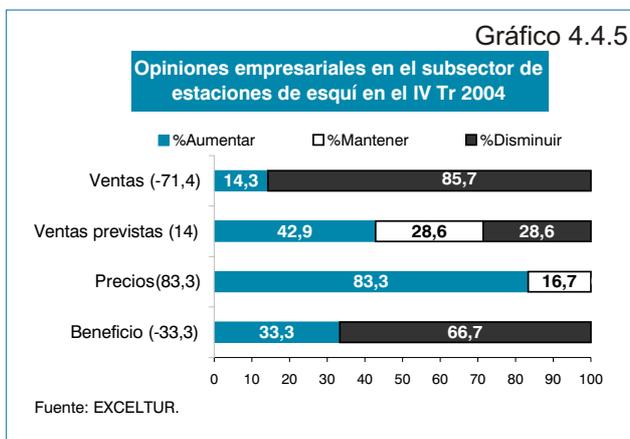
La multiplicación de las iniciativas públicas y privadas relativas a la dotación de contenidos culturales a la oferta turística, entre las que podemos citar la aprobación el pasado mes de diciembre del Plan de Dinamización Turística “Rutas del Vino” en Castilla-La Mancha en el marco del Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PCTE 2000-2006), da muestras de la variedad y del amplio potencial de las actividades de ocio vinculadas al patrimonio histórico y los recursos culturales españoles como valor añadido y factor de diferenciación del producto turístico.

La puesta en valor turística de los recursos naturales y culturales debe permitir la creación de nuevos productos y el desarrollo de segmentos de oferta hasta el momento infraexplotados respecto a otros países y con relación al potencial que España presenta en este ámbito. El enoturismo - que será objeto del I Salón Internacional del Turismo del Vino el próximo mes de abril en La Rioja - constituye un buen ejemplo atendiendo a las cifras manejadas por las autoridades turísticas riojanas, que calculan unos cuatro millones de turistas potenciales en España para este segmento y estiman en torno a 50 euros el gasto medio diario del enoturista en nuestro país, cuando se llega a alcanzar los 500 euros en Alemania.

En lo que se refiere al turismo de esquí, los empresarios encuestados por Exceltur han valorado muy negativamente la evolución de las ventas y los beneficios en el último trimestre del año. Este sentimiento se debe a que la temporada 2004-2005 se ha abierto más tarde de lo habitual por las condiciones meteorológicas, que fueron menos favorables que en los mismos meses de 2003. Los empresarios esperan recuperar la afluencia de esquiadores durante los primeros meses de 2005, si bien se muestran cautos en cuanto al volumen de ventas esperado y sobre todo al impacto sobre la rentabilidad, a pesar del leve aumento de los precios que manifiesta haber registrado la mayoría de los encuestados a finales de 2004.

La creciente demanda en este segmento, y el de turismo interior en general, ha propiciado asimismo la organización del I Congreso Estatal de Turismo de Interior y de Montaña, que se celebrará el próximo mes de junio y que debe ser un buen punto de partida en el necesario proceso de reflexión sobre modelos de desarrollo sostenible de turismo de interior y de montaña.

Gráfico 4.4.5



En cuanto al turismo de golf, la mayoría de los empresarios encuestados por Exceltur manifiestan una evolución positiva de las principales variables del negocio en el último trimestre de 2004. A pesar de la creciente competencia por la multiplicación de los campos de golf, los empresarios apuntan al **buen comportamiento de la demanda** - en línea con el dinamismo del turismo nacional y el repunte en la llegada de turistas extranjeros - y la **climatología favorable** como principales factores que condicionaron sus resultados en esos meses.

Las cifras aportadas recientemente por el gobierno balear sobre el turismo de golf en la comunidad - habría supuesto un volumen de negocio de 161,34 millones de euros en 2004, con un incremento del número de turistas de golf del 1,4% respecto a 2003 - dan muestras de los favorables resultados de invertir en equipamientos que permitan atraer este creciente segmento de demanda.

El subsector relativo a las actividades culturales, analizado a través de las opiniones de los gestores de museos y monumentos en España, se muestra en esta ocasión algo más prudente que el conjunto del sector de ocio sobre la evolución de las principales variables del negocio a corto plazo, lo que se traduce en esta ocasión por un ICTUR de 11,6 algo inferior al conjunto del sector.

Gráfico 4.4.6

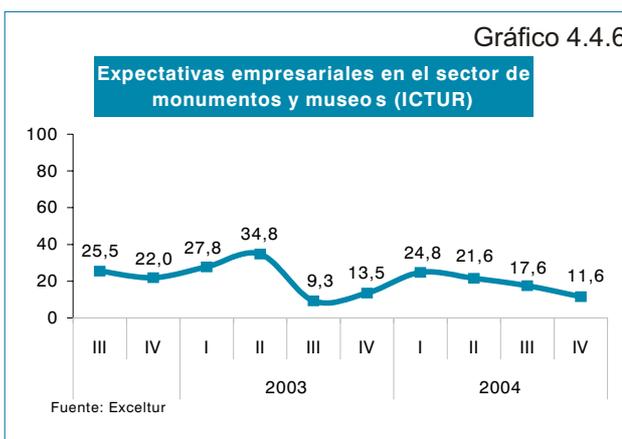


Gráfico 4.4.7

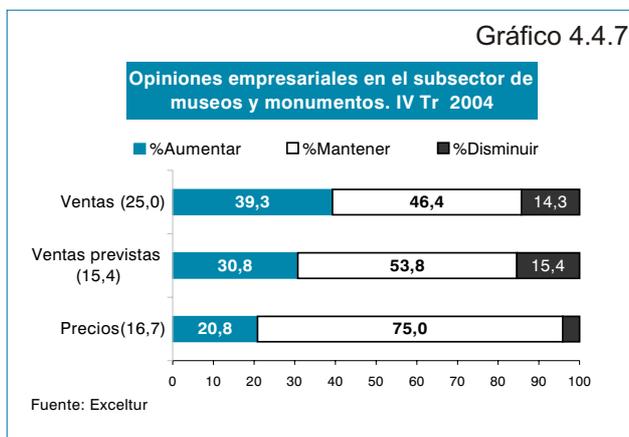
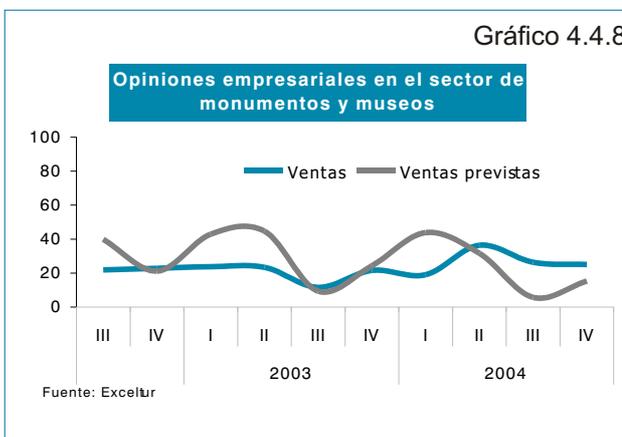


Gráfico 4.4.8



Sin embargo, la práctica totalidad de los gestores de museos y monumentos (un 95,7%) apuntan el mantenimiento o incremento de sus ventas en el cuarto trimestre, siendo **el único subsector de ocio donde parece reflejarse la evolución favorable de la demanda turística en los últimos tres meses del año**.

Turismo de negocios

La mayoría de los Convention Bureau encuestados por Exceltur (un 62,5%) manifestaron un **mantenimiento u aumento del número de eventos celebrados en los últimos tres meses del año**, en particular congresos.

