

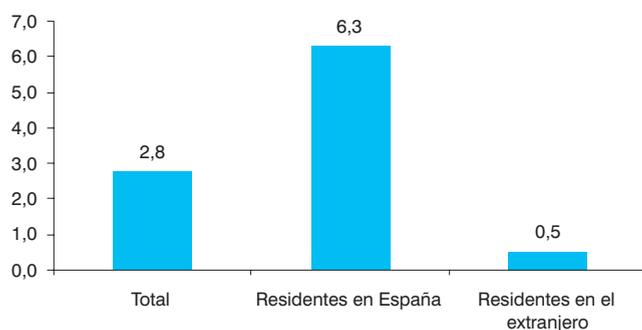
6 Claves por sectores

1. Alojamiento

En términos generales el alojamiento reglado ha evidenciado una leve recuperación de sus márgenes empresariales

El cierre del ejercicio 2005 ha confirmado lo que ya se anticipaba en el anterior número del Informe Perspectivas, el sector del alojamiento reglado en su conjunto (hoteles, apartamentos reglados, campings y casas rurales) ha experimentado un resultado positivo en términos del volumen, básicamente gracias al tirón de la demanda nacional. La menor traslación sobre la mejora de los beneficios se ha producido en 2005 por la situación de sobre oferta y/o obsolescencia de parte de la planta alojativa, especialmente en zonas del litoral y en el caso de los apartamentos turísticos, y su consecuente efecto sobre los precios, que se ha materializado en una nueva contención y aplicación de ofertas y descuentos como estímulo para intentar atraer más demanda. Todo ello, en un marco de crecimiento de costes energéticos, de suministros y laborales.

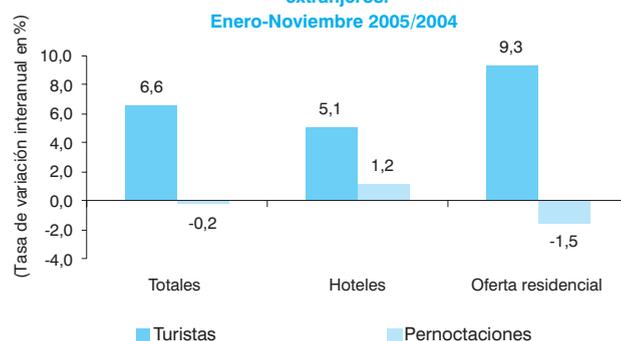
Demanda en alojamientos de turismo reglado
(% Variación. Ene-Nov 2005/2004)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

Por el contrario, en lo referente a la oferta residencial no reglada las pernoctaciones de extranjeros han caído en términos interanuales un 1,5% en el acumulado anual hasta el mes de noviembre, según se deriva de la Estadística de Gasto Turístico elaborada por el IET. Estos datos pondrían, a su vez, de manifiesto que en 2005 se ha observado una caída de la estancia media más intensa en el caso del alojamiento residencial, favorecida por la mayor accesibilidad que introducen las compañías aéreas de bajo coste al posibilitar la realización de un mayor número de viajes a menor precio a esa oferta residencial. De esta manera, según esta misma estadística, el conjunto de pernoctaciones de no residentes en alojamientos turísticos en España estaría decreciendo un 0,2% en los once primeros meses de 2005 respecto al mismo período del año anterior.

Comparativa entre llegada de turistas y pernoctaciones de extranjeros.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Egatur, IET

Esta situación se produce en un año marcado por un nuevo aumento en la construcción de viviendas en el litoral que se concretó, según datos del Ministerio de Fomento, en 296 mil viviendas finalizadas, que estaría reflejando una caída en sus niveles de ocupación desde los bajos registros que ya presenta y que en el estudio elaborado por Exceltur sobre los modelos de desarrollo turístico de los diversos destinos de "sol y playa"¹ se cuantificaba en 48 días.

1.1. Alojamiento hotelero

Comportamiento del alojamiento hotelero en su conjunto

Ligera mejora en la rentabilidad empresarial condicionada por el incremento de los costes en un escenario de mejores ocupaciones, crecimiento de las ventas y ligero aumento de los precios

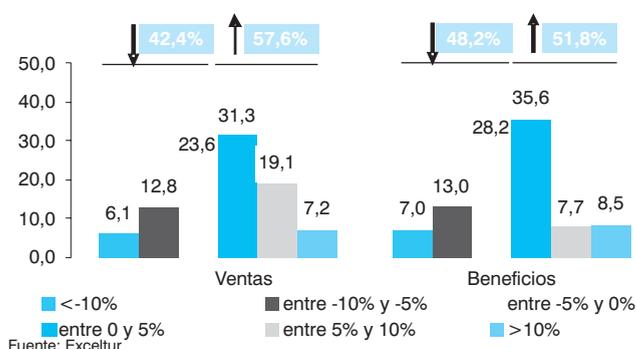
Tras tres años muy complejos y de balance negativo para el sector de alojamiento hotelero, especialmente para los hoteles vacacionales, la valoración sobre la evolución del negocio hotelero para el año 2005 ha sido mayoritariamente positiva respecto al crecimiento de las ventas y ha estado acompañada de un tono ligeramente más positivo en los niveles de rentabilidad, reflejando leves incrementos en los beneficios empresariales en los hoteles urbanos y una desaceleración de la caída de los mismos en los hoteles vacacionales.

¹"Impactos en la economía, el empleo y el territorio de los actuales modelos de desarrollo turístico en el litoral mediterráneo y las islas". Septiembre 2005. Presentado en Santander en el seno de la UIMP. Sumario ejecutivo disponible en www.exceltur.org



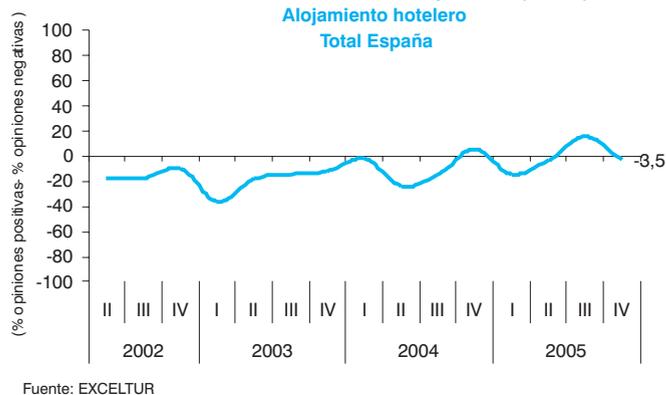
De hecho, en un contexto de contención de los precios motivado por la situación de sobre oferta y mayor competencia en el sector y junto al notable incremento de los costes en el año 2005, el avance en la deseada recuperación de los márgenes hoteleros se ha visto drenado, observándose opiniones divididas respecto a la mejora o retroceso en los mismos a lo largo del 2005. En concreto, el 48,2% de los gestores de establecimientos hoteleros han manifestado una caída en los niveles de beneficios empresariales, frente a un 51,8% que experimentaban un crecimiento en las ganancias en el año 2005 respecto al año anterior.

Opiniones empresariales cierre 2005
Var % esperado en ventas y beneficios
Alojamiento Hotelero



La mejora de los indicadores relacionados con la actividad hotelera, especialmente los relacionados con ventas y ocupación, han propiciado una mejora en los niveles de confianza empresarial, que alcanzaba su punto máximo de la serie en el tercer trimestre del año, y que retrocedía ligeramente en el cuarto trimestre condicionado por las negativas expectativas de reservas para el primer trimestre del 2006, período de tiempo que se verá afectado por el efecto de una semana santa que en el 2005 se celebró en marzo y este año tendrá lugar en abril.

Indice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Alojamiento hotelero
Total España

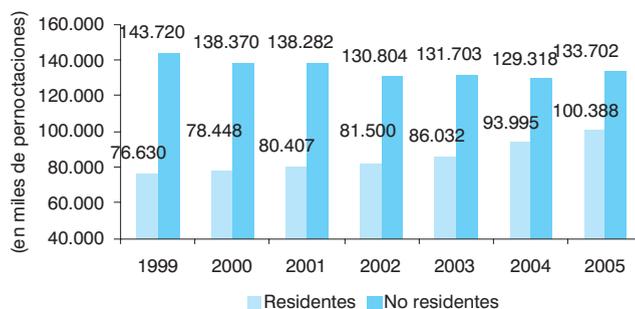


La temporada turística de 2005 ha experimentado un notable crecimiento de la demanda en los hoteles españoles respecto a los niveles observados en el año anterior. Al ya constatado dinamismo de la demanda nacional se ha unido en la segunda mitad del año, una inesperada reactivación de los ritmos de crecimiento de la demanda extranjera, cuyos factores se han analizado con mayor detalle en capítulos anteriores.

Según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, las pernoctaciones de los extranjeros han registrado entre los meses de julio y noviembre un crecimiento interanual del 5,2%, que contrasta con la variación interanual del primer semestre de 2005 que era del 1,1. Esta notable mejora en el comportamiento de la demanda extranjera se ha dado en un contexto que se ha visto favorecido por los tristes sucesos geopolíticos y catástrofes naturales que se han dado en destinos competidores en la segunda mitad del año 2005.

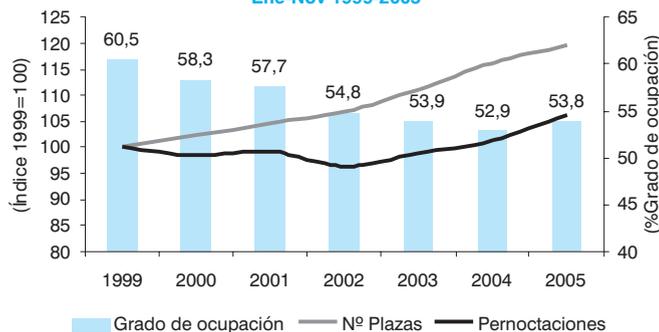
Sin perjuicio de lo anterior, el número de pernoctaciones hoteleras en los once primeros meses de 2005 ascendían a 234 millones, lo que supone un crecimiento interanual del 4,9%, registro alcanzado gracias al intenso crecimiento del volumen de pernoctaciones de los españoles, que se elevaban a 100,4 millones de enero a noviembre, y que ya supone el 42,9% del total de las pernoctaciones realizadas en los hoteles españoles. Sin embargo, las pernoctaciones de los no residentes, a pesar de haber recuperado ligeramente el tono respecto a años precedentes, se mantienen todavía en niveles lejanos a los experimentados a principios de los años 2000.

Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros
Ene-Nov 1999-2005



En este escenario, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur de cierre de ejercicio muestran como el 57,6% de los empresarios hoteleros españoles experimentaron un incremento en sus niveles de ventas durante el año 2005, concentrándose la respuesta en el rango que cuantifica este incremento entre el 0 y el 5%, mientras que el 42,4% manifestaba haber vendido menos que el pasado año.

Comportamiento del mercado de alojamiento hotelero
Ene-Nov 1999-2005

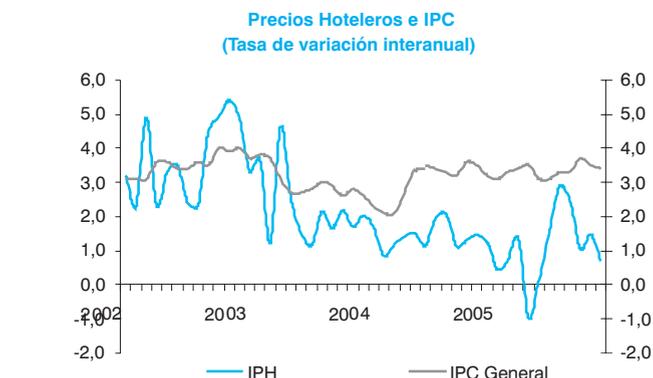




El tirón de la demanda en alojamientos hoteleros ha supuesto un punto de inflexión en la tendencia a la baja del grado de ocupación hotelera, que ha subido 0,9 p.p. entre enero y noviembre de 2005 respecto al mismo período en el año anterior. Este indicador que muestra cierto estrechamiento de la brecha que se observaba en períodos precedentes entre los ritmos de avance de la demanda y oferta de alojamiento turístico, no refleja en el año 2005, sin embargo, una ralentización de la apertura de nuevos alojamientos en España, sino al ya comentado mayor tirón de la demanda.

De hecho, la oferta de alojamiento turístico en España ha vuelto a crecer un año más, en general, fundamentalmente debido al incremento del número de plazas de alojamiento hotelero y de la construcción de más viviendas de uso turístico residencial en todo el litoral español. Así, según la EOH del INE el número de plazas hoteleras abiertas hasta el mes de noviembre en las Comunidades del litoral superaba en 25.854 las del mismo período de tiempo en 2004.

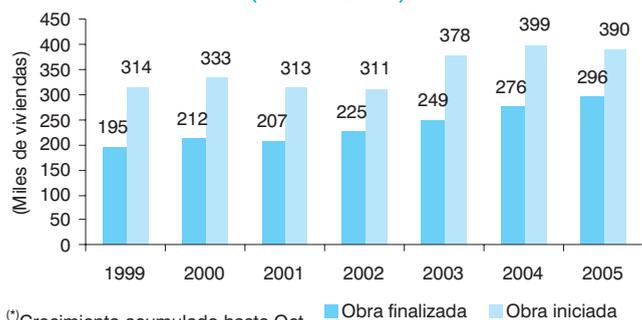
Adicionalmente, según la estadística elaborada por el Ministerio de Fomento el número de viviendas finalizada en el año 2005 en las provincias del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias ascendería a 296 mil a cierre de año 2005, lo que representa una mayor capacidad alojativa y por tanto un presión potencial adicional sobre el territorio.



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

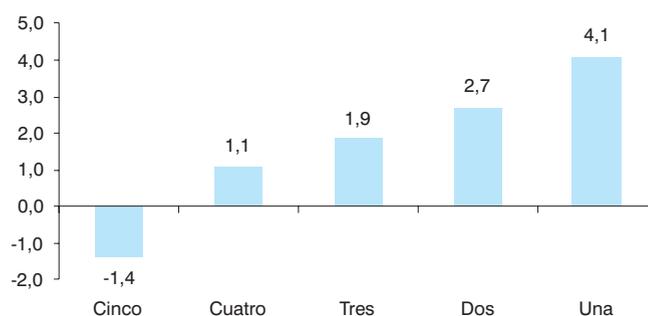
En este escenario de contención de precios, las condiciones más favorables para el consumidor de accesibilidad a las tarifas en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, que ha supuesto, un año más, un desplazamiento de la demanda hacia los establecimientos de mayor categoría, siendo más manifiesta esta tendencia en los destinos turísticos urbanos y en las zonas de costa del litoral en pleno desarrollo urbanístico.

Visados de obra nueva y certificados de fin de obra en las provincias del mediterráneo español y las islas (Año 1999-2005^(*))



(*) Crecimiento acumulado hasta Oct
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MFOM

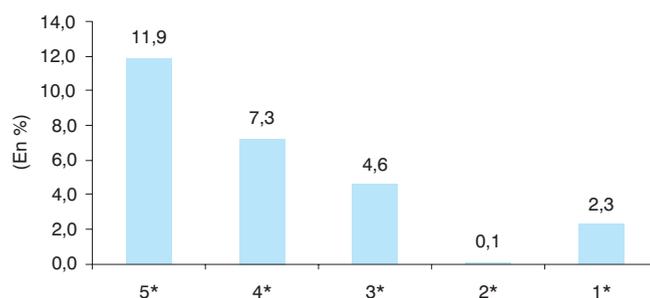
Índice de Precios Hotelero por categoría Ene-Nov 2005/2004



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPH, INE

El incremento de la oferta de alojamiento y el consecuente agravamiento de la situación de sobre oferta y el elevado grado de competencia en el sector, han supuesto, según la opinión de un elevado porcentaje de los gestores de establecimientos hoteleros que han participado en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR, la contención de los precios un ejercicio más. Esta opinión empresarial viene corroborada por la evolución del Índice de Precios Hoteleros elaborado por el INE que, a pesar del ligero repunte experimentado en julio y agosto, ha vuelto a desacelerarse en los últimos meses del año, de manera tal que en promedio anual ha crecido tan sólo un 1,1%, muy por debajo del IPC general (3,4%).

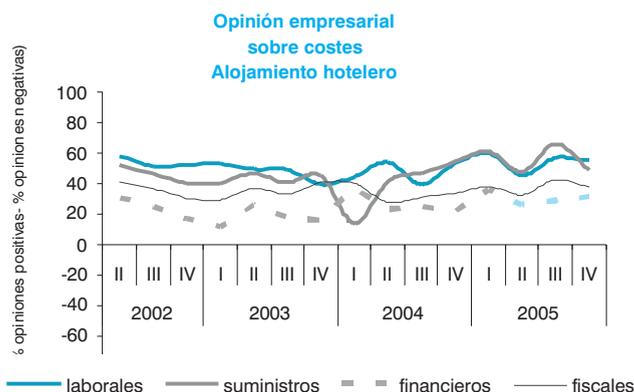
Pernoctaciones por categorías Var % Ene-Sep 2005/2004



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



Por otro lado, el sostenido encarecimiento de los costes de las materias primas muy afectadas por la subida del precio del crudo ha sido uno de los aspectos más relevantes en el análisis de las rentabilidades empresariales en 2005. Así, a tenor de la opinión de los gestores de alojamiento hotelero el incremento de los costes de suministros y laborales ha sido a lo largo del año una realidad confirmada en la mayoría de los establecimientos que forman parte de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial tensionando sus márgenes a la baja.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Este escenario de incremento de costes no parece que vaya a variar en el año 2006, incluso se tornará presumiblemente más desfavorable debido a los costes que tendrán afrontar los establecimientos en los ocho primeros meses del año para adaptarse a la nueva Ley Antitabaco entrada en vigor el 1 de enero de 2006, inversión para la cuál debiera extenderse el tipo de ayudas anunciado por la Comunidad de Madrid.

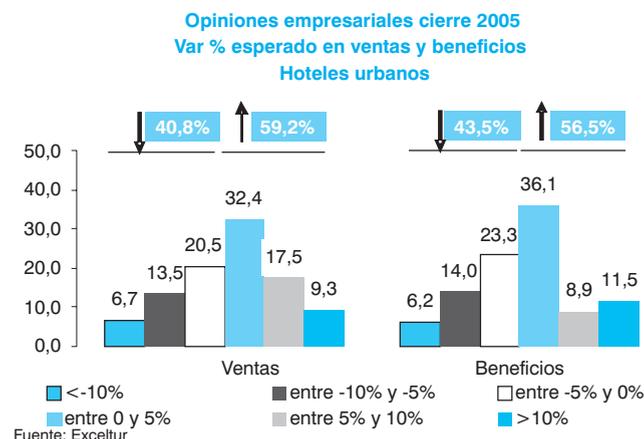
Alojamiento urbano

Clima positivo entre los gestores de hoteles de ciudad a cierre de 2005 debido al dinamismo del turismo urbano y la recuperación del turismo de negocios

Tras unos años complejos debido a la situación experimentada de sobre oferta de alojamiento hotelero en las grandes ciudades españolas, en el ejercicio 2005 la demanda estimulada por el incremento del número de frecuencias y conexiones aéreas con un creciente número de ciudades europeas, y el esfuerzo realizado en clave de promoción, inversión en nuevos y singulares espacios de ocio, celebración de eventos culturales y deportivos y ferias y congresos que están dotando a las ciudades españolas de un creciente atractivo, junto con la recuperación del turismo de negocios, han propiciado un clima empresarial positivo entre los gestores de hoteles urbanos a cierre del año 2005.

De esta manera, los resultados a cierre de ejercicio 2005 de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial reflejan en un 59,2% de los casos un crecimiento de las ventas de los alojamientos hoteleros, que mayoritariamente se cuantifican en un rango de entre el 0 y el 5%. Asimismo, el tirón de la demanda que ha permitido el incremento en

los niveles de venta se ha traducido en una manifiesta recuperación de la rentabilidad empresarial. En concreto, un 56,5% de los gestores de estos establecimientos urbanos declaraban haber ganado algo más que en el ejercicio 2004, siendo estos incrementos en los beneficios entre el 0 y el 5%.



El balance en clave de facturación ha sido positivo en las principales ciudades turísticas españolas, destacando Valencia, Granada y Sevilla por el intenso crecimiento experimentado en las pernoctaciones de los hoteles, situado por encima de los dos dígitos. En el caso de Valencia, la apuesta por parte de los gestores públicos por posicionar a la ciudad como uno de los destinos referentes en Europa dentro del turismo urbano, náutico y de negocios, cuyos máximos exponentes en 2005 han sido la inauguración de el Palau de les Arts y la celebración de las prerregatas de la Copa de América, sigue encontrando una positiva respuesta por parte de la demanda, con especial intensidad en el caso del turista extranjero.



Las dos grandes ciudades españolas, Madrid y Barcelona, han registrado crecimiento de las pernoctaciones cercanas al 10% según la EOH del INE. Este significativo aumento en la demanda ha supuesto una mejora notable en los niveles de ocupación de los hoteles madrileños, que venían de atravesar un par de años registrando valores muy bajos, y que en un escenario de contención de precios se han traducido en una mejora de los ingresos medidos a través del RevPAR (Ingresos por habitación disponible) elaborado por MHI Turismo. Mientras tanto, la tasa de ocupación en la ciudad condal descendió en los once primeros meses de 2005 a pesar del tirón de la



demanda debido a la reiterada situación de apertura de nuevos hoteles, lo que a su vez ha motivado una reducción de tarifas como medio para captar parte de la demanda. Con estos dos componentes, el ingreso por habitación disponible en los hoteles barceloneses de gama alta descendió en el año 2005 creciendo en los de menor categoría..



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

Alojamiento costa

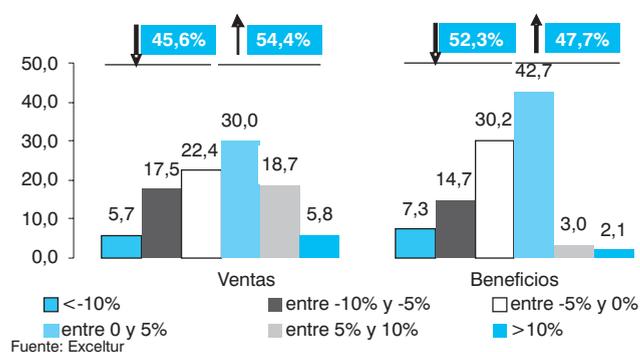
El balance a cierre de 2005 de los gestores de establecimientos hoteleros de costa anticipa un cierre de ejercicio con incremento en las ventas que, sin embargo, no se ha trasladado con la misma intensidad a una mejora en la rentabilidad empresarial

El clima de moderado optimismo que imperaba entre los profesionales de los hoteles vacacionales del litoral español viene motivado por el inesperado repunte de la demanda extranjera en el segundo trimestre de año tras un desfavorable arranque de año que, junto a la dinámica demanda nacional, ha permitido un positivo cierre de 2005 en términos de ventas, que difícilmente era anticipable en el ecuador del año.

Sin embargo, la senda de contención de precios unido de nuevo al problema de sobre oferta de alojamiento reglado y residencial en el litoral mediterráneo y los archipiélagos, han producido un retroceso en la esperada mejora de las rentabilidades empresariales en los hoteles de las costas españolas en el año 2005. En concreto, el 52,3%

Opiniones empresariales cierre 2005

Var % esperado en ventas y beneficios
Hoteles de costa



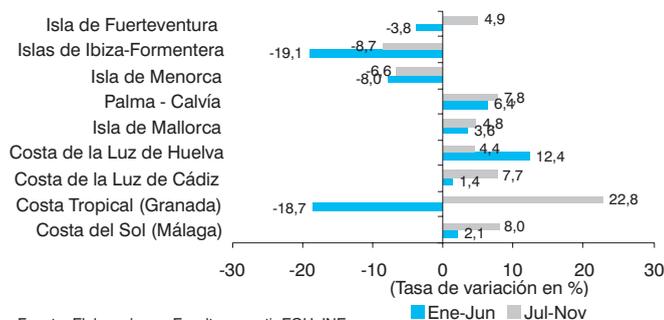
Fuente: Exceltur

de los empresarios del sector manifestaban haber reducido sus ganancias por tercer año consecutivo, destacando un porcentaje del 7,3% establecimientos que siguen acumulando pérdidas por encima del 10%. Sin perjuicio de lo anterior, existe un porcentaje significativo, el 42,7% de los encuestados, que han experimentado un leve incremento en el beneficio empresarial respecto al año 2004.

La redistribución de flujos turísticos hacia España que dio paso a la intensa e inesperada recuperación de la demanda extranjera en las zonas turísticas del litoral mediterráneo y los dos archipiélagos en la segunda mitad de 2005 se ha materializado también en un incremento notable de sus pernoctaciones, que en zonas como la Costa Blanca ó la Costa Tropical, han pasado de caer a registrar elevadas tasas de crecimiento interanual. Asimismo, otras zonas que habían experimentado en el primer semestre del año ligeras variaciones positivas interanuales, han visto cómo en los meses de julio a noviembre se han intensificado estos positivos registros.

Análisis del efecto de los sucesos geopolíticos y naturales sobre las pernoctaciones hoteleras de extranjeros por zonas turísticas

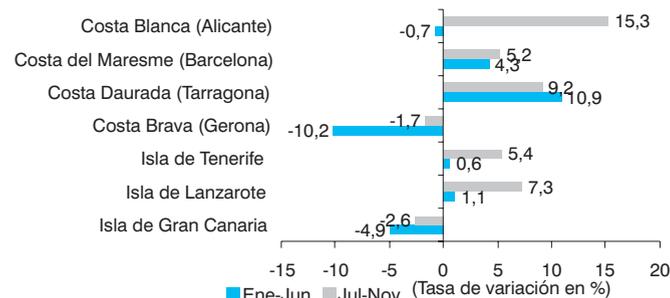
Var % 2005 - 2004



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

Análisis del efecto de los sucesos geopolíticos y naturales sobre las pernoctaciones hoteleras de extranjeros por zonas turísticas

Var % 2005 - 2004



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

Entre los gestores de hoteles de costa es mayoritaria la opinión de haber mejorado notablemente los niveles de ventas en el segundo semestre del ejercicio, según muestra la evolución del indicador de ventas derivado de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Para el conjunto del ejercicio, un 54,4% de ellos han percibido las ventas han crecido ligeramente, concentrándose la cuantificación de la misma en el rango 0 y 5%.

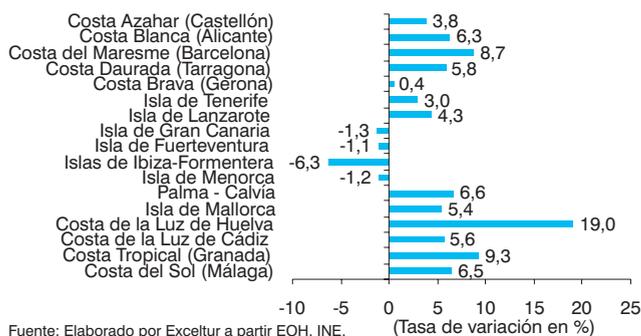


Los nuevos hoteles de mayor categoría ubicados en zonas menos congestionadas e indiferenciadas experimentan un positivo balance en el año 2005 en clave de ventas

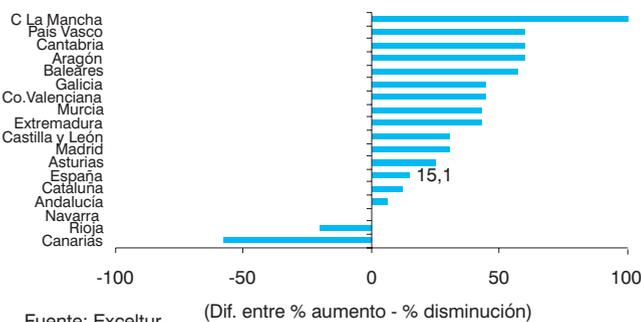
De nuevo, y con la excepción del ligero repunte de los precios que tuvo lugar en los meses de julio y agosto de 2005, el dinamismo de las ventas se ha favorecido de un nuevo esfuerzo de contención de precios en los hoteles vacacionales de la costa española en el conjunto de año. En este contexto, han sido los hoteles de menor categoría y menos diferenciados ubicados en zonas con problemas de congestión y obsolescencia los que han cerrado el año con resultados más desfavorables debido al trasvase de su demanda hacia los establecimientos de mayor categoría y más accesibles por las continuas promociones y ofertas realizadas especialmente en el mercado español.

Efectivamente, los hoteles de 3,4 y 5 estrellas ubicados en zonas en plena expansión urbanística como son la Costa de la Luz de Huelva en Andalucía, la Costa de Barcelona ó Costa Azahar en Castellón han registrado excepcionales crecimientos en las pernoctaciones en el acumulado anual, que han posicionado a las dos primeras zonas entre las más dinámicas en el conjunto de 2005 y en el caso de la tercera le ha ayudado a amortiguar la caída en los establecimientos de menor categoría.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas Var % Ene-Nov 2005 - 2004



Opinión empresarial sobre las ventas Año 2005 Sector de Alojamiento



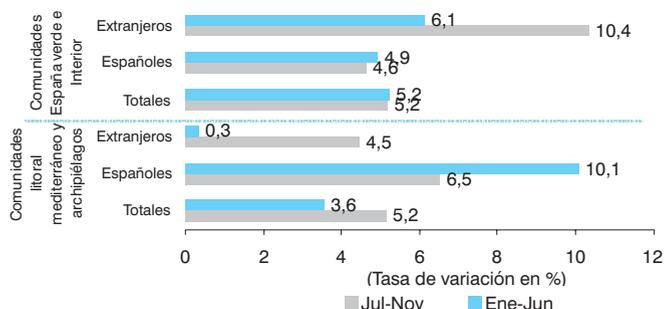
Y es que a tenor de los datos de pernoctaciones totales es en los hoteles del litoral, donde el porcentaje de extranjeros supone el 65,3% del total de pernoctaciones, habiendo experimentado un crecimiento interanual del 3,6% en el primer semestre y del 5,2% en el período entre julio y noviembre debido al repunte de la demanda extranjera en este segundo semestre. Repunte que ha sido igualmente notable en el resto de destinos en España y que ha compensado ligeramente la desaceleración percibida en la demanda de los residentes.

Alojamiento por destinos

Los resultados a cierre de año por destinos han venido marcados por el repunte experimentado por la demanda externa en la segunda mitad de 2005

Los destinos turísticos del litoral mediterráneo y los archipiélagos, más dependientes de la demanda extranjera, han experimentado una mejora en las de ventas durante la segunda mitad del año que les ha permitido cerrar el año con un mejor balance que el esperado en el ecuador del mismo. Mientras que los destinos más dependientes de la demanda nacional, destinos urbanos, de interior y de la España verde, han crecido en la mayoría de los casos de manera intensa y sostenida a lo largo de todo el año, dando cuenta un ejercicio más de su largo recorrido para su desarrollo turístico.

Análisis del efecto de los sucesos geopolíticos y naturales sobre la demanda hotelera Var % 2005 - 2004

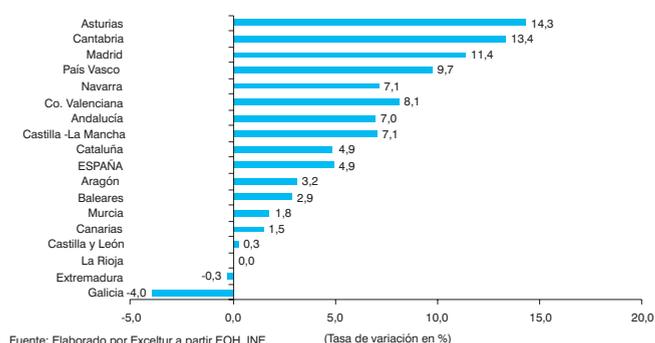


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE



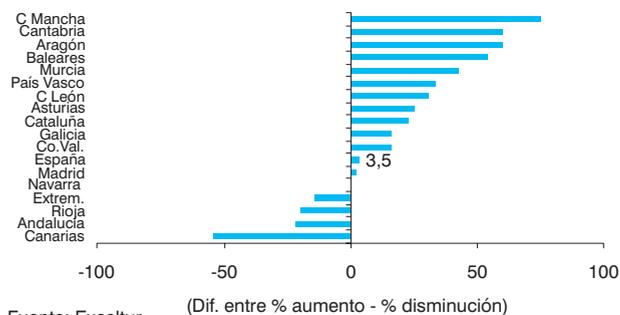
Este contexto ayuda a entender el cierre de año en las diferentes comunidades en términos de ventas. De nuevo, las comunidades de la España verde sobresalen en términos de tasa de variación con respecto al 2004 creciendo muy por encima de la media y dando cuenta del elevado potencial de estos destinos, que de manera creciente dan respuesta a los gustos y exigencias de un turista cada vez más informado y en búsqueda de un entorno no congestionado y en equilibrio con los recursos naturales, culturales y sociales locales. En un momento de notable crecimiento de su demanda, cabe reiterar una vez más que uno de los mayores retos que se les plantea a estos destinos es el adecuar esta presión de la demanda a un crecimiento sostenible y equilibrado de la oferta, evitando los errores cometidos en algunas zonas turísticas del litoral mediterráneo y las islas en los años 60 y 70.

Pernotaciones hoteleras del total de la demanda por CC.AA. de destino
Var % Ene-Nov 2005/2004



Esta mejora generalizada en los niveles de ventas se ha trasladado de manera disímil en términos de rentabilidades. Mientras que en los destinos de interior la mejora en la facturación ha sido suficiente para mejorar ó mantener los márgenes de rentabilidad, en las comunidades del litoral mediterráneo y los dos archipiélagos, la mayoría de los empresarios del sector han percibido que este incremento de pernoctaciones en sus alojamientos no se ha trasladado con la misma intensidad en términos de rentabilidad empresarial, debido al esfuerzo realizado en su contención de precios por el exceso de oferta y la elevada competencia que introduce el crecimiento de la oferta residencial, y la elevación continua de sus costes.

Opinión empresarial sobre los beneficios
Año 2005
Sector de Alojamiento

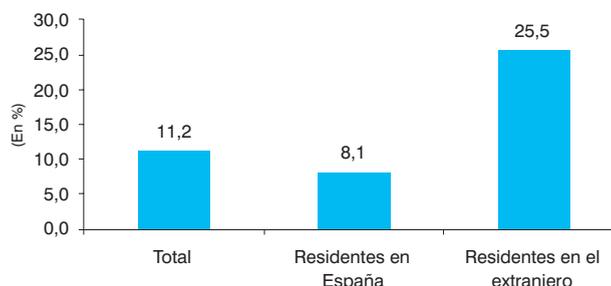


1.2. Otras tipologías de alojamiento reglado

La temporada turística de 2005 ha vuelto a confirmar el elevado tirón del turismo rural y ha puesto de manifiesto los problemas asociados a la planta de apartamentos turísticos con crecientes problemas de obsolescencia y ubicados en zonas turísticas maduras

De acuerdo a las encuestas del INE para las diferentes tipologías de alojamiento diferentes a la hotelera (acampamentos, apartamentos y turismo rural), el año 2005 ha sido positivo en términos de ventas en el caso de los acampamentos y del turismo rural. De hecho ha sido el turismo rural la tipología de alojamiento que un año más, dentro de las nuevas preferencias del turista español y extranjero por espacios turísticos no saturados y armoniosos con el entorno natural y local, sigue dando muestras de un elevado ritmo de crecimiento por parte de la demanda tanto española como extranjera.

Demanda en alojamientos de turismo rural
(% Variación. Ene-Nov 2005/2004)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOTR (INE)

Sí bien, el intenso crecimiento de la oferta de turismo rural por encima de la demanda está empezando a provocar situaciones de exceso de oferta en el mercado y por lo tanto caídas en las tasas de ocupación en este tipo de alojamientos, que afectan a la rentabilidad de esta actividad. En concreto, el grado de ocupación hasta el mes de noviembre descendió según la Encuesta de Ocupación en Turismo Rural del INE un -1,15%.

En este sentido, cabe insistir una vez más en la necesidad de controlar el desarrollo futuro de esta oferta y ajustarla a unos ritmos más acordes con los requerimientos y necesidades de la demanda, evitando la masificación y congestión de las zonas rurales y, por otro, la necesidad de garantizar unos estándares y características de esta fórmula de establecimiento, para que sigan dinamizando y recuperando la actividad económica en el medio rural. En esta línea, la Xunta de Galicia, que ha detectado los primeros síntomas de exceso de oferta de turismo rural en la comunidad, ha decidido limitar las ayudas a nuevas aperturas de este tipo de establecimiento.

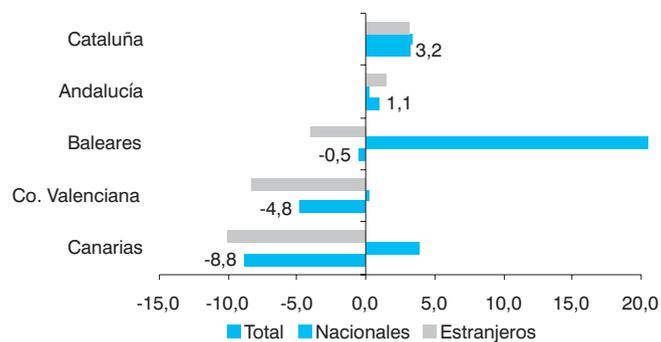
Por otro lado, la obsolescencia de algunos productos está restando cuota de mercado a los apartamentos turísticos. Es especialmente relevante el caso de Canarias, que cuenta con 210 mil plazas de apartamentos turísticos, el 57% de las plazas de alojamiento reglado en las islas localizados en destinos tradicionales, dónde el número de pernoctaciones en el acumulado hasta noviembre descendió un 8,8%



respecto a 2004, un -6,9% medio anual en los últimos cinco años. En este sentido, es necesaria la decidida apuesta por parte de los gestores públicos y privados por la reconversión integral y revalorización de la planta de apartamentos y del entorno en destinos y espacios turísticos que los albergan, garantizando la actividad y competitividad futura en el destino (PLANES DE RENOVE DE DESTINOS).

Demanda en Apartamentos Turísticos en CCAA Litoral

Ene-Nov 2005/2004



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOAP (INE)



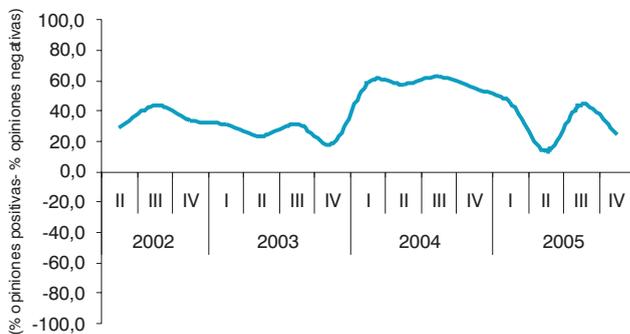
2. Grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores

Agencias de viajes tradicionales

En un marco de continuado crecimiento de la propensión a viajar de los españoles, los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles han vuelto a experimentar un año positivo en términos de ventas y beneficios, sí bien con ciertos síntomas de ralentización en el cuarto trimestre de 2005.

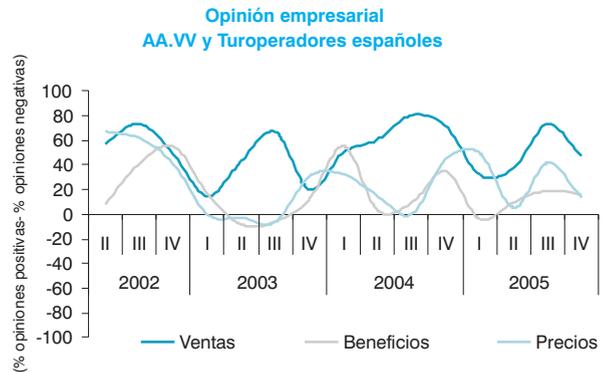
Los resultados para las agencias de viajes tradicionales derivados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revelan un notable grado de optimismo entre los profesionales del sector, aunque con ciertas notas de cautelas, sobre todo entre las empresas mayoristas, debido a la ralentización observada en los últimos meses del año de la demanda de servicios turísticos de los españoles y estrechamiento de los márgenes comerciales por la elevada competencia, junto al desfavorable impacto que les supuso los huracanes en el Caribe. Así, el Índice de Confianza Turístico Empresarial se ha situado a lo largo del ejercicio en valores positivos, aunque notablemente por debajo de los excepcionales registros del ejercicio 2004.

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



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

A tenor de los datos de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 40,8% y el 38,8% de los gestores de los grandes grupos de distribución percibieron un leve y fuerte aumento respectivamente, en las ventas del año 2005 respecto al mismo período del año anterior, porcentajes inferiores a los observados en el año anterior, básicamente condicionados por la desaceleración de las ventas observadas en el cuarto trimestre.

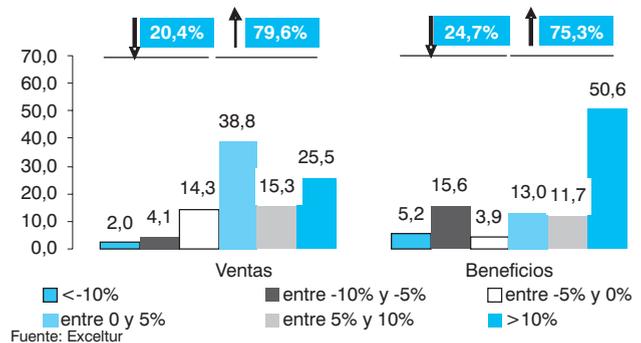


Fuente: EXCELTUR

(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

El crecimiento de las ventas ha supuesto un incremento de los beneficios para los grandes grupos de distribución españoles en el ejercicio 2005. Así, el 75,3% de las agencias de viajes que han respondido a la encuesta han experimentado un notable incremento interanual en sus beneficios en el ejercicio.

Opiniones empresariales cierre 2005
Var % esperado en ventas y beneficios
Grupos de Agencias de Viajes



Fuente: Exceltur

Cómo se apuntaba anteriormente la ralentización en el último trimestre del año de la demanda de servicios turísticos de los españoles confirma la contracción en las ventas. Así, en los últimos meses del 2005 la reserva de billetes aéreos por parte de las agencias de viajes españolas medidas a través de la producción neta de billetes aéreos (BSP) ralentizó sus ritmos de crecimiento. Las tasas de crecimiento de las pernoctaciones de españoles en hoteles y apartamentos turísticos también se desaceleraron significativamente, registrando una variación interanual del 4,9% entre octubre y noviembre respecto a un crecimiento del 7,0% en los tres primeros trimestres del año, todo ello a pesar del favorable calendario laboral que presentaba el mes de noviembre a efectos de realizar viajes de corta y media duración.

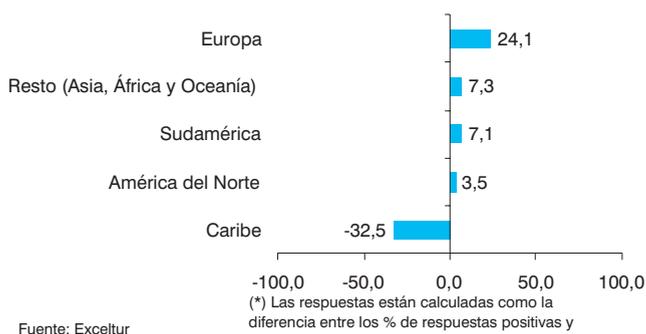
De igual manera, y tal cómo se ha apuntado en capítulos anteriores, también ha sido apreciable la desaceleración de los viajes turísticos de los españoles al exterior en los últimos meses aproximados a través de los pagos realizados por los españoles en sus desplazamientos turísticos fuera de España. Tal y cómo se observó en el trimestre anterior en los últimos meses de 2005 se observa un mayor consenso sobre el decrecimiento de las ventas al Caribe, uno de los



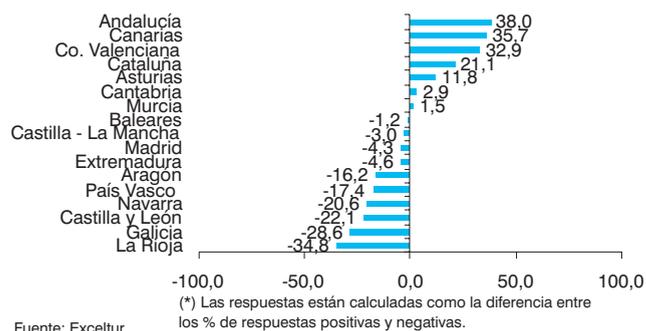
destinos más demandados entre los turistas españoles en esta época del año, debido al efecto disuasorio de los huracanes que azotaron esa zona y el Golfo de México en el verano de 2005.

De hecho, según la opinión de las agencias de viajes y grandes grupos de distribución españoles, el crecimiento de los viajes de españoles a destinos fuera de nuestras fronteras se desaceleró notablemente en el cuarto trimestre de 2005, confirmando la caída de las ventas al Caribe y a los destinos que han sufrido tensiones geopolíticas (Egipto, Turquía, Bali, etc.). Por el contrario, se confirma el crecimiento de facturación en la temporada alta hacia Canarias, que no ha visto perjudicada su imagen por la tormenta tropical Delta, y en los destinos asociados a escapadas de fin de semana o puentes cómo puede ser Europa dentro del panorama internacional o Cataluña, Andalucía y Asturias en España.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales IV Trimestre 2005



Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales IV Trimestre 2005

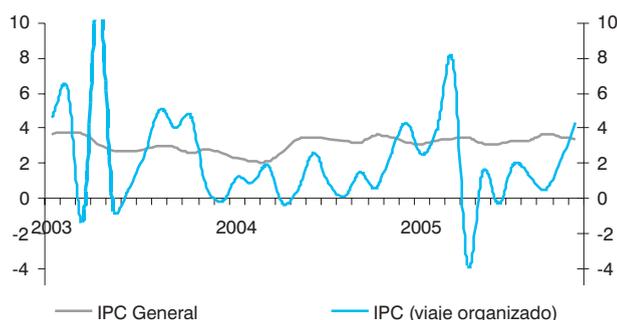


Sin perjuicio de la ralentización observada en el turismo emisor en los últimos meses de 2005, siguen siendo los destinos internacionales los que más crecen en términos interanuales. Estos datos confirman de nuevo la sofisticación de los hábitos turísticos del español, que con una capacidad adquisitiva cada vez más cercana a la media europea e impulsado por una moneda única que, por un lado, facilita los viajes intraeuropeos y ,por otro, aporta una elevada fortaleza en los viajes a zonas dólar, sigue mostrando una elevada propensión hacia el viaje fuera de España.

En esta misma línea, la información de la encuesta FAMILITUR elaborada por el IET pone de manifiesto que en el período 2000-2004 las pernoctaciones en el exterior crecieron una media anual del 5,1% frente a una caída media anual del -0,6% en las pernoctaciones totales. De esta manera, las pernoctaciones realizadas en los viajes turísticos de los españoles fuera de España representaban el 10,9% del total en 2004 frente a un 9,2% en el año 2000.

La mejora en términos de facturación en los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles se sigue dando en un marco elevadamente competitivo entre grandes cadenas, grupos integrados de pequeñas agencias y las agencias de viajes on-line que ha supuesto por segundo año continuas campañas de ofertas y descuentos que pueden debilitar los márgenes comerciales del sector. Así, el IPC del viaje organizado calculado por el INE se ha mantenido en media durante todo el año por debajo del Índice de Precios al Consumo.

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



Agencias de viajes españolas on-line

El año 2005 vuelve a confirmar el progresivo éxito de la comercialización de servicios turísticos a través de las agencias especializadas on-line y las páginas web de las compañías tradicionales

El volumen de facturación de las agencias de viajes on-line sigue creciendo con paso firme año tras año en España. Así lo confirman los gestores de las grandes empresas de distribución on-line en nuestro país, que manifiestan haber experimentado incrementos superiores al 100% en las ventas en el año 2005 respecto al ejercicio anterior.

La mayor penetración del uso de Internet en la sociedad española junto al incremento de la oferta de servicios turísticos en la Red y la accesibilidad a la misma en cualquier momento, sustentan el éxito de la comercialización de servicios turísticos por Internet.



Así lo pone de manifiesto el observatorio de las telecomunicaciones y de la sociedad de la información, que a través de su panel de hogares, confirma cómo en tan solo dos años el número de internautas ha pasado de 11,7 mill (marzo 2003) a 16,5 mill (marzo de 2005), representando según los últimos datos del INE el 41,1 % de la población española mayor de 15 años. Según este mismo informe el 11,8% de los usuarios de internet compra vacaciones, billetes de avión y tren a través de Internet, lo que supondría casi 2 millones de usuarios de Internet contratando servicios turísticos en la red.

Este elevado porcentaje de internautas adquiriendo servicios turísticos a través de la Red se ha traducido en el año 2005 en un volumen de negocio de 2.000 millones de euros en España, un 200% más que en 2003, según datos facilitado por Rumbo, sí bien en el reparto de este mercado cada vez tiene más peso la venta directa realizada a través de las páginas web de las propias aerolíneas y otros establecimientos turísticos.

Estas cifras, que representan en torno al 5% del total de las ventas de viajes en España, todavía están por debajo de los porcentajes alcanzados en países como Reino Unido ó Estados Unidos, dónde algunas estimaciones sitúan entre el 25% y el 35% del total de la facturación de viajes la que se realiza a través de Internet. En este sentido, la comercialización de viajes on-line en Internet en España tiene todavía un largo recorrido de oportunidades, provocando que las agencias de viajes tradicionales, tengan que reinventar su negocio y aportar constantemente un mayor valor añadido adicional para entre otros muchos retos poder competir con los servicios ofrecidos por la Red.



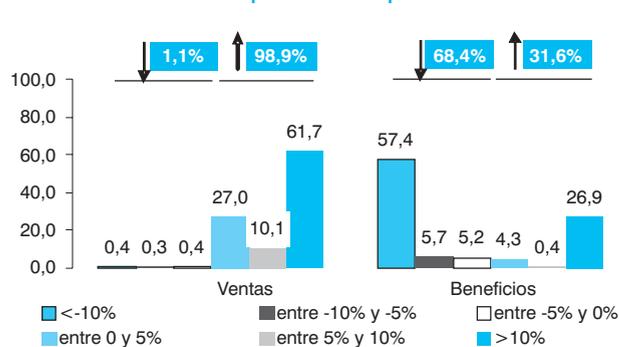
3. Transporte

Durante el año 2005 las ventas de las compañías de transporte han crecido notablemente, sí bien ello no ha repercutido en una mejora de sus rentabilidades empresariales en un escenario protagonizado por el crecimiento sostenido de costes, particularmente los del crudo, y por la continuada situación de sobreoferta que ha tensionado los precios a la baja.

Tal y cómo se preveía a comienzos de año, el escenario de mayor competencia, reducción de tarifas e incremento de costes, entre ellos del combustible, ha afectado con mayor intensidad a las empresas de transporte en 2005, cerrándose el año con unos niveles de confianza empresarial notablemente debilitados respecto a su rentabilidad.

En concreto, según la encuesta realizada por Exceltur entre compañías de transporte, el 98,9% de las empresas registraron elevaciones de ventas durante el año; la mayor parte, en una banda de aumento superior al 10%. Efectivamente, este incremento de las ventas no ha evitado que las empresas del sector transporte, y especialmente en el caso de las compañías aéreas, cierren el año con descensos notables en rentabilidad. Así, el 68,4% de los gestores encuestados manifestaron haber experimentado caídas en los beneficios en el ejercicio 2005.

Opiniones empresariales cierre 2005
Var % esperado en ventas y beneficios
Empresas de transporte



Fuente: Exceltur

Transporte aéreo

2005 ha vuelto a ser testigo de un notable incremento de las ventas de pasajes aéreos y de un descenso generalizado de los márgenes empresariales entre las compañías aéreas españolas

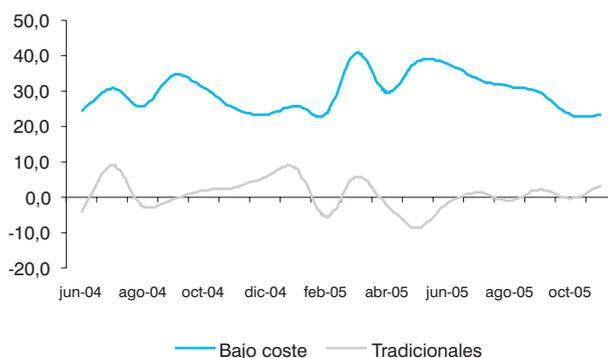
La multiplicación de los viajes de españoles y extranjeros y la accesibilidad a una oferta creciente de vuelos y conexiones a precios más reducidos ha generado un aumento de las ventas de las compañías aéreas españolas durante el año 2005 en un contexto de crecimiento generalizado del tráfico aéreo en Europa y todo el mundo. El número de pasajeros en aeropuertos españoles en el acumulado anual hasta el mes de noviembre de 2005 se incrementó un 9,0%

según los datos de Aena, en un contexto en el que según AEA, el tráfico europeo creció un 6,2% y según la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) un 7,7% en todo el mundo.

Este incremento el tráfico aéreo se da en un mercado cada vez más complejo y competitivo, altamente condicionado por los nuevos modelos de negocios, comercialización y mayor número de frecuencias y conexiones que introducen las aerolíneas de bajo coste en el escenario mundial, que en el caso de España, se ve acompañado de la fuerte apuesta y el crecimiento de otros medios de transporte alternativos cómo es el tren de alta velocidad.

La competencia de las compañías de bajo coste en nuestro país sigue creciendo aumentando el número de conexiones y extendiéndose a más aeropuertos. Así lo confirman las cifras elaboradas por el IET a partir de datos de AENA que muestran el inicio del tráfico aéreo de este tipo de compañías en aeropuertos ubicados en comunidades cómo Galicia, Asturias y Aragón. La apuesta por la expansión hacía nuevos aeropuertos regionales y el aumento de conexiones con múltiples aeropuertos de origen en Europa va a mantenerse en el 2006 según declaraciones de los responsables de las principales aerolíneas de bajo coste que operan en España, que incluso apuntan a la posibilidad de competir en el segmento de vuelos domésticos. En este marco, las ventas de las compañías aéreas tradicionales siguen creciendo aunque a ritmos significativamente inferiores a los observados para el conjunto del tráfico aéreo en nuestro país, perdiendo un año más cuota de mercado.

Llegada de pasajeros por tipo de compañías
(Tasa de variación interanual)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IET

En ese contexto, las compañías de transporte aéreo españolas han vuelto a lanzar campañas de promociones y ofertas especiales durante 2005, reduciéndose en el ejercicio su yield percibido. Sin embargo, los precios finales pagados por el consumidor han seguido creciendo debido a la repercusión vía tasas introducidas para compensar la subida de los precios del petróleo y los mayores cargos por emisión de billetes.

El exceso de oferta en el mercado y la alta competencia, junto al crecimiento sostenido del crudo, que en los meses de agosto y septiembre alcanzaba máximos históricos de hasta 52 euros por barril de Brent desde 35 euros en el mismo período de 2004, el futuro incremento de las tasas de AENA en 2006 que estará en torno al 5% y el pago por indemnizaciones por sobreventa y retrasos cómo resultado de la aplicación de la nueva normativa de la UE al respecto,



que según IATA ha supuesto una factura de 600 millones de euros en el primer año de aplicación, están estrangulando las cuentas de resultados de las aerolíneas tradicionales, que por un lado tienen que reinventar continuamente su modelo y estrategia de negocio para poder competir en un entorno altamente cambiante a la vez que convivir con un escenario de costes de suministros energéticos constantemente al alza.

A este respecto, IATA estima que las pérdidas para el conjunto de aerolíneas internacionales asociadas ascenderán 6.000 millones de dólares en 2005 a pesar de las intensas políticas de reducción de costes en el sector que han supuesto una caída de los costes no asociados al precio del combustible de 14% desde el año 2001. En este sentido, IATA está desarrollando actualmente una serie de iniciativas orientadas a reducir el consumo de combustible ahorrando por un lado minutos de vuelo optimizando para ello los procedimientos de vuelo, y consiguiendo a su vez la reducción de gases contaminantes, y por otro reorganizando las rutas y optimizando los tiempos de aterrizaje, despegue y permanencia en pista.

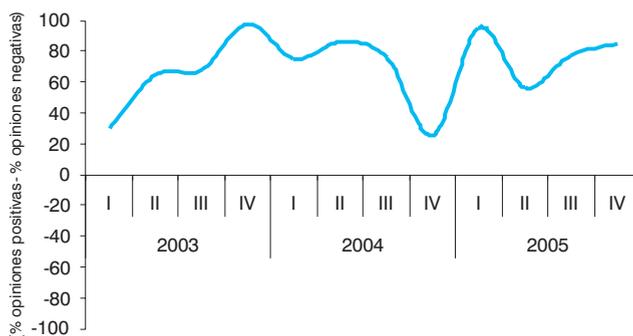
Todas estas iniciativas de ahorro son más que bienvenidas entre las aerolíneas, que en el caso de las españolas, han vuelto a cerrar un ejercicio con importantes pérdidas de rentabilidad cómo reflejan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico con caída en los beneficios operativos superiores al 10%, con la excepción de alguna compañía del sector que ha compensado esta fuerte caída en sus resultados de explotación con la desinversión en empresas participadas.

Alquiler de vehículos

Favorable cierre de ejercicio en facturación y rentabilidad empresarial entre las compañías de alquiler de vehículos

El mayor volumen de viajes independientes sigue favoreciendo las ventas en las compañías arrendadoras de vehículos. En este sentido, la recuperación en la demanda de alquiler de vehículos ha sido notable en el último semestre de 2005, cerrando el ejercicio en unos niveles de confianza empresarial notablemente positivos.

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Alquiler de coches

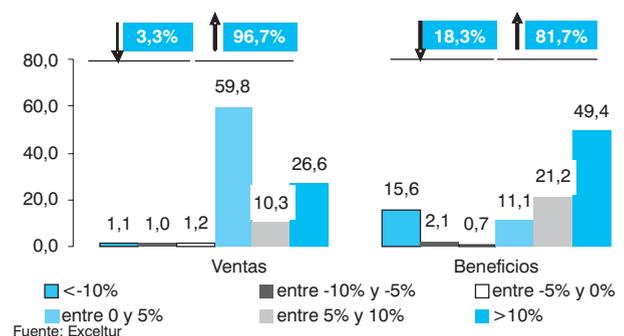


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Empresarial, el 96% de los empresarios encuestados han experimentado incrementos en las ventas en 2005 respecto al año anterior, considerando la mayor parte de los mismos que este crecimiento ha estado entre el 0 y el 5%.

En este marco de incremento del volumen de facturación, la opinión generalizada de los empresarios del subsector apunta a que el mismo ha estado acompañado de un ligero incremento de las tarifas lo que ha quedado reflejado positivamente en las cuentas de resultados de las empresas de alquiler de vehículos españolas, que anticipan un favorable cierre de ejercicio 2005 también en clave de rentabilidad. En concreto, el 81,7% de los gestores encuestados confirman un incremento de los beneficios empresariales a cierre de ejercicio.

Opiniones empresariales cierre 2005
Var % esperado en ventas y beneficios
Empresas de Alquiler de Vehículos



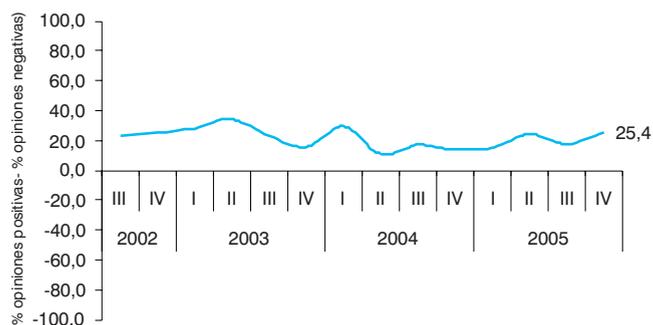


4. Ocio

Las actividades relacionadas con el disfrute del ocio han vuelto a registrar buenos resultados en el año 2005

Los positivos niveles de confianza alcanzados entre los gestores de los equipamientos e infraestructuras de ocio vienen sustentados por un notable incremento de las ventas debido a la creciente preferencia del turista español y extranjero por el disfrute de actividades deportivas y culturales durante sus viajes vacacionales junto con la propia expansión de viajes especializados y concebidos en función del disfrute de líneas de producto, como el golf o los circuitos culturales.

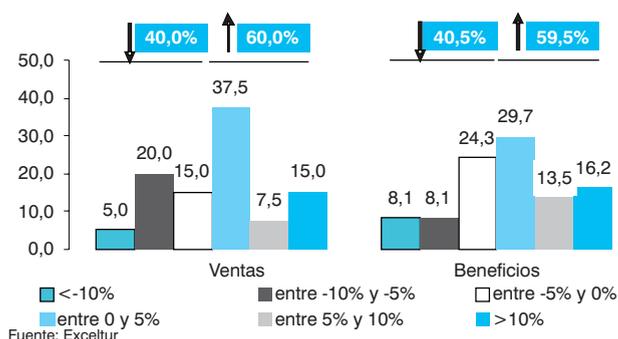
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Actividades de ocio



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En concreto, la facturación de los espacios y equipamientos de ocio (museos y monumentos, campos de golf, parque de ocio y estaciones de esquí) creció en 2005 respecto al año anterior según la opinión del 60,0% de sus gestores. Este avance en el volumen de ventas, que ha estado acompañado de un incremento de los precios, ha supuesto una mejora de los beneficios en el 59,5% de las empresas españolas relacionadas con el disfrute de ocio que formaron parte de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Opiniones empresariales cierre 2005
Var % esperado en ventas y beneficios
Empresas de ocio



Fuente: Exceltur

La adecuada respuesta a la creciente demanda de actividades culturales y deportivas se materializa en la firme apuesta para completar la experiencia del visitante, ofreciéndole nuevos atractivos valorizando y potenciando los recursos culturales, patrimoniales y naturales de España, lo que su vez permite avanzar en la desestacionalización.

Prueba de una adecuada respuesta por parte de los agentes público-privados del sector es la apuesta e inversión en la celebración de grandes eventos culturales y deportivos, cuyo máximo exponente en el año 2005 ha sido el Año Quijote, junto a la inversión en la valorización de los recursos culturales, naturales y patrimoniales y la construcción de nuevos y singulares equipamientos como palacios de deportes, museos, auditoriums, palacios de congresos, etc, que se está produciendo en buena parte de ciudades españolas y algunas zonas de interior y de costa.

Dentro del conjunto de actividades lúdicas o de ocio destacan las visitas a los museos y monumento españoles, que continúan atrayendo a un elevado y creciente número de turistas españoles y extranjeros, lo que les ha permitido volver a registrar positivos resultados en clave de sus visitantes. Asimismo, las primeras valoraciones de la temporada 2005-2006 en las estaciones de esquí españolas, apuntan hacia un positivo año en ventas gracias a la climatología y el favorable calendario laboral del último trimestre del año que ha propiciado fines de semanas de larga duración y óptimas condiciones para realizar escapadas para la práctica del esquí.