

1 Claves

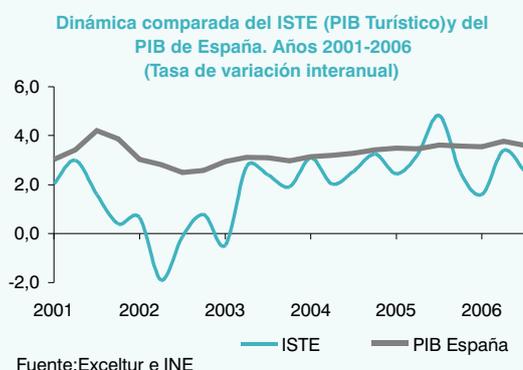
A. Balance del tercer trimestre de verano de 2006

A.1. Actividad turística y resultados empresariales

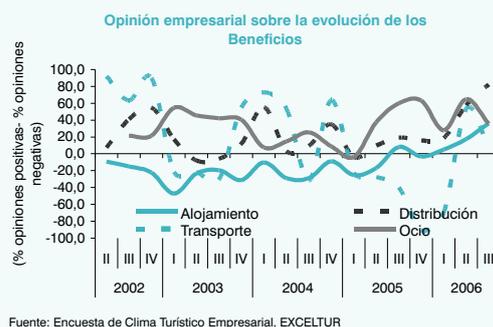
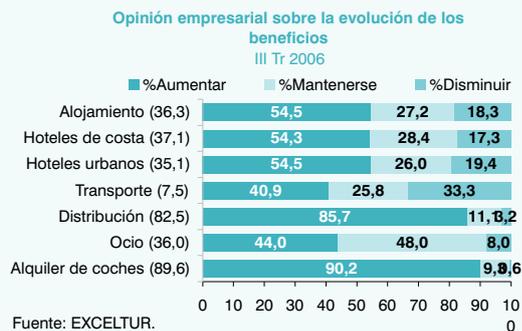
1 En este tercer trimestre de verano de 2006 de nuevo tanto factores internos como externos han continuado favoreciendo al sector turístico español, especialmente en su vertiente receptiva, propiciando, en general, unos buenos resultados empresariales que, sin embargo, no se han trasladado con la misma intensidad a alguno de los indicadores macroeconómicos del sector.

Las cada vez mejor concebidas campañas de marketing institucional de la administración central y algunas de las administraciones autonómicas y locales, segmentando y focalizando mejor sus acciones tanto sobre la demanda extranjera como muy especialmente sobre la española, explican parte de este escenario turístico de bonanza en términos de volumen, que se ha evidenciado este trimestre. Por otra parte, la fortaleza del consumo interno aún a pesar de mostrar ya los primeros signos de desaceleración-, la acentuada inestabilidad geopolítica percibida en algunos de nuestros principales países competidores en el producto de "sol y playa", la mayor alegría en el gasto de las familias europeas junto a la caída en septiembre del precio del petróleo, ha contribuido a su vez a elevar notablemente la afluencia de turistas al conjunto de destinos españoles.

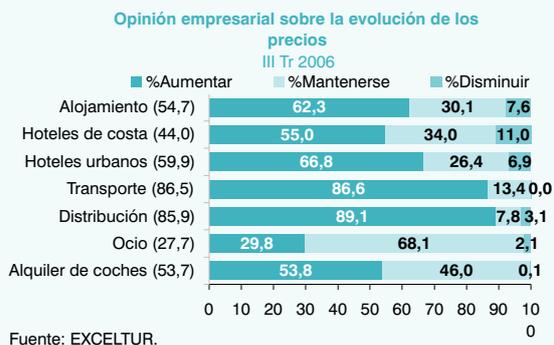
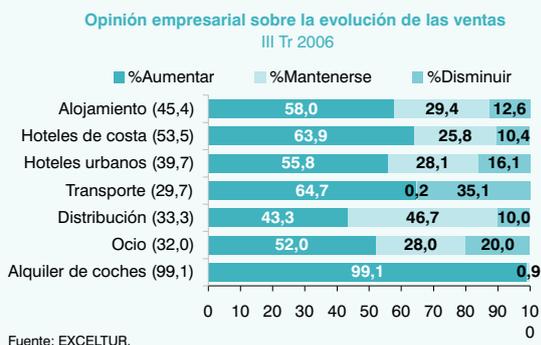
2 Con estos positivos condicionantes, en buena parte aún más atribuibles a factores coyunturales y exógenos que nos han seguido favoreciendo, que a sustanciales avances estructurales en la reconfiguración de los atractivos y/o mejora del posicionamiento competitivo de la oferta turística española, **la actividad turística en los diversos destinos tanto del litoral como del interior ha continuado creciendo durante este tercer trimestre de verano 2006 pero, tal como anticipábamos en el número anterior del Informe Perspectivas, a ritmos algo inferiores a los del segundo trimestre de este mismo año.** En concreto, el PIB turístico que aproximamos a través de nuestro Indicador Sintético del Turismo de Exceltur (ISTE) crecía durante el tercer trimestre de 2006 a tasas del 2,6%, algo por debajo del crecimiento del segundo trimestre, así como del aumento del PIB del conjunto de la economía española. Esta tendencia se explica principalmente por una nueva caída de los ingresos reales de los turistas extranjeros.



3 La ralentización en los ritmos de crecimiento de la actividad turística no ha impedido que **se haya observado una clara mejora generalizada en los niveles de beneficios de las empresas turísticas españolas de todos los subsectores, con la sola excepción de las de transporte aéreo**, y en particular de la empresa de aviación líder del mercado español, dados los diversos incidentes laborales que le han afectado en este último trimestre de verano.

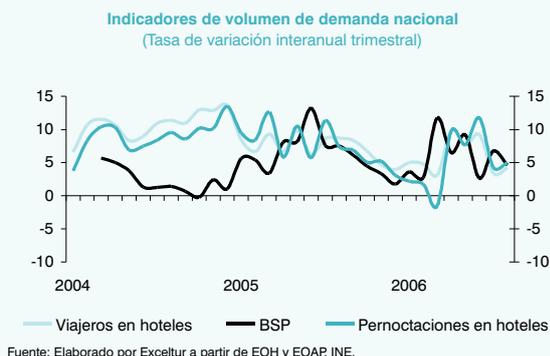


4 Este aumento percibido en los beneficios empresariales en un contexto de ligera desaceleración del PIB turístico en España se explica por el fuerte aumento de demanda de aquellos perfiles de turistas extranjeros con mayor propensión al consumo de servicios más tradicionales, así como por una más adecuada respuesta empresarial, que en muchos casos ha mantenido e incluso recuperado sus niveles de precios. Este trimestre de verano de 2006 ha evidenciado un fuerte aumento del turista europeo familiar y paquetizado con una elevada incidencia sobre los resultados de las empresas del litoral mediterráneo peninsular, Baleares y Canarias, acompañado a su vez por el turista de escapadas a zonas urbanas y de interior, donde el empresariado español está mostrando gran capacidad innovadora con la creación de nuevos productos de ocio y de negocio, muy bien acogidos por parte de clientes individuales y familiares.



A.2. Demanda por mercados

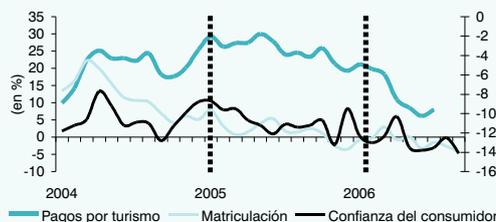
5 La demanda española continúa mostrándose potente pero dentro de una tendencia de ralentización en sus ritmos de crecimiento, afectada por el encarecimiento de las condiciones de los préstamos de unas familias españolas con muy altos niveles de endeudamiento, y que ya se ha reflejado en los indicadores turísticos disponibles (pernoctaciones y BSP). Coincidiendo con las últimas subidas de tipos de interés, los datos oficiales disponibles de pernoctaciones hoteleras en julio y agosto registraban aumentos del 4,9% interanual, cuando en el primer semestre del 2006 cerraron con un crecimiento del 6,1%. Por otro lado, la producción de BSP se ha elevado un 4,2% en este trimestre de verano, versus el 6,7% de la primera mitad de 2006. Esta tendencia, sin embargo, no ha impedido que se marquen máximos históricos en el número de pernoctaciones hoteleras de los españoles con 31,1 millones de pernoctaciones en los meses de julio y agosto.





En el contexto de unas más que presumibles menores rentas disponibles para el consumo de la familias españolas, la desaceleración en los pagos por turismo de la Balanza de Pagos, en la que el Banco de España recoge los gastos de los españoles en sus viajes al exterior, pudiera ya estar evidenciando un primer efecto sustitución en términos de viajes al extranjero por otros a destinos españoles más próximos y/o más baratos y/o con un menor coste de transporte de acceso. Un reflejo de esta tendencia son los datos del Banco de España para el período mayo-julio donde los pagos de los españoles en el exterior crecieron un 8,0%, mientras en el primer trimestre de 2006 el aumento fue del 18,2% y el año 2005 se cerró con una tasa del 24,1%.

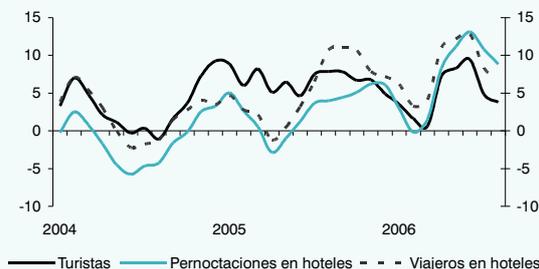
Indicadores de gasto del mercado español
(Tasa de variación trimestral interanual)



Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la Balanza de Pagos (Banco de España) y DGT

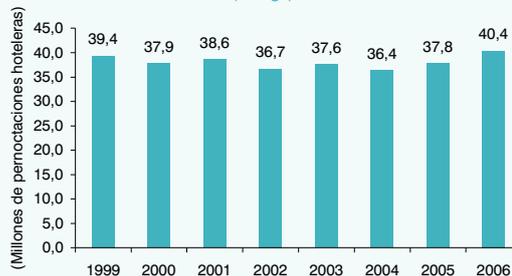
6 La demanda turística extranjera ha seguido creciendo durante este trimestre de verano de 2006 en términos de afluencia. El perfil de cliente que antes señalábamos que en buena parte los ha protagonizado ha impulsado una ligera mejoría de los ingresos en términos nominales para España. No obstante, a pesar del menor ritmo de crecimiento de la demanda durante los meses de verano, en parte resultado de su comparación con un muy buen verano de 2005. Algunos indicadores como las pernoctaciones de extranjeros en hoteles han alcanzado también valores máximos de la última década, superando los registros de 1999 con 40,4 millones, aunque sin traducirse en una mejora de los índices de ocupación al seguir subiendo año a año la capacidad de alojamiento en un buen número de ciudades y destinos españoles.

Indicadores de volumen de demanda extranjera
(Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

Número de pernoctaciones hoteleras de los extranjeros
(Jul-ago)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

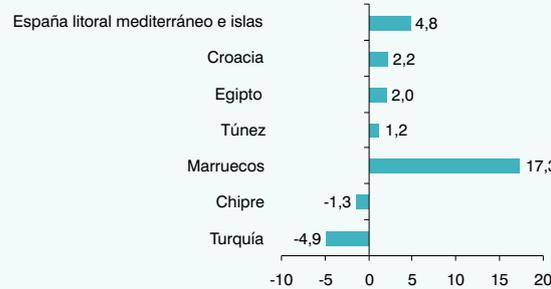
En este comportamiento ha tenido, de nuevo, mucho que ver el impacto sobre las zonas vacacionales del litoral español de la llegada de un turista “redirigido” de algunos de los principales destinos del mediterráneo oriental, así como el renovado atractivo de los destinos urbanos, de interior y del litoral cantábrico que han superado sus problemas de accesibilidad y entre otros se han favorecido esta temporada estival de su apuesta por lograr un tráfico de turistas usuarios de compañías aéreas de bajo coste. La repetición de diversos acontecimientos geopolíticamente adversos para destinos competidores del sol y playa español (atacados en Turquía y la respuesta al discurso del Papa en Ratisbona) con implicaciones sobre la seguridad percibida por los turistas extranjeros en estos países ha reforzado el atractivo y la renta de seguridad que ofrecen los diversos destinos del litoral peninsular, Baleares y Canarias, que han absorbido buena parte de la demanda desviada desde esos países, tal y como se refleja en el gráfico adjunto.

Comparación de las pernoctaciones hoteleras de las zonas turísticas del sol y playa español y las entradas de turistas extranjeros en Egipto y Turquía.



De hecho, los destinos del litoral mediterráneo peninsular español y los dos archipiélagos se han mostrado tras Marruecos como las zonas que acumulan a lo largo del 2006 un mejor comportamiento en términos de llegadas de turistas extranjeros dentro de los países del mediterráneo especializados en el segmento de sol y playa.

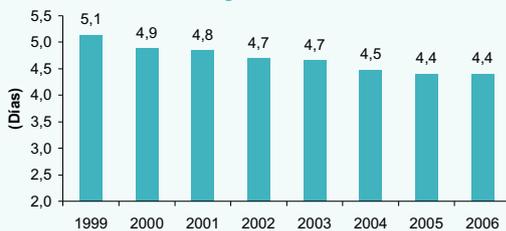
España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo
(% Crec. 2006/2005 acumulado*)



Fuente: IET, OMT e Institutos de Estadística Nacionales. *Datos hasta agosto excepto Marruecos y Egipto hasta junio y Croacia, Túnez y Chipre hasta julio.

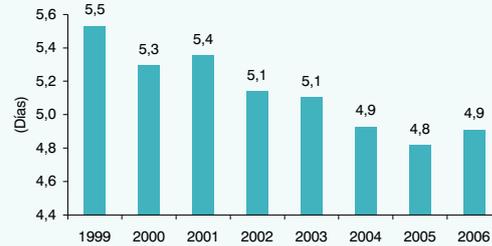
7 Cabe destacar, a su vez, que consistente con las características de duración que tienen los clásicos paquetes, la contratación por periodos semanales y quincenales de buena parte de este flujo “redirigido” de turismo familiar de otros países a las zonas del sol y playa español ha permitido que **en este trimestre de verano se haya roto la continua tendencia a la caída en la estancia media de los turistas extranjeros en establecimientos hoteleros**. En concreto, hasta el mes de agosto del 2006 la estancia media de los turistas extranjeros en los hoteles españoles se mantenía en 4,4 días, niveles similares a los de 2005 y frenando la caída que se venía produciendo desde el año 1999. Ello es fruto de su elevación durante este trimestre de verano del 2006, donde se ha conseguido incrementar hasta 4,9 días la estancia media de los turistas extranjeros alojados en hoteles, superando los 4,8 días registrados en el mismo período del pasado año.

Estancia media en hoteles de los turistas extranjeros
Ene-ago 1999-2006



Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE

Estancia media en hoteles de los turistas extranjeros
Jul-Ago 1999-2006



Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE

8 A pesar del positivo efecto que durante este trimestre de verano 2006 ha generado la recuperación del turista paquetizado que usa alojamiento hotelero, y que las estadísticas oficiales caracterizan a su vez por su mayor gasto en destino, **los ingresos por turismo extranjero siguen sin dar muestras de una sólida dinamización, aunque en los últimos meses hemos asistido a una tendencia al alza algo más positiva**.

Los datos de los meses de mayo, junio y julio (último disponible) de los ingresos por turismo que recoge la Balanza de Pagos del Banco de España han registrado un crecimiento del 1,3%, algo más coherente con la evolución macroeconómica esperada en los países europeos de origen y más consistente con la tendencia del gasto realizado con tarjetas de crédito, alejándose del mal inicio que en el primer trimestre del año 2006 contabilizó una caída del 7,6%. Con todo, se trata de un crecimiento que aun no ha sido capaz de superar la inflación media en España durante estos mismos meses del 2006 (4,5% en el caso de la rúbrica de turismo del IPC del INE), lo que pone de manifiesto en términos reales, una caída de los ingresos por turismo extranjero del 3,2% durante este último trimestre y del 5,4% en todo el acumulado del año 2006.

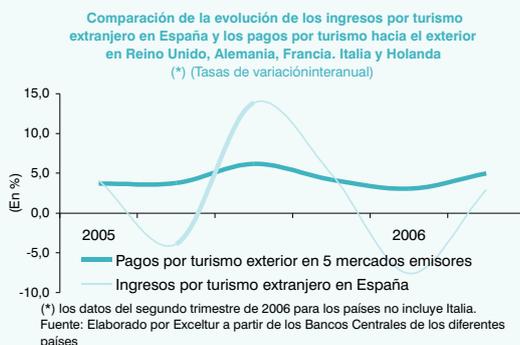
Ingresos reales de la Balanza de Pagos
Ene-jul 2000-2006



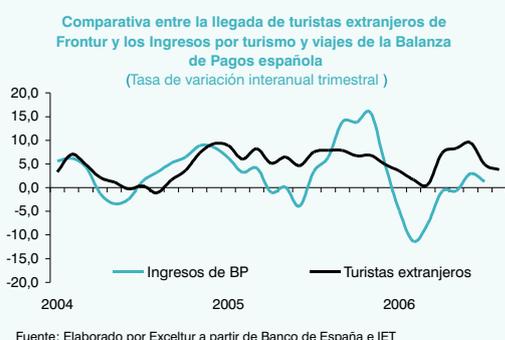
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España



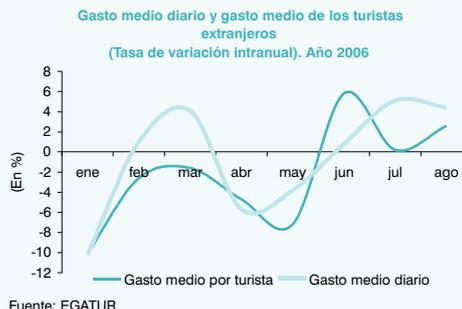
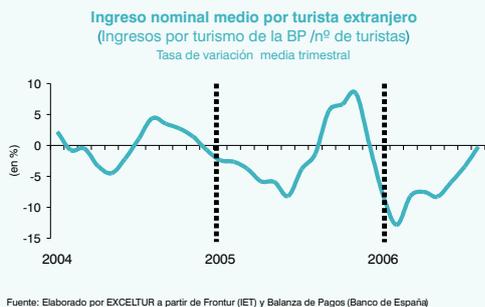
Comparando la evolución de los ingresos por turismo extranjero en España con la del gasto en que incurren los turistas de nuestros principales mercados emisores europeos en el conjunto de sus viajes al extranjero, se vuelve a mostrar una desfavorable tendencia a vigilar con mucho detenimiento. Aun a pesar de sus positivas tasas de crecimiento en cuanto a llegadas, en España sigue sin poderse demostrar nuestra capacidad en el tiempo de atraer los perfiles de turista europeos de mayor gasto, ni aquellas líneas de producto donde el gasto turístico crece a mayor velocidad. Si no fuera así, el crecimiento de los ingresos por turismo extranjero en España durante el segundo trimestre de este 2006 no presentaría tasas de crecimiento de nuevo inferiores al aumento de los pagos al exterior por turismo de los cinco principales mercados para España (5,0%) como son Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Holanda y que refleja el gráfico adjunto.



9 Este débil comportamiento de los indicadores macroeconómicos de ingresos turísticos del extranjero en términos nominales, mucho más acusado en términos reales, se produce en un contexto donde, sin embargo, y como antes señalábamos, las llegadas de turistas extranjeros han seguido creciendo, provocando de nuevo una caída en el indicador de ingresos por cada turista extranjero que nos visita. Los datos oficiales disponibles hasta julio vuelven a constatar como España sigue necesitando de un reiterado y cada vez mayor volumen de llegadas de turistas extranjeros tan solo para poder mantener prácticamente el mismo total de ingresos. En concreto, **un aumento hasta julio de 2006 del 5,3% en la llegada de turistas extranjeros no ha podido elevar sus ingresos, ya que el ingreso medio por turista ha caído un 6,8% en términos nominales y un 10,7% en términos reales.**



Desde el mes de mayo de 2006, sin embargo, se observa en los indicadores disponibles sobre la evolución del gasto agregado de los extranjeros un comportamiento algo más positivo que anticipa el que pueda reflejarse en los indicadores de ingresos externos de próximos meses que recoja la Balanza de pagos.

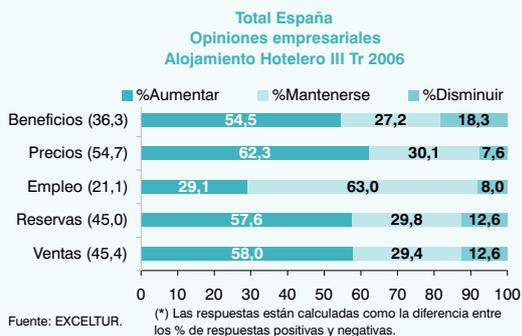




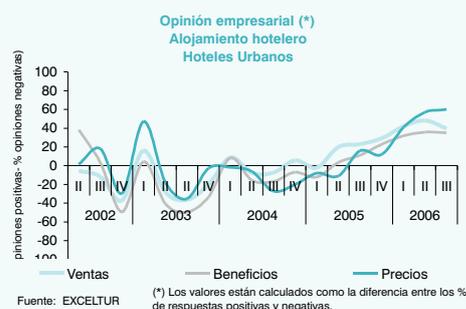
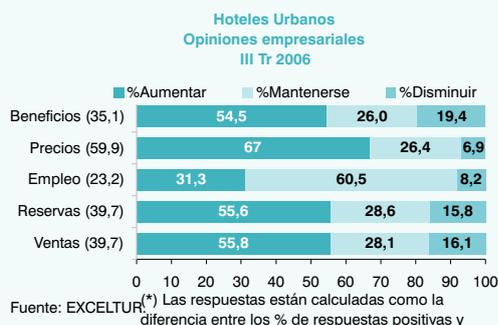
A.3. Claves por subsectores

10 El favorable escenario descrito para este trimestre de verano 2006 sustenta **el buen comportamiento de las ventas en los hoteles españoles** en este trimestre, tal como evidencian los datos de la EOH del INE y la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

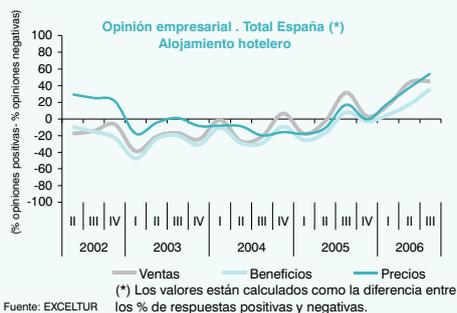
Este avance en ventas se ha traducido en una **significativa mejora en los niveles de ocupación**, que ha solventado temporalmente los problemas de sobreoferta latentes en bastantes de los destinos, sobre todo urbanos así como en otros más maduros del segmento sol y playa, facilitando a los empresarios hoteleros españoles mayor capacidad de negociación evitando ofertas, y repuntando algo sus tarifas y en resumen **mejorando sus márgenes y rentabilidades empresariales**.



11 En un escenario donde las diversas administraciones públicas autonómicas y locales españolas están realizando un destacado esfuerzo inversor por mejorar el atractivo singular y el posicionamiento internacional de sus diversos destinos urbanos y del interior, el tercer trimestre de 2006 ha vuelto a poner de manifiesto el éxito de esos destinos con un muy elevado potencial para el conjunto de los mercados Europeos. Entre ellos cabe destacar, en particular, la modalidad de "short-breaks", ya sean vinculados a viajes de negocios, visitas a familiares y/o amigos ó al disfrute de la cultura u ocio, en parte impulsado por la creciente accesibilidad en términos de frecuencias y coste del transporte aéreo a ciudades de provincias de la mano de las compañías de bajo coste. Por otro lado, el positivo ciclo que está experimentando la economía española ha favorecido, a su vez, en este último año un mayor dinamismo del turismo de negocios y un notable impulso de la actividad en el segmento vinculado a la celebración de ferias y congresos, y que en su justa proporción ha favoreciendo igualmente **la dinámica turística en las principales ciudades españolas en este tercer trimestre de verano 2006**.

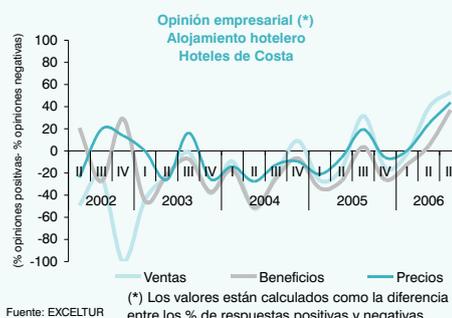
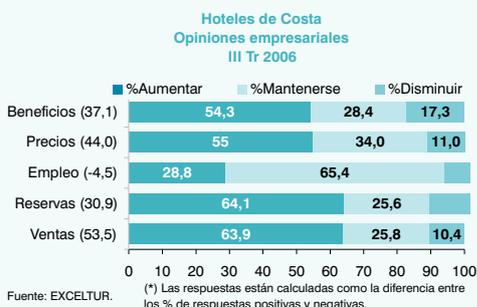


Desde esta lógica, el **nivel de confianza** entre los gestores de alojamientos hoteleros en España en los meses de julio, agosto y septiembre de 2006 se ha mantenido en niveles muy positivos, superando al experimentado en el segundo trimestre del año, lo que se ha concretado en un nuevo **máximo en toda la serie temporal del Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) elaborado desde el año 2002**.



12

Para los hoteles vacacionales de costa, en el tercer trimestre de 2006 se han superado las favorables expectativas de resultados que se anticipaban al principio de la temporada. Así, se ha mantenido la **positiva tendencia de recuperación en los niveles de ventas y ocupación** observada desde los últimos meses de 2005 en un marco de leve subida de precios, lo que ha propiciado un **elevado consenso empresarial en cuanto a la recuperación de rentabilidades empresariales** revelando un indicador que igualmente alcanza su máximo desde el inicio de esta serie.

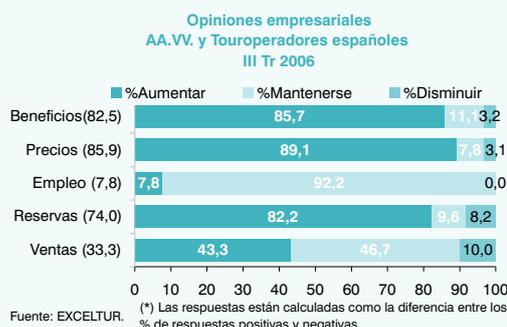
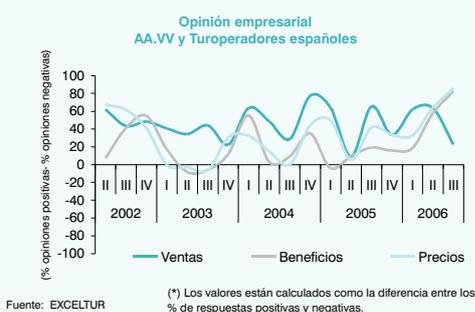


La ya reiterada mejora de los condicionantes macroeconómicos de nuestros principales mercados emisores en Europa y el reiterado contexto geo-político adverso de muchos de los destinos competidores en el producto "sol y playa", han vuelto a favorecer e inyectar un flujo adicional e inesperado de demanda extranjera paquetizada principalmente hacia los destinos turísticos del litoral mediterráneo, Canarias y Baleares. Así lo pone de también de manifiesto tanto los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, como los datos oficiales de la EOH del INE que indican que las pernoctaciones en hoteles en las zonas turísticas del litoral experimentaron un crecimiento interanual del 7,2% en los meses de julio y agosto materializándose en 4,4 millones de pernoctaciones más en esos destinos. En cualquier caso, el mayor dinamismo ha seguido estado protagonizado por la demanda nacional que registró un incremento del 8,0% en sus pernoctaciones en los meses de julio y agosto, por un 6,8% de incremento de las pernoctaciones de los no residentes.



13

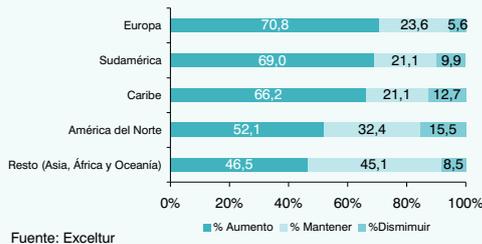
El sentir de los responsables de las **grandes agencias de viajes y touroperadores españoles** coinciden con el resto de opiniones disponibles sobre la demanda turística española en cuanto a la ralentización de sus ritmos de avance. En este sentido, han experimentado **un incremento en sus niveles de ventas, pero no tan evidente cómo en periodos precedentes**. No obstante, **el avance en la facturación de los grandes grupos de agencias de viajes y tour operadores ha ido acompañado de un leve crecimiento de sus precios medios, que les ha permitido una mejoría de su rentabilidad empresarial** en el tercer trimestre de 2006.



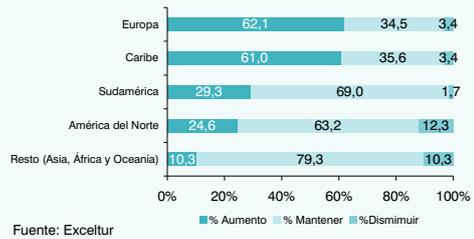


La desaceleración percibida ha sido más intensa en su vertiente emisora (viajes al extranjero), sobre todo los de larga distancia. En este sentido, los profesionales del subsector de distribución anticipan que esta tendencia se puede prolongar en el cuarto trimestre de 2006 y pronostican un menor dinamismo del crecimiento de sus ventas a destinos internacionales con un mayor precio asociado: América del Norte, Asia, África y Oceanía. Sin perjuicio de lo anterior, las ventas a destinos Europeos han sido muy dinámicas en el tercer trimestre de verano 2006 y se espera lo propio para el último trimestre del año. Ante unos próximos meses con varios puentes propicios para las cortas escapadas, y con una creciente accesibilidad por vía aérea a cada vez más número de ciudades europeas, el turismo emisor español vinculado a “short breaks” a diferentes ciudades europeas, entre ellas las propias españolas, tiene aún un largo recorrido de crecimiento, al igual que como antes señalábamos del flujo de extranjeros en sentido inverso hacia ciudades españolas.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales
III Trimestre 2006



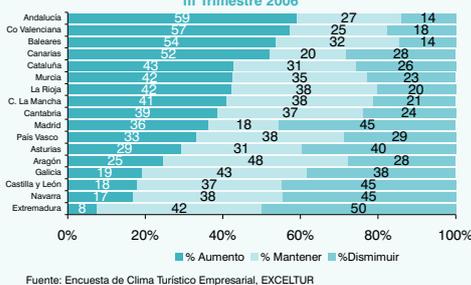
Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales
IV Trimestre 2006



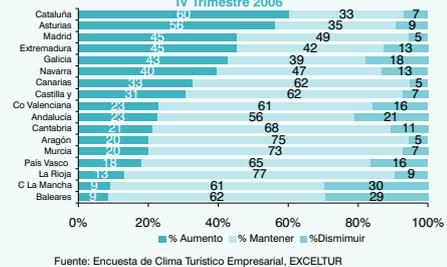
Los esfuerzos de promoción de cara al mercado doméstico realizados por las diversas Administraciones locales y autonómicas, plasmados en campañas publicitarias, actos promocionales y aperturas de oficinas de información turística por diversas partes del territorio español junto a la creciente sustitución o preferencia del turista español por destinos nacionales vacacionales del litoral mediterráneo e Islas para disfrutar de su período vacacional del verano, han contribuido en parte al incremento de la demanda nacional en estos destinos.

En este contexto, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el tercer trimestre de 2006 destacan los principales destinos vacacionales españoles como los principales dinamizadores de las ventas para las grandes agencias de viajes y touroperadores españoles. De cara al último trimestre del año, y tal como sucedía en los destinos internacionales, ascienden puestos dentro de los rankings de ventas de las agencias españolas los destinos urbanos ó destinos de interior y de la España Verde vinculados al turismo cultural y de naturaleza, más propicios para cortas escapadas.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales
III Trimestre 2006

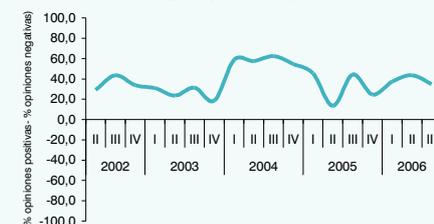


Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales
IV Trimestre 2006



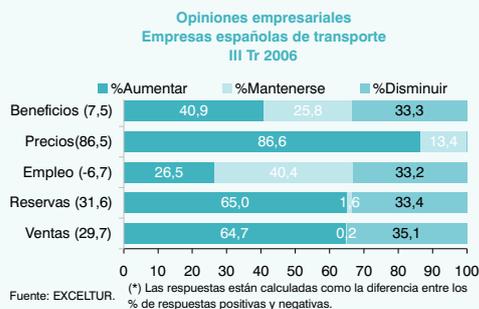
En este escenario, los niveles de confianza de los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles siguen en valores positivos aunque se percibe un cierto retroceso respecto a los registrados en el segundo trimestre de 2006, debido a la ralentización percibida y ya mencionada en la propensión a viajar de los españoles durante ese tercer trimestre y las expectativas de que ésta se mantenga o acentúe en lo que queda de año.

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

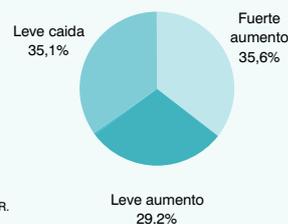


14

La actividad de las **empresas de transporte de pasajeros en los meses de julio, agosto y septiembre de 2006 se sigue desarrollando en un escenario de elevada y creciente competencia**, dónde en el caso del transporte aéreo, las principales aerolíneas de bajo coste europeas han elegido España cómo uno de los principales destinos para expandir su negocio en el corto y medio plazo e incluso en el tráfico interno. El continuo crecimiento de demanda y nuevo mercado que han ido abriendo ha posibilitado un **incremento interanual de ventas** en el 64,7% de las empresas del sector, que se ha materializado en un **modesto crecimiento de su rentabilidad empresarial en un escenario que no obstante se ha favorecido de una menor presión de coste del crudo sobre su cuenta de resultados y un muy leve crecimiento de las tarifas**.

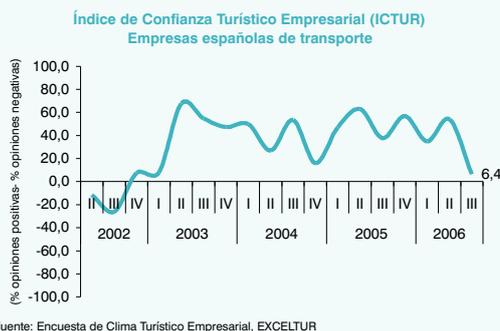


Opinión empresarial sobre las ventas.
Empresas españolas de transporte. IIIT 2006



El muy comedido consenso entre los empresarios de este subsector en cuánto a mejora de sus ventas viene explicado por las diferentes coyunturas que han atravesado en los meses de verano de 2006 las diversas empresas. En concreto, la compañía líder de transporte aéreo español se ha enfrentado a un panorama de conflictividad laboral que ha mermado sus niveles de facturación y avance en mejoras de rentabilidad en el tercer trimestre de 2006. Por otro lado, cabe apuntar que la mayoría de las compañías aéreas con un peso significativo en el segmento de transporte aéreo en España están experimentado avances en sus ventas en rutas internacionales de larga distancia, las más rentables, siendo significativamente más modestas las ventas en vuelos domésticos y/o intraeuropeos, que son las que básicamente se están considerando en la Encuesta para esta valoración de España como destino receptivo.

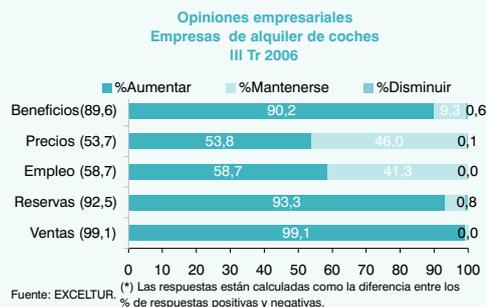
En este contexto, y muy condicionado por los **disímiles comportamientos de las compañías que integran el sector, los niveles de confianza empresarial han retrocedido notablemente respecto a trimestres precedentes, debido a unas menos favorables expectativas en cuánto al avance en ventas para el próximo trimestre**. De nuevo la fuerte competencia en el sector y la ligera desaceleración de la propensión a viajar de los españoles esperada para el último trimestre de 2006, provocan un clima dominado por la cautela de cara a los tres últimos meses de este año.



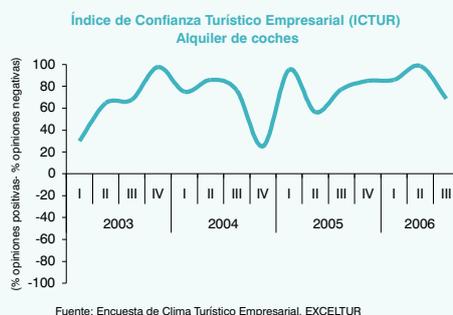
15

Las favorables expectativas que los responsables de **empresas de alquiler de vehículos** tenían antes del inicio de la temporada de verano en clave de ventas y reservas se han cumplido en los meses de julio, agosto y septiembre 2006, existiendo una **opinión casi unánime en cuánto al incremento interanual de las ventas en ese trimestre**.

Este positivo avance en la demanda de alquiler de coches, muy asociada a la llegada de un perfil de cliente independiente más propenso a contratar estos servicios en destino y con el impulso experimentado por el turismo de negocios en los meses que llevamos del 2006, ha propiciado un **elevado consenso en cuánto al aumento de beneficios empresariales en las empresas de este subsector, cuantificado mayoritariamente cómo ligero** en un contexto de leve incremento de los precios aunque con unos costes de suministros y financieros presionando al alza.

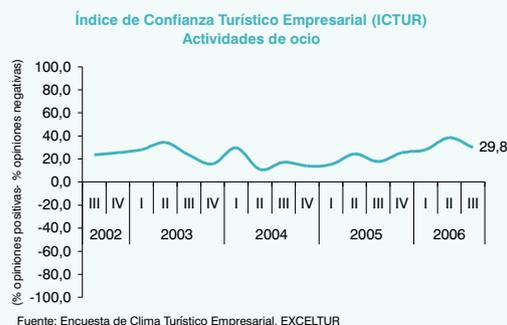
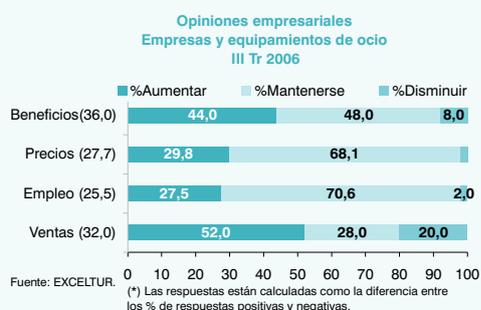


Con estos antecedentes, el nivel de confianza entre los profesionales del subsector del alquiler de coches sigue siendo muy positivo, sufriendo un ligero retroceso respecto a los excepcionales registros de los últimos trimestres, debido a la esperada desaceleración en los ritmos de avance de la demanda para los tres últimos trimestres de 2006. Así, el ICTUR de las empresas de alquiler de coches se situaba en el tercer trimestre de 2006 en un valor del 68,8, ligeramente por debajo de la media en torno a 89,8 de los tres trimestres precedentes.



16 En cuanto al devenir de las **actividades relacionadas con el disfrute del ocio**, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR para el tercer trimestre de 2006 evidencian, un trimestre más una positiva tendencia, manteniéndose casi todos sus indicadores en niveles muy similares a los obtenidos en trimestres anteriores, fiel reflejo de la demanda creciente de este tipo de actividades por parte de una nueva tipología de consumidores que vinculan su decisión de viajar a la existencia y oportunidad de disfrutar de este tipo facilidades e instalaciones.

En un escenario de **leve contención de las tarifas, el sostenido avance en ventas ha propiciado una ganancia empresarial percibida** en el 44,0% de las empresas relacionadas con actividades de ocio que forman parte del panel de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial del Exceltur, cuantificando la mayoría de los encuestados este incremento como leve. En este contexto, **los niveles de confianza entre los empresarios responsables de instalaciones y equipamientos relacionados con el disfrute del ocio, vuelven a mantenerse en niveles positivos y muy estables en su dinámica temporal.**



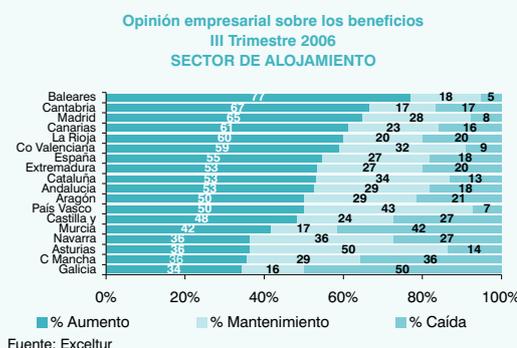
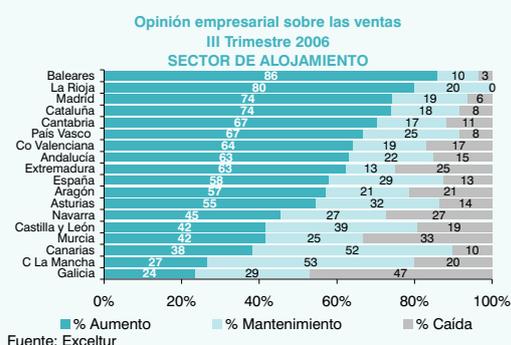
Este firme y sostenido crecimiento de demanda en el tiempo de las actividades de ocio ratifica las bondades y la necesidad de seguir avanzando en la creación de nuevas líneas de producto y estrategias de promoción y marketing mas orientadas y segmentadas, que estimulen a su vez la diferenciación y desestacionalización de los diversos destinos turísticos españoles destacando la existencia de este tipo de instalaciones y equipamientos para potenciar la mayor estancia media, una derrama más elevada por turista en el destino y por ende los mayores efectos multiplicadores derivados de las visitas de los turistas.



A.4. Claves por destinos

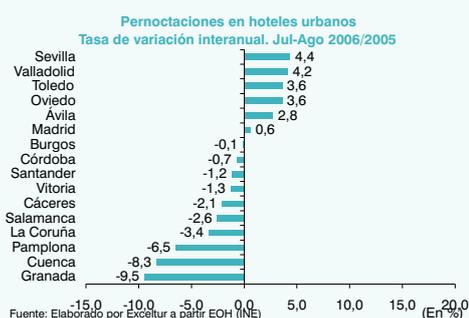
17 El positivo devenir de la actividad turística en los meses de julio, agosto y septiembre de 2006 se ha trasladado de manera general sobre la mayoría de los destinos turísticos españoles. En este contexto, el dinamismo mostrado por el conjunto de la demanda nacional y extranjera se ha materializado en casi la totalidad de las comunidades autónomas a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial relativa al tercer trimestre de 2006 entre los empresarios de alojamiento reglado.

Los destinos del litoral mediterráneo peninsular e islas han experimentado en su conjunto un notable incremento de las ventas, así como de los beneficios, destacando las Islas Baleares por su elevado porcentaje de empresarios (77%) que manifiestan haber registrado un aumento en sus resultados, así como Canarias donde se rompe después de 18 trimestres consecutivos con la tendencia de resultados empresariales a la baja que se venía observando desde el año 2002. En esta mejoría ha tenido mucho que ver la recuperación de los precios medios de venta por la propia respuesta de la demanda y el mayor margen de negociación con los touroperadores por la ya comentada y adversa situación percibida por los turistas en algunos relevantes destinos competidores del mediterráneo oriental, que como antes anticipábamos ha limitado este verano 2006 la necesidad de poner en marcha políticas de ofertas y descuentos para atraer a la demanda.



La percepción de mejora en ventas y beneficios ha sido mayoritariamente más acusada, un trimestre más, en la Comunidad de Madrid y en la mayoría de destinos de interior y de la España Verde, con la excepción de Galicia y Castilla-La Mancha. La Rioja, País Vasco y Cantabria destacan por su elevado consenso empresarial sobre la positiva evolución de la temporada de verano, mientras en Castilla-La Mancha dada la comparación con un excepcional año 2005 donde celebraron el IV Centenario del Quijote y en Galicia, muy afectados por las tristes y graves dimensiones de los incendios, la valoración del trimestre de verano es negativa.

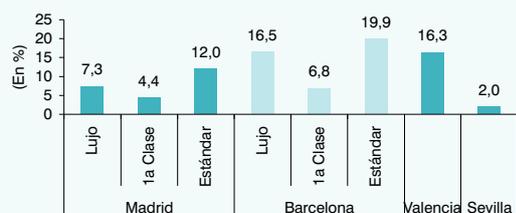
18 Cabe destacar que el turismo urbano ha mostrado un excelente comportamiento a lo largo del verano 2006 con una excepcional respuesta de la demanda extranjera, de la mano del impulso experimentado por el turismo de negocios y el de ferias y congresos (particularmente en Septiembre) y el crecimiento sostenido del nicho de "las escapadas /city-breaks" dentro de las líneas de productos culturales y de ocio, facilitado por el continuo incremento de conexiones y frecuencias de vuelos entre ciudades españolas y europeas protagonizado por las aerolíneas de bajo coste, que han abierto de cero, nueva demanda receptiva extranjera para varias ciudades medias españolas en el área de influencia de los aeropuertos regionales a los que vuelan. Varias ciudades andaluzas (Almería, Málaga y Sevilla), que han visto una notable mejora de accesibilidad aérea a las mismas, las dos principales ciudades vascas (Bilbao y San Sebastián), las de la cuenca mediterránea (Murcia, Alicante, Valencia y Castellón), del Valle del Ebro (Logroño y Zaragoza), de Castilla y León (Valladolid) y de nuevo Barcelona han sido las ciudades que más se han beneficiado del aumento de demanda turística este verano.





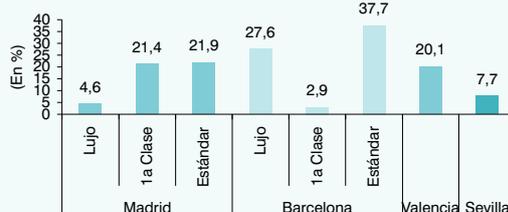
Los datos disponibles sobre ingresos derivados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, consistentes a su vez con los indicadores periódicos de REVPAR que calcula la empresa consultora MHI turismo, ponen de manifiesto que la mejora en las ventas ha permitido una notable mejoría en los márgenes y niveles de beneficios durante este trimestre de verano 2006. En este sentido, cabe destacar el avance de los precios y de la rentabilidad empresarial en el sector del alojamiento en los meses de julio y agosto en Madrid, Barcelona y Valencia, está última ciudad, favorecida por la visita del papa en el mes de julio, y en el marco de su decidida estrategia institucional de apostar por eventos y equipamientos singulares para reforzar el atractivo, la imagen y la posición diferencial de la ciudad entre los principales destinos españoles urbanos con proyección internacional.

Precio medio en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Jul-Ago 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Jul-Ago 2006/2005

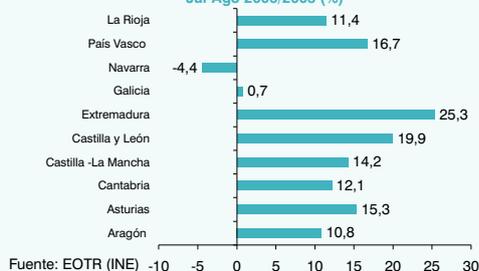


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

19

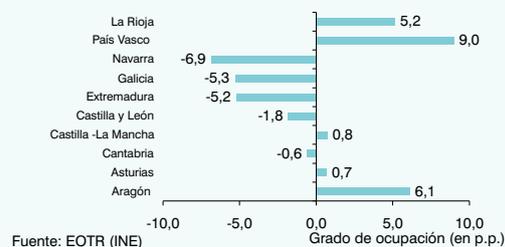
Como ya habíamos anticipado, los resultados obtenidos este tercer trimestre de 2006 en **los destinos de interior con una oferta turística orientada al disfrute de la naturaleza y los valores culturales** han dado continuidad a la tendencia de crecimiento de la actividad turística de los últimos años, poniendo de manifiesto el gran potencial y largo recorrido del turismo en estas zonas como generador de actividad económica y empleo. Tanto las opiniones del sector privado de estas zonas como las estadísticas del INE evidencian el favorable avance de la demanda turística en la mayoría de los destinos de interior.

Comportamiento de las pernoctaciones de alojamiento de turismo rural.
Jul-Ago 2006/2005 (%)



Fuente: EOTR (INE)

Comportamiento de la ocupación de alojamiento de turismo rural. Jul-Ago 2006/2005



Fuente: EOTR (INE)

El análisis de los datos de la Encuesta de Ocupación de Turismo Rural del INE revela diferentes dinámicas y especialmente distintos grados de ajuste entre la demanda y la oferta con caídas en los niveles de ocupación, poniendo de nuevo de manifiesto uno de los principales retos de los destinos turísticos del interior, crecer de manera equilibrada y sostenible, de manera que se pueda adecuar el aumento de la oferta a las expectativas y respuesta esperada de la demanda.

20

Los destinos turísticos del litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario han experimentado un muy buen verano en términos de sus resultados empresariales. Estos positivos resultados estivales se han debido tanto al crecimiento de la demanda extranjera iniciada en el mes de marzo, y en estos dos casos particularmente, muy influenciada a su vez por la redistribución de turistas desde otros destinos del litoral mediterráneo oriental antes mencionada, como a la fortaleza de la demanda nacional, que se ha visto más impulsada a disfrutar de sus vacaciones familiares de sol y playa en los destinos nacionales e insulares en un contexto de reducción de su renta disponible y al positivo efecto que adicionalmente han generado las múltiples campañas publicitarias llevadas a cabo por las agencias de viajes españolas y las diferentes administraciones públicas regionales y locales.

Las Islas Canarias (con La Palma, Fuerteventura, el sur de Gran Canaria y Sur de Tenerife), Baleares (especialmente Ibiza y Mallorca) las Costa de Azahar y la Costa Blanca en la Comunidad Valenciana y la Costa de la Luz han sido las principales receptoras del aumento de la demanda durante este verano. Por el contrario, en zonas importantes del litoral



español como la Costa Brava, la Costa Tropical de Granada los crecimiento de las pernoctaciones que calcula el INE han sido más moderados, mientras en la Costa del Sol y Lanzarote se han registrados incluso caídas en los meses de julio y agosto. En este contexto, cabe destacar y reiterar la oportuna y decidida apuesta de la Junta de Andalucía por la inversión en el Plan Cualifica para la renovación de la Costa del Sol materializada en el compromiso de inversión de 335 millones de euros en los próximos 3 años, así como las medidas de apoyo para renovar la planta hotelera en la Playa del Carmen en Lanzarote y San Agustín en Gran Canaria que se han anunciado por parte del Gobierno Canario.



Son las primeras iniciativas con compromiso de financiación dirigidas a la renovación integral de destinos, que se vienen a sumar a las todavía exiguas dotaciones y alcance previsto para los fondos FOMIT que concede la Secretaria General de Turismo y que debieran servir de referencia para otros urgentes proyectos, como el de la Playa de Palma, donde después del muy destacable esfuerzo y ejercicio de diagnóstico llevado a cabo, todavía no parece haberse conseguido cerrar de manera definitiva un gran consenso público-privado entre todos los ámbitos interesados, sobre el alcance y la necesidad de priorizar sus actuaciones, ni sobre todo, sobre sus fórmulas de financiación ni de gestión.

B. Perspectivas para el cuarto trimestre y el cierre de 2006

21 Nuestras previsiones para el cuarto trimestre del año son optimistas por cuanto esperamos un mayor crecimiento de la actividad turística en España de la mano de la demanda extranjera. En concreto, las estimaciones sobre la evolución del PIB turístico aproximado a través del Indicador Sintético del Turismo Español de Exceltur (ISTE) para los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2006 reflejan una recuperación en el ritmo de crecimiento hasta el 3,8%, lo que supondría cerrar el año con un crecimiento acumulado del 3,0%, que ya veníamos anticipando desde hace meses.

La dinámica del cuarto trimestre de 2006 estará marcada por un escenario macroeconómico europeo particularmente propicio para el crecimiento de la demanda turística hacia nuestro país, por el mejor posicionamiento de España en el mercado gracias a sus crecientes rentas de seguridad percibidas y por el empuje adicional que puede generar la nueva apertura de conexiones aéreas con Europa desde destinos de la importancia de Madrid, en un contexto de menor presión sobre los precios de los billetes de avión, entre otras, por la reducción del coste del carburante en euros.





Claves: Balance del tercer trimestre de 2006 y tendencias para el cuarto trimestre

Tendencias para cuarto trimestre y cierre 2006

Ese mejor comportamiento previsto de la actividad turística receptiva en España en lo que queda de año, pensamos que seguirá mostrando elevados ritmos de crecimiento en términos de volumen, aunque aún más moderados en términos de gasto. De hecho, después de los intensos crecimientos del verano **hemos revisado al alza nuestras previsiones de crecimiento en el número de pernотaciones hoteleras de los extranjeros hasta alcanzar una tasa acumulada para todo el 2006 del 6,3%, que holgadamente representan unas llegadas de más de 58 millones de turistas extranjeros lo que supondría un crecimiento del 4,9% al final del 2006.** Estos crecimientos de los indicadores de volumen de afluencia contrastan con la evolución de los ingresos por turismo extranjero, para los que si bien esperamos una ligera aceleración en el último cuatrimestre del año, seguimos manteniendo nuestra previsión de un incremento nominal del 1,3%, que supone una nueva caída de los ingresos por turismo en términos reales del 3,0% para el conjunto de 2006 y del ingreso medio por turista extranjero en términos reales del 7,5%.

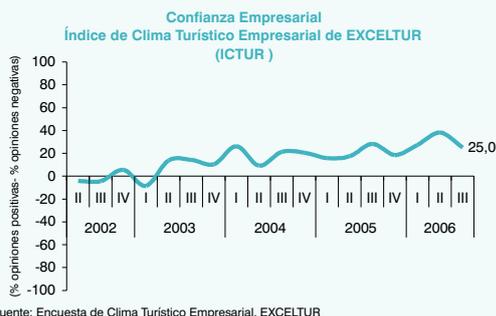
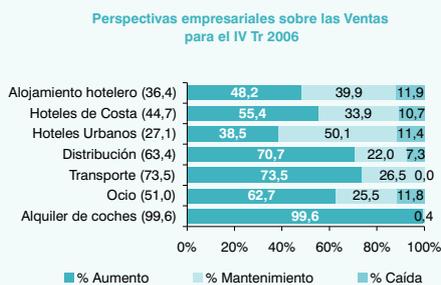


En cuanto a los indicadores disponibles sobre el mercado español, todo hace indicar que se cerrará el año con un incremento pero dentro de la pauta de paulatina ralentización que igualmente anticipamos para el cuarto trimestre del año. En concreto y según nuestras estimaciones, las pernотaciones de españoles en alojamientos reglados cerrarán el año con un fuerte aumento del 5,4%, por debajo del 6,3% del año 2005 y del 9,6 del año 2004.



La opinión manifestada por los empresarios en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR cerrada el 6 de octubre sobre sus expectativas de cara al cuarto trimestre y cierre de este año 2006 muestra ciertas cautelas en comparación con los muy favorables resultados percibidos en el último trimestre de verano. De nuevo en todos los subsectores hay más empresarios que esperan que sus ventas volverán a crecer respecto a los que por contra anticipan una caída de las mismas respecto al mismo trimestre del pasado año, pero de forma menos mayoritaria que durante el último trimestre de este verano 2006.

No obstante, en algunos casos como en los subsectores del alojamiento hotelero, tanto urbano como vacacional de costa, y en el de los grandes grupos de agencias de viajes, la opinión mayoritaria apunta un mantenimiento en las ventas en relación con un cuarto trimestre de 2005 que ya se comportó de manera muy positiva, pero dentro de un clima de confianza empresarial con una menor alegría tal como se refleja en el Indicador de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR).

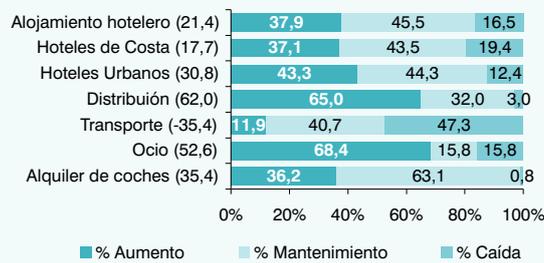




En este sentido y en cuanto a la evolución prevista de las ventas para el último trimestre del año 2006, cabe destacar las respuestas de las agencias de viajes que después de haber experimentado en los tres últimos años incrementos importantes en sus ventas y niveles de confianza en valores siempre positivos y crecientes trimestre a trimestre, empiezan a moderar sus expectativas dada la tendencia que perciben a una ralentización en los ritmos de crecimiento de la demanda de los españoles tal como ya se ha comentado anteriormente.

Salvo en el caso de las compañías de transporte los empresarios de los demás subsectores turísticos, de nuevo, esperan que el moderado aumento de ventas que anticipan para el cuarto trimestre se traslade a sus beneficios. En este mantenimiento de la tendencia de mejora de beneficios tienen mucho que ver las expectativas de seguir recuperando los precios medios de venta que rigieron en temporadas pasadas. Esta es la situación de los alojamientos hoteleros, que para el próximo trimestre revelan una moderación importante de sus expectativas de mejora de beneficios en los establecimientos vacacionales y en menor medida en los urbanos, donde el consenso sobre el mantenimiento o aumento de los beneficios es mayor que en los hoteles de costa.

Perspectivas empresariales sobre los Beneficios para el IV Tr 2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico

Las desfavorables expectativas sobre los beneficios para el cuarto trimestre de las compañías españolas de transporte, se ven muy condicionadas por la percepción que afecta a las más vinculadas con el transporte aéreo. El mercado de la aviación sigue marcado por profundos cambios materializados en la continua penetración de nuevas compañías y frecuencias de las de bajo coste, con la consiguiente presión a la baja de las tarifas y cuyos márgenes no obstante algo se favorecerán en estos meses por la reducción en los costes de carburante. El comienzo de las operaciones de Click-air, así como el anuncio a partir de noviembre de un buen número de nuevas frecuencias de Ryanair desde el aeropuerto de Madrid y que hace probable pensar tenga una inminente respuesta de Easyjet, suponen un paso adicional en los mayores niveles de competencia que están afectando a las ventas de las compañías aéreas españolas más tradicionales.