



Exceltur

*Alianza para
la excelencia turística*

Perspectivas Turísticas

**Balance empresarial del
primer trimestre
y de la Semana Santa de 2008
y perspectivas para el segundo
trimestre y el conjunto del año
2008**

Nº 24 Abril 2008

2008: arranca un complejo año turístico

A. BALANCE GENERAL

El turismo español en el contexto del cambio de ciclo económico en clara desaceleración, sortea algo mejor que otros sectores un atípico primer trimestre de 2008

Un buen comportamiento de los indicadores de afluencia, principalmente extranjera, durante los meses de enero y febrero y la recuperación de Canarias ha permitido a los destinos turísticos españoles sortear mejor que otros sectores de la economía española, un primer trimestre turísticamente atípico y complejo de analizar por el efecto calendario (año bisiesto y Semana Santa adelantada a marzo) y por estar inmerso en un cambio de ciclo económico que sigue desacelerándose más rápidamente de lo inicialmente previsto.

Las empresas turísticas españolas no han sido ajenas, sin embargo, a los efectos inducidos por una menor renta disponible para el consumo de las familias españolas y la incertidumbre económica internacional. Tras un inesperado y alentador arranque de afluencia en enero y febrero, **marzo ha empezado a pasar ya la primera factura y se anticipa que a medida que avance el año 2008 resulte un ejercicio crecientemente complejo, en su conjunto, para las actividades turísticas receptoras en España.**

De ahí que las conclusiones derivadas de los datos de este primer trimestre de 2008 deben tomarse con enorme cautela de cara a anticipar el comportamiento del conjunto del año por cuanto:

1. Se trata del **trimestre de menor repercusión sobre las cuentas de resultados de las empresas turísticas españolas**. Según los indicadores oficiales enero, febrero y marzo representan el 15,9% del total de pernотaciones hoteleras, el 17,0% del número de llegadas de turistas extranjeros y el 18,4% en términos de ingresos por turismo extranjero de la Balanza de Pagos.

2. **Febrero de 2008 ha contado con un día más de ventas por ser un año bisiesto** y además éste día ha caído en viernes lo que representa un crecimiento adicional en los indicadores turísticos. En términos de pernотaciones hoteleras, sólo este hecho ha supuesto 510 mil pernотaciones más que el mismo mes del año pasado. Por ello y de no haber sido bisiesto, el crecimiento de este indicador en el mismo mes de febrero

habría sido del 5,5%, es decir mucho más moderado que el 9,3% publicado por el INE.

3. **La Semana Santa se ha adelantado y celebrado este año 2008 en el mes de marzo**, lo que complica adicionalmente el análisis del primer trimestre al compararse con un año 2007 en el que la Pascua se celebró en abril. Es por ello que en esta ocasión será más revelador la comparación en su momento entre cuatrimestres.

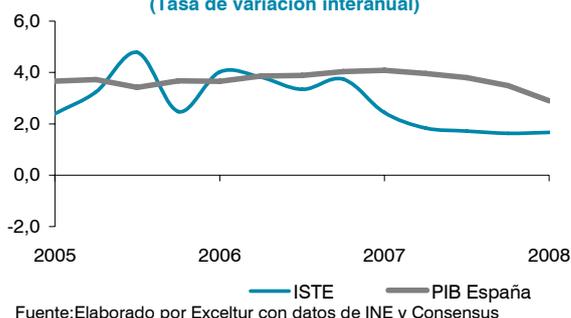
El PIB turístico continúa desacelerándose según las estimaciones de EXCELTUR

El año 2008, como ya anticipábamos en enero, ha comenzado marcado **por una tendencia a la desaceleración de los ritmos de crecimiento de la actividad turística, aunque sin experimentar la notable contracción de demanda que han acusado otros sectores económicos y bienes de consumo en España.**

La diversificación de mercados de la que se favorecen las diversas actividades y destinos turísticos de nuestro país, con un alentador comienzo de año (particularmente para Canarias) gracias a una mayor demanda extranjera, junto a una menor contracción del gasto turístico en estos meses de los viajes de las familias españolas por España, explican, por el momento, la menor desaceleración de la actividad que, en comparación con otros sectores de la economía española, hoy se percibe en el conjunto del sector turístico, aunque con distintas intensidades.

Con todo y con ello, estimamos que la evolución del PIB turístico en España, que aproxima el Indicador Sintético del Turismo Español de Exceltur (ISTE), ha crecido un 1,7% en el primer trimestre de 2008, inferior al 2,5% de media de 2007, consistente con la pauta de desaceleración con la que cerró el pasado año.

Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España. Años 2005-2007 (Tasa de variación interanual)

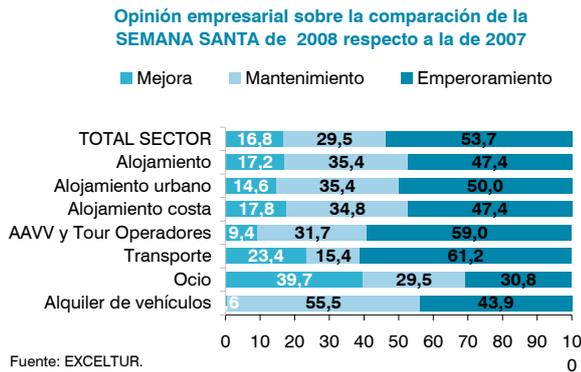


La Semana Santa no ha podido compensar la desaceleración de demanda acaecida en el mes de marzo de 2008, reduciendo los resultados y niveles de confianza empresarial

A tenor de la explotación de la Encuesta de confianza empresarial realizada por Exceltur, en esta ocasión a más de 1.900 unidades del negocio turístico en España, **si se hace un análisis para comparar exclusivamente los**

resultados empresariales de la Semana Santa, los de 2008 se sitúan por debajo de los obtenidos en 2007, que cayó en abril.

El adelanto de su celebración a marzo (que en términos turísticos, cuando ello ocurre, siempre resulta más desfavorable), junto con las adversas condiciones climáticas para disfrutar de las costas y, sobre todo, la percepción de los primeros síntomas de retraimiento del consumo, principalmente de las familias españolas de menor capacidad adquisitiva, han provocado una valoración desfavorable de estos días de Pascua por parte de los empresarios de la mayoría de los subsectores turísticos.



En esta ocasión y ante una pregunta específica que se incluyó en la encuesta para conocer sólo los resultados de la Semana Santa, las respuestas recibidas por Exceltur revelan que **el 53,7% de los empresarios turísticos encuestados de los diversos subsectores, experimentaron unos resultados para esta Semana Santa, peores que los alcanzados en esa misma semana de 2007.**

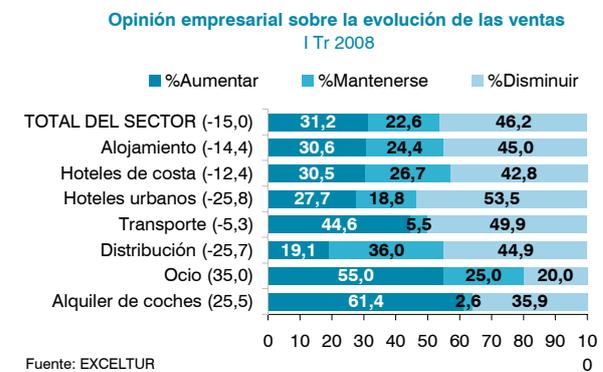
Este hecho, junto con unas expectativas muy cautelosas sobre las ventas y reservas para los próximos tres meses de abril a junio, en los que se estima se recrudezca la desaceleración económica y del consumo, particularmente en España, lleva a una reducción de los niveles de confianza en este primer trimestre de las empresas turísticas españolas.

En esta línea **el Indicador de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR), ha bajado este primer trimestre de 2008 hasta un valor de -7,7, desde el 2,1 con el que cerró diciembre de 2007,** cercano a los niveles más bajos en los más de seis años desde que venimos elaborando nuestra encuesta.



Los beneficios empresariales se resienten por el menor empuje de la demanda en marzo y el continuado aumento de los costes

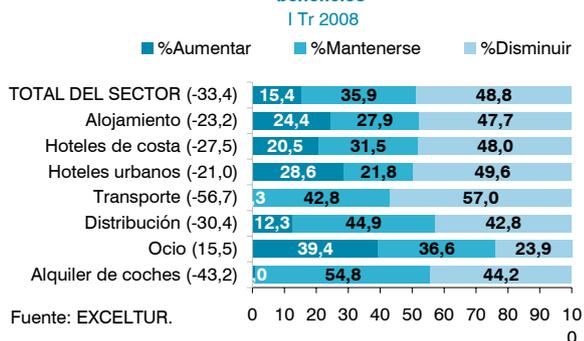
A pesar de las alentadoras estadísticas oficiales de afluencia turística durante los meses de enero y febrero, y de los efectos calendario de febrero y marzo que debieran haber jugado en positivo, sumando una demanda adicional a la del mismo período del año pasado, **los empresarios turísticos han experimentado un deterioro de ventas y beneficios en el primer trimestre de 2008** en relación con el mismo período de 2007, según se desprende de la Encuesta de Confianza Empresarial de Exceltur. El 46,2% de los empresarios corroboraron ese proceso de desaceleración turística, manifestando una caída de ventas en el primer trimestre de 2008 en relación con el año 2007.



La debilidad de ventas que se ha acusado en el mes de marzo --**el más importante del primer trimestre al representar el 40,0% del total de pernoctaciones hoteleras y el 40,4% de la llegada de turistas cuando se celebra la Semana Santa--**, se ha visto acompañada a su vez, de una moderación de precios en muchos subsectores y por un fuerte aumento de los costes, tanto de suministros como financieros y energéticos.

Esa contención de precios, producto del doble efecto que aún causa la sobreoferta que rige en ciertos subsectores, junto a la necesidad de fuertes campañas comerciales para reactivar su demanda, han provocado una reducción de márgenes y beneficios empresariales durante el primer trimestre de este año 2008. Casi la mitad (48,8%) de los empresarios turísticos encuestados acusaron en los tres primeros meses de este año, caídas de rentabilidad con respecto a los mismos meses de 2007.

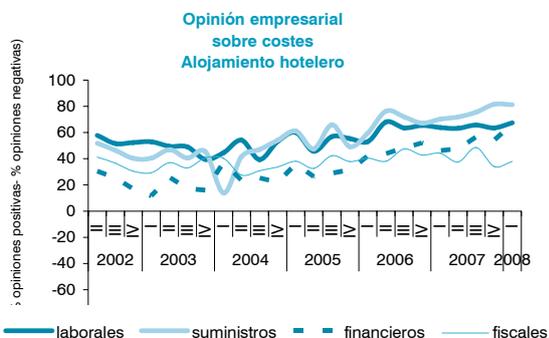
Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios



Los efectos macroeconómicos del nuevo ciclo y la progresiva desaceleración del consumo tensionarán los márgenes turísticos en 2008

Los empresarios turísticos españoles deberán asumir que se abre un nuevo ciclo para el turismo español donde **la gestión de los márgenes volverá a ser clave para intentar mantener niveles de rentabilidad similares a los del ejercicio turístico de 2007**. El crecimiento esperado del conjunto de costes, por el repunte de la inflación y en particular la continua elevación de los del petróleo, junto con la moderación de la demanda, pondrá de manifiesto la relevancia de seguir un adecuado equilibrio entre la política de precios y el volumen de ventas, a la vez que procurar la mayor eficiencia operativa diaria en la gestión de costes.

Entre las urgentes medidas de carácter público para favorecer la competitividad, sentimos que las autoridades debieran ser más sensibles a la creciente presión de costes energéticos, en especial del carburante para el transporte aéreo, y los de otros bienes y servicios que requiere el sector, muy gravados por las crecientes tensiones inflacionistas. Para ello creemos que es el momento de reducir la carga que representan diversos impuestos y tasas (como las aeroportuarias) que discriminan, al repercutirse en el precio final, la posición competitiva de las actividades turísticas españolas frente a otros países emergentes, que no las soportan o lo hacen en menor medida.



Aún en momentos de incertidumbre el sector turístico mantiene una capacidad

de generar empleo, que se debe proteger e incentivar

Los dos primeros meses de 2008 han sido testigos de un **mantenimiento en la creación de empleo de las ramas de actividad relacionadas con el turismo en España**, a ritmos superiores a los del conjunto de la economía española. Mientras otros sectores han empezado a mostrar graves señales de preocupación por el aumento de las cifras de parados, los afiliados a la seguridad social en las empresas vinculadas al turismo han crecido a tasas del 4,5% en los meses de enero y febrero, por encima del 1,8% que se ha situado a escala nacional, contribuyendo de manera sustancial en marzo a la reducción del desempleo.

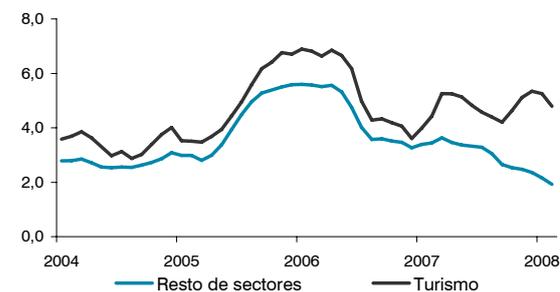
Tanto por sus notables efectos de arrastre sobre otras áreas de actividad económica, como por su mayor potencial para absorber desempleados procedentes de otros sectores que están sufriendo con mayor virulencia los crecientes efectos de la desaceleración económica, **el turismo español debería contar y favorecerse en mayor medida, de las medidas de apoyo que el Gobierno tiene previsto arbitrar en los próximos meses para reactivar la economía y limitar la prevista destrucción de empleo**.

Cabe recordar aquí que el sector turístico español no está exento de retos y la necesidad de abordar profundos cambios estructurales para asegurar sus niveles de competitividad a futuro, tal y como ha quedado explícito en el Plan Turismo 2020.

Incentivar las cotizaciones sociales para contratar parados de otros sectores, junto a un apoyo financiero adicional en formación, que asegure la mejor readaptación para garantizar la calidad y renovación de experiencias diferenciales que precisa el turismo español, serían claras políticas de apoyo para el sector, que catalizarían el poder absorber el desempleo de otros sectores.

Afiliados a la Seguridad Social

(%Tasa de variación interanual trimestral)



B. TENDENCIAS DE DEMANDA

La demanda extranjera resultará clave para contrarrestar una progresiva debilidad de la española, especialmente en los segmentos de renta más baja.

En estos primeros meses de 2008 se ha evidenciado en los destinos españoles una mayor fortaleza del consumo turístico extranjero frente al de la demanda española. En el comienzo de 2008 se ha vuelto a manifestar el positivo intercambio de roles y compensación de ciclos inversos entre la demanda turística española y la extranjera. De ahí que a lo largo del 2008, ésta última debiera jugar un papel decisivo y dinamizador de las empresas turísticas españolas, ante los crecientes temores que la desaceleración internacional en la que estamos inmersos acentúe la debilidad del consumo y gasto turístico de los españoles, y en particular los de menor renta.

Con datos de la EOH del INE hasta febrero, último mes disponible, las pernoctaciones extranjeras en alojamientos reglados se incrementaron un 6,8% durante el período diciembre-febrero, mientras la tasa de crecimiento de las españolas se ha situado en el 2,1%. La diferencia entre el dinamismo de la demanda extranjera frente a la debilidad de la española, se observa de forma más clara al depurar el efecto calendario del día más en este febrero bisiesto. En este caso las pernoctaciones hoteleras de los extranjeros crecieron un 5,4%, por solo un 0,8% las de los españoles.



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

B.1. Demanda española

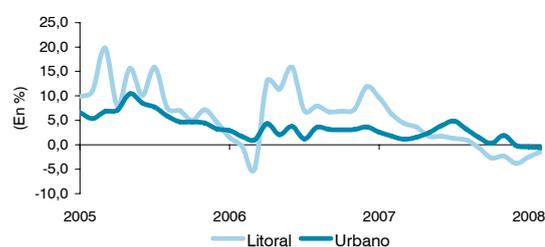
Marzo acusa mayores síntomas de debilidad de la demanda interna a los destinos españoles

Las empresas turísticas españolas han comenzado a percibir en **el mes de marzo una mayor debilidad de la demanda interna en sus viajes por España.** Tras un comportamiento razonable durante los meses de enero y febrero, en los que las pernoctaciones hoteleras de los españoles subieron un 5,3%, el mes de marzo puede haber marcado un punto de inflexión hacia una mayor desaceleración del gasto turístico receptivo de los españoles que viajan por España. Esta es la opinión empresarial que se desprende de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico y que revela el conjunto de

los principales grupos hoteleros y de distribución y que en esta edición recogen una muestra de cerca de dos millones de establecimientos.

Los datos del INE --referidos a los niveles de pernoctaciones hoteleras de españoles en enero y febrero de 2008-- evidencian una notable ralentización de la demanda de servicios hoteleros en los destinos urbanos y un estancamiento en el conjunto del litoral peninsular con respecto al mismo periodo del año anterior. Sólo los destinos de interior y las zonas de montaña que no les ha faltado nieve, donde destacan los Pirineos, con un crecimiento de las pernoctaciones del 23,1%, muy condicionado por su comparación con un mal primer trimestre de 2007, registran un notable dinamismo del mercado nacional en estos primeros meses de 2008.

Pernoctaciones de españoles en hoteles de las zonas turísticas del litoral y destinos urbanos. 2004-2007
(Tasa de variación media interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH (INE)

En todo caso, será la conducta de los próximos meses del segundo trimestre, en los que además se concretan buena parte de las reservas adelantadas para la temporada punta de verano, los que sirvan de termómetro para medir con mayor precisión la sensibilidad y correlación entre los niveles de consumo y gasto turístico, y la esperada menor renta disponible de las familias españolas. En estos momentos, nada hace presagiar que se vaya a romper la continuada tendencia a la baja con la que ya se cerró el año 2007 y suavemente ha continuado en este primer trimestre de 2008.

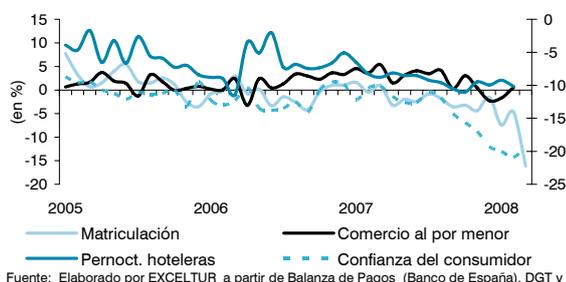
Nos esperan meses de cambio en los patrones de comportamiento de los españoles, más que probablemente hacia viajes más económicos

Es de esperar, al igual que en cierta medida está sucediendo en Estados Unidos, que **el carácter de "derecho adquirido y cada día mas irrenunciable" de las vacaciones para las familias españolas conlleve que la desaceleración económica que se espera se acentúe a lo largo del 2008, a tenor de la caída de los niveles de confianza de los consumidores (ver gráfico) y las últimas previsiones del BBVA y FMI, no afecte tanto al número de viajes como al gasto turístico promedio que finalmente realicen en cada uno de ellos.**

A no ser que se cumplan los peores escenarios que algunos predicen sobre el devenir de la economía española y sobre todo comenzasen a traducirse en una destrucción de empleo neto, los indicadores que estiman el volumen de la demanda turística española en los próximos meses no debieran verse tan afectados como

los del gasto en destino, que si es probable que comiencen a caer.

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



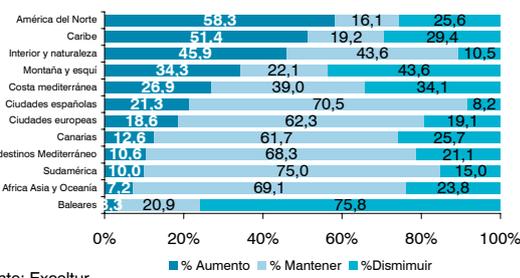
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Balanza de Pagos (Banco de España), DGT y

En este marco es de esperar, por un lado, un incremento de los viajes de proximidad a destinos y tipologías de alojamientos más económicos y a casas de familiares y amigos en el caso de los segmentos de demanda familiar de menor capacidad de gasto. Por otro lado está previsto que crezca la demanda a los destinos dolarizados como el Caribe y las escapadas a ciudades americanas en los viajes al exterior, favorecidas por aquellos segmentos de mayor capacidad adquisitiva, que además se benefician de un euro fuerte frente al dólar.

En todo caso y con la dificultad que supone anticipar el comportamiento del mercado español por la falta de información actualizada al día y segmentada por hábitos de comportamiento, en la coyuntura actual se descuenta que **los segmentos de demanda de mayor capacidad de gasto, que protagonizan los viajes de mayor presupuesto, se verán menos afectados por el escenario macroeconómico previsible para 2008.**

Esto es lo que ya ha comenzado a suceder en este comienzo del año 2008 y, sobre todo, en la Semana Santa, según se desprende de la información de los grandes grupos emisores y de agencias de viajes españolas. En concreto los viajes de los españoles que han registrado un mejor comportamiento respecto a las ventas de 2007 han sido de nuevo los viajes de larga distancia a destinos dolarizados como Estados Unidos, y el Caribe.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos en la Semana Santa de 2008



Fuente: Exceltur

Estas preferencias en cuanto a destinos, influenciados por la capacidad adquisitiva y el tipo de cambio, explican que los grandes grupos de agencias de viajes emisoras españolas no descuenten para los próximos meses una caída importante en el conjunto agregado de sus ventas a los diversos destinos nacionales e internacionales que

incluyen en sus catálogos, aunque los indicadores de confianza del subsector sí anticipen y traduzcan un segundo trimestre con mas incertidumbres.

Ante la situación descrita, una vez más queremos reiterar desde Exceltur la urgente necesidad para el sector turístico español, de contar con un nuevo conocimiento e indicadores mas fiables para mejorar la toma de decisiones sobre una demanda como la española que representa el 50% del total para el conjunto de empresas turísticas españolas y que todo apunta a que va a ser la más afectada en los próximos meses.

Posibles paralelismos en el comportamiento del consumidor norteamericano, ante la crisis que afecta a los Estados Unidos.

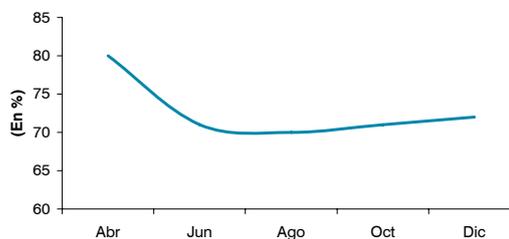
Aunque con hábitos distintos a los españoles, el consumidor norteamericano se está enfrentando con una cierta antelación a problemas socioeconómicos similares a los que los analistas anticipan que van a marcar la realidad de las familias españolas en los próximos meses. Desde este punto de vista, el seguimiento de la reacción de los americanos a la crisis y su impacto en sus hábitos viajeros, puede servir para orientar y anticipar tendencias de lo que pueda suceder en España a corto y medio plazo.

En este ámbito, Estados Unidos cuenta con una extensa y avanzada serie de instrumentos para el análisis y seguimiento de las pautas de viajes de su demanda interna, de las que carecemos en España, y que de existir permitirían predecir y extraer conclusiones muy útiles para poder anticipar lo que puede suceder en términos turísticos en unos próximos meses en los que se espera aún una mayor atonía de la economía española.

En base a los estudios y encuestas de la TIA (Travel Industry of America) & Ypartnership, las conclusiones sobre los efectos de la recesión de la economía americana y el menor dinamismo del consumo de las familias, constatan que los americanos:

- Están asignando **menos presupuestos a cada viaje turístico pero, hasta el momento no están reduciendo el número de viajes.**

% de hogares americanos que planifican realizar un viaje en los próximos 6 meses (2007)



Fuente: Travelhorizons (TIA&Ypartnership)

- Están planificando **viajes cada vez más cortos y a destinos más próximos.**
- Tenderán a **contratar medios de transporte y tipologías alojativas más baratas y su gasto en ocio en los destinos será inferior.**
- Para los próximos meses provocarán

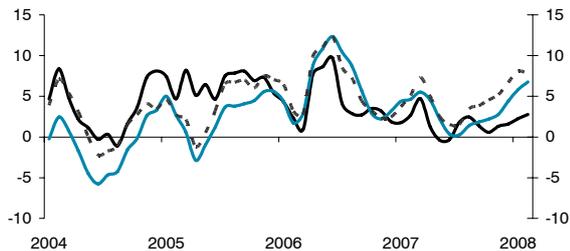
transformaciones en sus viajes, pero no se esperan cancelaciones.

B.2. Demanda extranjera

La demanda turística extranjera responde en el primer trimestre del año 2008

Tal y como ya anticipábamos el pasado mes de enero de 2008 cuando presentamos la valoración de los resultados turísticos del año 2007, hoy podemos constatar que la demanda extranjera ha mostrado un mejor comportamiento que la española en este inicio del año. En concreto, **los indicadores oficiales disponibles sobre la demanda turística hacia España reflejan un alentador comienzo del año 2008.** En concreto, las pernoctaciones hoteleras crecieron un 6,6% (4,6% si se corrige el efecto del año bisiesto), un 3,9% el número de turistas y un 9,0% el gasto total según Egatur (estadística que marca una tendencia positiva y que es válida como referencia indirecta para un análisis más profundo, pero que, a diferencia de la estimación del Banco de España, puede inducir a equívocos, al no depurar ni los gastos incurridos en origen, ni los de transporte que no revierten a España).

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



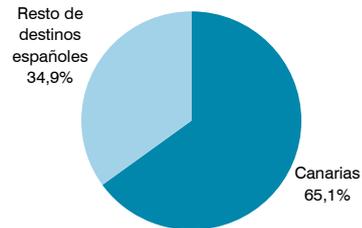
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

Tras años difíciles para Canarias, la recuperación de las islas es el principal detonante del crecimiento de la demanda extranjera en España en este primer trimestre de 2008.

Las Islas Canarias han disfrutado de una clara recuperación de su demanda extranjera en los meses iniciales del año coincidentes con su temporada alta. **En cuanto a pernoctaciones hoteleras, las islas han experimentado un crecimiento del 9,2%, según la EOH del INE, en comparación a los mismos meses de 2007.**

Cabe destacar para entender mejor el papel que han desempeñado los resultados de Canarias sobre el conjunto de España en este primer trimestre, que **las 595 mil pernoctaciones adicionales de turistas extranjeros llegados a Canarias en enero y febrero respecto a los mismos meses de 2007 explican, a su vez, el 65,1% del crecimiento del total de pernoctaciones hoteleras de toda España** (913 mil), según la EOH del INE, y casi el 50,0% de la llegada de turistas, en esos mismos meses según la estadística Frontur, elaborada por el IET.

Descomposición por destinos del crecimiento de las pernoctaciones hoteleras en enero y febrero de 2008

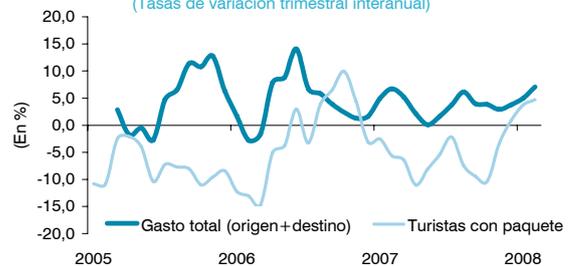


Fuente: elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

Las características de los viajes de los extranjeros a Canarias; en las que predomina el paquete turístico, con alojamiento hotelero, comercializado como mínimo por semanas y con un mayor gasto conexo en destino, explican en gran medida los rasgos que en promedio revelan el comienzo del año turístico en España.

Éstos se concretan en un incremento del 9,0% en el gasto total del turismo extranjero, según una estadística como Egatur, que (como antes señalábamos al no depurar los gastos en origen ni los de transporte) no deja de marcar una positiva tendencia creciente, y el aumento del 5,4% de las llegadas, según Frontur, de los turistas extranjeros con paquete, así como la contención de la caída en la estancia media, y la mayor concentración de la demanda en la oferta hotelera.

Relación entre la utilización del paquete turístico y el gasto total de los turistas extranjeros en España
(Tasas de variación trimestral interanual)



Fuente: EXCELTUR a partir de la información de Frontur y Egatur, IET.

Aún cuando las condiciones macroeconómicas de los diversos países europeos (particularmente Alemania) hacen pensar que la demanda extranjera se comporte en este año 2008 mejor que la española, es difícil de asumir que los alentadores signos de estos primeros meses de 2008 en términos del gasto y estancia de los extranjeros, se mantengan a lo largo del año con la misma intensidad.

El efecto sobre la renta de las familias europeas del igualmente esperado deterioro de sus condicionantes macroeconómicos, la mayor presión competitiva de otros países del mediterráneo oriental, que inician su temporada alta posicionados en productos cada vez de mayor calidad y menor precio, que les harán previsiblemente más atractivos para el consumidor europeo en unos momentos de menor renta disponible, y la pérdida del "efecto tirón de Canarias" frente a los otros destinos de la España peninsular, inducen a pensar que el comportamiento del turismo extranjero no vaya a ser tan positivo en lo que queda del año 2008, aunque cabe esperar sea mejor que el nacional.

Los países nórdicos encabezan los mercados emisores con mayor tasa de crecimiento turístico hacia España.

2008 se ha iniciado con un apreciable tirón de demanda turística de los cinco principales mercados emisores para España. Tanto Alemania como Reino Unido, Francia, Holanda e Italia han experimentado crecimientos en el número de pernoctaciones hoteleras en enero y febrero, únicos meses con estadísticas oficiales disponibles. No obstante, cabe destacar que los turistas procedentes de los países nórdicos han sido los principales impulsores de actividad para las empresas turísticas españolas tanto en volumen (200 mil pernoctaciones hoteleras más en enero y febrero de 2008 respecto a los mismos meses de 2007) como en crecimiento relativo (20,7%), dando continuidad al dinamismo mostrado en 2007.



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

Alemania

Tras cerrar el año 2007 con un crecimiento del 9,6% interanual de los pagos por turismo por parte de los alemanes, 2008 ha comenzado con un elevado dinamismo de los gastos de los alemanes en sus viajes al exterior. En concreto en enero los pagos por turismo de los turistas alemanes crecieron a una tasa de variación interanual del 8,5%, algo más moderada que el trimestre precedente que fue del 9,6%.

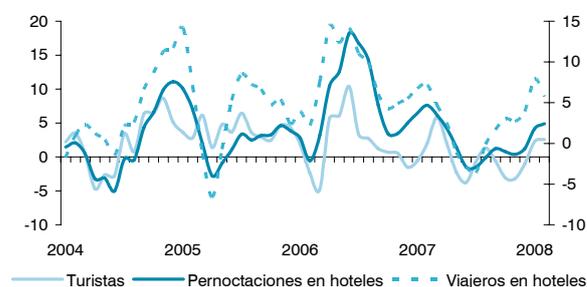


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir del Banco Central Alemán

En este marco, la demanda alemana en nuestro país en los dos primeros meses de 2008 ha dado síntomas de fortaleza. Así, durante los dos primeros meses de 2008, el número de pernoctaciones de alemanes en hoteles españoles se ha incrementado un 4,3%, lo que representa 174 mil pernoctaciones más que en el mismo período del pasado año.

Sin embargo, de nuevo, habrá que estar atentos a las limitaciones que para el crecimiento de la demanda alemana a los destinos españoles pueda suponer la redirección de flujos hacia otros países con precios más reducidos. Entre éstos destaca, tanto por su dinamismo como por su volumen, el mercado turco, que sigue aumentando el número de turistas alemanes a un ritmo mensual de más de 30.000.

Indicadores de volumen del mercado alemán (Tasa de variación interanual trimestral)



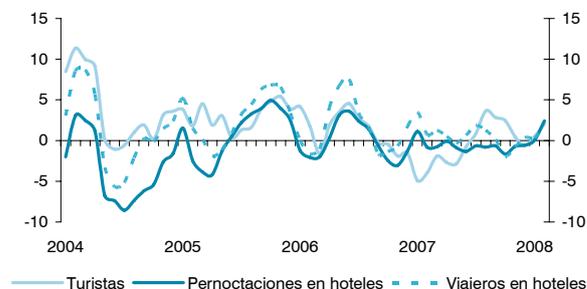
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

Reino Unido

El turismo británico en España a lo largo de los dos primeros meses de 2008 ha consolidado la senda de recuperación observada desde el cuarto trimestre de 2007 volviendo a registros positivos interanuales de las pernoctaciones hoteleras, indicador clave de demanda, y de afluencia de turistas.

En concreto, los datos de la EOH del INE evidencian un incremento interanual del 3,1% de las pernoctaciones hoteleras de británicos en España en los dos primeros meses de 2008.

Indicadores de volumen del mercado británico (Tasa de variación interanual trimestral)



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

Esta mejora de la demanda de servicios en establecimientos hoteleros está muy vinculada a la **recuperación de la afluencia de británicos en las Islas Canarias en su campaña de invierno, que explica el 73,4% del incremento de llegada de turistas de esta nacionalidad a España.** Tras cerrar 2007 con cifras

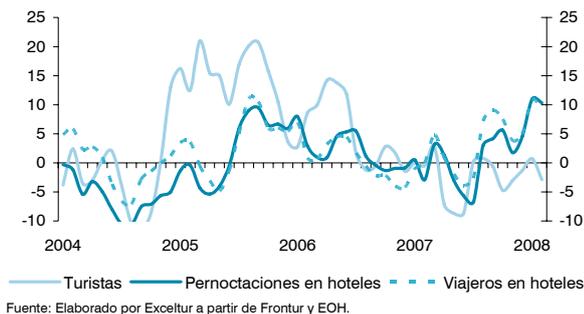
negativas, los primeros datos de 2008 de llegada de turistas británicos al archipiélago canario son muy positivos con un incremento interanual del 8,3% entre enero y febrero de 2008.

Francia

Los meses de enero y febrero de 2008 han presenciado un intenso crecimiento de **de las pernoctaciones hoteleras de los franceses hacia España**.

En efecto, a pesar de la pérdida del poder adquisitivo experimentado por los hogares franceses, que se enfrentan a un aumento en el nivel de su gasto por mayores precios de la energía y de los alimentos y al empeoramiento de las expectativas de condiciones económicas, las previsiones para los próximos trimestres son de una moderación en las sendas de crecimiento del PIB (que ya cerró 2007 con un crecimiento interanual de tan sólo el 1,9%) y del consumo privado, las pernoctaciones de franceses en hoteles españoles crecieron en estos dos primeros meses de 2008 un 9,1%, lo que supuso 57 mil pernoctaciones más que en el mismo período de tiempo de 2007.

Indicadores de volumen del mercado francés
(Tasa de variación interanual trimestral)



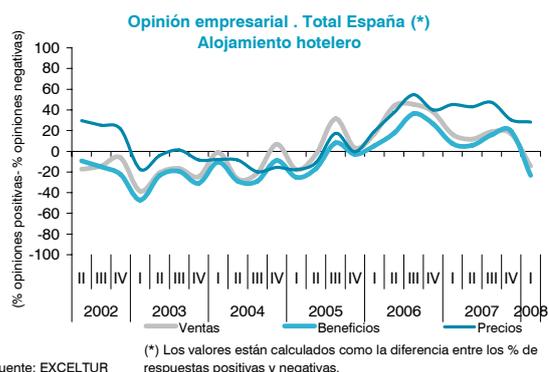
Aunque son meses poco representativos y conscientes de la elevada volatilidad observada del comportamiento de la demanda turística francesa, estos registros pueden ser botón de muestra de la elección de España como destino turístico alternativo a otros de media y larga distancia en momentos de dificultades económicas.

C. TENDENCIAS POR SECTORES

ALOJAMIENTO HOTELERO

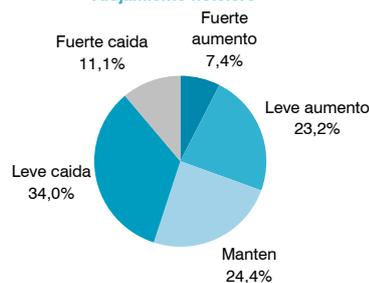
Baja en su conjunto el nivel de confianza empresarial el primer trimestre de 2008

El balance durante los tres primeros meses del año 2008 en el **alojamiento hotelero** que resulta de la encuesta de confianza empresarial de EXCELTUR, refleja una **generalizada aunque leve percepción de descenso de las ventas y la rentabilidad empresarial**, en un primer trimestre no obstante atípico por los efectos calendario y, caracterizado por una positiva evolución de la demanda hasta marzo.



En este sentido el 24,4% de los establecimientos hoteleros mantuvieron su facturación en los niveles del primer trimestre de 2007, mientras que en el 34,0% se percibió una leve caída de las ventas y en el 23,2% de los mismos un leve aumento.

Opinión empresarial sobre las ventas para el 1T 2008 Alojamiento hotelero



En ese contexto el Índice de Confianza Turístico Empresarial para el conjunto del subsector de alojamiento hotelero se sitúa en niveles similares a los experimentados en el primer trimestre del año 2005. Además y ante un mes de abril poco propicio para el disfrute de mini-vacaciones y/o escapadas debido a la ausencia de días festivos y la desaceleración de las economías de nuestros principales mercados, los profesionales del subsector de alojamiento hotelero anticipan un complejo segundo trimestre, que acentúa lo ya percibido para el primer trimestre.

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

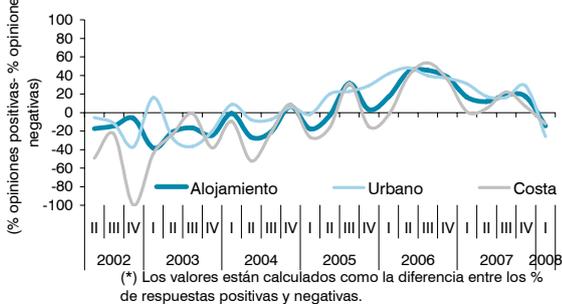


El menor dinamismo del alojamiento urbano, condiciona los resultados agregados del subsector hotelero

Se perciben comportamientos distintos por destinos y tipologías alojativas en este comienzo de 2008. Así, dentro de la hotelería vacacional, **Canarias**, en temporada alta, ha comenzado el año con gran **dinamismo**, que ha favorecido el cierre trimestral del conjunto de sus hoteles.

Sin embargo, los **destinos urbanos**, con un mayor peso en el balance agregado de este primer trimestre que en el del resto del año, han experimentado una **ralentización** en los ritmos de crecimiento de la demanda que venían observando en los dos años precedentes, traduciéndose en una generalizada percepción empresarial en cuanto a un leve descenso en sus niveles agregados de ocupación y ventas para los meses de enero, febrero y marzo de 2008.

Opinión empresarial sobre la evolución de las Ventas en Alojamiento (*)



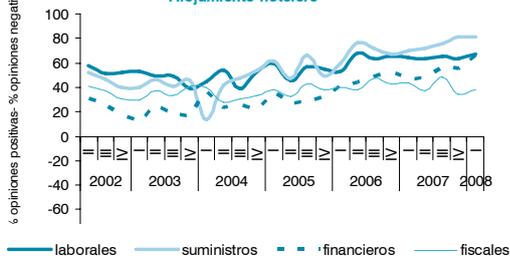
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El incremento de los costes condiciona los márgenes y resultados finales

Bajo esas premisas y en un contexto de intenso repunte de la inflación, trasladado a un fuerte **crecimiento de costes**, **baja la rentabilidad** empresarial en el subsector de alojamiento hotelero.

Según los resultados de la Encuesta Empresarial de Exceltur los costes asociados a suministros y los laborales han experimentado un notable repunte en este primer trimestre del año 2008.

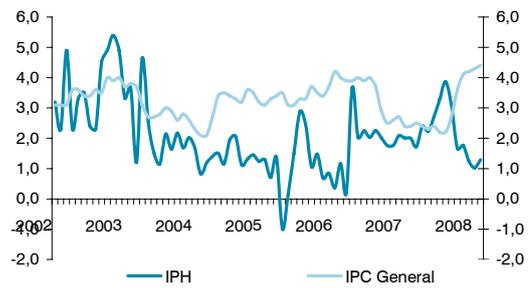
Opinión empresarial sobre costes Alojamiento hotelero



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

De hecho, la tasa media de crecimiento de la inflación en España, que marca la intensidad del incremento de costes de esos suministros y de los costes laborales, sube muy por encima del Índice de Precios Hoteleros del INE, según se observa en la tabla adjunta.

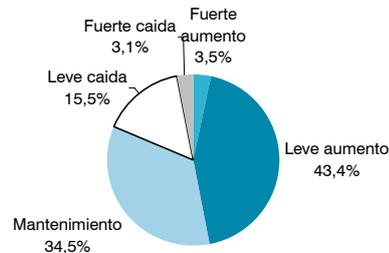
Precios Hoteleros e IPC (Tasa de variación interanual)



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

En este sentido, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, a pesar del leve crecimiento de precios en un 43,4% de los establecimientos hoteleros, la percepción generalizada es de una **leve caída en la rentabilidad empresarial** respecto del primer trimestre de 2007.

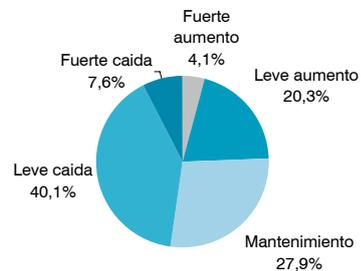
Opinión empresarial sobre los precios Alojamiento hotelero. IT 2008



Fuente: EXCELTUR

Al profundizar en la explotación de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el primer trimestre de 2008, se revela una leve caída del beneficio empresarial en el 40,1% de los hoteles españoles en este primer trimestre. Es también relevante señalar como un 27,9% de los mismos han mantenido, no obstante, los mismos niveles de rentabilidad agregada que en los mismos meses del año 2007.

Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento hotelero. IT 2008

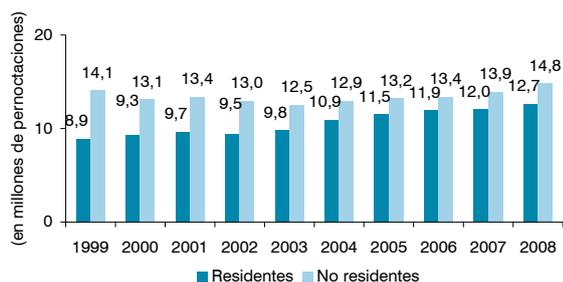


Fuente: EXCELTUR

Los indicadores oficiales dan un respiro a la desaceleración de demanda hotelera en enero y febrero de 2008

Los últimos datos disponibles del INE evidencian el **buen comportamiento de la demanda** de servicios de alojamiento hotelero en los **dos primeros meses de 2008**, si bien en un período que, por un lado, tiene poco peso en el conjunto del año y en un primer trimestre que, por otro lado, como ya se ha comentado se ve condicionado en febrero, por el efecto calendario de un año bisiesto.

Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros
Ene-Feb 1999-2008



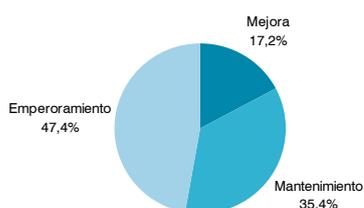
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

La Semana Santa de 2008 marca una inflexión al cierre del primer trimestre

A pesar del inesperado y alentador comportamiento de la demanda hotelera en los dos primeros meses de 2008, la Semana Santa, que se ha adelantado este año a finales de marzo, ha sido según la respuesta específica del 47,4% de los empresarios de alojamiento hoteleros, peor que la Semana Santa de 2007.

La celebración de estos días festivos cercanos a la Navidad y a la "cuesta de enero", las peores condiciones meteorológicas que caracterizan el mes de marzo y la incertidumbre económica en los hogares españoles, explican esta desfavorable valoración de la Semana Santa de 2008. Estos factores junto con el hecho que marzo supone el 40% del total de actividad turística del trimestre en los años en los que la Semana Santa coinciden con este mes, explican el cauteloso balance empresarial del primer trimestre del año que hacen los gestores de establecimientos hoteleros.

Alojamiento Hotelero
Valoración empresarial Semana Santa 2008



Fuente: Exceltur

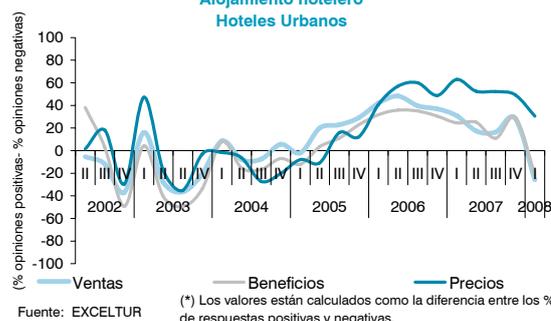
RESULTADO DE LOS ALOJAMIENTOS HOTELEROS URBANOS

La demanda hotelera urbana y sus expectativas, se debilitan a finales del primer trimestre de 2008

Como ya hemos destacado, el primer trimestre de 2008 ha sido testigo de una ralentización en la actividad para los establecimientos hoteleros ubicados en zonas urbanas.

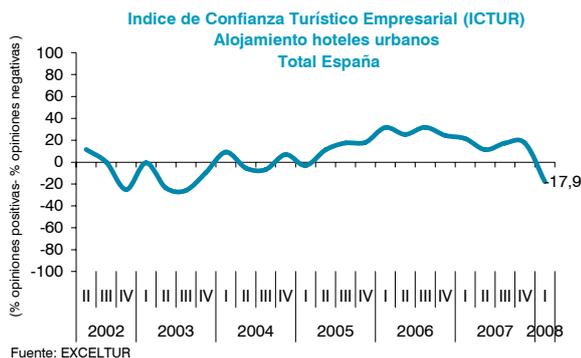
Efectivamente, todos los indicadores relacionados con la actividad hotelera urbana, tanto los de ventas y ocupación como los de rentabilidad empresarial han experimentado en el comienzo del año 2008 unos registros agregados más modestos que los de años anteriores, condicionados por una **desaceleración de la demanda de servicios de alojamiento hoteleros de los españoles** en un escenario de sobreoferta, que se ha traducido en una **caída de los niveles de ocupación en las principales ciudades turísticas españolas**.

Opinión empresarial (*)
Alojamiento hotelero
Hoteles Urbanos



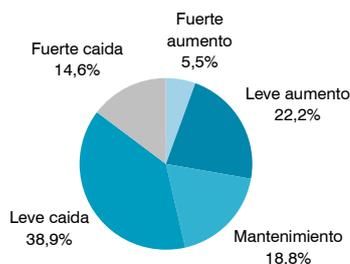
La incertidumbre ante los efectos de la situación económica, y sus posibles consecuencias tanto sobre el turismo de negocios y en mayor medida sobre una menor propensión a las escapadas cortas por impulso, que han facilitado las líneas aéreas de bajo coste y de las que se han beneficiado en los últimos años muy particularmente los hoteles urbanos, se concreta en unas **desfavorables expectativas de ventas para esos establecimientos en los meses primaverales**.

En este contexto, los niveles de confianza entre los gestores de hoteles urbanos españoles han descendido notablemente desde los niveles positivos que habían marcado en los últimos tres años. Así, el Índice de Confianza Turístico de la hotelaría urbana elaborado por Exceltur, se sitúa en este primer trimestre en los niveles más bajos desde 2003.



En esa línea, el conjunto del primer trimestre del año 2008 se ha cerrado con un **saldo negativo** en cuanto a la evolución interanual de las **ventas** en los establecimientos hoteleros urbanos. Así, el 38,9% de sus gestores manifestaban haber registrado leves descensos de las ventas y el 14,6% fuertes caídas, no llegando a un tercio aquellos que percibían mejores niveles de ventas en el arranque de 2008, que en el primer trimestre de 2007.

Opinión empresarial sobre las ventas.
Alojamiento urbano. IT 2008

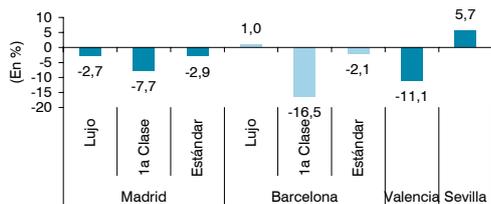


En el conjunto de destinos urbanos, baja la ocupación y los niveles de beneficios

En este marco, y con un continuado e ininterrumpido crecimiento de la oferta de alojamiento en los principales destinos urbanos españoles, el grado de ocupación en las cuatro principales ciudades españolas ha descendido según revelan los datos de MHI Index.

En concreto, la ocupación publicada por MHI Index refleja una caída generalizada de la ocupación en los hoteles de Barcelona, Madrid y Valencia en enero y febrero de 2008, especialmente intensa en el caso de Valencia y en los hoteles de primera clase de Barcelona y Madrid.

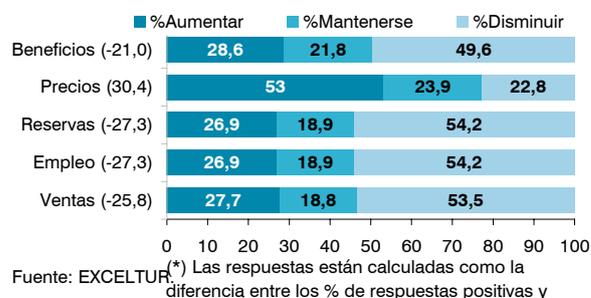
Ocupación en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-Feb 2008/2007



A pesar del leve crecimiento generalizado de los precios en los hoteles urbanos, que en algunos pocos casos les

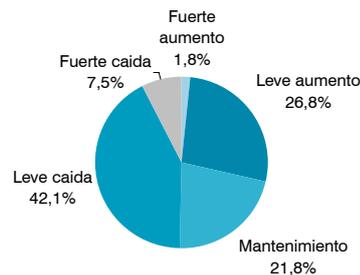
ha permitido elevar su REVPAR, el retroceso en el grado de ocupación y la situación de costes de explotación al alza, han derivado en un elevado consenso respecto al descenso interanual de los beneficios empresariales en los tres primeros meses de 2008.

Hoteles Urbanos
Opiniones empresariales
I Tr 2008



Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur el 42,1% de los profesionales de la hotelería urbana han experimentados **menores niveles de beneficios** que en el primer trimestre de 2007, lo que supone el balance más negativo en clave de rentabilidad en este segmento desde el año 2003.

Opinión empresarial sobre los beneficios
Alojamiento urbano. IT 2008

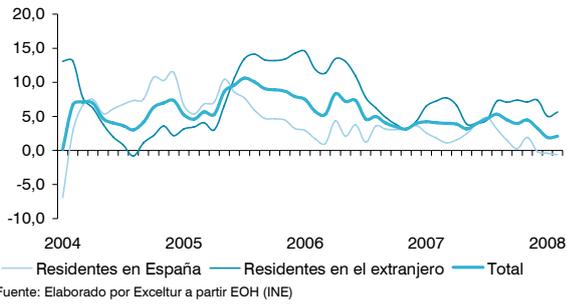


Se ralentizan los ritmos de crecimiento de la demanda española a hoteles urbanos

Según los datos oficiales del INE hasta el mes de febrero, las pernoctaciones en el conjunto de hoteles urbanos españoles crecieron un 3,3%, 0,9 décimas por debajo del crecimiento del 4,2% para el conjunto del año 2007. Esta desaceleración se hace más notable si eliminamos del período de comparación el efecto del año bisiesto, lo que revelaría un crecimiento interanual de tan sólo el 1,4% en los dos primeros meses de 2007.

Esta contracción de la demanda se asocia a la debilidad del mercado español. De hecho, según la EOH las pernoctaciones de españoles hasta febrero de 2008 reflejan una variación interanual del 1,9%, que prolonga la senda de desaceleración ya observada desde septiembre de 2007. La demanda extranjera a hoteles urbanos, actúa por su parte de contrapeso, manteniendo un intenso ritmo de crecimiento del 5,5% en enero y febrero de 2008.

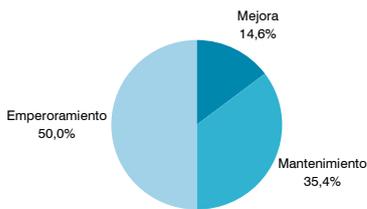
Pernoctaciones en alojamientos hoteleros capitales de provincia. Tasa de variación media trimestral. 2004-2008



Este debilitamiento de la demanda agregada hasta el mes de febrero ha tenido continuidad en la Semana Santa de marzo de 2008 según los resultados que en este caso revela la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, realizada a finales del mes de marzo.

En concreto, el 50,0% de los gestores de alojamiento hotelero urbano han valorado negativamente el curso de la semana de Pascua de este año respecto a la de 2007, frente a sólo un 14,6% que ha percibido una mejora.

**Alojamiento urbano
Valoración empresarial Semana Santa 2007**



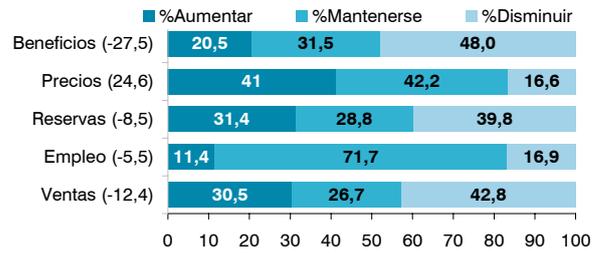
Fuente: Exceltur

RESULTADOS DEL ALOJAMIENTO HOTELERO DE COSTA

Con la clara excepción de Canarias donde han repuntado de manera notable y siendo conscientes de que para el resto de destinos es temporada baja y muchos establecimientos están cerrados, el devenir de los alojamientos hoteleros vacacionales ubicados en las costas españolas en los tres primeros meses de 2008 se pueden calificar como desfavorables para este primer trimestre del año en comparación con el mismo período del año pasado.

El balance negativo de estos primeros meses de 2008 se extiende tanto sobre las ventas como sobre los beneficios, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

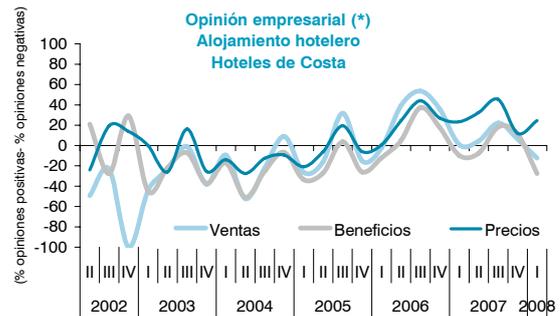
**Hoteles de Costa
Opiniones empresariales
I Tr 2008**



Fuente: EXCELTUR.

(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

En este sentido, y a pesar de no ser el trimestre más relevante, salvo para Canarias, el balance general para el total de alojamientos vacacionales de costa españoles en el primer trimestre de 2008 viene marcado por una **leve caída de los niveles de ventas**, que en un marco de **mantenimiento de tarifas**, y en un de intenso crecimiento de los costes, se ha concretado en un **consensuado ligero descenso de la rentabilidad**.

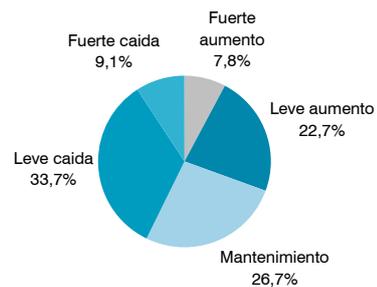


Fuente: EXCELTUR

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

En concreto, el 33,7% de los gestores de establecimientos hoteleros del conjunto de destinos costeros españoles percibieron una ligera caída de sus ventas en los tres primeros meses de 2008, mientras que el 26,7% de los mismos un estancamiento. El 22,7% y el 7,8% que se inclinan por un leve y fuerte aumento, respectivamente, recoge el peso del favorable comportamiento apuntado para los hoteles canarios.

**Opinión empresarial sobre las ventas.
Alojamiento de costa. IT 2008**



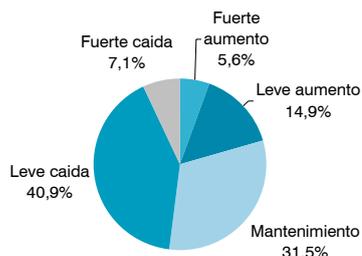
Fuente: EXCELTUR.

Por otro lado, el crecimiento de los costes en los tres primeros meses del año en los alojamientos hoteleros

ubicados en el litoral mediterráneo y archipiélagos canario y balear ha afectado, según el 48,0% de profesionales con establecimientos abiertos, a sus márgenes empresariales, provocando una **generalizada caída de su rentabilidad**.

En concreto, el 40,9% de los gestores de estos establecimientos califican como leve esta caída y el 7,0% como fuertes. Otro elevado porcentaje de ellos (31,5%) indicaba que los niveles de rentabilidad se mantenían en los mismo niveles que en 2007.

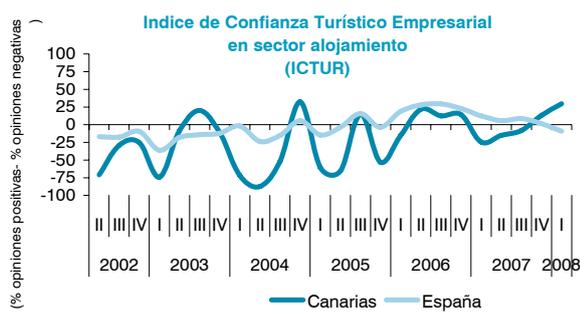
Opinión empresarial sobre los beneficios.
Alojamiento de costa. IT 2008



Fuente: EXCELTUR

Buen comportamiento de Canarias en un trimestre coincidente con su temporada alta

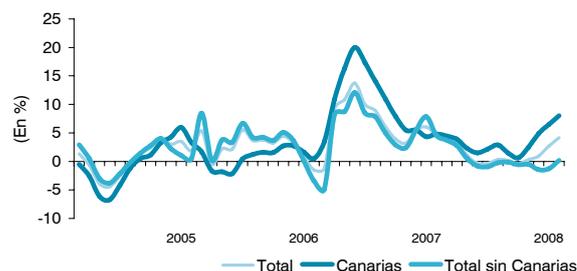
Tan sólo los gestores de establecimientos hoteleros en Canarias han calificado mayoritariamente el cierre empresarial del primer trimestre de 2008 como positivo e igualmente han valorado la Semana Santa de 2008 como similar a la de 2007. En efecto, las condiciones climáticas del archipiélago en el mes de marzo, y en el total del trimestre, favorece tanto el flujo de turistas peninsulares como europeos para disfrutar de los destinos canarios.



Fuente: Exceltur

De hecho sí se elimina el crecimiento de las pernoctaciones en los hoteles canarios, con un elevado peso en este primer trimestre dado que se encuentra en temporada alta, el aumento total de pernoctaciones hoteleras de la costa mediterránea y Baleares en enero y febrero de 2008, sería sólo del 1,8%, en lugar del 5,2%.

Pernoctaciones de en hoteles de las zonas turísticas del litoral y en Canarias. 2004-2008
(Tasa de variación media interanual trimestral)

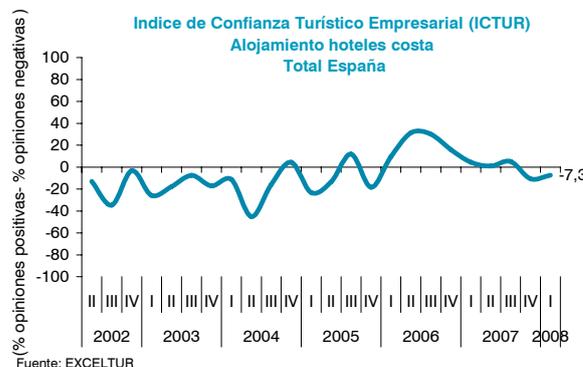


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Leve mejoría de los niveles de confianza a corto, respecto al cierre de 2007

Sin perjuicio de lo anterior, los profesionales del subsector del alojamiento hotelero de costa anticipan un segundo trimestre del año 2008 que aunque con múltiples incertidumbres esperan venga marcado por el mantenimiento de los niveles de ventas de 2007, que supondría una cierta mejora de la rentabilidad empresarial respecto a la observada en los primeros meses de 2008.

En este sentido, los niveles de confianza, aún manteniéndose en negativo, experimentan un cierto repunte para el segundo trimestre respecto al cuarto trimestre del año pasado tal y como muestra el Indicador de Confianza de Exceltur para los hoteles de costa.



Fuente: EXCELTUR

Desfavorable valoración de la Semana Santa en los hoteles de costa

El avance experimentado del 5,2% en el volumen de pernoctaciones hasta el mes de febrero, según la EOH del INE, en el conjunto de destinos de costa españoles, salvo como antes hemos señalado para Canarias, no ha sido suficiente para compensar el mal balance de la semana de Pascua celebrada en el mes de marzo de 2008.

Al progresivo empeoramiento del clima económico internacional con sus posibles efectos sobre las decisiones de gasto turístico, se han unido unas desfavorables condiciones meteorológicas que caracterizan marzo y al igual que otros años en los que la Semana Santa también ha caído en Marzo no han

incentivado el desplazamiento de los turistas para el disfrute del sol y la playa, concretándose en un balance negativo de la Semana de Pascua de 2008.

En concreto, según el 47,4% de los gestores de los alojamientos vacacionales de las costas españolas, los resultados de la Semana Santa de 2008 han sido peores que la de 2007, cuya celebración fue en el mes de abril.



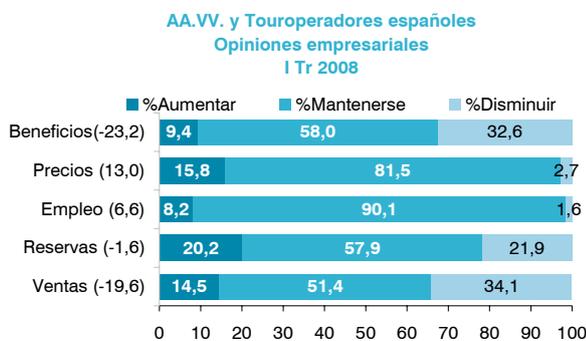
Fuente: Exceltur

GRANDES GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES

Se debilitan aunque levemente los niveles de confianza de las agencias de viaje

La progresiva desaceleración de la economía española y de la renta disponible para el consumo y el gasto turístico de las familias españolas empiezan a inquietar los niveles de confianza de los profesionales de los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles en el primer trimestre de 2008. Se trata, no obstante, de un efecto todavía leve ya que en el conjunto de sus ventas, activadas en buena parte con especiales campañas de comercialización, todavía no han acusado ninguna contracción notable.

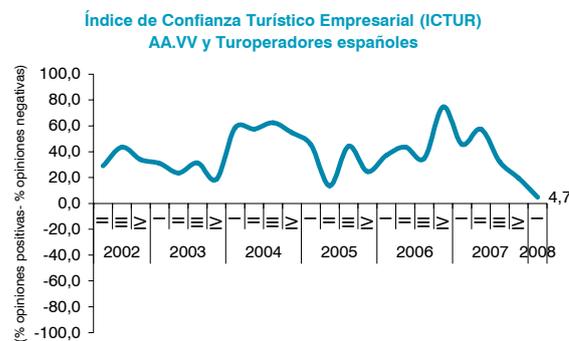
De hecho, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el primer trimestre del año revelan que un elevado porcentaje de los empresarios han manifestado leves descensos y/o estancamiento de ventas y de rentabilidad empresarial, respecto a los niveles alcanzados en 2007.



Fuente: EXCELTUR.
(* Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

En este contexto, el Índice de Confianza Turístico de Exceltur para grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles aún situándose todavía en

niveles positivos, registra en el primer trimestre de 2008 un valor mínimo de 4,7.

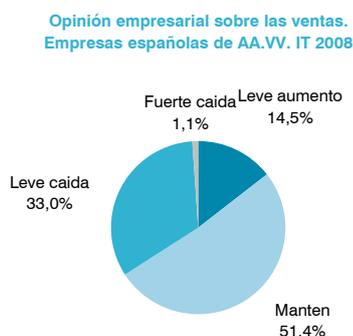


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Mantenimiento generalizado de los niveles de ventas

Tal y como ya anticipaban los gestores de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores en nuestro último informe del mes de enero de 2008, los niveles de ventas del conjunto de este primer trimestre han sido similares a los registrados en el mismo período del año anterior.

En concreto, el porcentaje de gestores de AAVV que ponían de manifiesto un mantenimiento en niveles de ventas similares a los tres primeros meses de 2007 se situaba en el 51,4%. Tan sólo un 14,5% de los mismos percibía un leve aumento interanual de la facturación en el primer trimestre de 2008.



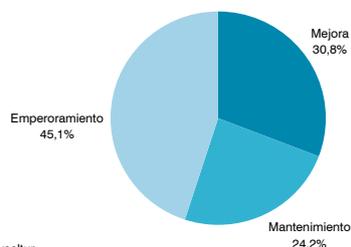
Fuente: EXCELTUR.

Débil impulso en la Semana Santa de la demanda interna a destinos españoles

Las desfavorables condiciones climáticas de la Semana Santa han condicionado a la baja la comercialización de productos nacionales, salvo Canarias. En efecto, la Semana Santa, celebrada en el mes de marzo, ha sido valorada como peor que la de 2007 según el 45,1% de los gestores de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles.

El balance de la Semana Santa ha sido **mucho más positivo** en las ventas a **destinos internacionales** sobre todo a aquellos situados en **zona dolarizadas**, como en Norte América y el Caribe, como ha sucedido en el conjunto del trimestre.

Grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores
Valoración empresarial Semana Santa 2008

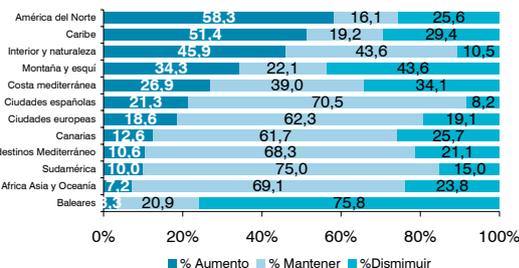


Fuente: Exceltur

Por otro lado, se ha percibido en este trimestre cierta **desaceleración** en las ventas de **destinos urbanos**, tanto europeos como españoles. De hecho, el tono general ha sido de mantenimiento de las ventas en los mismos niveles de la Semana Santa de 2007.

Dentro de los destinos nacionales, y en un periodo del año propicio para el disfrute de la **nieve y de productos de naturaleza**, son estos dos tipos de destinos los que **mejor comportamiento** han experimentado en los días de Pascua de 2008.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos en la Semana Santa de 2008



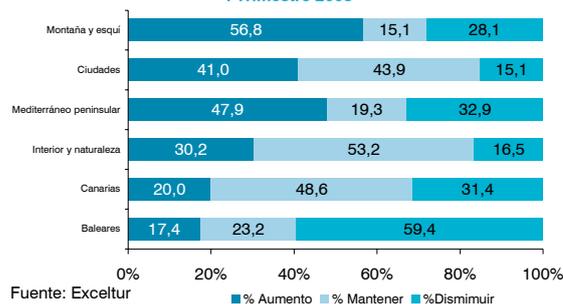
Fuente: Exceltur

Destaca la demanda de los destinos españoles de esquí y montaña

El cierre de las ventas del primer trimestre del año 2008 del emisor español ha sido claramente favorecedor para los destinos de Esquí y Montaña. Según el 56,8% de los gestores de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles las ventas de este producto han sido mejores que las registradas en los tres primeros meses de 2007, que estuvieron caracterizados por la ausencia de nieve, lo que se corrobora con la positiva opinión manifestada por los gestores de estaciones de esquí y de alojamiento hotelero en esas zonas.

Las expectativas de ventas a destinos más asociados al primer trimestre del año, como los urbanos, de Interior y de Naturaleza y Canarias son de mantenimiento en los niveles registrados en enero, febrero y marzo de 2007.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales I Trimestre 2008

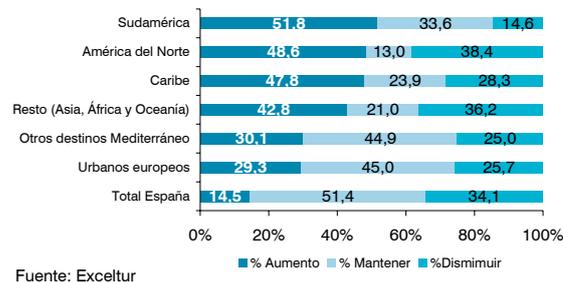


Fuente: Exceltur

Crecen la comercialización de productos y destinos dolarizados

Como era de esperar por la depreciación del dólar, las ventas de viajes de largo recorrido a destinos exóticos (América del Sur, Asia, África y Oceanía), el Caribe y América del Norte, todos ellos productos dolarizados, son en términos de crecimiento relativo las que mejor se comportaron en el primer trimestre de 2008, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos I Trimestre 2008

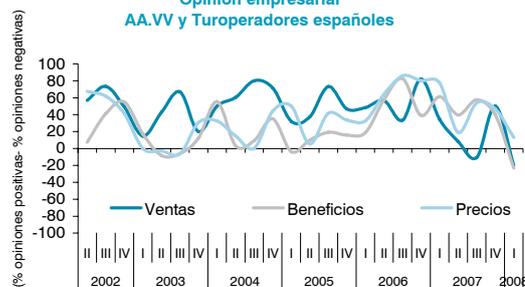


Fuente: Exceltur

Se ralentiza la rentabilidad

A pesar del leve aumento de precios este primer trimestre de 2008 ha observado una menor intensidad en el crecimiento de la rentabilidad de los grandes grupos de agencias de viajes españolas.

Opinión empresarial AA.VV y Touroperadores españoles

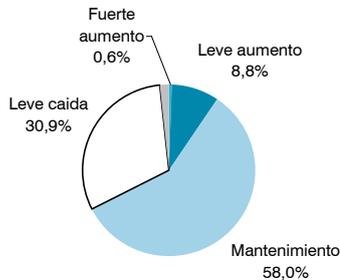


Fuente: EXCELTUR

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

En concreto, según la Encuesta de Clima Empresarial de Exceltur, durante este primer trimestre de 2008 el 58,0% de los grandes grupos emisores de Agencias de Viajes y Touroperadores españoles han registrado un mantenimiento en sus niveles de beneficios respecto al mismo período de 2007.

Opinión empresarial sobre los beneficios. AA.VV. y Touroperadores españoles. IT 2008

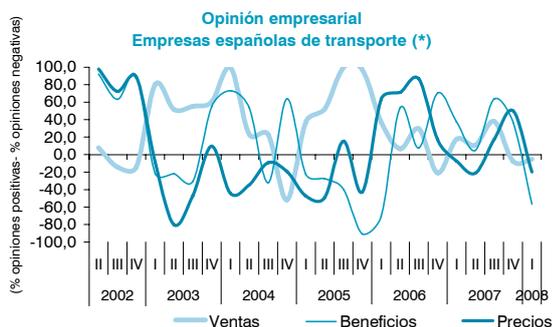


Fuente: EXCELTUR

TRANSPORTE DE PASAJEROS

Caída del nivel de confianza empresarial entre las compañías de transporte en el primer trimestre de 2008

Con la excepción del ferrocarril, el año 2008 ha comenzado de forma desfavorable para las compañías de transporte. Perjudicadas por el marco de sobreoferta y elevada competencia, que ha supuesto otra leve caída de las tarifas medias y que ha servido para mitigar los síntomas de ralentización de la demanda, así como por el continuo incremento del precio del crudo y la mediocre Semana Santa, las empresas de transporte han experimentado un generalizado descenso de los niveles de ventas y de la rentabilidad empresarial, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el conjunto del primer trimestre de 2008.



Fuente: EXCELTUR

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

De hecho, los niveles de confianza de este subsector se sitúan en el primer trimestre de 2008 en niveles más negativos que los ya observados en el último trimestre de 2007, anticipando unos complejos meses primaverales tanto en términos de ventas como especialmente de márgenes, tal como demuestra su Índice de Confianza que alcanza el valor más bajo desde el mínimo observado en el segundo trimestre de 2002.

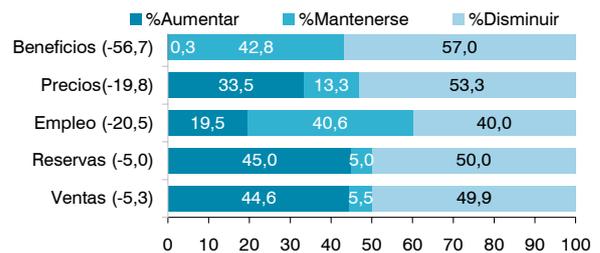


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Generalizado retroceso de rentabilidad empresarial

Bajo estos parámetros, el estancamiento y/o descenso interanual de los beneficios empresariales en el primer trimestre de 2008 ha sido generalizado, y en el caso de algunas compañías aéreas más intenso, según se deriva de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Opiniones empresariales Empresas españolas de transporte I Tr 2008

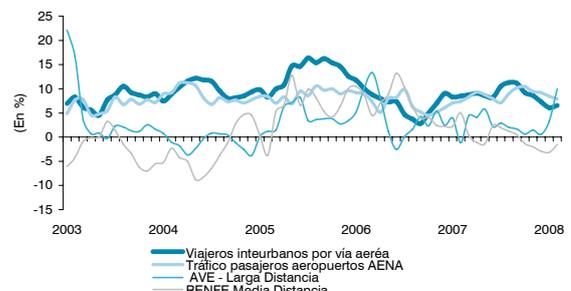


Fuente: EXCELTUR.

(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Sólo el transporte ferroviario, en buena parte gracias al respaldo de demanda que ha tenido la apertura de nuevas líneas de alta velocidad a Barcelona, Málaga y Valladolid, ha disfrutado de una notable mejoría en los resultados de este primer trimestre de 2008, gracias al notable aumento en el número de pasajeros, tal y como revela el gráfico adjunto.

Demanda de transporte aéreo Tasa de variación media trimestral. 2002-2007

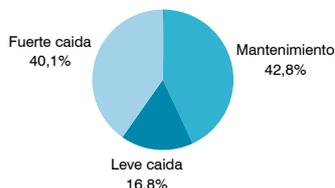


Fuente: Exceltur a partir INE y AENA.

En concreto, según el 40,1% de los gestores de las empresas de transporte de pasajeros el beneficio empresarial en el primer trimestre de 2008 sufrió una

fuerte caída interanual y el 42,8% de los mismos evidenciaban un estancamiento.

Opinión empresarial sobre los beneficios.
Empresas españolas de transporte. IT 2008

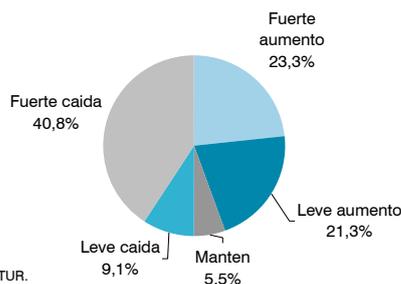


Fuente: EXCELTUR

Descenso de las ventas en España

A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el primer trimestre de 2008, las ventas a destinos españoles se redujeron en el 49,9% de las empresas de este subsector por una caída de los precios, que no tanto por caídas en los tráficos que se han mantenido en buena parte de ellas.

Opinión empresarial sobre las ventas.
Empresas españolas de transporte. IT 2008



Fuente: EXCELTUR.

Los datos de tráfico de pasajeros nacionales e internacionales en los aeropuertos españoles publicados por AENA revelan hasta el mes de febrero un crecimiento interanual acumulado del 8,1%, que baja al 6,2% si se depura el efecto del mes de febrero bisiesto, quedando por debajo del 8,8% con el que cerró 2007.

En el mismo sentido, la información que publica el INE para viajeros internos transportados por vía aérea registraba un incremento interanual hasta el mes de febrero del 7,4%, que bajaría al 5,4% descontado el efecto del año bisiesto, es decir una ralentización respecto al 8,9% de crecimiento anual para el conjunto del año 2007.

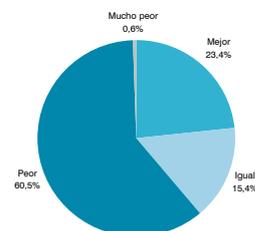
Desfavorable balance de la Semana Santa de 2008

En línea con lo expresado para el trimestre, el comportamiento de la Semana Santa de marzo de 2008 tampoco ha sido favorable para el conjunto de las empresas españolas de transportes de pasajeros.

Así, la valoración de esa semana de Pascua evidencia un modesto balance respecto a los resultados del mismo período vacacional del año 2007. En concreto, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial

de Exceltur de este primer trimestre de 2008, el 60,3% de los gestores de estas empresas califican como peor esos días de esa semana y tan sólo el 28,4% como mejor

Transporte
Valoración empresarial de la Semana Santa de 2008
respecto a la de 2007

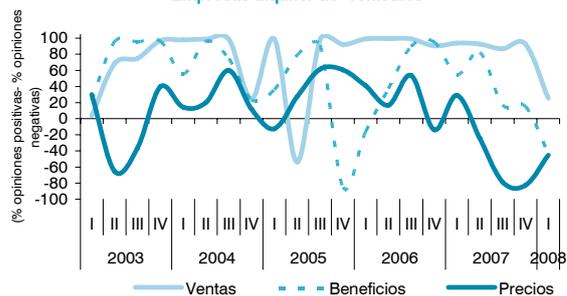


Fuente: Exceltur

Alquiler de Vehículos

La actividad de las empresas de alquiler de vehículos en los tres primeros meses de 2008 se ha visto condicionado por su creciente competencia, el crecimiento del precio de la gasolina y el desfavorable comportamiento de la actividad turística en la mayoría de los destinos españoles en la Semana Santa de 2008.

Opinión empresarial
Empresas alquiler de vehículos

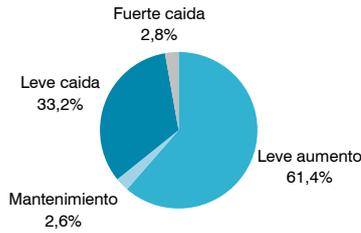


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Desaceleración en el avance interanual de las ventas

En este sentido, a pesar de que todavía prevalece el número de empresas que siguen observando mejoras interanuales en los niveles de ventas (61,4%), comienza a percibirse un importante porcentaje de las mismas que experimentaron caídas durante el primer trimestre de 2008, 33,2% según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el primer trimestre de 2008.

Opinión empresarial sobre las ventas
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IT 2008

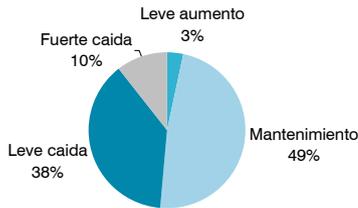


Fuente: EXCELTUR.

Tarifas a la baja y la creciente presión sobre los costes merman la rentabilidad

Nuevamente el entorno de sobreoferta y creciente competencia ha tenido su efecto sobre las tarifas de las empresas de alquiler de coches en este primer trimestre. De hecho, el 48% de los gestores de empresas de alquiler de coches han reducido los precios en este primer trimestre del año, la mayoría de ellos de manera leve, y el 49% manifestaba un mantenimiento de las tarifas.

Opinión empresarial sobre los precios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IT 2008

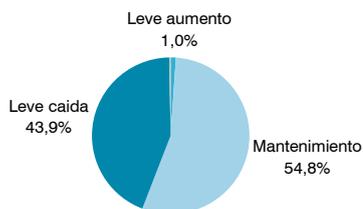


Fuente: EXCELTUR

El estancamiento de ventas, las tarifas a la baja, y la presión sobre los costes, han mermado notablemente la rentabilidad empresarial en este subsector en el primer trimestre de 2008.

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el primer trimestre de 2008 revelan que un 54,8% de las empresas del subsector de alquiler de vehículos consiguió mantener los beneficios empresariales en niveles del primer trimestre de 2007, mientras un 43,9% de las mismas registró una leve caída.

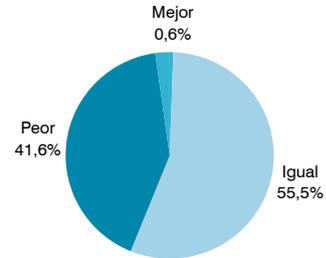
Opinión empresarial sobre los beneficios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IT 2008



Fuente: EXCELTUR.

La valoración de las Semana Santa de 2008 en el subsector de alquiler de vehículos ha sido modesta. De hecho, el 55,5% de los profesionales la calificaron como similar a la de 2007 y el 41,6% como peor, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

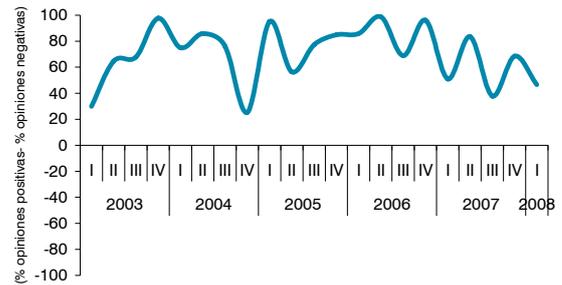
Alquiler de vehículos
Valoración empresarial de la Semana Santa de 2008 respecto a la de 2007



Fuente: Exceltur

Sin perjuicio de lo anterior, los empresarios de este subsector anticipan un leve aumento de la demanda en los meses primaverales, que esperan frene la caída percibida de su rentabilidad empresarial en el inicio del año, lo que no termina de impedir una cierta pérdida de confianza.

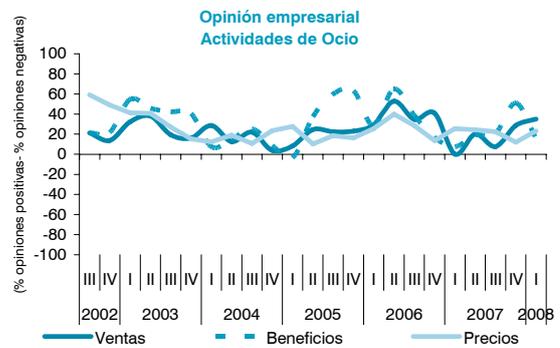
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Alquiler de coches



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

OCIO

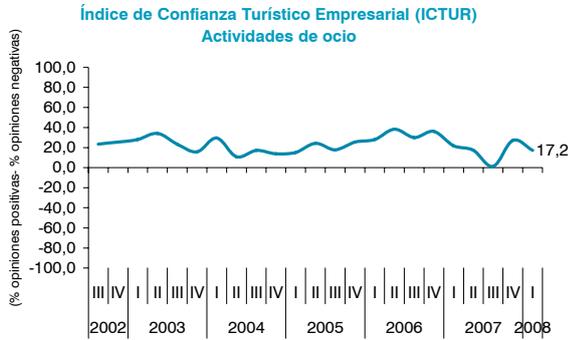
Se prolonga el continuado dinamismo de las actividades relacionadas con el disfrute del ocio



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

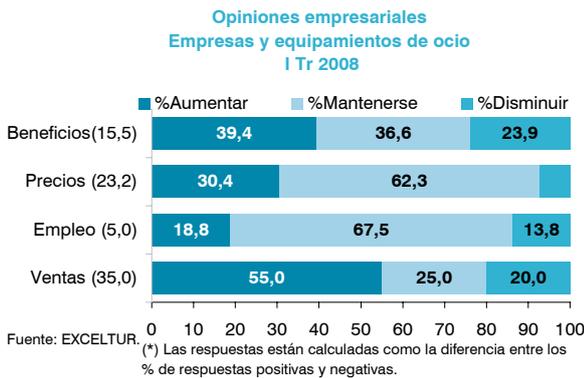
La explotación de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR para el primer trimestre revela

que el devenir de la actividad relacionada con el disfrute del ocio se ha mantenido en una senda positiva en este comienzo del año 2008. De hecho, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial para las empresas relacionadas con actividades de ocio se ha mantenido en niveles positivos y muy similares a la media del año 2007.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Las ventas en enero, febrero y marzo de 2008 en este tipo de instituciones y equipamientos relacionados con el ocio crecieron en el 55,0% de las mismas, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. En el marco de un leve estancamiento generalizado de precios, este avance de ventas se ha concretado en la mejora sus resultados según el 39,4% de los profesionales del subsector.



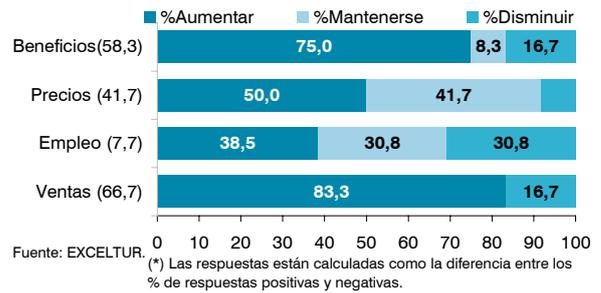
Fuente: EXCELTUR.

(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Las estaciones de esquí y montaña han revertido claramente en este primer trimestre de 2008 los negativos registros del inicio del año anterior debido a las mejores condiciones meteorológicas y a las inversiones realizadas en la mejora y ampliación de sus instalaciones.

En concreto, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para las Estaciones de Montaña y Esquí revelan un incremento de la rentabilidad en el primer trimestre de 2008 en el 75% de las mismas, de la mano de un generalizado aumento de las ventas respecto a unos meses de 2007 que carecieron de nieve y de un leve aumento de los precios en el 50% de las estaciones.

Opiniones empresariales Estaciones de Esquí y Montaña I Tr 2008



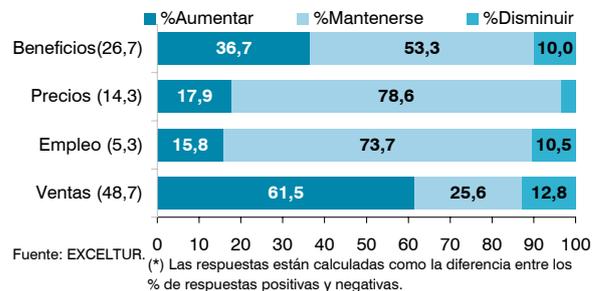
Fuente: EXCELTUR.

(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Los principales indicadores de negocio del segmento de turismo cultural se mantienen en un tono positivo, testigos del constante incremento de la demanda de este tipo de actividades, de la paulatina mejor integración en la oferta global de los destinos turísticos españoles, de la favorable incidencia de la celebración de nuevas exposiciones y grandes eventos y de las positivas campañas de promoción de las mismas.

El incremento interanual de afluencia en los tres primeros meses de 2008 ha sido también percibido de manera generalizada en los museos y monumentos que, sin embargo, han mantenido las tarifas en un 78,6% de los casos en niveles similares de los de 2007.

Opiniones empresariales Museos y Monumentos I Tr 2008

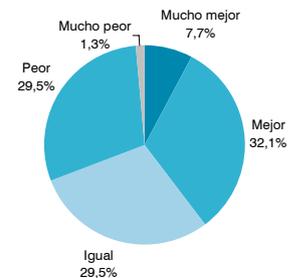


Fuente: EXCELTUR.

(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

El balance empresarial de la Semana Santa de 2008 percibido por los gestores de las diversas instituciones relacionadas con el disfrute del ocio ha sido disímil en los diferentes subsectores que forman las mismas

Ocio Valoración empresarial de la Semana Santa de 2008 respecto a la de 2007



Fuente: Exceltur

Así, las estaciones de esquí han valorado de manera generalizada la Semana Santa de marzo de 2008 como mejor que la de 2007 favorecidas por las mejores condiciones de nieve. La celebración más adelantada de la Semana Santa en el mes de marzo de 2008 ha reducido, sin embargo, parte de la actividad en los

parques temáticos abiertos en esta fecha y la afluencia a los campos de golf. Por su parte, el comportamiento de las visitas a museos y monumentos se siguió comportando positivamente en la semana de Pascua de 2008.

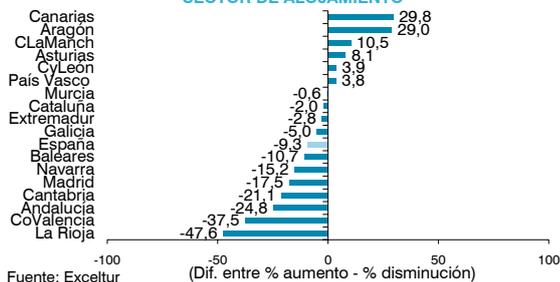
D. TENDENCIAS POR DESTINOS

Complejo inicio del año turístico 2008 en la mayoría de los destinos turísticos españoles, salvo Canarias que repunta

Los resultados que se derivan de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur relativos a los tres primeros meses del año 2008 ponen de manifiesto un complejo inicio de año en los destinos turísticos nacionales urbanos y, si bien no es su temporada relevante, en la mayoría de los de sol y playa, con la excepción de Canarias.

Mientras Aragón, las dos Castillas, la España Verde y Canarias, han comenzado el año de manera positiva, los resultados desglosados por destinos evidencian una percepción desfavorable en la mayoría de las comunidades autónomas.

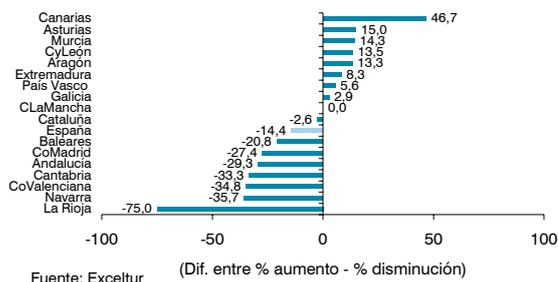
Confianza empresarial ICTUR
I Trimestre 2008
SECTOR DE ALOJAMIENTO



La **pérdida del dinamismo de las ventas** en este primer trimestre de 2008, la **caída de la rentabilidad empresarial** en un contexto de presión de costes y las **cautelosas expectativas** con las que se afronta el segundo trimestre del año explican este tono de inquietud generalizada en gran parte de los destinos turístico españoles.

Las valoraciones empresariales revelan una disparidad de opiniones geográficas sobre el crecimiento de las ventas en los tres primeros meses de 2008 respecto a los registros del mismo período del año anterior.

Opinión empresarial sobre las ventas
I Trimestre 2008
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Canarias refleja el comportamiento de ventas más positivo

Dentro de los destinos con un arranque favorable del año, destaca el elevado consenso empresarial en cuanto a la mejoría de los niveles de facturación en **Canarias, con un 62% de profesionales del sector turístico que manifiestan haber elevado sus niveles de ventas respecto al primer trimestre de 2007**. De hecho, según la EOH del INE, el crecimiento de las pernoctaciones hoteleras en Canarias en los meses de enero y febrero de 2008 explica el 41,4% del crecimiento de esta variable para el total de España en dicho período de tiempo.

En **Aragón**, en vísperas de la celebración de la Expo 2008 de Zaragoza y con una favorable temporada en su producto de montaña y esquí, un 40% de los empresarios evidencian igualmente **un aumento de sus ventas**.

Entre los destinos de interior y la España Verde, sobresale la favorable evolución de la facturación en **Castilla y León y Asturias**. En concreto, según el 42% y el 40% de los profesionales hoteleros de esas dos comunidades, las ventas en el primer trimestre de 2008 fueron superiores a los niveles observados en el mismo período de 2007.

Se resiente la evolución de las ventas y rentabilidad en la Comunidad de Madrid, Andalucía y la Comunidad Valenciana

Partiendo de los buenos niveles registrados en 2007, la desfavorable evolución de la actividad turística de la Semana Santa de 2008 en el caso de Andalucía y la Comunidad Valenciana, poco propicia por las condiciones climáticas para el disfrute de sus playas, sustenta la desfavorable percepción empresarial sobre sus ventas en este primer trimestre.

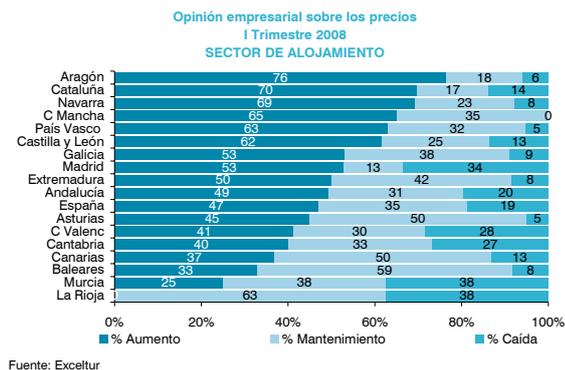
De hecho, en zonas como las Comunidades de Andalucía y Madrid, el leve aumento de los precios no ha podido contrarrestar los efectos de una caída generalizada en ventas. En este sentido, el 56% y el 62% de los empresarios madrileños y andaluces percibían leves retrocesos de beneficios en el primer trimestre de 2008.

La política de precios aplicada en las diversas zonas turísticas ha sido heterogénea ante una ralentización de la actividad turística en gran parte de los destinos españoles. Si bien en algunos destinos ha amortiguado el estancamiento de las ventas, en otros no ha posibilitado que la evolución de la facturación se haya trasladado con

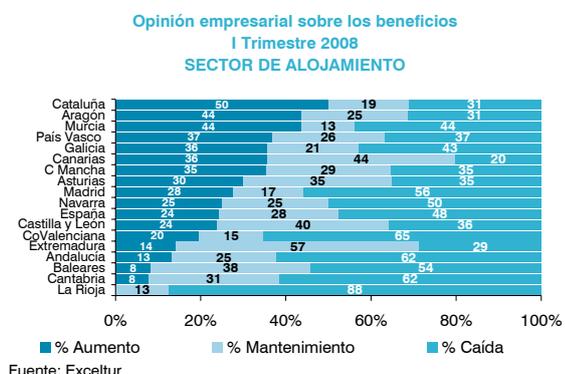
la intensidad deseada en una mejoría de los márgenes y beneficios empresariales en el primer trimestre de 2008.

Mayores niveles de rentabilidad del sector empresarial en Cataluña, Aragón, País Vasco y Canarias

En ese sentido cabe destacar Cataluña y el País Vasco, donde el 70% y el 63% de los profesionales hoteleros manifestaban haber subido levemente sus precios en los tres primeros meses de 2008, han conseguido mejorar la rentabilidad empresarial respecto a los niveles del primer trimestre de 2007, con unas ventas tan solo mantenidas.



En Aragón, el 76% de los establecimientos han elevado levemente las tarifas, lo que unido a la manifiesta mejora de sus ventas ha posibilitado un elevado consenso en cuánto a la mejora de la rentabilidad empresarial en el primer trimestre de 2008.



En Canarias, a pesar de la política de contención de precios, la percepción sobre la evolución de beneficios es favorable en el 80% de los hoteles, dado el positivo comportamiento de la demanda que ha facilitado su mejora y/o mantenimiento.

Generalizado descenso de la actividad turística en la Semana Santa de 2008

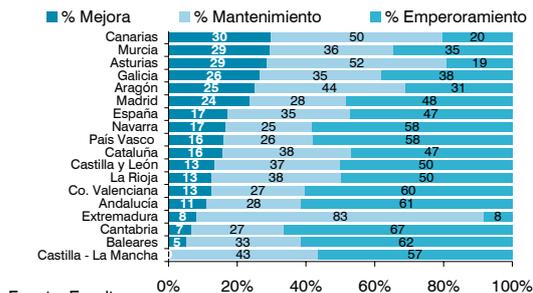
A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la valoración turística de la **Semana Santa de 2008 ha sido en general desfavorable a lo largo de los destinos españoles.**

En efecto, tan sólo los destinos posicionados en el producto de montaña, deportes invernales y de naturaleza como Aragón, Asturias y Galicia, así como Canarias,

dentro de los destinos de sol y playa, y Extremadura, en los de interior, han experimentado una Semana Santa similar o mejor a la celebrada en abril en el año 2007.

Su adelanto al mes de marzo, las comentadas desfavorables condiciones meteorológicas de los días de Pascua y los primeros síntomas de ralentización del gasto turístico del español, que no ha favorecido la compra de última hora, han condicionado a la baja el devenir de la actividad turística de los destinos de costa y de proximidad tal y como queda de manifiesto en el gráfico adjunto.

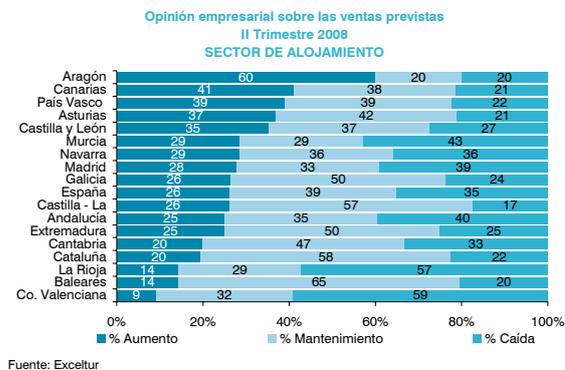
Opinión empresarial sobre la comparación de la SEMANA SANTA de 2008 respecto a la de 2007
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Grandes y generalizadas cautelas ante la evolución del segundo trimestre del año

Las perspectivas para el segundo trimestre de 2008 vienen marcadas por una gran cautela por las crecientes incertidumbres que conlleva la progresiva desaceleración económica nacional e internacional. Tan sólo Aragón, dada la celebración de su gran exposición universal que abre el 14 de junio de 2008, muestra unas claras expectativas de mejoría con un 60% de profesionales del sector que esperan mejorar sus niveles de ventas respecto a los del segundo trimestre de 2007.

La mayoría de los gestores de establecimientos hoteleros del resto de destinos se inclinan por unas previsiones de mantenimiento en cuánto al posible devenir de sus ventas en los meses primaverales con la excepción de los de la Comunidad Valenciana, muy condicionados por unos niveles de referencia del año 2007 muy difíciles de superar por la pasada celebración de la America's Cup.



D.1. Destinos urbanos

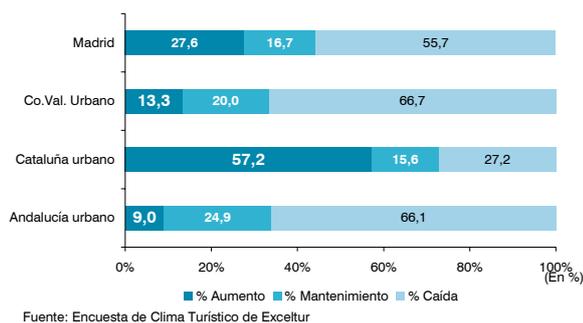
Baja la rentabilidad y la confianza empresarial en los destinos urbanos, salvo en Cataluña

Como se ha comentado en el apartado de hotelería urbana, el arranque del año turístico 2008 ha sido testigo de un debilitamiento de los niveles de confianza empresarial en los principales ciudades españolas, con la excepción de las catalanas, debido a una desaceleración de su demanda, sobre todo la nacional, que ha reducido los niveles de ocupación y se ha concretado en un descenso generalizado de la rentabilidad empresarial en el 49,6% de los hoteles urbanos españoles.

La explotación específica de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para zonas urbanas en cuatro Comunidades donde se ubican algunas de las más relevantes ciudades turísticas españolas, revela un generalizado descenso de la rentabilidad empresarial en los tres primeros meses de 2008 en Madrid, las ciudades de la Comunidad Valenciana y los destinos urbanos andaluces.

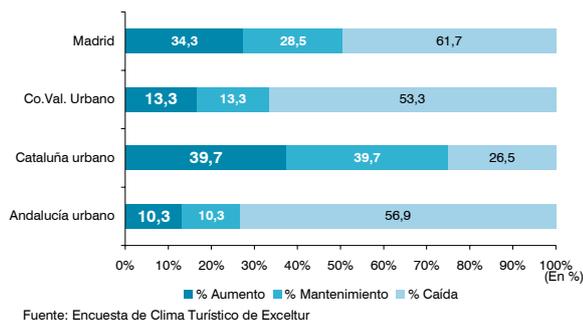
Las ciudades catalanas han sorteado en este primer trimestre de año el retroceso observado en el conjunto de la hotelería urbana española debido a la mejor evolución de sus márgenes por una política más agresiva de subida de tarifas, a pesar de no elevarse sus niveles de ocupación.

Opiniones empresariales. Destinos urbanos
Var % en Beneficios IT 2008/IT 2007



En efecto, mientras que los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el primer trimestre de 2008 revelan un descenso de las ventas en los hoteles urbanos madrileños, andaluces y valencianos, en el 39,7% de los hoteles situados en los principales destinos urbanos de Cataluña se ha experimentado una mejoría de los niveles de ventas del primer trimestre de 2007 y en el 39,7% se ha percibido un mantenimiento.

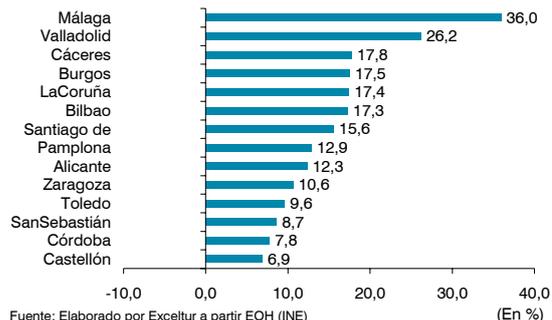
Opiniones empresariales. Destinos urbanos
Var % en Ventas IT 2008/IT 2007



Las pernoctaciones hoteleras del INE acumuladas hasta el mes de febrero de 2008 corroboran igualmente desde otra perspectiva, incluso a pesar del efecto calendario por el día adicional del febrero del presente año bisiesto, ritmos más modestos del crecimiento del volumen de demanda, que los observados en los dos años precedentes.

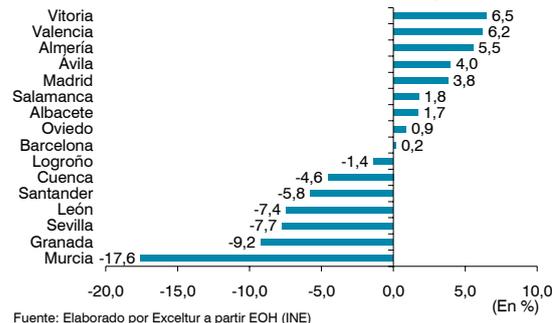
Un análisis más detallado de los destinos urbanos que mejor sortean la contracción de la demanda turística demuestra que ciudades como Málaga y Valladolid se favorecen claramente de su nueva conexión con Madrid por el nuevo tren de alta velocidad y Zaragoza se beneficia de los preparativos previos a la EXPO 2008.

Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-Feb 2008/2007



Por otro lado tres de las principales ciudades turísticas españolas, esto es, Madrid, Barcelona y Sevilla experimentan en los dos primeros meses de 2008 una desaceleración de la senda de crecimiento de períodos precedentes. En el caso de Valencia, y aunque la demanda prosigue creciendo a ritmos del 6,2% hasta el mes de febrero de 2008, el elevado número de nuevas plazas hoteleras en el mercado, se ha concretado en un retroceso de -4,7 p.p. en los niveles de ocupación según el INE, que sustenta el desfavorable balance empresarial del primer trimestre de 2008 entre los gestores de establecimientos hoteleros valencianos.

Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-Feb 2008/2007



D.2. Destinos vacacionales

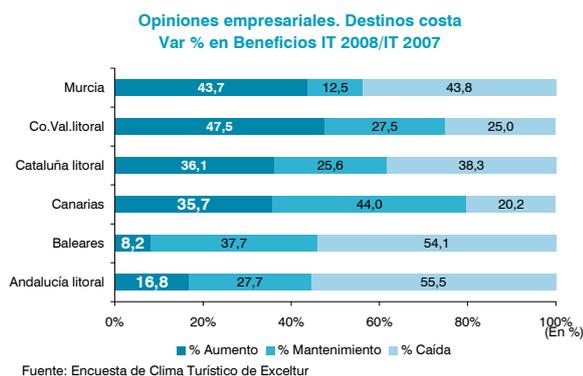
A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur del primer trimestre de 2008 y la información recogida para las zonas turísticas procedente de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE hasta el mes de febrero, **el devenir de la actividad turística en las zonas costeras ha sido dispar en los primeros tres meses de 2008, aunque en promedio más desfavorable que el arranque de 2007 para los distintos destinos turísticos del litoral.**

Si bien en un periodo que por su clima no es el mas relevante para estos destinos, salvo Canarias que ha repuntado, el generalizado comportamiento más desfavorable de la Semana Santa de 2008 en la mayoría de ellos y los primeros síntomas de desaceleración del gasto turístico nacional en un entorno macroeconómico en el que sigue contrayéndose la renta disponible para el consumo, anticipan un complejo comportamiento de la actividad turística en los próximos meses primaverales y mantienen los niveles de confianza empresarial en clave negativa.

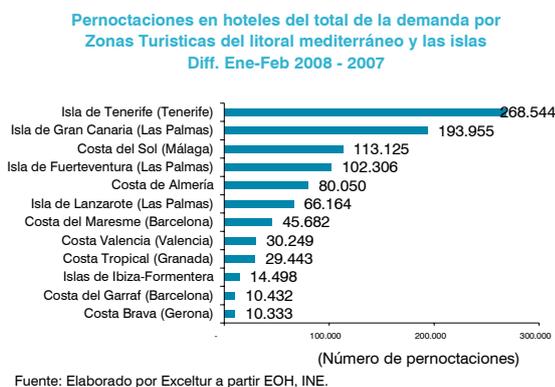
Las zonas turísticas del archipiélago canario son las protagonistas del primer trimestre de 2008

Tras varios años con dificultades, los profesionales canarios del subsector del alojamiento experimentan avances en todas las principales variables de negocio y se concretan en una mejora de sus niveles de confianza.

Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el primer trimestre de 2008, el 35,7% de los hoteleros canarios experimentaron subidas interanuales de beneficios y el 44,0% de los mismos mantuvieron las del primer trimestre de 2007 ya que el crecimiento de sus ventas se vio acompañado de una contención de tarifas, que no les permitió mejorar sus márgenes.



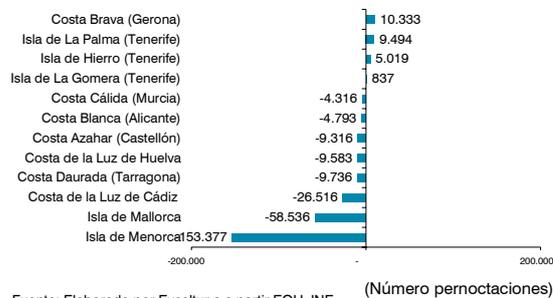
Corroborando esta tendencia, y con información oficial hasta el mes de febrero, los datos de la EOH del INE desagregados por zonas turísticas dan cuenta del positivo comportamiento de la demanda en los destinos canarios tanto en términos porcentuales como de volumen.



Aunque con un menor peso en el balance total del año, destaca la positiva valoración de los gestores de

establecimientos del litoral de la Comunidad Valenciana, que en un elevado porcentaje percibieron mejoras interanuales en las ventas y en los beneficios empresariales agregados en el primer trimestre de 2008.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Diff Ene-Feb 2008 - 2007

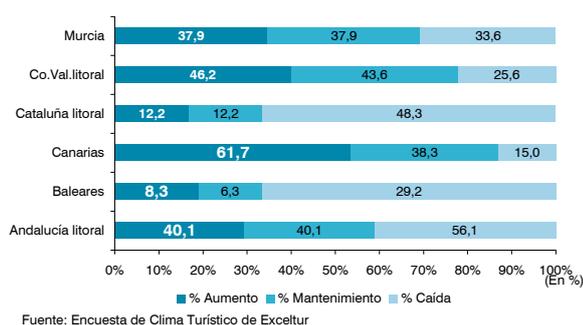


Igualmente los datos oficiales destacan un buen comienzo del año en la Costa de Sol de Málaga que sin embargo no cierra el trimestre favorablemente dadas las inclemencias climatológicas sufridas en marzo que perjudicaron notablemente el comportamiento de la actividad turística en la Semana Santa y en el agregado del primer trimestre.

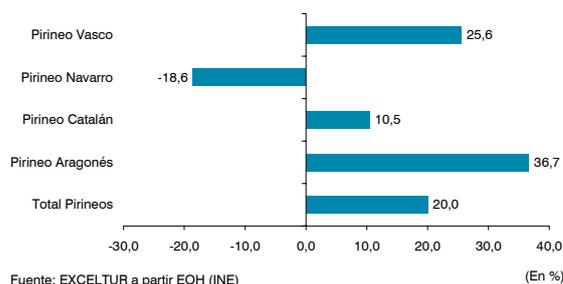
De hecho las opiniones recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial del primer trimestre de 2008 en el conjunto de todos los establecimientos hoteleros de carácter vacacional ubicados en el litoral andaluz y catalán evidencian un generalizado descenso de las ventas en ese periodo, que en un marco de contención de los precios y elevación de costes, se ha traducido en un deterioro de la rentabilidad empresarial en gran parte de esos establecimientos.

El balance del primer trimestre de los profesionales hoteleros en Baleares que arroja una leve caída de ventas y beneficios es aún poco significativo para extrapolar tendencias por ser esos meses de temporada baja y encontrarse la mayoría de establecimientos cerrados. En ese sentido cabe señalar, que el promedio histórico de las pernoctaciones hoteleras en Baleares en los tres primeros meses sólo suponen el 6,0% del total anual. Por otra parte las expectativas empresariales para los meses de primavera según la última encuesta de confianza empresarial de EXCELTUR, apuntan al mantenimiento de ventas y beneficios obtenidos en el segundo trimestre de 2007.

Opiniones empresariales. Destinos costa
Var % en Ventas IT 2008/IT 2007



Comportamiento de las pernoctaciones hoteles en las zonas turísticas del Pirineo
Tasa de variación interanual. Ene-Feb 2008/2007



D.3. Destinos de la España Verde e interior

Buen comportamiento de las zonas turísticas de montaña y los destinos vinculados a la naturaleza

Tal y cómo antes señalábamos, tanto los indicadores oficiales disponibles como los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revelan un **favorable balance de la actividad turística en el primer trimestre de 2008 en buena parte de las comunidades de interior y de la España Verde**. Ello da continuidad a la senda de crecimiento y gran recorrido observado en estos últimos años en esta línea de productos turísticos y de los destinos especializados en ellos, algunos de los cuales se han visto favorecidas este primer trimestre por una mejor campaña de esquí que la del año 2007.

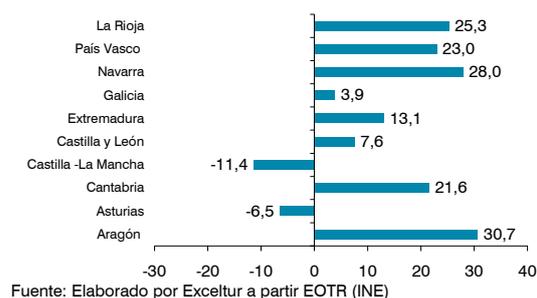
Igualmente, señalábamos antes como los empresarios de **Asturias, Aragón, País Vasco y Galicia** manifiestan variaciones interanuales positivas en términos de volumen y rentabilidad empresarial en el primer trimestre de 2008. Destacando los buenos resultados de Aragón en tanto su zonas del pirineo han registrado uno de los incrementos más notables de demanda en el inicio del año 2007.

Positivo devenir de la actividad turística en las zonas pirenaicas y rurales

Corroborando lo anterior y con datos oficiales acumulados hasta el mes de febrero de 2008, la EOH del INE revela como el crecimiento de las pernoctaciones en el pirineo aragonés en esos meses fue del 36,7% respecto al mismo período de 2007, con casi 90 mil pernoctaciones más.

Así mismo la demanda de alojamiento rural también ha prolongado en el comienzo del año 2008 la senda de crecimiento observada desde el comienzo de la década. De hecho, según la EOTR del INE la variación interanual en el número de pernoctaciones en alojamiento rural ha sido positiva en la mayoría de los destinos de interior y la España Verde, destacando por sus ritmos y volumen del crecimiento de las noches en este tipo de alojamientos en el País Vasco, Navarra, Castilla y León y Aragón.

Comportamiento de las pernoctaciones de alojamiento de turismo rural
Ene-Feb 2008/2007 (%)



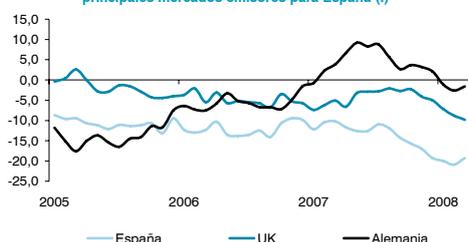
Se acentúa la incertidumbre para los próximos meses

A. CONDICIONANTES GENERALES

El escenario económico internacional se ensombrece y se prevé que acabará afectando al gasto turístico

Las previsiones de múltiples fuentes para 2008 sobre el crecimiento de la economía mundial y la de los principales mercados emisores europeos de turistas hacia España, y muy especialmente las que afectan al mercado interno, se han ido revisando a la baja en las últimas semanas, ante un entorno cada vez menos favorable. La desaceleración de la economía estadounidense, la persistencia de su crisis crediticia, el contagio a los países desarrollados, la depreciación del dólar, las tensiones inflacionistas, la elevación de los precios del crudo y los problemas del sector inmobiliario son riesgos globales que se están dejando notar en todas las economías y marcadamente en la española, que comporta notables implicaciones para los destinos turísticos españoles.

Indicadores de confianza de los consumidores de los principales mercados emisores para España (I)



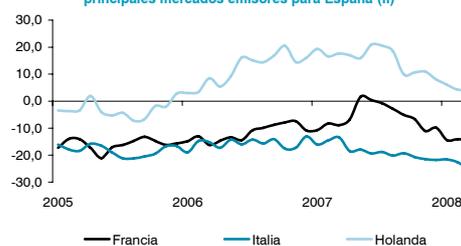
Elaborado por Exceltur a partir de Comisión Europea

En consecuencia, el escenario macroeconómico actual y sus consecuentes implicaciones para el consumo no es el más propicio para esperar una buena temporada turística en 2008, por cuanto ya está afectando a los indicadores de confianza de los consumidores de nuestros principales mercados emisores de turistas (ver gráfico superior e inferior) y están comenzado a traducirse en un avance del desempleo, hasta ahora contenido en la mayor parte de los países desarrollados, que en España los analistas prevén

comenzará a tener incidencia durante el cuarto trimestre del año.

A pesar de la demostrada mayor inmunidad del consumo de viajes a los distintos avatares sufridos en los últimos años, lo cierto es que la combinación de estos factores con los que llevan reduciendo en estos últimos meses la renta disponible de las familias, como las tensiones inflacionistas y la subida de tipos de interés en Europa, **apuntan un recorte de los gastos turísticos de las familias europeas, lo que no significa necesariamente que vayamos a asistir a una caída en el volumen de viajes pero si en cuanto a su derrama económica en destino.**

Indicadores de confianza de los consumidores de los principales mercados emisores para España (II)



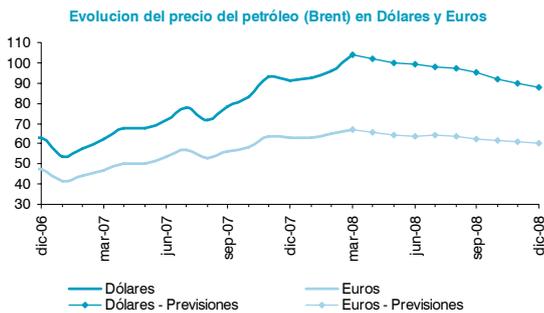
Elaborado por Exceltur a partir de Comisión Europea

La respuesta que las familias europeas puedan adoptar ante un escenario de menor renta disponible para el consumo será la clave que marque la evolución del sector turístico español en este año 2008, cuyos mayores impactos esperamos que se produzcan cuando empiece a resentirse el empleo en el segundo semestre del año, una vez transcurrida nuestra temporada punta de verano. En el contexto actual, no es despreciable tampoco el papel que pueda jugar la evolución de otras variables que inciden sobre la eficacia operativa de las empresas y la situación competitiva de otros países y destinos alternativos a los españoles.

No se espera un encarecimiento de los costes financieros para las empresas, mientras la fortaleza del euro seguirá beneficiando a los destinos dolarizados

Entre los factores más destacados que pueden incidir en el sector turístico español en este año 2008 y con las cautelas que introduce la elevada incertidumbre en cualquier ejercicio de prospectiva, se pueden destacar:

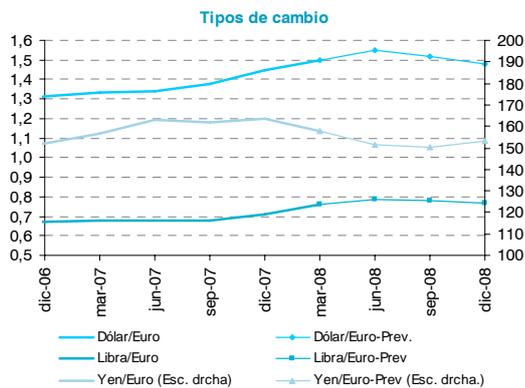
1. Las expectativas de los analistas sobre el precio del crudo apuntan una reducción paulatina en los próximos meses. Tras haber alcanzado un máximo histórico en abril superando el precio del petróleo los 110 dólares por barril, a finales de año podría llegar a registrar un precio menor a los 90 dólares si las condiciones geopolíticas lo permiten, mayor, en cualquier caso, al precio medio del año 2007. Con esta evolución esperada, las compañías aéreas tendrán que soportar una fuerte presión sobre sus costes en 2008, lo que puede llegar a afectar al precio final de los billetes y/o a la salud financiera de muchas compañías que se verán obligadas a fuertes recortes de costes o procesos de concentración para poder subsistir.



Fuente: Elaboración propia a partir de Ecwin y Consensus

2. La evolución descontada por los analistas sobre la evolución del dólar para los próximos meses no hace prever que ejerza el papel de limitador del aumento del precio del petróleo en euros, que ha desempeñado en estos dos últimos años. Aunque el dólar ha alcanzado un techo de depreciación por debajo de los 1,6 dólares por euro, **las perspectivas de los analistas para 2008 son de una leve apreciación paulatina del dólar hasta niveles inferiores a 1,5 dólares por euro para finales de año**, si bien esta apreciación es modesta y todavía incierta, lo que hace difícil extraer claras implicaciones para el sector turístico español.

Lo que sí es previsible es que la fortaleza del euro siga favoreciendo los destinos competidores de los españoles cuyas monedas están vinculadas a la dinámica del dólar.



Fuente: Elaborado por AFI para Exceltur y previsiones

3. Tras haber vuelto a mantener el Banco Central Europeo las tasas de interés en el 4% durante este mes de abril, **no se esperan grandes cambios de las condiciones monetarias en la Zona Euro**. La incertidumbre a día de hoy es alta por cuanto, si el reciente encarecimiento de las materias primas que siguen presionando al alza el IPC de los países europeos reclama una subida de los tipos de interés, la desaceleración esperada de la economía impulsaría su recorte a la baja.

4. **La próxima celebración de acontecimientos deportivos en plena campaña estival, como las Olimpiadas de Shangai y la Eurocopa de fútbol de Austria-Suiza**, si bien en otras temporadas no han tenido un efecto importante sobre la redirección de flujos turísticos, en este momento **puede ser un motivo adicional para no emprender un viaje turístico**. En sentido contrario, España contará a su favor con la celebración de la Exposición Universal de Zaragoza, que puede jugar un papel dinamizador de la demanda

turística, que no pensamos vaya a extenderse más allá de la ciudad de Zaragoza y su área de influencia.

5. **La mayor competencia de los países del Mediterráneo Oriental**, con una creciente ventaja en precio, dentro de una coyuntura que tenderá a darle más valor como factor de decisión del destino, hará que previsiblemente vayan a ganar cuota de mercado a los destinos españoles en 2008 en el producto de sol y playa, si se mantiene la relativa estabilidad geopolítica de los últimos meses.

6. **Las mayores oportunidades en materia de movilidad para el turismo internacional que abren las nuevas iniciativas "Open Skies"**, la aparición de vuelos low-cost transoceánicos y la creación de nuevos trayectos y destinos que van a introducir mayor competencia, pero también mayores oportunidades para destinos de calidad y visibilidad global como son algunos de los españoles, con una marca e imagen turística cada día mejor posicionada.

7. **La positiva multiplicación en España durante 2008 de la oferta de trayectos de alta velocidad ferroviaria** que crean nuevas formas de viajar y abren mercado para unos circuitos de turismo interior y urbano, mejor interconectados con destinos aeroportuarios muy activos en los últimos años.

B. PERSPECTIVAS MACROECONÓMICAS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Pocas alegrías del mercado interno y el británico para 2008, mientras se espera un cierto crecimiento del turismo alemán y francés en un contexto de mayor competencia y gran sensibilidad al precio

España

Las crecientes dudas sobre el dinamismo de la economía española se están materializando en continuos recortes en sus previsiones de crecimiento para el año 2008 y la temporada de 2009, como recientemente han puesto de manifiesto el Banco de España, el BBVA y el Fondo Monetario Internacional. No hay duda que **a medida que avance el año la ralentización de la economía española se va a ir acentuando lo que acabará afectando a los viajes de los españoles y sus gastos turísticos**.

El IPC en España ha repuntado hasta el 4,4% interanual en febrero, la cifra más alta desde noviembre de 1995, debido al encarecimiento de las materias primas y la subida en bienes de primera necesidad y de consumo habitual y muy vinculado al sector turístico (alimentos y transporte). Las perspectivas a corto plazo son de mantenerse niveles elevados en las tasas de inflación, aunque con una tendencia a la baja para la segunda mitad del año.

Todo parece indicar que a pesar del encarecimiento de los alimentos, la gasolina y las hipotecas, los mayores efectos sobre los niveles de consumo y gasto turístico se van a producir cuando la situación económica se traduzca

en destrucción de empleo neto, lo cual estiman las principales casas de análisis, que pudiera comenzar a suceder durante el segundo semestre y acentuarse en el cuarto trimestre de 2008. Hasta entonces las mayores implicaciones sobre la decisión de viajar y el presupuesto del viaje vendrán determinadas por la percepción de incertidumbre de los hogares, que los indicadores oficiales revelan que ya les ha llevado a comenzar a ahorrar en estos meses.

En base a estos condicionantes, **podemos esperar un segundo trimestre de cautela, verano de vacaciones**

Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2008-2009)										
	PIB (a)				Consumo privado (a)(b)				Tasa de Paro (c)	
	2008TI	2008TII	2008	2009	2008TI	2008TII	2008	2009	2008 (p)	2009 (p)
	(p)	(p)	(p)	(p)	(p)	(p)	(p)	(p)		
Alemania	1,3%	1,6%	1,7%	1,8%	1,0%	0,6%	1,1%	1,5%	8,1%	7,9%
España	3,1%	2,5%	2,4%	1,9%	2,4%	2,2%	2,2%	1,9%	9,6%	10,0%
Francia	1,8%	1,8%	1,6%	1,8%	2,1%	2,1%	1,9%	2,1%	7,8%	7,7%
Italia	0,7%	0,9%	0,8%	1,2%	1,3%	1,0%	1,0%	1,3%	6,0%	6,0%
Holanda	3,3%	3,1%	2,3%	1,9%	2,3%	2,5%	2,0%	1,8%	4,0%	3,9%
Portugal	1,7%	1,4%	1,6%	1,7%	1,6%	1,3%	1,4%	1,5%	7,6%	7,3%
Reino Unido	2,4%	1,7%	1,7%	1,9%	2,2%	1,7%	1,5%	1,7%	2,8%	3,0%
Zona Euro	1,7%	1,7%	1,5%	1,8%	1,5%	1,3%	1,4%	1,7%	7,1%	7,1%
EE UU	2,3%	1,4%	1,4%	2,3%	1,6%	1,4%	1,3%	1,9%	5,3%	5,4%
China	10,5%	10,4%	10,2%	9,6%	18,2%	17,5%	17,1%	15,7%	4,0%	4,0%
Japón	0,9%	1,6%	1,3%	1,8%	0,6%	0,8%	1,0%	1,5%	3,8%	3,7%

(a) Tasa de crecimiento interanual
 (b) Ventas al por menor, en el caso de China
 (c) Porcentaje de la población activa
 (e) Estimación; (p) Previsión
 Fuente: AFI y Consensus Forecast (marzo 2008)

apuntan un crecimiento del PIB de 1,7%, restando más de un punto porcentual el crecimiento observado en 2007.

La elevada tasa de inflación junto con el debilitamiento de la economía y la incertidumbre derivada de la crisis hipotecaria ha llevado al consumidor británico **a reducir su gasto y por tanto también su presupuesto destinado al turismo**. Por otro lado, el desempleo es en paralelo muy reducido, lo que constituye un positivo contrapeso, y la libra se encuentra fuerte frente al dólar, lo que **estimulará que el turismo británico elija presumiblemente más destinos denominados en esta divisa**.

En este contexto y a pesar que ha comenzado el año con crecimientos hacia España (fundamentalmente a Canarias) no es de esperar, como ya anticipábamos en enero, que sea un buen año para el turismo británico en España y que este mercado pueda compensar la debilidad de algún otro.

Alemania

Las previsiones de la economía alemana para 2008 apuntan un crecimiento más moderado que el de 2007, un 1,7%, pero con un mayor dinamismo del consumo de los hogares. No obstante, el buen comportamiento del mercado laboral, las exportaciones y la recuperación del consumo privado **deberían favorecer el crecimiento del gasto turístico de los alemanes en 2008, del que normalmente debieran beneficiarse los destinos españoles y, dentro de estos, especialmente Baleares que es su destino preferido del Mediterráneo**.

Bajo este prisma, el incremento de la demanda turística por parte de los alemanes se ha visto reflejado en una mayor comercialización de viajes para el verano, según

con presupuestos más ajustados y cuarto trimestre y comienzo de 2009 testigo de posibles tasas negativas en los indicadores disponibles sobre el mercado español.

Reino Unido

La actividad económica en Reino Unido se ha visto contagiada por la crisis financiera desatada en Estados Unidos y un severo ajuste en el sector inmobiliario y muestra signos de ralentización; las previsiones para 2008

los resultados de las encuestas de TATS y GFK. La marcada preferencia de una parte de los turistas alemanes por algunos de los destinos competidores más económicos que el español (Turquía), sin embargo, podría limitar el crecimiento de la demanda hacia España en estos próximos meses.

Francia

La situación económica y el mercado laboral presenta buenas perspectivas en Francia con una disminución prevista de la tasa de desempleo del 8,3% de 2007 al 7,8% en 2008, lo que debiera favorecer las decisiones de gasto y dentro de éstos de los turísticos. Dentro de lo difícil que es aproximar el comportamiento de este mercado para España, **seguimos sin anticipar una debilidad de la demanda francesa hacia los destinos españoles en 2008**, a pesar de la menor confianza por parte de los consumidores franceses en lo que llevamos de año.

Italia

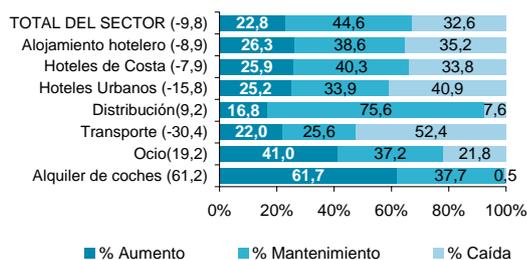
Las condiciones económicas en Italia han empeorado en medio de una elevada incertidumbre política, lo que sugiere que el crecimiento de la actividad económica en 2008 experimentará una desaceleración bastante marcada (del 1,5% en 2007 al 0,8% en 2008, según las casas de análisis). El severo deterioro de las expectativas sobre la futura evolución de la economía italiana en 2008 acabará afectando igualmente el consumo privado, aunque el mantenimiento de la tasa de desempleo proporcionará un cierto soporte. Los turistas italianos, no obstante, son fieles a los destinos españoles sea en su vertiente de sol y playa o en la urbana, por lo que **no se anticipa un mal comportamiento para este año 2008 de este mercado**.

C. EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE

Las expectativas de los empresarios anticipan un segundo trimestre con gran posibilidad de debilitarse sus ventas, sin que en ningún caso se contemple ningún desplome

En un escenario de creciente incertidumbre económica y decrecimiento del ciclo como el actual, **los empresarios turísticos españoles que operan en destinos nacionales se muestran muy cautos y anticipan un segundo trimestre de 2008 marcado por un probable estancamiento de ventas en los niveles del pasado año o una ligera caída de las mismas.** De los resultados de la Encuesta de Clima Turístico empresarial elaborada por Exceltur a finales de marzo **no se deriva que los empresarios descuenten al día de hoy ningún súbito frenazo que afecte a su actividad en España**, en términos de la evolución que prevén en sus ventas y reservas para estos meses previos al verano.

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el segundo trimestre de 2008



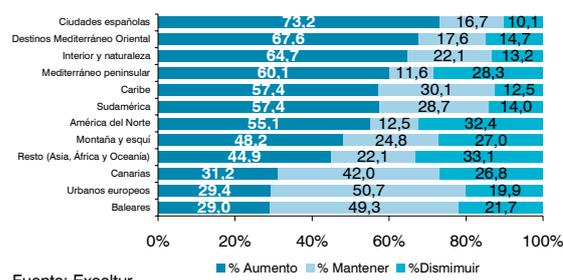
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En concreto, **el 44,6% de las empresas turísticas españolas esperan un mantenimiento de sus ventas para el segundo trimestre de 2008 en relación con el mismo período de 2007, mientras un 32,6% descuentan una caída, si bien de carácter moderado.**

Las perspectivas más negativas las ofrecen los empresarios hoteleros, y especialmente los localizados en ciudades, junto con las empresas de transporte (eminentemente aéreas, y con la excepción del ferrocarril con grandes expectativas a raíz de las nuevas líneas de alta velocidad a ciudades con fuerte atractivo turístico).

Por otra parte, los grandes grupos de agencias de viajes, si bien a costa de unas campañas cada vez más agresivas para provocar la mayor venta anticipada, no están aún percibiendo un retraimiento de ventas para el segundo trimestre, en comparación con el mismo período del año 2007, en parte gracias al tirón previsto de los próximos puentes del mes de mayo, a las escapadas urbanas y al interior de España, y a los viajes al Mediterráneo Oriental y otros destinos del área dólar (principalmente al Caribe).

Ventas previstas de los grandes grupos de agencias de viajes españolas para el II Trimestre de 2008



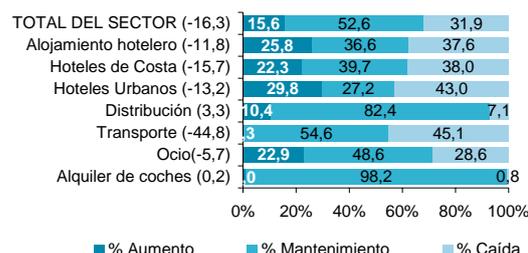
Fuente: Exceltur

Se espera una nueva caída de beneficios por el continuado estrechamiento de los márgenes

La debilidad de la demanda interna que el sector espera poder reactivar a través de ofertas y descuentos, junto con el mantenimiento de la creciente presión de los costes, hace que **las previsiones sobre la evolución de los beneficios empresariales para el segundo trimestre del 2008 sean, en general, desfavorables en todos los subsectores encuestados que forman parte de la cadena turística de valor de los destinos.**

Tanto entre los empresarios de alojamiento hotelero como entre las empresas de transporte (salvo el ferroviario) e incluso entre buena parte de los gestores de actividades de ocio, predominan aquellos que esperan una reducción de beneficios para el segundo trimestre de 2008 en relación con el mismo período de 2007, frente a los que revelan un aumento. Sólo las agencias de viajes y las compañías de alquiler de coches anticipan rentabilidades entre abril y junio de 2008 similares a las alcanzadas en los mismos meses de 2007.

Opinión empresarial sobre la evolución de los BENEFICIOS PREVISTOS para el segundo trimestre de 2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

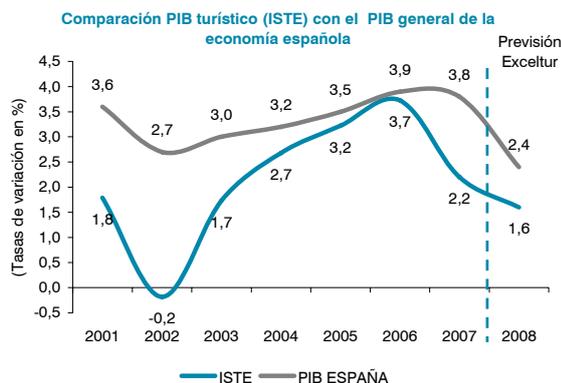
D. PREVISIONES PARA EL CONJUNTO DEL AÑO 2008

La situación económica afectará en mayor medida al gasto que a la afluencia turística a los destinos españoles. Ello podría llevar a un menor crecimiento del PIB turístico español que hemos revisado hasta el 1,6% para el conjunto del año

Las crecientes incertidumbres económicas internacionales y su incidencia sobre la economía española, corroborada por las muy recientes revisiones a la baja de la previsión de crecimiento del PIB y del Consumo privado en España realizadas por el Banco de España, el Fondo Monetario Internacional y otras instituciones financieras privadas, llevan a que **el cierre del año turístico 2008 se vea en estos momentos desde EXCELTUR, con mucha mayor incertidumbre y cautela que a principios de enero.**

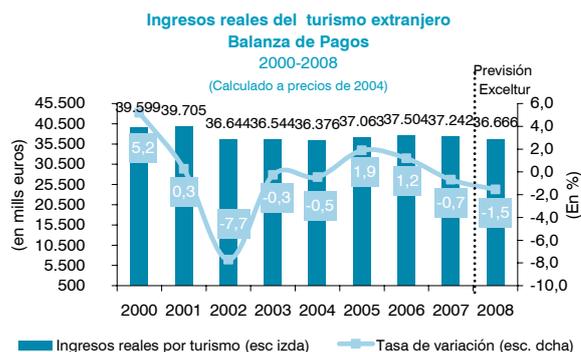
La presunción que la coyuntura económica inducirá a un peor comportamiento de las variables de gasto turístico en destino, tanto del mercado español como de los extranjeros y, no tanto, de afluencia, nos lleva a **revisar a la baja nuestras previsiones de crecimiento que refleja el ISTE, indicador elaborado por EXCELTUR que aproxima el PIB turístico para España.**

En concreto, en el escenario económico actual y bajo la hipótesis de que se cumplan las previsiones de crecimiento de la economía española que surge del consenso de las principales firmas de análisis, esperamos que **el PIB turístico en España crezca el año 2008 un 1,6%, es decir tres décimas menos que el 1,9% que habíamos estimado en el mes de enero para todo el año,** y de nuevo algo por debajo del crecimiento esperado para el conjunto de la economía española, que se sitúa en el 2,4%.



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecast

Estas previsiones en cualquier caso extrapolan nuevos crecimientos de turistas extranjeros, para los que seguimos esperando un aumento del 1,8% en su número de llegadas y del 1,9% en el de sus pernoctaciones hoteleras, mientras los ingresos reales volverían a descender en 2008 un 1,5%, algo por encima de la caída ya registrada en el año 2007. Consecuentemente con esas hipótesis, el ingreso medio por turista bajaría un 3,3%.



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

Por su parte, y con las crecientes dificultades que supone en estos momentos poder predecir con un mínimo de fiabilidad el comportamiento turístico de los españoles, por la escasez de la información para estimar la evolución de sus viajes y el gasto turístico, esperamos que crezcan sus pernoctaciones hoteleras en torno al 1,0% en 2008.

Estas previsiones están construidas sobre el escenario de crecimiento económico que hoy por hoy maneja el consenso de analistas económicos para España y a partir de las expectativas reveladas por los empresarios turísticos para el segundo trimestre, que surgen de un primer trimestre en el que ya hemos señalado que resulta muy complejo ponderar y poder discernir con precisión el peso de todos los factores que han podido condicionar el arranque del año turístico en España (¿Efecto calendario? ¿Mal tiempo? ¿Desaceleración?). Asimismo tampoco se dispone de un "benchmarking" del comportamiento turístico en otros países competidores con el que compararse y poder valorar las pautas de su evolución de resultados, en relación con las que han tenido los diversos destinos españoles.

Por todo ello, los próximos meses de primavera hasta que se inicie el verano van a ser claves para valorar en qué medida el sector turístico español va a sufrir con mayor o menor intensidad los efectos del actual contexto económico y si las previsiones antes enunciadas tienen visos de cumplirse en el cierre de la temporada. En definitiva contrastar en qué medida un comportamiento distinto del hoy previsto para la temporada alta del verano, pudiera reconducir o agravar las expectativas de resultados, de un sector que hoy por hoy se mueve en un cúmulo de incertidumbres, aunque en términos relativos parece que aún presenta, unas mejores perspectivas que otros sectores de la economía española.