

# Sumario Ejecutivo



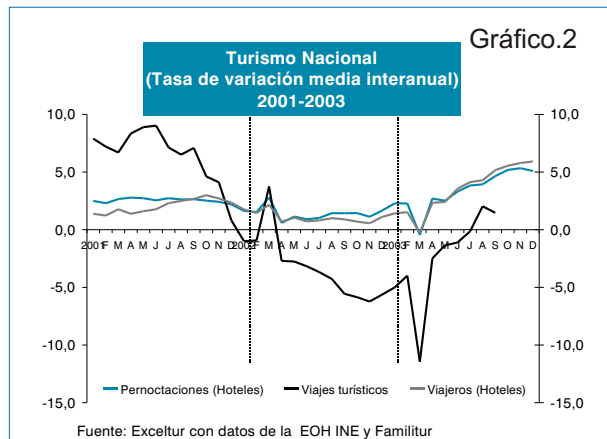
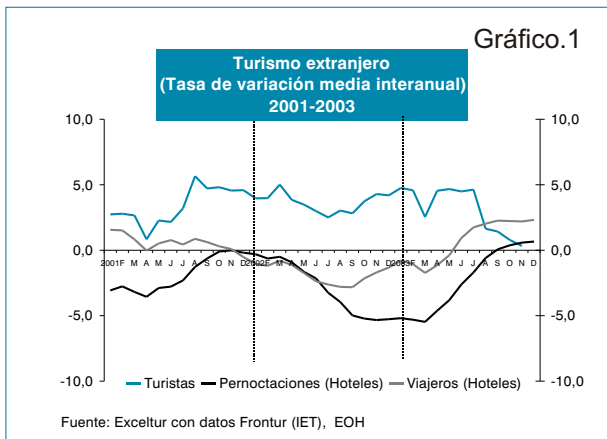
Exceltur



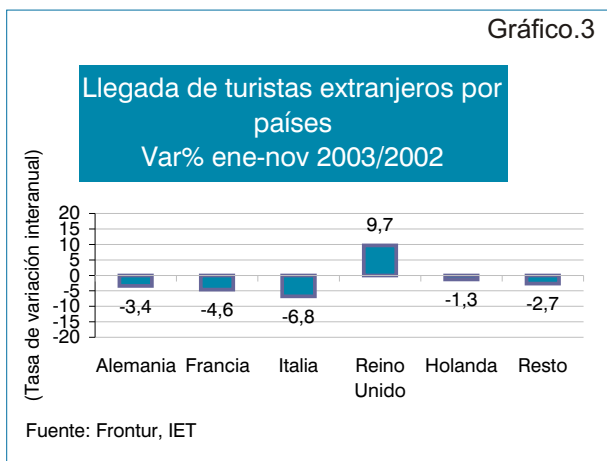
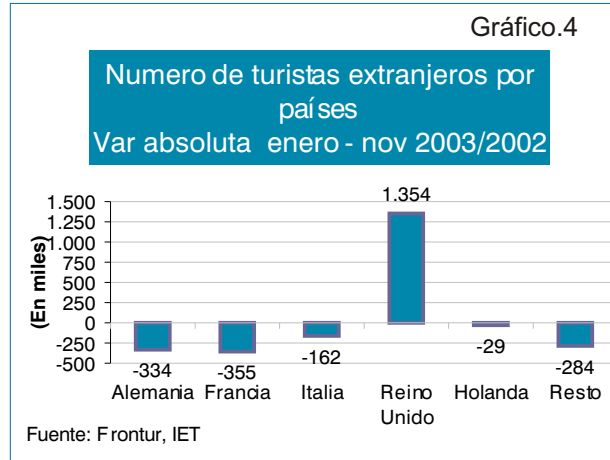
## 1. Balance del 2003

### Valoraciones generales

- En 2003 el principal baluarte para la industria turística española ha sido la fortaleza de su propio mercado interno. **El turista español, que para nuestro país ya representa el 45% del total de nuestra propia demanda, ha constituido el principal detonante para evitar unos peores resultados en un buen número de empresas y destinos turísticos españoles. En relación a nuestra demanda externa, la información suministrada por el conjunto de encuestas y estimaciones elaboradas por EXCELTUR junto al análisis de las diversas fuentes oficiales (IET, Banco de España e INE) confirma una situación de relativo estancamiento en 2003 con respecto de los resultados del 2002.**



- **En su conjunto, la demanda turística agregada (interna + externa) hacia las distintas regiones y destinos españoles ha presentado en el 2003 un comportamiento muy moderado, que se ha visto altamente favorecida por el incremento del 3,7% hasta septiembre en el número de viajes turísticos interiores de los españoles según la estadística Familiitur. Respecto a la demanda extranjera, los datos oficiales de Frontur hasta noviembre y en base a las estimaciones que EXCELTUR realizó a principios de año, parece que terminarán confirmando nuestras previsiones iniciales y el año 2003 se cerraría con un crecimiento en el número de turistas extranjeros de tan solo un 0,2% con respecto al 2002 (aproximadamente unos 100.000 turistas más) y que evidencia un práctico estancamiento con respecto a la llegada de turistas extranjeros el 2002.**



- Ese estancamiento relativo en los habituales ritmos anuales de crecimiento de turistas extranjeros a los que en el último quinquenio estábamos acostumbrados en España, se ha producido además, y casi en exclusiva, gracias a un **extraordinario comportamiento a lo largo del año (especialmente en su primera mitad) del mercado británico, cuya cuota de mercado y dependencia ha crecido sustancialmente. En cuanto a la llegada de turistas de esa nacionalidad a España, EXCELTUR prevé que para el conjunto del 2003 cierre con una tasa de crecimiento del 9,4%, compensando por sí solo, la bajada de todos los demás principales mercados europeos a nuestro país.**

- Esta tendencia a un peso creciente del turismo español hacia nuestros propios destinos se confirma a su vez con la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE (EOH, *que solo mide la información del alojamiento hotelero, excluyendo todos los demás*), y que con datos al cierre del 2003, indica que el total de pernoctaciones de los españoles en ese tipo de alojamientos para todo el año, se elevó un 5,1%, mientras que las pernoctaciones extranjeras solo aumentaron en un 0,7%.
- **En cualquier caso, el escenario a cierre del ejercicio 2003 resulta más positivo que el que podía preverse a comienzos del año** y del que ya se anticipa una tendencia hacia la deseada recuperación del turismo externo para mediados del 2004, a tenor de las expectativas de mejora de la coyuntura económica prevista para los principales países europeos emisores de turistas hacia España, que se evidencia en la siguiente tabla con las estimaciones tanto del cierre del PIB del 2003, como las previsiones para el 2004.

### Crecimiento del PIB en los principales países emisores de turistas a España

	tasas de variación media anual					
	1999	2000	2001	2002	2003(e)	2004(p)
<b>PIB</b>						
España	4,2	4,2	2,7	2,0	2,4	2,7
Alemania	1,9	3,1	0,7	0,2	0,0	1,7
Reino Unido	2,9	2,4	3,1	2,1	2,0	2,6
Francia	3,2	4,2	2,1	0,9	0,2	1,6
Italia	1,7	1,7	3,3	1,7	0,4	1,5
Países Bajos	4,0	3,3	1,3	0,2	-0,7	1,1
USA	4,1	3,8	0,3	2,4	3,1	3,6

Fuente: Consensus Forecast Inc., Comisión Europea

(p) Previsiones

(e) Estimación

- **España en términos de volumen de negocio, y no tanto en términos de rentabilidad empresarial ni de efectos multiplicadores sobre los destinos, ha sorteado razonablemente bien esta coyuntura desfavorable, en comparación a otros países desarrollados europeos, sin que de ello debiera derivarse una autocomplacencia** y subestimar los múltiples y crecientes retos que todavía se nos avecinan y que en un entorno tan cambiante (por múltiples factores de inseguridad, por la evolución de los hábitos de los consumidores y por unos profundos cambios en los fundamentos y modelos de oferta y demanda), exigen cada día mas la constante reevaluación estratégica y el mayor consenso publico-privado sobre las mejores políticas turísticas y actuaciones empresariales a seguir.

### PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

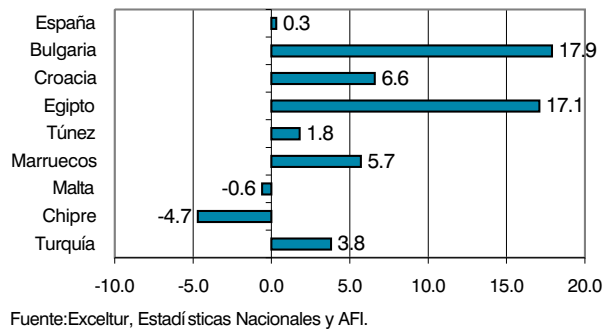
	2000			2001		2002		2003 (P)		2004 (P)	
	%	%	%	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº
<b>ISTE (PIB turismo)</b>	4,3	2,8	-0,2		--	1,7	--	2,0	--		
<b>Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)</b>	11,0	8,5	-3,0	35.543,4		3,4	36.751,9	4,6	38.456,3		
<b>Ingresos por turismo/ turistas (euros)</b>	8,4	3,8	-6,1	680,3		3,2	702,1	2,9	722,1		
<b>Total turistas extranjeros</b>	2,4	5,1	3,4	52.245.364		0,2	52.342.117	1,7	53.253.860		
<b>5 principales mercados europeos</b>	1,6	5,3	4,3	37.943.331		1,4	38.471.806	2,1	39.275.521		
Turistas alemanes	-3,6	-2,6	-6,2	10.197.244		-3,2	9.875.393	0,6	9.931.217		
Turistas británicos	8,7	5,2	4,0	14.675.320		9,4	16.056.635	1,8	16.347.073		
Turistas franceses	-0,9	17,8	19,7	8.131.533		-4,3	7.779.855	4,5	8.128.190		
Turistas italianos	2,9	1,8	3,8	2.527.618		-6,1	2.373.763	1,9	2.419.207		
Turistas holandeses	-3,7	8,5	11,3	2.411.617		-1,1	2.386.159	2,7	2.449.833		

Fuente: ET, EXCELTUR

En Azul las previsiones realizadas por EXCELTUR

- Como resultado tanto de la compleja situación económica de algunos de nuestros principales países emisores de turistas europeos, junto a una competencia creciente de otros países y destinos emergentes eminentemente del Mediterráneo mas oriental con productos nuevos y cada vez más atractivos, así como con una mayor competitividad por precio, han provocado para España, tal y como se evidencia en la tabla anterior, una pérdida de turistas procedentes de Alemania (a un ritmo del -3,4% hasta noviembre de 2003, bastante más moderada que la del 2002), así como la de los procedentes de Francia (en un -4,6%), de los de Italia (en un -6,8%) y de los de Holanda (en un -1,3%).

**ESPAÑA frente a los destinos emergentes del mediterráneo (%Crecimiento acumulado 2003/2002)**



➤ Por otro lado y a partir de una mayor normalización del escenario de inestabilidad geopolítica vinculado a la guerra de Irak, **los diversos destinos turísticos españoles han perdido a lo largo del 2003 cuota de mercado en términos de llegadas de turistas frente a los principales países del mediterráneo oriental, competidores de nuestro país especialmente en el segmento de "sol y playa".**

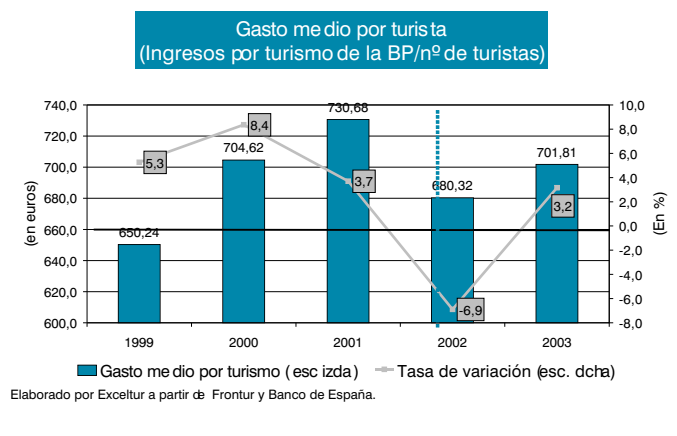
➤ A finales de octubre, y a falta de datos actualizados de ingresos turísticos en estos destinos que permitirían aproximar el indicador clave, es decir la derrama que genera esa cuota de mercado perdida, Bulgaria, Croacia, Turquía y Egipto registraban en la segunda mitad del año 2003 una muy elevada tasa de crecimiento en términos de llegadas de turistas, que en el conjunto del año les ha permitido compensar la caída que arrastraban durante los cinco primeros meses del año en el que estuvieron muy afectados por la guerra de Irak.

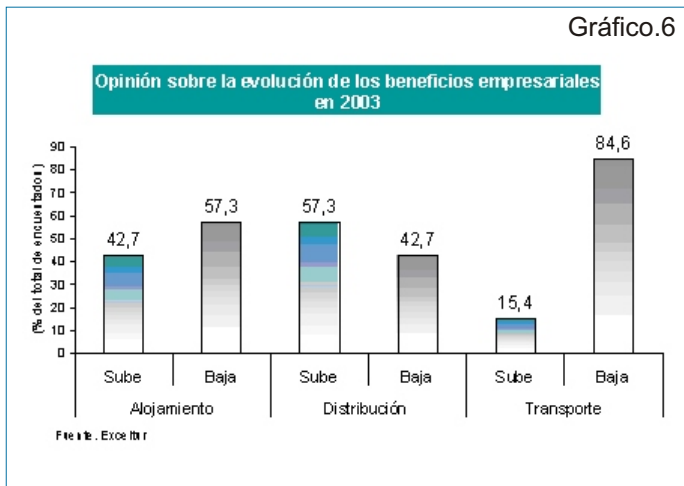
- A este respecto cabe señalar que los ritmos acumulados de crecimiento del 17,9%, para Bulgaria, del 6,6% para Croacia, del 3,8% para Turquía y del 17,1% para Egipto, no se han visto favorecidos por unas mejor relación de sus tipos de cambio con respecto al euro, salvo en el caso de Egipto. Tampoco debe despreciarse el hecho que el volumen absoluto de turistas de estos países comienza a ser considerable, representando al cierre del 2002 una cifra de 39 millones de turistas, que para ese mismo año suponían ya un 80% de los que llegaron a España.
- Esa pérdida de cuota en el segmento de Sol y playa, contrasta con **el mejor comportamiento que ha presentado España en relación con el resto de países europeos más especializados en turismo cultural, urbano y de negocios**, y demuestra las todavía grandes oportunidades de posicionamiento de nuestras ciudades y destinos de interior en estas línea de productos así como la de aquellos destinos vacacionales que puedan ampliar o enriquecer su oferta en este sentido. De ahí la necesidad de seguir reforzando la estrategia de las distintas administraciones en esa dirección, con ambiciosas apuestas para poner en mayor valor nuestro acervo cultural y seguir completando las adecuadas infraestructuras para poder diversificar nuestras líneas de producto y estimular al máximo ese tipo de turismo junto al de negocios y reuniones.
- Con todo, el estancamiento relativo del crecimiento de turistas extranjeros y que como ha ocurrido en el 2003, donde se acusa en mayor volumen es en destinos vacacionales, no debería generarnos excesivas alarmas sino se corresponde con bajada de ingresos. En función del alto volumen que ya recibe España, la creciente percepción de masificación en algunos destinos costeros parte de ellos en grave fase de obsolescencia y/o asociados a un extenso uso del territorio, con un continuado crecimiento urbanístico en muchos casos desordenado, la mejor estrategia a futuro para esos entornos, no parecería que fuera la de seguir estimulando el crecimiento de turistas per se, sino el lograr la mayor rentabilidad socio-económica de los mismos.

➤ En este sentido, **se hace cada día mas imperioso el disponer y ampliar la combinación de indicadores públicos y privados adicionales a las llegadas de turistas extranjeros para poder medir y valorar de manera más precisa la rentabilidad por líneas de producto y destinos, que permitiría evidenciar con mayor rigor los verdaderos resultados y la dinámica de un sector turístico como el español, cuya estructura de demanda ha ido evolucionando de forma muy notable en los últimos años.**

➤ En consecuencia, resulta determinante **conocer el número real de turistas tanto extranjeros como españoles y no tanto el número de entradas o de viajes, que permitiese conocer el número final e individualizado de clientes anuales de España.**

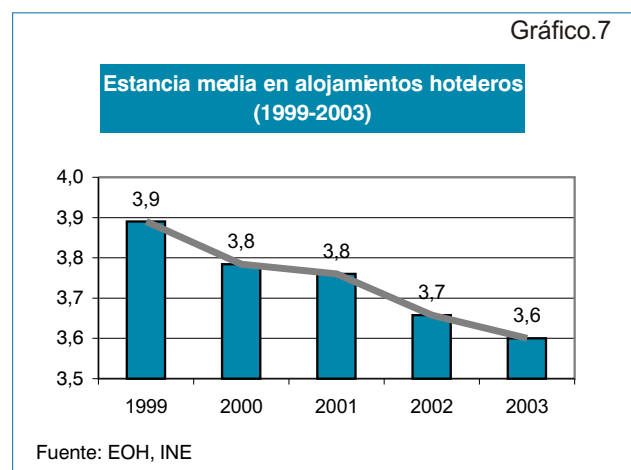
**Gráfico.5**



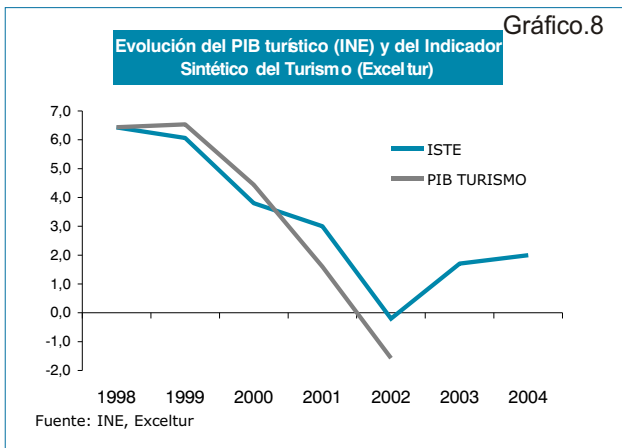


Otras de las variables fundamentales para el análisis del sector turístico y que no se encuentra disponible son las **pernoctaciones por cada viaje, y sobre todo el gasto medio diario (a través de la publicación de EGATUR, estadística del IET) para su contraste con una medición anual del efecto multiplicador del turismo sobre el resto del tejido social y empresarial** en los diversos entornos locales. Esta información que, a nivel nacional ya refleja la Cuenta Satélite del Turismo que publica el INE, no está, sin embargo, hoy por hoy todavía disponible a nivel Regional y/o autonómico. **Por ello EXCELTUR recomienda la necesidad de avanzar en su aproximación, entre otros mediante la elaboración de Cuentas IMPACTUR).**

- Con esta perspectiva hoy por hoy limitada en cuanto a no poder disponer de un mejor indicador para conocer en su mas amplio sentido la derrama económica directa de los turistas tanto españoles como extranjero, **no cabe otro camino más que estimarla indirectamente a nivel agregado a través del total de los ingresos turísticos externos de la balanza de Pagos, que desde la entrada del EURO presenta todavía múltiples cautelas en cuanto a su metodología de estimación.**
- **Este ratio de crecimiento nominal de los ingresos del 3,4% en el 2003 pone de manifiesto un giro positivo respecto a la caída del -6,9% en el gasto medio por turista extranjero que se registró en el 2002, al anticipar un incremento del gastos promedio del 3,2% para el año 2003.** Bajo otro análisis distinto del anterior, también cabría derivar, que si se deflacta esta variable en función de los índices de precios que el INE calcula para el propio sector, **en términos reales la evolución de este indicador para el 2003 se mantendría o incluso descendería levemente respecto a los niveles de 2002**, resultado que está más en consonancia con las opiniones empresariales que, en general, EXCELTUR ha venido evidenciado a lo largo de sus estudios trimestrales durante todo el año para aquellas empresas y destinos con un mayor dependencia del turismo extranjero.
- **En efecto, en términos puramente empresariales** y a tenor de como han ido manifestándose los múltiples responsables de diversos subsectores en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, **a lo largo de cada trimestre del año, y en particular en la del cuarto trimestre, el año 2003 ha vuelto a evidenciar, en general, una reducción en los beneficios de las empresas vinculadas a la actividad turística.** Cabe destacar que esta tendencia ha afectado en menor medida a aquellas unidades de negocio muy diferenciadas y/o especializadas en nichos concretos o que forman parte de grandes marcas o grupos que han tenido mejores resultados.
- Si bien en múltiples casos el volumen de ventas se ha mantenido e incluso elevado a lo largo del año como recientemente ha corroborado la EOH del INE con los datos cerrados del conjunto de 2003, este indicador de ventas pierde relevancia cuando se contrasta con la de la rentabilidad, que empresarialmente y para los destinos es al final la determinante. En este sentido, según los datos de cierre del año 2003 de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial elaborada por EXCELTUR, **el 57,3% de los empresarios hoteleros manifestaba una caída en sus beneficios en el conjunto del año, proceso sufrido igualmente por el 84,6% de las compañías de transporte aéreo y de alquiler de vehículos. En el caso de los grandes grupos de agencias de viaje, el buen comportamiento de la demanda española habría permitido al 57,3% de las empresas incrementar sus beneficios**, a pesar de una reducción de los márgenes unitarios por las guerras y reducción de precios.



1 Las Cuentas Impactar son un ejercicio impulsado por Exceltur que en ausencia de Cuentas Satélites Regionales permite estimar el impacto de la actividad turística sobre las principales variables del sistema económico de un territorio: Su Producto Interior Bruto (PIB), el Empleo, la Inversión e Capital Fijo y los Ingresos Tributarios que sobre todos esos cuatro indicadores son inducidos por el turismo, siguiendo los principios metodológicos propugnados por la OMT para el cálculo de la Cuenta Satélite de Turismo y que adicionalmente permite su comparación con la Cuenta Satélite Nacional elaborada por el INE.



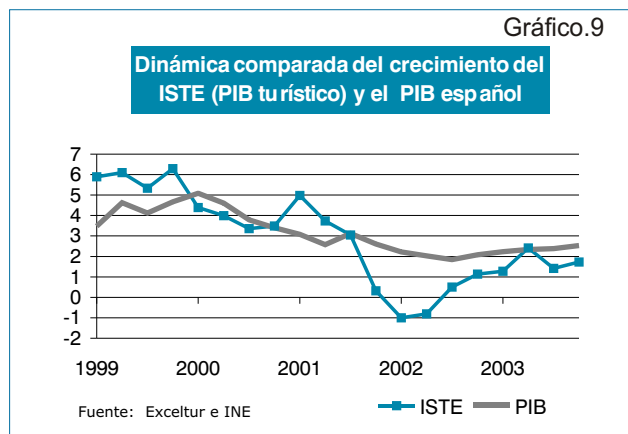
➤ Otra variable que introduce cautelas adicionales sobre el notable cambio de tendencia en el ingreso medio turista **es la reducción de la estancia media del turista extranjero en 2003, tal y como se manifiesta en los datos de Frontur hasta noviembre para todos los tipos de alojamiento (incluido el residencial) y de la EOH hasta diciembre solo para los que se alojan en hoteles.**

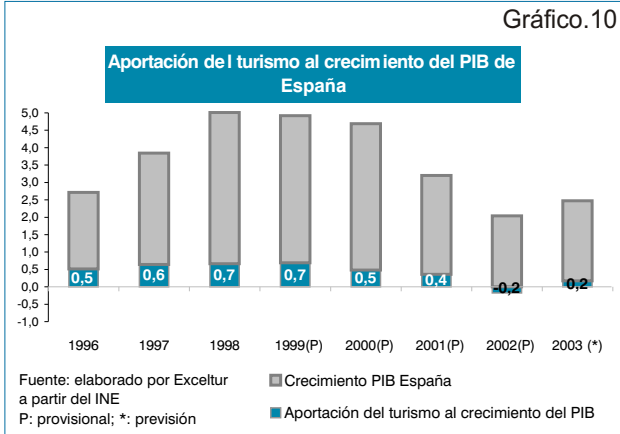
➤ Bajo este mismo prisma, el dinamismo de la demanda nacional en términos de viajes turísticos (3,7%), se reduce a una tasa del 2,1% en términos de pernoctaciones para todo tipo de alojamientos a los efectos de poder calcular mejor su impacto económico, poniéndose igualmente de manifiesto una reducción de la estancia promedio.

- Estas tendencias han sido reflejada para el sector de alojamiento hotelero **por la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE que cifra en 0,1 días para el conjunto de la demanda nacional y extranjera la caída de la estancia media, manteniéndose desde 1999 una tendencia descendente de este importante ratio.**
- Contrastando todos estos datos con las valoraciones hoteleras derivadas de nuestra encuesta de Clima empresarial para algunas muy significativas zonas vacacionales, que han visto reducidas sus rentabilidades, **nos lleva a inferir de nuevo, que no solo por una mas débil demanda externa, sino como resultado de todas las consideraciones anteriores, pudieran haberse contenido globalmente en el 2003 algo mas los ingresos externos del turismo español.**
- Ello se induce entre otros de la sobreoferta de plazas en ciertas ciudades y destinos vacacionales, y una menor derrama turística percibida por los diversos actores de aquellos destinos costeros con una mayor llegada del tipo de turistas que utilizan Líneas Aéreas de Bajo Coste y alojamientos residenciales no reglados, aunque en términos nominales pudieran no haberlo reflejado todavía los indicadores oficiales de ingresos turísticos del Banco de España pendientes de su publicación para el cierre del 2003.
- La combinación de todos los factores anteriormente mencionados, y en especial el de la pujanza y efecto multiplicador que durante el 2003 se ha derivado del mercado nacional, **se ha traducido según las estimaciones de EXCELTUR en un crecimiento esperado del ISTE (Indicador Sintético del Turismo elaborado por Exceltur) homologable al PIB turístico español, de un 1,7% a lo largo del año 2003.**
- **De reconfirmarse oficialmente en su momento esta estimación de EXCELTUR, supondría una clara recuperación para el 2003 respecto a la caída del PIB turístico del -0,2 %, estimación que igualmente habíamos elaborado para el año 2002 y que recientemente ha sido refrendada un año después por el INE, al hacerse oficialmente público ese dato dentro de su actualización de la Cuenta Satélite del Turismo Español.**

➤ En efecto, a tenor de lo publicado por el INE, y tal como nosotros ya habíamos anticipado en Enero del año pasado, **la nueva Cuenta Satélite ha confirmado una caída del impacto económico del turismo sobre la economía española entre el año 2001 y el 2002, pasando de representar el impacto del turismo español un 12,1% del conjunto del PIB en el 2001 al 11,8% del PIB en el 2002.**

➤ La gran coincidencia entre la evolución del PIB en términos reales calculado por el INE y el ISTE (PIB turístico) calculado con anticipación y desde la perspectiva del sector privado por Exceltur, que se pone de manifiesto en la tabla anterior, **refuerza el rigor de estimación y la fiabilidad del ISTE**, nuevo indicador coyuntural y avanzado de la actividad turística, que trimestralmente y desde hace dos años ponemos a disposición general del sector para facilitar un mejor análisis y seguimiento de su dinámica.



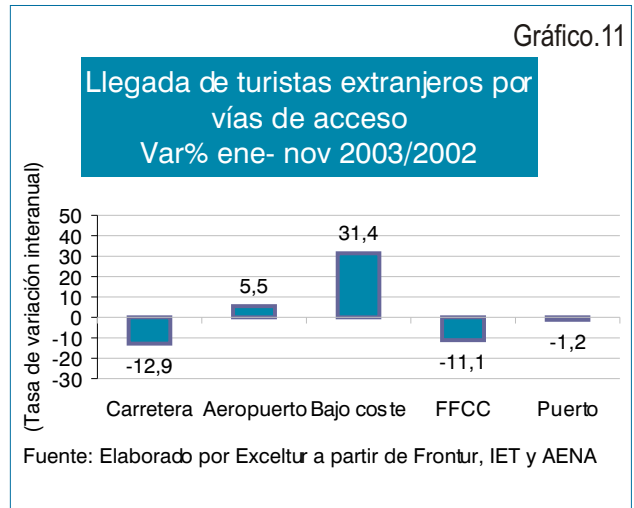


Por último y de reconfirmarse la previsión del PIB turístico estimada por EXCELTUR para el 2003 y que hemos cifrado en un 1,7%, nos encontraríamos por tercer año consecutivo ante un ejercicio donde el turismo español habría registrado un menor crecimiento que el del conjunto de nuestra economía (estimado en un 2,3 %), **si bien en el 2003 el turismo habría recuperado su capacidad de contribuir de nuevo a la dinamización de la economía española, aportando 0,2 puntos porcentuales al incremento final del PIB de este año, a diferencia de la detracción de 0,1 puntos porcentuales que EXCELTUR estimó para el año 2002.**

## Tendencias del consumidor e implicaciones para los destinos

### Valoración del mercado extranjero

- En paralelo a los efectos macroeconómicos antes descritos, **el año 2003 ha sido testigo de una intensificación en los cambios cada día más estructurales de las pautas de viaje y hábitos de consumo de un mix de turistas extranjeros a España que está variando aceleradamente** y que se manifiesta especialmente en los subsectores del transporte y del alojamiento en los que parece identificarse y asociarse cada día más una simbiosis de conductas.
- Este cambio en la tipología de los consumidores que evidencian cada día más las estadísticas del IET se está traduciendo en **una alteración tanto de los efectos multiplicadores de nuestro modelo turístico tradicional como en un progresivo cambio en la estructura de alojamiento**, fomentado por estrategias urbanísticas municipales, con un énfasis creciente hacia nuevos enfoques que priman un crecimiento urbanístico -en algunos casos poco controlado y muy apalancado en el desarrollo inmobiliario residencial. **Como consecuencia de esta tendencia, es cada día más patente el que pueda producirse una reducción a medio plazo del impacto socio-económica derivado de este tipo de enfoques.**
- En el ámbito del transporte, uno de los procesos que con mayor intensidad se han producido durante el año 2003 dentro de una recuperación generalizada del transporte aéreo versus el terrestre, ha sido el **crecimiento exponencial de las compañías aéreas de bajo coste, como medio para que los turistas extranjeros lleguen a España**. La velocidad de crecimiento queda reflejada en el hecho que **hasta noviembre el número de pasajeros que emplearon este tipo de compañías en sus visitas a España creció un 31,4%**, alcanzando los 18,3 millones de personas los que están utilizando o las líneas aéreas que desde su inicio nacieron como de bajo coste, o aquellas compañías charter cuyo modelo de negocio está evolucionando, bien al de bajo coste o a una comercialización mixta entre viajes organizados y “seat only” y donde éste último segmento tiene unos ritmos de crecimiento cada día más relevantes.

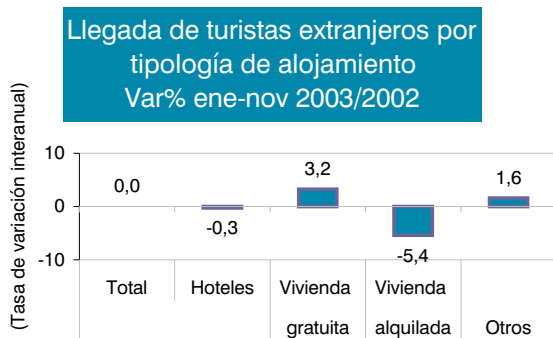


Pasajeros por compañías (datos acumulados hasta Noviembre)	2003	2002	Variación
HAPAG-LLOYD FLUGGESELLSCHAFT	4,016,855	3,656,411	9.9%
AIR BERLIN	5,440,724	3,781,795	43.9%
EASYJET AIRLINE CO. LTD.	4,032,131	2,057,759	95.9%
TRANSAVIA HOLLAND BV	1,641,398	1,530,105	7.3%
GO FLY LTD.	414,864	1,448,025	-71.3%
RYANAIR LTD.	964,834	48,733	1881.4%
VIRGIN EXPRESS	888,076	882,849	0.6%
BMIBABY	688,832	204,905	236.2%
GERMANIA Fluggesellschaft mbH	116,119	194,676	-40.4%
STAR EUROPE	131,353	144,990	-9.2%
<b>TOTAL</b>	<b>18,335,186</b>	<b>13,950,248</b>	<b>31.4%</b>

Fuente: AENA

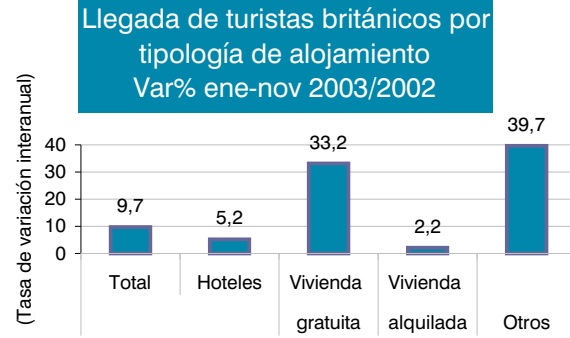
- Cabe señalar a tenor de recientes estudios sobre el impacto de las líneas propiamente de bajo coste (Easyjet, Ryanair, Virgin Express, etc.) sobre las convencionales y otros análisis del IET sobre el perfil de usuarios en sus vuelos a España, que un 54,1 % tienen como origen el Reino Unido, un 14,8% Holanda y un 8% Bélgica, y en su tráfico a destinos vacacionales, coincide que su **demanda se esta progresivamente apoyando en un mix de clientes, con un perfil que no evidencia una mayor propensión al gasto final en destino.**
- Como antes adelantábamos y muy asociado al aumento de algunas de las tipologías de usuarios de esas Líneas Aéreas de bajo coste, durante el 2003 ha continuado **el mayor crecimiento relativo por parte del turista extranjero vacacional en el uso de establecimientos residenciales, bien en propiedad o de familiares o amigos, especialmente** tal y como se evidencia en la siguiente tabla en el caso de los británicos.

Gráfico.12



Fuente: Frontur, IET

Gráfico.13

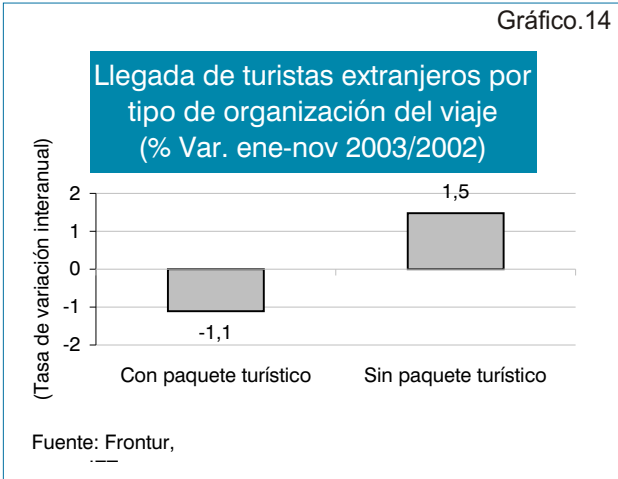


Fuente: Frontur, IET

- Estos tráficos y alojamientos en viviendas residenciales se han visto a su vez indirectamente inducidos y/o retroalimentados por un ritmo expansivo de la oferta residencial especialmente en regiones y comunidades en el área de influencia de algunos de los aeropuertos más usados por las Líneas Aéreas de bajo coste (Comunidad Valenciana, Andalucía, Costa Brava, Baleares), que en buena parte se ha apoyado en volar a precios muy reducidos, como estímulo adicional para bien reforzar las ventas inmobiliarias ante un creciente número de potenciales compradores o estimular el arrendamiento temporal.
- Como conjunción de las mayores economías en el acceso aéreo a España, una equivocada percepción sobre las rentabilidades hoteleras y las del sector en general, junto a unas bajas rentabilidades alternativas, con una liquidez financiera y unos bajos intereses, se está acelerando la inversión en activos inmobiliarios de alojamiento de diversa índole.
- Ello contribuye a acentuar la sobreoferta de plazas de alojamiento en general, y por ende a la bajada de la rentabilidad media de explotación y efecto multiplicador inducido en algunas ciudades y destinos turísticos, tanto por el desajuste oferta-demanda, como por la desigualdad competitiva que en el caso de la oferta residencial, conlleva su creciente explotación alegal a clientes de bajo poder adquisitivo.
- Observando la caída de pernoctaciones producida en el período enero- noviembre de 2003 según Frontur del 6,0% en los alojamientos extrahoteleros, y a su vez a partir de las primeras aproximaciones del gasto medio diario de sus usuarios, que se manejan por las instituciones estadísticas oficiales, reconfirma un sustancial menor gasto en destino que los clientes de los establecimientos reglados.



Gráfico.14



➤ Todo ayuda a confirmar a que la extensión de esta tipología de demanda de alojamiento extranjera, acentuada por las Líneas Aéreas de bajo coste, ayuda a explicar junto a otros factores coyunturales y de precio, la menor derrama turística que perciben en destino, sus múltiples actores desde los últimos dos años.

➤ Nos encontramos pues ante la cada día más **urgente necesidad de un consenso publico-privado que, con el mayor rigor y objetividad, anticipe y planifique a nivel regional y municipal el posible impacto económico, la generación de empleo y el valor añadido a medio plazo de favorecer en exceso nuevos modelos turísticos o de negocio que pudieran alentar distorsiones de oferta y/o demanda como las antes señaladas.**

➤ Por ello no debe posponerse el potenciar al máximo la diferenciación de la actual oferta de nuestros principales destinos y/o la renovación integral de algunos en clara obsolescencia, desde la perspectiva **de maximizar los efectos socioeconómicos de la actividad turística, minimizando la ocupación de más territorio y recuperando al máximo el disfrute del actual, asegurando entre otros y de esta forma su sostenibilidad.**

➤ Por último esta tendencia hacia el uso de las Líneas Aéreas de bajo coste se enmarca y coincide a su vez, con la **cada vez mayor propensión del turista por organizarse de forma independiente el viaje y usar Internet no solo como medio de información sino a ritmos cada día mas elevados y más como formula de compra directa**, pautas sobre las que desde hace tiempo viene alertando EXCELTUR y que se acrecientan en el 2003.

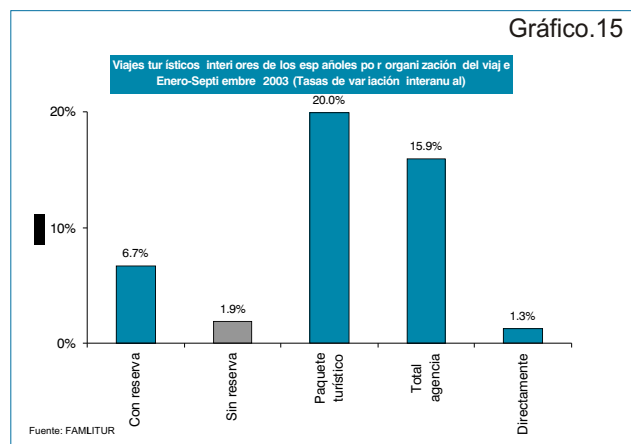
➤ Por ello desde EXCELTUR queremos insistir en las oportunidades que para los destinos y las empresas se abren de optar por apuestas decididas para acceder a las nuevas tecnologías que facilitan el marketing directo ante el consumidor final.

➤ Ello pasaría por poner en marcha estrategias institucionales y privadas mucho más comprometidas de “e-business”, **basadas entre otros en que los portales institucionales (como en el caso de Spain.info) faciliten al máximo el marketing y la promoción “on line” y la comercialización directa de las PYMES y de las grandes marcas turísticas españolas, así como sistemas mas interactivos entre clientes y todos los actores y proveedores y de ambos entre sí**, generando mayores ventajas competitivas por esa vía con respecto a nuestros competidores extranjeros.

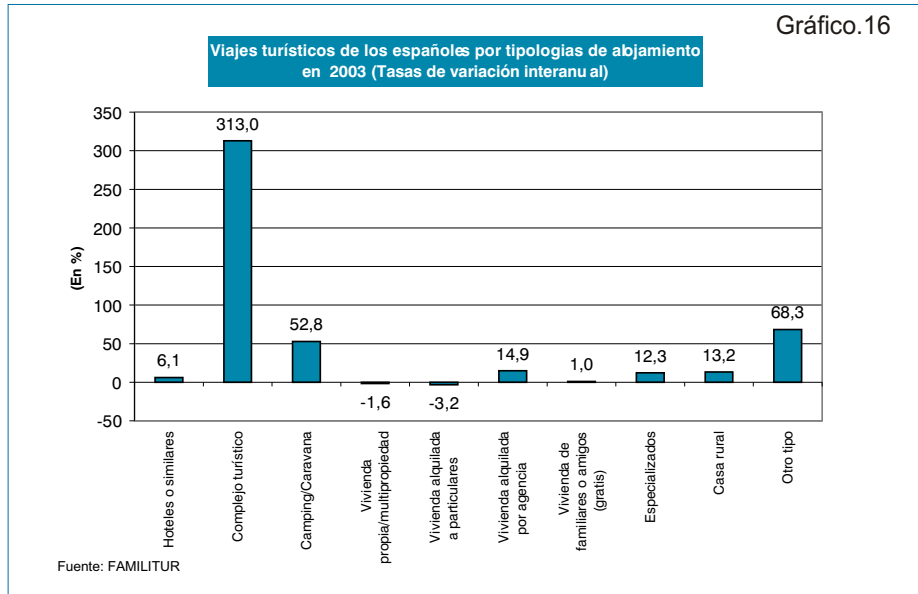
### Valoración del mercado español

➤ **Las pautas de comportamiento del turista español han servido como antes adelantábamos como el principal detonante para salvar y/o mejorar los resultados turísticos de un buen número de empresas españolas durante el 2003.** El acceso a unos precios muy competitivos en algunos destinos del litoral e islas y el dinamismo del consumo privado, ha favorecido tanto el viaje individual como la demanda intermediada por las agencias de viaje y un mayor uso de los establecimientos reglados en general

Gráfico.15

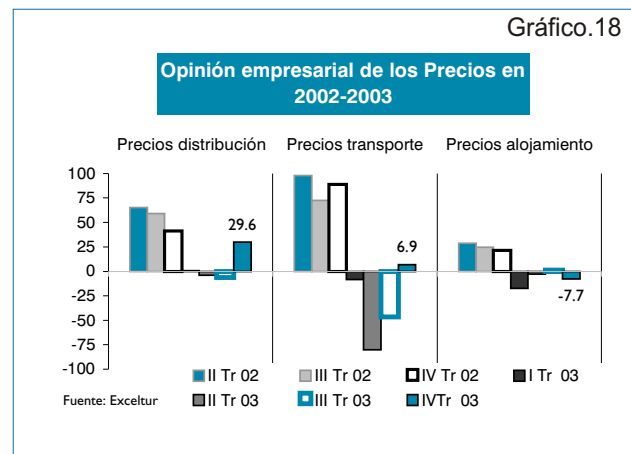
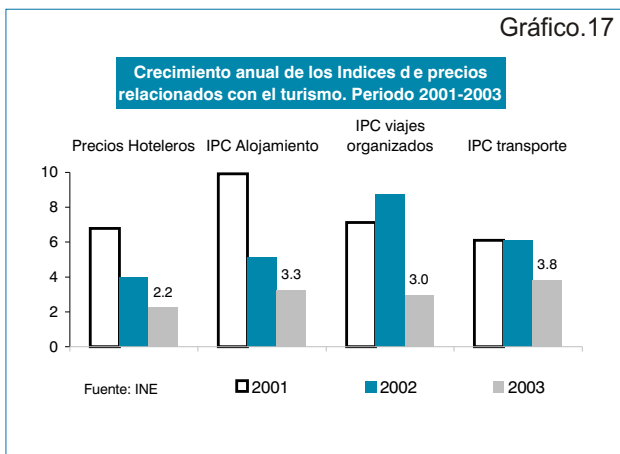


- Así, según la información de Familitur hasta el mes de septiembre del 2003, el español si bien ha tendido más a viajar al exterior, con un incremento del 5,2% de esos viajes, tampoco ha dejado de aumentar en un 3,7% los viajes interiores y en los que ha crecido relativamente más su alojamiento en hoteles (6,1%) dato que coincide con la información de la EOH del INE, donde las pernoctaciones hoteleras de los españoles para el conjunto del año se incrementaron un 5,1% , para las casas rurales ( un 13,2%), y a su vez ha contratado más paquetes turísticos (20,0%), y ha comprado más los productos vendidos a través de las agencias de viajes (15,9%) en resumen las líneas de producto de mayor valor añadido y efecto multiplicador .

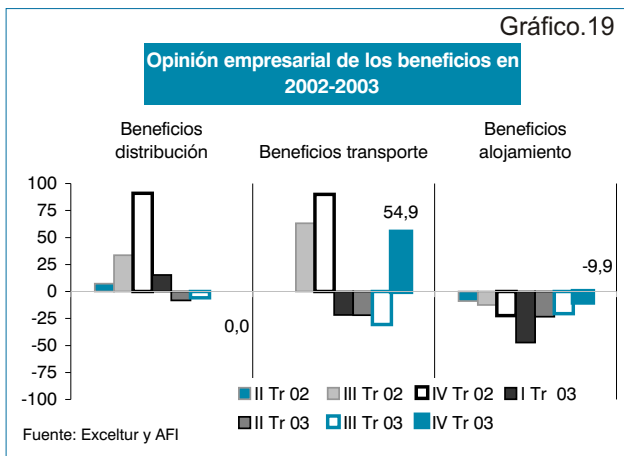


## Resultados empresariales

- La combinación de todos estos factores ha repercutido de manera desigual sobre las diversas empresas españolas de los distintos subsectores turísticos. **Se puede decir que los empresarios de todos los sectores que integran la industria turística española adoptaron en general durante el 2003 una política de precios muy agresiva como instrumento para dinamizar la demanda, lo que provocó una notable reducción de sus márgenes empresariales.**
- Este diagnóstico se recoge tanto en la opinión manifestada en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial como en la evolución de todos los **indicadores de precios publicados por el INE, que aun a pesar de que el sector entiende que todavía no recogen adecuadamente el nivel real del descenso incurrido, no dejan en cualquier caso de evidenciar, que los cálculos del INE reflejan para el 2003, el menor crecimiento de los últimos cinco años.**

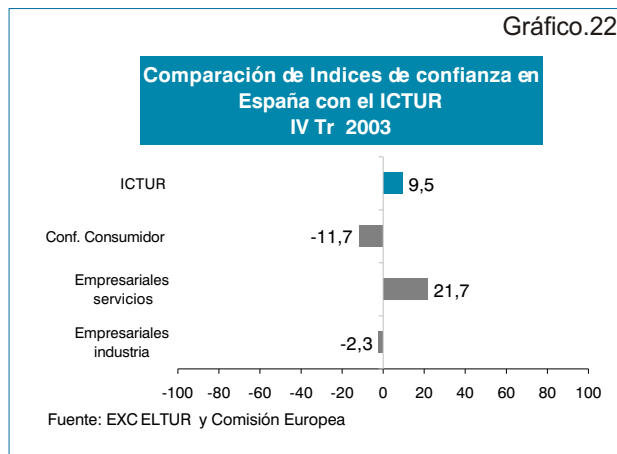
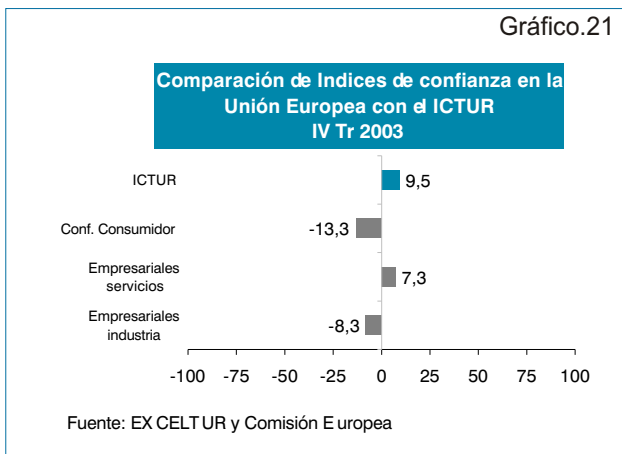
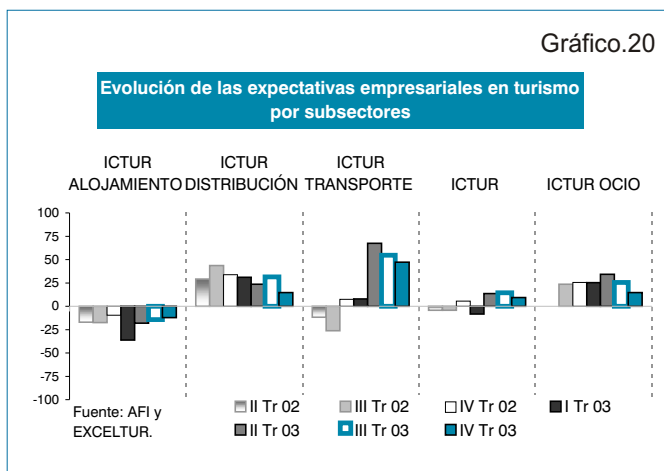


- Como resultado de esta clara reducción de los precios medios y una leve recuperación de la demanda, la opinión generalizada entre los empresarios a lo largo del año recogida en la Encuesta de Clima de EXCELTUR, es que los resultados del cuarto trimestre del 2003 no han modificado, salvo en el caso del transporte, el **cierre final de un ejercicio que arroja caídas en los márgenes**.
- **Esta tendencia, sin embargo, en los grandes grupos de empresas de alojamiento no ha repercutido tanto sobre sus beneficios debido a una acertada política de contención de costes**, tanto las ubicadas en entornos urbanos como vacacionales. **En el caso del transporte, según la opinión de sus empresarios esta caída de beneficios ha sido más intensa**, a pesar de la reducción de sus costes energéticos por la apreciación euro/dólar, mientras que **en el caso de las agencias de viajes, este efecto ha sido menos acusado por el fuerte impulso de sus ventas**.



➤ **En general, el transcurso del año 2003 ha generado, sin embargo, una mejora paulatina de las expectativas empresariales explicado por una recuperación de sus ventas**, que en nuestra encuesta se ha manifestado por la mejora de la confianza empresarial que resulta del indicador ICTUR (Índice de Clima Turístico Empresarial agregado para el conjunto de toda la industria) calculado por EXCELTUR. No obstante, esta tendencia se ha ralentizado en el cuarto trimestre del 2003 con una caída de este indicador desde el 14,4 del tercer trimestre al 9,5 con que se cierra el cuarto trimestre.

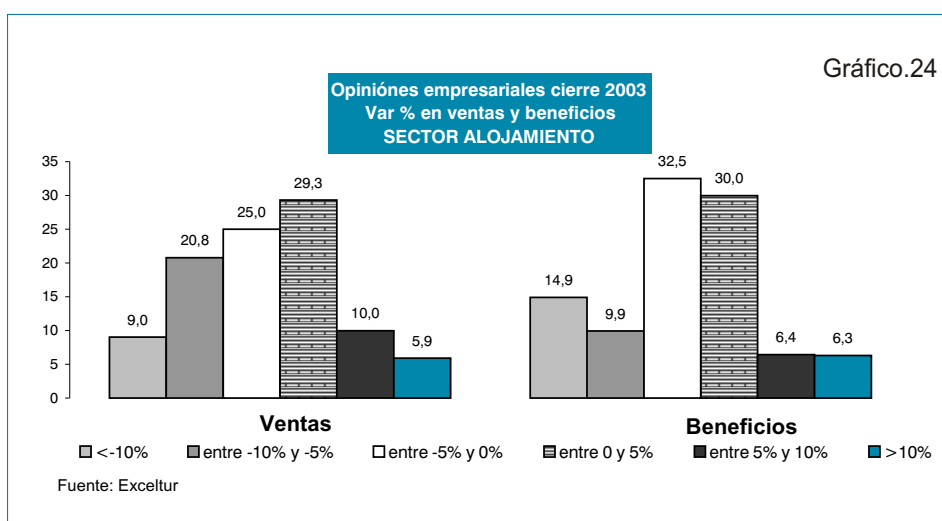
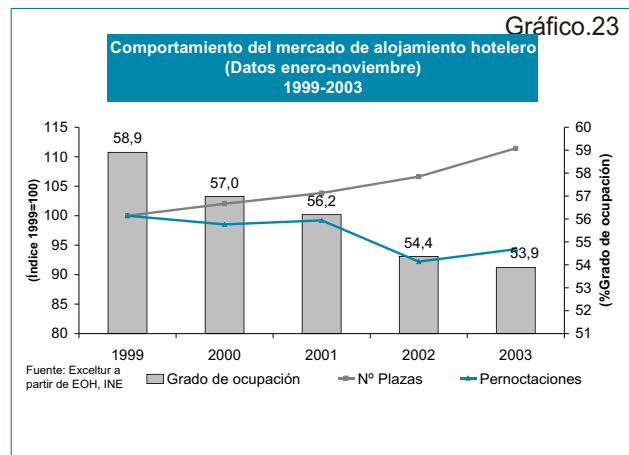
- Los niveles de confianza empresarial de los sectores de la industria turística española medidos por el ICTUR en el cuarto trimestre del año, se sitúan por debajo del conjunto de ramas de servicios de la economía española, que la Comisión Europea cifra en un valor de 21,7, y en niveles algo superiores al que presenta el sector terciario en Europa, con un valor de 7,3.



## ALOJAMIENTO HOTELERO:

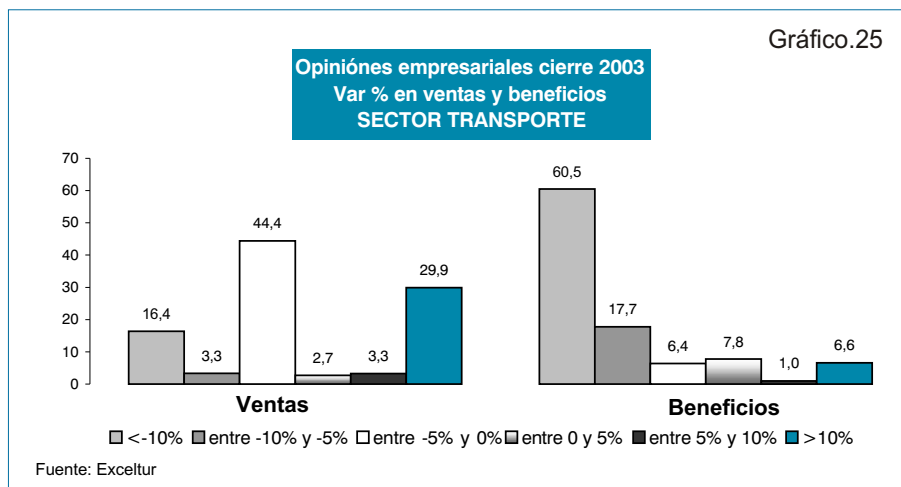
- **Las empresas de alojamiento hotelero concluyen un año 2003 muy complejo** que, si bien caracterizado por una leve recuperación de la demanda que el INE ha cifrado en un aumento del 2,2 % en las pernoctaciones para el conjunto del año, ha estado sujeta a los efectos de una mayor competencia derivada, por un lado, tanto de la creciente sobreoferta de plazas de diversa índole en algunas zonas urbanas y turísticas españolas, como a su vez en términos internacionales y especialmente en las vacacionales producto del a su vez exponencial crecimiento de oferta competitiva en otros destinos turísticos extranjeros mediterráneos.
- Como resultado, esta tendencia pone cada día más en evidencia los desajustes a corto plazo entre oferta y demanda tanto a nivel nacional como en todo el arco mediterráneo especialmente el más oriental, y anticipan en el caso más específicamente español, que puedan agravarse los efectos de la potencial competencia residencial ilegal.
- Sólo en el sector hotelero y a pesar del incremento de las pernoctaciones impulsado por la demanda de los españoles, **en 2003 volvieron a reducirse los niveles de ocupación hotelera en 0,9 puntos porcentuales (-1,7 %) por el aumento del 4,5% de plazas, lo que eleva a 6,2 puntos la pérdida de ocupación en los últimos cuatro años.** Como hemos señalado en sendos informes presentados en el segundo y tercer trimestre del año, respecto a la situación en zonas vacacionales y urbanas, sería aconsejable ralentizar algunos de los proyectos en fase de evaluación o a punto de iniciarse ya que no es presumible una fuerte elevación de demanda a medio plazo a tenor de lo que sería preciso, y en cualquier caso seguir potenciando los valores lúdico-culturales y los atractivos turísticos de las diferentes ciudades y destinos turísticos donde estén ubicados.

- **En el sector del alojamiento hotelero la opinión empresarial es unánime respecto a la caída generalizada de precios y ralentización de beneficios en 2003**, si bien comienzan a evidenciarse cada vez más unas repercusiones distintas entre aquellas empresas que han apostado por la diferenciación y/o han buscado las economías de escala asociándose a grandes marcas, cadenas y/o a sistemas de reservas y/o compras, que se han defendido mucho mejor en este escenario que las que no han optado por estrategias de este tipo.



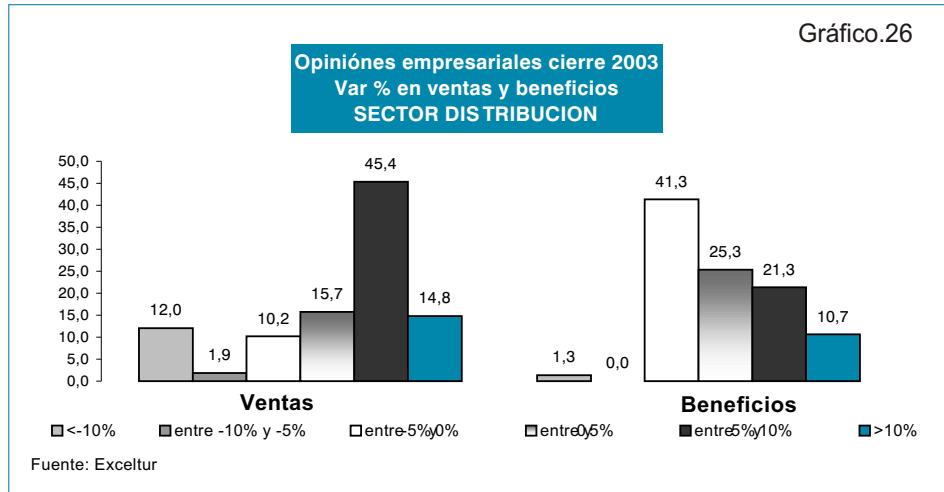
2 Tanto para el cálculo de plazas como para el de los niveles de ocupación hemos tomado el número máximo de plazas abiertas a lo largo del año publicados por la EOH del INE.

- **En todo caso, el 57,3% de los empresarios hoteleros españoles vieron reducir sus niveles de beneficio en 2003, respecto a las ya importantes caídas que se produjeron el año 2002, mientras para un 29,3% este indicador a penas se incrementó a tasas inferiores al 5%, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial para el cierre del año. Cabe destacar que para más de un 14% los beneficios se redujeron por encima del 10%.**
- El sector del transporte aéreo español se han visto muy condicionado como antes señalábamos por la presión competitiva introducida por las compañías de bajo coste, las estrategias de guerras y reducción de precios aplicadas como respuesta, y en un marco de reducción de los costes energéticos favorecido por la apreciación del euro e igualmente una problemática de sobre oferta, presente en algunas rutas.
- Como resultado, **a medida que ha avanzado el año se ha producido una importante recuperación de la demanda, en un contexto hasta el cuarto trimestre del año de caídas en los beneficios, que han sido menores en aquellas compañías aéreas españolas especializadas en vuelos a destinos vacacionales y/o que operan en rutas internas menos afectadas por la presión de las compañías de bajo coste europeas.**
- Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico empresarial para el conjunto de empresas de transporte reflejan esta dicotomía en la evolución de sus ventas que no de sus beneficios en 2003. **Así, nos encontramos con un 25,3% de empresas, entre las que se encuentran las líneas aéreas mas asociadas al tráfico interno y turístico de los españoles y las principales compañías de alquiler de vehículos, que han experimentado crecimientos en sus ventas superiores al 10,0%**, mientras la mayor parte de empresas han experimentado caídas en sus ventas. La fuerte reducción de tarifas a impedido que este incremento de facturación se reflejara en los beneficios, hasta el punto que para **el 84,6% de las empresas sus resultados se han reducido en 2003 respecto al año 2002, e incluso para el 65,0% esta caída ha sido superior al 10%.**



- **GRANDES GRUPOS DE DISTRIBUCION ESPAÑOLES: El año 2003 para las agencias de viajes se ha visto favorecido por el importante crecimiento de la demanda nacional, impulsado por una atractiva política de precios para el consumidor, que ha permitido alcanzar volúmenes de ventas superiores a las de 2002 para el 76,0% de las empresas.** La reducción de tarifas y el estrecho margen para reducir costes no ha permitido trasladar todo el crecimiento de las ventas sobre beneficios. **Con todo, se cierra un año de resultados en general positivos para los principales grupos de agencias de viajes españolas** donde la opinión manifestada por el **55,6% de los empresarios apunta a un crecimiento de los resultados en algunos casos (para el 22,2% de las empresas) en la banda del 5-10% e incluso del 10% (para el 11,1%).**

Gráfico.26



- **EMPLEO:** Uno de los rasgos que ha caracterizado a la empresa turística española es, de nuevo, su capacidad de generación de empleo incluso en un contexto complejo como el vivido a lo largo del año 2003. Según los datos de la seguridad social, en el pasado año en España **el número de afiliados en ramas relacionadas con el sector turístico se incrementó un 3,4%**, impulsado por el transporte aéreo, las agencias de viajes y las empresas e instituciones relacionadas con el ocio y la cultura, superando la tasa media de crecimiento de empleo del 3,0% del resto de sectores de la economía española.

#### EMPLEO TURISTICO (afiliados a la Seguridad Social)

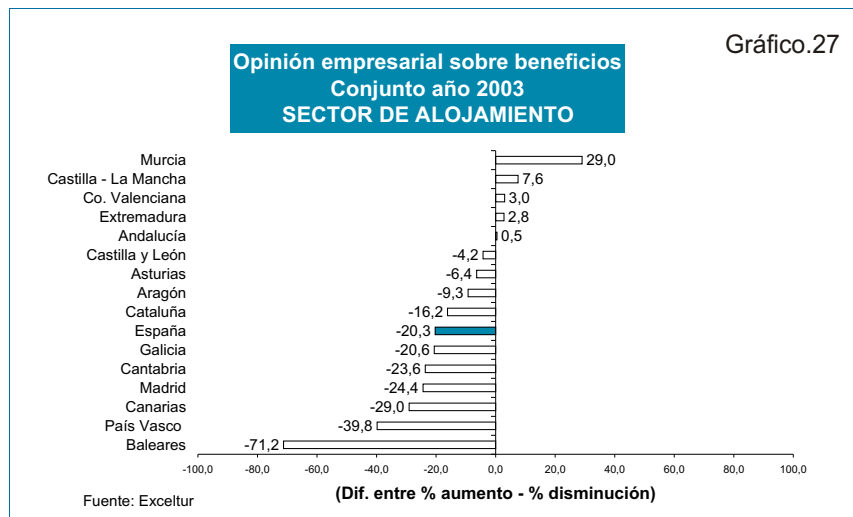
	Valor													Ultimo dato
	2002	2000	2001	2002	2002				2003					
					I	II	III	IV	I	II	III	IV		
<b>Empleo turístico</b>	2.024.999	<b>5,2</b>	<b>4,6</b>	<b>3,4</b>	3,5	3,0	3,4	3,9	3,3	3,5	2,8	3,4	nov	
Hostelería	1.003.472	<b>4,5</b>	<b>4,9</b>	<b>4,0</b>	4,2	3,3	3,9	4,6	3,2	3,3	2,3	2,9	nov	
Transporte	596.533	<b>4,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>	2,0	2,0	2,4	2,6	3,1	3,5	3,6	3,8	nov	
Terrestre	549.092	<b>4,6</b>	<b>2,8</b>	<b>2,7</b>	2,4	2,6	2,8	2,9	3,0	3,1	3,3	3,5	nov	
Marítimo	11.364	<b>4,1</b>	<b>-0,9</b>	<b>4,3</b>	2,2	4,5	4,4	6,1	4,8	5,2	5,3	4,6	nov	
Aéreo	36.077	<b>6,3</b>	<b>1,5</b>	<b>-4,0</b>	-4,1	-6,3	-4,1	-1,4	3,4	8,0	7,9	7,5	nov	
Agencias de viajes	44.890	<b>8,4</b>	<b>7,7</b>	<b>2,0</b>	2,4	1,3	1,2	3,3	4,4	3,6	3,2	4,2	nov	
Ocio y Cultura	262.748	<b>7,1</b>	<b>6,4</b>	<b>4,1</b>	4,5	3,6	3,7	4,6	4,3	4,0	2,8	3,3	nov	
<b>Empleo en el resto de sectores</b>	14.163.391	<b>5,0</b>	<b>3,9</b>	<b>3,0</b>	3,0	3,0	3,2	2,8	3,2	3,1	2,8	3,0	nov	

Fuente: Ministerio de Trabajo y S.S.

- Sin embargo, cabe llamar la atención el hecho de que en un contexto de menores rendimientos empresariales, esta mayor tasa en el aumento del empleo del sector turístico por encima del de su propio PIB, **estaría apuntando una caída de la productividad laboral** debida entre otros al difícil acceso y/o retención de un personal más cualificado, tendencia que, por otra parte, viene manifestándose en este sector desde el año 2000.

## Opiniones empresariales de beneficios por destinos de la Encuesta de Clima

- Las opiniones empresariales descritas por destinos reflejan un año desigual, según su diferente especialización por líneas de productos, su distinta dependencia por mercados y los resultados de las propias estrategias y políticas de sus diversas administraciones públicas y que en el conjunto ponderado de España arroja una valoración negativa.
- **Los destinos que desde la perspectiva y valoración de los alojamientos hoteleros han experimentado un año 2003 más complejo, han sido por un lado los insulares, más dependientes del mercado extranjero, y las regiones del norte de España y Madrid, donde la opinión generalizada es la de caída de sus niveles de beneficios.**
- **Por el contrario, las Comunidades Autónomas del interior, con modelos turísticos basados en productos culturales, urbanos y de turismo activo con un todavía elevado potencial de crecimiento, y las del litoral mediterráneo del levante y en menor medida Andalucía han presentado resultados positivos, impulsadas en gran parte por el dinamismo del mercado nacional.**
- Destaca como la más positiva, la región de Murcia que en pleno desarrollo de su modelo turístico de costa, recaba opiniones empresariales favorables en todos los ámbitos de la encuesta, y que a su vez se han favorecido de una adecuada respuesta de la demanda.



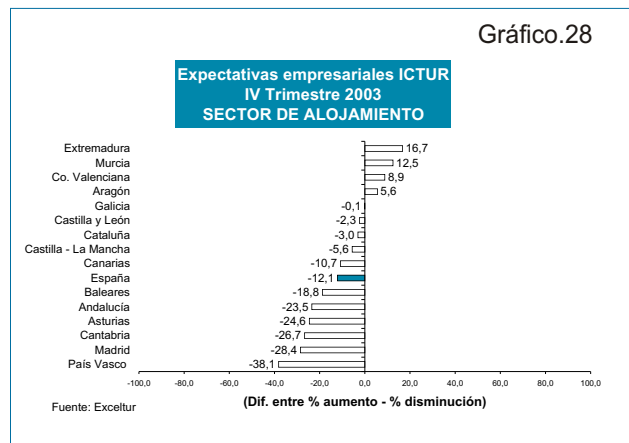
- Por el contrario y en su extremo opuesto, los empresarios de Baleares, consecuente con otras múltiples estadísticas oficiales, han valorado en una abrumadora mayoría muy negativamente sus resultados del ejercicio 2004.
- Sin perjuicio de lo anterior y **de cara al año 2004, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial reflejan, sin embargo, una mejora generalizada de las expectativas empresariales para la práctica totalidad de las Comunidades Autónomas españolas, manifestada en un incremento del ICTUR**, indicador elaborado por EXCELTUR que recoge la opinión adelantada de los empresarios ponderando para el primer trimestre sus ventas previstas, su situación de las reservas y la contratación de personal.
- En este sentido y con un giro radical que reduce a un tercio sus desfavorables impresiones del 2003 y se acerca a la media nacional, **destaca la sustancial mejora de las expectativas de los empresarios de Baleares** para los primeros meses del año 2004 que, alentados por el inicio de una leve recuperación de la demanda experimentada en el segundo semestre del 2003 y su mayor confianza en las expectativas generadas por las nuevas líneas de política turística autonómicas anunciadas, confían alcanzar para el primer trimestre del 2004 un aumento de sus ventas y una contención al proceso de bajada de sus beneficios.
- **En la misma línea, los empresarios gallegos afrontan el año 2004 con una opinión sobre el escenario futuro sustancialmente más optimista** que el predominante a lo largo del año pasado del que no es ajeno la celebración del año Xacobeo, al igual que sucede en el caso de los empresarios catalanes derivado de las expectativas del Año Dali y el Foro de las Culturas.

➤ En el mismo sentido, los empresarios murcianos prevén un comienzo de año positivo pero dentro de una tónica de moderación en los ritmos de crecimiento de las ventas, percepción que es compartida por el empresariado de la Comunidad Valenciana.

➤ En un sentido contrario, **se ha producido un deterioro hacia finales del año de la confianza empresarial de los empresarios de alojamiento andaluces**, en un marco de crecientes incertidumbres por una situación de sobre oferta cada vez más patente y que genera preocupación en cuanto a los posibles efectos futuros que comienzan a acusar.

➤ Aquellos destinos donde sus empresarios de nuevo esperan un comienzo del año 2004 con caídas en sus niveles de actividad se concentran en Madrid, afectado por unos posibles efectos de la situación de sobreoferta y unos mercados de negocio y larga distancia que, aunque recuperándose, se presumen a menor ritmo del deseable, y en las Comunidades de la Cornisa Cantábrica (País Vasco, Cantabria y Asturias).

Gráfico.28





## 2. Perspectivas para el 2004

### Demanda turística por mercados emisores extranjeros

➤ El año 2004 según las estimaciones elaboradas por EXCELTUR **se espera sea un ejercicio en el que poderse por fin materializar una clara aunque conservadora recuperación de la industria turística española**, básicamente en función tanto de la presumible dinamización de las economías de sus principales mercados emisores europeos, como del mayor avance y consolidación de la economía española.

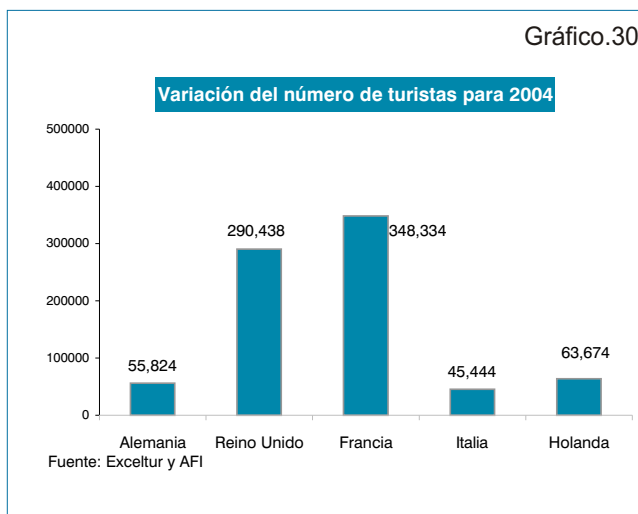
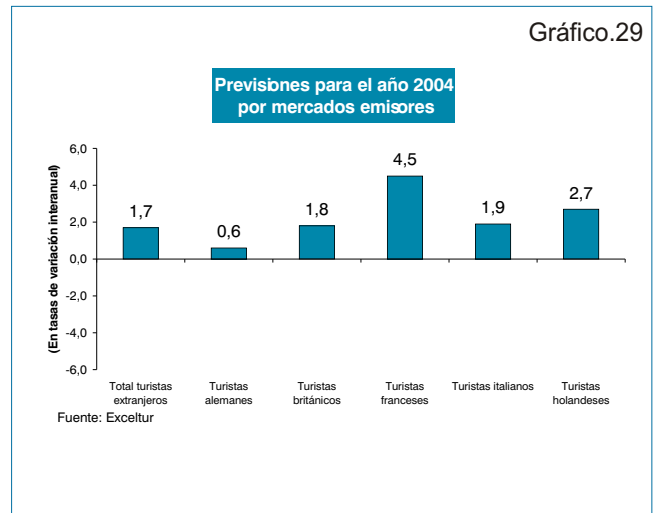
➤ **Se espera, sin embargo, que esta eventual dinamización de la demanda turística se produzca a ritmos todavía moderados**, por la permanencia de los elevados niveles de endeudamiento alcanzados por los hogares europeos, junto a una recuperación todavía tenue del gasto de las familias (salvo en España), que no se prevé que empiece a dar síntomas de una clara reactivación hasta el año 2005,

➤ **En este contexto, las predicciones realizadas para el 2004 por Exceltur estiman un crecimiento en todos los principales mercados europeos y a diferencia del 2003 no solo del inglés, que en este año se vería atenuado, lo que representa una subida del 1,7% en términos de las llegadas de turistas extranjeros, y supone un aumento de casi 1,15 Millones de turistas para el 2004 con respecto al 2003 (versus aproximadamente 100.000 en el 2003 con respecto al 2002).**

➤ Estas previsiones, ciertamente optimistas, están sustentadas en gran medida en unas expectativas de la mayor demanda que pueda derivarse de los diversos acontecimientos culturales que tendrán lugar el próximo año en nuestro país, como entre otros el Foro de las Culturas y el Año Dalí en Barcelona,, el Año Xacobeo en Galicia que **con un buen grado de probabilidad permitirían según la estimaciones de EXCELTUR superar los 53 millones de turistas extranjeros.**

➤ Sin estos acontecimientos, previsiblemente la afluencia de extranjeros se reduciría a un entorno de un crecimiento máximo del 1% de, dado que por otra parte los Juegos Olímpicos de Atenas y la Eurocopa de Fútbol en Portugal, ejercerán en los meses punta de verano una fuerte competencia para los intereses turísticos españoles.

➤ **Por mercados de origen, las posibilidades de mejora más significativa se derivarán de hacerse realidad la deseada y esperada recuperación del mercado alemán.** La magnitud en que ésta se desarrolle y su reflejo sobre los destinos españoles estará condicionada por la creciente competencia que como ya ha ocurrido en el 2003 están ejerciendo otros destinos turísticos emergentes del Mediterráneo.

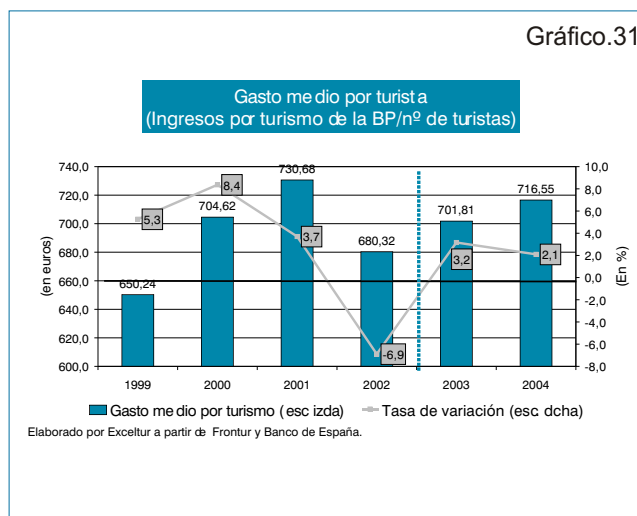


➤ Las señales que avalarían esta prevista recuperación del mercado alemán hacia España son: los efectos de las reformas fiscales introducidas de cara al 2004, la tendencia a la mejora que ya señalan los indicadores de confianza de los consumidores en Alemania, el aumento previsto de las rutas de las compañías aéreas de bajo coste desde Alemania a algunos destinos turísticos españoles, el impacto que comienzan a tener los notables esfuerzos institucionales en pro de recuperar la buena imagen de España y las recientes declaraciones de los principales TTOO Alemanes en este sentido.

- **A diferencia del año 2003, donde el dinamismo del mercado británico permitió mantener el número de llegada de turistas extranjeros, las previsiones de EXCELTUR para el 2004 reflejan una sustancial moderación en sus ritmos de crecimiento pasando de un 9,4% en 2003 a un 1,8%**, si bien en valores absolutos manteniéndose todavía como el principal mercado extranjero de origen de turistas.
- Dos son los riesgos que planean sobre este mercado, en primer lugar la evolución de la paridad de la Libra contra el Euro y el dólar, en el primer caso por su posible impacto negativo frente a unos consumidores muy sensibles a las variaciones de precio de producirse las correcciones cambiarias todavía pendientes y, en el segundo, por la mayor competitividad que hoy por hoy ofrece para los ingleses el destino USA (el más deseado de los destinos a visitar que reflejan algunas de sus encuestas) y otros de larga distancia cuyos precios también cotizan en Dólares.
- Como segundo elemento de inseguridad en este mercado, se encuentra la incertidumbre sobre el curso que puedan tomar las operaciones del principal operador local My Travel, de no conseguir mejorar sus resultados y/o recuperar y afianzar la confianza de sus acreedores, clientes y proveedores.
- **Por último, en lo referente a Francia, Holanda e Italia se estima que su recuperación económica, así como el Año Xacobeo, favorecerá la llegada de viajeros procedentes de estos países que en los dos primeros casos tienen una mayor propensión a los viajes por carretera.** La proximidad a Cataluña y los diversos acontecimientos culturales que tendrán lugar en Barcelona y en otros lugares de esta comunidad autónoma (Año Dalí, Forum de las Culturas etc. ) serán igualmente positivos para la atracción entre otros de turistas de proximidad como los galos e italianos.

## Ingresos turísticos y gasto medio por turista extranjero

- En este contexto, si bien reiterando nuestras mayores cautelas y recabando a todas las instituciones estadísticas implicadas en la necesidad de avanzar y consensuar al máximo una metodología de cálculo que asegure la medición más precisa y homogénea de los ingresos turísticos en destino, junto con un mejor conocimiento del comportamiento de los extranjeros (así como por otro lado vía EGATUR u otra estadística similar, el de los españoles), **las estimaciones de EXCELTUR sobre el comportamiento de los Ingresos por Turismo de la Balanza de Pagos, calculadas únicamente a partir de una proyección econométrica de los publicados por el Banco de España hasta el mes de septiembre del 2003 (y que hemos mantenido para diciembre), arrojan una tasa de crecimiento del 4,3% para el 2004. De confirmarse esta previsión este indicador apuntaría un incremento nominal del gasto medio todavía moderado del 2,1%**, aunque todavía inferior al señalado para el 2003.



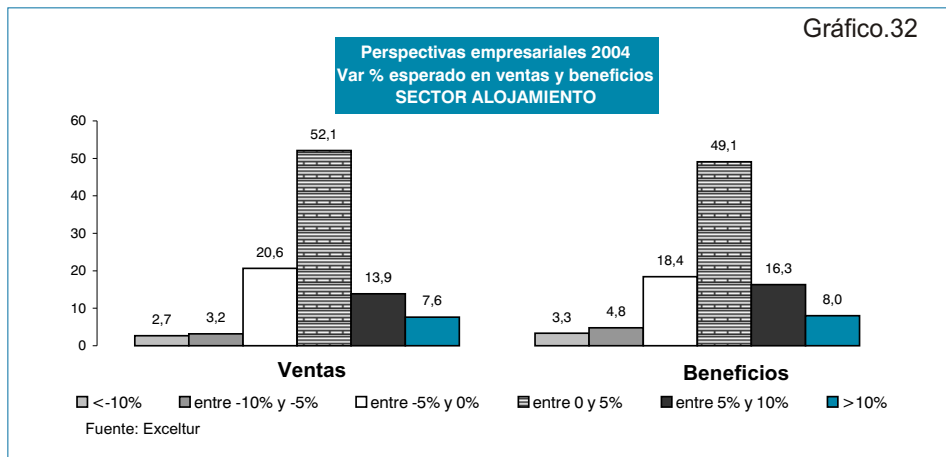
## Demanda nacional

- **En cuanto a las previsiones de demanda nacional hacia los destinos españoles**, las estimaciones de EXCELTUR sobre la evolución del consumo privado en España permiten intuir y anticipar que mantendrá una tónica muy similar a la de este año. Sin embargo, dada la falta de una serie estadística larga en el tiempo y lo suficientemente consistente como para aplicar sistemas de predicción econométricos tanto en lo referente al número de viajes turísticos de los españoles hacia nuestro propio país como a sus niveles de gasto, impide hacer previsiones más exactas sobre la demanda turística española. Esta carencia constituye un importante handicap y una laguna improporrible dentro del actual sistema de indicadores turísticos españoles para poder evaluar el seguimiento, y cuantificar el impacto de lo que hoy por hoy como ya hemos venido señalando, ya supone un 45% del total del mercado turístico de nuestro país.

## Opiniones empresariales anticipadas

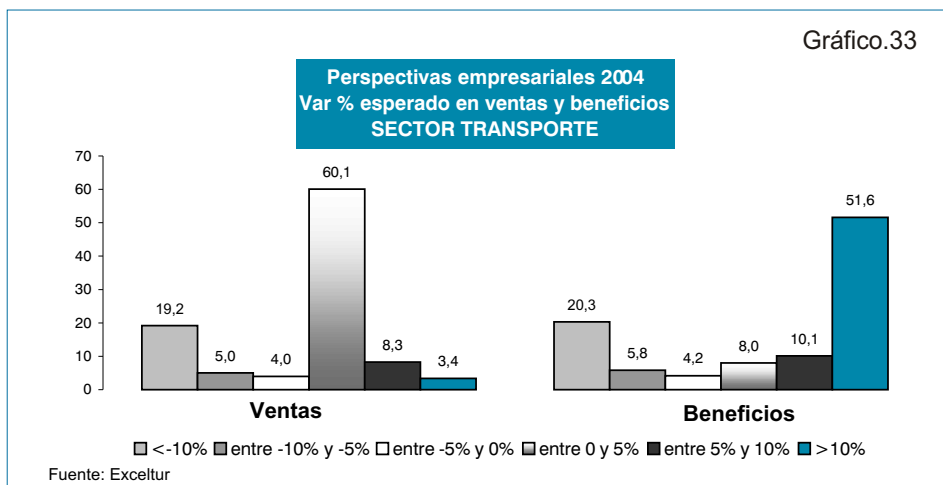
### ALOJAMIENTO HOTELERO:

- Después de tres años muy complicados y con importantes retos a los que hacer frente ya comentados, **los empresarios hoteleros afrontan la temporada turística del año 2004 con moderado optimismo. La opinión vertida en la encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur eleva al 74,2% el número de empresarios que esperan un crecimiento en sus ventas acompañado de un incremento en los beneficios (74,1%). No obstante, los crecimientos esperados apenas se mueven en la banda del 0 y el 5% para el 50% de ellos, mientras crecimientos mayores sólo son esperados por algo más del 20% de los encuestados.**
- Este muy moderado optimismo que impera en la clase empresarial se ve afectada por los malos resultados del cuarto trimestre del 2003, donde en un escenario de leve recuperación del ciclo económico se redujeron las ventas y los beneficios, rompiendo la senda de mejora del conjunto del año.



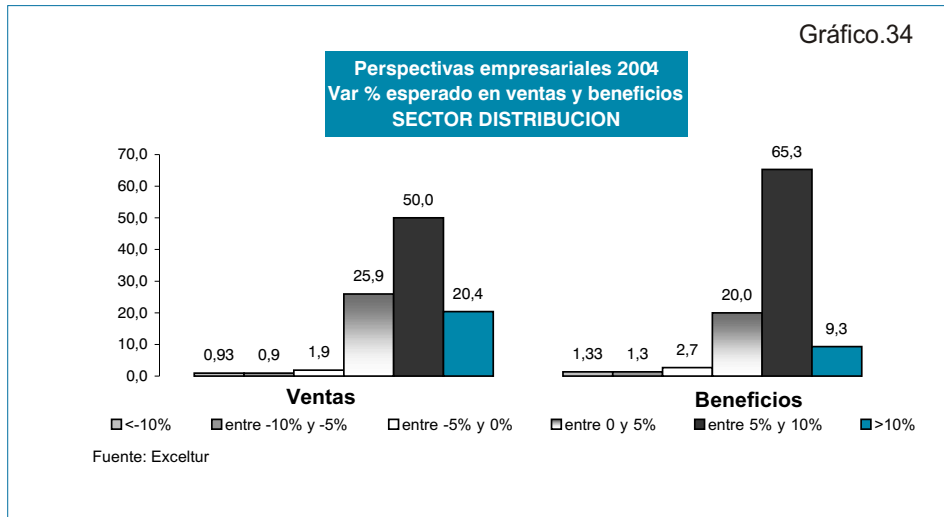
### TRANSPORTE:

- La opinión de las empresas de transporte, impulsado especialmente por las empresas de transporte aéreo, coinciden en anticipar un año de dinamización de las ventas, **continuando con la trayectoria de los últimos meses del 2003, y de importantes crecimientos de los beneficios, que en más de un 50% sitúan por encima del 10%.**
- El positivo contexto esperado para la paridad del euro frente al dólar, y la paulatina recuperación de los niveles de precios, dentro de un nuevo esquema de tarifas y comisiones en el sector aéreo, junto con un escenario económico internacional más propicio tanto para las empresas como para las familias son factores que ayudarían a impulsar ese crecimiento moderado de las ventas en 2004, con una repercusión más intensa en los resultados ayudado por las políticas de ajuste de costes ya puestas en marcha durante el año 2002 y 2003.



AGENCIAS DE VIAJES:

- Sin duda los empresarios que ven con más optimismo el año 2004 son los de los grandes grupos de agencias de viajes. En un contexto de mantenimiento de los niveles de dinamismo del consumo privado de los españoles, un efecto positivo sobre los ingresos del nuevo sistema de cobro por la emisión de billetes aéreos y ante un efecto más estructural asociado al crecimiento en los niveles de renta por habitantes (la familia española ya está en el 87% de la renta media comunitaria) que asegura una continuada tendencia a la adquisición de viajes turísticos, **existe práctica unanimidad en que las ventas seguirán creciendo en 2004, acompañado por un incremento de los beneficios.**



**PIB turístico**

- **A tenor de este escenario macroeconómico que se espera para el 2004 y sus consecuentes repercusiones en los niveles de demanda turística, EXCELTUR estima que el crecimiento del ISTE (PIB de la industria turística española) podría subir de nuevo del 1,7% que hemos calculado será el del 2003, al 2,0% para finales del 2004.**
- Ello sin embargo no permitiría todavía el reducir el “gap” que se produce comparándolo con el crecimiento de la economía española estimado para el 2004 en un 2,7%, lo cual pone de manifiesto la presencia de otros factores de índole más estructural y de fondo que antes se han señalado y que impiden por el momento a la industria turística contribuir con una mayor dinamización al crecimiento de la economía española, tal como la que nuestro sector indujo en la segunda mitad de los años 90.

