

Perspectivas turísticas

Balance del segundo trimestre de 2006 y tendencias para el tercer trimestre y el cierre de 2006.





Contenidos

0. Presentación	1
1. Claves	3
2. Actividad Turística y rentabilidad empresarial	17
3. Gasto Turístico	21
4. Destinos competidores	25
5. Claves por sectores	29
6. Destinos nacionales	45
7. Perspectivas turísticas para el año 2006	73

Presentación



Clara recuperación de la demanda extranjera: subsisten los desafíos de política turística

José Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de Exceltur

En este segundo trimestre del año se han cumplido las buenas expectativas generalizadas que ya anticipaban los empresarios en nuestro último Informe Perspectivas. Ello se ha traducido en una generalizada mejoría de ventas y beneficios de los diversos subsectores turísticos, que ha llevado a los máximos niveles de confianza empresarial desde hace cuatro años y que todo apunta se extenderán durante los próximos meses de verano, a excepción de las aerolíneas por la presión de coste del carburante. Prevemos un cierre de año turístico 2006 mejor en su conjunto que el de 2005, en el contexto de un segundo trimestre que ha observado un intenso crecimiento de la demanda, tanto nacional como extranjera y ante un verano y un cuarto trimestre en el que igualmente se descuentan aumentos de ventas, aunque algo menos pronunciados.

Este escenario turístico más favorable y que pudiera recordar viejas épocas en las que se observaban presiones de demanda, no despeja ni resuelve los desafíos de competitividad que aún subsisten en múltiples subsectores y destinos del litoral mediterráneo y las islas, ni debe posponer las medidas necesarias que se han venido perfilando y consensuando en los últimos años para afrontarlos. Ello es particularmente relevante cuando se profundiza en las razones del repunte de llegadas de extranjeros desde la segunda mitad de 2005 y porque se han acentuado en este primer semestre de 2006. En síntesis, ver cómo se explica la aparente paradoja de un sector empresarial que revela una cierta mejoría en sus ventas y beneficios cuando, en paralelo, los ingresos turísticos totales y los ingresos medios por turista extranjero bajan en el conjunto de los destinos españoles, tal como de nuevo ha ocurrido en estos primeros meses de 2006.

En el segundo trimestre de este año hemos vuelto a ser testigos de una redistribución del flujo de turistas extranjeros con el tradicional paquete turístico de "sol y playa", que incluye hotel y que han preferido los niveles de seguridad que percibe España frente a los de otros destinos más afectados por los diversos sucesos geopolíticos y naturales que se extienden por el mediterráneo oriental. La magnitud

de esta tendencia ha favorecido especialmente a aquellos alojamientos - que aún son muchos en el litoral español para los que su principal canal de distribución sigue siendo el mayorista.

Este hecho, junto con la elevación de los niveles de consumo en los principales mercados emisores, con especial intensidad Alemania e Italia, y la fortaleza de nuestro mercado interno, que aún ralentizándose sigue mostrando una elevada propensión a viajar, han favorecido una clara mejoría en la afluencia de turistas de mayor capacidad de gasto y su traslado a un mayor número de sus pernoctaciones. Asimismo se hace necesario reconocer y destacar la positiva incidencia del reciente giro en las estrategias de marketing turístico institucional y coordinación de actuaciones de Turespaña y algunas comunidades autónomas, mucho más focalizadas en el cliente final y mejor segmentadas por mercados y líneas de productos, resultado de una visión y un marco más estrecho de cooperación entre las diversas administraciones públicas, que sería deseable se extienda y acentúe gradualmente de manera particular con el sector privado.

Este escenario de clara recuperación de algunos segmentos de la demanda turística más convencionales y deseados, convive en paralelo con otro que viene siendo recurrente en los últimos cinco años y que observa un mayor crecimiento de ciertos perfiles de turistas que incurren en un menor gasto diario en los destinos y que abre nuevos desafíos para revertir esta tendencia en el futuro. De nuevo, en este segundo trimestre de 2006 hemos sido testigos de una mayor afluencia de turistas alojados en casas de familiares y amigos o en viviendas alquiladas (de enero a mayo la llegada de turistas extranjeros en esa tipología de alojamiento se elevó un 13,7%), oferta que sigue aumentando de manera exponencial a lo largo de buena parte del litoral mediterráneo español y las islas, ajena a las múltiples consideraciones que abogan por un crecimiento más sostenible.

Se trata de un perfil de turistas muy asociados al uso de compañías aéreas de bajo coste (de enero a mayo de 2006 el número de

1 Claves

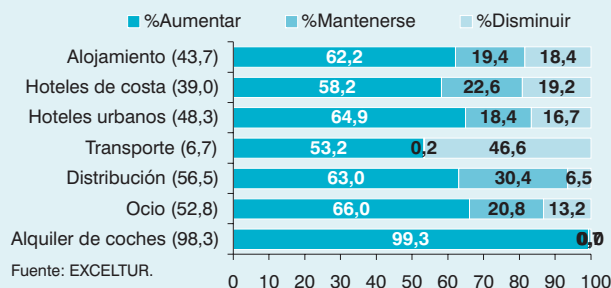
A. Balance del segundo trimestre de 2006

A. 1. Actividad turística y resultados empresariales

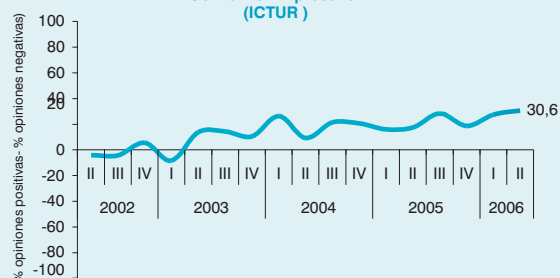
1 La dinámica turística durante los meses del segundo trimestre del año ha confirmado la esperada aceleración en el crecimiento de la demanda que anticipábamos en el anterior número del Informe **Perspectivas Turísticas** y que entonces ya manifestaban los empresarios en la Encuesta de Clima Turístico realizada por Exceltur en el mes de abril, en la que se recogían los positivos resultados alcanzados durante la Semana Santa.

2 A lo largo de estos meses de la primavera de 2006 se ha venido observando una continuada recuperación en los ritmos de crecimiento de la demanda, que se ha manifestado en **una percepción empresarial generalizada en todos los subsectores turísticos sobre el aumento de sus ventas respecto a los niveles del pasado año, elevando sus niveles de confianza empresarial.** El ICTUR, indicador de confianza del conjunto de diversas empresas y subsectores turísticos españoles que elabora Exceltur se situaba en este segundo trimestre de 2006 en los niveles máximos desde que comenzó a elaborarse la Encuesta Clima Turístico Empresarial en el segundo trimestre de 2002, alcanzado un valor de 30,6.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas
II Tr 2006

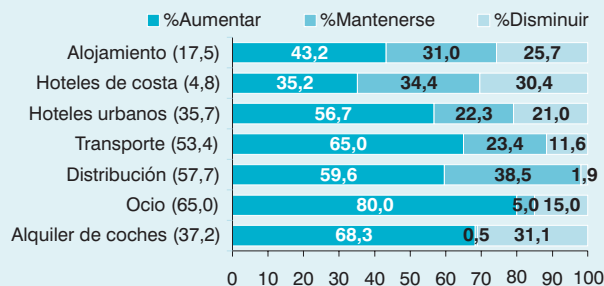


Índice de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR
Confianza Empresarial (ICTUR)

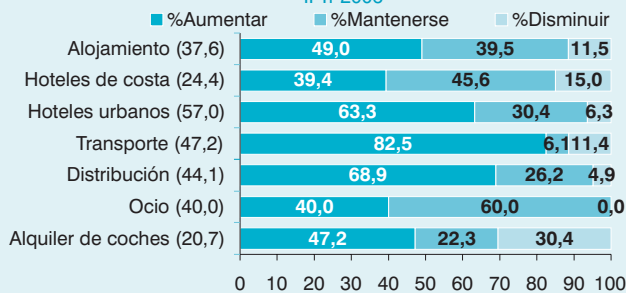


3 El fuerte impulso de las ventas de las empresas turísticas españolas por el doble juego del mantenimiento en el crecimiento del mercado nacional y la acelerada afluencia durante estos meses del segundo trimestre de una demanda extranjera mayormente consumidora de las líneas de producto paquetizadas incluyendo un alojamiento reglado, en gran parte redirigida de otros destinos competidores del mediterráneo oriental que se han vuelto a ver afectados por sucesos geopolíticos o naturales adversos, **ha favorecido un generalizado aumento en los beneficios de las empresas turísticas españolas en un contexto de contención de precios en los hoteles de sol y playa y de leve recuperación en los grandes grupos de agencias de viajes y tour operadores, empresas de transporte y hoteles urbanos.**

Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios
II Tr 2006



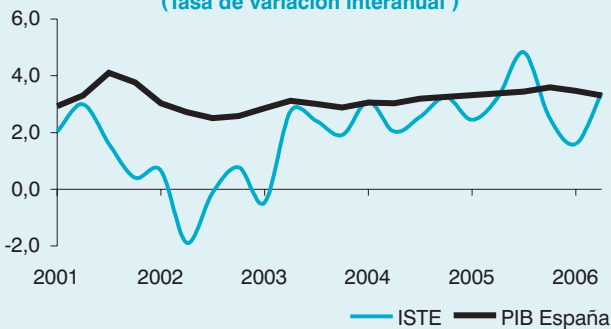
Opinión empresarial sobre la evolución de los precios
II Tr 2006





4 Con estos condicionantes, **el Indicador Sintético del Turismo de España de Exceltur (ISTE), asimilable al PIB turístico, ha acelerado notablemente su ritmo de crecimiento durante el segundo trimestre del año 2006 hasta situarse en un incremento del 3,4%** respecto al mismo trimestre del pasado año. Con este aumento, el turismo se sitúa ligeramente por encima del crecimiento esperado para este trimestre de la economía española, cifrado en el 3,3% por el consenso de las diversas casas de análisis.

Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España. Años 2001-2006 (Tasa de variación interanual)



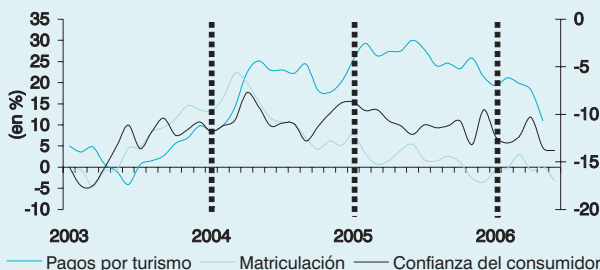
Fuente: Exceltur e INE

A.2. Demanda por mercados

5 El mercado interno ha vuelto a jugar un papel determinante en el comportamiento de las diferentes empresas y destinos turísticos españoles durante este segundo trimestre, **aunque mostrando síntomas de desaceleración en sus ritmos de crecimiento.**

En concreto, durante los meses de marzo a mayo de 2006 el acumulado de pernoctaciones hoteleras de los españoles se ha incrementado un 7,8%, si bien en mayo lo hacía a un 0,9%. Por otro lado, el BSP de marzo a junio creció un 8,0% respecto al mismo período de 2005, pero en junio se incrementaba un 5,2% y los pagos por turismo en el exterior, único indicador oficial disponible del gasto turístico de los españoles, aumentaban solo un 5,5% en abril, después de haber crecido en el primer trimestre un 18,2%.

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



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

En este contexto y dada la relevancia que en estos últimos años ha adquirido el mercado interno en la estructura de demanda turística hasta alcanzar casi el 50% del conjunto del turismo en España, cobran si cabe más importancia las políticas de promoción y marketing que tanto empresas como administraciones públicas llevan intensificando con éxito en el último año.

6 La desaceleración del mercado español coincide en este segundo trimestre con el empuje de la demanda extranjera desde el mes de marzo, motivada principalmente por:

El mayor dinamismo económico de los países europeos de origen, con especial incidencia en cuanto a las decisiones de gasto turístico del segundo mercado turístico emisor más importante de Europa: Alemania

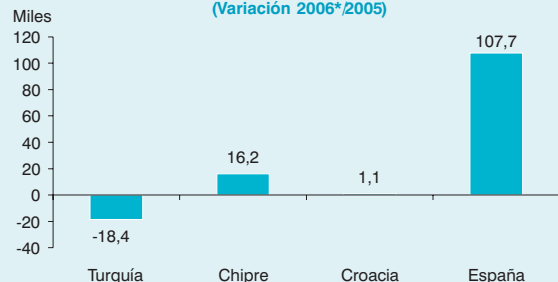
- Las ventajas de accesibilidad que sigue introduciendo la multiplicación de conexiones y frecuencias de las compañías aéreas de bajo coste.

- La contención generalizada que siguen acusando los precios en las zonas de litoral español, aun a pesar de experimentar una leve tendencia ascendente en los 2 últimos meses.

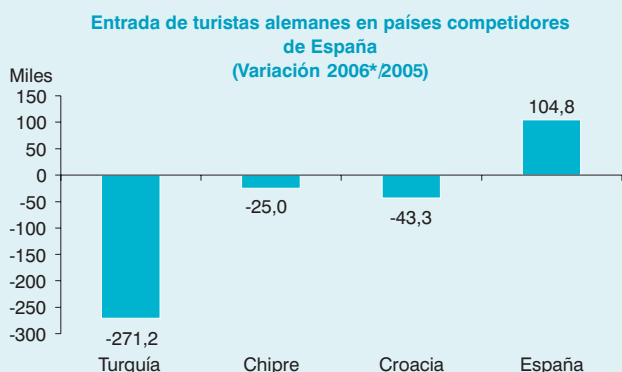
- Los primeros resultados de la reorientación y mejora en la gestión de las políticas de marketing de la Administración Central a través de Turespaña y de algunas comunidades autónomas más en clave del consumidor final y más coordinadas entre sí y con una mejor definición de objetivos y segmentación de actuaciones por perfiles de demanda y mercados.

- Los sostenidos efectos del redireccionamiento de flujos turísticos desde otros destinos competidores "marcados" por riesgos naturales o geopolíticos acontecidos durante el primer semestre de 2006 (gripe aviar, respuesta a las viñetas sobre Mahoma o el recrudecimiento de la tensión en Oriente Medio) que ha trasladado a España una demanda mayormente consumidora de paquetes turísticos con el hotel contratado en destino, que según los indicadores oficiales del IET coincide con el perfil de turista de mayor gasto medio en destino.

Entrada de turistas británicos en países competidores de España (Variación 2006*/2005)



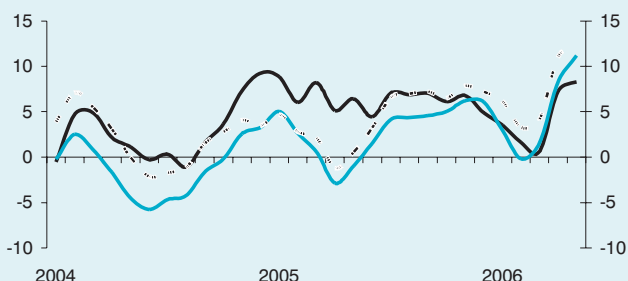
Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET. Datos hasta mayo



Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET.
*Datos hasta mayo.

Este último factor, con claros y positivos efectos sobre los destinos del sol y playa español, junto con el repunte de demanda de los nuevos productos y destinos del interior y de la España Verde han permitido una clara recuperación en la utilización del alojamiento hotelero, alcanzándose en lo que llevamos de año volúmenes en términos de pernoctaciones hoteleras que no registrábamos desde el año 2000. De hecho, en los meses de marzo, abril y mayo se ha logrado una cifra de 34,5 millones de pernoctaciones, lo que supone 3,5 millones más que el pasado año y con unas perspectivas muy positivas para los próximos meses de verano.

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



— Turistas — Pernoctaciones en hoteles - - - Viajeros en hoteles
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

Número de pernoctaciones hoteleras de los extranjeros
(Mar-may)

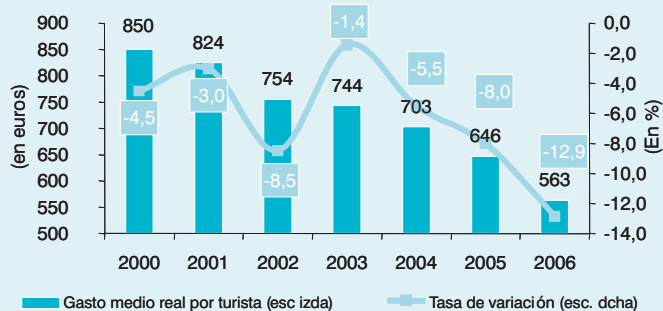


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

7 A pesar del aumento de demanda hotelera por parte de los turistas extranjeros, **la mayor intensidad en el aumento de llegadas de turistas foráneos se sigue produciendo en los segmentos de menor gasto promedio, lo que está provocando una reducción en los ingresos por turismo extranjero y en los ingresos por turista.** Con datos de la Balanza de pagos hasta el mes de abril, los ingresos por turismo extranjero descendían un 4,2% en los cuatro primeros meses del año respecto al mismo período de 2005, lo que supone una caída del 7,6% en términos reales, descontada la inflación.

Detrás de esta caída se encuentra el continuado proceso de reducción de ingresos por cada llegada de turistas extranjeros a España, que en estos cuatro primeros meses del año se ha vuelto a reducir un 9,5% en términos nominales y un 12,9% en términos reales.

Ingreso medio real por turista
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).
Ene-Ab 2000-2006



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

De nuevo, el doble efecto que causa la caída en la estancia media y la mayor llegada de un perfil de turistas de menor gasto diario explica esta tendencia a la baja que se lleva produciendo de manera continuada en los últimos siete años.

- **El comienzo de 2006 no ha servido para frenar el proceso de caída en el número de días que en promedio permanecen los turistas extranjeros a lo largo de toda España.** Con datos oficiales de Egatur, la caída en la estancia de todo tipo de turistas en el período enero mayo se cifra en el 2,4%, porcentaje de reducción que se situaba en el 1,6% para los viajeros alojados en hoteles, según la información de la EOH del INE. Cabe destacar que desde el mes de marzo se ha producido una ralentización de este proceso de caída como consecuencia de la llegada de más turistas extranjeros paquetizados que suelen incorporar estancias más prolongadas y que en



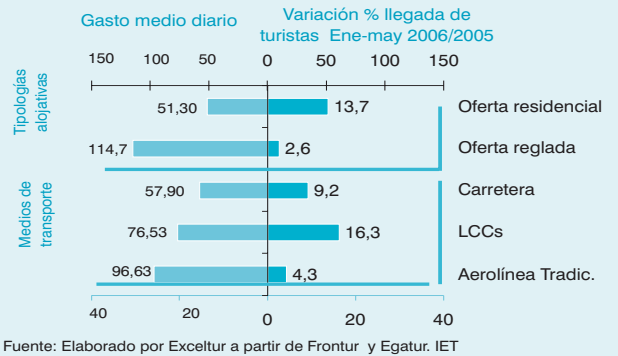
buena parte es fruto como se ha mencionado de la redirección de flujos desde otros destinos del Mediterráneo Oriental gracias a las rentas de seguridad de los destinos españoles.

Esta circunstancia de índole todavía más bien coyuntural no debiera llevar a lecturas autocomplacientes y posponer los necesarios esfuerzos que debemos realizar para hacer que el turista encuentre en España más atractivos que le motiven a alargar su estancia y romper las visiones fatalistas que aducen la imposibilidad de luchar contra lo que se entiende como una tendencia mundial e imparable de la demanda.

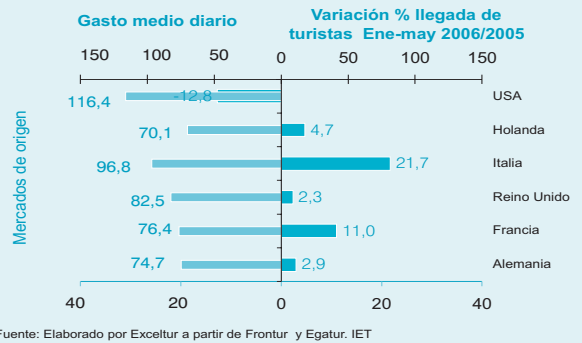


Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE

- **El protagonismo en el aumento de las llegadas de aquellos turistas extranjeros que usan el coche, compañías aéreas de bajo coste y el alojamiento residencial, todos ellos -según estadísticas oficiales- con un menor nivel de gasto medio diario en destino,** explica igualmente la tendencia a la baja en los ingresos totales y los ingresos por turista, que evidencian los datos de la Balanza de Pagos. Por mercados, sólo es reseñable el caso del turismo italiano, con un gasto medio diario muy por encima de la media y donde España ha experimentado un crecimiento de llegadas del 21,7%, mientras en el polo opuesto se encuentran los mercados de larga distancia y especialmente los turistas procedentes de Estados Unidos que vuelven a caer a lo largo de 2006.



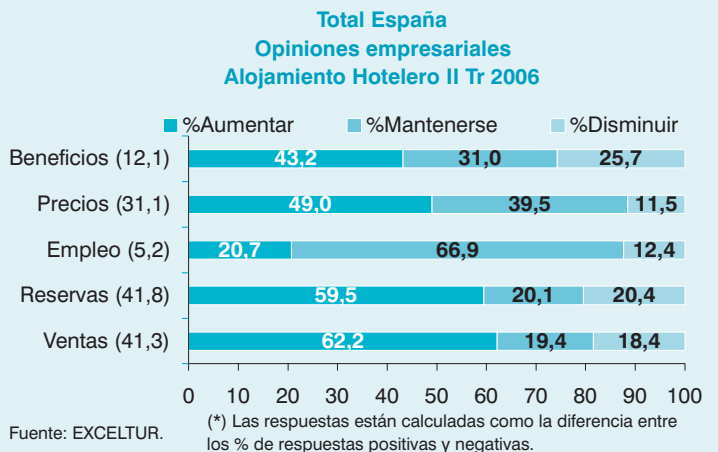
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y Egatur. IET



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y Egatur. IET

A.3. Claves por subsectores

8 Las tendencias descritas respecto al comportamiento de la demanda han favorecido en este segundo trimestre un incremento moderado de los niveles de ocupación y de los beneficios de los **establecimientos hoteleros**, ayudado por una ligera recuperación en los precios. En los meses de abril, mayo y junio, el 62,2% de los empresarios hoteleros españoles



Fuente: EXCELTUR.

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

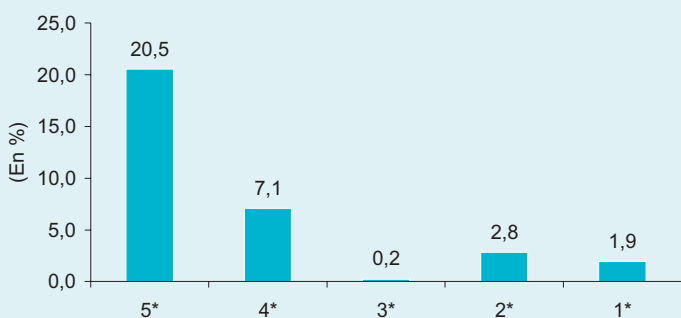


manifestaban haber experimentado un incremento en sus ventas y un 43,2% de ellos igualmente en sus beneficios en relación con los registros del mismo período de 2005.



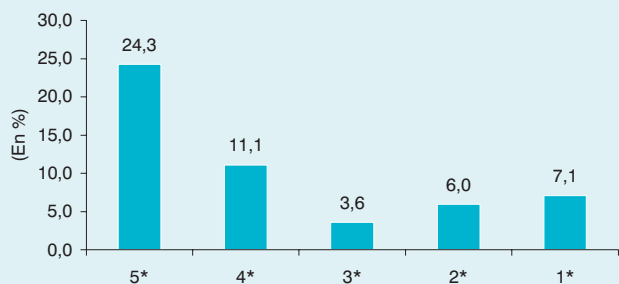
Las tipologías alojativas renovadas y los nuevos establecimientos abiertos de mayor categoría (4 y 5 estrellas) son los que están teniendo una mejor respuesta de la demanda, si bien el continuado aumento de plazas sigue presionando en promedio a la baja los precios con crecimientos muy moderados en torno al 1,5%, según la EOH del INE.

Plazas Hoteleras por categorías
Var % Ene-May 2006/2005



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

Pernoctaciones hoteleras por categorías
Var % Ene-May 2006/2005

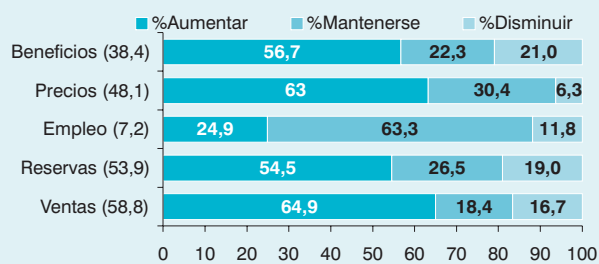


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

Hoteles urbanos

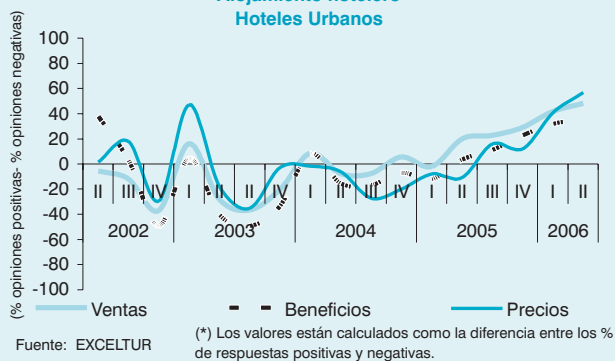
El segmento de hoteles urbanos en España ha mantenido en el segundo trimestre de 2006 la senda de crecimiento en las ventas y los beneficios, con mejores resultados que los hoteles vacacionales de costa. Muy beneficiados por el acelerado crecimiento del producto de escapadas urbanas de corta duración, vinculados a motivaciones mas de tipo socio-cultural y de ocio, las posibilidades introducidas por las mejoras en accesibilidad aérea desde algunos mercados extranjeros, la recuperación del turismo de negocios y los importantes esfuerzos recuperación urbanística y la construcción de grandes equipamientos y obras emblemáticas, los resultados alcanzados por la hotelería urbana en España en abril, mayo y junio si se comparan con los del mismo periodo del pasado año son altamente positivos y recogen todos esos esfuerzos claramente dirigidos a reposicionar y elevar el atractivo turístico de diversas ciudades españolas.

Hoteles Urbanos
Opiniones empresariales
II Tr 2006



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

Opinión empresarial (*) Alojamiento hotelero
Hoteles Urbanos



El 64,9% de los empresarios de hoteles urbanos manifestaban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur haber registrado un incremento de las ventas en el segundo trimestre de 2006, destacando un significativo porcentaje del 13,0% que califican esta variación interanual como muy intensa, mientras un 56,7% reconocía su traslado a una mejora en los beneficios respecto a los meses de la primavera de 2005. Esta percepción se ve confirmada por los datos de la consultora MHI Turismo que reflejan una mejora en el grado de ocupación de los hoteles en cuatro de las principales ciudades turísticas españolas, junto con un



incremento generalizado de los precios que ha repercutido en un significativo avance de los ingresos por habitación disponible (REVPAR).

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

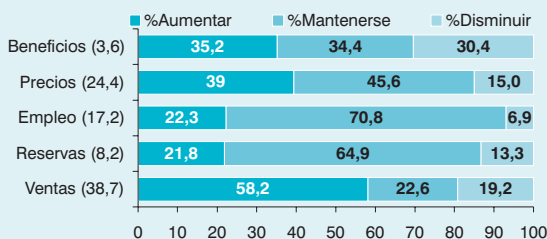


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

Hoteles vacacionales de costa

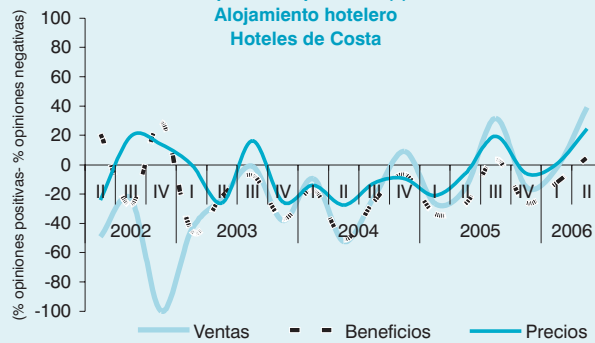
El comportamiento de la actividad turística en la mayoría de los alojamientos hoteleros vacacionales ubicados en la costa en el segundo trimestre de 2006 se puede calificar como positivo. En general, la demanda de alojamiento hotelero en las costas del Mediterráneo y las Islas durante el segundo trimestre del año de 2006 se ha incrementado respecto a los mismos meses del pasado año, según declaraban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur el 58,2% de los empresarios, corroborado por un aumento del 7,6% en el número de pernoctaciones hasta mayo, según la EOH del INE. Cabe reiterar que en este comportamiento ha tenido mucho que ver la recuperación de la venta de paquetes turísticos en los principales mercados europeos, particularmente el alemán, por la ya comentada redirección de flujos desde otros destinos competidores, así como el buen comportamiento del mercado nacional en la Semana Santa que este año se celebró en el mes de abril.

Hoteles de Costa
Opiniones empresariales II Tr 2006



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

Opinión empresarial (*)
Alojamiento hotelero
Hoteles de Costa

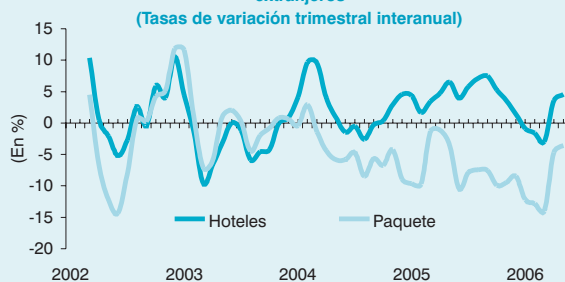


Fuente: EXCELTUR

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

La persistencia de problemas competitivos de índole más estructural en algunos destinos del litoral, resumidos en degradación del entorno en algunos destinos pioneros, crecimientos desmesurados de la oferta de todo tipo de alojamientos, últimamente acentuados en las tipologías residenciales, y los consecuentes niveles de saturación e indiferenciación percibidos por los turistas, terminan por afectar la capacidad de atracción y retención de aquellos turistas con la mayor capacidad de gasto y de hecho, aunque en menor medida que en años anteriores, ha obligado a algunos empresarios a mantener las políticas de ofertas y descuentos, lo que ha impedido trasladar el aumento de ventas a sus beneficios empresariales en la misma intensidad.

Relación entre la evolución en la utilización de los hoteles y los viajes hacia España con paquete por parte de los extranjeros



Fuente: EXCELTUR a partir de la información de FronTUR, IET.

Precios Hoteleros e IPC
(Tasa de variación interanual)

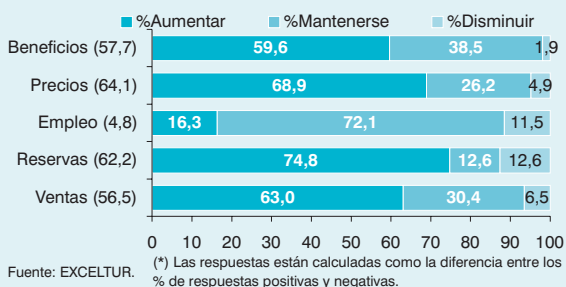


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPC, IPH (INE)

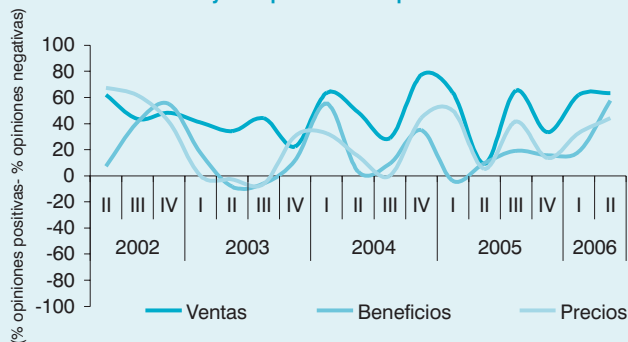


9 Los grandes grupos de agencias de viajes españolas se siguen beneficiando del dinamismo de la demanda nacional, si bien empiezan a notar los efectos de la desaceleración en sus niveles de gasto. Durante este segundo trimestre del año, que ha gozado de un calendario más propicio para viajar por la celebración de la Semana Santa y las festividades del mes de mayo, las ventas se han incrementado para el 63,0% de los grandes grupos de agencias de viajes. Buena parte de este aumento en las ventas y su traslación a los beneficios se debe al leve aumento de precios que igualmente se ha producido respecto a los niveles del pasado año. De hecho el 68,9% de los participantes en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur reconocían haber recuperado los precios en este segundo trimestre, lo que se refleja en un aumento del IPC de Viaje organizado del 3,3% en los meses de marzo, abril y mayo de 2006 en relación con los mismos meses de 2005, si bien se sigue multiplicando las campañas de ofertas y descuentos para cubrir las plazas vacantes de último minuto.

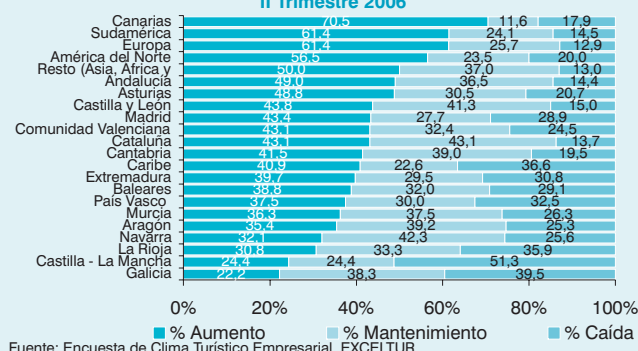
Opiniones empresariales
AA.VV. y Touroperadores españoles
II Tr 2006



Opinión empresarial
AA.VV y Touroperadores españoles



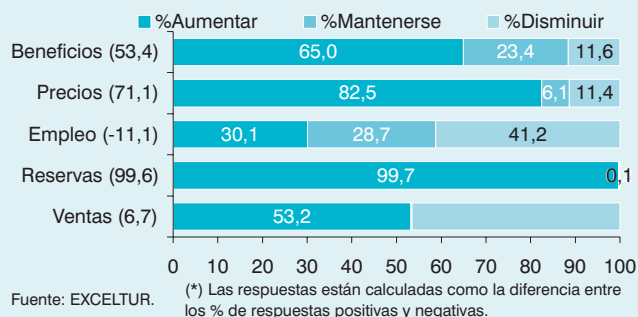
Opinión de AA.VV y Touroperadores españoles sobre las ventas de viajes a españoles durante el II Trimestre 2006



En este contexto, las agencias de viajes virtuales online siguen ganando cuota de mercado a las agencias de viajes más convencionales, con un avance de clientes del 20% sobre las tradicionales, según el II Informe de hábitos de consumo de viajes de Lastminute.com. La respuesta de la demanda española a estos nuevos modelos de negocio se ha traducido en los meses de primavera de 2006 en un incremento superior al 50% en las ventas de las principales agencias de viajes on-line, que ha servido para mejorar de nuevo sus cuentas de resultados.

10 La nueva escalada del crudo, que sigue registrando día tras días máximos históricos por encima de 75 dólares por barril a fecha de cierre de este informe (68,89 el máximo alcanzado en la serie histórica a finales del mes de agosto de 2005), sigue estrangulando de manera persistente la cuenta de resultados de las empresas de transporte y particularmente las aéreas en España. A pesar del encarecimiento en la factura energética, el moderado aumento de la demanda, las mejoras experimentadas en la reducción de otros costes operativos y una leve subida de precios han permitido una recuperación del beneficio de las compañías aéreas españolas en el segundo trimestre de 2006, según constatan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.

Opiniones empresariales
Empresas españolas de transporte
II Tr 2006



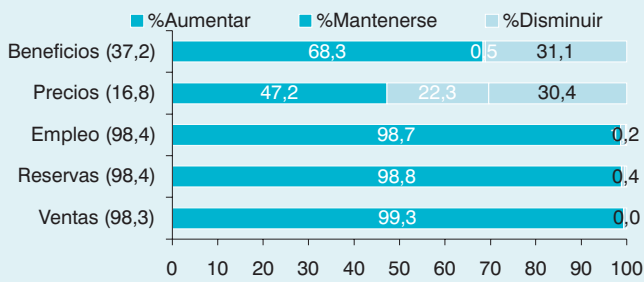
Las agencias de viajes españolas coinciden en señalar como los principales dinamizadores de sus ventas en este segundo trimestre a los destinos del extranjero y en los nacionales a Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña, dentro de los vacacionales, y a Madrid, más vinculado al turismo urbano y cultural.



11 El incremento de la llegada de un perfil de cliente que se organiza su viaje de manera independiente y con mayor propensión a contratar su autotransporte en destino sigue dinamizando la demanda de **alquiler de automóviles** en España. Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la mayoría de los empresarios del subsector de coches de alquiler (96,5%) han percibido un incremento positivo en el número de vehículos arrendados en los tres primeros meses de 2006.

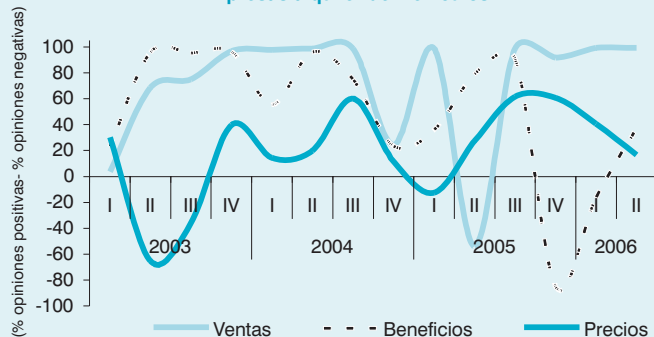
Sin embargo, en un escenario de creciente competencia que ha presionado a la baja sus precios, con unos costes laborales y de suministros por otra parte al alza, un elevado porcentaje de las empresas españolas de alquiler de coches no constatan de manera tan clara el aumento de sus beneficios en este segundo trimestre. En concreto, tal y cómo avanzaban la mayoría de los empresarios del subsector en el ecuador del año turístico 2006, todavía en un 31,1% de estas empresas las mejoras en los niveles de facturación siguen sin traducirse en una mejora de las ganancias.

Opiniones empresariales
Empresas de alquiler de coches
II Tr 2006



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

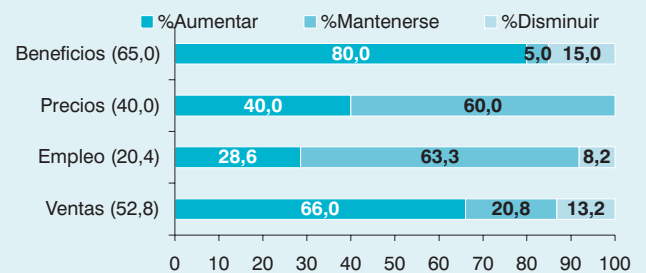
Opinión empresarial
Empresas alquiler de vehículos



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

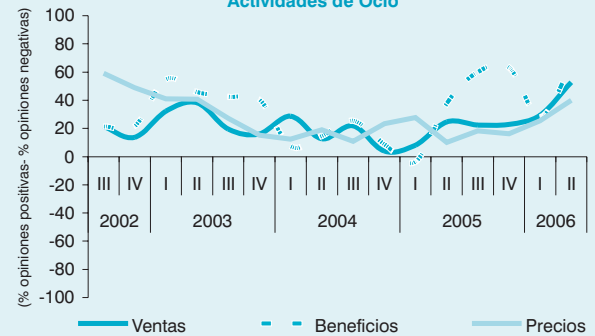
12 Las instituciones y empresas relacionadas con el ocio y entretenimiento siguen mostrando los mejores comportamientos de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Un trimestre más sus resultados reflejan la creciente preferencia de los turistas por complementar sus experiencias diferenciales en los diferentes destinos con actividades culturales, deportivas o de ocio, apetencias a las que, hasta el momento, los destinos principalmente de zonas urbanas están sabiendo responder con una oferta cada vez más diversa y original. Se trata de uno de los ámbitos clave de trabajo de cara al futuro, por el que están apostando todavía de manera muy incipiente las zonas del litoral, y que en esos destinos requieren más específicamente de un mayor esfuerzo y capacidad innovadora para ganar mayor competitividad y avanzar en la desestacionalización.

Opiniones empresariales
Empresas y equipamientos de ocio
II Tr 2006



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

Opinión empresarial
Actividades de Ocio



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

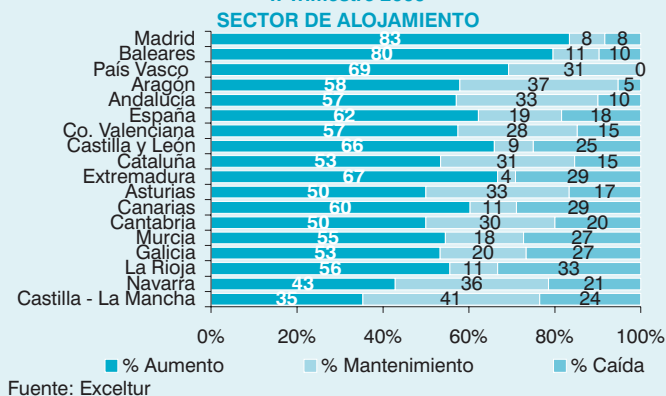
A.4. Claves por destinos

13 El devenir del segundo trimestre de 2006 ha sido en la mayoría de los destinos turísticos nacionales positivo, aunque ciertamente dispar a la hora de cuantificar la mejora percibida. A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, la percepción sobre el aumento de las ventas en el segundo trimestre es generalizada entre los empresarios hoteleros, destacando Madrid y Baleares, donde los niveles de confianza empresarial son más positivos, probablemente porque son los destinos donde mayor



cambio se ha producido en este 2006 tras haber experimentado en ambos casos y durante varios años los efectos de la sobreoferta y la atonía de la demanda extranjera.

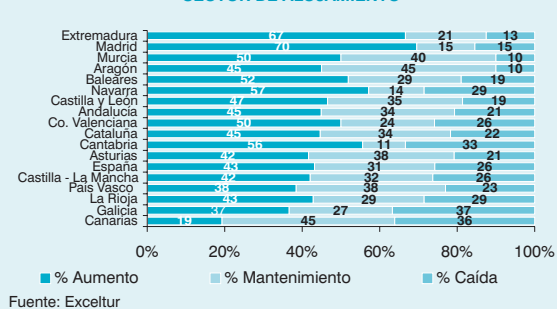
Opinión empresarial sobre las ventas
II Trimestre 2006



Por otro lado, los destinos de interior, de la España Verde y los asociados al turismo rural y cultural siguen presentando resultados positivos, mientras en el polo opuesto se sitúa Castilla la Mancha, muy afectada por su descompasada evolución en relación con el pasado año, en el que se favoreció de la celebración del V Centenario del Quijote, que dió un notable impulso a las actividades turísticas de la región.

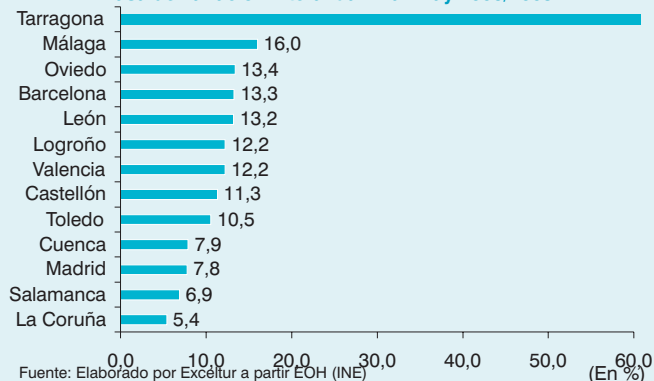
14 Las traslación a los beneficios del buen comportamiento de las ventas ha sido generalizado, salvo en el caso de Canarias, donde los resultados finales siguen lastrados por la presión a la baja de los precios dado, entre otros, el continuado proceso de apertura de nuevas plazas que impide la traslación de sus mayores niveles de demanda a mejoras en sus niveles de ocupación. Destacan entre las comunidades con un mayor consenso en cuanto a la recuperación de márgenes empresariales la Comunidad de Madrid, dentro de los destinos urbanos, Baleares y Murcia, entre los destinos el litoral y Extremadura y Navarra, entre los destinos de la España de interior.

Opinión empresarial sobre los beneficios
II Trimestre 2006

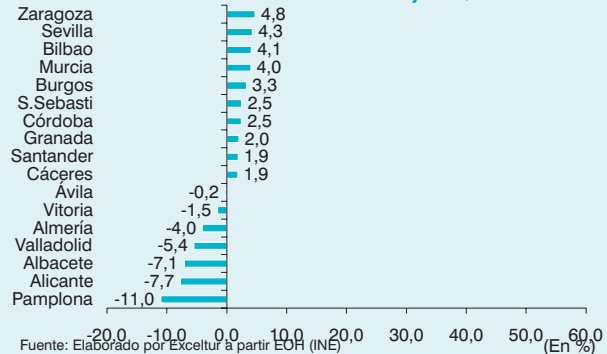


15 De manera particular, cabe señalar el generalizado aumento de las pernoctaciones en la mayor parte de ciudades españolas. No sólo las grandes ciudades están experimentando los beneficios de la afluencia de visitantes, también las ciudades medias y capitales de provincias están disfrutando de una creciente afluencia de nuevos turistas, que se traduce en una elevación en el número de pernoctaciones en sus alojamientos hoteleros. Este es el caso de Tarragona, Málaga, Oviedo, León o Logroño, que se vienen a sumar al éxito y los buenos resultados de Barcelona, Valencia y Madrid, con crecimientos por encima del 7% en el número de pernoctaciones en el período de marzo a mayo.

Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Mar-May 2006/2005



Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Mar-May 2006/2005

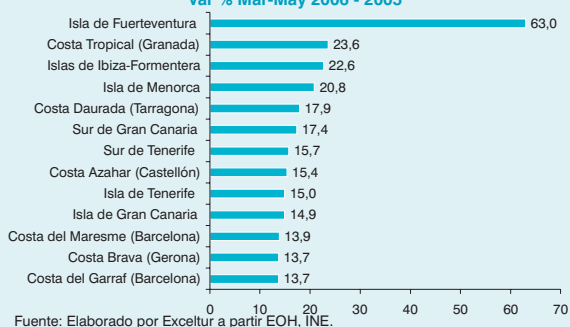


En este sentido, cabe hacerse notar una mayor presencia de turistas extranjeros en los cinco primeros meses de 2006 en las principales ciudades turísticas españolas, que en media crecieron un 13,0% en este 2006, lo que supone un millón más de noches que en el mismo período de 2005. El 80% de esta variación viene explicado por los incrementos registrados en las cuatro principales ciudades receptoras de turistas extranjeros: Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia.

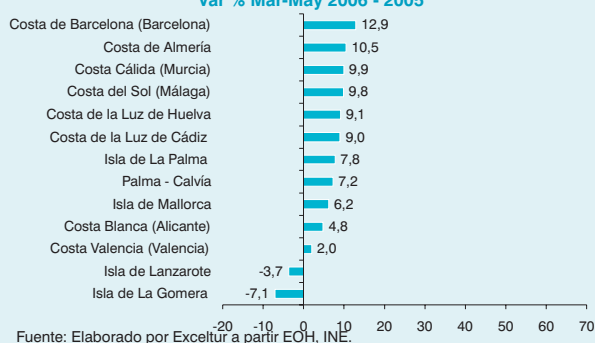


16 En el segmento vacacional del litoral mediterráneo y las islas, las comunidades más dependientes de los mercados de origen extranjeros, es decir, los destinos canarios y de Baleares y algunas zonas de la costa andaluza (Costa del Sol y Costa Tropical) y de la costa catalana, han experimentado en este segundo trimestre de 2006 un importante avance en la actividad turística. Así, en términos de ventas, para el conjunto de las diversas zonas turísticas de las **Islas Canarias** las pernoctaciones hasta el mes de mayo crecieron un 9,5% con diferentes comportamientos por islas. Mientras que en las dos islas mayores, Tenerife y Gran Canaria, se han registrado crecimientos en torno al 9,0%, Fuerteventura ha sido en esta ocasión el gran beneficiario de estos cinco primeros meses de 2006 con un crecimiento del 63% en términos de pernoctaciones, alentada por una notable intensificación de su estrategia de reducción de precios, dado el fuerte aumento de sus camas, mientras que Lanzarote y la Gomera han sufrido un descenso en el número de pernoctaciones de turistas extranjeros y españoles entre enero y mayo de 2006.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Mar-May 2006 - 2005



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Mar-May 2006 - 2005



Por su parte, en **Baleares**, destaca el tirón de la demanda nacional en Ibiza y de la extranjera en Menorca, que se han concretado en crecimientos del total de pernoctaciones en estas dos islas por encima del 20% en el período enero mayo. Las principales zonas turísticas del archipiélago localizadas en Mallorca han experimentado igualmente un favorable segundo trimestre con crecimientos por encima del 6,0%. En este marco, y a pesar del débil comienzo de año, el incremento del número de pernoctaciones acumuladas en las islas hasta mayo se situaba en el 6,2%.

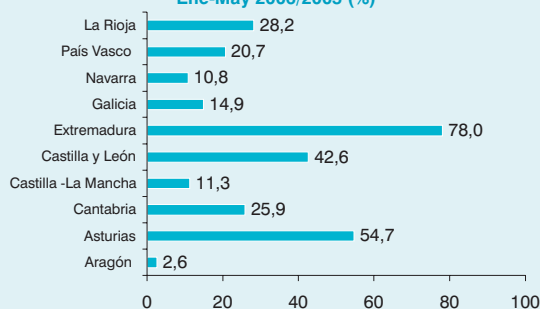
La demanda en los destinos del **litoral catalán** se ha mostrado igualmente dinámica en el segundo trimestre de 2006 con un alto componente del crecimiento explicado por el tirón de la demanda extranjera en el conjunto de las zonas, acompañada por la española, más concentrada en la Costa Brava y Costa Dourada. En concreto, la variación interanual del número de pernoctaciones en el período marzo-mayo fue del 14,2%, un 19,6% en las extranjeras y un 4,7% en las nacionales.

El litoral de la **Comunidad Valenciana** se ha favorecido de una dinámica demanda nacional, en el período marzo-mayo que se concretó en un incremento interanual del 10,3% en las pernoctaciones de los españoles y del 6,1% para el total, incluidos los extranjeros. En el caso de la Costa Blanca, la desaceleración percibida en la demanda del mercado extranjero y el importante peso que todavía tiene ha condicionado sus resultados en este primer semestre de 2006.

En las zonas turísticas costeras de **Andalucía**, el confuso comienzo de año turístico ha sido superado por un favorable segundo trimestre en todas las zonas de la mano tanto de la demanda nacional como de la extranjera. De hecho, el incremento en las pernoctaciones entre marzo y mayo de 2006 fue del 10,1% para el conjunto de las zonas, 4,1% en el acumulado anual hasta mayo. Destaca el intenso avance de la demanda extranjera en la Costa Tropical de Granada y la Costa del Sol con respecto al débil comportamiento de la demanda nacional, sucediendo lo contrario en la Costa de la Luz de Cádiz, donde la demanda nacional registró un intenso crecimiento, compensando la caída de la extranjera.

17 En el segmento de turismo rural y de naturaleza, las comunidades y destinos especializados en este producto de demanda creciente entre los consumidores han experimentado en el segundo trimestre de 2006 un favorable balance en términos de actividad turística, corroborándose los resultados de la Encuesta de Clima de Confianza Empresarial de Exceltur y la información de las encuestas de ocupación del INE. En este sentido, destacan los buenos resultados de Aragón y Extremadura tanto en clave de ventas como de beneficios.

Comportamiento de las pernoctaciones de alojamiento de turismo rural.
Ene-May 2006/2005 (%)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOTR (INE)



La actividad en los alojamientos de turismo rural localizados en estos destinos mantiene en los cinco primeros meses de 2006 la misma senda de excelentes resultados de los últimos años. El análisis detallado por comunidades autónomas revela diferentes dinámicas, y especialmente diferentes grados de ajuste entre la demanda y la oferta. En este sentido, mientras que en la mayoría de las comunidades la nueva apertura de plazas se mantiene en unos ritmos de crecimiento que son asimilados por la vigorosa demanda, en otros destinos como Aragón o Castilla La Mancha, el elevado crecimiento de la oferta no se ve compensado por una demanda creciente, destinos en los cuáles el nivel de ocupación de muchos establecimientos está sufriendo leves caídas, que afectan a la rentabilidad empresarial.

B. Expectativas para los próximos meses de verano y el conjunto del ejercicio de 2006

18 El sólido desempeño de la economía mundial y la española en particular y la ya constatada mejoría de la zona euro auguran el mantenimiento para España de un buen año turístico 2006 en términos de volumen total de demanda, que todavía está por ver si se trasladará con esa misma intensidad sobre los indicadores de resultados, especialmente en el caso del turismo extranjero.

Perspectivas macroeconómicas en los mercados emisores				
	2005		2006 (prev.)	
	PIB	Cons. Privado	PIB	Cons. Privado
Alemania	0,9%	0,0%	1,7%	1,2%
Francia	1,4%	2,1%	1,9%	2,1%
Italia	0,0%	0,1%	1,3%	1,0%
Holanda	1,1%	0,3%	2,6%	-2,1%
Portugal	0,3%	2,0%	0,9%	1,2%
Reino Unido	1,8%	1,7%	2,4%	1,9%

Fuente: Comisión Europea

En este comportamiento volverán a jugar un papel importante factores que subyacen en el devenir del año y entre los que hay que destacar:

Factores geopolíticos y naturales

La inestabilidad percibida en algunos destinos competidores, que se ha recrudecido desde la segunda mitad de 2005 y que acontecimientos tan desgraciados como los recientes atentados en Bombay no ayudan a desvanecer y les otorgan un alcance más global, afecta especialmente al turismo procedente de los principales países europeos que se reorienta hacia los destinos considerados más seguros de la propia Europa y, entre los de "sol y playa", progresivamente hacia España. Esta tónica volverá a explicar un año más parte del crecimiento de la llegada de turistas extranjeros hacia España de las modalidades paquete y alojamiento y

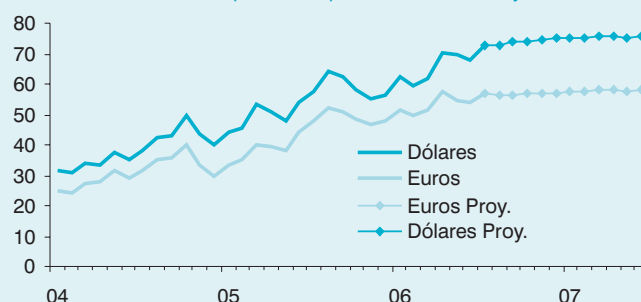
especialmente de los que usan alojamientos hoteleros reglados.

- Los riesgos geo-estratégicos han jugado un papel también en lo que va de 2006, desde la escalada por la cuestión nuclear iraní en abril, que disparó el precio del petróleo hasta su record de entonces, hasta la "crisis de los misiles" norcoreanos de principios de julio y el actual conflicto en el Líbano. Se empieza a percibir que una adecuada negociación, dotada de suficientes compensaciones, podría resolver las dos primeras, con un mayor grado de incertidumbre en la tercera, pero seguiremos asistiendo a "tiras y aflojas" no exentos de consecuencias económicas sobre los mercados financieros y el precio del petróleo.
- Otras alarmas, como la de una complicada estación de huracanes y la gripe aviar, subsisten en el trasfondo de lo que, en ausencia de otras sorpresas, se traducirá en un año turístico para España mejor que el precedente.

Factores económicos

- En el plano económico global, como ya se ha mencionado sigue sorprendiendo la aparente flexibilidad con la que las economías conviven con los elevados precios del petróleo y esta seguirá siendo la tónica en 2006. En Europa la digestión de subidas del **precio del petróleo, que estimamos se mantengan en el entorno de 74 dólares el barril**, serán más sencillas en un escenario de esperada depreciación del dólar respecto al euro. Más que un estrangulamiento de la actividad por esta causa, sería un progresivo agotamiento de la prolongada expansión de las economías en los últimos 12 años, lo que llevase a un cambio de ciclo, lo que no parece vaya a suceder en 2006.
- Por su parte, **los tipos de interés**, que se espera subirán algo en lo que queda de año, están llamados, hoy por hoy a moderar su escalada al poco de iniciarse el próximo año, con los consiguientes alivios para los hogares y su capacidad de ahorro. Las previsiones son que el BCE subirá en agosto y

Evolution del precio del petróleo en Dólares y Euros

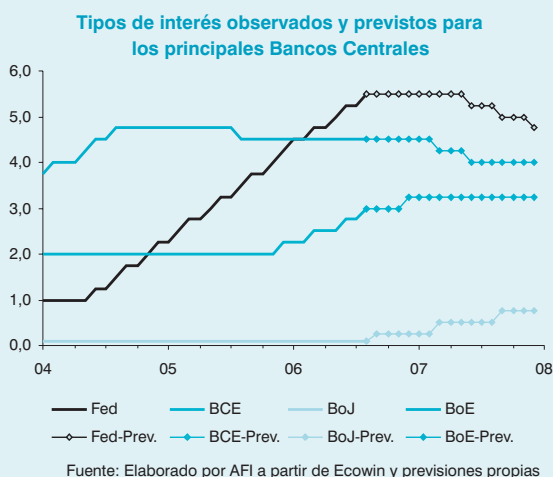
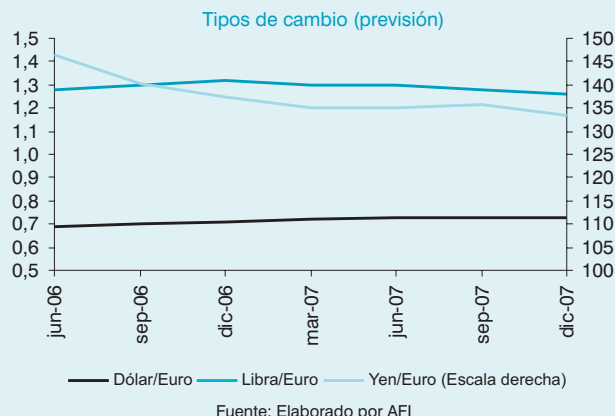


Fuente: Elaborado por AFI a partir de Ecowin y previsiones propias



diciembre ¼ de punto porcentual en cada ocasión para llevar el actual 2,5% hasta el 3%, la Reserva Federal de los EE.UU subirá también en agosto ¼ de punto hasta el 5,5% manteniéndose así hasta entrado 2007, el Banco de Inglaterra no moverá el actual 4,5% en lo que queda de año.

Las divisas, por su parte, disminuirán su riesgo de oscilaciones apreciables a medida que los tipos de interés se moderen, pero es previsible que el euro se apreciará algo frente al dólar y la libra en los próximos trimestres. Ello encarecerá en cierta medida la oferta turística española en el mercado ingles, pero no de manera generalizada ni, probablemente afecte a lo que queda de ejercicio. Con estos condicionantes el panorama cambiario no debería alterar de manera significativa las decisiones de los turistas, al menos hasta final de 2006.



de llegadas y con un crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras del 4,8%, lo que supone una ajuste al alza de 3 puntos respecto a las previsiones que presentamos en enero de este mismo año. La mayor redistribución hacia España observada hasta la fecha de la que preveíamos al inicio de 2005 desde otros países competidores, de la tipología de turista consumidor de paquetes que incluyen hotel y las previsiones de que esta tendencia se incremente en los próximos meses de verano, junto con el creciente atractivo de las zonas urbanas y de interior, están detrás del buen comportamiento estimado de las pernoctaciones en hoteles para el conjunto del año.

Si bien es cierto que esta tendencia de crecimiento del perfil de turista extranjero consumidor de la oferta hotelera debiera tener un efecto positivo sobre los destinos ya que las estadísticas oficiales lo sitúan como los consumidores que mas gastan en ellos, el mayor crecimiento esperado de la llegada de turistas extranjeros usuarios de casas propias o cedidas por familiares o amigos y las llegadas por carretera y en compañías "low cost", caracterizadas todas ellas por un menor gasto por turista y día, junto al mantenimiento de la caída en la estancia media, no augura que se produzca en este año 2006 un positivo avance de los ingresos turísticos extranjeros para España. Nuestras previsiones sitúan el crecimiento a final de año del total de los ingresos por turismo extranjero en el 1,2%, que de mantenerse los actuales niveles de inflación supondría una caída en términos reales cercana al 2,5%.

19 En este escenario propicio para el sector turístico español con un contexto geopolítico favorable y a pesar de los riesgos latentes materializados en el incremento del precio del petróleo, lo cierto es que las previsiones sobre las principales variables de volumen de demanda turística son positivas, mientras las relativas al gasto de los extranjeros no acaban de augurar, una vez más, el cierre de un buen año.

Ante el buen comportamiento esperado para el verano, las previsiones de Exceltur parecen apuntar a que cerraremos el año con una mayor llegada de turistas extranjeros que podría llegar a superar los 58 millones

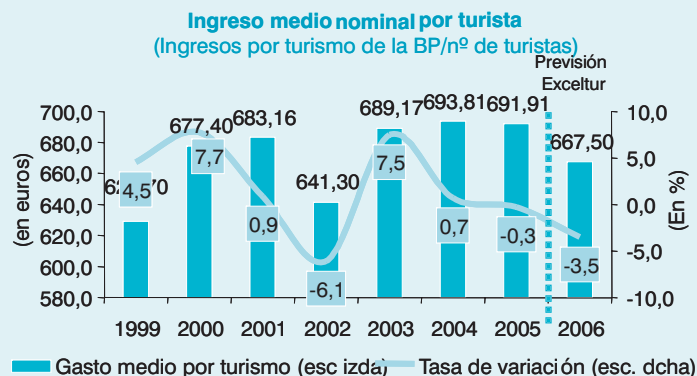
Una caída de esta magnitud cuando la afluencia de turistas extranjeros se espera siga creciendo y cierre el 2006 a tasas cercanas al 5%, estaría reflejando una

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPA NOL						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006(p)
	%	%	%	%	%	%
ISTE (PIB turismo)	1,7	-0,1	1,6	2,7	3,2	3,0
Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)	5,5	-1,9	4,4	3,8	5,8	1,2
Ingresos por turismo/ turistas (euros)	0,9	-6,1	7,5	0,7	-0,3	-3,5
Total llegada turistas extranjeros	4,6	4,5	-2,8	3,1	6,1	4,9
Pernoctaciones hoteleras	0,7	-2,7	2,5	2,9	4,7	5,2
Residentes en España	2,2	1,6	5,4	9,6	6,4	5,6
No residentes	-0,2	-5,3	0,7	-1,6	3,4	4,8

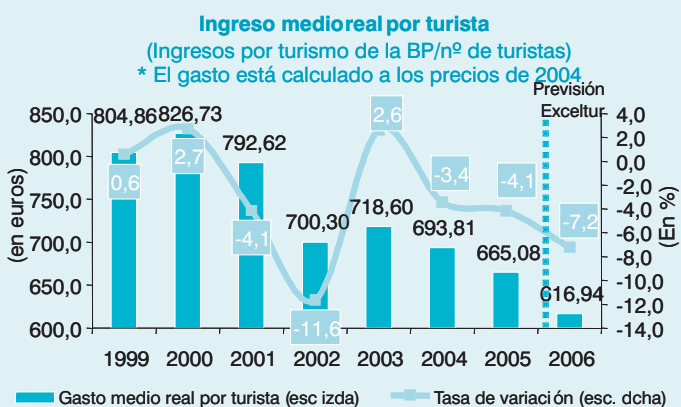
(p) Previsiones Exceltur Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España



nueva reducción del ingreso medio nominal por turista del 3,5% que en términos reales alcanzaría el 7,2%, dando continuidad a una tendencia que recurrentemente se produce desde 1999 y que ha generado que en los últimos 7 años cada turista extranjero que visita nuestro país gaste en términos reales 209 euros menos en España.



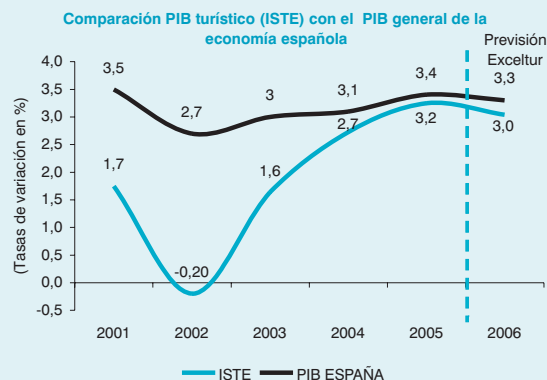
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos del IET y del Banco de España.



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

Los efectos que conlleva esa debilidad del gasto turístico de los extranjeros en los destinos españoles se verá en parte compensado un año más por la fortaleza del gasto turístico de los propios turistas nacionales. Aunque en el contexto de una leve desaceleración, lo cierto es que nuestras previsiones de Exceltur para el cierre del año 2006 anticipan un nuevo e intenso crecimiento de la demanda de los españoles en términos de pernoctaciones hoteleras. En concreto, para el conjunto del año, e igualmente algo por encima respecto a las previsiones que presentábamos al comenzar el año, esperamos que el total de pernoctaciones de los españoles en hoteles se incremente un 5,6% en 2006 respecto al cierre de 2005.

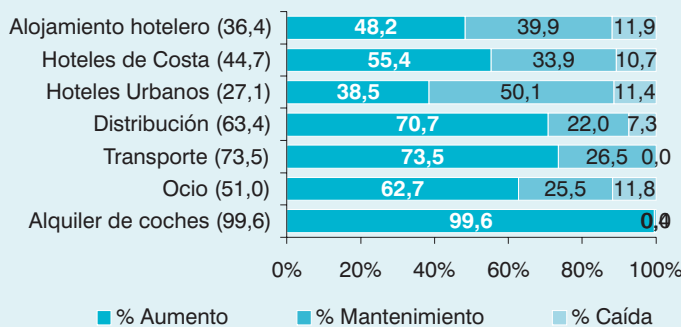
Este aumento de la demanda española, que ya casi supone el 50% del total de la demanda turística en España, es el principal determinante del aumento del Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE), que aproxima el PIB turístico y que podría cerrar el año con un incremento del 3,0%, todavía algo por debajo del crecimiento medio de la economía española para el conjunto de 2006, que el consenso de las diversas casas de análisis estima en el 3,3%.



Fuente: Exceltur, INE y AFI

La constatación a lo largo de los pasados meses de primavera de las buenas noticias trasladadas por los mayoristas europeos en las ferias celebradas en los primeros meses del año y el mantenimiento de la fortaleza en el gasto turístico de la demanda española han generado un renovado clima de optimismo entre el empresariado turístico español de cara a estos próximos meses de verano. Los participantes en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial elaborada por Exceltur cerrada el pasado 7 de julio de 2006 anticipaban unos meses del tercer trimestre marcados por el aumento generalizado de las ventas y de los beneficios en la mayor parte de los subsectores.

Perspectivas empresariales sobre las Ventas para el III Tr 2006

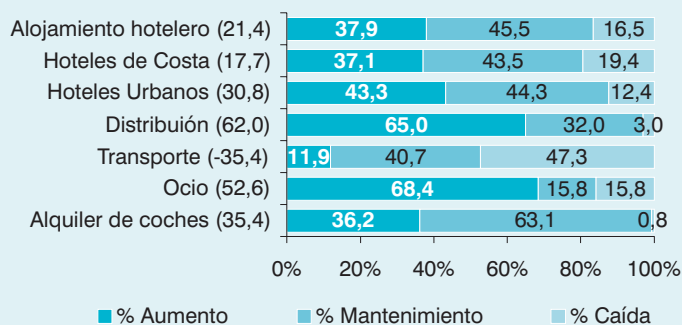


Fuente: Encuesta de Clima Turístico



En un contexto de recuperación de precios en la mayor parte de subsectores, salvo en algunos alojamientos hoteleros de zonas del litoral Mediterráneo y las Islas, en los que subsisten problemas latentes de sobreoferta, así como en las compañías de alquiler de coches, la opinión generalizada de los empresarios es que en los próximos meses de verano los resultados serán bien mejores o se mantendrán en los niveles alcanzados en el verano de 2005. Son las empresas españolas de ocio y de distribución, especializadas en el mercado emisor las que presentan mejores expectativas sobre el comportamiento de este indicador clave. Las primeras volviendo a constatar la positiva respuesta del mercado a todo lo que supone incorporar mayores atributos y experiencias diferenciales a los productos y destinos turísticos españoles y las segundas beneficiándose del esperado buen comportamiento de la demanda española.

Perspectivas empresariales sobre los Beneficios para el III Tr 2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico

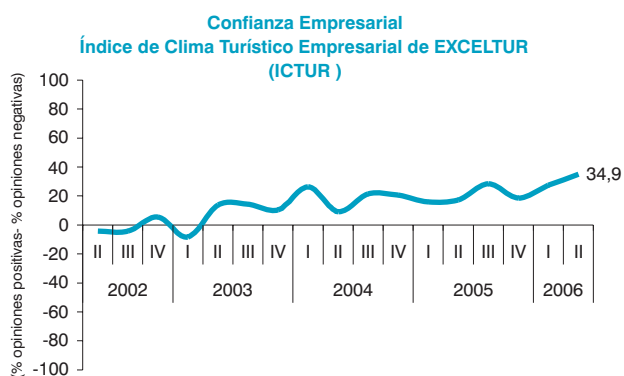
Los empresarios de hoteles de algunas zonas de costa, sin embargo, muestran expectativas más moderadas en sus beneficios para este tercer trimestre que incluye los meses de verano, al igual que las empresas de transporte ante un escenario en el que prevén mejores ventas pero a costa de contención en sus tarifas.

2 Actividad turística y rentabilidad empresarial

Actividad turística

Las buenas expectativas empresariales sobre el comportamiento de la actividad turística en el segundo trimestre del año que ya anticipábamos en el número anterior de este Informe Perspectivas se han confirmado, con un crecimiento generalizado de la mayor parte de indicadores de volumen de demanda que se han traducido en un aumento de ventas de las empresas de los diversos subsectores turísticos españoles.

La dinámica de las actividades turísticas durante los meses del segundo trimestre del año ha confirmado la esperada aceleración en el crecimiento de la demanda que anticipábamos en el anterior número del Informe Perspectivas Turísticas y que manifestaban los empresarios en la Encuesta de Clima Turístico realizada por Exceltur en el mes de abril, donde ya se recogían los positivos resultados alcanzados durante la Semana Santa. Desde entonces y a lo largo de abril, mayo y junio de 2006 se ha venido observando una continuada recuperación en los ritmos de crecimiento de la demanda, que se ha manifestado en una percepción empresarial generalizada hacia el aumento de las ventas, respecto a los niveles del pasado año.

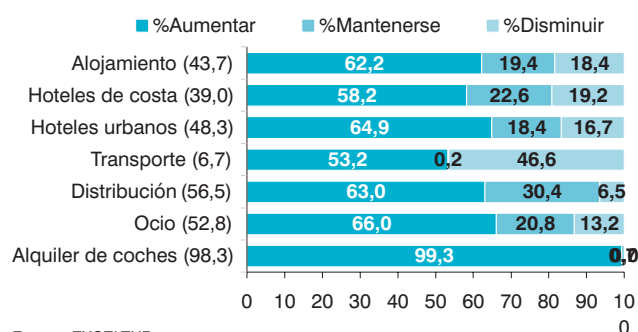


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El incremento generalizado en todos los subsectores de las ventas ha elevado el indicador agregado de Clima Turístico Empresarial (ICTUR)¹ que elabora Exceltur en los niveles máximos desde que comenzó a elaborarse la encuesta en el segundo trimestre de 2002.

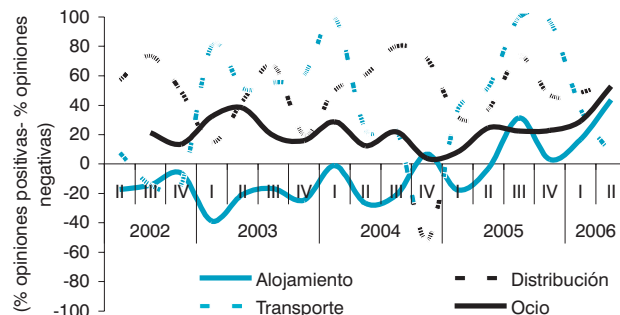
¹El Índice de Clima Turístico de España (ICTUR) es un índice que resume los resultados de la Encuesta de Clima Turístico elaborada por Exceltur y que trata de recoger las perspectivas empresariales a futuro en el corto plazo. El ICTUR agrega las opiniones sobre las tendencias de las ventas previstas, en este número, para el tercer trimestre de 2006, las reservas del segundo trimestre de 2006 y el empleo del segundo trimestre de 2006, en relación con los mismos períodos del año 2005.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas II Tr 2006



Fuente: EXCELTUR.

Opinión empresarial sobre la evolución de las Ventas



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

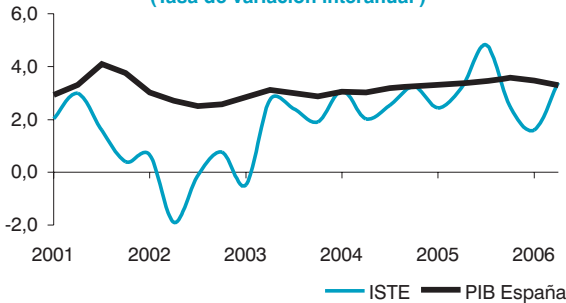
Por otro lado, en este mismo contexto, el Indicador Sintético del Turismo de España de Exceltur (ISTE), homologable al PIB turístico, ha acelerado notablemente su ritmo de crecimiento durante el segundo trimestre del año hasta situarse en un incremento del 3,4% respecto al mismo trimestre del pasado año. Este mayor crecimiento se debe, por un lado, a una clara recuperación desde el mes de marzo en los indicadores de volumen de demanda extranjera impulsada por factores coyunturales muy favorables para España, que todavía, sin embargo y a tenor de las estadísticas oficiales, no se ha manifestado en un aumento real de los ingresos por turismo extranjero, y, por otro lado, a un mercado español que mantiene su dinamismo.

El aumento del 3,4% de este indicador de las actividades turísticas, muestra una dinámica ligeramente por encima del crecimiento esperado para este mismo trimestre de la economía española, cifrado por consenso de los diversos casos de análisis en un 3,3% y vuelve a ejercer de motor del crecimiento de la economía española, con un efecto especialmente intenso en algunas comunidades de alta especialización turística vacacional de "sol y playa", como la canaria o



la balear, donde la mejoría observada permite volver a recuperar el dinamismo económico perdido en años anteriores.

Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España. Años 2001-2006 (Tasa de variación interanual)

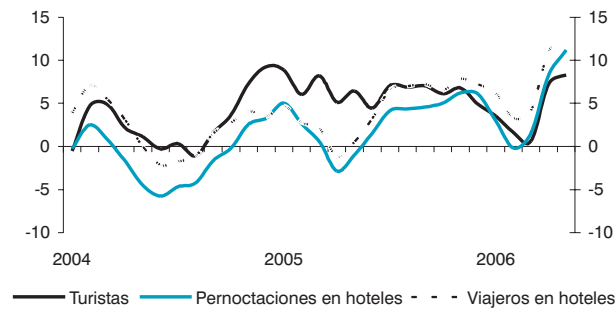


Fuente: Exceltur e INE

La notable mejora observada en las ventas durante el segundo trimestre se explica por el eminentemente incremento de la demanda extranjera, especialmente del tradicional paquete hotelero de las zonas del litoral mediterráneo y las islas, como consecuencia del trasvase de turistas de otros destinos competidores que han acentuado su riesgo percibido y han sufrido los efectos de su inestabilidad geopolítica y los sucesos naturales

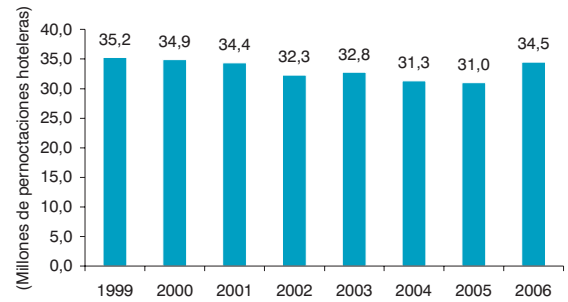
Buena parte de la aceleración en los ritmos de actividad turística en España a los largo de los meses de abril, mayo y junio han venido explicados por el tirón de la demanda extranjera que se ha dejado notar especialmente en las zonas del litoral más vinculados a los segmentos de mercado vacacional y tradicional europeos, como Baleares, Canarias, el litoral catalán o la Costa del Sol y la Costa Tropical en Andalucía. En este segundo trimestre de 2006 han vuelto a coincidir un conjunto de factores beneficiosos para España que han impulsado de manera clara la realización de viajes hacia los diferentes destinos de la península y las islas, recuperándose en lo que llevamos de año volúmenes en términos de pernoctaciones hoteleras que no registrábamos desde el año 2000. De hecho, en los meses de marzo, abril y mayo se han alcanzado una cifra de 34,5 millones de pernoctaciones lo que supone 3,5 millones más que el pasado año.

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



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

Número de pernoctaciones hoteleras de los extranjeros (Mar-may)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

El mayor dinamismo económico de los países de origen, con especial incidencia en cuanto a las decisiones de gasto turístico del segundo mercado emisor más importante de Europa: Alemania, los sostenidos efectos de la redirección de flujos turísticos desde otros destinos competidores "marcados" por riesgos naturales o geopolíticos (gripe aviar, respuesta a las viñetas sobre Mahoma o el recrudescimiento de la tensión en Oriente Medio) percibidos por el turista durante los primeros meses del año, las ventajas de accesibilidad que sigue introduciendo la multiplicación de conexiones y frecuencias de las compañías aéreas de bajo coste y la contención generalizada que siguen acusando los precios, aun a pesar de experimentar una tendencia ascendente en los 2 últimos meses, se encuentran detrás de esta notable mejoría del comportamiento del turismo extranjero desde el mes de marzo y que todo parece apuntar que se mantendrá en los próximos meses de temporada alta del verano, aunque con tasas de variación más moderadas.

En estos momentos de claro repunte de la actividad turística y recuperación de beneficios, no debemos perder la oportunidad de seguir trabajando juntos sector público y privado y si cabe con mayor intensidad para afrontar los retos de renovación y reposicionamiento de aquellos establecimientos, líneas de producto y destinos que sufren problemas de obsolescencia y declive

Se trata en la mayor parte de casos de factores coyunturales que no deben ocultar los notables retos de competitividad a los que en algunos destinos aún se enfrenta el sector turístico español y que se concentran en la línea de producto de mayor especialización e impacto económico como es el sol y playa. En definitiva, un escenario donde se ha conseguido frenar la caída de márgenes y la demanda que, aun cuando parte de ella se deba a factores exógenos, debiera ser aprovechado por empresas y administraciones públicas para poner en marcha las iniciativas de inversión en la renovación de productos, adecuación de los destinos y apuesta por la revalorización de las experiencias potenciando, entre otros, la gestión de los recursos humanos que trabajan en el sector, que requiere un marco global y cada día más competitivo, donde el factor precio debe ser reforzado y complementado con otros atributos e intangibles para mejorar gradualmente el posicionamiento de este segmento del turismo español.

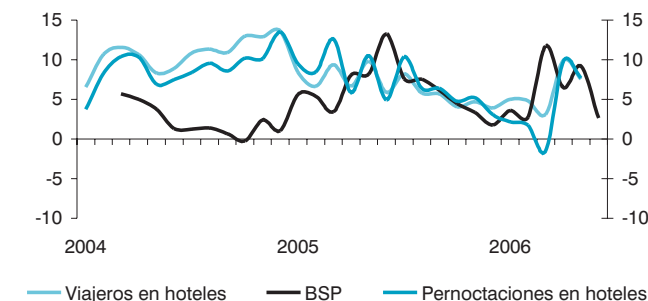


Sin duda es en los años de mejores resultados que permiten la acumulación de beneficios, en los que debería ser más fácil acometer los necesarios proyectos de renovación, tanto de los establecimientos físicos donde se prestan los servicios, como de los equipamientos y espacios urbanos donde los turistas disfrutan de sus viajes y que en un buen número de los principales destinos del litoral mediterráneo y los dos archipiélagos presentan problemas de degradación y obsolescencia. En este ámbito son fundamentales los avances que en estos meses se vayan haciendo en los proyectos de renovación de la Playa de Palma, del Plan Cualifica de la Costa del Sol y de los Planes de Renovación que están en marcha en Canarias y cuyas dotaciones presupuestarias están todavía sin definir y los múltiples compromisos recíprocos entre los sectores público y privado, todavía sin concretar ni insertar en un marco de gestión conjunta.

El consumo turístico de los españoles ha mantenido su fortaleza sin que se haya visto todavía afectado por los riesgos derivados de la inflación y la elevación de los tipos de interés

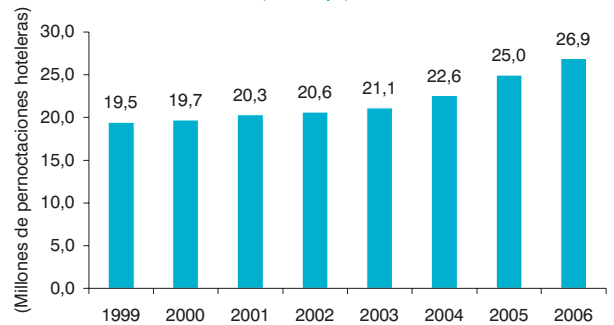
El mercado español, por su parte, sigue mostrando un elevado dinamismo, aunque en estos últimos meses dando muestras en los indicadores de gasto de una ligera desaceleración. Las señales que han comenzado a mostrar algunos indicadores adelantados del consumo de las familias como la matriculación de automóviles, que ha descendido un 0,2% hasta mayo, ha comenzado a alertar a analistas e instituciones sobre un aterrizaje suave de los ritmos de consumo de los hogares españoles, tal y como lo ha caracterizado el Banco de España en su último informe de coyuntura. A pesar de esta evolución caracterizada por una menor alegría en el gasto de las familias, lo cierto es que en estos tres últimos meses hasta mayo, los españoles acumulaban un número de 2 millones más de pernoctaciones hoteleras que en los mismos meses del pasado año y siguen mostrando una alta propensión al gasto en viajes.

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



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

Número de pernoctaciones hoteleras de los españoles
(Mar-mayo)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

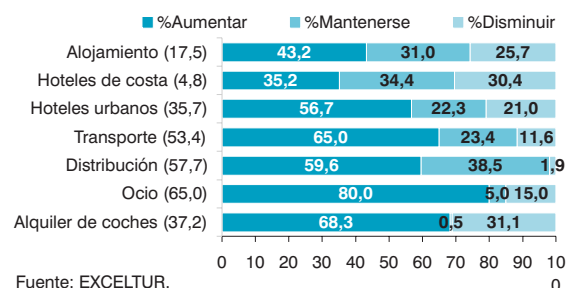
Rentabilidad empresarial

Durante el segundo trimestre, el fuerte impulso de las ventas por el doble juego del mantenimiento en el crecimiento del mercado nacional y la incorporación de una demanda extranjera en expansión en España han favorecido una cierta recuperación de los precios que ha provocado un generalizado aumento en los beneficios empresariales.

Durante el segundo trimestre se ha producido un moderado incremento de los niveles de beneficios que, por primera vez alcanza a los hoteles de la costa española

Si bien no es una novedad que las agencias de viajes y las empresas relacionadas con el ocio vuelvan a registrar aumentos moderados en sus niveles de beneficios respecto a los registrados en el segundo trimestre de 2005, lo que si es destacable es que entre los hoteleros españoles predomine, por tercera vez desde que se elabora la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la opinión de aquellos que han experimentado una mejora en sus beneficios en este primer trimestre respecto a los alcanzados en los meses de abril, mayo y junio del pasado año, extendiéndose esta recuperación a los hoteles de costa. En concreto, el 43,2% de los establecimientos hoteleros encuestados en este segundo trimestre declaraban haber experimentado un leve aumento en sus beneficios, por un 25,7% que seguían sufriendo caídas. Reconociendo el carácter positivo de este dato, lo cierto es que se produce tras haber sufrido caídas en 14 de los últimos 16 trimestres y, por tanto, todavía sin que se pueda concluir que se trata de una recuperación sostenida de los niveles que se alcanzaron en los mejores años de finales de la década de los 90.

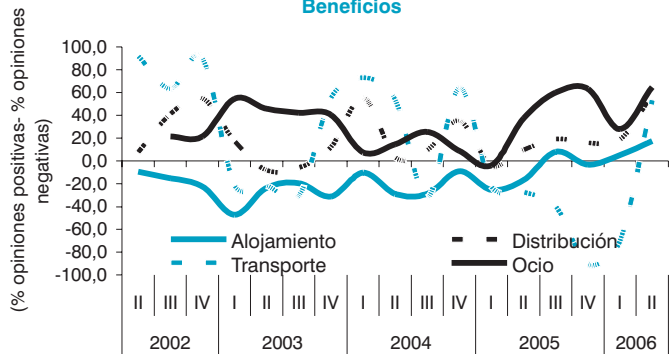
Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios
II Tr 2006



Fuente: EXCELTUR.

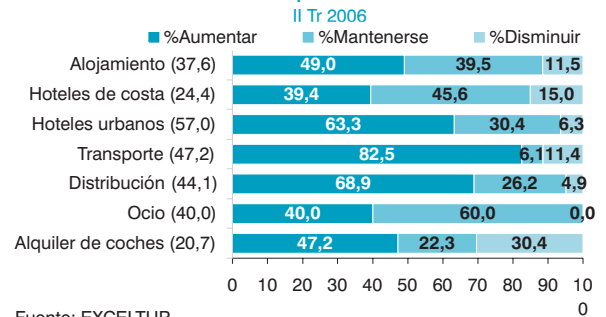


Opinión empresarial sobre la evolución de los Beneficios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opinión empresarial sobre la evolución de los precios



Fuente: EXCELTUR.

El dinamismo de la demanda ha permitido recuperar parte de la caída de tarifas experimentada en los últimos años

La recuperación de una senda de crecimiento en los beneficios de los alojamientos hoteleros en España durante el segundo trimestre es más acusado en el segmento de la hotelería urbana. Favorecidos por el aumento de la actividad empresarial traducida en un crecimiento de los viajes de negocios y reuniones de empresa, el éxito de las turismo de reuniones y congresos y, adicionalmente, por el creciente atractivo de la oferta urbana de ocio y "short breaks", los hoteles de las ciudades españolas y de las zonas de interior han experimentado un fuerte aumento de la demanda y una mejora de sus beneficios. En este éxito tiene mucho que ver el continuado esfuerzo en promoción, cada día más segmentada, y en inversión dirigido a la valorización del patrimonio cultural, la regeneración urbana, en muchos casos vinculada a nuevos iconos arquitectónicos, y la accesibilidad, acudiendo a nuevas infraestructuras y el apoyo de compañías aéreas de bajo coste.

Las agencias de viajes, las actividades de ocio y la hotelería urbana muestran los mejores comportamientos en la evolución de sus ventas y beneficios

Por su parte, el 35,2% de los hoteles de costa se han venido a sumar a esta recuperación generalizada de beneficios durante este segundo trimestre, si bien todavía un porcentaje elevado (30,4%) afirma haber sufrido caídas, lastrados por los problemas de competitividad más estructurales ya apuntados de manera reiterada en estas páginas y que afectan, entre otros, a la calidad del entorno, el crecimiento desmesurado de la oferta, la falta de diferenciación, la paulatina pérdida del precio como arma competitiva y la necesidad de renovar las estrategias de comercialización y marketing.

El sector más desfavorecido por la dinámica del segundo trimestre ha sido el del transporte aéreo. La presión sobre los costes del incremento del precio del crudo en momentos de menores coberturas y a precios más elevados, sin embargo, ha podido ser superado por los avances en control de costes puestos en marcha, así como por las menores tensiones para reducir precios que declaraban haber

disfrutado las compañías, después de dos años de intensas caídas, lo que se ha traducido en una mejora de los niveles de beneficios respecto a los alcanzados el mismo trimestre del pasado año.

Por su parte, las empresas de ocio y los grupos de agencias de viajes siguen marcando un tono muy positivo con un continuo aumento de ventas, precios y beneficios respecto a los niveles del pasado año, acorde con el incremento de la demanda.

3 Gasto turístico

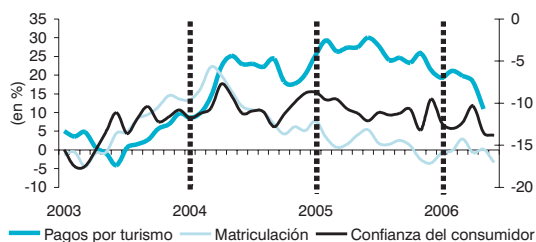
Gasto turístico de los españoles

El dinamismo del gasto turístico de los españoles sigue siendo en el segundo trimestre el sostén de los ingresos de las empresas turísticas españolas, mostrando un mayor crecimiento en los viajes hacia el exterior

Los indicadores de la dinámica del gasto turístico de los españoles en lo que llevamos de 2006 mantienen el dinamismo del pasado año, si bien comienzan a dar muestras de desaceleración en los indicadores más relacionados con su gasto. En un contexto donde el consumo privado se espera que crezca este segundo trimestre de 2006 algo menos que en los mismos meses del pasado año --un 3,7%, frente al 4,6% en que se incrementó en el segundo trimestre de 2005 y donde la matriculación de vehículos --indicador revelador de la evolución de los gastos de consumo duradero y de los caracterizados por una mayor elasticidad renta, como los turísticos en los meses de marzo a junio se ha reducido un 0,2%, la demanda turística de los hogares españoles ha mantenido su fortaleza compartiendo con estos indicadores la senda de moderación en sus ritmos de crecimiento.

En concreto, durante los meses de marzo a mayo de 2006 el número de pernoctaciones hoteleras de los españoles se ha incrementado un 7,8%, mientras de marzo a junio el BSP se ha elevado un 8,0% respecto al mismo período de 2005. En este contexto, el indicador de pagos por turismo de los españoles en el extranjero, único indicador disponible del gasto turístico del mercado interno, daba muestras de desaceleración hasta el mes de abril (último dato publicado). La información de abril, que debiera haber contado con un impulso adicional por la distinta celebración de la Semana Santa respecto al pasado año, reflejaba un crecimiento del 5,6% de este indicador, bastante inferior a las tasas del 18,2% con que cerraba el primer trimestre. En el mismo sentido, el BSP de junio reflejaba una ralentización hasta un aumento del 5,5% e incluso las pernoctaciones hoteleras de los españoles en mayo apenas crecía el 0,9%.

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



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

A expensas de confirmar esta tendencia en los próximos meses, lo cierto es que cada vez hay más evidencias de que el crecimiento del consumo turístico de los españoles tenderá a moderarse en los próximos meses, acorde con una leve deterioro de los niveles de confianza de los consumidores, aun cuando las decisiones de viaje se sigue consolidando como uno de los gastos de la cesta de la compra de la familia española de los que no parecen estar dispuestos a prescindir. Si bien este cambio estructural asociado a la mejora en la renta per cápita de los españoles explica buena parte del aumento continuado durante los últimos años, en estos meses coinciden una serie de elementos que han podido jugar un papel impulsor adicional a los viajes de los turistas españoles por España y que se concentran en:

- o El aumento de las facilidades de pago aplazado que cada vez más ofrecen las agencias de viajes españolas, así como la multiplicación de descuentos por compra anticipada.
- o Los primeros resultados de la intensificación de las estrategias de marketing y promoción que tanto las empresas privadas como las administraciones públicas han venido desarrollando en los últimos meses para atraer los viajes de los turistas españoles, que demuestra la creciente importancia que se le reconoce a la demanda española, tras tres años de intenso dinamismo y capacidad de compensación de la debilidad del turismo extranjero.
- o Los problemas de inseguridad diversa que han experimentado otros destinos competidores de los españoles y que igualmente suponen opciones de viaje para un turista nacional que en estos últimos meses ha podido optar por quedarse en España antes que viajar a estas zonas.

Los indicadores adelantados disponibles apuntan para los próximos meses una ligera desaceleración del consumo de los españoles que puede marcar una senda de aterrizaje suave respecto a los intensos ritmos que han caracterizado los últimos tres años.

A pesar de este hecho, un trimestre más la fortaleza de la demanda turística española se sigue trasladando con mucho mayor dinamismo sobre los viajes de los españoles a destinos del extranjero. Buena muestra es que el BSP de vuelos internacionales está creciendo a ritmos interanuales del 11,7% en los meses de marzo a junio, mientras que los vuelos nacionales lo hacen al 1,9% en el mismo período, sin que en estos datos se introduzcan parte de los datos de las compañías de bajo coste que están también de manera creciente canalizando los viajes de los españoles al extranjero, cuyos pagos en el acumulado hasta abril crecieron un 15,5%, según el Banco de

España. Como hemos puesto de manifiesto desde estas páginas se trata de un fenómeno a analizar en detalle de cara al futuro, ya que las conexiones de bajo coste no sólo están transformando la manera en que los extranjeros viajan a España, sino también favoreciendo de manera exponencial la salida del turista español hacia destinos internacionales, principalmente de la Europa central.

De cara a los próximos meses, algunos indicadores adelantados del gasto de las familias españolas como la matriculación de vehículos apuntan la presencia de una moderación en sus ritmos de crecimiento que pudiera empezar a afectar a los gastos turísticos a medio plazo. Esta situación se puede adelantar si, tal y como está previsto, se vuelven a endurecer las condiciones monetarias en la zona euro, con una nueva subida de tipos de interés por parte del Banco Central Europeo en el mes de agosto, lo que afectaría a la capacidad de gasto de un buen número de hogares españoles que acumulan altos niveles de endeudamiento.

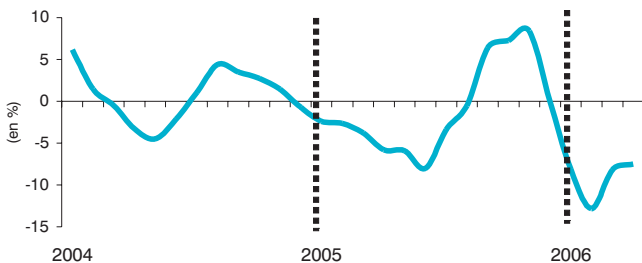
Gasto turístico de los extranjeros

Los patrones de comportamiento del turista extranjero que visita España vuelven a mostrar una caída en los niveles de gasto medio por turista en los primeros meses de 2006, que a pesar del aumento de la afluencia de turistas ha provocado una caída en el total de ingresos por turismo extranjero

Ingresos totales por turismo extranjero

Uno de los hechos más significativos dentro del positivo comienzo de 2006 ha sido la caída de los ingresos por turismo extranjero. En concreto, según el Banco de España y con un nuevo sistema de cálculo los ingresos turísticos procedentes de los viajes de los extranjeros descendían un 4,2% en los cuatro primeros meses del año respecto al mismo período de 2005, lo que supone una caída en términos reales descontado la inflación del 7,6%.

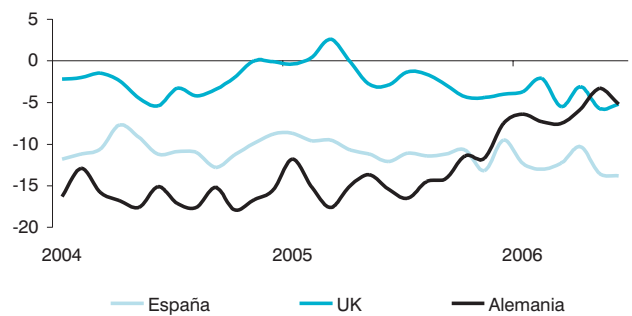
Ingreso nominal medio por turista extranjero
(Ingresos por turismo de la BP /nº de turistas)
Tasa de variación media trimestral



Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur (IET) y Balanza de Pagos (Banco de España)

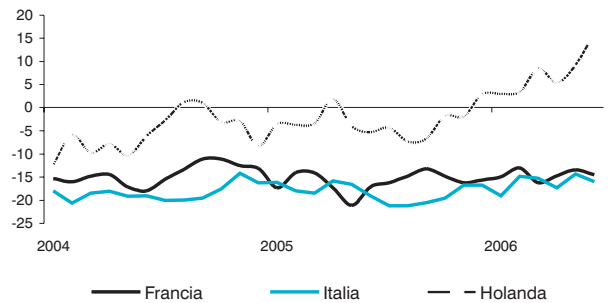
Es sintomático que esta caída se haya producido en un contexto macroeconómico más positivo y donde se observa una aceleración en los ritmos de crecimiento de la economía europea, lo que apunta como veremos más tarde que son los perfiles de menor gasto los que están protagonizando buena parte de la mayor llegada de turistas extranjeros a España. En concreto, en este comienzo de 2006 el consumo privado en la mayor parte de los principales países emisores, salvo Francia, ha registrado tasas de crecimiento interanuales mayores que con las que se cerró el año 2005 y los niveles de confianza muestran una tendencia positiva, con la excepción del Reino Unido.

Indicadores de confianza de los consumidores de los principales mercados emisores



Elaborado por Exceltur a partir de Comisión Europea

Indicadores de confianza de los consumidores de los principales mercados emisores



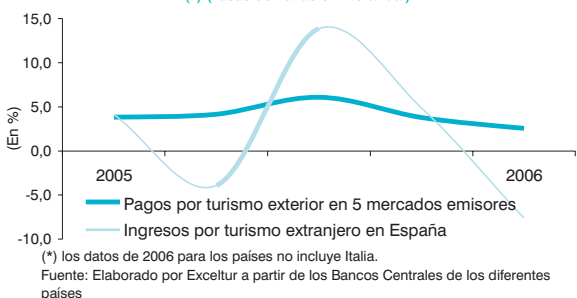
Elaborado por Exceltur a partir de Comisión Europea

La fuerte caída del indicador agregado de ingresos por turismo que publica el Banco de España hasta abril se aleja, a su vez, de los datos disponibles sobre la dinámica de los pagos por turismo en el exterior de los turistas de los principales mercados emisores en estos primeros meses de 2006. En concreto, la información disponible de la balanza de pagos de Reino Unido, Alemania, Francia y Holanda sobre el dinero gastado por sus turistas en el exterior durante los meses de enero, febrero y marzo de 2006 presentan un crecimiento acumulado del 2,6%, muy lejos de la caída experimentada en España durante estos mismos meses.

De ser cierta esta distinta evolución entre los ingresos por turismo extranjero en España y los pagos de nuestros principales mercados, estaría apuntando una realidad donde los viajeros más dinámicos en



Comparación de la evolución de los ingresos por turismo extranjero en España y los pagos por turismo hacia el exterior en Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Holanda
(*) (Tasas de variación interanual)



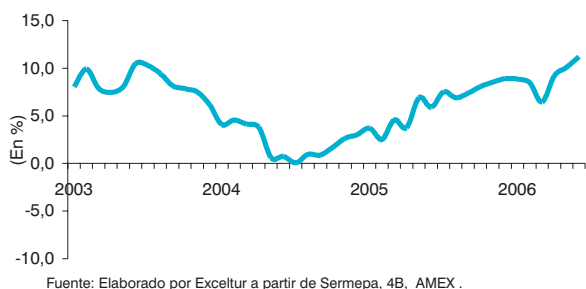
el crecimiento de su gasto no se estarían trasladando hacia España, aspecto que debe ser analizado en detalle durante los próximos meses y debe ser objeto de seguimiento por parte de los responsables del enfoque de las estrategias públicas y privadas de comercialización y marketing turístico.

La información disponible sobre otros indicadores hace pensar que el gasto turístico de los extranjeros a comienzos de este año 2006 no se ha comportado de manera tan negativa como muestran los datos de Egatur y del Banco de España

Los datos más actualizados que ha publicado el IET hasta mayo y que, a diferencia de los del Banco de España, recoge todo el gasto realizado por los turistas tanto en origen como en destino y no sólo los gastos que reuerten a España como hace el banco central español, apuntan una cierta dinamización del gasto desde marzo pero lejos de las tasas de variación que muestran los pagos y el dinero dispuesto en cajeros con tarjetas Visa, Mastercard y AMEX por no residentes en España. En concreto, según los datos calculados por el IET, los gastos totales de los extranjeros habrían crecido un 3,1% en términos nominales durante los meses de marzo, abril y mayo --lo que supone una caída casi de un punto si se descuenta la inflación--, superando la caída del 5,2% de los primeros dos meses del año.

Este crecimiento, sin embargo, es inferior a la información disponible sobre los pagos y el dinero dispuesto en cajeros por no residentes en España con tarjetas Visa, Mastercard y American Express, cifrado en el mismo período en el 10,1%, lo que supone un aumento del 9,2% en el acumulado del año y que pudiera estar sesgado al alza por el crecimiento en el uso entre los consumidores de las tarjetas como medio de pago.

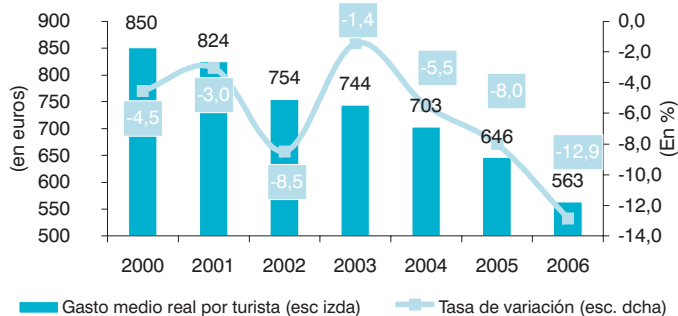
Disposición de efectivo y pagos con tarjeta de crédito Visa Mastercard y AMEX de no residentes en España
(Tasas de variación trimestral)



Ingresos por turista extranjero

El pobre comportamiento de los ingresos por turismo extranjero se vuelve muy preocupante si se compara con la llegada de turistas. Un trimestre más, los datos vuelven a poner de manifiesto que España debe multiplicar de manera importante el número de llegadas para mantener el total de los ingresos, por cuanto cada vez los turistas que llegan tienden a estar menos tiempo y gastar menos en los destinos que visitan en España. Los datos del Banco de España hasta abril apuntarían una caída de este indicador del orden del 9,5% en términos nominales y del 12,9% en términos reales. Con datos hasta mayo del IET la caída del gasto total por turista (en origen y en destino) se cifra en el 5,3% en términos nominales, lo que supone una caída por encima del 8,7% al eliminarle el efecto generado por el incremento de los precios en España.

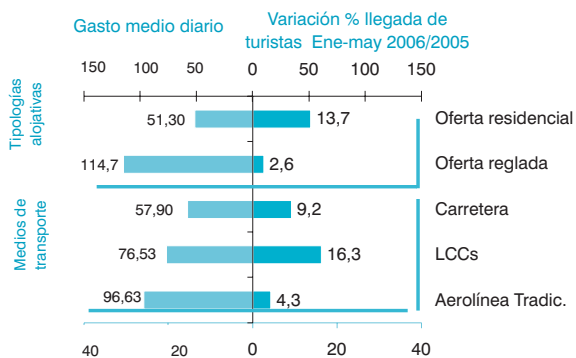
Ingreso medio real por turista (Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas). Ene-Ab 2000-2006



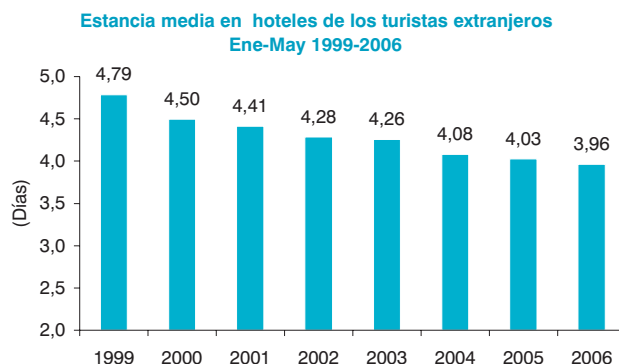
Con estos datos, lo que se vuelve a comprobar este comienzo de 2006 es el impacto que está teniendo sobre los ingresos por turismo y el gasto medio por turista extranjero de los cambios en el comportamiento y el perfil del turista que visita los diversos destinos españoles.

En este sentido y a pesar del aumento de las pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros durante este segundo trimestre de 2006, se mantiene, y ya son cinco años consecutivos, el continuado crecimiento de los perfiles de turistas de menor gasto promedio por turista y día que han protagonizado este comienzo de 2006, lo que ha provocado que en media este indicador se reduzca un 3,2% nominal hasta mayo, según el IET.

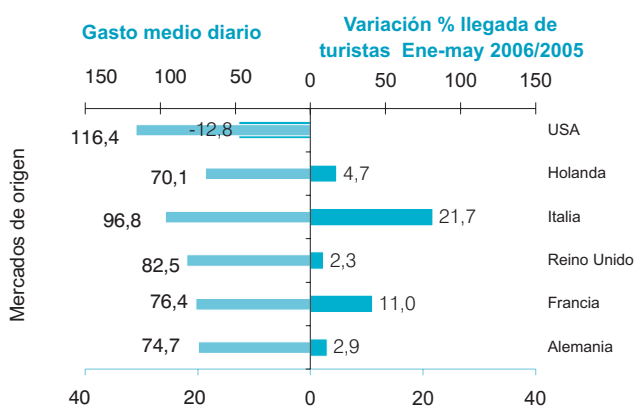
Un trimestre más, durante los meses de enero a mayo sigue creciendo el número de turistas tanto por medio de transporte como por tipo de alojamiento y mercado de origen caracterizados por un menor gasto medio diario. Sólo es reseñable el caso de turismo italiano, con un gasto medio diario muy por encima de la media y donde España ha experimentado un crecimiento del 21,7%. En el polo opuesto se encuentran los mercados de larga distancia y especialmente los turistas procedentes de Estados Unidos que vuelven a caer a lo largo de 2006.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y Egatur. IET



Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y Egatur. IET

Turistas alojados en oferta residencial, que utilizan el coche o las compañías aéreas de bajo coste y proceden de Italia o Francia son los perfiles que más están creciendo en 2006, si bien se observa una recuperación de los que han comprado un paquete y se alojan en hoteles por el efecto de redirección de flujos desde los países del mediterráneo oriental

Más allá de lecturas excesivamente negativas como las pudiera derivarse de los datos de este comienzo del año respecto al gasto de los extranjeros, la reiteración de los factores que ayudan a entender esta tendencia y que desde estas páginas hemos venido reiterando y poniendo de manifiesto debiera alimentar la reflexión sobre si estamos implementando las mejores estrategias dirigidas a atraer un turista de mayor contribución socioeconómica a través de las diferentes políticas de producto-destino y si es lo más adecuado seguir promoviendo un modelo basado principalmente en el crecimiento en volumen, cuando se observan rendimientos marginales decrecientes. La constatación agregada de esta tendencia, particularmente manifestada en las zonas del litoral, debiera ser una de las piedras angulares del, por necesario, muy esperado Libro Blanco del Turismo Español para el horizonte 2010 emanado de la primera reunión del Consejo Español de Turismo y cuyos trabajos debieran comenzar sin la mayor dilación.

Junto con el menor gasto medio diario el segundo de los elementos que explica la caída del gasto medio por turista es la nueva reducción de la estancia media. El comienzo de 2006 no ha servido para poner freno al proceso de caída en el número de días que permanecen los turistas extranjeros en España, tendencia que lleva produciéndose desde 1999 y que tiene un impacto directo sobre las crecientes discordancias entre la afluencia de turistas en términos de llegadas y su menor impacto sobre el gasto, en la medida en que por cada turista el número medio de días de estancia en España es menor.

Con datos de Egatur, la caída en la estancia de todo tipo de turista en el período enero mayo se cifra en el 2,4%, porcentaje de reducción que se situaba en el 1,6% para los viajeros alojados en hoteles, según la información de la EOH del INE. Cabe destacar que desde el mes de marzo se ha producido una ralentización de este proceso como consecuencia de la llegada de más turistas que han contratado un paquete que suele incorporar estancia más prolongadas y que es fruto como se ha mencionado de la redirección de flujos desde otros destinos gracias a las rentas de seguridad de los destinos españoles.

4 Destinos competidores

El turismo internacional medido por las llegadas de turistas continúa creciendo solidamente en los 4 primeros meses del año 2006. El año 2005 cerraba con una variación interanual del 5,5% y 808 millones de llegadas según el barómetro de turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT). En el periodo enero- abril de 2006 el ritmo de crecimiento ha sido del 4,5%, alcanzando los 236 millones de turistas, 10 millones más que en el mismo periodo de 2005. Todas las expectativas apuntan a que el turismo mundial siga mostrándose dinámico, con una expectativa de cierre del año similar a la obtenida en estos primeros cuatro meses, en torno a un 4,5%.

La progresiva extensión de las líneas de bajo coste, la mejora en cantidad y calidad de la oferta alojativa mundial, el consistente crecimiento de la economía mundial, y en particular la recuperación de la economía europea, han sido los factores más determinantes del aumento del turismo internacional a comienzos de este año 2006. Estos factores siguen pesando más sobre la decisión de viajar que otros elementos coyunturales como el aumento del precio del petróleo, la inestabilidad política mundial o los riesgos sanitarios, que en todo caso, en el caso de estos dos últimos, lo que vienen jugando es un efecto sobre la redistribución de los viajes hacia los destinos percibidos como más seguros, entre los que se sitúa España.

La redirección de flujos por factores geopolíticos y naturales sigue desempeñando un papel central en la evolución del turismo mundial y Europeo en este primer semestre de 2006

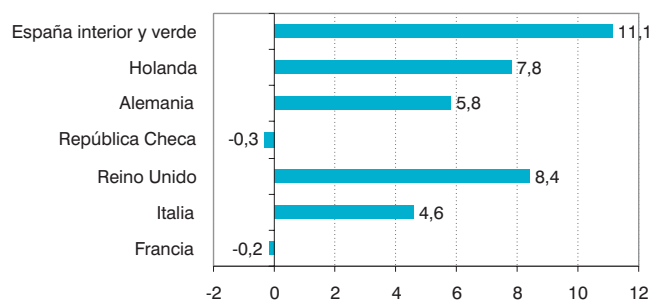
A lo largo de los dos últimos años 2005 y 2006, huracanes y conflictos geopolíticos han condicionado en mayor o menor medida los resultados por destinos, con la redirección de flujos turísticos desde los destinos afectados u otros próximos a su área de influencia hacia aquellos con menor riesgo potencial

En este contexto, el turismo en Europa crece a tasas más moderadas, si bien en lo que llevamos de 2006 los mercados ganadores en términos de llegadas de turistas se concentran en España, Reino Unido, Holanda y Alemania con crecimientos superiores al 5,0%. Los otros dos grandes destinos europeos competidores de España, Italia y Francia han experimentado tendencias contrarias. Mientras Italia crecía en los primeros 3 meses del año en llegada de turistas un 4,6% con respecto al mismo periodo de 2005, Francia ha pasado de tasas por encima del 2% en 2005 a una caída en la llegada de turistas del 0,2% en los cinco primeros meses de 2006.

Como se verá más adelante, España, y dentro de esta, especialmente la España interior y verde, sigue aprovechando las oportunidades que le brindan los cambios en la tipología del turista medio. En los cinco primeros meses del año, la España interior y verde alcanzaba un

crecimiento del 11,1%, cifra representativa de su elevado dinamismo, aunque ligeramente inferior al cierre del año 2005, donde se alcanzó una tasa cercana al 14,0%. Debemos destacar, no obstante, el diferente comportamiento temporal de la llegada de turistas, con un primer trimestre de reducido crecimiento en el turismo internacional en Europa y España, y un segundo trimestre muy positivo, con elevadas tasas de crecimiento en la llegada de turistas.

ESPAÑA frente a los destinos europeos
(% Crec. 2006/2005*)

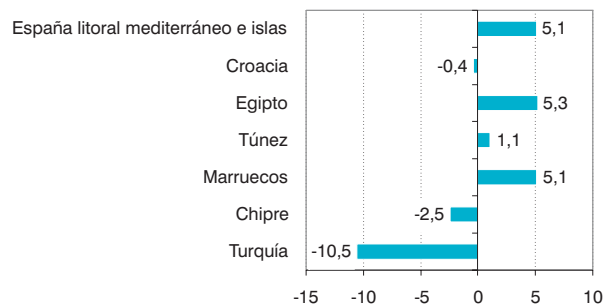


Fuente: Exceltur a partir de datos OMT, Tourmis e institutos de estadística nacionales. *Datos hasta mayo para España y Francia, hasta abril para Reino Unido y Alemania, hasta marzo para Italia y República Checa y hasta febrero para Holanda.

Comparativa España vs destinos competidores de sol y playa

En el segundo semestre de 2005 y la primera mitad de 2006, los acontecimientos geopolíticos han continuado influyendo en la redistribución de flujos turísticos. En particular la crisis de las viñetas, la gripe aviar y la inestabilidad política derivada de problemas religiosos siguen drenando crecimiento a países del mediterráneo oriental como Egipto y Turquía. Este último país, continúa reduciendo

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



Fuente: IET, OMT e Institutos de Estadística Nacionales. *Datos hasta mayo excepto Marruecos y Egipto hasta abril.

sus tasas de crecimiento desde los atentados sufridos en verano de 2005, situándose en una caída del 10,5% para el acumulado del periodo enero-mayo de 2006.

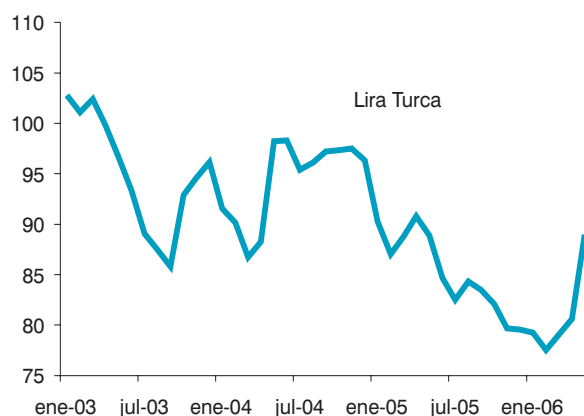
En la primera mitad del año, España se ha mantenido entre los principales destinos del mediterráneo dentro del segmento de sol y playa. La España del litoral mediterráneo y las islas alcanzaba un crecimiento del 5,1% en el acumulado de llegadas de turistas hasta mayo. De sus principales competidores, tan sólo Egipto sobrepasaba el crecimiento español con un 5,3%, pero lejos de los ritmos que venía registrando hasta los atentados de Sharm el Sheikh. Marruecos obtenía un 5,1% de crecimiento, mientras que el resto de competidores en este segmento analizados se situaba en bajas tasas de crecimiento, que eran incluso negativas en los casos de Croacia, Chipre y Turquía. Debe subrayarse que tanto Egipto como Marruecos están desarrollando una extensa política activa de mejora de sus infraestructuras turísticas, con especial preocupación por el aumento del número de rutas abiertas por parte de compañías de bajo coste. En particular, Easyjet y Ryanair mantienen una estrategia fuertemente expansiva en Marruecos con la apertura prevista de más de 20 nuevas rutas a este destino.

El descenso observado en la llegada de turistas en algunos países del mediterráneo ya no lo podemos achacar a la incidencia de un solo factor como puede ser la gripe aviar o la problemática de las caricaturas. Más bien, la continúa incidencia de acontecimientos geopolíticos puntuales de gran repercusión mediática se están concretando en una visión de inestabilidad geoestratégica que incide en la competitividad de sus principales destinos. Prueba de ello, es la tendencia creciente a la aparición de los términos “destino seguro” y “destinos inseguros” en los principales medios de comunicación internacionales. España, en este sentido, es uno de los mayores beneficiados por la mayor proximidad socio-cultural a los países europeos, su mayor tradición turística, que incide en una mayor familiaridad y fidelización al destino, y la calidad de infraestructuras y servicios.

El caso turco merece especial atención, conforme ha sido el destino de mayor crecimiento de los últimos años, posee un elevado potencial futuro, y es el país que más ha notado el cambio de tendencia. Turquía está sufriendo una caída progresiva de la tasa de crecimiento del número de turistas en todos sus principales mercados emisores, especialmente importante en el caso de los mercados francés, alemán y holandés, donde ha alcanzado caídas en el acumulado hasta mayo de 2006 del 13,9%, 19,8% y 25,8%, respectivamente, pero también significativa en el caso británico, con un descenso del 5,0%, en un mercado que creció en 2005 un 25,7%. A priori, parece que el sector turístico turco continuará mostrando a lo largo del año un descenso en el número de turistas recibidos, como ponen de

De hecho, el tipo de cambio real de la lira turca con respecto a España se había apreciado un 10% en marzo de 2006 con respecto a mismo mes de 2005 con la consiguiente pérdida de competitividad. Cifra aún mayor si la comparáramos con Alemania u otros países de la Unión Europea que poseen menores tasas de inflación que España. Sin embargo, los últimos datos de abril y mayo han restablecido la competitividad nominal de este destino, como consecuencia de una fuerte depreciación de la lira turca, lo que sin duda supondrá una mejora de sus resultados económicos de cara a la temporada estival.

Tipo de Cambio Real frente a España
(Enero de 1999 = base 100)



Fuente: AFI. Una subida del índice significa menor competitividad de España

La menor entrada de turistas en Turquía, está suponiendo también la obtención de unos menores ingresos por turismo, como se refleja en los datos de la balanza de pagos, con una caída del 3,1% para el acumulado de ingresos de los cinco primeros meses del año. Aún así, la caída observada es inferior al descenso en el número de turistas llegados a Turquía, lo que refleja una continúa mejora de los ingresos medios por turista en el destino turco, a diferencia de lo que ocurre en otros destinos europeos como el Español, donde a pesar de la mayor llegada de turistas, los ingresos por turismo siguen sin mostrar tasas positivas significativas.

Frente al caso turco, Egipto mantiene un ritmo de crecimiento similar al de 2005. Tras haberse recuperado del impacto negativo de los atentados terroristas de mediados de 2005 que supusieron una caída de la entrada de turistas en los meses de agosto y septiembre, en el periodo invernal se volvieron a obtener tasas positivas de crecimiento. En general, el destino egipcio, por las características diferenciadas de su producto, posee menores oscilaciones estacionales que otros países como el turco o el español. Por ello, los efectos de la caída en agosto y septiembre se han compensado en gran medida por las buenas cifras de la temporada invernal, con un crecimiento del 10,5% en la llegada de turistas en el acumulado diciembre de 2005 a febrero de 2006. Tras la caída del mes de marzo y el aumento de abril, por el efecto semana santa, el crecimiento de la llegada de turistas al mercado egipcio se ha situado finalmente en el 5,3% interanual para el acumulado de los cuatro primeros meses de 2006.

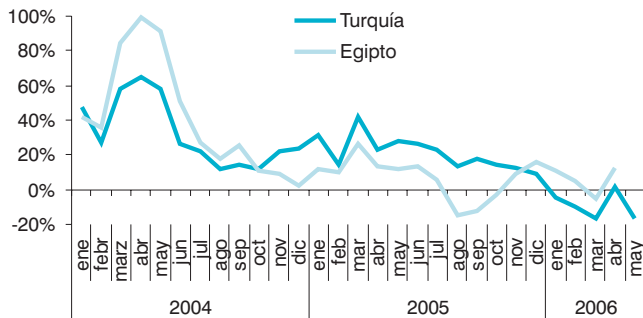
Turistas llegados a Turquía y a España por mercado emisor. Tasas interanuales del acumulado enero-mayo.

	Turquía	España
Reino Unido	-5,0%	2,0%
Francia	-13,9%	11,3%
Alemania	-19,8%	3,0%
Holanda	-25,8%	3,8%
RESTO	-6,5%	9,4%
Total	-10,8%	6,1%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Turco



**Entradas de turistas extranjeros en Egipto y Turquía .
Tasas interanuales.**



Flujos turísticos hacia destinos competidores por nacionalidades de origen

La mayor llegada de turistas alemanes hacia España se ha visto influida por la redirección de flujos desde otros países, como Turquía, mientras la influencia sobre la llegada de turistas franceses y británicos es algo menos intensa

Alemanes

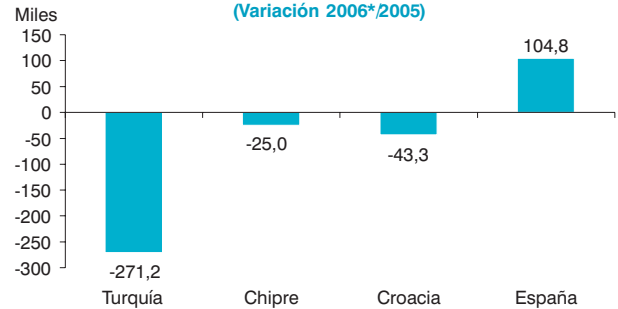
La dinámica del mercado alemán es la más representativa de los problemas por los que están pasando los países del mediterráneo oriental y especialmente Turquía en este año 2006. Hasta el mes de mayo, en Turquía han entrado 271 mil turistas alemanes menos que en el mismo periodo de 2005, lo que representa una caída en términos interanuales del 19,8% para un mercado que en 2005 supuso el 20,1% del total de turistas que visitaron Turquía.

Parece que uno de los principales beneficiados de esta caída en el turismo alemán que visitaba Turquía ha sido España, que por segundo año consecutivo ha conseguido mantener tasas de crecimiento positivas del número de turistas alemanes recibidos. En los cinco primeros meses del año, entraban cerca de 105 mil turistas alemanes más que en el mismo periodo de 2005, lo que representaba un crecimiento del 2,9%. Esta cifra, no obstante, es ligeramente inferior a la que se obtuvo para el acumulado de 2005, donde se alcanzó un 3,9% de crecimiento.

La información cualitativa proporcionada por distintos agentes económicos del sector turístico conocedores del mercado alemán apunta un buen año para la llegada de turistas alemanes hacia España. En principio, como pone de manifiesto un estudio del Instituto del Tiempo Libre del British American Tobacco, los ciudadanos alemanes consideran que dedicarán mayor tiempo este año a viajes turísticos, con los mundiales de fútbol en Alemania suponiendo tan sólo una redirección temporal de los flujos de viajes de alemanes a la segunda mitad de julio y el mes de agosto. Los buenos resultados de los meses de abril y mayo, y el aumento de las reservas desde el mercado alemán justifican el optimismo de los agentes turísticos españoles en los últimos meses, con perspectivas

de que se roce la plena ocupación este verano en las zonas como Baleares de mayor presencia de turismo alemán, o que al menos se mejoren holgadamente los resultados del verano pasado.

**Entrada de turistas alemanes en países competidores de España
(Variación 2006*/2005)**



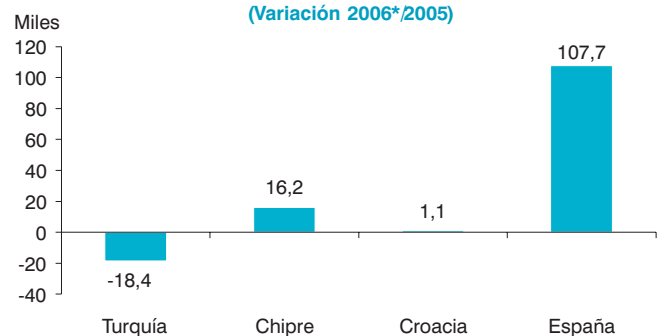
Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET.
*Datos hasta mayo.

Británicos

La dinámica del mercado británico en España también está mostrando una tendencia contraria a la observada en el Mediterráneo Oriental. España recibía en los primeros cinco meses del año cerca de 108 mil turistas británicos más que en el mismo periodo de 2005, lo que representaba un crecimiento del 2,0%.

El británico era uno de los mercados más dinámicos para el destino turco desde la segunda mitad de 2005. Sin embargo, se ha ido produciendo una constante desaceleración de su crecimiento a lo largo de 2005 y 2006 que le ha llevado a situarse finalmente en una variación negativa del 5,0% en el acumulado enero-mayo, con una reducción en el número de turistas superior a los 18 mil turistas británicos. En este resultado final, tiene un gran peso la cifra de mayo de 2005, especialmente nociva con una caída del 18,7%, lo que supone 47 mil turistas británicos menos que en mayo de 2005. España en el mismo mes ganó cerca de 118 mil turistas con respecto a 2005.

**Entrada de turistas británicos en países competidores de España
(Variación 2006*/2005)**



Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET.
Datos hasta mayo

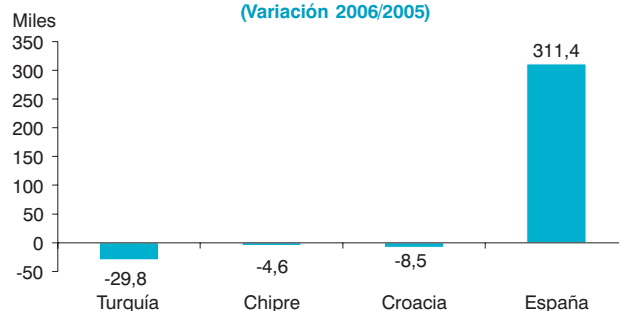
Franceses

Uno de los mercados con mayor crecimiento en España en los cinco primeros meses del año ha sido el mercado francés, que continúa así con las elevadas tasas que obtuvo en 2005. En el acumulado enero a mayo han entrado 311 mil franceses más que en el mismo periodo de 2005, con una variación interanual del 11,3%. En 2005, este mercado estuvo entre los mercados de mayor dinamismo en España con un incremento superior al millón de turistas con respecto a 2004.

El mercado francés, sin embargo, muestra caídas relevantes en los principales destinos emergentes del mediterráneo para los que se dispone de datos desagregados en los primeros meses de 2006. Así, Turquía reducía en 30 mil el número de turistas franceses recibidos, lo que suponía una caída del 13,9%. A Chipre llegaban cerca de 5 mil turistas franceses menos y Croacia perdía más de 8 mil turistas franceses.

No obstante, lo más significativo no es tanto la caída en la llegada de turistas, sino el crecimiento potencial perdido. Las diferencias entre las tasas de crecimiento observadas en 2006 y en 2005 son sorprendentes. En el acumulado de 2005, la llegada de turistas franceses a Turquía alcanzó una tasa de variación del 29,5% con respecto a 2004, con más de 160 mil nuevos turistas, mientras que en 2006, como comentábamos anteriormente se ha producido una reducción de 30 mil turistas. Es más, el mercado francés continúa con un elevado crecimiento en el número de salidas al extranjero en el último año como se percibe del aumento en más de 311 mil turistas en España, más de 8 veces la caída observada en los otros tres destinos analizados. La mala situación geopolítica de muchos de los países del mediterráneo oriental contribuye a que el crecimiento del mercado emisor francés esté beneficiando en mayor medida al destino español.

Entrada de turistas franceses en países competidores de España
(Variación 2006/2005)



Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET.
Datos hasta mayo

5 Claves por sectores

1. Alojamiento

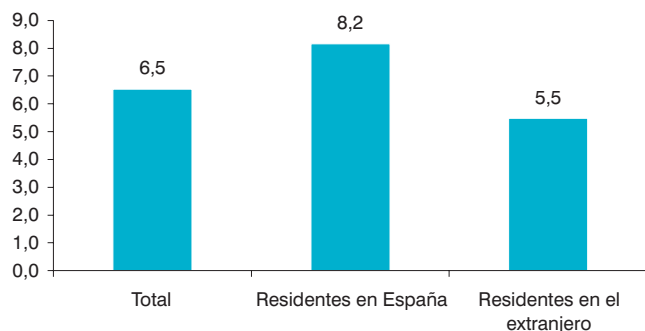
El sector de alojamiento recupera en este segundo trimestre de 2006 volúmenes de demanda similares a los registrados a finales de los años 90, que esta vez sí, se han materializado en cierta recuperación de la rentabilidad empresarial

Tras un comienzo de año donde en clave de volumen de ventas se percibió un ligero retroceso respecto al avance observado en los últimos meses de 2005 en el sector de alojamiento reglado (hoteles, apartamentos, campings y turismo rural), el aumento de la demanda en el segundo trimestre de 2006 ha permitido cierta recuperación de los márgenes empresariales de las empresas del sector en España.

Sin perjuicio de lo anterior, los problemas estructurales por los que todavía atraviesa un importante porcentaje de la oferta de alojamiento y el conjunto de algunos de los destinos en el litoral español ya comentados en anteriores Informes Perspectivas, esto es: sobreoferta y obsolescencia de parte de la planta alojativa de menor categoría y su entorno más inmediato en zonas del litoral, con especial incidencia en las tipologías de apartamentos turísticos, así como en los niveles de saturación e indiferenciación percibidos por los turistas, siguen frenando una más intensa recuperación de los beneficios empresariales.

En términos de ventas, las pernoctaciones en alojamientos reglados en los cinco primeros meses de 2006 han registrado una variación positiva respecto a la registrada en el mismo período del año anterior. La demanda de alojamiento de los españoles sigue creciendo a un intenso ritmo, experimentando un cambio de tendencia respecto a la desaceleración observada en el último trimestre de 2005. De hecho, en el acumulado anual hasta mayo, las pernoctaciones de españoles

Demanda en alojamientos de turismo reglado
(% Variación. Ene-May 2006/2005)

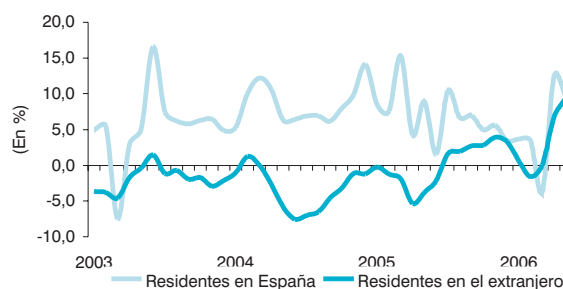


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

en alojamientos reglados crecieron un 8,2%, registrando elevadas tasas de variación en todas las tipologías de alojamiento reglado.

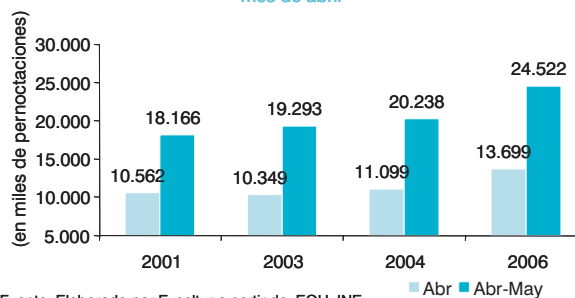
En el segundo trimestre de 2006 y con datos hasta mayo el comportamiento de la demanda nacional se puede calificar como positivo, especialmente en el mes de abril. De hecho, la comparación del volumen de pernoctaciones de españoles en alojamientos reglados respecto a períodos de abril y mayo de otros años donde también tuvo lugar la Pascua denota un favorable comportamiento de la demanda nacional y extranjera.

Pernoctaciones en alojamiento reglado
2003-2006 (Tasa de variación media interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, EOAC, EOAP, EOTR (INE)

Número de pernoctaciones de españoles en establecimientos reglados en años con celebración de Semana Santa en el mes de abril

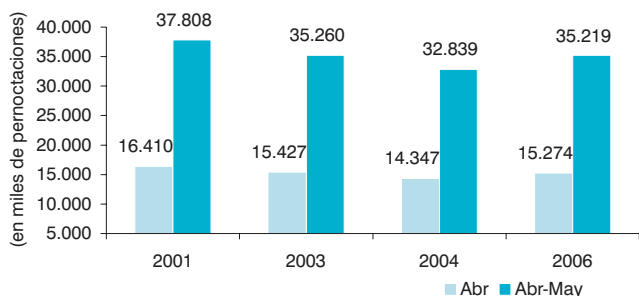


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE.

Por su parte, la demanda de alojamiento reglado y residencial de los turistas extranjeros, que descendió considerablemente en los meses de enero y febrero de 2006, se incrementó significativamente a partir del mes de marzo en todas las tipologías. Así, en el acumulado hasta el mes de mayo el número de pernoctaciones de extranjeros experimentó un incremento del 5,5% respecto al mismo período de 2005, destacando por su dinamismo el buen comportamiento en turismo rural, y por su recuperación y volumen en hoteles.

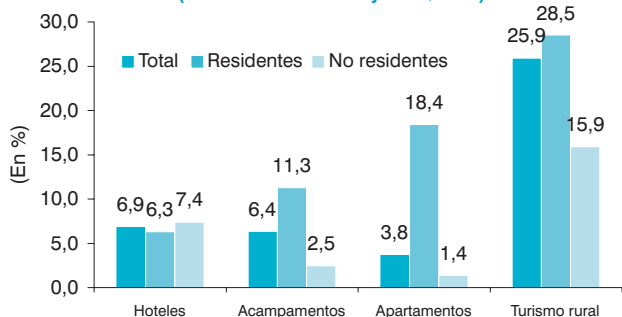


Número de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos reglados en años con celebración de Semana Santa en el mes de abril



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

Demanda en alojamientos de turismo reglado no hoteleros (% Variación. Ene-May 2006/2005)



Fuente:Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Alojamiento (INE)

La continúa caída de la estancia media en los viajes de los turistas extranjeros en España sigue restando dinamismo al número de pernoctaciones y afecta en parte el gasto medio que realizan los no residentes en nuestro país

Según las estadísticas elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos, la llegada de turistas en los cinco primeros meses del año registró un incremento interanual del 6,1% respecto al mismo período de tiempo en 2005. Sin embargo, la marcada tendencia de reducción del número medio de días de estancia de los turistas extranjeros en España, ha supuesto que este incremento en la llegada de turistas se haya trasladado en apenas un incremento del 3,7% de las pernoctaciones totales (reglado y residencial) de los no residentes entre enero y mayo de 2006.

En concreto, según la Encuesta de Gasto Turístico elaborada por el IET, la estancia media en los cinco primeros meses de 2006 volvió a experimentar un descenso del 2,4%, lo que supone una significativa pérdida de pernoctaciones de extranjeros en España. De hecho, sí se hubiese mantenido la estancia media del mismo período de tiempo en 2005 con el número de turistas que han llegado, el número de pernoctaciones hubiese sido 1,2 millones de noches superior al alcanzado.

Tal y cómo se ponía de manifiesto en el apartado de gasto turístico del presente Informe, esta tendencia junto a los cambios de patrones de

comportamiento de los turistas extranjeros que visitan España, que se concretan de manera más relevante en una mayor propensión al uso de la vivienda residencial, al uso más intenso de las compañías de bajo coste y la organización individual del viaje, hábitos asociados a perfiles de gasto medio diario inferiores a la media, están implicando una caída constante del gasto medio por turista. De hecho, sí a esta cifra 1,2 millones de noches potenciales perdidas por la mera caída de la estancia media se le aplica el gasto medio diario que realiza en media el turista extranjero según la estadística EGATUR en el periodo enero-mayo, estaríamos hablando de una pérdida de 100,4 millones de euros de gasto de los extranjeros en los cinco primeros meses del año (un 2,6% respecto al gasto total registrado en ese período).

1.1. Alojamiento hotelero

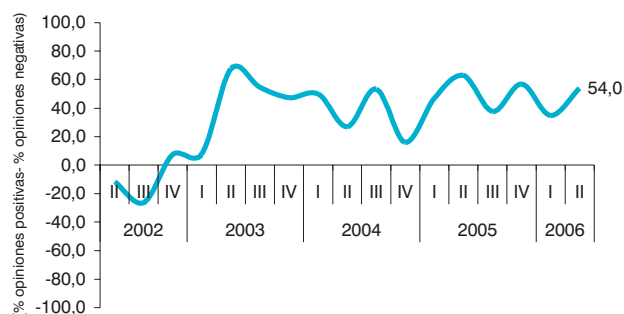
Comportamiento del alojamiento hotelero agregado

El nivel de confianza entre los empresarios del sector hotelero en el segundo trimestre de 2006 registra su valor máximo desde el año 2002, de la mano del excelente comportamiento de la actividad en los hoteles urbanos y de costa en los meses de abril, mayo y junio y de las buenas expectativas entre los gestores de hoteles de cara a la temporada de verano

Como continuidad a las buenas expectativas que regían entre los gestores de establecimientos hoteleros en el primer trimestre de 2006, el nivel de confianza entre los empresarios del sector hotelero en los meses de abril, mayo y junio ha avanzado notablemente debido básicamente al buen comportamiento de la demanda interna y extranjera en este segundo trimestre del año y las buenas perspectivas respecto a los meses centrales del verano de 2006 tanto en hoteles de costa cómo en urbanos.

Efectivamente, la mejora que se anticipaba a finales del primer trimestre de 2006 ha tenido su continuidad y se ha reafirmado en los meses de abril, mayo y junio en los hoteles vacacionales, mejorando notablemente la percepción empresarial para los próximos meses. Por su lado, y cómo veremos más adelante, el sentimiento empresarial entre los gestores de alojamientos hoteleros urbanos sigue siendo mayoritariamente positivo.

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) Empresas españolas de transporte



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



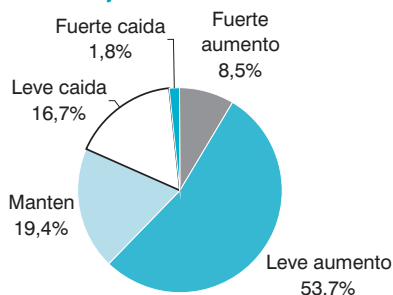
Desde esta lógica se entiende que el nivel de confianza entre los gestores de alojamientos hoteleros en España en este segundo trimestre de 2006 haya experimentado un avance muy positivo. Así, el Índice Agregado de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) experimentaba en el segundo trimestre de 2006 un valor máximo en la historia de la serie hasta niveles del 27,9.

Intenso aumento de las ventas en el segundo trimestre de 2006 en el conjunto de alojamientos hoteleros españoles

Tanto los hoteles urbanos como los vacacionales se han visto beneficiados por el tirón de la demanda entre los meses de abril y junio, los primeros como continuidad del empuje que sigue adquiriendo el turismo vinculado a las escapadas cortas a ciudades por motivos de "shopping", arte y cultura, ocio o de trabajo. Mientras, los hoteles ubicados en la costa española se han visto beneficiados por la celebración tardía en el mes de abril de la Semana Santa y la significativa recuperación de la demanda extranjera a partir del mes de marzo.

En este marco, el 53,7% de los empresarios del subsector de alojamiento hotelero manifestaban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur un leve incremento en las ventas del segundo trimestre de 2006 respecto al mismo período del año anterior, mientras un 8,5% de los mismos calificaba este incremento en las ventas como fuerte.

Opinión empresarial sobre las ventas para el IIT 2006 Alojamiento hotelero

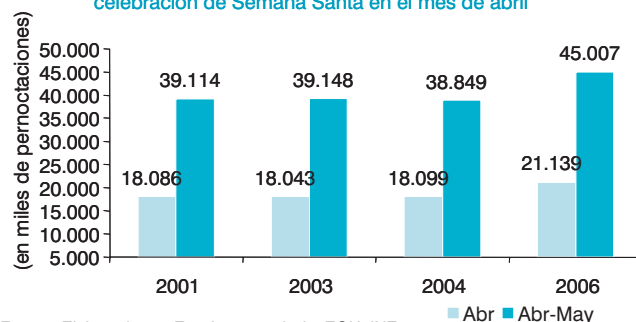


Fuente: EXCELTUR.

En esta misma línea, la información proporcionada por la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, que en este año 2006 ha incorporado mejoras dentro de su metodología¹ con el objetivo de recoger con mayor precisión y de una manera más ágil y fácil para el sector la información relativa a su comportamiento, evidencia en el período abril-mayo de 2006 unos niveles de pernoctaciones por encima de los registrados en otros años donde el período de Pascua fue igualmente celebrado en el mes de abril.

¹Las mejoras metodológicas se han concretado en la actualización de los directorios procedentes de las Consejerías de Turismo de las CCAA que constituyen el marco de la encuesta y en la modificación del sistema de recogida de información, de manera tal que el ámbito temporal de recogida de información se ha extendido a todos los días del mes de referencia (anteriormente era semanal).

Número de pernoctaciones totales en hoteles en años con celebración de Semana Santa en el mes de abril

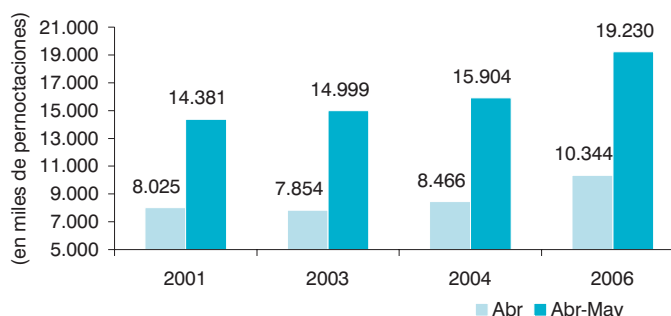


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE.

El favorable comportamiento de la demanda de residentes en la Semana Santa de abril de 2006 y la recuperación del dinamismo de la demanda extranjera entre los meses de marzo y mayo de 2006 ha posibilitado el mantenimiento de unos positivos niveles de ventas en este segundo trimestre

La demanda de servicios hoteleros de los residentes, ha motivado parte del favorable resultado obtenido en los hoteles españoles en términos de niveles de ventas. En concreto, el mes de abril de 2006 se configuró como nivel máximo en la serie de pernoctaciones de residentes españoles en hoteles en meses de abril con celebración de la semana santa, superando los diez millones de pernoctaciones, este excepcional registro unido a un modesto crecimiento de esta variable en el mes de mayo de apenas el 0,9% interanual, sigue marcando crecimientos interanuales notables de la demanda de alojamiento hotelero por parte de españoles, tanto en niveles, como en tasas de variación, en los cinco primeros meses de 2006.

Número de pernoctaciones totales en hoteles en años con celebración de Semana Santa en el mes de abril

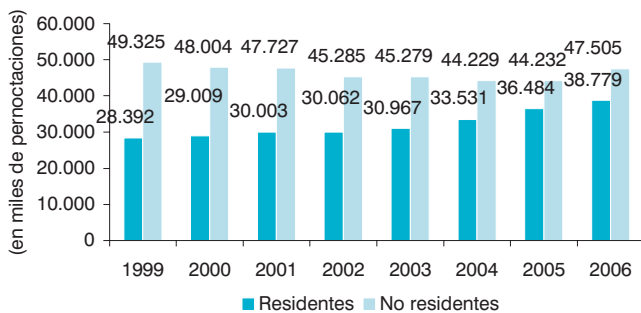


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE.

En concreto, el número de noches en hoteles disfrutadas por españoles en los cinco primeros meses de 2006 se elevó a 39 millones, 2,3 millones más que en el mismo período de 2005, lo que equivale a un crecimiento interanual del 6,3%. En este sentido, y tal y como se puede observar en el gráfico adjunto, se sigue aproximando el peso de las noches disfrutadas por los españoles en los alojamientos hoteleros españoles respecto al total realizado por el resto de mercados extranjeros.



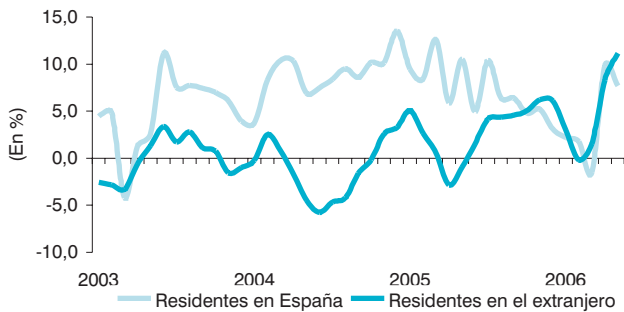
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros Ene-May 1999-2006



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

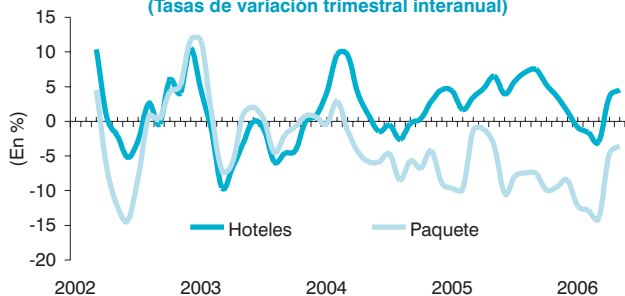
Por otro lado, las pernoctaciones realizadas por turistas extranjeros en los hoteles españoles entre los meses de enero y mayo de 2006 repuntaron hasta un crecimiento interanual del 7,4%, lo que significa 3,3 millones de pernoctaciones más que en el ejercicio anterior, vinculado este crecimiento, particularmente intenso desde el mes de marzo, a la ya comentada redistribución de flujos de turistas desde otros destinos competidores del Mediterráneo afectados por las actuales tensiones geopolíticas.

Pernoctaciones en hoteles 2003-2006 (Tasa de variación media interanual trimestral)



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

Relación entre la evolución en la utilización de los hoteles y los viajes hacia España con paquete por parte de los extranjeros (Tasas de variación trimestral interanual)



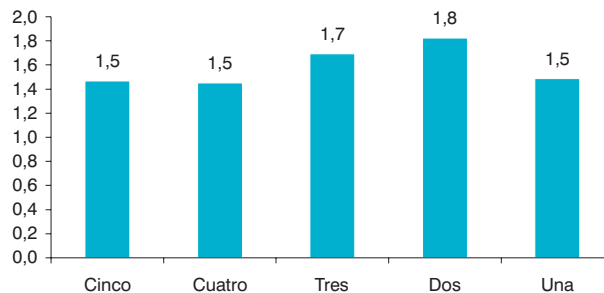
Fuente: EXCELTUR a partir de la información de Frontur, IET.

De hecho, los datos proporcionados por el IET hasta el mes de mayo, reflejan una notable recuperación de la llegada de turistas extranjeros alojados en hoteles y aquellos que contratan un paquete turístico para visitar España a partir del citado mes de marzo, que aunque sigue en tasas de variación trimestrales negativas ha frenado considerablemente la senda continua de descenso iniciada en el año 2004.

Nuevo desplazamiento de la demanda hacia hoteles de categoría superior

En estos primeros cinco meses de 2006, el comportamiento de las pernoctaciones ha sido dispar por categoría de hoteles. Según los datos del INE, destaca el aumento de las pernoctaciones en hoteles de cinco estrellas, sobre todo entre la demanda extranjera, en contraste con los alojamientos de dos y tres estrellas. El análisis del comportamiento de los precios para las diferentes categorías de hoteles revela cómo el incremento en el precio de los hoteles de mayor categoría se mantiene por debajo del experimentado en hoteles de categoría inferior por la competencia que introduce la continua apertura de nuevas plazas.

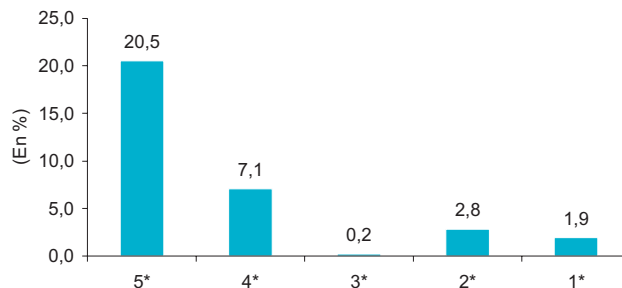
Índice de Precios Hotelero por categoría Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPH, INE

El incremento de las plazas abiertas en el mercado en los meses de enero a mayo de 2006 se concentra en los alojamientos de mayor categoría (cuatro y cinco estrellas). En este sentido, el estrechamiento de los precios y el creciente porcentaje de oferta de alojamiento de mayor categoría, junto a las nuevas exigencias del cliente esta provocando un sostenido desplazamiento de la demanda en el tiempo hacia hoteles de mayores prestaciones.

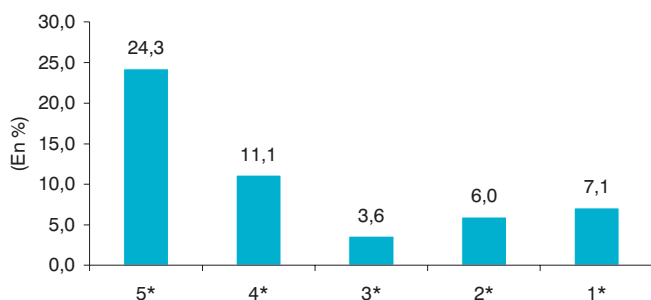
Plazas Hoteleras por categorías Var % Ene-May 2006/2005



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



Pernoctaciones hoteleras por categorías
Var % Ene-May 2006/2005



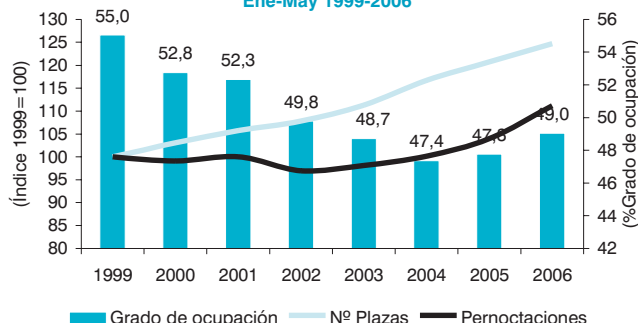
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

El favorable comportamiento de la demanda ha posibilitado la mejora en media de ocupación en los cinco meses de 2006 respecto a 2003, 2004 y 2005

Estos favorables resultados en clave de ventas han posibilitado una leve recuperación en la ocupación en los hoteles españoles en los cinco primeros meses de 2006, recuperación que se sigue dando en un escenario de crecimiento del número de plazas de alojamiento hotelero y residencial. Efectivamente el mayor número de plazas puestas en el mercado en el comienzo del año, que se concretó en un crecimiento del 3,4% en el acumulado hasta mayo de 2006 según datos de la EOH del INE, fue superado por una dinámica demanda en los cinco primeros meses de 2006.

Así lo confirman los datos proporcionados por el INE para los cinco primeros meses del año turístico 2006, que describen un avance en el porcentaje de plazas ocupadas de 1,2 p.p. respecto al año anterior. No obstante, este resultado no es tan favorable si se analiza con un marco temporal mayor como el descrito en el siguiente gráfico, que representa niveles de ocupación aún por debajo de los experimentados a finales de los años 90 y comienzos de la presente década.

Comportamiento del mercado de alojamiento hotelero
Ene-May 1999-2006

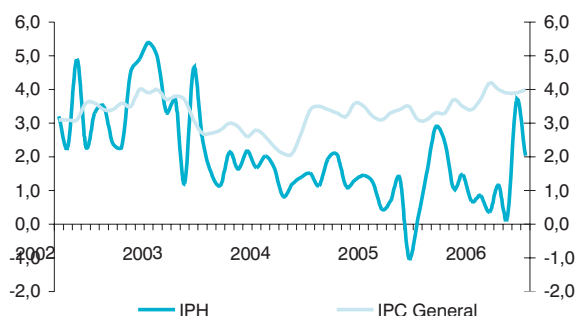


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

La ligera recuperación de los niveles de ocupación de alojamiento hotelero entre enero y mayo de 2006, que se ha concentrado sobre todo en los dos primeros meses del segundo trimestre de 2006 se ha dado en un contexto de contención de precios, que siguen estando significativamente por debajo del incremento de los precios en

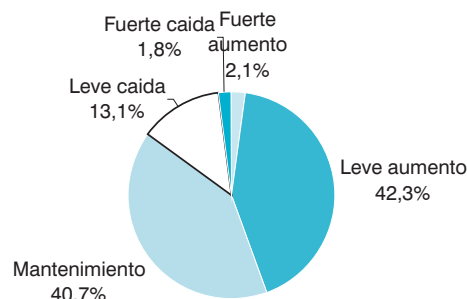
España del 4,0%. En concreto, según datos de la EOH del INE la variación interanual del Índice de Precios Hoteleros en los cinco primeros meses de 2006 fue del 1,5%, detectándose un ligero incremento en el segundo trimestre del año debido a la celebración de la semana santa en abril y cierta recuperación de los mismos en el mes de mayo. En esta misma línea, el 45,5% de los gestores de alojamientos hoteleros manifestaban haber incrementado ligeramente los precios en el segundo trimestre de 2006 respecto al mismo periodo de 2005 y el 39,5% mantuvieron las tarifas hoteleras en los mismos niveles registrados en los meses de abril, mayo y junio de 2005.

Precios Hoteleros e IPC
(Tasa de variación interanual)



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

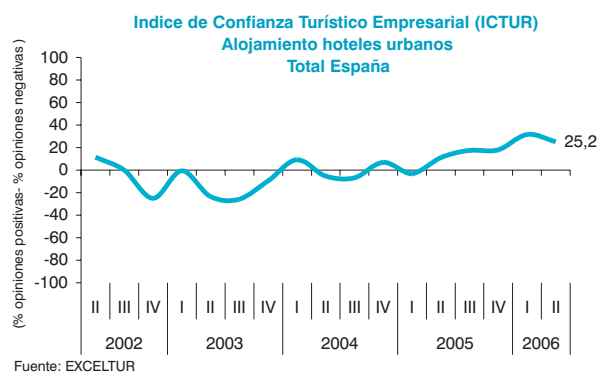
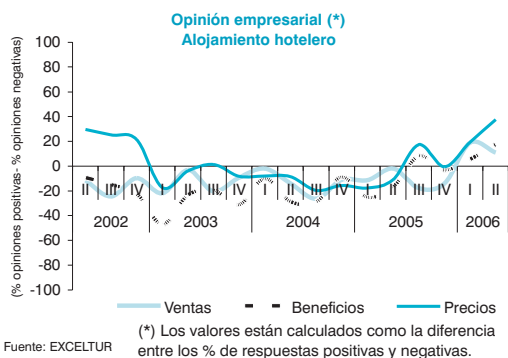
Opinión empresarial sobre los beneficios previstos para el IIT 2006 Alojamiento hotelero



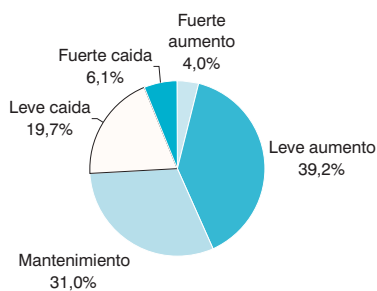
Fuente: EXCELTUR.

Recuperación de los márgenes empresariales en el segundo trimestre de 2006

En este contexto de recuperación de los niveles de ocupación y crecimiento de niveles de demanda con precios contenidos, los beneficios obtenidos en los establecimientos hoteleros en el segundo trimestre han crecido ligeramente según un significativo porcentaje de los gestores de los mismos. En concreto y a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, un 39,2% y un 4,0% de los empresarios manifestaban haber experimentado incrementos leves y fuertes respectivamente en los beneficios durante el segundo trimestre de 2006, aunque todavía se mantiene un porcentaje elevado (31,0%) que manifestaba un mantenimiento y un 25,7% que seguía registrando caídas.



Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento hotelero. IIT 2006



En este punto cabe destacar, que la progresiva tendencia a comercializar directamente a través de sus páginas web por parte de gran parte de las grandes cadenas hoteleras, con la correspondiente reducción de los costes asociados a la intermediación, proporciona a estos establecimientos un margen superior por cama vendida, que en ocasiones a pesar de que el volumen total vendido es similar o levemente inferior, reporta un ligero incremento en los beneficios empresariales totales. Y es precisamente este canal de comercialización el que mayor dinamismo está experimentando recientemente. De hecho, según el informe 'eTRAK' publicado por TravelCLICK las cadenas hoteleras en el mundo incrementaron la venta directa por Internet un 27% en el año 2005.

Este positivo registro en los niveles de confianza de los empresarios se encuentra contextualizado en un entorno de elevado dinamismo de los viajes de negocios y el turismo urbano en el conjunto de Europa y en particular, en el sector de viajes de corta duración, ya sean de negocios, visitas a familiares y/o amigos o vinculado más al disfrute del ocio, en gran parte debido al intenso crecimiento de la accesibilidad y facilidad de viajes entre las principales ciudades europeas. De hecho, según información presentada en la World Travel Market, el volumen de viajes entre diversas ciudades europeas ha sido el sector que más ha crecido en Europa en los últimos años.

En este segmento de elevado potencial para España, es necesario destacar y alentar el esfuerzo inversor en la mejora del atractivo singular de los diversos destinos urbanos españoles, en muchos casos asociado a nuevos iconos y obras arquitectónicas emblemáticas y acompañado de un buen número de eventos y muestras culturales y de ocio, que están promoviendo las administraciones públicas. Por otro lado, tras varios años de menor dinamismo, el turismo de negocios ha vuelto a registrar en el primer semestre de 2006 un notable incremento, que en el caso de ciudades como Madrid y Barcelona, tuvieron su máximo exponente en la celebración de grandes ferias y eventos internacionales como es FITUR en enero en la primera, ó 3GSM, el mayor congreso de telefonía móvil a nivel internacional, en la ciudad condal en el mes de febrero, junto al crecimiento del turismo de congresos.

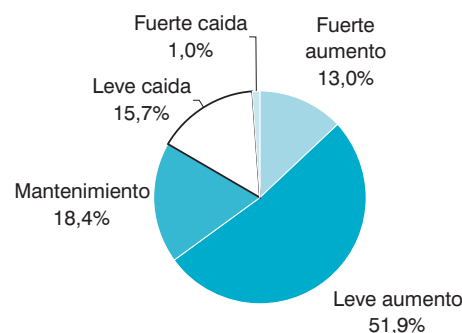
En este contexto, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur reflejaba en sus resultados que el 64,9% de los empresarios de hoteles urbanos manifestaba haber registrado un incremento de las ventas en el segundo trimestre de 2006, destacando un

Hoteles Urbanos

Elevado nivel de confianza empresarial entre los gestores de alojamiento urbano en el primer semestre de 2006

La primera mitad del año turístico 2006 en los principales destinos turísticos urbanos españoles ha supuesto un nuevo avance en la senda de mejora de los niveles de confianza entre los gestores de los establecimientos hoteleros ubicados en las ciudades españolas. Así, el Indicador de Confianza Empresarial de Exceltur para hoteles urbanos registraba en los dos primeros trimestres de 2006 valores muy elevados, que en el caso del primer trimestre representaba el máximo histórico en la serie.

Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento urbano. IIT 2006



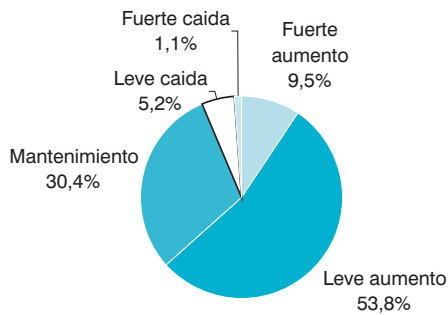


significativo porcentaje del 13,0% que califican esta variación interanual como muy intensa. Como veremos en detalle en el apartado dedicado al turismo urbano en España dentro del capítulo de destinos nacionales, estas valoraciones empresariales quedan corroboradas por los datos del INE para las principales ciudades turísticas españolas que registran crecimientos interanuales en media por encima del 7,4% en los cinco primeros meses de 2006.

Incremento de las rentabilidades empresariales en los hoteles urbanos en un marco de intenso crecimiento de la demanda y ligera subida de las tarifas

El intenso tirón de la demanda en los destinos urbanos españoles ha posibilitado un leve aumento de las tarifas hoteleras en los hoteles ubicados en estas ciudades. Así, según la opinión del 53,8% de los empresarios de establecimientos hoteleros en las ciudades españolas los precios en el segundo trimestre del año 2006 en sus alojamientos hoteleros crecieron ligeramente respecto a las tarifas del mismo período de tiempo en 2005.

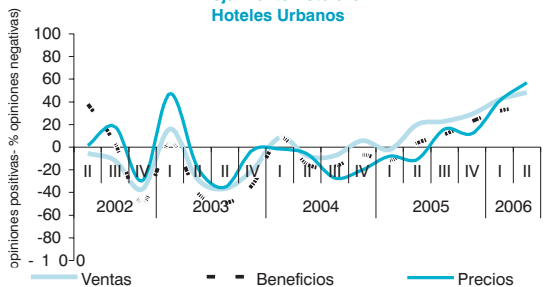
Opinión empresarial sobre los precios. Alojamiento urbano. IIT 2006



Fuente: EXCELTUR.

En este marco de intenso crecimiento de las ventas y leve subida de las tarifas hoteleras, el consenso es elevado en cuanto al incremento de los márgenes empresariales. En concreto, y según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 48,4% y el 8,3% de los gestores de hoteles urbanos manifestaba haber obtenido leves e intensas mejoras en sus beneficios empresariales en este segundo trimestre de 2006.

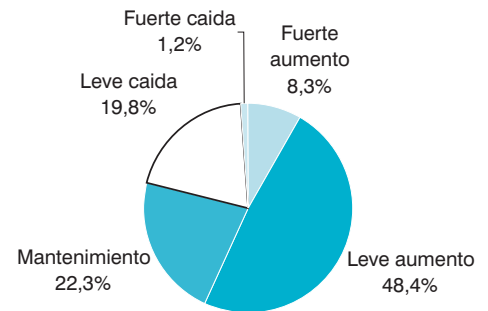
Opinión empresarial (*) Alojamiento hotelero Hoteles Urbanos



Fuente: EXCELTUR

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

Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento urbano. IIT 2006

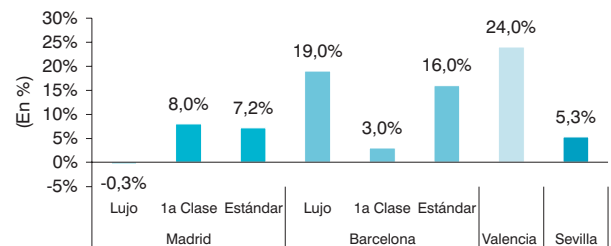


Fuente: EXCELTUR.

En este mismo sentido los datos de la consultora MHI Turismo, avalan cómo también la mejora en el grado de ocupación de los hoteles de las principales ciudades turísticas española se ha visto acompañada de un incremento generalizado de los precios de las habitaciones en los hoteles de categoría superior. Mejora que ha repercutido en un significativo avance de los ingresos por habitación disponible, consolidando la senda de recuperación de la rentabilidad de los establecimientos hoteleros urbanos iniciada en el ecuador del año 2005.

RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos

Tasa de variación interanual. Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

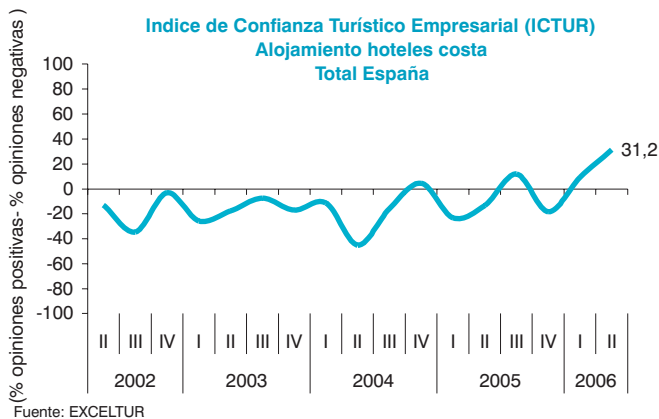
Hoteles Vacacionales de Costa

Se confirman las favorables expectativas entre los gestores de alojamiento vacacional respecto al segundo trimestre de 2006 y se afianza los niveles de confianza de cara a los meses de julio, agosto y septiembre

El comportamiento de la actividad turística en la mayoría de los alojamientos hoteleros vacacionales ubicados en la costa en el segundo trimestre de 2006 se puede calificar como positiva. A la notable recuperación en los ritmos de avance del volumen de ventas respecto a los percibidos en los últimos meses de 2005 y el inicio del año 2006 se le ha unido un tímido avance de las rentabilidades empresariales, en un contexto que ha vuelto a estar condicionado según los destinos en los que se ubican estos hoteles por problemas más estructurales de competitividad.

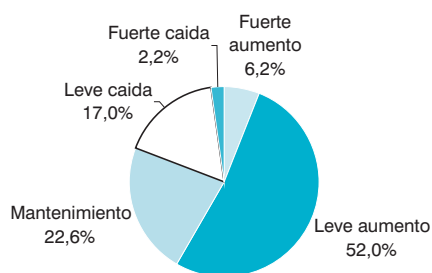
Con estos condicionantes, la percepción de los empresarios hoteleros ha mejorado notablemente en cuanto a los principales indicadores relativos al devenir de la actividad en sus alojamientos durante el segundo trimestre del año. Así, los niveles de confianza empresarial han experimentado en este segundo trimestre de 2006 una continuidad en la senda de mejora iniciada en los tres primeros meses del año de la mano del favorable comportamiento de la actividad en los meses de abril, mayo y junio y de las buenas expectativas percibidas de cara al tercer trimestre de 2006, temporada alta para la mayoría de los destinos turísticos vacacionales, con la excepción de los localizados en las Islas Canarias. Esta situación se ha producido cómo se explicaba en el apartado 2 por la confirmación de la esperada mejora de los condicionantes macroeconómicos de los principales mercados emisores y un período más, por un contexto geopolítico que ha jugado de nuevo a favor de los destinos del litoral mediterráneo español y las islas respecto a sus competidores por la redistribución de flujo de turistas desde esos destinos a España.

En este contexto, los niveles de confianza entre los gestores de los hoteles vacacionales de la costa española medidos a través del Índice de Confianza Turístico Empresarial elaborado trimestralmente por Exceltur registran en el segundo trimestre de 2006 su máximo histórico desde el comienzo de la serie.

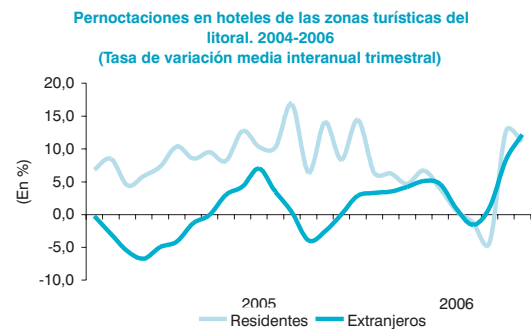


Tal y cómo se deriva de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, en los meses de abril, mayo y junio de 2006 es mayoritario el porcentaje de profesionales que han percibido un leve incremento de sus ventas en un segundo trimestre del año favorecido por la celebración de la Semana Santa muy entrada la primavera, en el mes de abril, que ha favorecido el disfrute por parte de los turistas españoles de estos días vacacionales en destinos cercanos a la costa.

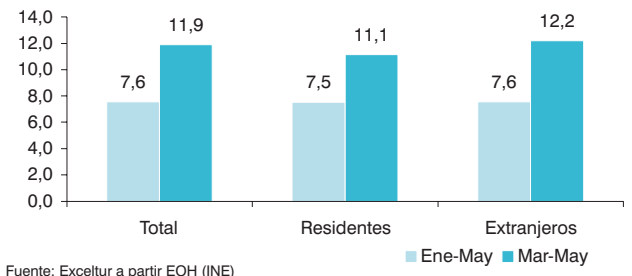
Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento de costa. IIT 2006



En este sentido, según datos de la EOH del INE, la demanda de alojamiento en los destinos turísticos del litoral mediterráneo e islas, experimentó en los meses de abril y mayo de 2006 un notable repunte. Ha sido tanto el comportamiento de la demanda externa cómo del turista nacional el que ha marcado este avance en términos de ventas en las zonas turísticas costeras del litoral mediterráneo y las islas. Así, en el acumulado hasta el mes de mayo, las pernoctaciones totales en los hoteles del litoral ascendían a 73,8 millones, un 7,6% más que las registradas en el mismo período en 2005, dato que viene explicado por la intensa recuperación experimentada a partir del mes de marzo tras un dubitativo inicio de año marcado por unas desfavorables condiciones climatológicas.



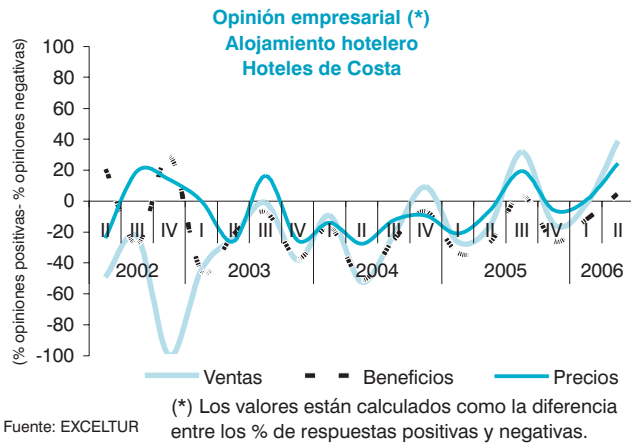
Pernoctaciones de en las zonas turísticas del litoral mediterráneo e islas Var% 2006-2005



La contención de las tarifas hoteleras en el segundo trimestre de 2006 y el avance en los niveles de ventas ha supuesto un tímido incremento de los márgenes empresariales en los alojamientos de costa

En términos generales, y en un marco de significativa recuperación de la demanda, la mayoría de los hoteles vacacionales españoles han mantenido constantes ó han subido levemente las tarifas hoteleras lo que se ha trasladado en sólo una tímida recuperación de los márgenes empresariales en el segundo trimestre de 2006.

En concreto, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 45,6% y el 38,4% de los establecimientos hoteleros de costa mantuvieron y aumentaron respectivamente los precios en los meses de abril, mayo y junio de 2006 respecto al mismo período de tiempo de 2005.



1.2. Otras tipologías de alojamiento reglado

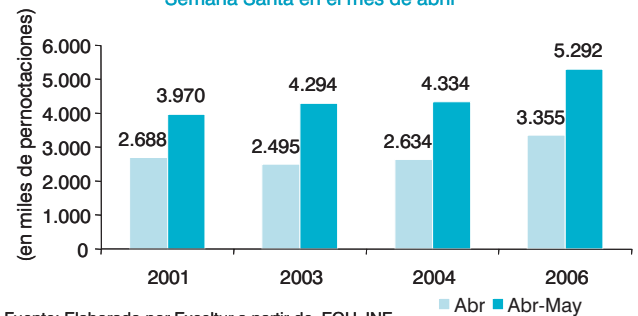
Manifiesta recuperación de la actividad en los apartamentos turísticos en el segundo trimestre de 2006, mientras que el turismo rural se mantiene en una senda de crecimiento de gran empuje

A tenor de la información del INE, el comportamiento de la demanda en los cinco primeros meses de 2006 en los alojamientos reglados no hoteleros (campings, apartamentos y turismo rural) registró en todas sus tipologías variaciones interanuales positivas respecto al mismo período de tiempo del año anterior. Tras un dubitativo comienzo de ejercicio, el mes de abril se configuró como clave para la recuperación de los niveles de demanda en todas las tipologías, especialmente de la demanda española, registrando niveles de pernoctaciones muy superiores a otros años donde la Semana Santa se celebró en el mismo mes.

En este marco de generalizada contención de precios, el consenso generalizado en cuanto al positivo devenir de los niveles de facturación en el segundo trimestre de 2006 no se ha trasladado con la misma intensidad a recuperación de márgenes empresariales. Hecho indicativo de la persistencia en el uso generalizado de política de promociones y descuentos como herramienta para la atracción de clientes en un contexto protagonizado por las amenazas que afectan en algún caso al entorno del litoral, bien por su madurez, bien por crecimientos desmesurados de la oferta de todo tipo de alojamientos y los consecuentes niveles de saturación e indiferenciación percibidos por los turistas, que terminan por afectar la capacidad de atracción y retención de aquellos turistas con la mayor capacidad de gasto.

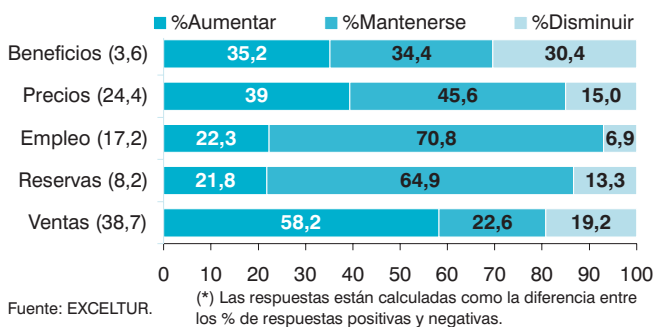
Así, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur relativa al segundo trimestre de 2006, el porcentaje de empresarios que han percibido mejoras, mantenimiento ó caída interanuales en los beneficios en este período de tiempo es muy similar, diluyéndose en gran medida el positivo efecto esperado en los balances de los alojamientos hoteleros vacacionales del constatado incremento de las ventas.

Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos, apartamentos y turismo rural en años con celebración de Semana Santa en el mes de abril

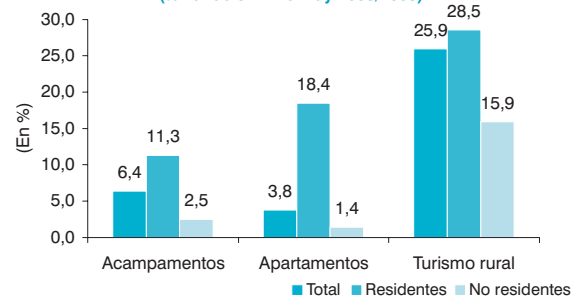


Así, para el conjunto de los cinco primeros meses de 2006 se observa un crecimiento interanual en las tres tipologías de alojamiento. Este registro fue muy intenso en el caso de alojamientos de turismo rural, que se benefició de manera significativa de la celebración de la Pascua en el mes de abril, alcanzando crecimientos interanuales muy notables tanto en términos porcentuales como de volúmenes, que se concretan en 2,2 millones de pernoctaciones en los cinco primeros meses de 2006, un 25,9% más ó casi medio millón más de pernoctaciones que en el mismo período en el año anterior.

Hoteles de Costa Opiniones empresariales II Tr 2006



Demanda en alojamientos de turismo reglado no hoteleros (% Variación. Ene-May 2006/2005)



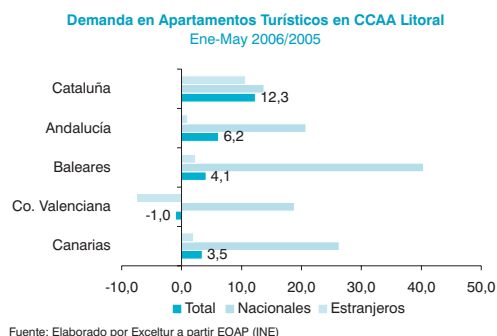


Dentro de los destinos turísticos dónde se localiza un elevado porcentaje de la oferta de apartamentos turísticos en España, resalta el punto de inflexión en la senda de caída en los niveles de demanda extranjera en Baleares y Canarias, caída que venía produciéndose de manera prácticamente ininterrumpida desde hace ya varios años. A pesar del freno observado en esta tendencia a la baja, explicada en un elevado porcentaje a la redistribución de flujos turísticos desde otros destinos competidores, siguen subyaciendo, especialmente en el caso de los destinos canarios, problemas estructurales asociados a la obsolescencia de la planta alojativa y los espacios turísticos que la alberga.

2. Grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores

Agencias de viajes tradicionales

Positivo balance del comienzo de 2006 en el sector de distribución en un escenario dónde se mantiene una elevada propensión a viajar por parte de los españoles

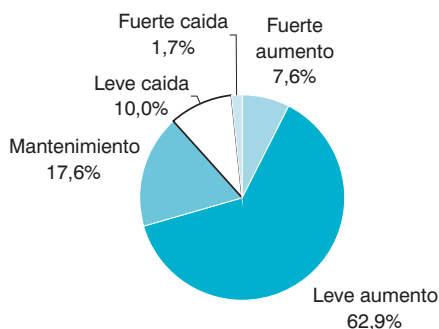


El volumen de actividad en el segundo trimestre de 2006 en los grandes grupos de agencias de viajes y tour operadores se mantiene en una senda de elevado dinamismo en un escenario de crecimiento del número de viajes realizado por los españoles. Este primer semestre de año está muy en línea, cómo veremos más tarde en detalle, con las expectativas empresariales para el conjunto de 2006 que recogía la Encuesta de Clima Turístico a cierre de 2005.

Efectivamente, el conjunto de indicadores de demanda relativos al mercado español en los cinco primeros meses de 2006 ha experimentado ritmos de crecimientos más elevados que los observados en el último trimestre de 2005. En concreto, y tal cómo se apuntaba en el apartado de actividad turística, tanto la reserva de billetes aéreos, medida a través de la producción bruta de billetes aéreos (BSP), los pagos realizados por los españoles en sus viajes al exterior, cómo las pernoctaciones en establecimientos reglados de los españoles han experimentaron en el período enero-mayo un repunte en sus tasas de variación, sorteando los indicios de ralentización observados en los últimos meses de 2005, sí bien manifestando a cierre de trimestre nuevos síntomas de desaceleración.

Según el 62,9% de las grandes agencias de viajes y touroperadores españoles las ventas en los meses de abril, mayo y junio crecieron levemente respecto a los niveles observados en el mismo período de tiempo de 2005 y el 7,6% manifestó haber experimentado fuertes incrementos. Muy en línea con las previsiones que los mismos manejaban en el mes de enero de 2006, que anticipaban un incremento de las ventas entre el 0 y el 10% en el 70,2% de los casos, estimando un 15,5% de los profesionales del sector que ese incremento superaría tasas del 10%.

Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento urbano. IIT 2006



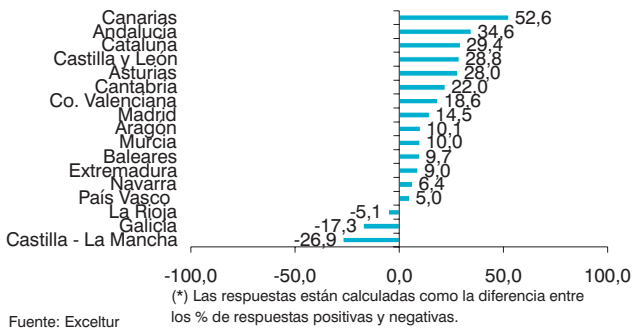
Fuente: EXCELTUR.



Se produce un elevado consenso en cuanto al incremento de la venta de viajes a destinos canarios y destinos del litoral mediterráneo, dentro de España, junto las cortas escapadas dentro de Europa y viajes de larga distancia a destinos exóticos en el segundo trimestre de 2006

Han sido las ventas a destinos extranjeros y a Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña, dentro de los destinos turísticos nacionales vacacionales, y a Madrid, más vinculado al turismo urbano y cultural, los principales dinamizadores de las ventas totales del trimestre en los grandes grupos de agencias de viajes y tour operadores españoles. A su vez, los esfuerzos promocionales realizados por parte de las Administraciones Públicas de estas comunidades en clave de promoción de cara al mercado doméstico que se han plasmado en campañas publicitarias en diferentes medios, actos promocionales por todo el territorio español y aperturas de oficinas de información turística en otros puntos del país, han contribuido en parte al incremento de la demanda nacional en estos destinos.

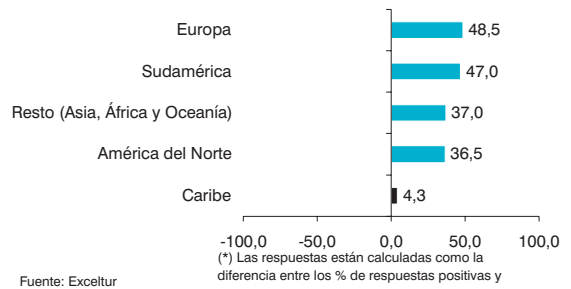
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales II Trimestre 2006



Cabe hacerse notar de nuevo la creciente propensión del consumidor español a contratar servicios turísticos fuera de España, indicativo de la asimilación de las pautas de comportamiento de viajes de los españoles a la de otros países más desarrollados en un contexto de convergencia de niveles medios de renta. Así lo confirma la evolución de los pagos exteriores de los españoles, que han vuelto a registrar un incremento interanual del 15,5% en el acumulado anual hasta el mes de abril de 2006 según el Banco de España, y el consenso generalizado del incremento de las ventas a destinos del exterior según la opinión de los profesionales de los grandes grupos de agencias de viajes en España.

En este ámbito, ha sido la contratación de viajes a otros destinos dentro de Europa probablemente muy vinculado a "short breaks" el producto que mayor variación interanual ha experimentado. Sin perjuicio de lo anterior, se siguen percibiendo variaciones positivas en la venta de viajes de larga distancia sobre todo los vinculados a destinos exóticos. Destaca por otro lado el estancamiento de la venta de viajes al Caribe, que sigue sufriendo los efectos de los huracanes que castigaron la zona en el verano de 2005.

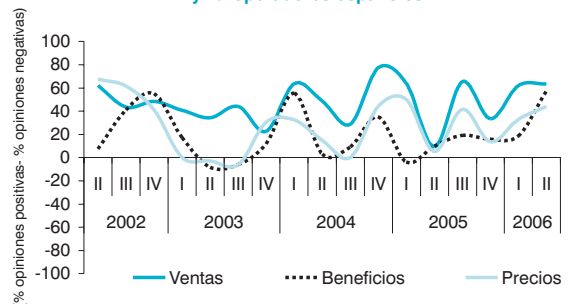
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales II Trimestre 2006



El incremento de la demanda en un marco de leve subida de los precios ha propiciado una sensible mejora de las rentabilidades empresariales en el sector

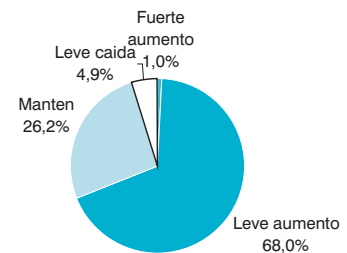
Esta mejora de los niveles de ventas se ha dado en un contexto dónde la mayoría de los profesionales del sector han manifestado haber aumentado levemente los precios, lo que ha reportado a los grandes grupos de agencias de viajes y tour operadores una sensible mejora en clave de rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2006.

Opinión empresarial AA.VV. y Touroperadores españoles



Efectivamente, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial correspondiente al segundo trimestre de 2006 el 68,0% de los encuestados manifiestan haber elevado levemente sus precios. Así lo confirma igualmente el Índice de Precios de Viajes

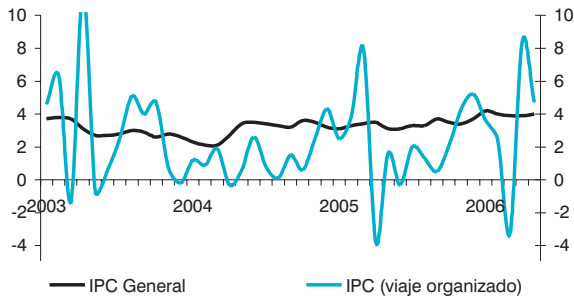
Opinión empresarial sobre los precios. AA.VV. y Touroperadores españoles. IIT 2006





Organizados del INE que experimentó una variación media interanual del 3,2% en los tres últimos meses hasta mayo, período que incluye una caída del 3,3% en el mes de marzo debido a que en 2005 sufrieron un repunte por la celebración de la semana santa en ese mes un incremento del 8,4% por el efecto contrario en el mes de abril y una subida interanual del 4,7% en mayo.

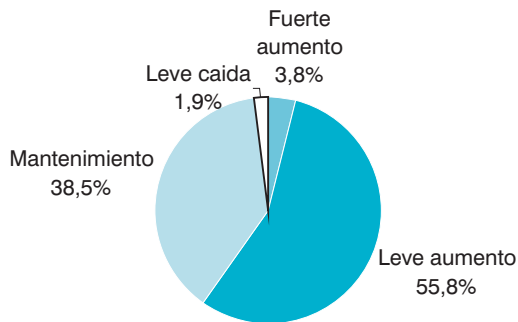
Índices de Precios calculados por el INE (Tasa de variación interanual)



Fuente:Elaborado por Exceltur a partir de IPC e IPH, INE

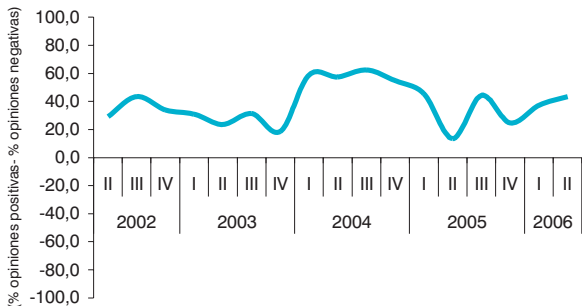
El consenso de los empresarios en cuanto a la mejora de las rentabilidades empresariales ha sido elevado. En concreto, el 59,6% de los encuestados manifestaron haber experimentado incrementos en los beneficios del segundo en el segundo semestre de 2006 respecto al mismo período del año 2005, cuantificando la mayoría como leve este incremento.

Opinión empresarial sobre los beneficios. AA.VV. y Touroperadores españoles. IIT 2006



Fuente: EXCELTUR.

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



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En este marco los niveles de confianza empresarial en este segundo trimestre del año 2006 refuerzan la senda de al alza iniciada a comienzos del año turístico, situándose sustancialmente por encima de los observados en el cierre del año anterior.

Agencias de viajes on-line

La comercialización de productos turísticos on-line sigue registrando intensos incrementos interanuales, reportando a las empresas que los comercializan continuas mejoras en sus cuentas de resultados y un largo recorrido de negocio

El primer semestre de 2006 ha sido testigo de la continuidad en el crecimiento exponencial de la contratación on-line de productos turísticos por parte de los españoles. El continuo incremento del número de hogares españoles con acceso a Internet, la mayor orientación del turista español a la búsqueda de información y consulta de productos on-line y el constante crecimiento de la contratación de los mismos, avalan el constatado éxito de las agencias de viaje on-line en nuestro país.

Según la Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares del INE relativa al segundo semestre de 2005, última disponible, son ya 5,3 millones los hogares españoles que disponen de acceso a Internet. Estas cifras supone que el número de personas con acceso a Internet han crecido en prácticamente tres millones y medio en tan solo dos años y lo que es más relevante, el número de personas que compra por Internet según las dos oleadas de la encuesta en 2005 ascendía a 4,5 millones de persona, el doble que hace dos años. El 59,1% de estas personas adquirieron viajes y alojamiento de vacaciones, siendo los productos relacionados con el turismo y el ocio, los más contratados a través de la web.

Productos comprados a través de Internet en los último doce meses. Año 2005.

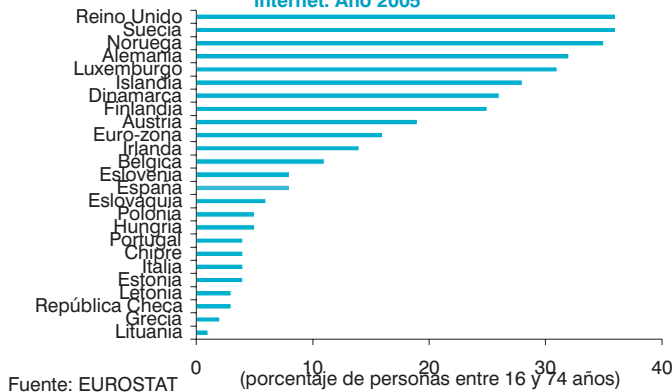


Fuente: Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares (INE)

Sí bien el avance en el uso de Internet es significativo, España se sitúa por debajo de la media Europea. En este sentido, las agencias de viajes on-line disponen de un elevado potencial de recorrido de negocio en nuestros país. De hecho, el porcentaje medio de personas que compraron en Internet en la Euro Zona fue del 16%, de alcanzar la media europea el número de personas que compran en Internet en nuestro país se duplicaría (hasta nueve millones de personas), incrementándose de igual manera la demanda de compra de servicios turísticos en la red.



Personas que han adquirido bienes y servicios por internet. Año 2005



En este marco, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, las principales agencias de viajes on-line siguen registrando incrementos porcentuales superiores al 50% en su volumen de facturación que siguen produciendo incrementos notable de los beneficios de estas empresas. El principal producto estrella siguen siendo la venta de billetes aéreos, aunque la contratación de noches de alojamiento y la compra de paquetes vacacionales dinámicos registran elevados grados de avance.

Así lo constata igualmente el II Informe de hábitos de consumo de viajes de Lastminute.com, que añade que gran parte del cliente actual que utiliza Internet para la contratación de servicios turísticos lo realizaba antes en agencias de viajes tradicionales, cuantificando en un 20% la pérdida de clientes de las mismas por la explosión de las ventas de viajes on-line.

Además del cambio en el canal de contratación de los servicios turísticos, el informe elaborado por Lastminute.com revela cambios en los hábitos de los turistas facilitados por este medio más dinámico de compra. En concreto, destacan un mayor número de escapadas a lo largo del año de menor estancia y fuera de temporada, una mayor propensión a realizar viajes los fines de semana, una mayor intensidad de uso del avión como medio de transporte y un número de viajes superior a destinos en el extranjero.

3. Transporte

El segundo trimestre del año 2006 se ha caracterizado por un moderado crecimiento de la demanda de servicios de transporte en un marco de elevada competencia que sigue presionando las tarifas a la baja y un escenario de costes al alza debido a la escalada hasta valores máximos del precio del crudo

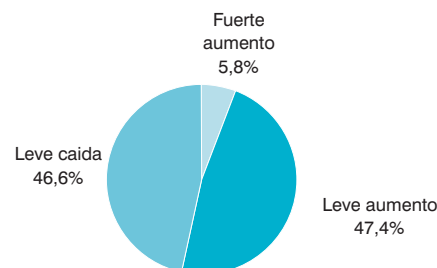
El devenir de la actividad de las empresas de transporte en este segundo trimestre de 2006 se ha desarrollado en un complicado escenario protagonizado por el encarecimiento de los costes de suministros asociados a la escalada hasta valores máximos del precio del crudo, que alcanzó el 13 de julio los 76\$ del barril Brent, superando el máximo de abril. Escenario dónde adicionalmente sigue predominando un elevado nivel de competencia protagonizado por la consolidación de las compañías aéreas de bajo coste y la irrupción con fuerza del mismo concepto de negocio en el sector de "rent a car", que obliga a reinventar diariamente los procesos y modelos de negocio para poder ofrecer precios competitivos al cliente y llevar a cabo estrategias para la reducción de costes.

En este sentido, el leve incremento de las ventas² en el sector de la mano de una dinámica demanda, junto al leve incremento experimentado en los precios y los procesos de control de costes, ha permitido, que, este trimestre sí, la mejora percibida en ventas se haya trasladado tímidamente en cierta recuperación de la rentabilidad empresarial.

Tímida recuperación de la rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2006

Efectivamente, según se deriva de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur las ventas en las principales empresas españolas de transporte han crecido en el 53,2% de las mismas, siendo generalizada la percepción de un leve aumento de los niveles de facturación respecto al segundo trimestre de 2005.

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

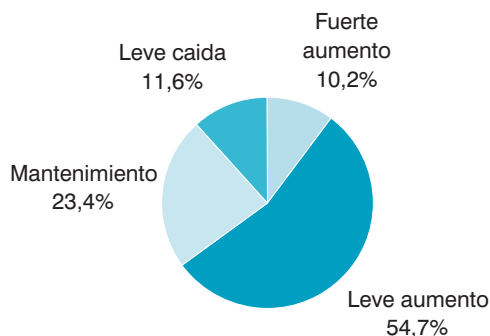


Fuente: EXCELTUR.

²En este punto cabe hacerse notar, que si bien las ventas de la mayoría de las compañías aéreas, con un elevado grado de representatividad en el conjunto del sector transporte, han crecido en su conjunto, la variación ha sido más relevante en los billetes hacia el exterior, siendo significativamente más modestas las ventas en vuelos domésticos, que son las que se están considerando para este análisis.



Opinión empresarial sobre los beneficios. Empresas españolas de transporte. IIT 2006

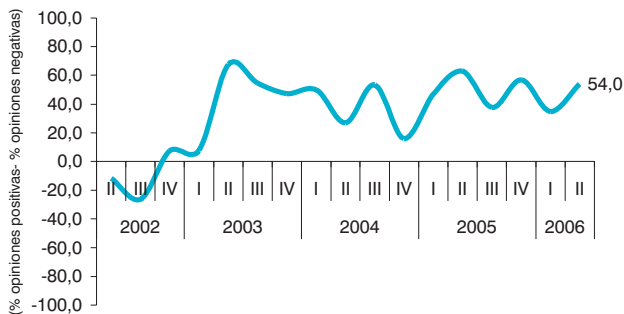


Fuente: EXCELTUR.

Así, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, este ligero incremento de las ventas se ha podido trasladar a un leve aumento de la rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2006 en el 54,7% de las empresas españolas de transporte y en un incremento en el 10,2% de los mismos.

Según la evolución del Índice de Confianza Turístico Empresarial de las empresas españolas de transporte se observa un avance en los niveles de confianza entre los profesionales del sector, debido a unas expectativas positivas en clave de ventas.

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) Empresas españolas de transporte



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Transporte aéreo

El incremento de los costes vinculados al precio del barril de crudo y el constante incremento de la competitividad sigue marcando la dinámica de la actividad de las empresas de transporte aéreo en el Ecuador de 2006

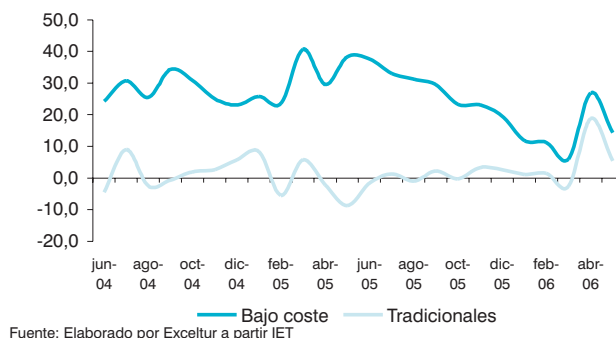
La nueva escalada del crudo, que sigue registrando día tras días máximos históricos por encima de 76 dólares por barril a fecha de cierre de este informe (68,89 el máximo alcanzado en la serie histórica a finales del mes de agosto de 2005), sigue estrangulando de manera persistente la cuenta de resultados de las empresas de transporte aéreo de España.

En este sentido, en el mes de junio, IATA (Asociación de Aerolíneas Internacionales) ha revisado a la baja las previsiones de cierre de ejercicio anticipando un nuevo año de pérdidas para el conjunto del sector debido al continuo ascenso del carburante. En concreto, las pérdidas estimadas ascienden a 3.000 millones de dólares (2.310 millones de euros) en 2006, sí bien, y tal y como apuntábamos anteriormente, estas pérdidas han podido ser compensadas parcialmente por los avances experimentados en clave de productividad y control del gasto.

En este sentido, las mejoras experimentadas en la reducción de otros costes operativos, junto al incremento percibido en el volumen de ventas, se han traducido en cierta mejora del beneficio de las compañías aéreas españolas en el segundo trimestre de 2006, según constatan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.

Este tímido avance en clave de rentabilidad se siguen dando en un contexto de sobreoferta, donde la penetración de las aerolíneas de bajo coste con el anuncio de apertura de nuevas conexiones e incluso la posibilidad de operar en el mercado doméstico, sigue siendo un elemento que condiciona el escenario competitivo al que se enfrentan las compañías aéreas tradicionales. Sin perjuicio de lo anterior, en estos cinco primeros meses de 2006 destaca la desaceleración de la senda de crecimiento de la entrada de pasajeros internacionales en compañías de bajo coste. Así, según los datos del Instituto de Estudios Turísticos el crecimiento interanual en enero y mayo de 2006 fue de un 14,5%, registro significativamente por debajo del incremento del 30,2% experimentado en el conjunto del año 2005, estrechándose el diferencial de crecimiento entre las mismas y las tradicionales.

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



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IET



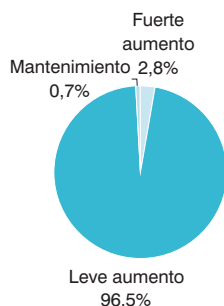
En este contexto, las compañías aéreas tradicionales han recurrido un trimestre más a campañas de promociones y descuentos que han elevado el número de pasajeros totales transportados de manera notable, dando muestras de una demanda que sigue mostrando una elevada propensión a viajar, de manera incluso espontánea, ante rebajas y descuentos atractivos en los precios.

Alquiler de vehículos

En un mercado elevadamente competitivo, el incremento generalizado de las ventas en las empresas de alquiler de vehículos se ha trasladado sólo parcialmente en una mejora de las rentabilidades empresariales en el segundo trimestre de 2006

El incremento de la llegada de un perfil de cliente que se organiza su viaje de manera independiente y con mayor propensión a contratar el servicio de alquiler de transporte en destino sigue dinamizando la demanda de alquiler de automóviles en España. Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la mayoría de los empresarios del subsector (96,5%) han percibido un incremento positivo en el número de vehículos alquilados en los tres primeros meses de 2006.

Opinión empresarial sobre las ventas
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2006



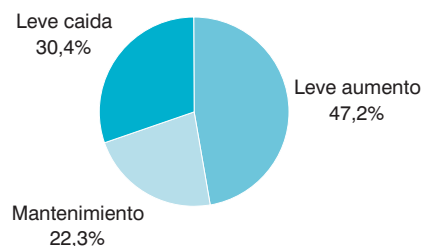
Fuente: EXCELTUR.

En un mercado elevadamente competitivo, dónde también ha irrumpido con fuerza el concepto del bajo coste, las empresas tradicionales se enfrentan a la reinversión diaria para poder seguir siendo competitivas. El aprovechamiento de nuevos nichos de mercados, la fidelización y atención especial al cliente y la externalización y reducción de coste cómo los de la comercialización, dónde las nuevas tecnologías ofrecen elevadas oportunidades en cuanto al uso de canales directos, se configuran cómo esenciales para la adaptación de estas compañías a las nuevas exigencias del mercado.

Sorprende que un escenario de elevado consenso en cuanto al incremento del volumen de ventas, el estancamiento en las tarifas ó incluso leve caída se mantiene en un elevado porcentaje de las empresas españolas de alquiler de coches, lo que está drenando considerablemente los márgenes empresariales. En concreto, tal y cómo avanzaban la mayoría de los empresarios del subsector en el

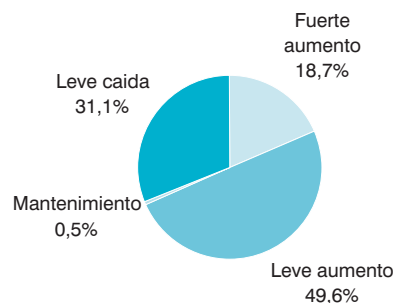
ecuador del año turístico 2006, todavía en un 31,1% de estas empresas las mejoras en los niveles de facturación siguen sin traducirse en ganancias.

Opinión empresarial sobre los precios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2006



Fuente: EXCELTUR.

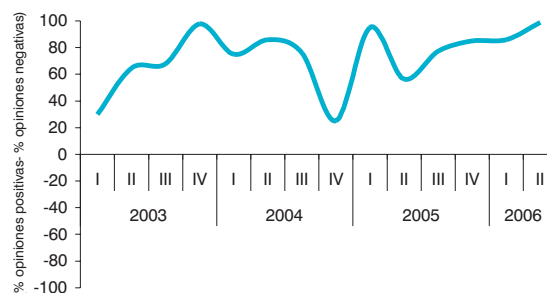
Opinión empresarial sobre los beneficios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIT 2006



Fuente: EXCELTUR.

Adicionalmente los niveles esperados de ventas y reservas de cara a los meses de julio, agosto y septiembre son muy positivos. De ahí que los niveles de confianza entre los empresarios del sector de alquiler de coches en el segundo trimestre de 2006 hayan vuelto a ser muy positivo. Así, el Índice de Confianza Turístico Empresarial elaborado trimestralmente por Exceltur se situaba en el ecuador de 2006 en valores muy similares a los máximos registrados en la serie histórica.

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Alquiler de coches



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

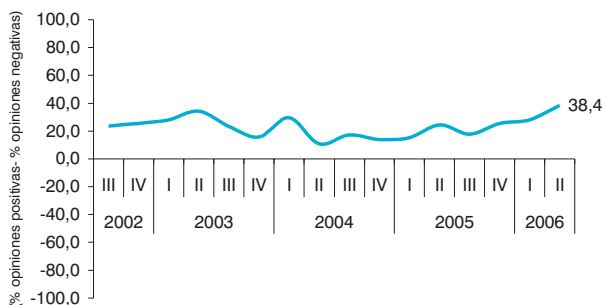


4. Ocio

La demanda creciente de productos turísticos relacionados con el disfrute del ocio mantiene los niveles de confianza en valores positivos entre los empresarios del sector

Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR para el segundo trimestre de 2006, el devenir de la actividad relacionada con el disfrute del ocio se ha mantenido en una senda muy positiva en este comienzo de año. Tanto el segmento de turismo cultural, como el de medianos parques temáticos y campos de golf experimentaron en el primer trimestre de 2006 incrementos en sus ventas y en sus márgenes. Así, el ICTUR para las empresas de actividades de ocio se ha mantenido en niveles muy positivos y similares a los registrados desde el año 2002.

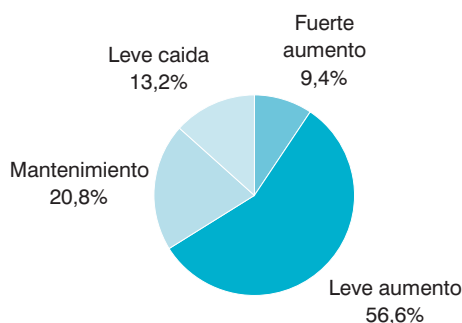
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) Actividades de ocio



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

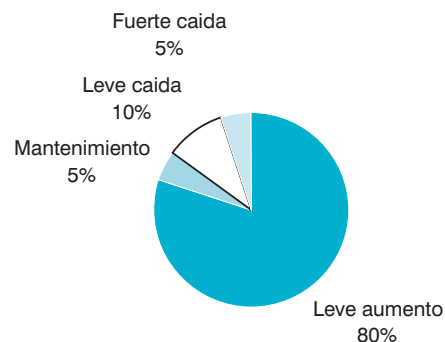
La demanda creciente de este tipo de producto por parte de una nueva tipología de consumidores con mayor preferencia a complementar su estancia en el destino con este tipo de actividades avalan, por un lado, el crecimiento firme y sostenido en el tiempo de la actividad en este segmento y, por otro, confirma la necesidad de seguir avanzando en la creación de nuevas líneas de producto y estrategias de promoción y marketing orientadas y segmentadas, que faciliten y estimulen la diferenciación y desestacionalización de los destinos turísticos.

Opinión empresarial sobre las ventas. Actividades de ocio. IIT 2006



Fuente: EXCELTUR.

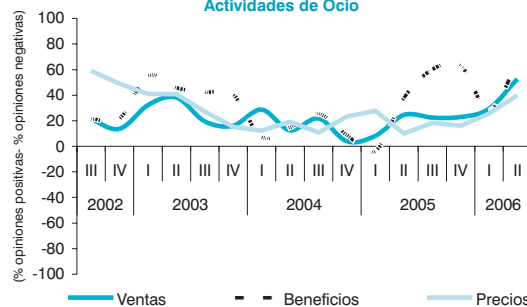
Opinión empresarial sobre los beneficios. Actividades de ocio. IIT 2006



Fuente: EXCELTUR.

En este marco, las ventas entre las empresas del subsector crecieron de nuevo en los meses de abril, mayo y junio de 2006 respecto al mismo intervalo de tiempo del año anterior. En concreto, el 62,7% de los profesionales del sector confirmaron haber experimentado crecimientos en las ventas durante los tres primeros meses de 2006 respecto al mismo período de tiempo en 2005, cuantificando un 9,4% de los mismos este incremento como fuerte.

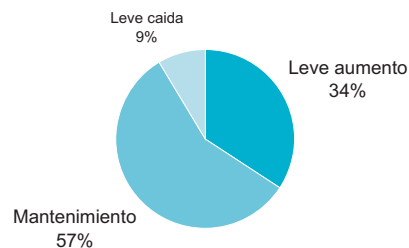
Opinión empresarial Actividades de Ocio



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En un marco de leve incremento de los precios, este destacado avance en ventas ha propiciado una ganancia empresarial en el 44,0% de las empresas relacionadas con actividades de ocio que forman parte del panel de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial del Exceltur, cuantificando la mayoría de los encuestados este incremento cómo leve.

Opinión empresarial sobre los precios. Actividades de ocio. IIT 2006

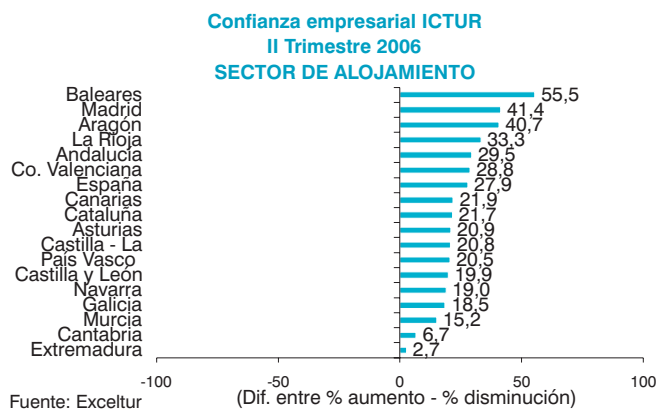


Fuente: EXCELTUR.

6 Destinos nacionales

El devenir de la actividad turística en el segundo trimestre de 2006 en los destinos turísticos del litoral e islas mejora ostensiblemente, mientras que la España verde e interior, y el turismo urbano siguen mostrando un excelente comportamiento

El devenir del segundo trimestre de 2006 ha sido en la mayoría de los destinos turísticos nacionales positivo, aunque ciertamente dispares a la hora de cuantificar la mejora percibida. Efectivamente, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, el clima de confianza entre los empresarios turísticos es positivo en todos los destinos, destacando entre las comunidades con mejor valoración empresarial del segundo trimestre y muy favorables expectativas de cara a los meses de julio, agosto y septiembre, destinos vacacionales, que experimentaron un débil inicio de año turístico, cómo es el caso de Baleares, la Comunidad Valenciana y Canarias, lo que confirma las expectativas vertidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur relativa al primer trimestre de 2006 y la senda de mejora detectada a finales de ese período de tiempo.



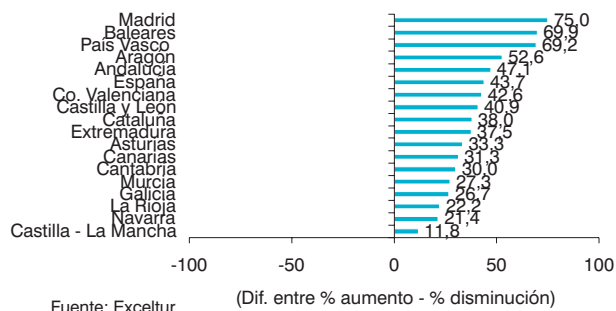
Por otro lado, los destinos de interior, de la España verde, el turismo rural, cultural siguen presentando resultados positivos y, dentro del turismo urbano, destaca de nuevo Madrid, por el favorable clima entre los empresarios del sector que queda sintetizado en el Indicador de Clima Turístico Empresarial (ICTUR)¹, que se ha concretado, un trimestre más, en un incremento de las ventas y, lo que es más relevantes, de la rentabilidad empresarial.

¹El ICTUR resume, las opiniones acerca del trimestre de referencia y las expectativas para el siguiente. Puede ser comparado con los indicadores de confianza producidos tanto a nivel de consumidor como de otros sectores económicos que son elaborados por otros organismos nacionales e internacionales.

Efectivamente, según las respuestas a la Encuesta de Clima Turístico, destacan ciudades cómo Madrid, con un consenso elevado acerca del crecimiento de sus ventas en este período de tiempo, así cómo los destinos insulares, que en el caso de Baleares registra un elevado consenso en cuánto al incremento de las ventas y en el caso de Canarias, se sitúa en valores muy positivos experimentando una notable recuperación respecto a trimestres precedentes. En la misma línea, la Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía, destinos dónde el turismo vinculado al disfrute del clima y de la costa tiene un elevado peso, han visto incrementos generalizados en sus niveles de facturación.

En los destinos del interior, resalta el modesto devenir de las ventas en comunidades cómo Castilla-La Mancha cuando se compara respecto al año 2005 en que celebró el V Centenario del Quijote, y que supuso un notable impulso para la actividad turística y en el que se observaron elevados niveles de facturación y beneficios empresariales. Para el conjunto de los destinos de la España Verde, la valoración en clave de ventas ha sido, con un elevado consenso, muy positiva.

Opinión empresarial sobre las ventas
II Trimestre 2006
SECTOR DE ALOJAMIENTO



La materialización de los resultados de demanda en beneficios tiene implicaciones dispares, condicionadas por la diferente especialización, estructura de demanda y situación de los destinos, productos y las diversas estrategias niveles de precios aplicados por sus empresarios.

En este segundo trimestre de 2006, y de acuerdo a los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el avance en la ocupación experimentada en la mayoría de los destinos de la mano de la fortaleza de la demanda, se ha producido en un contexto de contención o leve incremento de los precios.

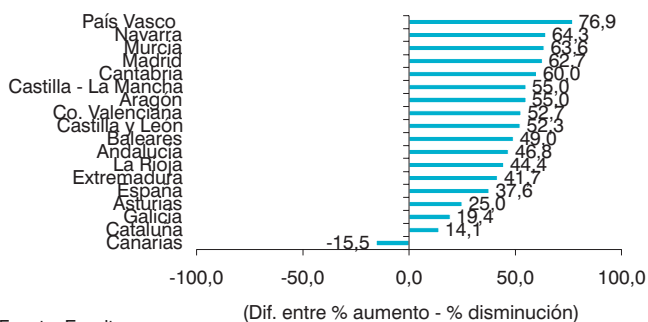
En el caso de las decisiones empresariales en términos de precios, siguen todavía muy condicionadas por la imagen global del entorno y los distintos posicionamientos competitivos del destino en el que están ubicados los diversos establecimientos, y de ahí que, muy



ligados a su grado de madurez, las diversas políticas municipales y de su urbanismo y ordenación territorial, así como la mayor o menor eficiencia del sector público en la propia gestión de la oferta y demanda turística del destino, los niveles de precios a repercutir al cliente no se encuentran siempre en consonancia con mejoras constatadas en la ocupación de la mano de un comportamiento muy favorable de la demanda.

Este es el caso de Canarias, dónde a pesar de haberse registrado un consenso generalizado en cuánto al avance en términos de ventas, un elevado porcentaje de los gestores de establecimientos hoteleros en las islas han percibido leves caídas de precios, que han repercutido a la baja en la esperada recuperación de la rentabilidad empresarial.

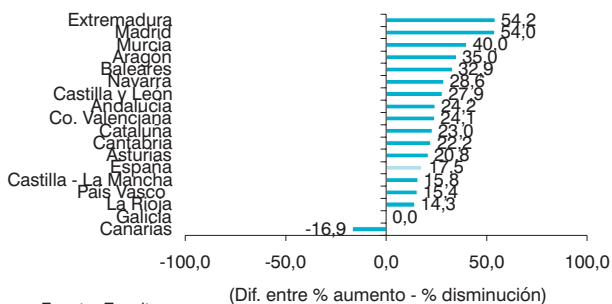
Opinión empresarial sobre los precios II Trimestre 2006 SECTOR DE ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur

En cualquier caso, el balance en términos de rentabilidades empresariales ha sido favorable en prácticamente el resto de destinos turísticos españoles. Destacan entre las comunidades con un mayor consenso en cuanto a la recuperación de márgenes empresariales la Comunidad de Madrid, dentro de los destinos urbanos, Baleares y Murcia, entre los destinos con una oferta más vinculada al turismo climático y Extremadura y Navarra, entre los destinos de la España verde y de interior.

Opinión empresarial sobre beneficios II Trimestre 2006 SECTOR DE ALOJAMIENTO



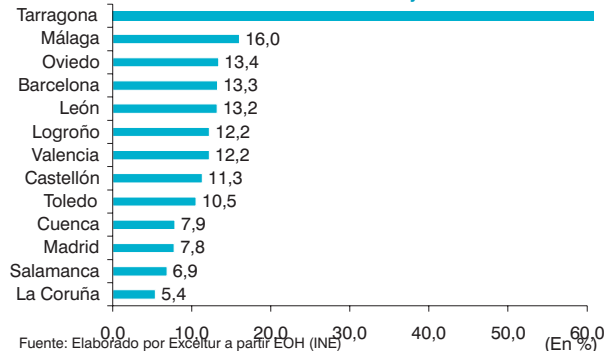
Fuente: Exceltur

1. Turismo Urbano

Cómo se ponía de manifiesto en el apartado de análisis sectorial, el clima empresarial entre los gestores de establecimientos ubicados en las ciudades españolas era en el segundo trimestre de 2006 muy positivo. Estas valoraciones empresariales quedan corroboradas por los datos del INE para las ciudades turísticas españolas que, en el segundo trimestre del año, y tomando cómo base para la comparación el período marzo-mayo para evitar distorsiones en la comparación interanual debido al efecto calendario (celebración de la Semana Santa en marzo en 2005 y en abril en 2006), registraron incrementos interanuales en media del 7,7% en los niveles de pernoctaciones.

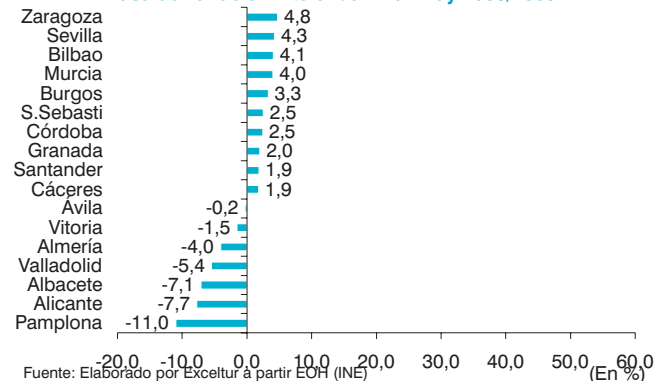
Destaca el comportamiento de la ciudad de Bilbao que se recupera en los últimos meses tras un inicio del año poco favorable, la aceleración en los ritmos de crecimiento de la ciudad de Madrid y, una vez más, por su dinamismo debido al intenso incremento de la demanda extranjera, muy vinculado a las mejoras en accesibilidad que proporcionan el constante incremento de nuevas conexiones con ciudades europeas, Barcelona y Valencia, que vuelven a registrar tasas de crecimiento superiores al 12%.

Pernoctaciones en hoteles urbanos Tasa de variación interanual. Mar-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE) (En %)

Pernoctaciones en hoteles urbanos Tasa de variación interanual. Mar-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE) (En %)

Así, en el acumulado anual el incremento de pernoctaciones en el conjunto de las principales capitales de provincia se incrementaba un 7,4%, lo que supone 1,4 millones de pernoctaciones más en tan solo cinco meses. El 75% de este incremento viene explicado por las

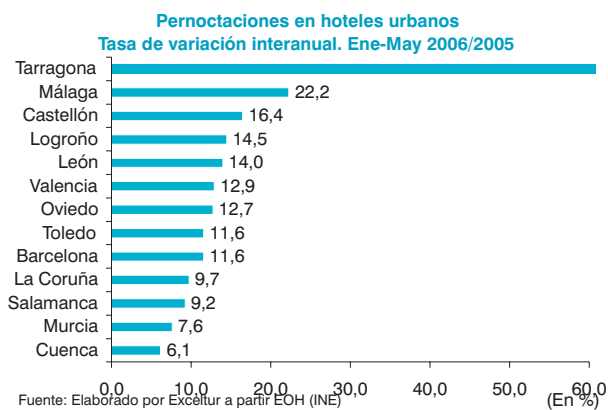


variaciones positivas registradas en las ciudades de Barcelona, Madrid, Madrid, Málaga y Sevilla. En todos los casos, este comportamiento de la demanda ha permitido que la nueva apertura de plazas hoteleras haya sido absorbida por la demanda experimentando mejora en los niveles de ocupación, y en algunos casos, cómo Valencia y Málaga, dónde el crecimiento de la oferta ha sido notable (13,3% y 6,2% más de plazas que en el período enero mayo de 2005 respectivamente), los niveles de ocupación por plaza han sido mucho mejores que los registrados en el mismo período de 2005, experimentando incrementos de 19,5 pp en el caso de Málaga y de 6,4 pp en Valencia.

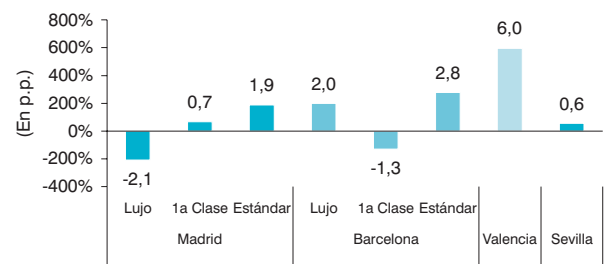
Por otro lado, se observa que ciudades de tamaño medio y de interior cuya oferta está más estrechamente vinculada a reclamos monumentales y culturales, cómo todas las castellano leonesas y castellano manchegas, han experimentado un positivo devenir turístico tanto en el segundo trimestre de 2006 como en el acumulado hasta mayo. Información que por otro lado está en línea con el excelente clima empresarial percibido por los profesionales a cargo de monumentos y museos, muchos de ellos ubicados en estos destinos urbanos de tamaño medio.

extranjeros en los cinco primeros meses de 2005 en las principales ciudades turísticas españolas, que en media crecieron un 13,0%, lo que supone un millón más de noches que en el mismo período de 2006. El 80% de esta variación viene explicado por los incrementos registrados en las cuatro principales ciudades receptoras de turistas extranjeros: Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia.

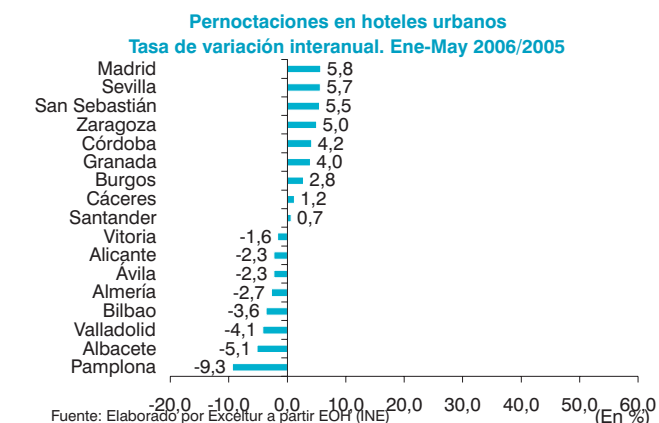
Tal y cómo pone de manifiesto la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y corrobora la información elaborada por MHI Turismo para cuatro de las principales ciudades turísticas españolas, esta fortaleza de la demanda ha posibilitado la recuperación de los grados de ocupación en los hoteles urbanos y un cambio en la dinámica de política de precios de los hoteles urbanos, lo que se ha concretado en una recuperación de la rentabilidad en estos establecimientos.



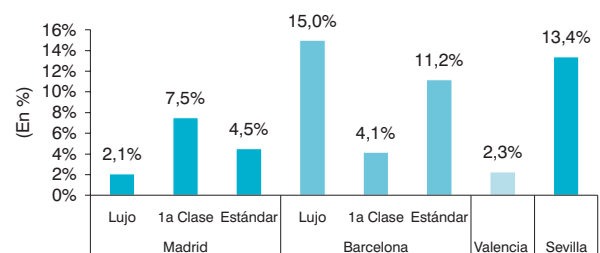
Ocupación en hoteles urbanos
Variación interanual. Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo



Precios en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

Parte de este favorable devenir de la actividad turística en las ciudades españolas reside, por un lado, en el firme convencimiento de las autoridades públicas de estas ciudades de apostar por el turismo cómo sector para dinamizar la economía municipal y, por otro, a una mayor accesibilidad y oferta de medios de transporte, que conectan directamente a estas ciudades con otros aeropuertos en toda Europa, facilitando la visita del turista extranjero.

En este sentido, cabe hacerse notar una mayor presencia de turistas



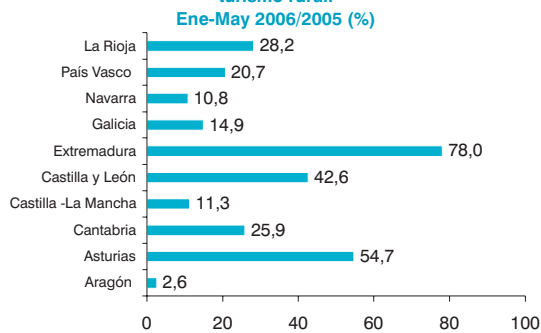
2. Turismo Rural y de Naturaleza

Dentro de su largo trayecto de recorrido, los destinos de interior vinculados a oferta de actividades de naturaleza, han experimentado en el segundo trimestre de 2006 un favorable balance en términos de actividad turística, avalados por las opiniones de los empresarios de los destinos correspondientes y por la información de la encuestas de ocupación del INE.

En este sentido, destacan los buenos resultados de Aragón y Extremadura tanto en clave de ventas como de beneficios según se deriva de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Castilla-La Mancha sigue resintiéndose en términos de comparación interanual, de los excelentes resultados obtenidos en el año 2005, año conmemorativo del V centenario del Quijote.

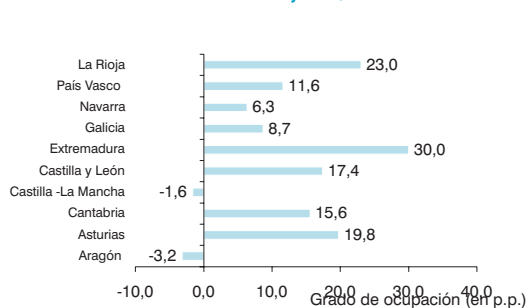
La actividad en los alojamientos de turismo rural localizados en estos destinos mantiene en los cinco primeros meses de 2006 la misma senda de excelentes resultados de los últimos años. El análisis detallado por comunidades autónomas revela diferentes dinámicas, y especialmente diferentes grados de ajuste entre la demanda y la oferta. En este sentido, mientras que en la mayoría de las comunidades la nueva apertura de plazas se mantiene en unos ritmos de crecimiento que son asimilados por la vigorosa demanda, en otros destinos como Aragón o Castilla-La Mancha, el elevado crecimiento de la oferta no se ve compensado por una demanda creciente. Destinos en los cuales, el nivel de ocupación de muchos establecimientos está sufriendo leves caídas, que afectan a la rentabilidad empresarial.

Comportamiento de las pernoctaciones de alojamiento de turismo rural.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOTR (INE)

Comportamiento de la ocupación de alojamiento de turismo rural. Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOTR (INE)

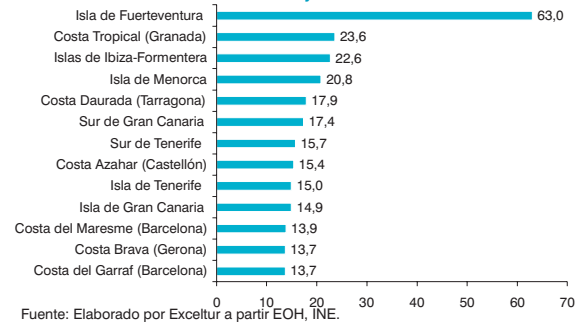
3. Turismo del Litoral Mediterráneo e Islas

El positivo devenir de la actividad turística en el segundo trimestre de 2006 en los destinos turísticos del litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario ha confirmado los primeros síntomas de recuperación de la demanda extranjera que afloraban en el mes de marzo y el continuo incremento de la demanda nacional en estas zonas. Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y las estadísticas oficiales de oferta y demanda ponen de manifiesto un notable incremento en la intensidad de la llegada de turistas extranjeros a estas zonas y en la demanda de residentes y no residentes de noches en alojamientos hoteleros vacacionales

Efectivamente, a tenor de la información de la EOH del INE, el número de pernoctaciones de residentes y extranjeros crecieron en los últimos tres meses hasta mayo, un 11,1% y 12,2% respectivamente, cerrando el acumulado hasta el mes de mayo en un 7,5% para la demanda nacional y un 7,6% para los extranjeros.

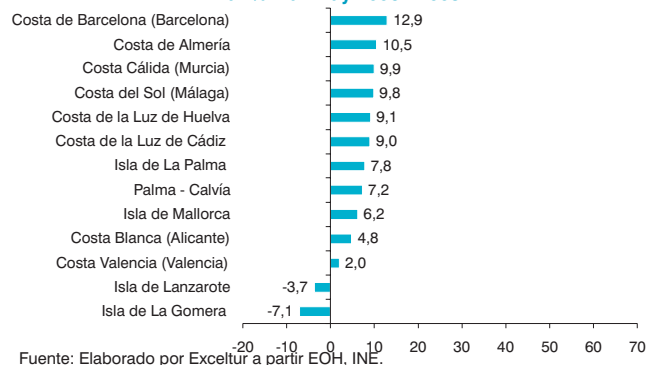
En este sentido, las zonas más dependientes de mercados de origen extranjeros, esto es, los destinos canarios y de Baleares, han experimentado en estos últimos meses de 2006 un importante avance en la dinámica de la actividad turística. Así, para el conjunto de las zonas turísticas de Canarias las pernoctaciones hasta el mes de mayo crecieron un 9,5% con diferentes comportamientos por islas. Mientras que los dos grandes destinos Tenerife y Gran Canarias, han registrado crecimientos en torno al 9,0%, Fuerteventura ha sido en esta ocasión

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas Var % Mar-May 2006 - 2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas Var % Mar-May 2006 - 2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.



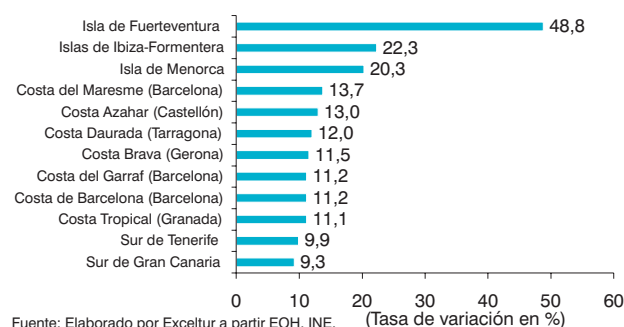
el gran beneficiario de estos cinco primeros meses de 2006 en términos de afluencia de turistas y pernoctaciones, alentada por una notable intensificación en su estrategia de reducción de precios, dado el fuerte aumento de sus camas. Por el contrario Lanzarote ha sufrido un descenso en el número de pernoctaciones de turistas extranjeros y españoles entre marzo y mayo de 2006 del 3,7%.

Por su parte, en Baleares, destaca el tirón de la demanda nacional en Ibiza y del extranjero en Menorca, que se han concretado en crecimientos del total de pernoctaciones en estas dos islas por encima del 20% en el período enero-mayo. Las principales zonas turísticas del archipiélago localizadas en Mallorca han experimentado igualmente un favorable segundo trimestre con crecimientos por encima del 6,0%. En este marco, y a pesar del débil comienzo de año, el incremento del número de pernoctaciones en las islas en el acumulado anual hasta mayo se situaba en el 6,2%.

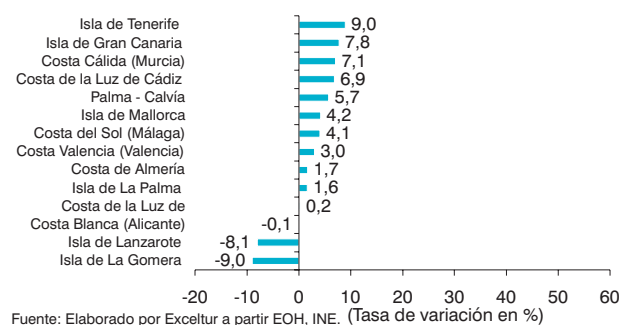
La demanda en los destinos del litoral catalán se ha mostrado igualmente dinámica en el tercer trimestre de 2006 con un alto componente del crecimiento explicado por el tirón de la demanda extranjera en el conjunto de las zonas, acompañada por la española en la Costa Brava y Costa Dourada. En concreto, la variación interanual del número de pernoctaciones en el período marzo-mayo fue del 14,2%, un 19,6% en extranjeras y un 4,7% en nacionales. El litoral valenciano sin embargo ha venido dinamizado por una dinámica demanda nacional, en el período marzo-mayo que se concretó en un incremento interanual del 10,3% en las pernoctaciones de los españoles y del 6,1% para el total. Sí bien, la desaceleración percibida en la demanda de no residentes en la Costa Blanca, muy dependiente del mercado extranjero, ha drenado considerablemente el crecimiento observado en el resto de zonas.

En las zonas turísticas costeras de Andalucía, el confuso comienzo de año turístico ha sido superado por un favorable segundo trimestre en todas las zonas, de la mano tanto de la demanda nacional cómo de la extranjera. De hecho, el incremento en las pernoctaciones entre marzo y mayo de 2006 fue del 10,1% para el conjunto de las zonas, 4,1% en el acumulado anual hasta mayo. Destaca el intenso avance de la demanda extranjera en la Costa Tropical de Granada y la Costa de la Luz de respecto al débil comportamiento de la demanda nacional, sucediendo lo contrario en la Costa de la Luz de Cádiz, dónde la demanda nacional registró un intenso crecimiento, compensando la caída de la extranjera.

Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Ene-May 2006 /2005



Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Ene-May 2006 /2005





4 Principales Destinos Nacionales

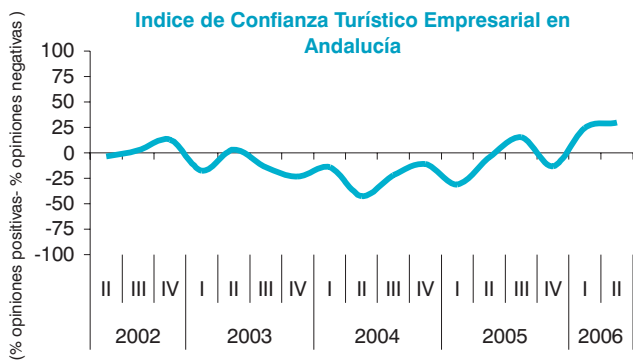
4.1. Andalucía

Los niveles de confianza empresarial en Andalucía registran su máximo en el segundo trimestre de 2006 gracias al tirón de las ventas, la mejora en los niveles de beneficios respecto a los registros de 2005 y las buenas expectativas en clave de ventas y rentabilidad para los meses de julio, agosto y septiembre

El positivo comportamiento del conjunto de indicadores de demanda turística en Andalucía en el segundo trimestre de 2006 ha confirmado las favorables expectativas que el sector manifestaba para los meses de abril, mayo y junio y que se recogían en el anterior número del Informe Perspectivas. Así, tras un dubitativo comienzo de año, condicionado en las zonas del litoral por las malas condiciones climatológicas, los primeros síntomas de recuperación del tono de la actividad turística en los destinos andaluces se ponían de manifiesto en la valoración empresarial de la Semana Santa de 2006 y se consolidan a lo largo de este segundo trimestre.

El tirón de la demanda nacional y extranjera en el segundo trimestre de 2006 se ha concretado en un elevado consenso entre los gestores de establecimientos hoteleros andaluces en cuánto al incremento de las ventas, que ha repercutido de manera positiva en el avance del grado de ocupación y en una menor presión sobre los precios, lo que se ha trasladado a un incremento de las rentabilidades empresariales.

En este marco, y con unas positivas expectativas para los meses de julio, agosto y septiembre en clave de facturación y rentabilidad empresarial, el Índice de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para Andalucía se situaba en este segundo trimestre del año 2006 en el valor más alto desde que se elabora la Encuesta de Clima Turístico Empresarial.

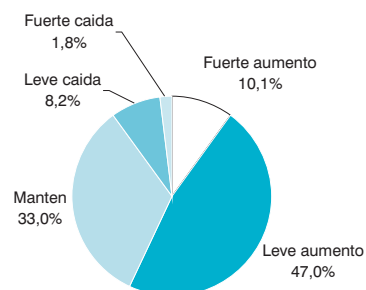


Fuente: Exceltur

Notable avance de la demanda extranjera y tendencia al alza en la senda crecimiento de la demanda nacional en el segundo trimestre de 2006

El repunte de la demanda extranjera junto a la tendencia al alza en la senda de crecimiento de la demanda nacional explican la positiva valoración de la evolución interanual de las ventas en los establecimientos hoteleros en el segundo trimestre de 2006. En concreto, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 47,0% y el 10,1% de los gestores de establecimientos andaluces manifestaban haber incrementado las ventas de manera leve e intensa respectivamente.

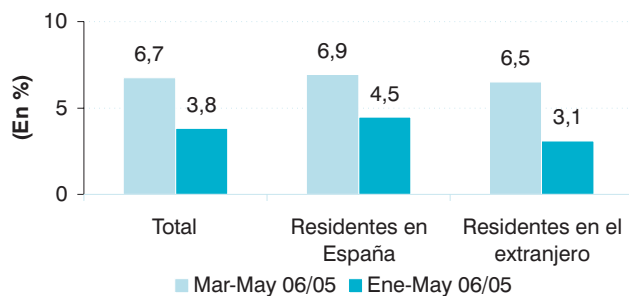
Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento Hotelero Andalucí. IIT 2006



Fuente: EXCELTUR.

Estas opiniones empresariales son corroboradas por la información disponible en la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE. Así, las pernoctaciones hoteleras para el conjunto de la comunidad andaluza registraron un crecimiento interanual del 6,7% entre los meses de marzo y mayo de 2006, crecimiento trimestral que se concretó en una variación positiva interanual del 3,8% hasta el mes de mayo, compensando el débil comienzo de año de la demanda extranjera.

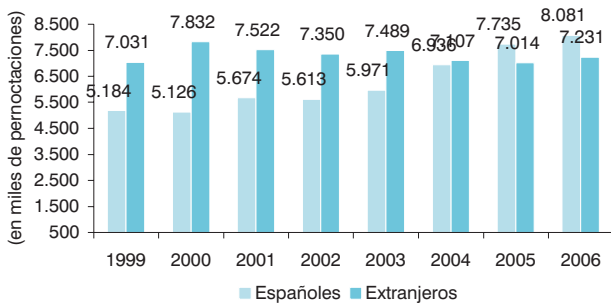
Demanda alojamientos reglados Variación interanual



Fuente: Elaboración Exceltur a partir INE



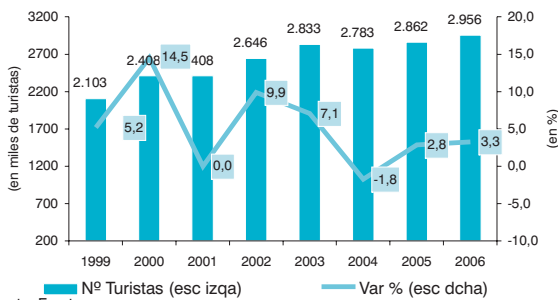
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros andaluces Ene-May 1999-2006



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

En efecto, el turismo extranjero, que inició el año con un comportamiento dubitativo, ha experimentado un notable avance en el segundo trimestre de 2006. En concreto, la afluencia de turistas extranjeros en marzo, abril y mayo creció un 5,2%, elevándose el número de llegada de turista en los cinco primeros meses de 2006 a prácticamente 3 millones, lo que representa un crecimiento del 3,3% respecto al mismo período de 2005.

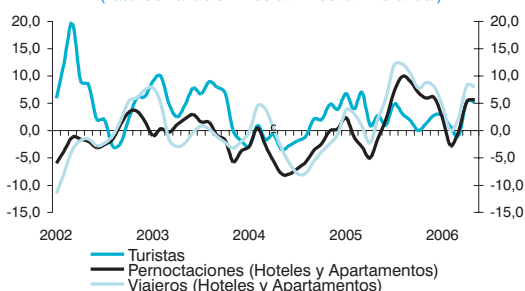
Andalucía Número de turistas extranjeros (ene-may)



Fuente: Frontur,

Tal y cómo se ha observado en otros destinos del litoral mediterráneo peninsular, Canarias y Baleares, parte de este avance de la llegada de turistas extranjeros ha venido de la mano de la redistribución de flujos de turistas desde otros destinos turísticos del litoral mediterráneo que siguen afectados por las inseguridades geo-políticas de su entorno. En este sentido, cómo se puede ver en el gráfico adjunto, se evidencia una mayor propensión al uso de alojamiento reglado propio de un consumidor de paquete turístico tal y cómo se corresponde al perfil de los flujos que se han desviado hacia los destinos de sol y playa

Andalucía Turismo extranjero (Tasa de variación media trimestral interanual)

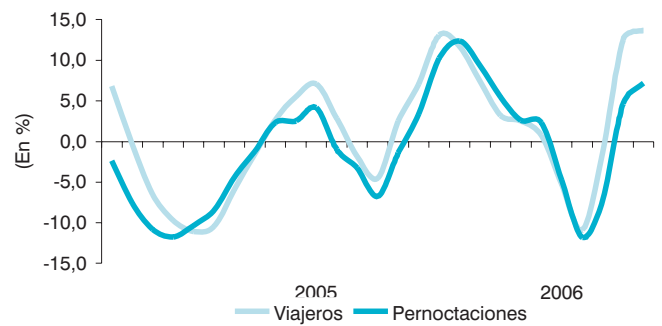


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Frontur (IET), EOH y EAP (INE)

españoles. Esta recuperación en la demanda de alojamiento reglado está muy en línea con la observada en el segundo trimestre de 2005 cuándo los destinos vacacional españoles se beneficiaron igualmente de las rentas de seguridad con las que es percibida España.

En este marco, han sido los destinos turísticos de la costa andaluza los que se han visto más beneficiados por la redistribución de flujos de turistas con paquete. Así, el incremento del 7,2% en las pernoctaciones de los extranjeros en el conjunto de zonas turísticas del litoral andaluz contrasta con la intensa caída en el arranque del año. En este sentido, el número de pernoctaciones de extranjeros en el acumulado anual hasta mayo apenas registró un incremento del 0,9%.

Demanda extranjera en hoteles de las zonas turísticas del litoral andaluz. 2004-2006 (Tasa de variación media interanual trimestral)

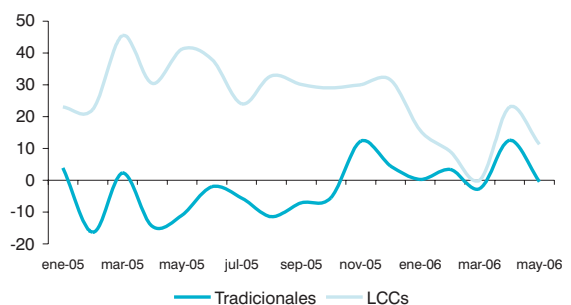


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Por otro lado, parte del incremento de la afluencia de turistas extranjeros a los destinos turísticos andaluces sigue siendo impulsado por las compañías aéreas de bajo coste. La tendencia de los últimos cinco meses de 2005 sigue dando cuenta del dinamismo de este fenómeno en Andalucía, y con especial intensidad en Málaga, dónde el número de pasajeros en compañías de bajo coste ascendió a 871.091, un 13,8% más que en el mismo período de 2005, con una vinculación estrecha al disfrute del creciente parque de viviendas residenciales en manos de no residentes en la Costa del Sol.

Para el total de aeropuertos andaluces y según la información proporcionada por el IET, la entrada de pasajeros en esta tipología de transporte creció un 15,7%, observándose en cualquier caso cierta estabilización en la senda de crecimiento de esta variable respecto a las observadas en períodos precedentes.

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



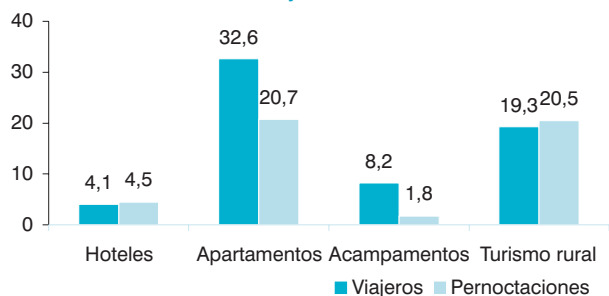
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IET



Como ya se ha expresado antes, las pernoctaciones de los españoles en alojamientos hoteleros se acentuaron en el segundo trimestre de 2006. En este marco, la fidelidad y el creciente preferencia del mercado español por la diversidad de Andalucía como destino turístico viene recogido por el excelente comportamiento de la demanda nacional, no sólo en los destinos de costa sino también en los destinos urbanos y del interior andaluz.

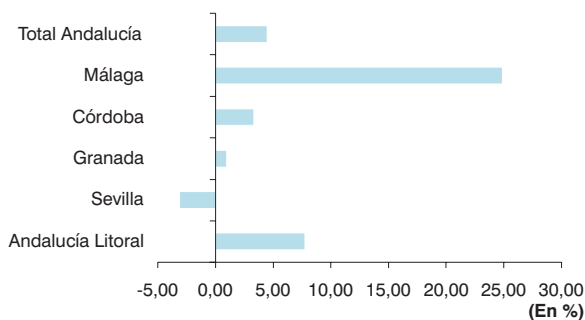
En concreto, las pernoctaciones de españoles en alojamientos de turismo rural, ubicados en un elevado porcentaje en destinos del interior andaluz crecieron en los cinco primeros meses de 2006 un 20,5%. Mientras, la demanda en hoteles en las principales ciudades turísticas andaluzas registró igualmente variaciones positivas, exceptuando la ciudad de Sevilla, que registró una leve caída interanual del 3,1% en el acumulado anual hasta mayo.

Demanda nacional en alojamiento reglado
Variación interanual
Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

Demanda turística nacional en zonas turísticas del litoral y destinos urbanos. Ene-May 2006/2005



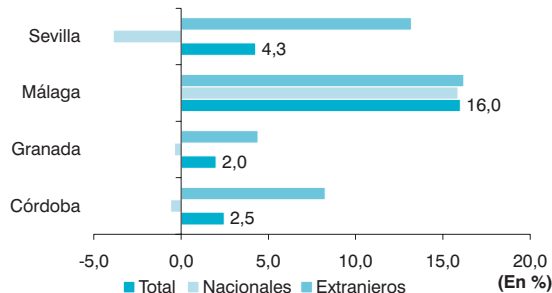
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Las ciudades turísticas andaluzas comparten en el segundo trimestre de 2006 el buen tono que caracteriza al conjunto del turismo urbano en España, mientras, las zonas turísticas del litoral andaluz registran un intenso avance respecto al débil comienzo de año

A tenor de la información estadística proporcionada por el INE, la demanda en alojamientos hoteleros de las principales ciudades turísticas andaluzas en este segundo trimestre de 2006 se ha comportado de manera muy dinámica con diferentes intensidades y comportamientos por mercados de origen. Destaca el dinamismo de la demanda extranjera en todos los destinos urbanos andaluzes y el intenso crecimiento de la demanda experimentado en la ciudad de Málaga, que se ha trasladado en más de 300 mil pernoctaciones entre marzo y mayo de 2006, más de 40 mil más que en el mismo período de 2005.

En esta misma línea, los datos de la consultora MHI Turismo constatan cómo este positivo comportamiento de la demanda, especialmente extranjera, en la ciudad de Sevilla se ha trasladado a una mejora de la rentabilidad empresarial en un contexto de avance positivo en los niveles de ocupación y de precios.

Demanda turística destinos urbanos andaluzes
Mar-May 2006/2005

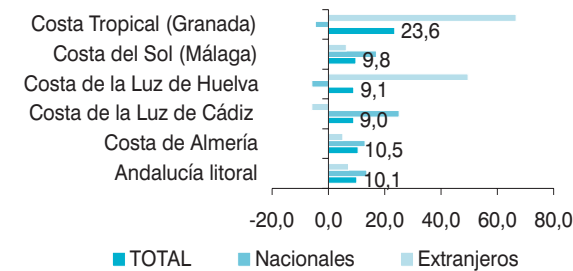


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Dentro de los destinos del litoral andaluz, el débil comportamiento de la demanda en los primeros meses de 2006 ha sido superado gracias al repunte de la misma en el segundo trimestre, especialmente intenso en el caso de la demanda extranjera, que estuvo favorecida como hemos señalado anteriormente por la redistribución de flujos turísticos desde terceros países competidores en las líneas de producto de sol y playa. De hecho, el incremento en las pernoctaciones entre marzo y mayo de 2006 fue del 10,1% para el conjunto de las zonas turísticas del litoral andaluz, que supuso un crecimiento del 4,1% en el acumulado anual hasta mayo. Destaca el intenso avance de la demanda extranjera en la Costa Tropical de Granada y la Costa del Sol en contraste con el débil comportamiento de la demanda nacional,

Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas

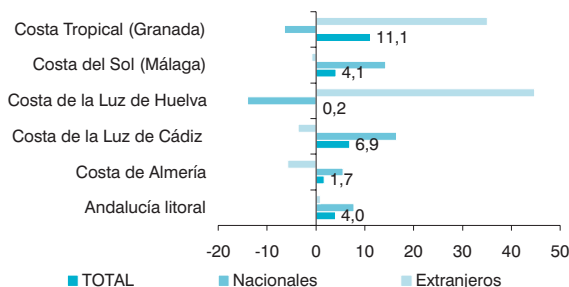
Tasa de variación interanual. Mar-May 2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH; INE

Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas

Tasa de variación interanual. Ene-May 2006/2005



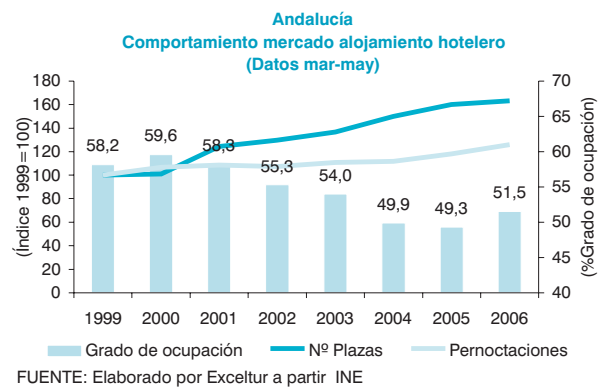
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH; INE



sucediendo lo contrario en la Costa de la Luz de Cádiz, dónde la demanda nacional registró un intenso crecimiento, compensando la caída de la extranjera.

Recuperación de rentabilidad empresarial en Andalucía de la mano del avance en ventas y en los niveles de ocupación, con una menor presión sobre los precios

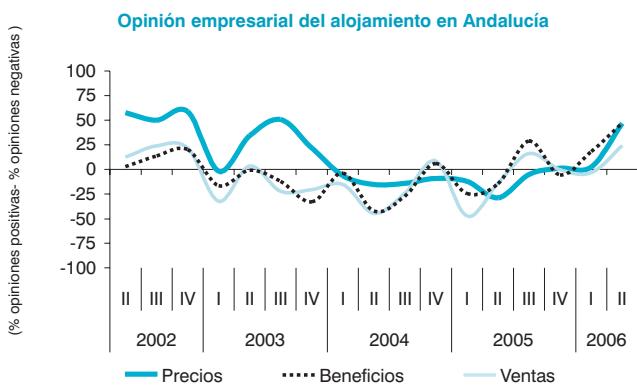
La notable mejoría en los niveles de ventas en los alojamientos hoteleros de Andalucía se ha trasladado una mayoritaria percepción de mejora en los beneficios empresariales en relación con el mismo período del pasado año. Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, en estos meses de abril, mayo y junio de 2006, un 44,9% de los empresarios hoteleros andaluces manifestaron haber disfrutado de un aumento en sus beneficios en relación con los registros del mismo periodo del año 2005, con un mayor peso de aquellos que cuantificaron esta mejora cómo leve.



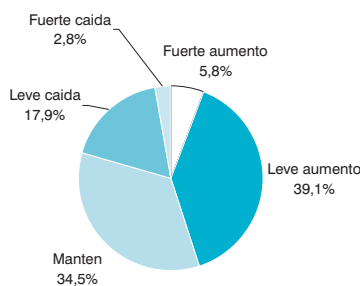
En este contexto, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur la mayoría de los gestores de hoteles en Andalucía (53,8%) manifestaban haber incrementado levemente los precios, aumento que el IPH cifra en un 1,9% de media dicho aumento entre los meses de marzo y mayo.

Las expectativas empresariales para julio, agosto y septiembre anticipan un comportamiento muy positivo tanto de las ventas como de los beneficios

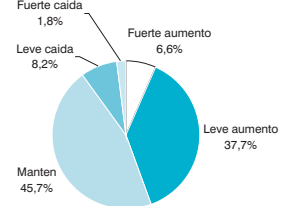
En un escenario de recuperación del turismo extranjero y de fortaleza de la demanda nacional, los empresarios hoteleros andaluces esperan que el dinamismo de las ventas que se ha observado en el segundo trimestre de 2006 se prolongue a lo largo de los meses centrales del verano. De hecho, el 44,3% de los gestores de hoteles en Andalucía anticipan un incremento de las ventas en los meses de julio, agosto y septiembre respecto a los niveles de 2005. El 35,9% de los mismos espera que esta prevista mejora de las ventas posibilite de nuevo un incremento en el beneficio empresarial, según los datos recogidos en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur cerrada el 7 de julio de 2006.



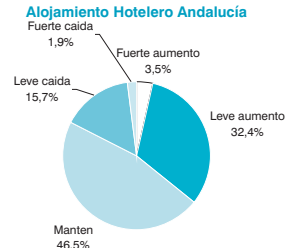
Opinión empresarial sobre los beneficios. Alojamiento Hotelero Andalucía. IIT 2006



Opinión empresarial sobre las ventas previstas para el III Trimestre de 2006 Alojamiento Hotelero Andalucía



Opinión empresarial sobre los beneficios previstos para el III Trimestre de 2006 Alojamiento Hotelero Andalucía



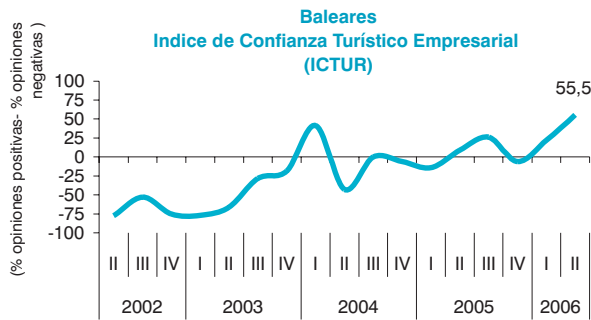
En esta mejora de los beneficios ha jugado un importante papel la menor presión sobre los precios, en un escenario donde se han recuperado niveles de ocupación a pesar de un nuevo crecimiento del número de plazas hoteleras, que ha sido de una notable menor intensidad que en años precedentes. En concreto, con un incremento interanual del 2,0% en el número de plazas abiertas, el favorable comportamiento de la demanda permitió una recuperación interanual del grado de ocupación de 1,2 p.p. en el período marzo-mayo de 2006 en los hoteles andaluces, todavía lejano desde una perspectiva temporal a los grados de ocupación registrados entre 1999 y 2003.



4.2. Baleares

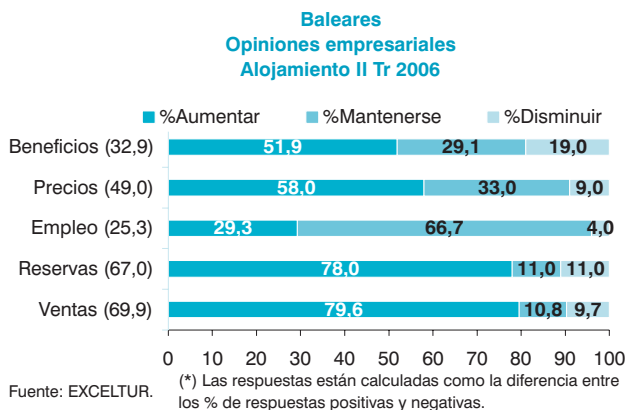
El segundo trimestre ha sido testigo de un generalizado crecimiento de la demanda turística en Baleares que ha permitido una recuperación de los beneficios de las empresas y una clara mejoría de los niveles de confianza empresarial

Las buenas perspectivas turísticas que mostraban los empresarios para este segundo trimestre de 2006 en Baleares gracias, entre otros, al impulso adicional de un contexto económico y geopolítico que les ha sido muy favorable se han cumplido, observándose una clara recuperación en los ritmos de crecimiento de la demanda, que se ha trasladado en una notable mejoría de los niveles de confianza empresarial en las islas. En este segundo trimestre, gracias a los resultados alcanzados y las buenas perspectivas en el comportamiento del ventas para el verano, el Índice de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) se situaba en valores máximos desde que se elabora la encuesta en que se sustenta, alcanzando un valor de 55,5.

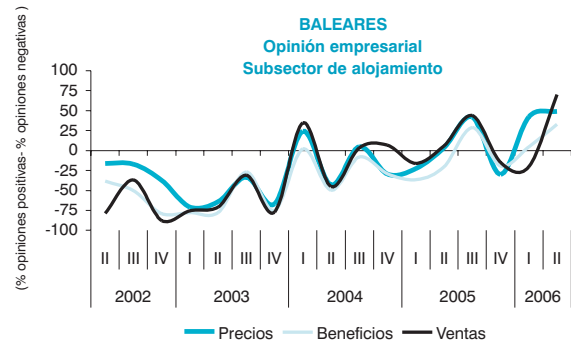


Fuente: EXCELTUR

Tras los buenos resultados de una Semana Santa, que este año cayó en Abril, los meses de mayo y junio han confirmado las buenas expectativas que anticipaban los empresarios al finalizar el primer trimestre y todo parece apuntar que se mantendrán durante estos próximos meses de verano, hasta cerrar un año 2006 con un notable incremento en la afluencia de turistas y el número de pernoctaciones, pero sobre todo y tras cuatro años de caídas, con un aumento en los niveles de beneficios respecto a los alcanzados el pasado año.



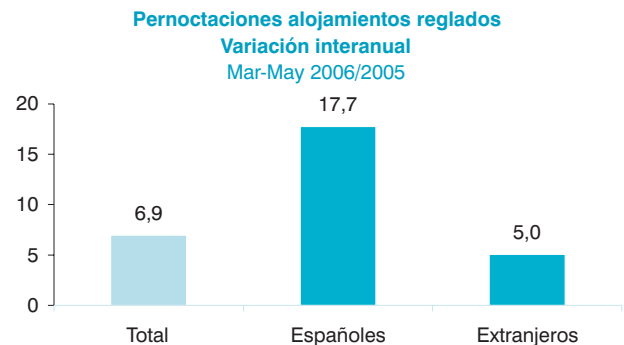
Fuente: EXCELTUR.



Fuente: EXCELTUR

En este segundo trimestre de 2006 la opinión generalizada entre los empresarios de alojamiento hotelero de las islas era que los beneficios se están recuperando respecto a los niveles del pasado año y las perspectivas para el verano apuntan en la misma dirección, consolidando la tendencia de mejora que se viene produciendo desde 2004. En concreto, el 51,9% de los empresarios de alojamiento que respondían a la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur manifestaban haber experimentado un incremento en sus beneficios durante los meses de abril, mayo y junio respecto al mismo período de 2005, frente a sólo un 19,0% para los que seguían sufriendo una reducción de sus resultados en esos mismos meses. Si bien esta mejoría de los resultados era caracterizada como "leve" por la mayor parte de los empresarios, lo cierto es que viene explicada por un generalizado incremento de las ventas, de las que se han visto beneficiados el 79,6% de los establecimientos hoteleros de las islas.

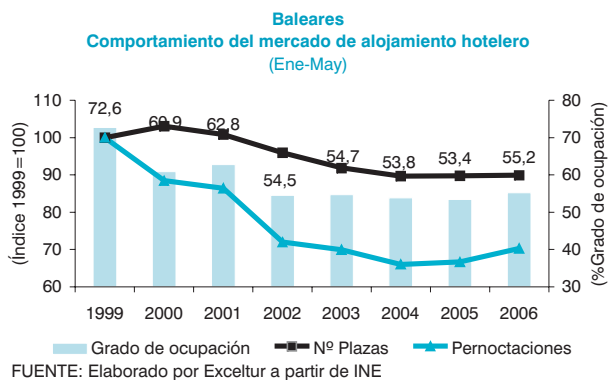
Tras un débil comienzo de año coincidente con los meses de temporada baja en las islas, a partir del mes de marzo se ha producido un notable aumento de la demanda turística. En concreto, el número de pernoctaciones en el total de la oferta de alojamientos reglados (hoteles, apartamentos y casas rurales) crecía un 6,9% en el período marzo- mayo (último dato disponible) respecto a los mismos meses del pasado año, con un incremento del 7,1% de las pernoctaciones en hoteles. Esta mejoría de la demanda desde marzo, se ha producido por la recuperación de la demanda extranjera, que se ha venido a sumar al intenso dinamismo que ya venía mostrando la demanda de los españoles hacia las islas, facilitando, por primera vez en el último lustro, una recuperación de los niveles de ocupación.



Fuente: Elaboración Exceltur a partir INE

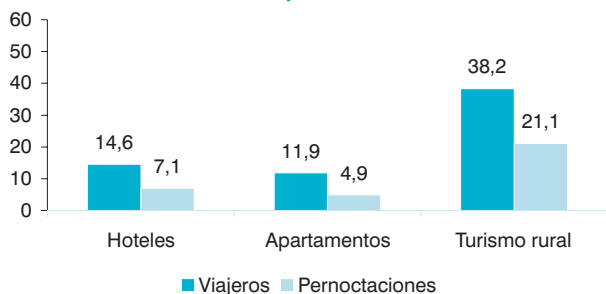


Las medidas de contención de la oferta de plazas aplicadas en las islas durante la segunda mitad de los 90, con la Ley General Turística como principal instrumento, y los resultados que ha producido en términos de contención en el número de plazas puestas en el mercado han favorecido que el aumento en las pernoctaciones en este 2006 se haya trasladado a una mejora en los niveles de ocupación de los hoteles. En concreto, la ocupación hotelera de enero a mayo se sitúa en el 55,2%, casi dos puntos por encima de la obtenida en 2005 por estas fechas, rompiendo con un período de caídas continuadas desde 1999.



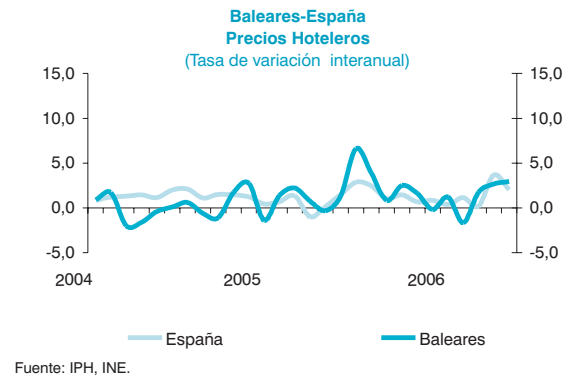
Un dato significativo del comportamiento de la demanda por tipologías alojativas es el extraordinario comportamiento de las nuevas tipologías de turismo rural y de interior que se siguen desarrollando en las islas. Durante estos tres últimos meses la demanda medida en términos de pernoctaciones se incrementaba según el INE en un 21,1%. Se trata de una oferta que, aunque todavía supone un porcentaje muy limitado respecto a la capacidad de alojamiento y los volúmenes de demanda que absorben las zonas del litoral, está permitiendo a las zonas del interior beneficiarse del dinamismo turístico, con un producto muy integrado en el paisaje y valorizador de los elementos de identidad locales y que permite la diversificación y desestacionalización de la demanda, atrayendo otros perfiles de turistas complementarios a los del litoral.

Demanda alojamientos reglados
Variación interanual
Mar-May 2006/2005



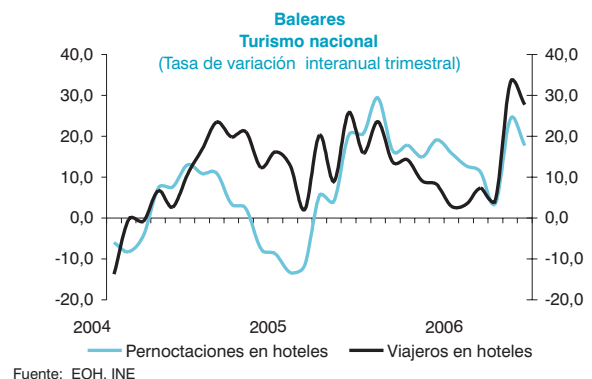
El impulso de la demanda ha facilitado en estos meses de 2006 cierto margen a los empresarios para recuperar parte del descenso de tarifas al que se habían visto obligados en los últimos años ante la atonía del mercado, a pesar de que en primavera, como para los meses de verano, se han producido muchas ventas con descuento por compra anticipada. Tanto en los resultados que arroja a Encuesta

de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, como en los indicadores del INE, se percibe un moderado incremento de los precios que también ha ayudado a la mejora de beneficios. Así, el 58,0% de los empresarios de alojamiento entrevistados por EXCELTUR en el segundo trimestre de 2006 manifestaban haber incrementado sus precios respecto a las tarifas del pasado año, incremento que el Índice de Precios Hoteleros del INE cifra en un 2,5%, todavía por debajo de la inflación en Baleares situada en el 3,8%.



El crecimiento de la demanda turística se ha producido por la recuperación de los mercados de origen extranjeros, y principalmente de Alemania, y el mantenimiento del intenso dinamismo del turismo peninsular.

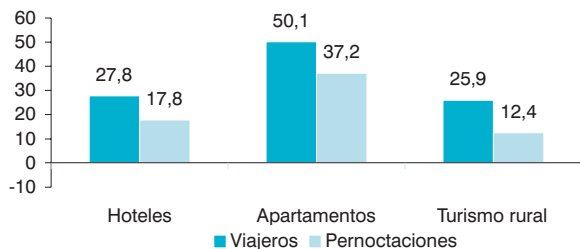
Del análisis por mercados se desprende un fuerte dinamismo del turista español que sigue ganando cuotas de mercado a la demanda extranjera. De marzo a mayo el número de pernoctaciones en alojamientos reglados se incrementaban en las islas un 17,7%, lo que eleva su participación en el total de la demanda hasta el 18,4%, en el período enero mayo, mientras hace cinco años apenas alcanzaban el 12,0%. El tirón de la demanda española si bien se ha trasladado sobre todas las islas, donde se ha mostrado más dinámica ha sido en Ibiza, permitiendo a la isla en estos meses recuperarse de los malos resultados del pasado año.



Aún a pesar del intenso crecimiento del mercado español, lo que ha impulsado en estos meses la mejora de los niveles de confianza de los empresarios, por la importancia que todavía tiene en sus cuentas de resultados y la estructura de la demanda, ha sido el renacimiento de



Demanda nacional por tipologías alojativas
Variación interanual
Mar-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de INE

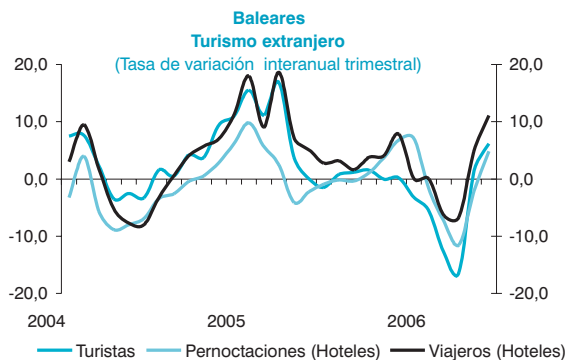
Pernoctaciones en establecimientos hoteleros por zonas turísticas
Tasa de variación interanual.
Mar-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH; INE

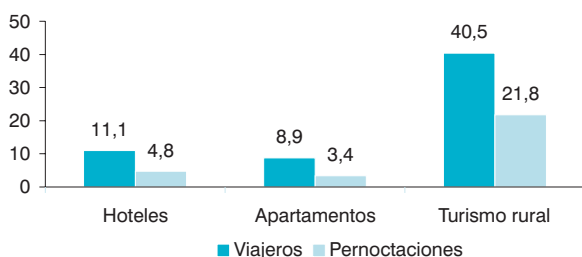
los mercados extranjeros. Muy favorecido por los diversos problemas que han afectado a en el primer trimestre a otros destinos competidores (Egipto y Turquía, principalmente) y la recuperación de la imagen de las islas en sus principales mercados y especialmente el alemán, favorecido, a su vez, por una mejora en su economía, el número de turistas extranjeros desde marzo se ha incrementado un 6,2% en las islas, mientras las pernoctaciones en establecimientos reglados se han incrementado un 5,0% y las hoteleras un 4,8% respecto al mismo período del año 2005.

Este buen comportamiento de la demanda no debe ocultar algunas preocupantes tendencias que de manera continuada se siguen poniendo de manifiesto en las islas y que no son ajenas al resto de España. En concreto, el aumento de pernoctaciones mencionado se ha conseguido gracias a un aumento mucho mayor en el número de viajeros, lo que vuelve a reflejar una caída en la estancia media. Con los datos disponibles del INE, el número de noches en establecimientos hoteleros durante lo que llevamos de año 2006 se situaba de nuevo por debajo de los niveles del pasado año, habiendo ya perdido más de 2 días en los últimos siete años. La multiplicación de escapadas cortas que explica este fenómeno y que se ve beneficiado por las oportunidades de acceso que siguen introduciendo las compañías aéreas de bajo coste requiere de una política más innovadora y decidida por complementar los atributos de las islas con nuevos equipamientos y atractivos que animen a prolongar la estancia y permitan trabajar en nuevas líneas de producto, que como el de reuniones y congresos se verá muy beneficiado por la construcción del nuevo Palacio de Congresos en la ciudad de Palma.



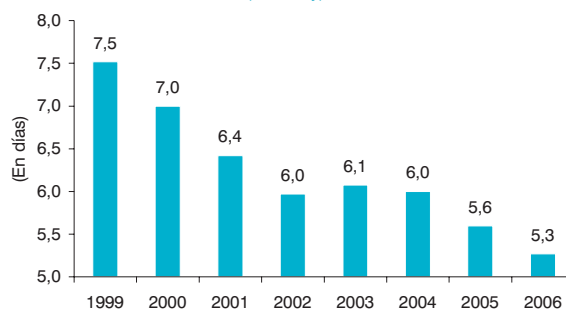
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

Demanda extranjera por tipologías alojativas
Variación interanual
Mar - May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de INE

Estancia media en establecimientos hoteleros
(Ene-May)



Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE

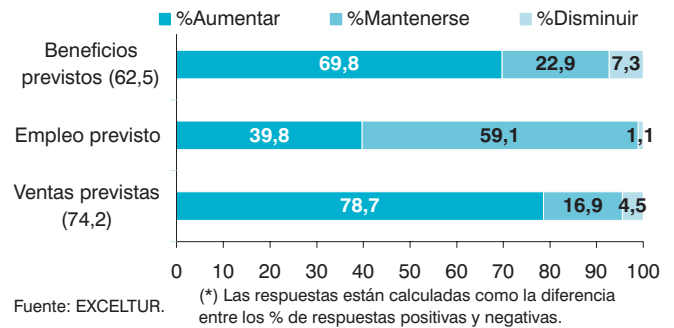
Menorca e Ibiza han sido las islas donde con mayor intensidad se han percibido los aumentos en la demanda. En el caso pitiuso especialmente por el tirón del mercado español y en el menorquín por el extranjero, lo cierto es que en ambas islas el crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras se ha situado por encima del 20% entre los meses de marzo y mayo, superando los malos resultados del pasado año. Por su parte, en Mallorca los crecimientos han sido más moderados (8,2%), con mejor comportamiento del mercado español que del extranjero.

En términos de transporte aéreo, en estos últimos meses la llegada de turistas procedentes del extranjero ha vuelto a estar protagonizada por las compañías aéreas de bajo coste. En los meses de marzo, abril y mayo el número de pasajeros se ha incrementado un 12,0% en Baleares, por apenas un 1,4% que han aumentado los vuelos de las compañías tradicionales gracias fundamentalmente a las compañías charter de los touroperadores, que han incrementado sus frecuencias por el aumento de la venta de paquetes hacia las islas, que en parte son producto de tráficos desviados de otros países.



Fuente: Elaborado por excelTUR a partir de IET

Baleares Alojamiento Expectativas empresariales para el III Tr 2006

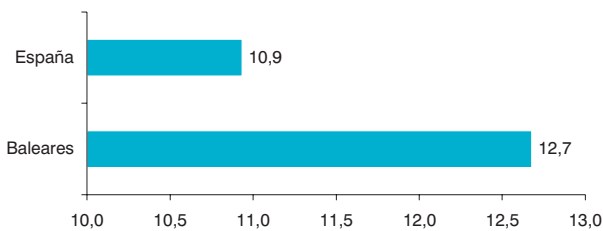


En este contexto de clara recuperación de los turistas alojados en la oferta reglada de las islas y gracias a unos perfiles de comportamiento con una mayor propensión al gasto turístico, los datos disponibles sobre los volúmenes de gastos son positivos. A falta de disponer de una información más detallada de Egatur elaborada por el IET, la aproximación a la tendencia al gasto turístico que permiten los datos de efectivo dispuesto de cajeros automáticos y pagos con tarjetas Visa y Mastercard realizados por no residentes en las islas se incrementaban durante el segundo trimestre un 12,7%, por encima del crecimiento medio nacional.

Como recordábamos en el número anterior, Baleares se encuentra de nuevo con el mejor escenario para seguir profundizando en el debate y la planificación estratégica que, con un objetivo de largo plazo, facilite la adaptación de los espacios y productos turísticos de Baleares a los nuevos modelos y escenarios de cambios que requiere el consumidor, a través de los mayores avances posibles en el Plan Renove de la Playa de Palma y las medidas que, entre otros, pueden derivarse de la Mesa del Turismo.

Importe total de efectivo y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en Baleares

Tasa de variación interanual.
Abr-Jun 2006/2005



Fuente: 4b y SERMEPA

Las expectativas empresariales para el verano en Baleares son muy favorables, esperando que se mantenga la dinámica de crecimiento tanto de las ventas como de los beneficios

Los indicadores disponibles y las expectativas empresariales apuntan a que los buenos resultados y el dinamismo de la demanda observado en Baleares durante el segundo trimestre se extenderán a los meses de verano. De las preguntas sobre la evolución esperada en el tercer trimestre, introducidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial realizada por Exceltur en los meses de junio y julio, se observa un optimismo generalizado entre los empresarios sobre el devenir del verano. El 78,7% de los participantes en la encuesta manifestaban esperar un nuevo aumento de sus ventas, con un 69,8% que anticipaban un positivo efecto sobre sus beneficios en julio, agosto y septiembre respecto al mismo período de 2005. De confirmarse esta evolución, el turismo en Baleares recuperará este año su capacidad de generación de crecimiento económico, superando los bajos ritmos que ha presentado su aportación a la economía de las islas en los últimos años.

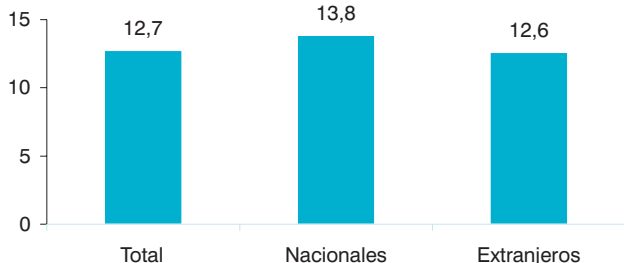


3. Canarias

Durante los meses del segundo trimestre de 2006 se ha consolidado la esperada recuperación de la demanda turística que ya anticipaban los empresarios en el mes de abril, tras los buenos resultados de la Semana Santa

Los meses de primavera han sido testigos de un fuerte crecimiento de la demanda turística en las islas, tal y como se derivaba de las expectativas mostradas por los empresarios canarios al cierre del primer trimestre y venían anunciando los tour operadores tanto españoles como, sobre todo, extranjeros, según se observaba la evolución de los niveles de reservas en los últimos meses. En términos de pernотaciones, en el conjunto de la oferta alojativa reglada de las islas la demanda desde el mes de marzo se ha incrementado a un ritmo medio del 12,7% respecto a los niveles alcanzados durante el mismo período de 2005, capitalizando así las rentas de seguridad de España frente a los acontecimientos sufridos por otros destinos competidores que han provocado una redirección de flujos turísticos que se han seguido sucediendo a lo largo de estos meses y, a su vez, recogiendo los resultados de un acertado esfuerzo en marketing en los principales mercados de origen de turistas por parte de las administraciones públicas canarias y los empresarios.

Pernотaciones en alojamientos reglados
Variación interanual
Mar-May 2006/2005



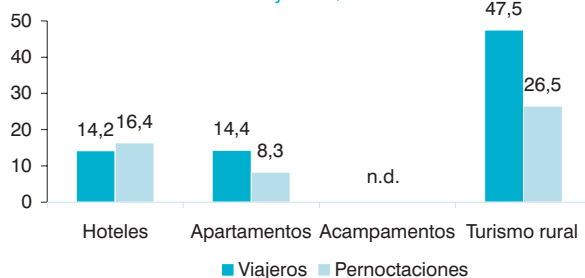
Fuente: INE

El aumento de la demanda se ha dejado notar sobre el conjunto de la oferta turística de las islas, si bien se ha producido con mayor intensidad entre los hoteles, donde se ha incrementado el número de pernотaciones un 16,4%, y dentro de éstos de manera más notable en aquellos renovados o de más reciente construcción, más adecuados a las preferencias de los turistas. En este comportamiento ha tenido mucho que ver el aumento de la demanda extranjera paquetizada con el hotel contratado en origen redirigida desde otros destinos del mediterráneo oriental.

En esta misma línea, un trimestre más se ha observado una intensa respuesta de la demanda a la todavía limitada en número, pero de creciente atractivo entre el consumidor, oferta de turismo rural, desarrollada en espacios de las diferentes islas menos congestionados y más relacionados con los recursos territoriales y culturales de la sociedad y el paisaje canarios. En concreto, el número de pernотaciones se incrementaba un 26,5% en los meses de marzo

a mayo de 2006 respecto al mismo período de 2005. Sólo en la oferta de apartamentos, muchos de ellos en entornos obsoletos y con el ineludible reto de renovarse y reconvertirse en espacios más en consonancia con las demandas de los turistas, la demanda crecía en menor medida, superando el 8% en términos de pernотaciones.

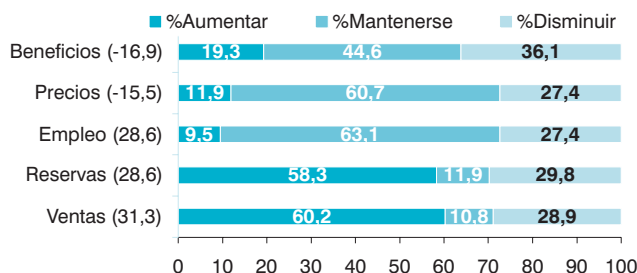
Demanda alojamientos reglados
Variación interanual
Mar-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de INE

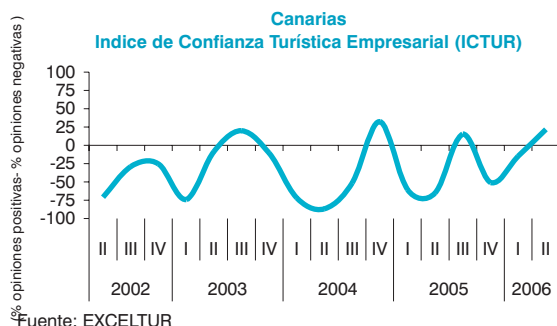
El intenso crecimiento de la demanda de establecimientos hoteleros se ha puesto de manifiesto en la opinión de sus empresarios que, de manera generalizada, confirmaban con sus respuestas a la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur de este segundo trimestre que habían percibido un aumento en sus ventas en estos meses respecto al mismo período de 2005. En concreto, el 60,2% de los gestores de establecimientos hoteleros en las islas manifestaban haber disfrutado de este incremento, mientras sólo un 28,9% declaraba sufrir un empeoramiento en sus niveles de ventas respecto al mismo período de 2005. Este incremento en las ventas ha servido para propiciar una mejora en los niveles de confianza empresarial en un contexto, como se expondrá más delante, donde se espera el mantenimiento de esta recuperación de la demanda a lo largo de los próximos meses de verano.

Canarias
Opiniones empresariales
Alojamiento II Tr 2006



Fuente: EXCELTUR.

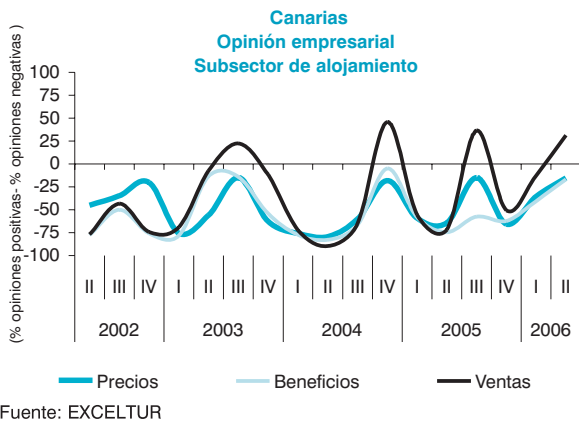
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.



Fuente: EXCELTUR



El generalizado incremento en las ventas no ha sido suficiente, sin embargo, para mejorar los niveles de beneficios respecto a los conseguidos el pasado año por estos meses. Sólo en el 19,3% de los casos durante este segundo trimestre se había incrementado el nivel de beneficios respecto al pasado año, mientras el 44,6% declaraba haberlos mantenido y todavía un 36,1% seguían sufriendo caídas en este indicador clave, que se extienden ya durante 17 trimestres consecutivos.

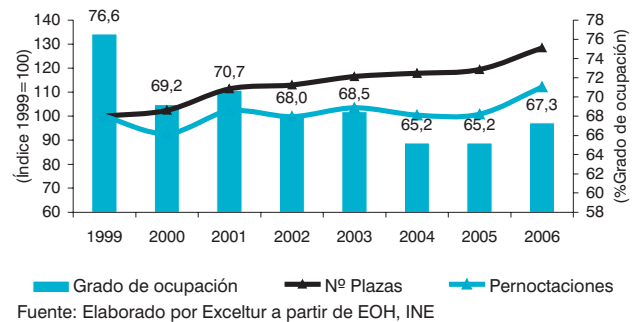


Una vez más la contención de precios, con unos costes laborales y de suministros crecientes, ha sido la causa principal que explica el mantenimiento o caída en los beneficios. Las ventas anticipadas a los mayoristas con descuentos han hecho que los ingresos no se incrementen en la misma intensidad que el número de pernoctaciones, si bien parece que esta tendencia ha empezado a cambiar en los dos últimos meses. En todo caso, todavía un 27,4% de los empresarios hoteleros de las islas declaraban haber reducido precios durante el segundo trimestre de 2006 respecto a los niveles del pasado año, mientras un mayoritario 60,7% manifestaban el mantenimiento de los mismos.

La mejora en las ventas sigue sin poderse trasladarse a los beneficios por la contención de precios que sigue primando en la comercialización de camas turísticas en las islas

Cabe destacar que por primera vez en las últimas siete temporadas, en lo que llevamos de año se ha logrado contener la caída en los niveles de ocupación hotelera en las islas, a pesar del continuado crecimiento en el número de plazas, muchas de las cuales están aportando un producto de alta calidad. El fuerte incremento en la demanda ha superado un nuevo aumento del 6,2% en el total de plazas abiertas, según el INE, lo que ha permitido que los niveles de ocupación hotelera se sitúen en el 67,3% de media en los cinco primeros meses del año, dos puntos por encima de los niveles de 2005, aunque todavía por debajo de los alcanzados a finales de la década de los 90.

Canarias Comportamiento mercado alojamiento hotelero (Enero-may)

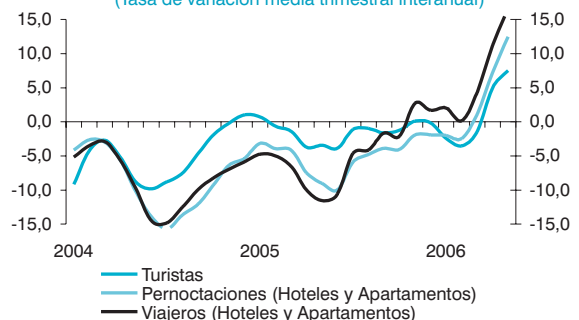


En esta línea, uno de los principales retos de las islas es el de dar cabida a los nuevos productos alojativos de gran acogida en el mercado que están en proyecto, a la vez que resolver el problema de los establecimientos más antiguos que a sus propios problemas de obsolescencia se une su localización en enclaves degradados y en declive. En este sentido y como hemos venido reclamando desde estas páginas, cada vez se hace más necesario comprometer una política decidida y dotada de los suficientes recursos económicos para la renovación integral (Planes RENOVE) de los espacios y establecimientos que sufren esta tesitura y que los planes puestos en marcha por el Gobierno de Canarias siguiendo los enclaves identificados por las Directrices del Turismo parecen querer abarcar.

La intensa reactivación de la demanda extranjera y el dinamismo que mantiene el mercado nacional explican el fuerte crecimiento de la actividad turística en las islas

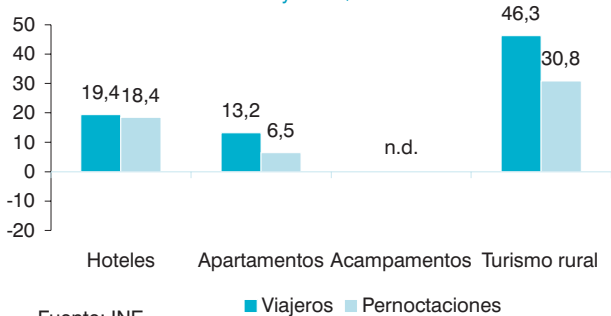
La clara recuperación de las ventas durante estos meses se ha producido por la reactivación de la demanda extranjera acompañado de una demanda española que sigue creciendo, si bien a ritmos cada vez más moderados. Desde el mes de marzo, se ha producido un fuerte aumento de la llegada de extranjeros que se ha trasladado incluso con mayor intensidad a las pernoctaciones en establecimientos reglados por el tipo de perfil que lo ha protagonizado. En concreto, según datos de la estadística de Frontrur del IET, la llegada de turistas al archipiélago se elevaba desde marzo hasta mayo un 7,5% mientras el total de pernoctaciones lo hacía un 12,6%. Esta diferencia se debe en gran parte a la recuperación de la venta de paquetes con alojamiento hotelero en el segmento familiar

Canarias Turismo extranjero (Tasa de variación media trimestral interanual)





Demanda extranjera por tipologías alojativas regladas
Variación interanual
Mar-May 2006/2005

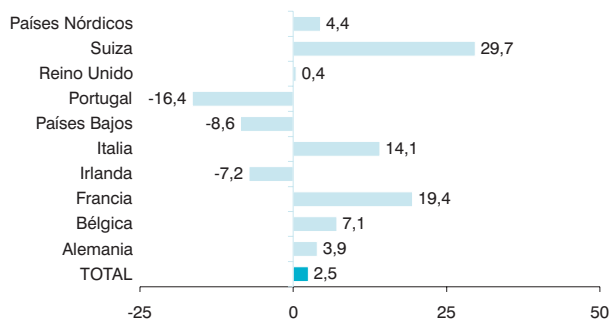


Fuente: INE

de mayor estancia media por su fórmula de venta por semanas, frente a los viajes de escapadas que venían protagonizando el comportamiento de los últimos años.

El incremento de la demanda ha sido generalizado desde enero en los principales mercados de origen de turistas con la excepción de los países bajos. El mercado alemán ha sido el que ha mostrado en volumen un mayor aumento, junto con el mercado francés, mientras el británico se ha mantenido prácticamente en las cifras del pasado año en términos de llegadas de turistas a las islas.

Canarias
Llegada de turistas por países de origen
T.var. Ene-May 2006/2005

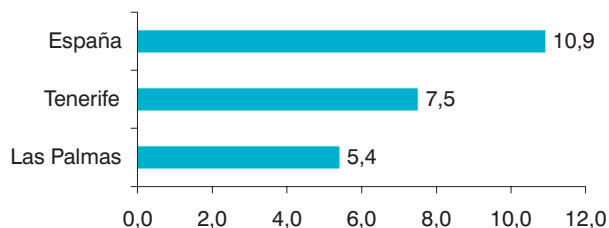


Fuente: Frontur, IET.

Los indicadores de gasto disponibles constatan el aumento de la actividad económica que ha generado la mayor llegada de turistas extranjeros en estos meses del segundo trimestre de 2006. Ante la falta de otra información oficial, una aproximación al gasto turístico en las islas como son los pagos y el dinero dispuesto de cajeros con tarjetas VISA y Mastercard por los no residentes en las islas se

Importe total de efectivo dispuesto y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en canarias

Tasa de variación interanual.
Abr-May 2006/2005

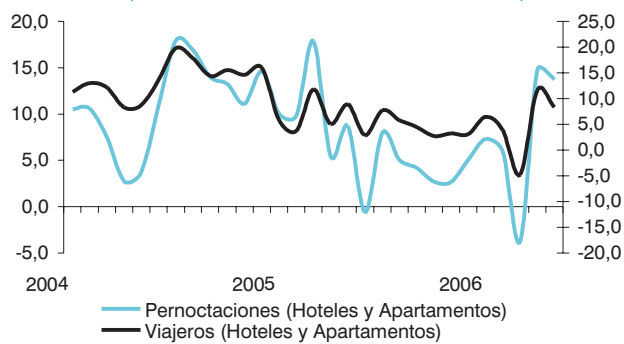


Fuente: Exceltur a partir de 4b y SERMEPA

incrementaba un 7,5% en la provincia de Tenerife y un 5,4% en la de Las Palmas, registros muy similares a los de la llegada de turistas, que apuntarían un mejor comportamiento que en el conjunto de España de los Ingresos por cada turista que visita las islas, muy correlacionado con la mejora de la capacidad alojativa y la atracción de un turistas "hotelero" durante estos meses.

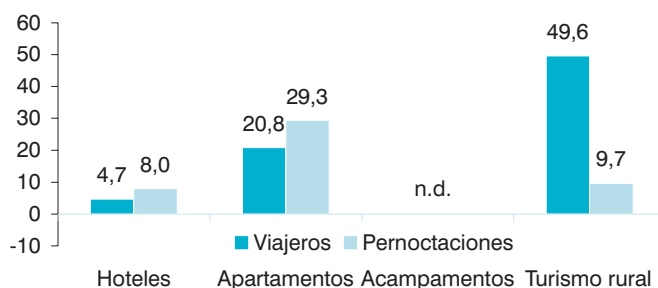
Por su parte, la demanda española ha vuelto a mostrar un elevado dinamismo con un crecimiento en el total de pernoctaciones en alojamientos reglados del 13,8%, incluso por encima en estos meses del segundo trimestre de las tasas de crecimiento registradas por los mercados extranjeros. Este comportamiento tan dinámico se enmarca dentro de una senda de paulatina desaceleración, al igual que parece estar sucediendo en los indicadores generales de gasto turístico de los hogares españoles.

Canarias
Turismo nacional
(Tasa de variación media trimestral interanual)



Fuente: Elaboración Exceltur a partir Frontur e INE

Demanda nacional por tipologías alojativas regladas
Variación interanual
Mar-May 2006/2005



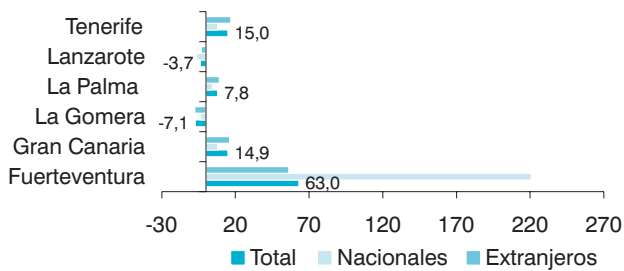
Fuente: INE

El incremento de la demanda hotelera durante este segundo trimestre se ha trasladado a todas las islas con la única excepción de la isla de Lanzarote y La Gomera, que han experimentado caídas entre los meses de marzo a mayo en el número de pernoctaciones hoteleras del 3,7% y del 7,1%, respectivamente. Las dos islas mayores, tanto Tenerife como Gran Canaria, han experimentado un fuerte aumento en las pernoctaciones hoteleras, en ambos casos próximo al 15%, mientras los mejores resultados se siguen produciendo en Fuerteventura por el elevado aumento en el número de camas y su comercialización a través de intensas ofertas y descuentos, especialmente en el mercado nacional.



Pernoctaciones en alojamiento hotelero por Islas turísticas

% Var inter. Mar-May 2006/2005

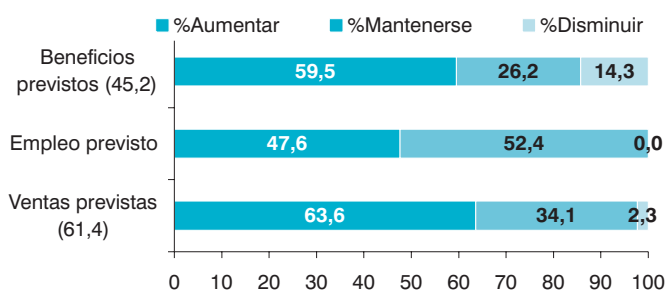


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

Los empresarios son optimistas respecto al mantenimiento de esta positiva tendencia de la demanda durante los meses del verano, descontado incluso un aumento en sus beneficios

De cara al verano, las perspectivas empresariales siguen siendo muy positivas. Sin que todavía se haya trasladado a los precios de los paquetes el aumento en el precios del crudo que pudiera afectar a la baja a la demanda, se espera un verano marcado por un nuevo aumento en las ventas de las empresas turísticas canarias y, según descuentan los empresarios, también en la deseada recuperación de sus beneficios empresariales. De hecho el 59,5% de los empresarios canarios encuestados esperaban un ligero aumento de sus beneficios durante el verano en comparación con los niveles alcanzados el pasado año, lo que podría romper la tendencia de caídas experimentada de forma recurrente desde el año 2002 en que se puso en marcha la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Canarias Alojamiento Expectativas empresariales para el Verano de 2006



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

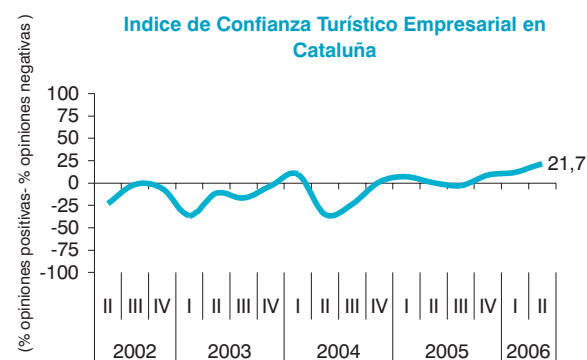


4. Cataluña

El nivel de confianza entre los empresarios turísticos catalanes prolonga su tendencia positiva al alza gracias a la fortaleza de la demanda extranjera, que ha posibilitado un nuevo avance en las ventas y los beneficios empresariales

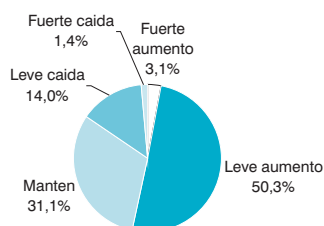
El conjunto de indicadores de demanda turística, particularmente los relacionados con la demanda extranjera, ha experimentado un crecimiento positivo en este segundo trimestre de 2006, lo que se ha concretado en un incremento de las ventas y los niveles de ocupación que, en un contexto de leve subida de los precios, se ha materializado en una ligera recuperación de los beneficios empresariales, según los gestores de los establecimientos hoteleros catalanes, que, sin embargo, se muestran cautos a la hora de plasmar sus expectativas para los meses de junio, julio y agosto de 2006.

En este marco, los niveles de confianza empresarial medidos a través del Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) en Cataluña alcanzaba en el segundo trimestre de 2006 un valor positivo del 21,7 que refuerza una senda positiva y ascendente de la confianza entre los profesionales del sector iniciada en el último trimestre de 2005.



En el ámbito de las ventas y según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 53,4% de los empresarios hoteleros catalanes manifestaron haber incrementado las ventas en los meses de abril, mayo y junio respecto al mismo período del año anterior, cuantificando la mayoría de los mismos este incremento como leve.

Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento Hotelero Cataluña. IIT 2006

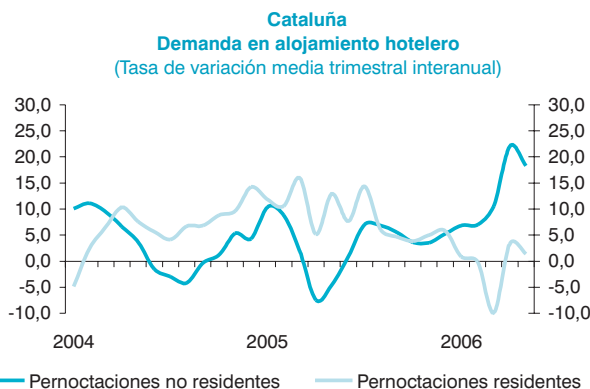


Intenso avance de la demanda extranjera mientras que se ratifica el retroceso en la senda de crecimiento de la demanda española

Tal y cómo poníamos de manifiesto al inicio de este apartado, el crecimiento de las ventas en los establecimientos hoteleros situados en los destinos turísticos catalanes ha sido debido a la fortaleza de la demanda extranjera, que ha compensado una demanda nacional estancada desde inicios del año turístico 2006.

Así, la información de oferta proporcionada por la EOH del INE pone de manifiesto una poderosa fortaleza de la demanda medida a través del número de pernoctaciones por parte de turistas extranjeros en los hoteles catalanes, en contraste con un tímido crecimiento de las pernoctaciones de españoles en los mismos establecimientos, fenómeno que, cómo veremos más adelante, se ha dado con mayor intensidad en los destinos urbanos.

Según la EOH del INE las pernoctaciones de extranjeros en los hoteles catalanes crecieron entre el mes de marzo y mayo¹ un 18,3% y la de los españoles apenas un 1,4%, explicando la demanda de no residentes el 94,5% del total del incremento interanual del 11,9% en el número de pernoctaciones hoteleras.



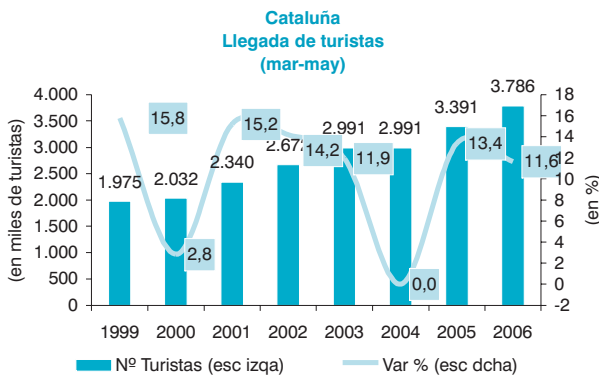
La mayor afluencia de turistas extranjeros con paquete turístico al litoral catalan ha venido acompañada de una mejora en la estancia media en alojamientos reglados, lo que ha repercutido favorablemente en el número de noches disfrutadas en los mismos y en el impacto económico durante su estancia

En este trimestre de 2006 el intenso avance del porcentaje de consumidores con paquetes turísticos que incluyen alojamiento reglado a los destinos de costa catalanes, tal y cómo ha sucedido en otras zonas del litoral peninsular y los archipiélagos balear y canario, producto entre otros de la redistribución de flujos de otros terceros países del mediterráneo oriental, se está materializando en un mayor número de pernoctaciones tal y cómo se demuestra en el gráfico adjunto. Así, mientras que la llegada de turistas a Cataluña creció en

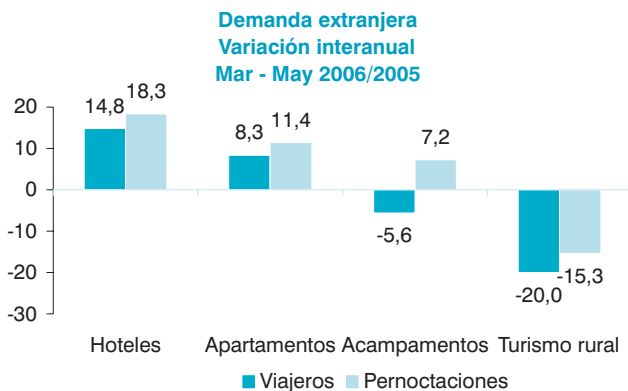
¹Período analizado para evitar distorsiones en la comparación interanual debido a la celebración de la Semana Santa en diferentes meses en los años a comparar



los meses de marzo, mayo y abril un 11,6%, las pernoctaciones en el conjunto de los establecimientos reglados de la comunidad registró un incremento interanual del 16,7%, siendo esta variación positiva para todas las categorías con la excepción del turismo rural, dónde el peso de la demanda extranjera es poco significativo.



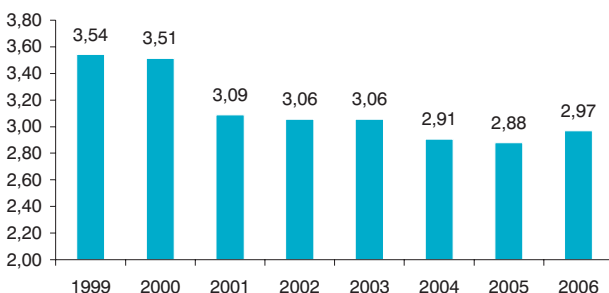
Fuente: Frontur, IET.



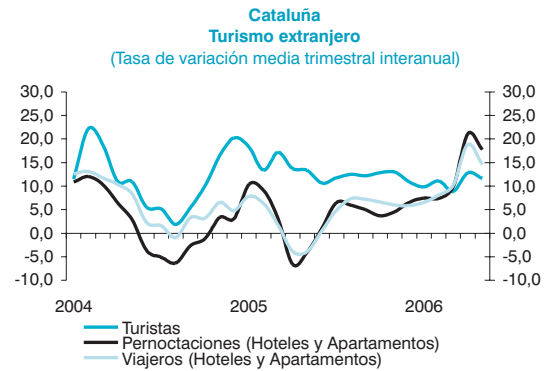
Fuente:Elaborado por Exceltur a partir INE

Estas cifras demuestran una mayor propensión en los últimos meses al uso de alojamiento reglado y una recuperación del número medio de días que los turistas extranjeros disfrutaron en estos establecimientos. De hecho, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE se observa un punto de inflexión en la tendencia a la baja de los cinco últimos años de la estancia media de los extranjeros en hoteles en Cataluña.

Estancia media de los turistas extranjeros en establecimientos hoteleros en Cataluña Mar-May 1999-2005



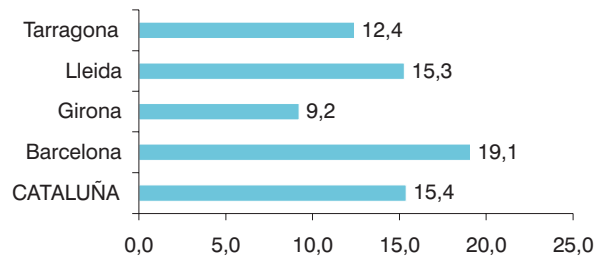
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Frontur e INE

En este marco, y según la evolución de dinero dispuesto en cajeros y los pagos con tarjetas de crédito por parte de los no residentes en las provincias catalanas, que aproxima el gasto realizado por los extranjeros durante su visita a los destinos turísticos catalanes, el impacto económico de esta afluencia de turistas extranjeros fue del 15,4% para el conjunto de Cataluña, crecimiento notable si consideramos que la llegada de turistas no residentes ascendió en el período marzo mayo al 11,6%.

Importe total de efectivo dispuesto y pagos con tarjeta de crédito de no residentes en las provincias catalanas Tasa de variación interanual. IIT 2006/2005



Fuente:4b y SERMEPA

Los cambios en las pautas de comportamiento de la demanda extranjera observados en este período de tiempo (recuperación de la estancia media, significativo avance en el número de pernoctaciones en alojamiento reglado, repunte del gasto turístico) están sin duda asociados con la mayor llegada de turistas con paquete turístico.

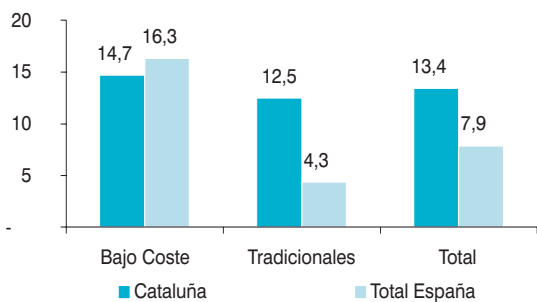
Por otro lado, el favorable registro en clave de llegada de turistas extranjeros, que en el acumulado anual ascendía a 5,1 millones de llegadas, un 12,1% más que en el mismo período de 2005, viene en gran parte explicado por el constante incremento de conexiones y frecuencias aéreas entre los aeropuertos catalanes y otros aeropuertos europeos, buena parte de ello en líneas de bajo coste, que ha facilitado y agilizado el acceso de los turistas europeos a los destinos urbanos y del litoral catalán.

En este sentido, y según la estadística del IET, en los cinco primeros meses de 2006 la entrada de pasajeros internacionales por vía aérea en Cataluña ha sido muy dinámica tanto en aerolíneas tradicionales



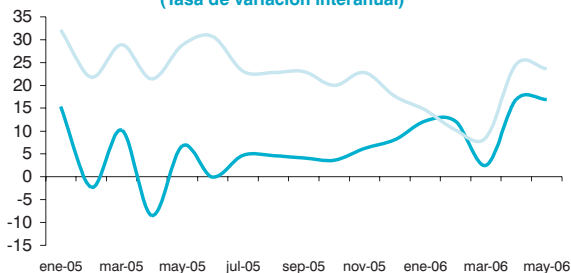
cómo en compañías de bajo coste, observándose en este período un notable estrechamiento en los diferenciales de crecimiento entre las diferentes tipologías de compañías.

ENTRADA DE PASAJEROS POR VÍA AÉREA
T.var. Interanual. %
Enero-Mayo 2006/2005



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos

Entrada de pasajeros internacionales en Cataluña por tipo de compañías
(Tasa de variación interanual)



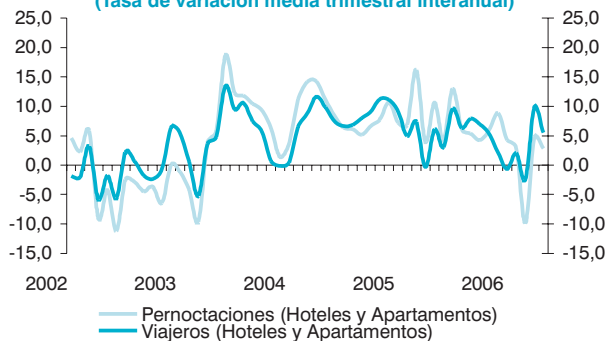
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IET

Enfriamiento en los ritmos de avance de la demanda nacional en los establecimientos hoteleros, compensado en parte por un mejor comportamiento en otras tipologías de alojamiento reglado

Por su parte la demanda nacional, y con un comportamiento divergente al acontecido en el resto de destinos turísticos españoles, ha vuelto a dar en el segundo trimestre de 2006 síntomas de enfriamiento incluso a pesar de la celebración de la Semana Santa en este trimestre. El número de pernoctaciones en los hoteles catalanes entre los meses de marzo y mayo creció un 1,4%, lo que se concretó en un estancamiento en los mismos niveles que en el año 2005 en el acumulado anual hasta mayo.

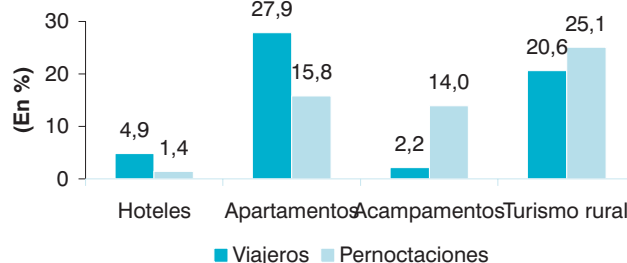
Este modesto registro de la demanda en los establecimientos hoteleros no ha sido común al resto de las tipologías de alojamiento reglado, que ha compensado el estancamiento en los hoteles de manera tal que la demanda de noches para el total del sector de alojamiento reglado entre los meses de marzo y mayo registró un incremento interanual del 5,6%, del 4,2% en el acumulado anual hasta el mes de mayo.

Cataluña
Turismo nacional
(Tasa de variación media trimestral interanual)



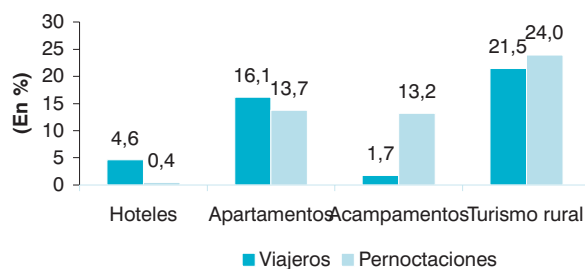
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH y EAP (INE)

Demanda nacional
Variación interanual
Mar - May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

Demanda nacional
Variación interanual
enero - mayo 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

El incremento percibido en el conjunto de la demanda ha ido acompañado de una leve recuperación en la ocupación de los hoteles catalanes y de un modesto incremento del nivel de precios lo que ha posibilitado, un trimestre más, un consenso generalizado en cuánto a la obtención de beneficios empresariales

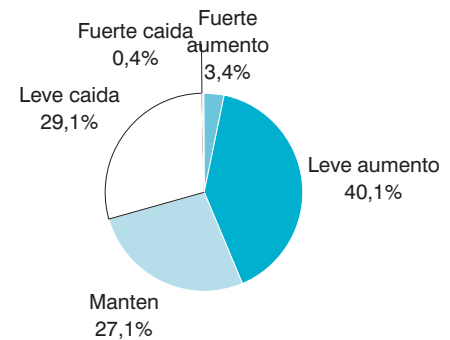
El crecimiento de la demanda total en estos meses de 2006 ha posibilitado una leve recuperación en la ocupación en los hoteles catalanes y un muy leve incremento de las tarifas hoteleras. Esta recuperación en el grado de ocupación se sigue dando en un escenario de crecimiento del número de plazas de alojamiento turístico. Efectivamente el mayor número de plazas puestas en el



mercado en el comienzo del año, que se concretó en un crecimiento del 4,8% en el acumulado hasta mayo de 2006 según datos de la EOH del INE, fue superado por el empuje de la demanda extranjera de servicios hoteleros. En concreto, los datos proporcionados por el INE para el período marzo mayo describen un significativo avance de 3,0 p.p en el porcentaje de plazas ocupadas. respecto al año anterior.

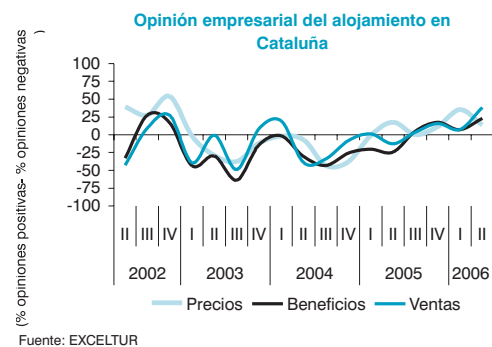
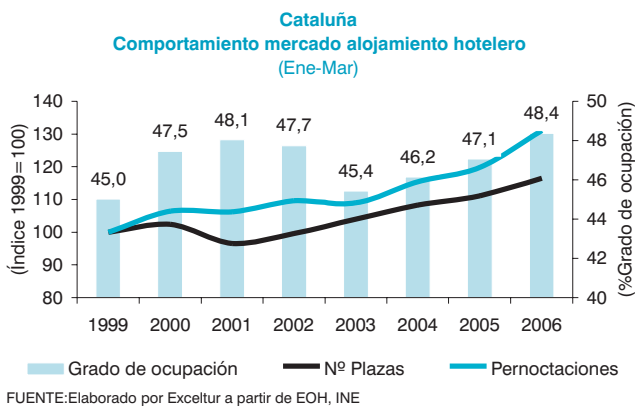
levemente respectivamente. En esta misma línea, el Índice de Precios Hoteleros del INE cifra este incremento en un tan sólo un 1,4%.

Opinión empresarial sobre los precios. Alojamiento Hotelero Cataluña. IIT 2006

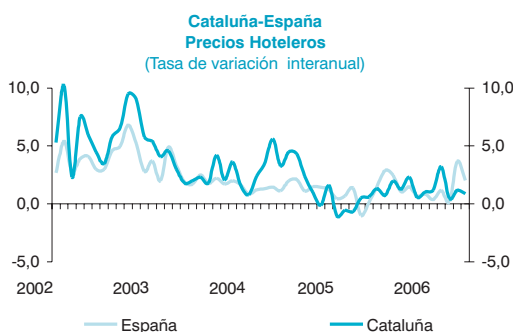


Fuente: EXCELTUR.

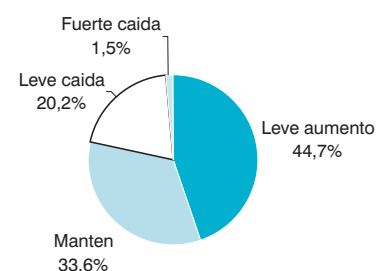
La combinación de la mejora en los niveles de ventas y grados de ocupación, con un modesto aumento de los precios, se ha materializado este trimestre en una leve mejora de las rentabilidades empresariales en el subsector hotelero consolidando la senda de recuperación de las mismas observada en el año 2005 según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. En concreto, el 44,7% de los empresarios catalanes percibieron leve aumentos interanuales en los beneficios de sus establecimientos en el segundo trimestre de 2006.



Tanto los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur como la EOH del INE ponen de manifiesto un moderado incremento de los precios. Así, el 40,1% de los gestores de establecimientos hoteleros catalanes manifestaban haber incrementado sus precios en el segundo trimestre de 2006 respecto a las tarifas del pasado año, siendo destacable que un 27,1% y un 29,1% de los mismos declaraba haber mantenido precios y reducirlos



Opinión empresarial sobre los beneficios. Alojamiento Hotelero Cataluña. IIT 2006



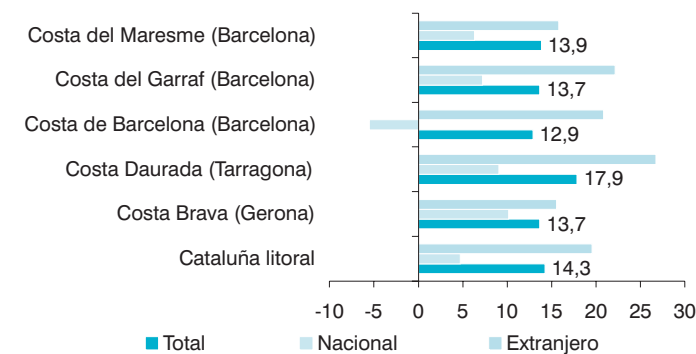
Fuente: EXCELTUR.



Significativo repunte de la actividad turística en los destinos del litoral catalán en el segundo trimestre de 2006

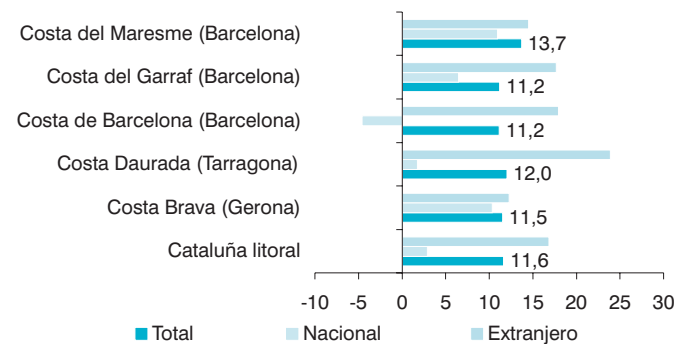
Tras un dubitativo comienzo de año de la actividad turística en las zonas del litoral catalán el impulso que ha ejercido la demanda extranjera en los meses de marzo, abril y mayo de 2006 y la recuperación de cierto vigor de la demanda nacional, con especial incidencia en la Costa Brava y la Costa Daurada, han consolidado la recuperación del devenir turístico en estas zonas en el ecuador del año. De hecho, las pernoctaciones en los establecimientos localizados en estos destinos registraron un incremento interanual del 14,3% en el período marzo-mayo de 2006, que se tradujo en una variación positiva interanual del 11,6% en el acumulado anual hasta mayo, lo que representa 1,1 millones de pernoctaciones más que en el mismo período del año anterior, el 90,1% de las misma de demanda extranjera.

Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Tasa de variación interanual. Mar-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH; INE

Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Tasa de variación interanual. Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH; INE

En este marco de avance de las ventas, un 57,6% de los gestores de establecimientos hoteleros del litoral catalán manifestaban haber elevado levemente las tarifas en sus hoteles según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, lo que ha repercutido de manera favorable en una variación positiva interanual

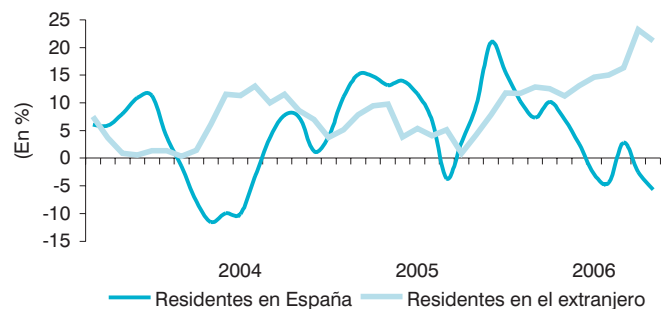
de los beneficios empresariales en el segundo trimestre de 2006, según el 45,6% de los empresarios hoteleros catalanes del segmento vacacional.

La ciudad de Barcelona sigue dinamizando la actividad turística en el conjunto de la comunidad

El devenir turístico en este segundo trimestre de 2006 en Cataluña ha vuelto a contar con el tirón de la ciudad de Barcelona, que se sigue consolidado trimestre a trimestre como unos de los destinos de mayor atracción y crecimiento de la demanda del turismo urbano europeo. El constatado éxito se ha manifestado en un incremento del 11,6% en el acumulado hasta el mes de mayo en el número de pernoctaciones hoteleras.

En este punto cabe hacerse notar, la marcada desaceleración de llegada de viajeros y pernoctaciones de españoles desde el ecuador del año 2005 que se ha concretado en una caída interanual del 4,8% en el número de noches disfrutadas por los españoles en los hoteles barceloneses en los cinco primeros meses de 2006. Segmento de demanda que en el último año representaba el 25,6% del total de las pernoctaciones hoteleras en la ciudad condal.

Comportamiento de la demanda en alojamiento hotelero en la ciudad de Barcelona
(Tasa de variación media interanual trimestral)



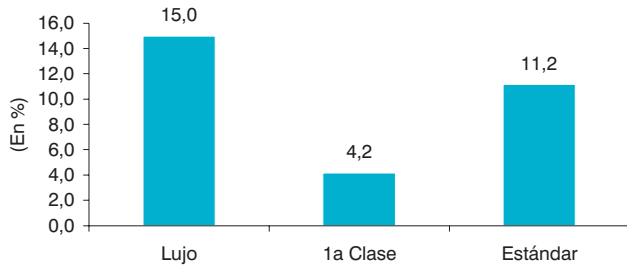
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Sin perjuicio de lo anterior, el excepcional comportamiento de la demanda extranjera en este primer semestre de 2006 ha posibilitado a los gestores de estos establecimientos elevar ligeramente sus tarifas según pone de manifiesto los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur y los datos de la consultora MHI Turismo. En concreto, el 44,5% de los empresarios hoteleros en Barcelona manifestaron haber incrementado ligeramente los precios en el segundo semestre de 2006.

Este incremento de tarifas fue común a todos los hoteles de mayor categoría según los datos de la consultora MHI Turismo, siendo especialmente intenso en los hoteles de lujo y los de categoría estándar. El incremento de las tarifas que ha venido acompañado del avance en los niveles de ocupación de estos hoteles, ha posibilitado un nuevo incremento de la rentabilidad empresarial tras las caídas sufridas en los últimos tres años.

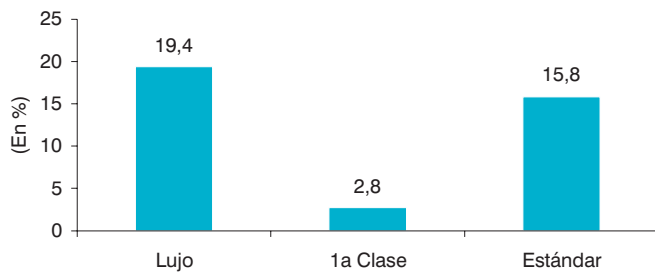


Hoteles BARCELONA
Precios
Tasa de variación interanual. Ene-May 2006/2005



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de MHI Turismo

Hoteles BARCELONA
RevPAR: Ingresos por habitación disponible
Tasa de variación interanual. Ene-May 2006/2005



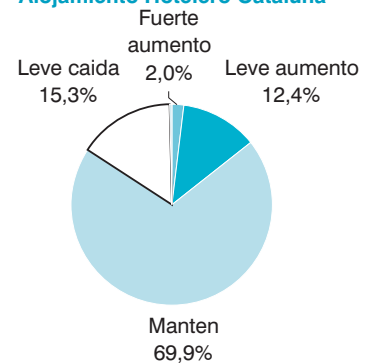
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de MHI Turismo

Los empresarios hoteleros catalanes se muestran cautos en cuanto al posible comportamiento de la actividad turística en el tercer trimestre de 2006

En el ecuador del año turístico 2006, los gestores de los establecimientos hoteleros de los destinos turísticos catalanes se muestran cautos en cuanto al tercer trimestre de 2006, que cubre los principales meses del verano, estimando la mayoría de ellos que tanto las ventas como la rentabilidad empresarial se mantendrán en niveles similares a los del mismo período de tiempo de 2005.

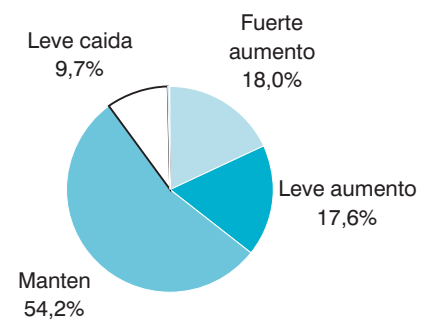
En concreto, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, el 69,9% de los gestores de alojamiento hotelero esperan que en el tercer trimestre de 2006 se igualen los niveles de facturación del mismo período de 2005, manifestándose ligeramente más optimistas en cuanto a la mejora de los beneficios empresariales, configurando en cualquier caso el número mayoritario aquellos que estiman igualmente que la rentabilidad empresarial se mantendrá en niveles de 2005.

Opinión empresarial sobre las ventas previstas para el III Trimestre de 2006
Alojamiento Hotelero Cataluña



Fuente: EXCELTUR.

Opinión empresarial sobre los beneficios para el III Trimestre de 2006
Alojamiento hotelero Cataluña



Fuente: EXCELTUR.



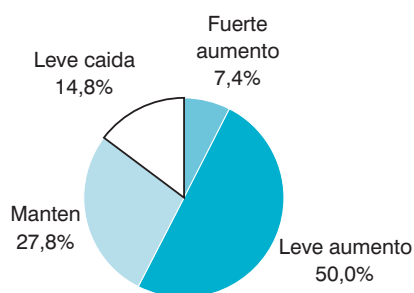
4.5. Comunidad Valenciana

Los niveles de confianza empresarial en el ecuador del año turístico 2006 en la Comunidad Valenciana se mantienen en valores positivos debido fundamentalmente a las buenas expectativas para la temporada de verano y al avance de la demanda nacional en el segundo trimestre del año, en el que se ha evidenciado un generalizado incremento de la rentabilidad empresarial

El segundo trimestre turístico del año 2006 para la Comunidad Valenciana ha venido marcado por un moderado registro en la evolución de las ventas en los establecimientos hoteleros según los principales indicadores de demanda. En efecto, según el 50,0% de los gestores de alojamiento hotelero de la comunidad las ventas en los meses de abril, mayo y junio crecieron levemente respecto a los niveles del mismo período del año anterior, revelando un 7,4% de los empresarios un fuerte incremento de las mismas.

Tal y cómo reflejan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, existe un mayor grado de consenso entre los profesionales del sector en cuanto al incremento de las ventas a turistas españoles. Así, según la opinión del 52,0% de los encuestados las ventas a turistas españoles en el segundo trimestre de 2006 crecieron interanualmente. Este registro contrasta con aquellos que percibieron un estancamiento y leve caída de sus ventas a los turistas extranjeros (43,8% y 18,8% respectivamente), especialmente, cómo veremos más adelante en los hoteles vacacionales del litoral.

Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento Hotelero Co. Valenciana. IIT 2006



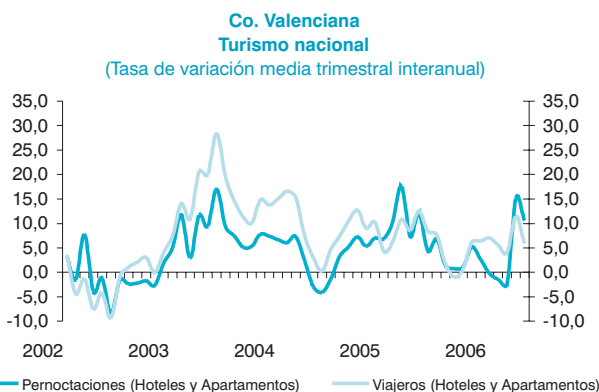
Fuente: EXCELTUR.

Se acentúa la senda de crecimiento de la demanda española en contraste con el retroceso experimentado por la demanda extranjera en las zonas turísticas del litoral de las tres provincias

En esta misma línea, la EOH del INE describe para los meses de marzo, abril y mayo de 2006 una variación interanual positiva del número de noches disfrutadas por los españoles en alojamientos hoteleros localizados en los diversos destinos de las tres provincias

valencianas lo que supone un punto de inflexión en la senda de desaceleración experimentada desde el ecuador del año 2005. Así, el incremento de las pernoctaciones de españoles en marzo, abril y mayo de 2006 respecto al mismo período del año anterior se concretó en un 9,7%. En el acumulado hasta el mes de mayo de 2006 se registró subida del 7,5% respecto al mismo intervalo de tiempo de 2005.

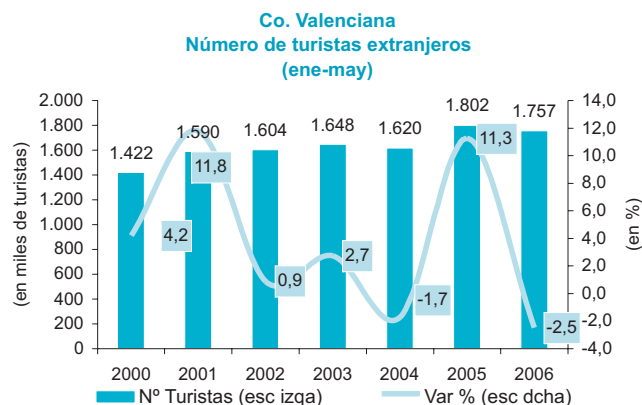
Por otro lado, los síntomas de enfriamiento de la demanda extranjera



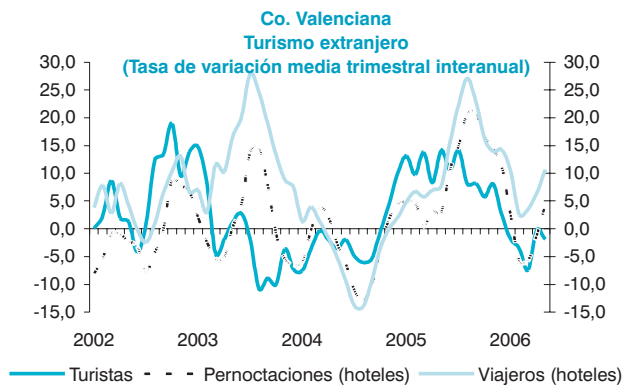
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH y EAP (INE)

que ya se percibían en el arranque del año turístico 2006 se han constatado en el segundo trimestre del año. Efectivamente, el número de llegada de turistas extranjeros a la Comunidad Valenciana entre enero y mayo de 2006 descendió un 2,5% según los datos de la estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) elaborada por el IET.

Esta menor llegada de turistas se ha materializado en una caída interanual del 1,3% de las pernoctaciones en los hoteles de la comunidad en el mismo período. No obstante, en el mes de mayo se aprecia cierto repunte de la demanda de extranjeros en los establecimientos hoteleros de la comunidad, dato que permite anticipar una posible dinamización de la demanda extranjera para la temporada de verano asociada a las rentas de seguridad de España y a la redistribución de flujos turístico hacia la Comunidad Valenciana versus otros destinos competidores del mediterráneo oriental.

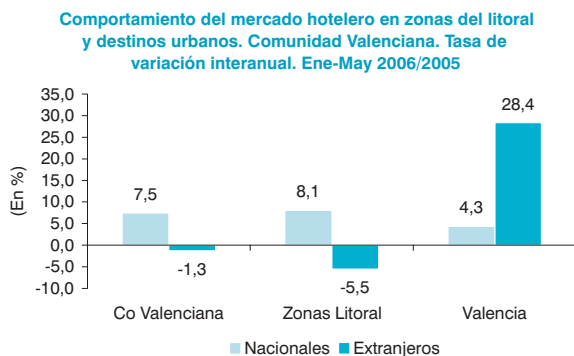


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Frontur, IET.



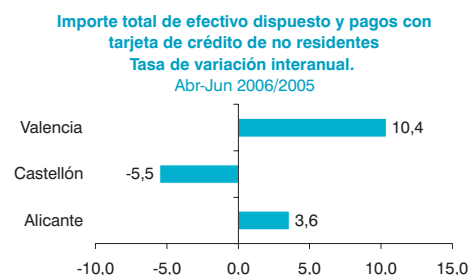
Fuente: Elaboración Exceltur a partir Frontur e INE

El estancamiento de la demanda extranjera en establecimientos hoteleros se ha concentrado en los destinos turísticos de la costa de Alicante, Castellón y Valencia. De hecho, según la EOH del INE el número de pernoctaciones de extranjeros en la Costa Azahar, Costa Blanca y Costa Valencia descendieron en su conjunto un 5,5%. Este devenir contrasta con el dinamismo observado de la demanda de no residentes en la ciudad de Valencia, que en el acumulado anual hasta mayo registraba un crecimiento interanual del 28,4% en el número de noches disfrutadas por turistas extranjeros en los hoteles de la ciudad.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

La información relativa al desembolso y retirada de efectivo con tarjetas de crédito VISA, Master Card en el segundo trimestre de 2006 por provincias, revela igualmente un dispar comportamiento de la demanda extranjera en los diferentes destinos de la Comunidad Valenciana. De hecho, este indicador experimentó un crecimiento respecto a los mismos meses de 2005 del 10,4% en la provincia de Valencia, dónde se ubican los establecimientos turísticos con el balance más favorable en este segundo trimestre de 2006, mientras que Alicante mostraba un aumento más moderado (3,6%) y en Castellón se observaba una caída del 5,5%.

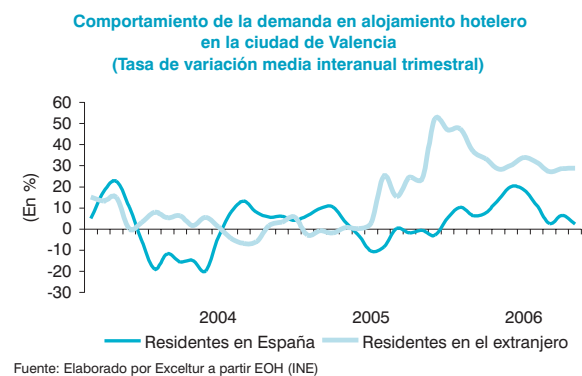


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de 4b y SERMEPA

La hotelería urbana de Valencia ha saldado el segundo trimestre del año con un balance significativamente positivo muy favorecida por la celebración de las prerrogas de la Copa de América

Al igual que se ha observado para el conjunto nacional, dónde diversos destinos turísticos urbanos han experimentado un excelente primer semestre, la evolución del conjunto de indicadores de demanda en la ciudad de Valencia ratifica de nuevo en el ecuador de 2006 el intenso dinamismo y atractivo turístico de la ciudad y la elevada capacidad de generación de efectos socioeconómicos multiplicadores en términos de valor añadido y empleo para su economía municipal.

Efectivamente, según los datos de la EOH para la ciudad de Valencia, el número de pernoctaciones creció un 12,9% en los cinco primeros meses de 2006 respecto al mismo período de tiempo en 2005, gracias fundamentalmente de la demanda extranjera, que registró como ya se ha mencionado una variación positiva interanual del 28,4%.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Sin duda, ello es resultado de la acertada apuesta y esfuerzo inversor realizado por empresas y las diversas administraciones públicas valencianas en la continua mejora del atractivo y reposicionamiento "multiproducto" de la ciudad de Valencia asociado entre otros a los nuevos iconos y obras arquitectónicas emblemáticas y a la celebración de eventos singulares a nivel nacional e internacional, que han posicionado a la ciudad de Valencia como uno de los principales destinos urbanos españoles junto a Barcelona y Madrid.

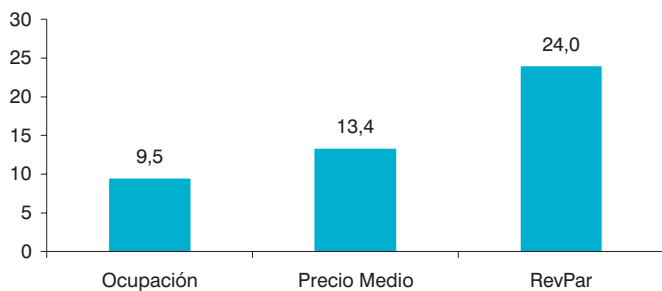
En este ámbito, la visita del Papa en el mes de julio y la celebración de las prerrogas de la Copa de América se configuran como los máximos exponentes de los grandes eventos celebrados en 2006. Las primeras estimaciones elaboradas por la Conselleria de Turisme de la Generalitat relativas al impacto económico de la celebración de las mismas se concretan en 140 millones de euros. En concreto, la celebración de los actos X y XI, del 11 al 21 de mayo, y XII, del 22 de junio al 2 de julio, se estima que supuso la llegada de más de 100.000 turistas, con un volumen de negocio superior a los 70 millones de euros.

El excelente devenir de la actividad turística en Valencia ha posibilitado a los gestores de los establecimientos hoteleros de la ciudad elevar sus tarifas y mejorar significativamente los niveles de ocupación. En este marco, los datos de la consultora MHI Turismo hasta el mes de

mayo reflejaban una notable mejora en los Ingresos por habitación disponible en los hoteles de categoría superior de la ciudad de Valencia.

En la misma línea, y según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 76,9% de los empresarios valencianos del subsector de hotelería urbana percibieron un incremento de sus beneficios en los meses de abril, mayo y junio de 2006, cuantificando el 23,1% de ellos este incremento cómo fuerte.

Comportamiento hotelero en la Ciudad de Valencia
Variación interanual en %. Ene-May 2006/2005

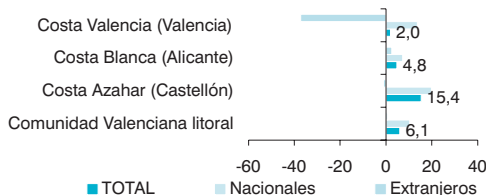


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

Favorable comportamiento de la actividad turística en las zonas turísticas del litoral durante el segundo trimestre de 2006 gracias al tirón de las ventas del mercado nacional

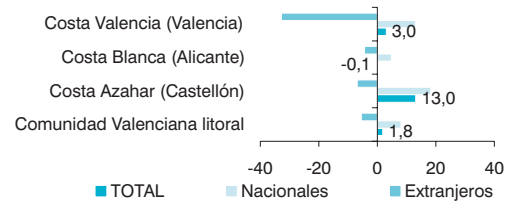
En cuanto a la actividad turística en el segundo trimestre de 2006 en las zonas turísticas de litoral de las tres provincias de la comunidad, destaca el favorable comportamiento de la demanda nacional gracias en parte a la celebración de la Semana Santa en el mes de abril. En la Costa Azahar se ha experimentado un excelente segundo trimestre de 2006 debido sobre todo debido al positivo comportamiento de la demanda española, que en el último año suponía el 84% del total de su demanda. En la Costa de Valencia, aún cuándo cuenta con una estructura de demanda similar, la intensa caída de las pernoctaciones extranjeros ha drenado significativamente a la baja el cómputo total de pernoctaciones hoteleras. Por otro lado, en la Costa Blanca, y con una dependencia similar del mercado extranjero y del español, la mejora percibida en la demanda nacional y extranjera en el segundo trimestre de 2006 ha compensado el débil comienzo de año.

Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Mar-May 2006/2005
(Tasa de variación interanual)



Fuente:Elaboración Exceltur a partir EOH (INE)

Pernoctaciones en alojamiento hotelero por zonas turísticas
Ene-May 2006/2005
(Tasa de variación interanual)



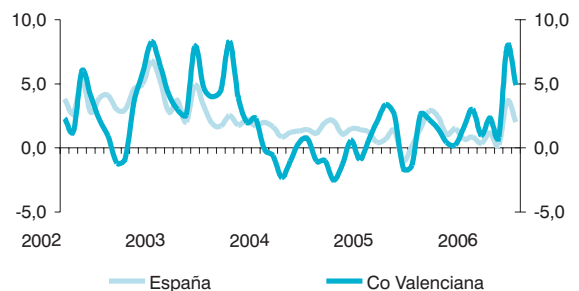
Fuente:Elaboración Exceltur a partir EOH (INE)

El positivo avance de la demanda ha ido acompañado del incremento del nivel de precios lo que ha posibilitado cierta mejora de los beneficios empresariales

Este disímil comportamiento de la demanda según destinos, que cómo se ha apuntado anteriormente se concretó en un positivo avance de los niveles de ventas manifestada por los gestores de los hoteles de la Comunidad Valenciana, se ha producido en un contexto marcado por un crecimiento interanual de las tarifas. En concreto, según el IPH del INE los precios en los establecimientos hoteleros de la comunidad crecieron un 3,4% en media en los meses de enero y mayo de 2006.

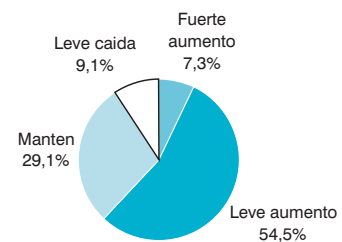
En esta misma línea, el 54,5% de los empresarios del subsector hotelero manifestaron haber incrementado levemente los precios respecto a los niveles al primer trimestre de 2005, y un 7,3% de los mismos revelaron que esta subida de tarifas fue fuerte.

Co. Valenciana-España
Precios Hoteleros
(Tasa de variación interanual)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPH, INE

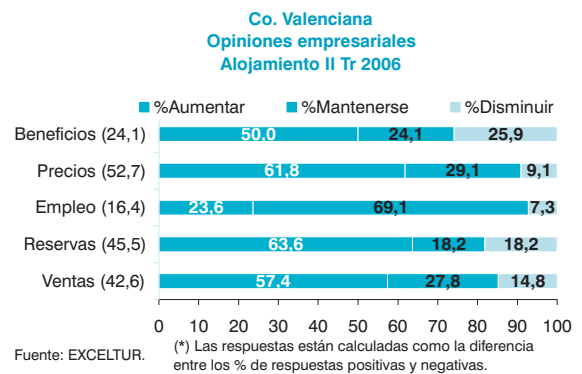
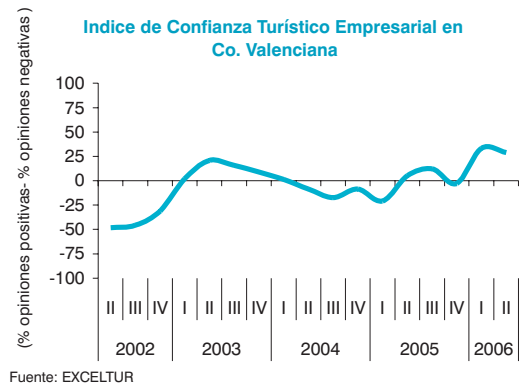
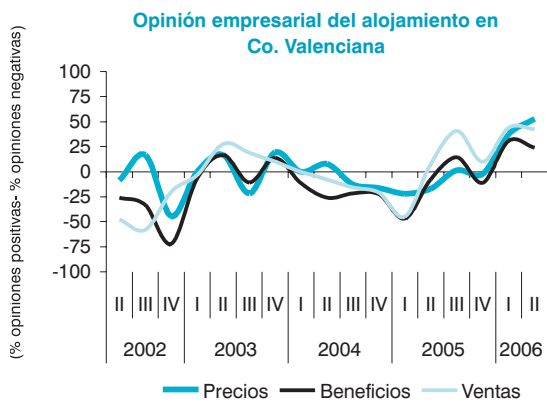
Opinión empresarial sobre los precios.
Alojamiento Hotelero Co. Valenciana. IIT 2006



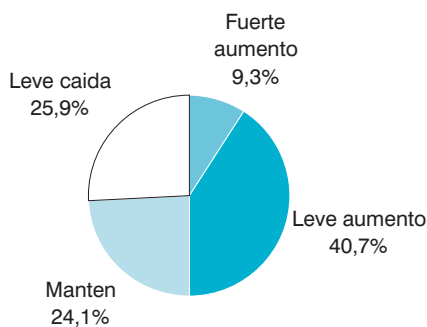
Fuente: EXCELTUR.



La combinación del avance en los niveles de ventas y el aumento de los precios se ha materializado este segundo en un elevado consenso en cuanto a la recuperación de las rentabilidades empresariales en el subsector hotelero, manteniéndose en la senda de beneficios iniciada en el último trimestre del año 2006. Así, la mayoría de los encuestados (50,0%) manifestaron haberse incrementado sus niveles de rentabilidad empresarial respecto a los experimentados en el segundo trimestre de 2006, sí bien es cierto, que a la hora de cuantificarlos la mayoría lo hace cómo leve.



Opinión empresarial sobre los beneficios. Alojamiento Hotelero Co. Valenciana. IIT 2006



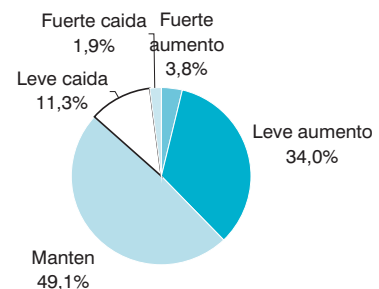
Fuente: EXCELTUR.

Se mantienen los niveles de confianza empresarial debido a las favorables expectativas en clave de ventas, reservas y beneficios para el tercer trimestre de 2006

En este marco, las favorables expectativas entre los profesionales del sector de cara al tercer trimestre de 2006 han supuesto un avance en los niveles de confianza empresarial que recogerá los efectos de la reciente visita papal en la primera semana del mes de julio. Así, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur registró uno de los valores máximos desde el comienzo de la serie en el año 2002.

En efecto, las expectativas de cara al segundo trimestre entre los empresarios del subsector de alojamiento hotelero son de signo positivo, aunque exista un elevado porcentaje de profesionales que se muestran todavía cautos. A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, el 86,8% de los gestores de alojamiento hotelero esperan que en los meses de julio, agosto y septiembre de 2006 se igualen o mejoren los niveles de facturación del mismo período de 2005, manifestándose igual de optimistas en cuanto a la mejora de los beneficios empresariales (sólo el 20,0% de los empresarios esperan pérdidas para el próximo trimestre).

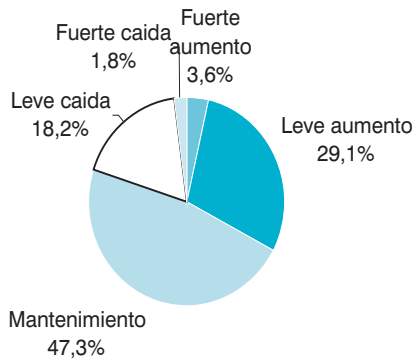
Opinión empresarial sobre las ventas previstas para el III Trimestre de 2006 Alojamiento Hotelero Co. Valenciana



Fuente: EXCELTUR.



**Opinión empresarial sobre los beneficios
para el III Trimestre de 2006
Alojamiento Co. Valenciana**



Fuente: EXCELTUR.

7 Perspectivas turísticas

1. El escenario económico para 2006 e implicaciones generales para el año turístico en España

El año 2006 se perfila positivo para el turismo español, gracias a las rentas de seguridad de España y favorable escenario económico global de los principales mercados emisores europeos y del propio mercado interno, por el dinamismo de la economía española

El vigor mostrado por la economía mundial durante el primer semestre de 2006 permite consolidar para el conjunto del año una tasa de crecimiento del PIB global cercana al 5%, que se trasladará en la misma medida a la demanda turística, según las previsiones manejadas por la OMT. Al mismo tiempo, las perspectivas para 2007 siguen siendo favorables para la economía mundial, si bien se prevé que los países desarrollados experimentarán una modesta desaceleración.

En el tiempo transcurrido de lo que va de año han mejorado de manera generalizada las perspectivas macroeconómicas para los principales países emisores de turistas hacia España. En esta línea Alemania y Holanda han visto reevaluado al alza su tasa de crecimiento en cinco y seis décimas respectivamente y lo mismo ha sucedido con el consumo privado. La buena noticia es que estas mejores perspectivas para el conjunto del presente año se están materializando en su primera mitad, en forma de mejores indicadores de actividad, consumo y empleo hasta mayo.

Como ya se ha apuntado en este Informe, las entradas y pernoctaciones de turistas procedentes de los principales países emisores han mejorado en su conjunto, para el periodo enero-mayo, siendo destacables el caso de Italia, por su fortaleza, y Alemania, por

la progresiva mejoría iniciada ya en el año precedente. Para el conjunto del año turístico en España, y en especial para la campaña de verano, en lo que se refiere a los grandes mercados emisores, cabría observar, pues, un comportamiento reforzado de este primer semestre estimulado por el mejor comportamiento, respecto a lo inicialmente previsto, de las economías de estos países. Con todo, la economía de la euro zona se encuentra posiblemente en su techo de crecimiento, alrededor del 2%, según insisten los organismos internacionales y la propia Comisión de la UE.

La economía española, por su parte, parece que cumplirá con creces unas expectativas de crecimiento que siguen centradas en el 3,3% para 2006, lo que anticipa un mantenimiento del dinamismo de la demanda turística del mercado nacional para este año, aunque mostrando señales de desaceleración a finales del mismo. Esta desaceleración pudiera comenzar a trasladarse al gasto turístico en el último trimestre del año, lo que comenzaría a afectar a la compra de viajes. En este sentido, ya se han sumado algunas voces desde instituciones como el Banco de España sobre el más que probable aterrizaje suave del consumo de los hogares españoles en un futuro de corto y medio plazo.

Por otra parte, frente a las perspectivas ya comentadas en el número anterior acerca de los crecientes riesgos globales, referidos al precio del petróleo y al endurecimiento de las condiciones monetarias para aplacarlo, sigue sin materializarse plenamente la temida inflación de segunda ronda a medida que las alzas de los costes energéticos se trasladan a toda la estructura de precios de la economía. Ello hace que el endurecimiento monetario, que se preveía más intenso tan sólo hace un trimestre, se haya contenido algo más recientemente. En este contexto se descuenta que los principales bancos centrales, con la excepción del Banco de Inglaterra, decidan aumentos de $\frac{1}{4}$ de punto porcentual en sus respectivos tipos de intervención en agosto.

El sólido desempeño de la economía mundial y española y la ya constatada mejoría de la zona euro auguran el mantenimiento para España de un buen año turístico en términos de volumen total de demanda, que todavía está por ver si se trasladará con la misma intensidad sobre los indicadores de ingresos, especialmente en el

Perspectivas macroeconómicas en los mercados emisores

	2005		2006 (prev.)	
	PIB	Cons. Privado	PIB	Cons. Privado
Alemania	0,9%	0,0%	1,7%	1,2%
Francia	1,4%	2,1%	1,9%	2,1%
Italia	0,0%	0,1%	1,3%	1,0%
Holanda	1,1%	0,3%	2,6%	-2,1%
Portugal	0,3%	2,0%	0,9%	1,2%
Reino Unido	1,8%	1,7%	2,4%	1,9%

Fuente: Comisión Europea



caso del turismo extranjero. En este comportamiento volverán a jugar un papel importante factores que subyacen en el devenir del año y entre los que hay que destacar:

Factores geopolíticos y naturales:

- Una vez más han de constatarse, desgraciadamente, atentados en países competidores que han perjudicado su posición competitiva, como los de Semana Santa en Turquía, del mar Rojo en Egipto a finales de abril y de Bombay en la India a principios de julio. Esta inestabilidad afecta especialmente al turismo procedente de los principales países europeos que se reorienta hacia los destinos considerados más seguros de la propia Europa y, entre ellos, progresivamente hacia España. Siendo cierto que el turismo mundial esta aprendiendo a convivir con tan terribles acontecimientos, elige preferentemente cada vez destinos más seguros. Esta será la tónica un año más en 2006 y volverá a explicar buena parte del crecimiento de la llegada de turistas extranjeros hacia España de las modalidades de paquete y alojamiento y hotelero.
- Los riesgos geo-estratégicos han jugado un papel también en lo que va de 2006, desde la escalada por la cuestión nuclear iraní en abril, que disparó el precio del petróleo hasta su record de entonces, hasta la "crisis de los misiles" norcoreanos de principios de julio y el actual conflicto del Líbano. Se empieza a percibir que una adecuada negociación, podría resolverlas, pero seguiremos asistiendo a "tiras y aflojas" no exentos de consecuencias económicas sobre los mercados financieros y el precio del petróleo.
- Otros sucesos, como una complicada estación de huracanes y la gripe aviar, subsisten en el trasfondo de lo que, en ausencia de otras sorpresas, se traducirá en un año turístico mejor que el precedente.

En el momento actual no se anticipan factores de calado que puedan enturbiar las buenas perspectivas para la demanda turística española

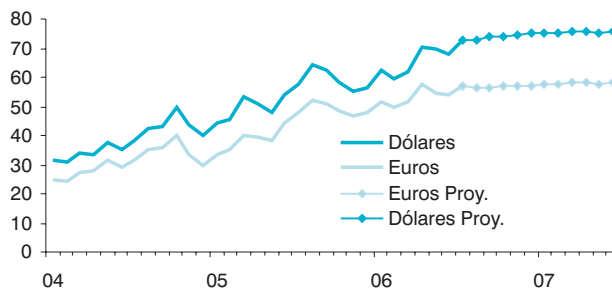
Factores Económicos

- En el plano económico global, como ya se ha mencionado sigue sorprendiendo la aparente flexibilidad con la que las economías conviven con los elevados precios del petróleo y esta seguirá siendo la tónica en 2006. En Europa la digestión de subidas del precio del petróleo serán más sencillas en un escenario de esperada depreciación del dólar respecto al euro. Más que un estrangulamiento de la actividad por esta causa, sería un progresivo agotamiento de la prolongada expansión de las economías en los últimos 12 años, lo que llevase a un cambio de ciclo, lo que no sucederá en 2006.

Según las previsiones de los principales casos de análisis, el precio del crudo se situará en la segunda mitad del año

alrededor de los 74 dólares por barril, muy cerca de los máximos registrados en el mes de junio. Al haberse reducido la tensión con Irán sobre su programa nuclear, un escenario de mayores precios no parece tan probable como a principio del año, pero no son descartables sorpresas al alza como la estos últimos días por el conflicto de Oriente Medio. Para el caso de la zona euro, la apreciación que esperamos de la divisa común mitigará el efecto de la subida del precio en dólares, pero no dejará de situar el crudo y sus derivados en un nivel apreciablemente mayor que en el primer semestre del año, con los consiguientes efectos sobre los operadores turísticos más directamente afectados: las aerolíneas.

Evolucion del precio del petróleo en Dólares y Euros

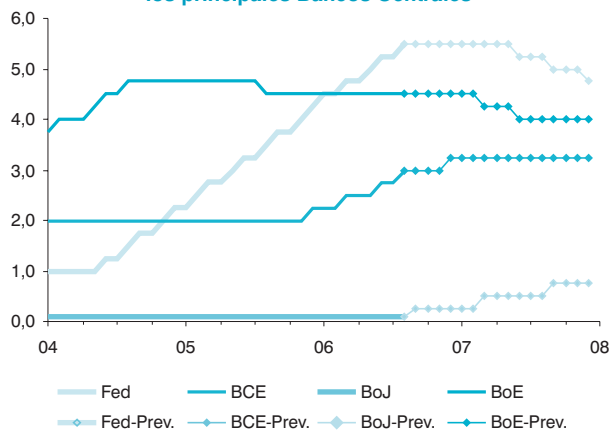


Fuente: Elaborado por AFI a partir de Ecwin y previsiones propias

- Por su parte, los tipos de interés, que se espera subirán algo en lo que queda de año, están llamados, hoy por hoy a moderar su escalada al poco de iniciarse el próximo año, con los consiguientes alivios para los hogares y su capacidad de gasto. Así, parece que los avances decididos en junio por el BCE y la Fed se han dado en un contexto de menor tensión inflacionista de la que se constataba hace tan sólo un trimestre y las expectativas en estos momentos son algo más moderadas.

Con todo, si nos atenemos a lo que los mercados financieros descuentan en sus tipos a plazo negociados en los diferentes instrumentos, quedaría un cierto recorrido para subidas de los tipos en la zona euro, los Estados Unidos y Japón. Las previsiones son que el BCE subirá en agosto y diciembre 1/4 de

Tipos de interés observados y previstos para los principales Bancos Centrales



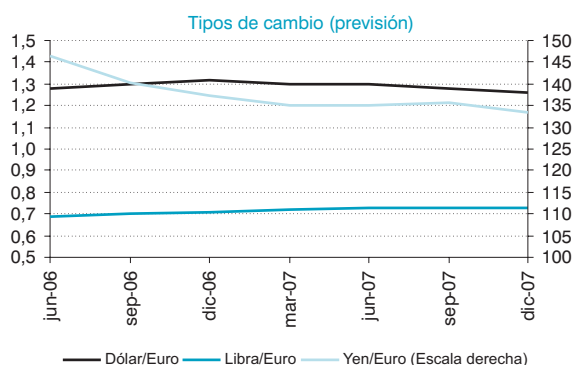
Fuente: Elaborado por AFI a partir de Ecwin y previsiones propias



punto porcentual en cada ocasión para llevar el actual 2,5% hasta el 3%, la Fed subirá también en agosto ¼ de punto hasta el 5,5% manteniéndose así hasta entrado 2007, el Banco de Inglaterra no moverá el actual 4,5% en lo que queda de año.

- Las divisas, por su parte, disminuirán su riesgo de oscilaciones apreciables a medida que los tipos de interés se moderan, pero es previsible que el euro se apreciará algo frente al dólar y la libra en los próximos trimestres. Ello encarecerá en cierta medida la oferta turística española en el mercado inglés, pero no de manera generalizada ni, probablemente, en lo que queda de ejercicio. Con estos condicionantes el panorama cambiario no debería alterar de manera significativa las decisiones de los turistas, al menos en lo que queda de año. El dólar, está llamado a consumir una tendencia depreciadora, limitada, sin embargo, hasta situarse sobre las 1,32 unidades por euro, frente a las 1,28 actuales, una caída del 3%.

Este movimiento de divisas, que, ya se ha comentado, atemperará modestamente nuestra factura energética, no afectará significativamente ni a los precios relativos de los servicios turísticos de los países competidores cuyas monedas están ligadas a la divisa americana (peso mejicano, asiáticas), ni a los de los países cuyas monedas siguen más de cerca al euro (norte de África, Turquía, costa adriática). La libra, por su parte, podría depreciarse otro 3% frente al euro de aquí a finales del año, lo que tampoco provocaría efectos significativos en las decisiones de los turistas de este país respecto a sus viajes a los países de la zona del euro, entre ellos a España, ya que ni la temporalidad ni la magnitud afectaría al coste en euros de las reservas, ya establecidas y en buena medida pagadas, para los viajes desde ese país en los próximos meses.



Dados estos desarrollos, el año turístico global en 2006 debería ser, al menos, como en el ejercicio precedente. En lo que se refiere a España, el mal arranque de los dos primeros meses del año, que constatábamos nuestro último informe, se ha visto compensado por crecimientos muy positivos en el resto del semestre recién transcurrido tanto en las entradas de turistas y pernoctaciones, procedentes de prácticamente todos los mercados emisores, especialmente desde Italia. El mundial de Alemania no parece habernos provocado un efecto desfavorable en cuanto al turismo extranjero. Este patrón, para el caso español, se verá reforzado con el comportamiento del turismo doméstico, claramente sensible a la buena marcha de las variables económicas españolas ya comentadas.

2. Previsiones de demanda y PIB turístico para España

Las previsiones de Exceltur permiten anticipar un año 2006 donde se alcanzarán los 58 millones de llegadas de extranjeros, con un aumento de las pernoctaciones en hoteles cercanas al 5%, pero donde volverán a caer los ingresos reales por turismo extranjero y los ingresos medios por turista.

En este escenario propicio para el sector turístico español con un contexto geopolítico favorable y a pesar de los riesgos latentes materializados en el incremento del precio del petróleo, lo cierto es que las previsiones sobre las principales variables de volumen de demanda turística son positivas, mientras las relativas al gasto de los extranjeros no auguran, una vez más, el cierre de un buen año.

Ante el buen comportamiento esperado para el verano, todo parece apuntar que cerraremos un año con una mayor llegada de turistas extranjeros que podría llegar a superar los 58 millones de llegadas a cierre de 2006, con un crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras del 4,8%, lo que supone un ajuste al alza de 3 puntos respecto a las previsiones que presentamos en enero de este año. La mayor redistribución hacia España observada hasta la fecha desde otros países competidores de la tipología de turista consumidor de paquete con hotel contratado en origen y las previsiones de que se incremente en verano, junto con el creciente atractivo de las zonas urbanas y de interior, están detrás del buen comportamiento esperado de las pernoctaciones en hoteles para el conjunto del año. De alcanzarse esta previsión, las pernoctaciones en hoteles por parte

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

	2001	2002	2003	2004	2005	2006(p)
	%	%	%	%	%	%
ISTE (PIB turismo)	1,7	-0,1	1,6	2,7	3,2	3,0
Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)	5,5	-1,9	4,4	3,8	5,8	1,2
Ingresos por turismo/turistas (euros)	0,9	-6,1	7,5	0,7	-0,3	-3,5
Total llegada turistas extranjeros	4,6	4,5	-2,8	3,1	6,1	4,9
Pernoctaciones hoteleras	0,7	-2,7	2,5	2,9	4,7	5,2
Residentes en España	2,2	1,6	5,4	9,6	6,4	5,6
No residentes	-0,2	-5,3	0,7	-1,6	3,4	4,8

(p) Previsiones Exceltur

Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España



de extranjeros consolidarían la senda de elevación que ya se inició el pasado año, con un crecimiento por encima del 3,3% que se alcanzó entonces.

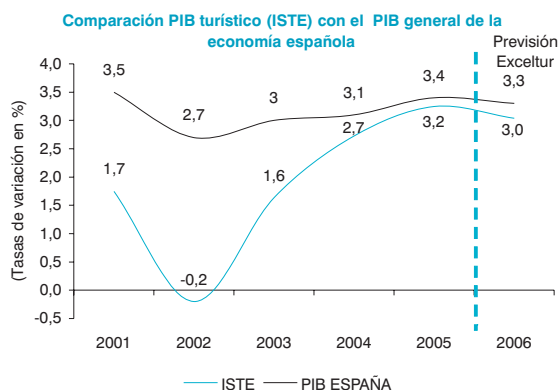
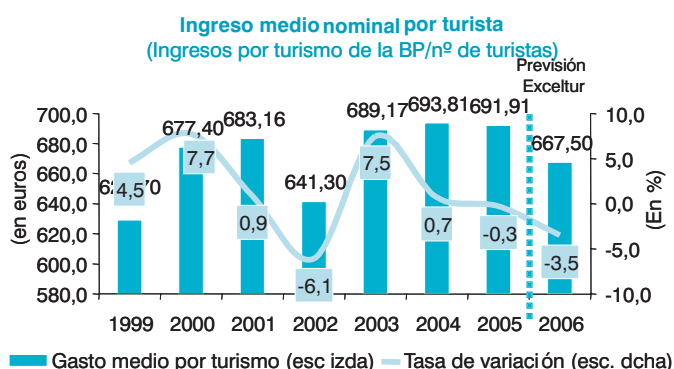
Si bien es cierto que esta tendencia de crecimiento del perfil de turista extranjero consumidor de la oferta hotelera debiera tener un efecto positivo sobre los destinos ya que las estadísticas oficiales lo sitúan como los que mas gastan, el mayor crecimiento esperado de la llegada de turistas extranjeros usuarios de casas propias o cedidas por familiares o amigos y las llegadas por carretera y en compañías "low cost", caracterizadas todas ellas por un menor gasto por turista y día, junto al mantenimiento de la caída en la estancia media, no se espera que se produzca en este año un positivo comportamiento de los ingresos turísticos extranjeros para España. Nuestras previsiones sitúan el crecimiento a final de año del total de los ingresos por turismo extranjero en el 1,2%, que de mantenerse los niveles de inflación supondría una caída en términos reales del 2,2%.

Una caída de esta magnitud cuando el número de llegadas de turistas se espera siga creciendo a tasas cercanas al 5% en el cierre de este año 2006, estaría reflejando una nueva reducción del ingreso medio nominal por turista del 3,4% que en términos reales alcanzaría el 7,1%, dando continuidad a una tendencia que de manera continuada se produce desde 1999 y que ha generado que en 7 años cada turista extranjero gaste en términos reales 209 euros menos en España.

El impacto de la debilidad del gasto turístico de los extranjeros se verá en parte compensado un año más por la fortaleza del gasto turístico del mercado nacional. Aunque dentro de una tendencia de leve desaceleración, lo cierto es que nuestras previsiones para el cierre del año 2006 anticipan un nuevo e intenso crecimiento de la demanda de los españoles en términos de pernoctaciones hoteleras. En concreto, para el conjunto del año, e igualmente algo por encima respecto a las previsiones que presentábamos al comenzar el año, esperamos que el total de pernoctaciones de los españoles en hoteles se incremente un 5,6% en 2006 respecto al cierre de 2005.

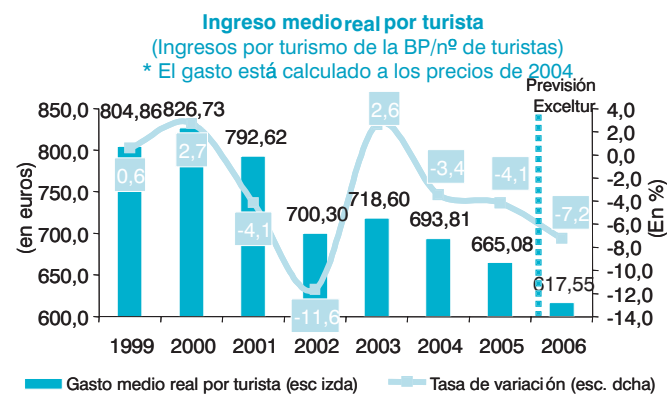
El gasto turístico de los españoles volverá a servir de notable soporte para las empresas turísticas españolas, impulsando el aumento del PIB turístico en el conjunto de 2006 hasta el 3,0%, algo inferior al esperado para la economía española (3,3%).

Este aumento de la demanda española, que ya casi supone el 50% del total del mercado turístico en España, es el principal determinante del aumento del Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE), que podría cerrar el año con un incremento del 3,0%, todavía algo por debajo del crecimiento medio de la economía española para el conjunto de 2006, previsto en el 3,3%.



Fuente: Exceltur, INE y AFI

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



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

3. Expectativas empresariales para el verano de 2006

Las expectativas para el verano entre los empresarios de los diversos subsectores vinculados a la actividad turística son de moderado optimismo, anticipando un incremento en las ventas y en los beneficios respecto a los meses de julio, agosto y septiembre de 2005.

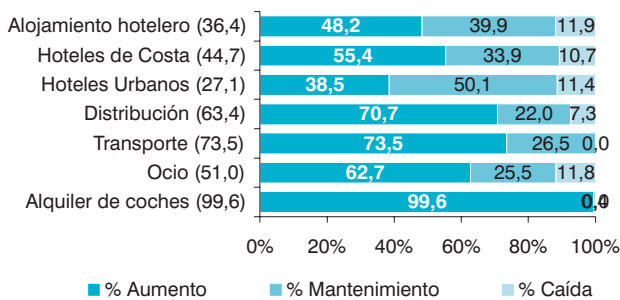
La constatación a lo largo de los meses de primavera de las buenas noticias trasladadas por los mayoristas europeos en las ferias celebradas en los primeros meses del año y el mantenimiento de la fortaleza en el gasto turístico de la demanda española han generado un clima de optimismo entre el empresariado turístico español de cara al verano. Los participantes en la Encuesta de Clima Turístico



Empresarial elaborada por Exceltur cerrada el pasado 7 de julio descontaban unos meses del tercer trimestre marcados por el aumento generalizado de las ventas y de los beneficios en la mayor parte de los subsectores. Sólo en el caso de transporte y muy influido por los efectos de la reciente huelga de pilotos que ha afectado a las ventas de la mayor compañía aérea española se producía un mayor porcentaje de los que esperaban para este tercer trimestre una reducción en sus niveles de ventas respecto a los mismo meses del pasado año.

Los empresarios de los hoteles de costa, sin embargo, muestran expectativas más moderadas para este trimestre de verano al igual que las empresas de transporte ante un escenario de mejores ventas pero de contención en las tarifas.

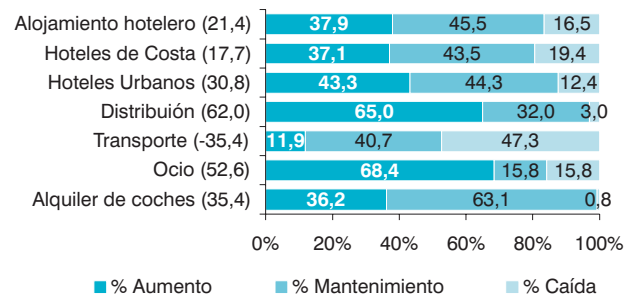
Perspectivas empresariales sobre las Ventas para el III Tr 2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico

En un contexto de recuperación de precios en la mayor parte de subsectores, salvo en algunos hoteles de zonas del litoral en los que subsisten problemas latentes de sobreoferta y en las compañías de alquiler de coches, la opinión generalizada de los empresarios es que en los meses de verano los resultados serán bien mejores o se mantendrán en los niveles alcanzados en el verano de 2005. Son las empresas de ocio y de distribución las que presentan mejores expectativas sobre el comportamiento de este indicador clave de los resultados de la temporada, las primeras, volviendo a constatar la respuesta del mercado a toda la oferta que suponga incorporar atributos y experiencias diferenciales durante el viaje y, las segundas, beneficiándose del esperado buen comportamiento de la demanda española.

Perspectivas empresariales sobre los Beneficios para el III Tr 2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico



pasajeros por esa vía ha crecido un 16,3%), y que las estadísticas oficiales constatan como de menor gasto medio diario respecto del turista que utiliza alojamientos reglados y/o accede por otros medios de transporte aéreo. La acelerada evolución de una demanda turística extranjera, muy en línea con ese patrón, puede explicar gran parte del 4,5% de descenso hasta abril de los ingresos turísticos extranjeros, que calcula el Banco de España en la Balanza de Pagos.

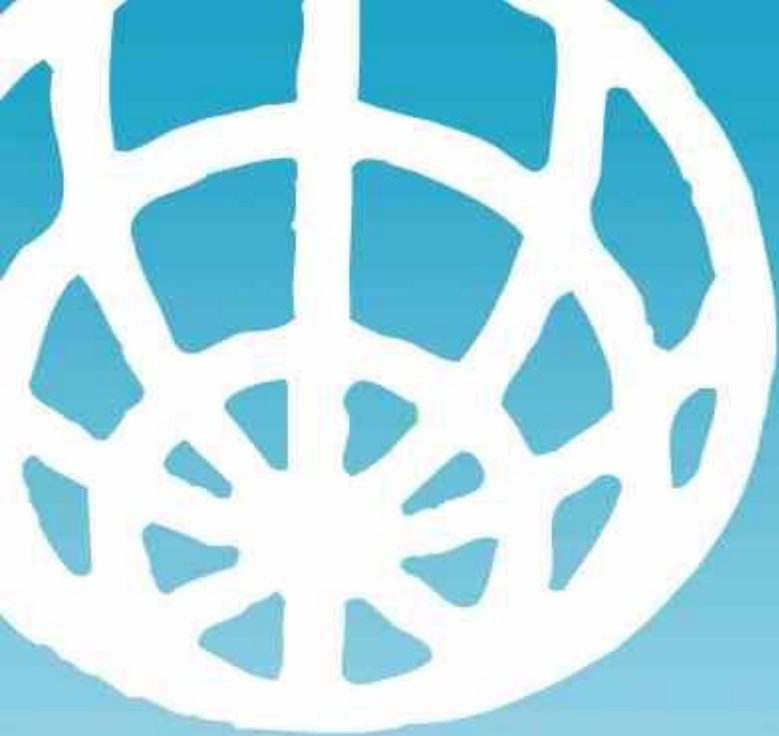
Revertir esta tendencia y elevar gradualmente el ingreso medio que deja el turista en los diversos destinos españoles constituye cada día más el mayor reto del sector turístico español. Por ello se hace necesario evolucionar desde modelos de política turística y enfoques empresariales que básicamente se centran solo en gestionar mejor la demanda, compaginándolos con otros que aspiran a reinventar y hacer más atractiva la oferta, integrando nuevos productos-experiencias diferenciales que superen las expectativas de nuestros turistas y faciliten el gradual reposicionamiento de nuestros destinos de litoral. En esta línea, es muy revelador que algunas de las estrategias y líneas de trabajo aconsejables para los destinos especializados en el producto "sol y playa" y que hemos venido sugiriendo desde EXCELTUR, respaldan buena parte del éxito que atraviesan zonas urbanas y de interior y que se ha vuelto a constatar este último trimestre de 2006.

En definitiva y a grandes rasgos, avanzar en la renovación de los espacios territoriales preservando sus recursos naturales, invirtiendo en elementos diferenciales que faciliten una mejor puesta en valor del patrimonio histórico y cultural, la organización de eventos y la

dotación de equipamientos emblemáticos. En suma, retroalimentar un círculo virtuoso de inversiones públicas y privadas que, con la mayor complicidad de la sociedad local y el apoyo de los mejores profesionales, ayuden a transformar y percibir el entorno en el que se insertan las actividades turísticas como un lugar con una personalidad propia y del que emanen experiencias singulares para sus visitantes.

La combinación de muchos de estos elementos es la que en parte explica los buenos resultados de Barcelona, Madrid o Valencia, pero también los de otras ciudades medias que en estos meses han visto crecer su demanda turística de forma importante, como Málaga, Oviedo o León. En esta misma línea es destacable el reposicionamiento y progresiva consolidación en destinos turísticos de algunas zonas más rurales, que en este segundo trimestre del 2006 también han disfrutado de incrementos de demanda por encima del 10%, como es el caso de Extremadura, Asturias o Castilla y León.

Es por ello y dados los considerables recursos, esfuerzos y complicidades de todo tipo que requiere poner en práctica este tipo de iniciativas en destinos de "sol y playa" español, que resulte idóneo iniciarlas en un año como el actual, en el que se anticipan buenos resultados. De ahí que cobren la mayor importancia los diversos ejercicios de reflexión estratégica que últimamente se han iniciado en diversas comunidades y que a nivel nacional debieran converger en un gran Libro Blanco, que marque la dirección y posicionamiento deseado para el Turismo Español en los próximos años y cuyo proceso de elaboración deseamos recobre con urgencia el ritmo, profundidad y liderazgo necesario para llevarlo a término.



TU RISMO
somos **todos**
y es tarea
de **todos.**



Antonio Maura 16, 4º izda.
28014 MADRID

Tel: 34 915 237 600

Fax: 34 915 227 781

exceltur@exceltur.org

www.exceltur.org