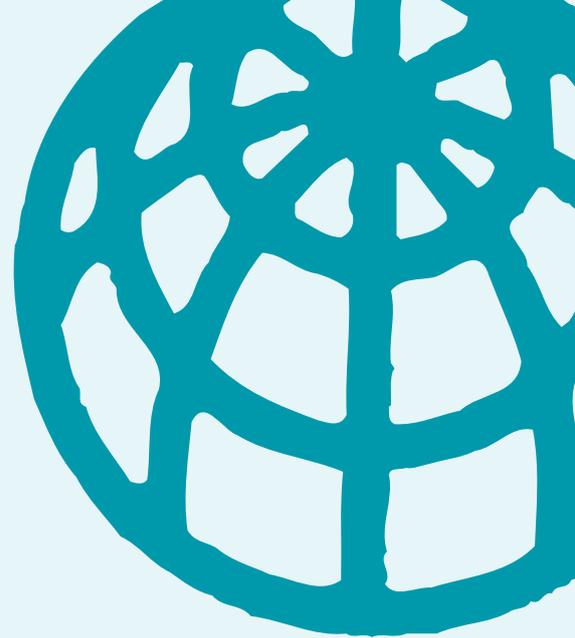




Perspectivas Turísticas

Balance de 2007 y
Perspectivas para 2008

Nº 23 Enero 2008



Contenidos

Balance de 2007 y perspectivas para 2008	5
A. Balance del año 2007	5
A.1. Actividad turística y resultados empresariales	5
A.2. Demanda por mercados	7
A.3. Claves por subsectores	14
A.4. Claves por destinos	29
A.4.1. Andalucía	35
A.4.2. Baleares	38
A.4.3. Canarias	41
A.4.4. Cataluña	44
A.4.5. Comunidad Valenciana	47
B. Expectativas para la temporada 2008	50
B.1. Condicionantes macroeconómicos para el turismo español	50
B.2. Perspectivas macroeconómicas en los principales mercados emisores	51
B.3. Claves turísticas para 2008	53
B.4. Previsiones de Exceltur y perspectivas empresariales para 2007	53

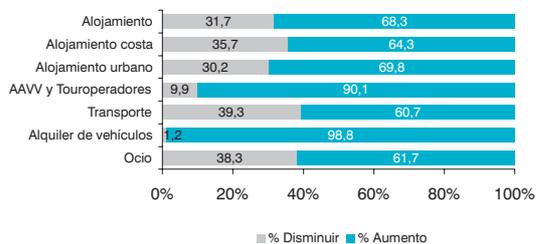
Balance del año 2007 y perspectivas para 2008

A. Balance del año 2007

A.1. Actividad turística y resultados empresariales

1 El año 2007 se cierra con un balance positivo para el sector turístico español, dentro de un escenario global favorable para el turismo a escala mundial. **Las empresas turísticas españolas han experimentado de manera generalizada un moderado incremento en sus ventas y beneficios durante 2007 en relación con los niveles de 2006.** El 71,8% de las empresas turísticas españolas han experimentado un aumento de sus ventas en 2007 y el 65,6% en sus niveles de beneficios, según se desprende de los resultados de la Encuesta de Confianza Empresarial de Exceltur relativa al balance de 2007, en la que han participado más de 1.300 empresarios de los diferentes subsectores que componen la cadena de valor turística (hoteles, agencias de viajes, compañías aéreas, empresas de transporte ferroviario, compañías de alquiler de coches, estaciones de esquí, parques de ocio, museos y monumentos).

Opiniones empresariales sobre el crecimiento de las ventas en 2007
Var % en ventas. 2007/2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

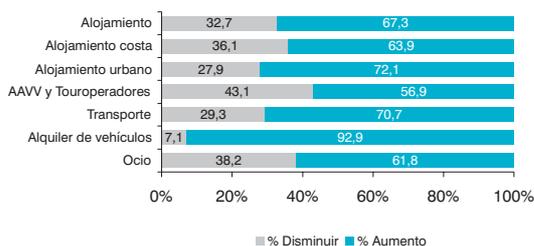
Opiniones empresariales sobre el crecimiento de las ventas en 2007
Var % en ventas. 2007/2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

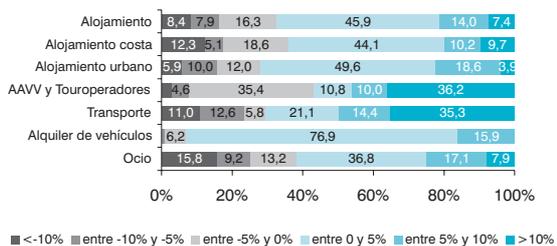
2 En general, **los mejores resultados empresariales registrados en 2007 se han obtenido más por una mejora en los márgenes, gracias a un moderado repunte en los precios en el caso del alojamiento y las empresas de ocio, y al generalizado esfuerzo en contención de costes, que por un crecimiento en el volumen de ventas.** De hecho, casi la mitad de los empresarios que declaran haber experimentado un aumento en sus ventas y en sus beneficios (49,1% para las ventas y 47,1% para los beneficios), lo sitúan por debajo del 5%, dibujando una tendencia a la moderación de este indicador desde el año 2006.

Opiniones empresariales sobre el crecimiento de los beneficios en 2007
Var % en beneficios. 2007/2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

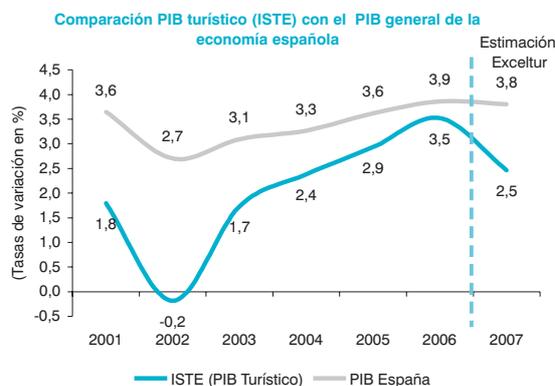
Opiniones empresariales sobre el crecimiento de los beneficios en 2007
Var % en beneficios. 2007/2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Estos resultados están en consonancia con los **síntomas de desaceleración en sus ritmos de crecimiento que han mostrado todas las estadísticas oficiales de volumen de demanda turística en España (turistas y pernoctaciones) durante este año 2007**, respecto a los registros alcanzados en 2006. En concreto, tal y como hemos ido adelantando a lo largo del año, el PIB turístico en España, aproximado por el Indicador Sintético del Turismo Español de Exceltur (ISTE), habría crecido en el conjunto de 2007 un 2,5%, tras el 3,5% que registró en 2006. De confirmarse estos resultados con los datos finales de diciembre y dado que el consenso de los principales analistas estima que la economía española cierre 2007 con un incremento del PIB del 3,8%, la participación del turismo en la economía española se habría reducido en 2007, tras la caída en una décima que experimentó en 2006, y que recientemente el INE ha puesto de manifiesto al publicar la actualización para dicho año de la Cuenta Satélite del Turismo Español.



3 El balance positivo sobre el devenir del año 2007 es generalizado entre todos los subsectores que componen la cadena de valor turística. Los hoteles urbanos, los recursos culturales (museos y monumentos), las empresas de ocio (parques de ocio y campos de golf), las agencias de viajes posicionadas en productos de mayor valor añadido y las compañías de alquiler de coches han acusado los mejores resultados en 2007, gracias al aumento de las escapadas urbanas, la creciente auto organización del viaje y la mayor demanda por parte del consumidor de experiencias únicas y diferentes que respondan a sus motivaciones.

En su conjunto, los hoteles españoles se han beneficiado de un moderado aumento de la demanda en 2007 (con un crecimiento del 2,3% hasta noviembre en el volumen de pernoctaciones, según la EOH del INE), lo que en un contexto de ligero repunte de los precios (el IPH se ha incrementado un 2,4% en 2007 hasta noviembre) y contención de costes, ha propiciado que el 68,8% de los establecimientos haya revelado un incremento de los beneficios, según la Encuesta de Confianza Empresarial de Exceltur, si bien en más de un 65% de ellos con mejoras que no superan el 5%. Estos resultados de 2007 se han visto favorecidos por la desaceleración en la tendencia de crecimiento de la oferta que ha introducido menor presión sobre los precios de venta y ha permitido mantener los niveles de ocupación en los mismos niveles que los alcanzados en 2006 (un 55,8% según la EOH del INE), mostrando mejores resultados los hoteles urbanos que los vacacionales situados en la costa.

Aquellas agencias de viajes que han optado por la aportación de un mayor valor al cliente, son las que mejores resultados han obtenido en 2007, mientras en el sector de transporte aéreo la mejora en los beneficios en un escenario de competencia creciente e incremento de la oferta, provocando situaciones de sobrecapacidad en algunas conexiones, los resultados les han llegado principalmente por la política de contención de costes que vienen aplicando en los últimos años. Por su parte, las empresas de alquiler de coches y empresas relacionadas con el disfrute del ocio, vuelven a registrar un generalizado aumento de las ventas y los beneficios en 2007, gracias a los nuevos hábitos de comportamiento de los turistas y su creciente preferencia por viajar de manera independiente y disfrutar de los atractivos singulares y los diversos servicios de ocio especializados y atractivos culturales, con los que cada vez más cuentan los destinos españoles.

4 Más allá de la lectura de los resultados económicos, desde el punto de vista de la política turística: **el año 2007 ha deparado un avance notable, gracias a la elaboración y aprobación del Plan del Turismo Español Horizonte 2020**, liderado por la Secretaría General de Turismo y que desde Exceltur hemos apoyado desde su inicio. Así mismo en 2007 se han presentado iniciativas de planificación turística a escala autonómica (el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía es el más avanzado y relevante) en sintonía que con la filosofía del Plan Horizonte 2020, que deberían permitir afrontar el complejo año 2008, con mayor capacidad para superar los numerosos retos que nos impone el escenario macroeconómico y turístico previsto. Todo ello dependerá, en gran medida de la voluntad política y la capacidad de gestión con la que se asuma la priorización y puesta en marcha de todas las medidas contempladas en el citado Plan Horizonte 2020 por los equipos de gobierno que emanen de las próximas elecciones generales del próximo mes de marzo, a la par que por el grado de cooperación e implicación de las comunidades autónomas y del sector privado en sacar adelante este plan.

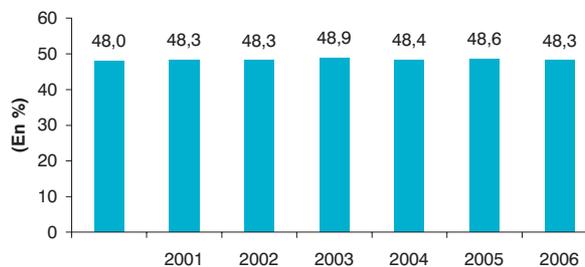


A.2. Demanda por mercados

5 **La demanda extranjera ha sido la que ha mostrado un mayor empuje aunque leve en 2007, mientras se ha ido confirmando la gradual contención del consumo de viajes por parte de los turistas españoles.** En 2007 se ha vuelto a manifestar el positivo intercambio de roles y compensación de ciclos entre la demanda española y la extranjera como dinamizadores de las ventas de las empresas turísticas españolas. Con datos de la EOH del INE hasta el mes de noviembre, último disponible, las pernoctaciones de los extranjeros en los hoteles españoles se incrementaron un 2,3%, mientras la tasa de crecimiento de las de los españoles se han situado en el 2,0%, en ambos casos por debajo de los crecimientos con los que se cerró el año 2006, fruto de la ya comentada desaceleración.

El **aumento de la demanda turística en España se ha seguido concentrado durante 2007 en los meses centrales de verano**, sin favorecer la deseada reducción en los niveles de estacionalidad, especialmente marcada en las zonas de litoral. Con esta evolución temporal se cierra un año 2007, donde el 48,3% de las pernoctaciones se siguen realizando en los meses de junio, julio, agosto y septiembre, porcentaje incluso superior al que se registraba durante el año 2001.

Estacionalidad de la demanda hotelera
(% pernoctaciones de junio a septiembre sobre total anual)



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

Demanda nacional

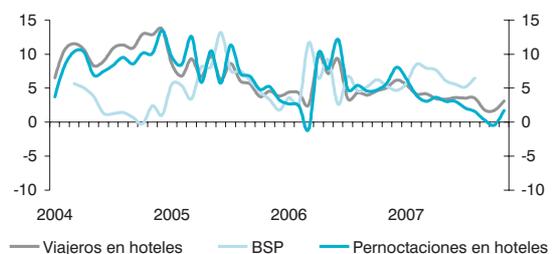
6 Tal y como ya anticipábamos en el informe de enero de 2007, **la demanda turística por parte de las familias españolas ha moderado en 2007 sus ritmos de crecimiento**, derivado de su menor renta para el gasto. Esta moderación del gasto en general, que ha afectado también a las decisiones de compra de otros bienes de consumo como los automóviles, tiene más que probablemente su origen en el encarecimiento de las cuotas de las hipotecas y los préstamos personales por la subida de los tipos de interés y la subida de precios de otros bienes y servicios básicos de la cesta de la compra. A pesar de esta desaceleración, que se ha materializado en un crecimiento de las pernoctaciones hoteleras de un 2,0% en el acumulado de 2007 hasta noviembre, según la EOH, y del 1,9% en el conjunto de la oferta reglada, tras registrar aumentos del 6,1% y del 6,2%, respectivamente, durante 2006, se cierra el año 2007 con la demanda hotelera de los españoles en máximos históricos.

Número de pernoctaciones hoteleras de los españoles
(Enero-nov)



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

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

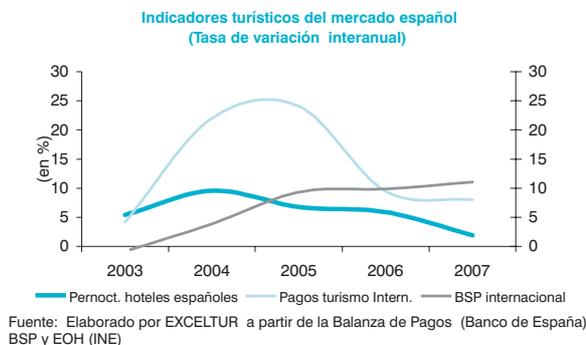


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE.

Dos hechos interrelacionados entre si caracterizan el comportamiento turístico de los españoles durante 2007. El primero de ellos es la concentración de los mayores recortes en las decisiones de viaje y el gasto turístico entre los segmentos de consumidores de menor renta disponible y especialmente en el turismo familiar, más expuestos a la incidencia de la subida de tipos de interés y la inflación.



El segundo e influido por este hecho, **es la mayor desaceleración de los indicadores relativos a los viajes interiores de los españoles frente a sus viajes a destinos internacionales, lo que ha favorecido los resultados de las agencias de viajes españolas más especializadas en este tipo de productos.** En este caso, a la propensión de la sociedad española a conocer destinos extranjeros y al hecho de que son los perfiles de parejas sin hijos y personas individuales los protagonistas de los viajes al exterior, hay que añadir que los españoles han disfrutado de las facilidades adicionales derivadas del incremento de la oferta de vuelos a precios económicos en sus viajes a Europa y la fortaleza del euro en los de larga distancia.



En este contexto, mientras algunos de los indicadores de consumo turístico en España se han situado en un crecimiento próximo al 2% e incluso el BSP (liquidación de los billetes aéreos de IATA) hasta noviembre en los vuelos interiores ha descendido un 2,9%, los indicadores de viajes al exterior han vuelto a crecer de manera importante. Los pagos por turismo en el extranjero de los españoles que calcula el Banco de España se habían elevado hasta septiembre de 2007 un 8,0% y el BSP de vuelos internacionales un 11,1% hasta noviembre, en relación con los registros alcanzados en el mismo período de 2006.

Con estos condicionantes, **los destinos que han experimentado un mayor crecimiento por parte de la demanda española son las escapadas urbanas a ciudades europeas y los viajes a larga distancia tanto a Asia y Oceanía como a Estados Unidos y el área del Caribe**, por el efecto de abaratamiento de las compras por la debilidad del dólar y la mayor capacidad aérea gracias a la apertura de nuevas conexiones directas desde España con ciudades americanas. **En el caso de los destinos españoles, las ciudades y la oferta de turismo de naturaleza son los que han absorbido el moderado aumento de los viajes de los españoles, mientras las zonas del litoral mediterráneo, salvo Murcia y Baleares han experimentado una caída en 2007.**

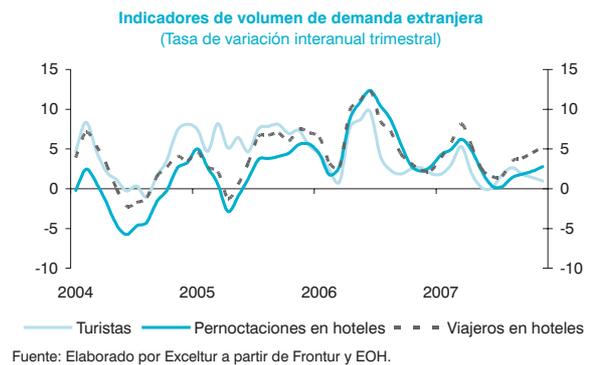
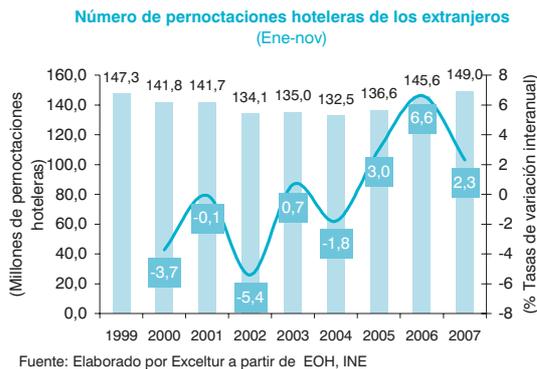


Los datos del cuarto trimestre de 2007 han mostrado un comportamiento atípico que dificulta la extracción de conclusiones sobre la intensificación de la desaceleración de la demanda española, acorde con el actual escenario de incertidumbre macroeconómica. Así, mientras los indicadores del mes de octubre hacían presagiar una tendencia progresivamente desfavorable (el número de pernoctaciones hoteleras caía por tercer mes consecutivo, algo que no sucedía en los últimos cinco años), noviembre registró un intenso e inesperado crecimiento del 8,7%. Las señales negativas emitidas por el sector de agencias en el mes de diciembre adelantan un cierre del acumulado del cuarto trimestre de 2007 con un ligero crecimiento, en línea de lo que anticipábamos en el Informe Perspectivas del balance de los meses de verano.



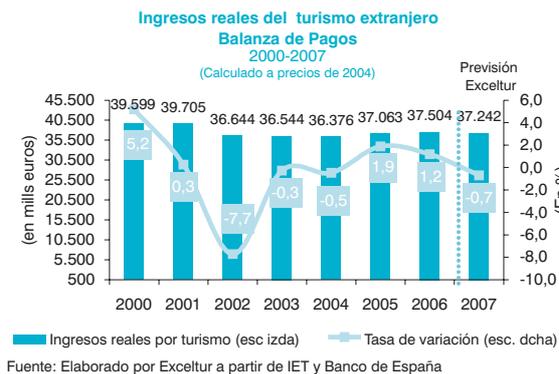
Demanda extranjera

7 **La demanda extranjera ha mostrado un comportamiento positivo durante 2007 en términos de afluencia y de ingresos nominales, que no se ha podido trasladar a un incremento en los niveles de ingresos reales para España.** A pesar de que se cierra el año con un crecimiento porcentual en todos los indicadores de volumen de demanda menor que el registrado en 2006 (turistas del 3,7% de 2006 al 2,1% de 2007, pernoctaciones hoteleras del 6,5% de 2006 al 2,3% y pernoctaciones en toda la oferta alojativa reglada del 4,9% al 0,6%), lo cierto es que el aumento observado en 2007 permite superar con 149 millones de pernoctaciones hoteleras los máximos que se alcanzaron en 1999 y la de llegada de turistas extranjeros aproximarse a los 60 millones.



El crecimiento de los indicadores de volumen no ha venido acompañado de un cambio apreciable en los perfiles de turistas y patrones de gasto. Como consecuencia, estimamos que los ingresos para España del turismo extranjero cierre 2007 con un aumento del 3,6%, insuficiente para compensar la inflación turística, que el IPC del INE cifra en el 4,4% de media anual. Con ello y según nuestras estimaciones, **los ingresos reales por turismo extranjero se habrían reducido un 0,7% en España durante 2007.**

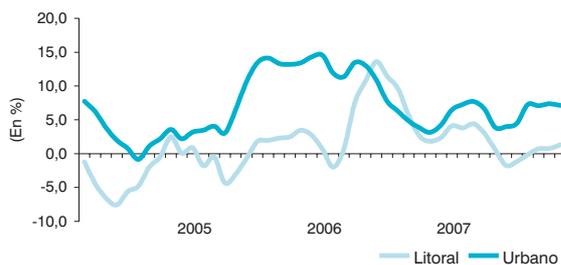
Al cruzar estos resultados en términos de ingresos globales con un crecimiento en el número de turistas extranjeros que estimamos en un 2,2% (a expensas del último dato de diciembre) trae como consecuencia que los ingresos reales que revierten a España por cada llegada de un turista extranjero se sitúen en los 628,2€ para el conjunto de 2007.



8 **El principal dinamizador de la demanda extranjera hacia España en 2007 han sido las visitas a destinos urbanos.** En 2007 las pernoctaciones en hoteles urbanos de los turistas extranjeros se incrementaron un 6,3%, según la EOH del INE. Esta pujanza de los viajes de los extranjeros a ciudades españolas contrasta con la relativa atonía del crecimiento de viajes a destinos vacacionales del sol y playa español. En 2007 las pernoctaciones en los hoteles localizados en el conjunto de las zonas del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias apenas aumentó un 0,7%, y si tomamos además en cuenta la caída del 4,0% en los apartamentos reglados en el acumulado hasta noviembre el resultado dibuja un balance desfavorable para ese segmento tradicional de la oferta turística española.

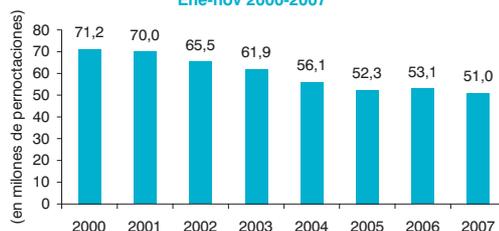


Pernoctaciones de extranjeros en hoteles de las zonas turísticas del litoral y destinos urbanos. 2004-2007
(Tasa de variación media interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Número de pernoctaciones de extranjeros en apartamentos turísticos reglados Ene-nov 2000-2007



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

En este comportamiento de los destinos españoles especializados en el producto de sol y playa ha tenido mucho que ver la intensificación de la competencia internacional. Si en 2006 algunos de los hoteles de las costas españolas se favorecieron de una significativa la redirección de flujos por la inestabilidad geopolítica en los destinos del mediterráneo oriental, la inexistencia durante 2007 de acontecimientos adversos en estos países y las ventajas de precio de aquellos otros destinos del Caribe por la depreciación del dólar, les ha restado capacidad de crecimiento. De hecho, es en condiciones normales del mercado como las acontecidas en 2007, cuando se pone de manifiesto con especial intensidad la situación de madurez de algunos destinos y productos del sol y playa español y la presión de unos destinos del mediterráneo oriental que con crecimientos de dos dígitos están ganando cuota de mercado aceleradamente gracias a unos costes operativos menores pero también a la progresiva relación calidad-precio del producto que ofrecen. **Turquía y Egipto han crecido por encima del 18% en 2007, hasta alcanzar entre ambos la suma de 32 millones de turistas extranjeros.**

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo
(% Crec. 2007/2006 acumulado*)



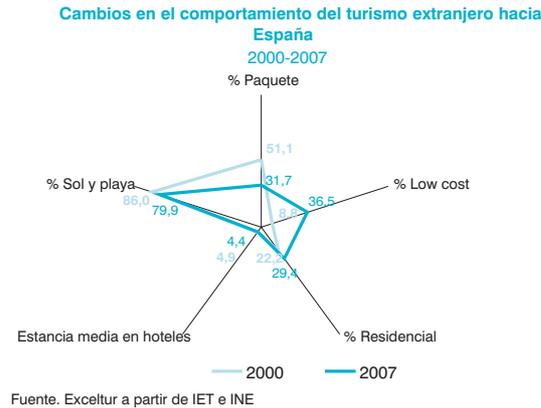
Fuente: IET, OMT e Institutos de Estadística Nacionales.
*Datos hasta noviembre excepto Croacia, y Marruecos hasta octubre, y Túnez y Egipto hasta septiembre.

El balance de 2007 debería servir para acelerar las iniciativas de reconversión integral de algunos destinos como la Playa de Palma en la isla de Mallorca, Costa del Sol o algunos de los destinos canarios más emblemáticos en claro proceso de madurez. Sólo desde un esfuerzo común público-privado por renovar de manera integral la oferta de servicios y rehabilitar el espacio turístico, se puede afrontar los retos que deparan un futuro turístico a corto plazo más complejo si cabe que el contexto en el que se ha desarrollado el año 2007.

9

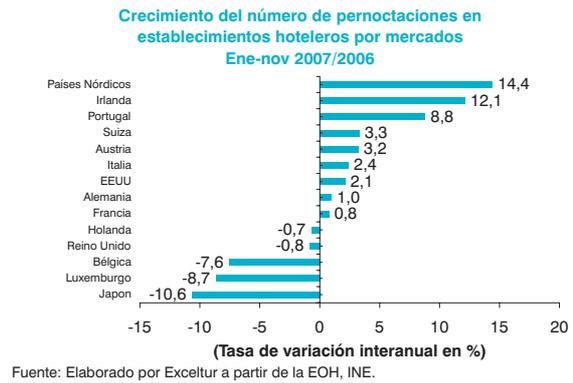
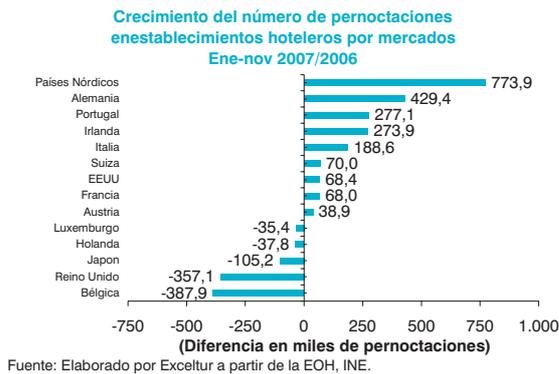
Por otro lado, este año ha servido para volver a poner de manifiesto los profundos cambios que está experimentando el consumidor extranjero en sus viajes hacia España. La velocidad de ese proceso y la continuidad del mismo durante los últimos años hacen que las pautas de comportamiento del turista extranjero en 2007 sean muy distintas a las que mostraban al final de la década de los años 90. A la creciente preferencia por destinos urbanos se une, tal y como se puede observar en el gráfico adjunto, un perfil de turista extranjero utiliza de manera intensa la oferta de las compañías aéreas de bajo coste para acceder a España, se organiza principalmente de manera independiente su viaje y su estancia en los hoteles españoles es cada vez menor.

Una de las tendencias novedosas que hemos venido apuntando a lo largo de este año y que se puso de manifiesto especialmente durante el verano de 2007 es el **cada vez mayor impacto de las condiciones climatológicas en el comportamiento de los turistas extranjeros.** El disfrute en sus países de origen de un mayor número de días de sol y unas temperaturas más calidas junto con unas condiciones más adversas como las que se han sufrido durante el verano de 2007 en algunos destinos españoles está comenzando a condicionar la llegada de turistas extranjeros hacia destinos del litoral español. Esto es especialmente relevante en la medida en que buena parte del posicionamiento del turismo español se ha construido fundamentalmente sobre las motivaciones climáticas de los turistas que visitan nuestras playas.



10

El balance del año 2007 por mercados de origen refleja **un relativo estancamiento en los ritmos de crecimiento de la demanda turística hacia España de los grandes mercados emisores (Reino Unido y Alemania), mientras se han recuperado, además del turismo portugués,** dos mercados muy relevantes para los destinos españoles por su capacidad de gasto, aunque de menor volumen, **el nórdico y el norte americano.** Con los datos disponibles en el acumulado hasta noviembre de la EOH del INE, el número de pernoctaciones de los turistas alemanes en los hoteles españoles se ha incrementado en 2007 apenas un 1,0%, que, sin embargo, por su elevado volumen supone un incremento de 429 mil pernoctaciones respecto a los niveles de 2006. Por su parte la demanda británica se ha reducido en el mismo periodo un 0,7% hasta registrar una caída de casi 360 mil pernoctaciones en los hoteles españoles. **De los cinco principales mercados para España, solamente Italia ha registrado en 2007 un crecimiento más dinámico,** a tasas del 2,4%, si bien con volúmenes más reducidos.



Los mercados que en 2007 han registrado para España los mejores comportamientos se han visto muy influidos por la mejora de la accesibilidad aérea y el atractivo de la oferta urbana española. Por encima de todos, tanto por volumen como por intensidad en el crecimiento, **destaca en 2007 el comportamiento de la demanda turística procedente de los países nórdicos (Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia).** Entre los cuatro explican un crecimiento de casi 800 mil pernoctaciones hoteleras a lo largo de 2007, según la EOH del INE, que se ha concentrado principalmente en Madrid y Barcelona, gracias al incremento de las conexiones aéreas, así como también en Baleares y en menor medida en Canarias, donde su presencia es muy importante.

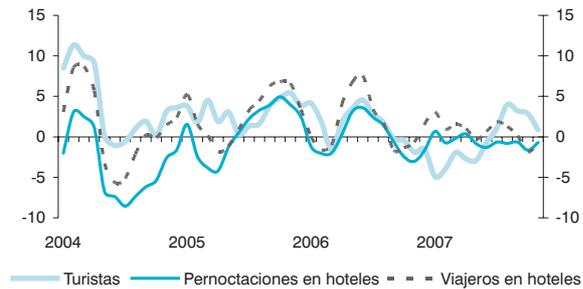
Otro de los datos positivos de 2007 ha sido el incremento del mercado americano, a pesar de las adversas condiciones monetarias introducidas por la intensa depreciación del dólar. Si bien el aumento en volumen es limitado, se cierra 2007 con un incremento del 2,1% de sus pernoctaciones en hoteles españoles, según la EOH del INE y del 21,9% en la llegada de turistas, según Frontur. Por otro lado, Japón ha pasado de crecer un 4,2% en 2006 a caer un -11,1% en 2007, lo que supone la pérdida de más de 105 mil pernoctaciones en los destinos urbanos españoles.

Reino Unido

2007 ha vuelto a confirmar el estancamiento del turismo británico hacia España. Este comportamiento se explica por la combinación de varios factores. En primer lugar, España se sitúa como el principal destino emisor para los turistas británicos, moviendo casi 17 millones de llegadas anuales, lo que dificulta incrementar más en volumen nuestra cuota de mercado en dicho mercado. En esta línea, el principal reto a futuro en el mercado británico es incrementar la presencia de la oferta española en los segmentos de mayor valor añadido de manera que se incremente el impacto económico del turismo de las islas en España aunque no venga acompañado de un mayor volumen de llegada de turistas.

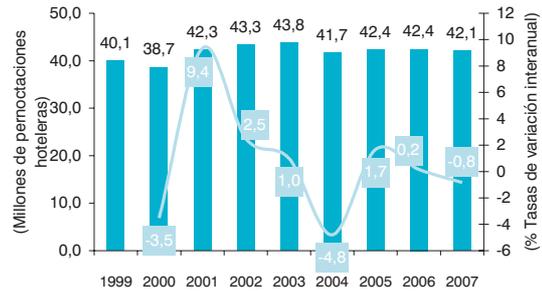


Indicadores de volumen del mercado británico
(Tasa de variación interanual trimestral)



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

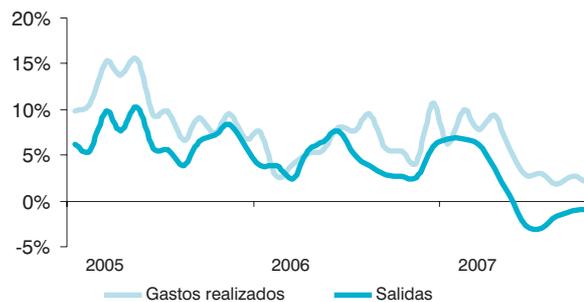
Número de pernoctaciones hoteleras de los británicos
(Ene-nov)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

En segundo lugar, a pesar del dinamismo de la economía británica a lo largo del año los niveles de confianza de los consumidores británicos se han situado en niveles negativos, lo que unido a los elevados niveles de endeudamiento de los británicos y las buenas condiciones climatológicas que han predominado a lo largo del año en el Reino Unido han reducido el número de viajes al exterior de los turistas ingleses. El impacto de estos factores fue especialmente importante en verano cuando el número de salidas de ingleses se llegó a reducir en valores cercanos al 3% interanual (ver gráfico adjunto). Asociado a está reducción en las salidas también ha disminuido el dinamismo del gasto realizado por estos que paso a situarse en tasas en los entornos del 2% y 3%.

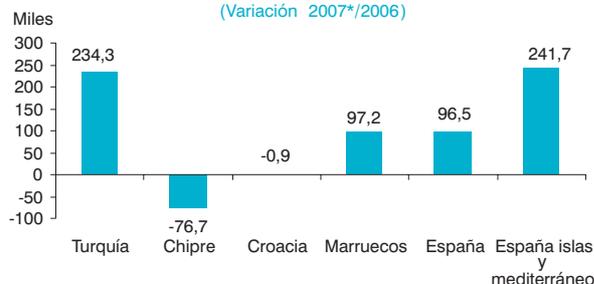
Salidas de ingleses al extranjero y gastos realizados
(Tasa interanual del promedio trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir del Instituto de Estadística Británico

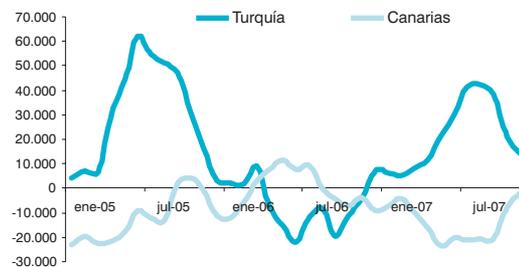
En tercer lugar, la presión competitiva de los destinos del mediterráneo oriental ha limitado la capacidad de crecimiento de los destinos de sol y playa español, especialmente en el segmento de demanda paquetizado que se hospeda en hoteles y con un efecto más intenso sobre los destinos canarios. En concreto, los británicos a Turquía crecían hasta noviembre un 14,2%, lo que representa un volumen de 171 mil turistas más que en 2006. En términos relativos, el mayor aumento se ha observado en Marruecos con un 37,3% de crecimiento interanual, lo que representa un aumento de 97 mil turistas más que en 2006.

Entrada de turistas británicos en países competidores de España
(Variación 2007*/2006)



Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET
* Datos hasta noviembre excepto Marruecos y Croacia hasta octubre

Entrada de turistas británicos en Turquía y en las Islas
Variación interanual en promedio trimestral



Fuente: Instituto de Estadística Turco e IET

Por último, el mercado británico es uno de los que está protagonizando con mayor intensidad profundos cambios en las pautas de comportamiento y preferencias en sus viajes. La creciente preferencia de los británicos por viajes con mayores atributos experienciales ha jugado en este 2007 a favor de los destinos urbanos españoles, mientras que impone un reto de reposicionamiento a los del litoral, más concentrados en la demanda familiar en segmentos de mercado de renta media y baja.

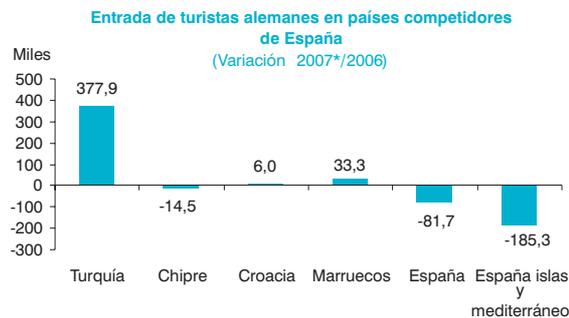


Alemania

En un contexto de crecimiento de los viajes y el gasto turístico de los alemanes al exterior, la afluencia hacia España se ha mantenido estancada, apreciándose un ligero crecimiento de sus pernoctaciones en los hoteles españoles en 2007. En concreto, el número de turistas alemanes recibidos en España ha caído un 0,8% en el acumulado hasta noviembre, mientras las pernoctaciones hoteleras se han incrementado un 1,0% en el mismo período de 2007, con datos de la EOH del INE, lo que supone 426 mil pernoctaciones hoteleras más que en 2006. Este crecimiento permite mantener la senda de lenta recuperación de la demanda hotelera que comenzó en el año 2003, alcanzado hasta noviembre de 2007 un volumen de 43,6 millones de pernoctaciones de los alemanes en España, todavía muy lejos de los 52,0 millones que se alcanzaron en el mismo periodo del año 1999.

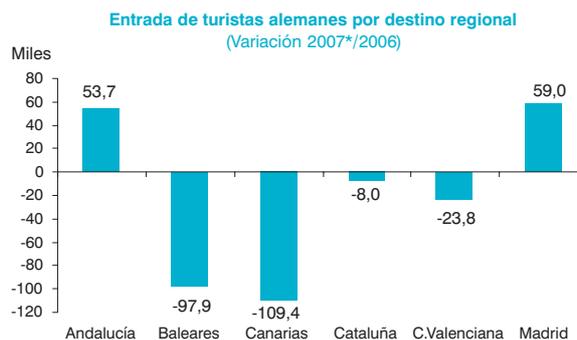


En un contexto de ligera caída del consumo en Alemania, que se ha reducido un 0,2% en 2007, la mejora en los niveles de confianza de las familias gracias a los buenos datos de empleo (con tasas de crecimiento interanuales superiores al 1,5%) ha impulsado una recuperación de los viajes de los alemanes al exterior. Los pagos por turismo de la balanza de pagos alemana se ha incrementado a niveles superiores al 6%, en máximos de los últimos años, según datos del Banco Central Alemán.



Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET
 * Datos hasta noviembre excepto Marruecos y Croacia hasta octubre

El efecto de la competencia sobre los destinos del sol y playa español del mediterráneo oriental, y en especial de Turquía y Egipto, ha tenido una mayor influencia en los resultados para España del mercado alemán en 2007, que lo que ha incidido en el mercado británico. A pesar de que España se situaba en primer lugar en las consultas de los alemanes en las agencias de viajes, según el ranking elaborado por FVW Giata, la tendencia es descendente en el caso de España, mientras Turquía y Egipto han experimentado fuertes crecimientos en 2007. En términos de llegadas de turistas y con la información disponible sólo de Turquía se aprecia un año más un intenso aumento del mercado alemán, cifrado en la llegada hasta noviembre de 378 mil turistas alemanes más que en 2006, lo que supone una tasa de crecimiento del 10,5%.



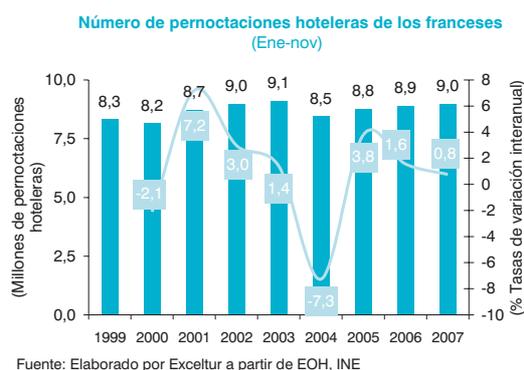
* acumulado enero a noviembre
 Fuente: Elaborado por Exceltur a partir del IET



Esta situación de competencia creciente en el sol y playa contrasta con el aumento de la llegada de turistas alemanes a los destinos urbanos españoles. Con los datos disponibles del IET, destaca por encima del resto el comportamiento de la Comunidad de Madrid, que recibía hasta noviembre 59 mil turistas más que en 2006, con un crecimiento del 23,4%.

Francia

Como el resto de los principales países emisores de turistas, el mercado francés ha mostrado síntomas de estancamiento en sus viajes hacia España en 2007, en un escenario macroeconómico de dinamismo moderado donde el PIB ha crecido un 1,8% y el consumo privado un 2,0%, según el consenso de los analistas. En un año marcado por las elecciones presidenciales en primavera y la posterior recuperación de crecimientos de los indicadores turísticos durante el verano, 2007 se cierra con un ligero aumento de las pernoctaciones de los franceses en los hoteles españoles del 0,8% en el acumulado de enero a hasta noviembre, según la EOH del INE y del 1,4% en la llegada de turistas en el mismo periodo, con datos de Frontur, publicados por el IET.

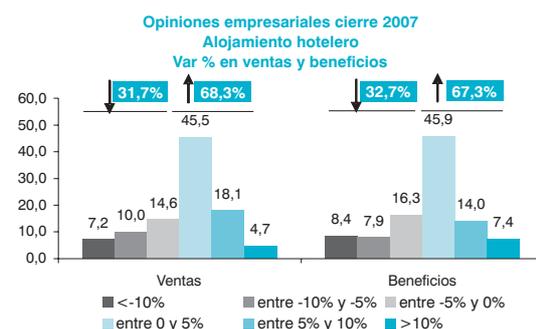


A.3. Claves por subsectores

Alojamiento hotelero

11 El **balance empresarial del año turístico 2007** entre los profesionales del subsector de alojamiento hotelero en términos de ventas y rentabilidad ha sido positivo según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial a cierre de año, aunque en el conjunto agregado del año con una pauta de notable desaceleración respecto a los registros observados en años precedentes. Así lo ponen de manifiesto los resultados de los principales indicadores de negocio recogidos en esta encuesta, y la evolución del grado de ocupación y la demanda de servicios de alojamiento hotelero publicado por el INE hasta el mes de noviembre de 2007.

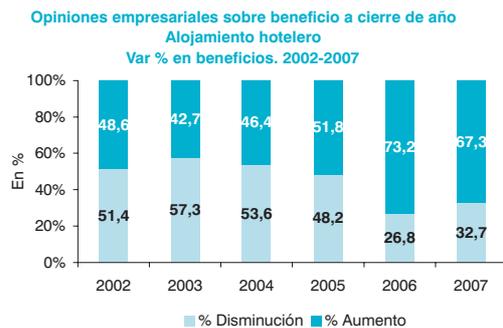
El generalizado incremento en la facturación en los establecimientos hoteleros españoles se ha trasladado en una consensuada mejora percibida de la rentabilidad empresarial, que en este año 2007 no se ha basado tanto en un incremento del volumen de ventas, que cómo se detalla más adelante ha sido predominante pero menos intenso que en el ejercicio 2006, sino en una mayor optimización de los márgenes unitarios debido a una política menos agresiva de tarifas para conseguir ocupación y fundamentalmente por una progresiva mejora en la gestión de costes.



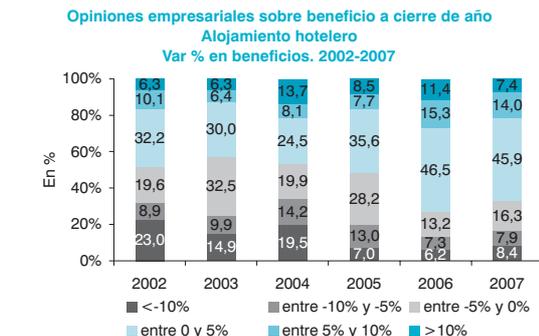


En efecto, según el 67,3% de los empresarios del subsector hotelero el beneficio en 2007 fue mayor que el del año anterior. Los resultados de la encuesta de Exceltur revelan que la mayor parte de la mejora en la rentabilidad empresarial en el año 2007 se encuentra en el rango de entre el 0 y el 5%. El 14,0% y 7,4% de los gestores de hoteles han observado incrementos de los beneficios en sus establecimientos de entre el 5 y el 10%, y mayores del 10%, respectivamente.

Este consensuado avance en la rentabilidad empresarial percibida se da por tercer año consecutivo según la serie histórica de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, aunque en este año 2007 existe un ligero menor consenso que en 2006 respecto al avance de los beneficios empresariales. Así, el porcentaje de establecimientos que habían experimentado mejora en el beneficio empresarial en 2006 ascendía al 73,2% frente al 67,3% del año 2007. Adicionalmente, es menor el número de gestores que cuantifican estos incrementos interanuales por encima del 5% en 2007, 21,4% por un 27,7% que así lo manifestaba en el año 2006.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Tal y cómo anticipaban los gestores de establecimientos hoteleros hace un año, en 2007 ha predominado el número de establecimientos que han experimentado un incremento en las ventas respecto a los registros de 2006. En concreto y según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur elaborada a finales del año 2007, el 45,5% de los empresarios del subsector hotelero han percibido un incremento entre el 0 y el 5% y un considerable porcentaje (18,1%) estiman que el incremento interanual en sus ventas se sitúa entre el 5 y el 10%.

Se trata del tercer año consecutivo dónde el porcentaje de profesionales que manifiestan una mejora interanual de las ventas en sus establecimientos es superior al de aquéllos que han percibido caídas interanuales de este indicador en sus hoteles. Sí bien, los empresarios en el año 2007 se muestran más cautos que en 2006 a la hora de cuantificar el incremento. En el año 2006 un mayor número de gestores de establecimientos hoteleros estimaban que las ventas habían aumentado por encima del 5% respecto al año anterior (35,2% en 2006 y 22,8% en 2007).



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



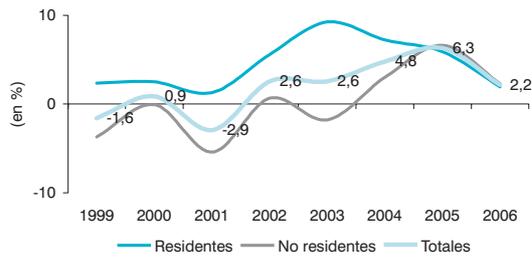
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Los últimos datos disponibles del INE que cubren hasta el mes de noviembre de 2007 evidencian igualmente está ralentización en la senda de crecimiento de las ventas en el año 2007 respecto a 2006. De hecho, las pernoctaciones hoteleras en el total de España en el acumulado interanual hasta noviembre registraron una variación interanual del 2,2% , por debajo de los ritmos de avance experimentados en 2006, 6,3% de acuerdo a los datos de la EOH del INE. Sin perjuicio de lo anterior, en 2007 se ha vuelto a alcanzar un máximo en el número de pernoctaciones realizadas por españoles y extranjeros en los hoteles españoles, que ascendieron a 259,4 millones en el acumulado anual hasta noviembre de 2007.

La ralentización de la senda de crecimiento de la demanda turística ha sido más notable en el caso de los españoles que iniciaron una tendencia a la desaceleración en el número de noches disfrutadas en establecimientos hoteleros al inicio de 2007, que se ha visto parcial y temporalmente compensada a cierre de ejercicio, por un atípico y excepcional mes de noviembre. Así, el número de pernoctaciones hoteleras de españoles entre enero y noviembre de 2007 fue de 110,4 millones, lo que se concretó en una variación interanual del 2,0%, frente al 7,0% de crecimiento anual que en media se registró en el período 2003-2006.

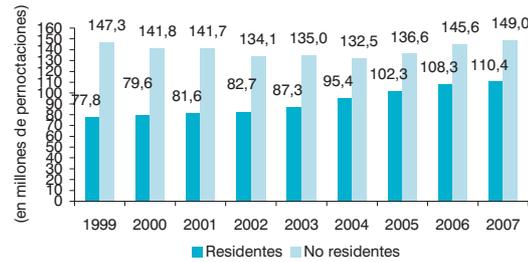


Pernoctaciones en establecimientos hoteleros
Tasa de variación interanual. Ene-Nov 1999-2007



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

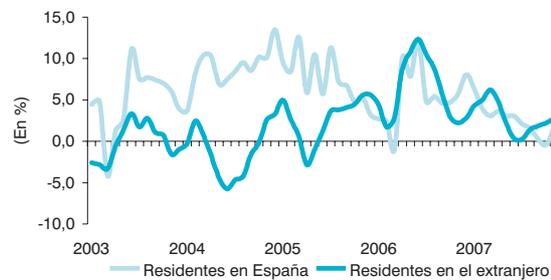
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros
Ene-Nov 1999-2007



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

Los datos más recientes de la EOH del INE evidencian igualmente un menor crecimiento de la demanda extranjera de servicios de alojamientos hoteleros respecto al repunte observado en el año 2006, que suponía un máximo en la senda de recuperación de niveles de pernoctaciones hoteleras extranjeras desde el año 1999. En concreto, el crecimiento de las pernoctaciones hoteleras en el acumulado anual hasta el mes de noviembre de 2007 fue del 2,3%, 6,6% en 2006 respecto a 2005, lo que supuso 148,9 millones de pernoctaciones de extranjeros en los hoteles españoles.

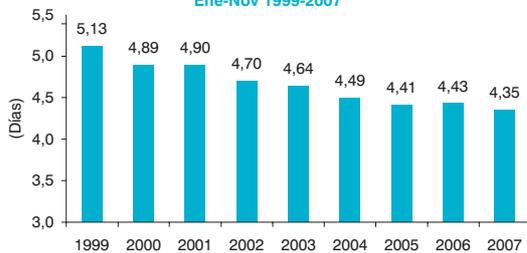
Pernoctaciones en hoteles
2003-2007 (Tasa de variación media interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

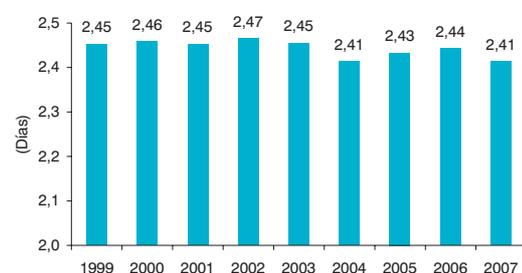
Un año más, los datos oficiales de la EOH del INE, vuelven a confirmar la tendencia a la baja de la estancia media de los turistas en establecimientos hoteleros, más intensa en el caso de los extranjeros. De hecho, el número medio de días que los turistas extranjeros pernoctan en los hoteles españoles ha pasado de 5,13 en 1999 a 4,35 en 2007, mientras que la estancia media de los españoles fue de 2,41 días en 2007 frente a 2,45 en 1999. La caída de la afluencia de turistas extranjeros con paquetes vacacionales semanales ó quincenales y una progresiva mayor distribución de las vacaciones en un mayor número de períodos anuales y más cortos explican en parte esta tendencia. De hecho, según los datos de Frontur elaborados por el IET el número de turistas que llegaron en paquete turístico en el acumulado anual hasta el mes de noviembre registró un descenso interanual del 7,6% en 2007 y acumula una caída media interanual del 4,6% desde el año 2001.

Estancia media en establecimiento hotelero del turista extranjero
Ene-Nov 1999-2007



Fuente: Exceltur a partir EOH (INE)

Estancia media en hoteles de los turistas nacionales
Ene-Nov 1999-2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

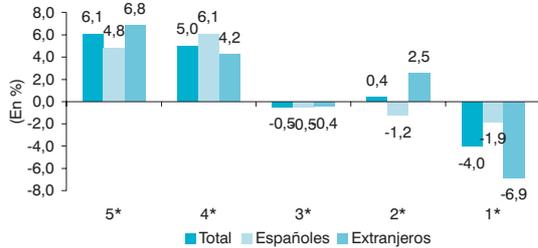
El comportamiento de la demanda por categorías ha sido en 2007 notablemente dispar y de nuevo más favorable a los establecimientos de gama más alta. Según revelan los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE el incremento observado se ha concentrado en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, debido por un lado a un mayor número de plazas disponibles en estas categorías y un estrechamiento de la horquilla de precios entre los hoteles de diferentes gamas dado el menor crecimiento de las tarifas en hoteles de categoría superior.

En concreto, las pernoctaciones en hoteles de cuatro y cinco estrellas experimentaron en el período enero-noviembre un incremento interanual del 6,1% y 5,0% respectivamente, mientras que los hoteles de tres y dos estrellas sufrieron un significativo retroceso en los niveles de pernoctaciones tanto de españoles como de extranjeros en el acumulado anual



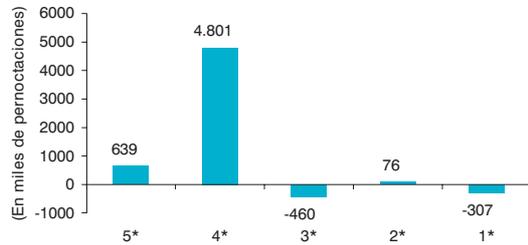
hasta noviembre. De esta manera, el número de noches en hoteles de cuatro y cinco estrellas en los once primeros meses de 2007 se incrementó en 4,8 y 0,6 millones respectivamente, neutralizando el descenso de las pernoctaciones hoteleras en establecimientos de categoría inferior.

Pernoctaciones por categorías
Var % Ene-Nov 2007/2006



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

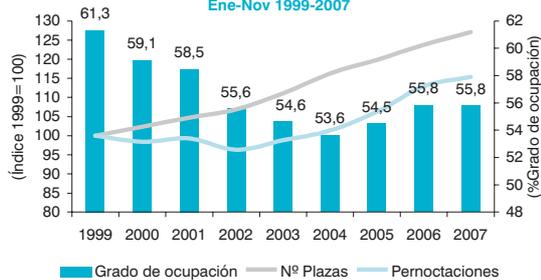
Pernoctaciones hoteleras por categorías
Diff interanual. Ene-Nov 2007/2006



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

A pesar de que en el año 2007 se ha observado una ligera contención de la oferta hotelera (entre enero y noviembre de 2007 el número nuevo de plazas en el mercado se incrementó un 2,7%, por debajo del crecimiento medio del 3,7% del período 2003-2006) la ralentización en el ritmo de crecimiento de las pernoctaciones en el año 2007 en el mercado se ha materializado en un freno en la recuperación de los niveles de ocupación en los establecimientos que comenzó en el año 2005. Así, en el acumulado anual de enero a noviembre de 2007 los niveles de ocupación medios de los hoteles españoles se mantuvieron al mismo nivel que en el ejercicio 2006.

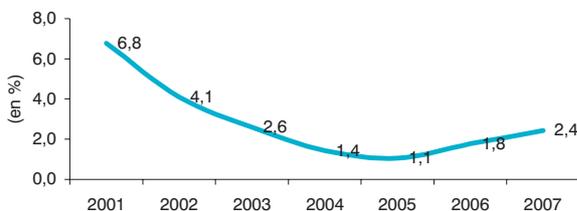
Comportamiento del mercado de alojamiento hotelero
Ene-Nov 1999-2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

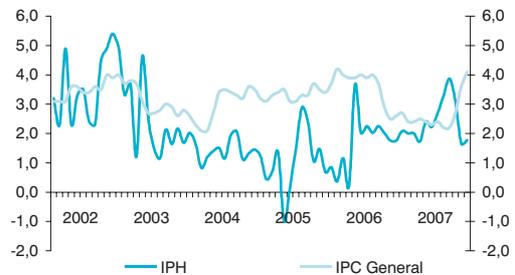
Sin perjuicio de lo anterior, el ligero repunte de los precios en 2007 y un mejor control de costes han propiciado con niveles de ocupación similares a los de 2006 el incremento generalizado de los beneficios empresariales. En efecto, según el Índice de Precios Hoteleros del INE tras tres años de incremento de las tarifas hoteleras por debajo del 2,0%, en el acumulado anual hasta el mes de noviembre los precios se incrementaron hasta el 2,4%, precios que en cualquier caso se han desacelerado notablemente en los últimos meses del año, ya que en los meses de octubre y noviembre crecieron una media de tan sólo el 1,7%.

Indíces de Precios Hoteleros
Años 2001-2007. Tasa de variación media interanual



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Precios Hoteleros e IPC
(Tasa de variación interanual)

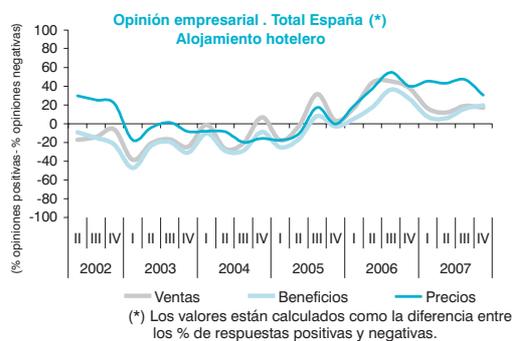


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPC, IPH (INE)

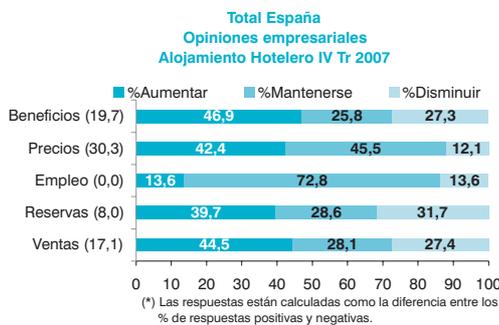
Así lo pone de manifiesto igualmente los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el cuarto trimestre de 2007. En concreto, el porcentaje de gestores de establecimientos hoteleros que han manifestado incrementar sus precios en los meses de octubre, noviembre y diciembre, es inferior a la media de los trimestres anteriores (42,4% en el cuarto trimestre frente al 56% de media de trimestres anteriores).



Este esfuerzo en contención de tarifas ha sido superior en hoteles vacacionales que han experimentado igualmente una menor coincidencia de pareceres entre sus gestores en cuánto al incremento en ventas que en el tercer trimestre de 2007 y que ha mermado el incremento de la rentabilidad empresarial en estos establecimientos y en el conjunto del subsector hotelero en los tres últimos meses del año.



Fuente: EXCELTUR



Fuente: EXCELTUR.

Bajo estos condicionantes y ante la incertidumbre del devenir de la actividad turística en el año 2008 que en el arranque del año se concreta en unas expectativas empresariales muy cautelosas, el nivel de confianza empresarial entre los gestores de establecimientos hoteleros en España desciende sensiblemente. Así, el Indicador de Clima Turístico Empresarial para este subsector desciende ligeramente en su promedio respecto a los niveles observados en los tres primeros trimestres de 2007 a expensas de un análisis mas pomenorizado entre hoteles vacacionales y urbanos.

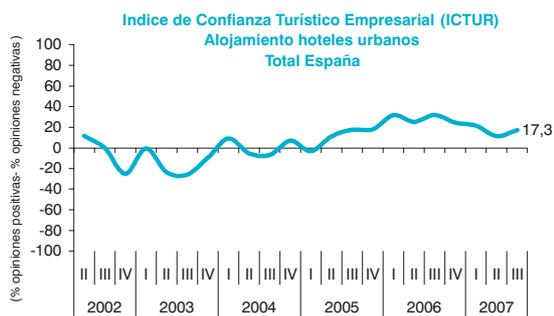


Fuente: EXCELTUR

Hoteles urbanos

12 El cierre del año turístico 2007 reconfirma el **positivo devenir de la actividad en los hoteles urbanos** durante todo el año, prolongándose la senda de crecimiento iniciada en 2005. Un intenso crecimiento de la demanda, protagonizada eminentemente por el mercado extranjero, ha propiciado la recuperación en los niveles de ocupación y sobre todo, una mayor capacidad de negociación de tarifas que se ha trasladado en un generalizado e intenso avance de la rentabilidad empresarial.

Este favorable balance responde a la fortaleza del turismo de negocios, congresos y reuniones, el tirón de las escapadas cortas a ciudades favorecida por el creciente número de conexiones y frecuencias entre ciudades europeas y españolas protagonizado mayormente por las aerolíneas de bajo coste y la iniciativa pública y privada por dotar de mejores equipamientos y atractivos singulares a la oferta turística de las diversas ciudades españolas.



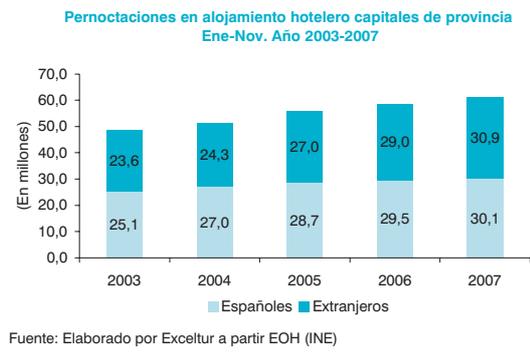
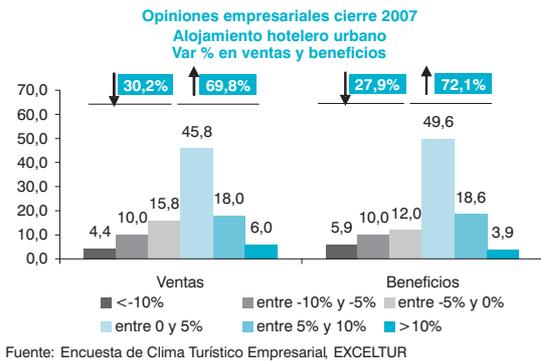
Fuente: EXCELTUR



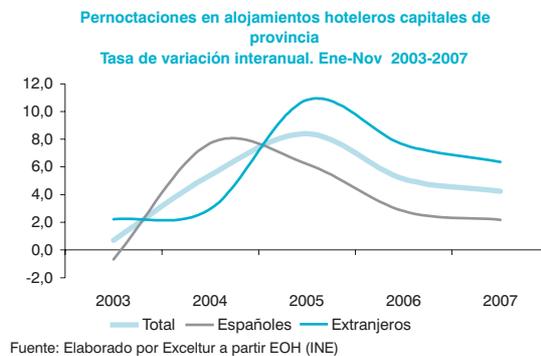
En efecto, las opiniones de los gestores de establecimientos hoteleros recogidas en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur a finales del año 2007 dan continuidad a los positivos niveles de confianza entre los profesionales del subsector observado desde el año 2005 y que con una tendencia al alza recoge el Índice de Confianza Turístico Empresarial para los hoteles urbanos en España.

Las opiniones empresariales a cierre de ejercicio y los datos de la EOH del INE para las principales ciudades turísticas españolas ponen de manifiesto el positivo cierre del año turístico en los destinos turísticos urbanos en términos de ventas. Según el 69,8% de los empresarios del subsector de alojamiento hotelero en España las ventas en el año 2007 estuvieron por encima de los niveles alcanzados en 2006.

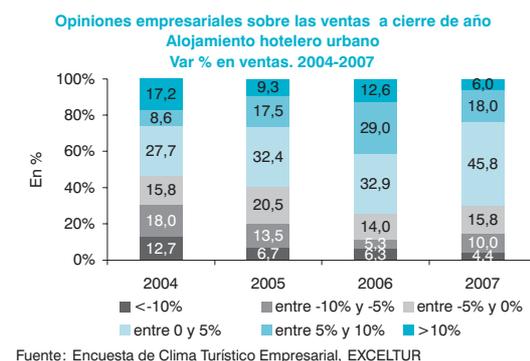
En este mismo sentido, las pernoctaciones hoteleras en las ciudades españolas en el acumulado anual hasta el mes de noviembre ascendía a 61 millones, un 4,2% más que en el mismo período de tiempo de 2006. El 74,1% de este crecimiento viene explicado por la demanda extranjera. De hecho, el número de pernoctaciones realizadas por los mismos entre enero y noviembre supera por primera vez en la serie a las disfrutadas por españoles en este tipo de establecimiento en el conjunto de España.



Tal y cómo se apuntaba para el total del subsector hotelero español, en el segmento urbano y para 2007 se percibe también una ralentización, aunque menos intensa, en los ritmos de crecimiento de la demanda y de las ventas respecto a los registros alcanzados en 2005 y 2006. De hecho, los datos de oferta del INE muestran como las pernoctaciones totales en capitales de provincias españolas crecieron un 6,8% de media en estos dos años, notablemente por encima del 4,2% de 2007.

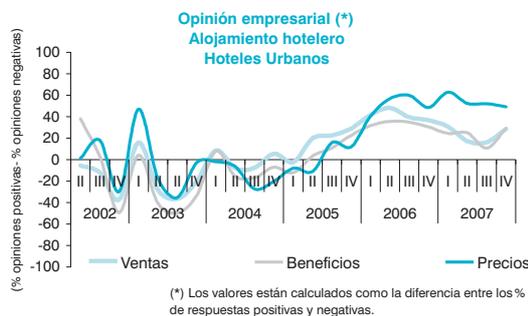


De la misma manera, el porcentaje de empresarios del subsector hotelero urbano español que ha manifestado una mejora interanual en las ventas en 2007 es inferior al de 2006, 69,8% versus el 74,5%, respectivamente. Pero sobre todo, es notablemente inferior el número de gestores que han cuantificado estos incrementos interanuales en la facturación en 2007 por encima del 5% (24,0% en 2007 frente a 41,6% en 2006).



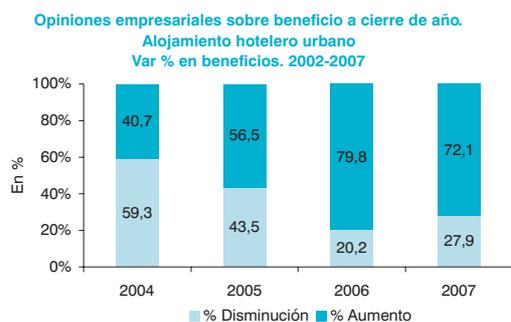


La favorable senda de crecimiento de la demanda en los hoteles urbanos españoles ha favorecido mejores condiciones de comercialización de la oferta durante todo el año 2007. En concreto, y según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la media de las empresas hoteleras que apuntaba haber incrementado los precios en 2007 fue del 62,5%, el 55,4% de los mismos levemente y el 7,1% de manera intensa.

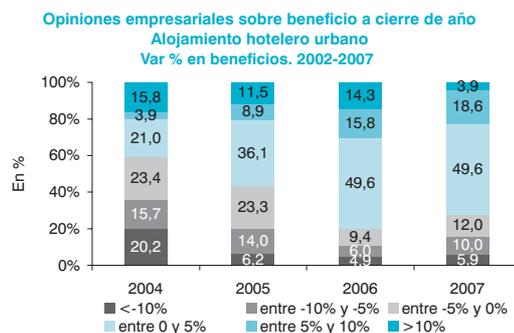


Fuente: EXCELTUR

Bajo estos condicionantes, ha sido elevado el consenso en cuanto la mejora de la rentabilidad empresarial en 2007 en los hoteles urbanos en España. En concreto, el 72,1% de los empresarios del subsector de alojamiento hotelero urbano han experimentado un incremento interanual de los beneficios en sus establecimientos en el año 2007, para la mayoría de ellos (49,6%) este crecimiento se ha situado entre el 0 y el 5%. Consistente con la menor intensidad en el avance de las ventas en el año 2007 respecto al cierre observado de 2006, existe un menor porcentaje de empresarios que cuantifican las ganancias interanuales por encima del 10% en el año 2007.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



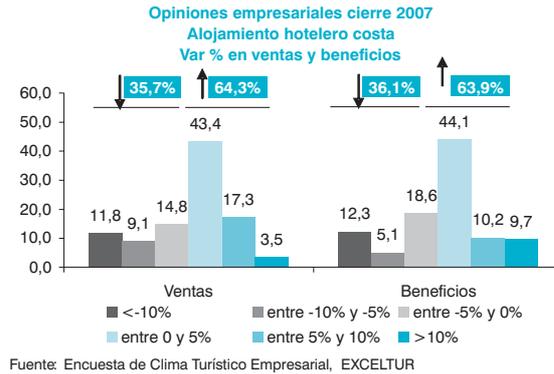
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Hoteles vacacionales de costa

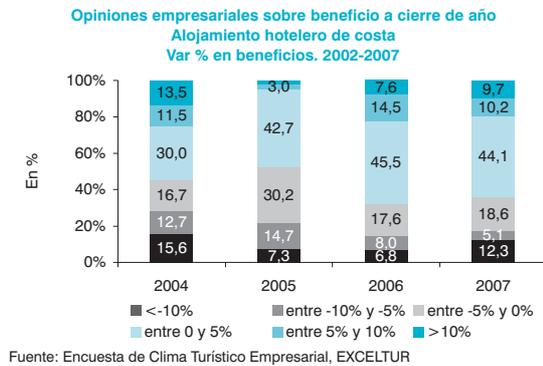
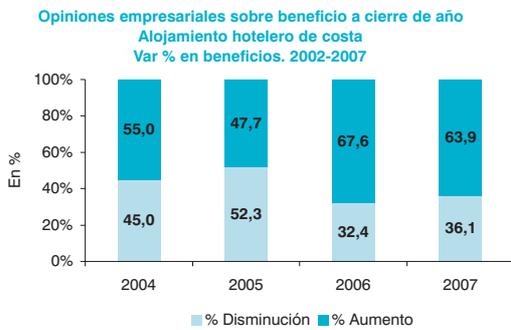
13 El balance empresarial del año 2007 entre los gestores de **alojamientos hoteleros vacacionales de la costa española del Mediterráneo y archipiélagos también es mayoritariamente positivo** debido al leve crecimiento de la demanda y la elevación puntual de las tarifas en plena temporada alta. En este sentido, la explotación de la Encuesta Turístico de Exceltur para el conjunto del año 2007 revela un generalizado crecimiento de las ventas y beneficio empresarial en la hotelería especializada en el producto vacacional de costa respecto a los niveles de 2006, aunque percibiéndose una desaceleración durante el cuarto trimestre del año que ha mermado los niveles de confianza empresarial en el cierre del ejercicio.

A finales del año 2007 los profesionales del subsector de alojamiento hotelero vacacional manifestaban en un elevado porcentaje haber registrado un nuevo aunque leve avance interanual en los beneficios empresariales en el conjunto del año debido sobre todo gracias al repunte de la rentabilidad registrado en el tercer trimestre de 2007, que tiene un elevado peso en el balance del conjunto del ejercicio. En concreto, el 63,9% de los profesionales de este subsector revelan incrementos interanuales en sus beneficios en 2007, cuantificando la mayoría de ellos (44,1%) el crecimiento interanual entre el 0 y el 5%.

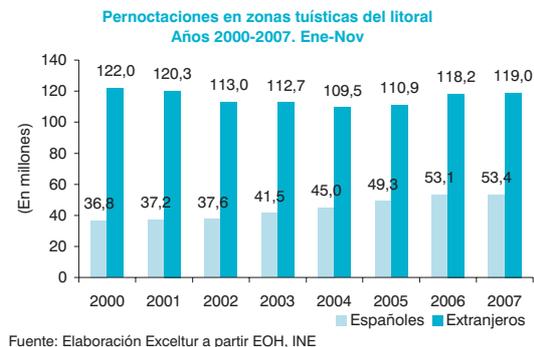
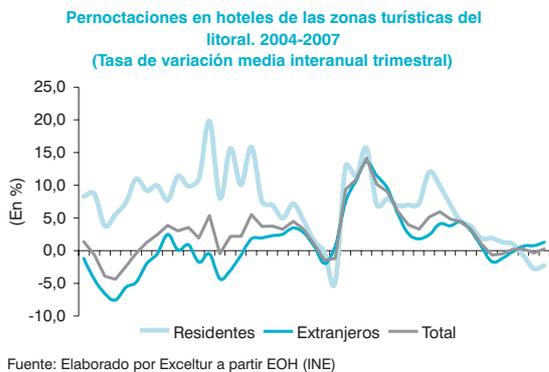
Sin perjuicio de lo anterior, se observa una notable disparidad en cuánto a la evolución de este indicador clave de negocio entre los hoteles vacacionales. Así, se perciben porcentajes elevados en los rangos de crecimientos y caída interanual del beneficio empresarial debido al disímil desempeño de la actividad turística en 2007 que cómo se detallará en el apartado de destinos han tenido las diversas zonas del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias.



La ralentización observada en el incremento de las ventas en el año 2007 se ha trasladado a un leve menor consenso en términos de mejoras de rentabilidad que el registrado en el año 2006 tal y cómo pone de manifiesto la serie histórica de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, que muestra para el año 2007 un porcentaje del 63,9% de establecimientos que han experimentado un avance interanual positivo en los beneficios empresariales por un 67,6% en 2006. Sin perjuicio de lo anterior la ralentización en el crecimiento de la demanda de servicios hoteleros para el conjunto de las zonas del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias, se ha visto compensada, por una leve mejora de las tarifas y una reducción de los costes.



La desaceleración de la senda de crecimiento de la demanda ha sido evidente según los datos de la EOH del INE. Tras la recuperación observada en los meses de julio, agosto y septiembre, en los meses invernales se ha registrado una caída del 4,9% en las pernoctaciones de españoles en estas zonas, mientras que los extranjeros mantienen cierta tendencia a la recuperación, sobre todo en los destinos canarios, andaluces y del litoral catalán. Así, en el acumulado anual hasta noviembre el incremento medio interanual de las pernoctaciones hoteleras fue del 0,6%, alcanzando no obstante el máximo en la serie con 172,4 millones de noches.



Esta ralentización de la demanda en 2007 se ha materializado en un menor consenso empresarial en cuanto al incremento de la facturación según la opinión de los gestores de establecimientos hoteleros vacacionales. De hecho, sí bien sigue predominando el porcentaje de los mismos que manifiestan haber aumentado un año más las ventas en sus hoteles, este porcentaje es notablemente inferior al alcanzado en 2006 (64,3% en 2007 frente a 73,4% en 2006) y, sobre todo, tiene mayor peso dentro de los que han percibido mejoría en 2007 aquellos que apuntan ese incremento interanual como leve.

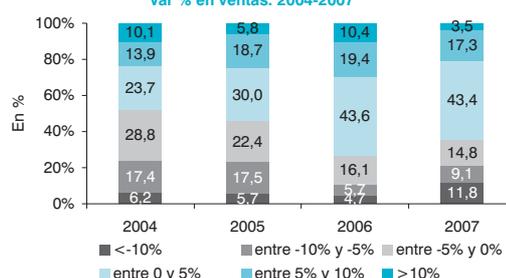


Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año
Alojamiento hotelero de costa
Var % en ventas. 2004-2007



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año
Alojamiento hotelero de costa
Var % en ventas. 2004-2007



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Ante la desaceleración observada en la actividad en los últimos meses de 2007 y el notable grado de cautela con el que se afronta el ejercicio turístico de 2008, los niveles de confianza entre los gestores de hoteles vacacionales de costa en el cierre del año han descendido hasta registros del -10,7, según indica el Índice de Confianza Turístico Empresarial para este subsector.



Fuente: EXCELTUR



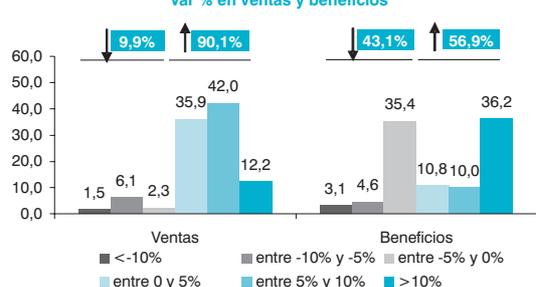
Fuente: EXCELTUR

Grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores

14 A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, **los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores han cerrado el año turístico 2007 con un positivo balance empresarial** a pesar de la manifiesta desaceleración del consumo turístico de los españoles. De hecho, ante los primeros síntomas de ralentización de la demanda turística nacional, ya percibidos en el último trimestre de 2006, los gestores de estas compañías han reaccionado bien con acertadas estrategias de reposicionamiento de producto en otro tipo de productos dirigidos a segmentos de demanda con mayor capacidad adquisitiva, y/o fuertes campañas de promoción y contención de precios para alentar el dinamismo de las ventas durante el año 2007.

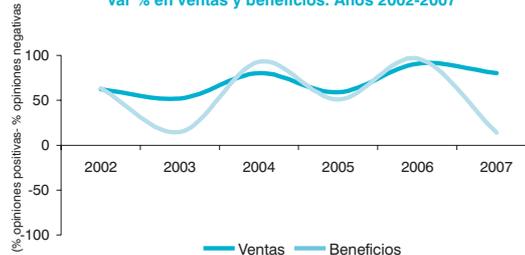
Así, según la opinión mayoritaria de los empresarios en el año 2007 se registró un nuevo y notable incremento de las ventas en los grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores españoles. En concreto, el 42,0% de los gestores de esas agencias de viajes cifraban el aumento en las ventas entre el 5% y 10%, mientras un 35,9% había disfrutado de aumentos por debajo del 5,0%.

Opiniones empresariales cierre 2007
AA.VV. y Touroperadores españoles
Var % en ventas y beneficios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales cierre 2007
AA.VV. y Touroperadores españoles
Var % en ventas y beneficios. Años 2002-2007



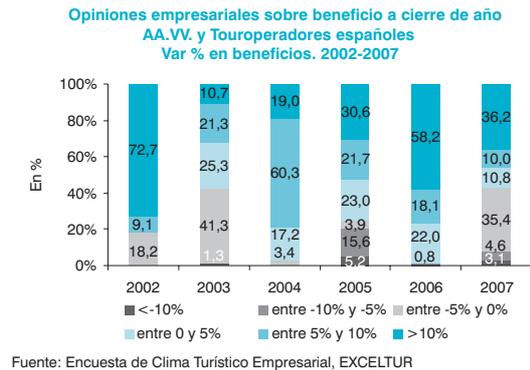
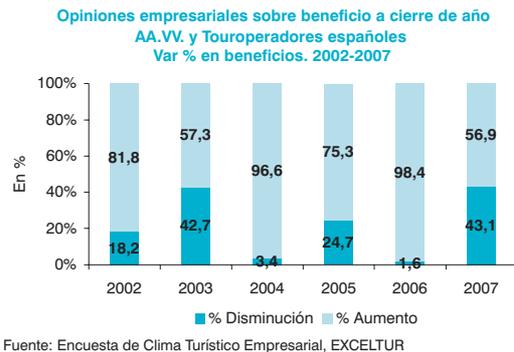
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



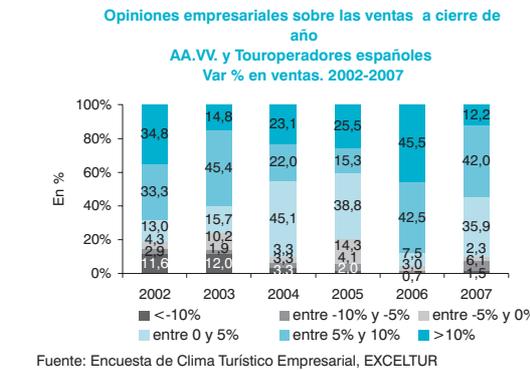
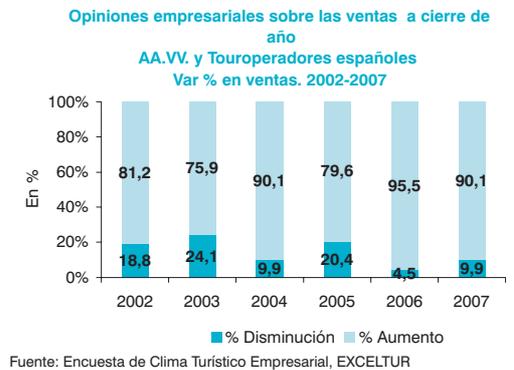
El aumento en los niveles de ventas se ha concretado en este año 2007 en una positiva mejoría de la rentabilidad empresarial, especialmente en aquellas agencias especializadas en productos de un mayor valor añadido. En concreto, los resultados de la encuesta de Exceltur evidencian que el 36,2% de las agencias consiguió en 2006 incrementar sus beneficios por encima del 10% y el 20,8% se situó entre el 0 y el 10,0%.

Sin perjuicio de lo anterior, algunas estrategias de reducción de precios y un menor ritmo de crecimiento de las ventas que en años precedentes han condicionado para algunos a la baja la rentabilidad empresarial en el año 2007. Así, el 35,4% de los gestores de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles han manifestado caídas de entre el 0 y el 5% del beneficio empresarial respecto a los niveles del año 2006.

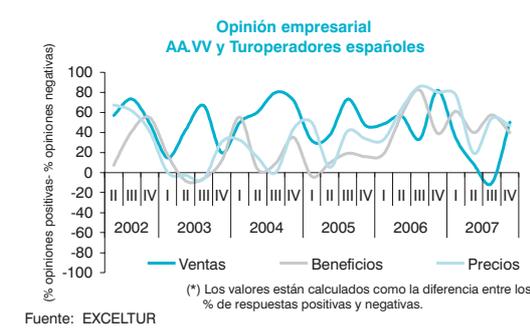
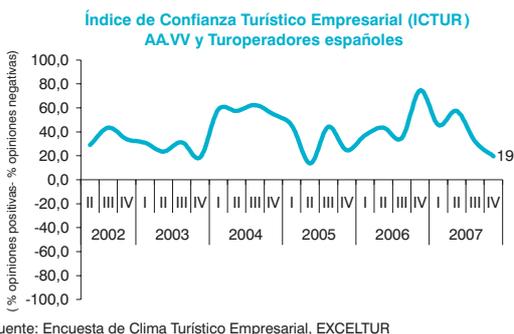
En este sentido, el balance del año turístico 2007 en clave de facturación y de rentabilidad es ligeramente menos positivo que el de 2006, máximo de la serie desde el año 2002 en que se puso en marcha la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Este menor optimismo empresarial en el año 2007 es más evidente en términos de rentabilidad empresarial dado que existen empresarios que cómo se ha indicado anteriormente han percibido un leve descenso del beneficio respecto a los niveles alcanzados en el año 2006.



En lo que respecta a las ventas, sí bien es cierto que por un lado el porcentaje de profesionales del subsector de distribución que revelaban haber registrado en 2007 crecimientos interanuales, por otro lado es menor el número de empresarios que percibe que esos incrementos se han situado por encima del 10% que en años anteriores. De hecho, el porcentaje de gestores de estas compañías que ponían de manifiesto aumentos interanuales por encima del 10% en el año 2007 se situaba en el 12,2%, mínimo en la serie histórica, y muy por debajo del 45,5% del año 2006.



El nivel de confianza entre los empresarios del subsector distribución se ha resentido ligeramente en el cierre del ejercicio debido a la anticipación de un comienzo de 2008 complejo. Así, el Indicador de Confianza Turístico, aun manteniéndose en niveles positivos, registra un valor cercano al mínimo observado en la serie en el segundo trimestre de 2005.

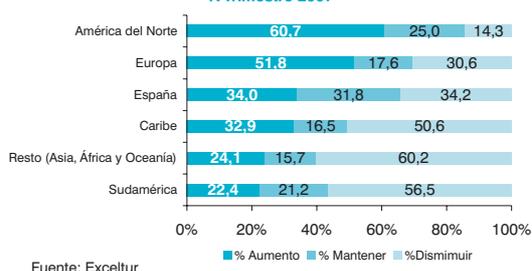




En efecto, tras un cuarto trimestre del año que ha vuelto a ser favorable en facturación aunque con tarifas más bajas lo que ha reducido ligeramente los beneficios, las expectativas para los meses de enero, febrero y marzo de 2008 son mayoritariamente cautelosas anticipando el 69,1% de los profesionales de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores niveles de ventas similares a los del mismo período de 2007.

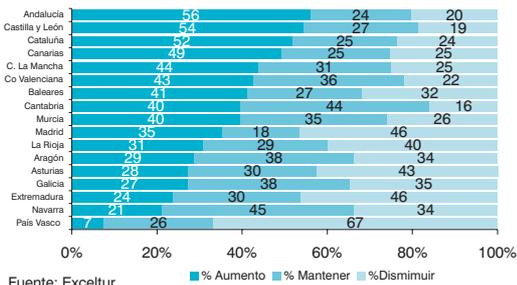
Es precisamente en los destinos nacionales dónde un mayor porcentaje de empresarios esperan que se estancuen las ventas en los primeros meses de 2008. Tras un cuarto trimestre de 2007 dónde las ventas a zonas turísticas domésticas han tenido un comportamiento dispar destacando entre los productos más favorecidos los destinos andaluces, canarios, catalanes y castellano leoneses, para el primer trimestre de 2008 se anticipa un estancamiento o leve descenso generalizado de las ventas respecto a los niveles de 2007 en productos vacacionales, y un incremento de las ventas interanuales a destinos urbanos como Madrid, y a comunidades del norte peninsular.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos IV Trimestre 2007



Fuente: Exceltur

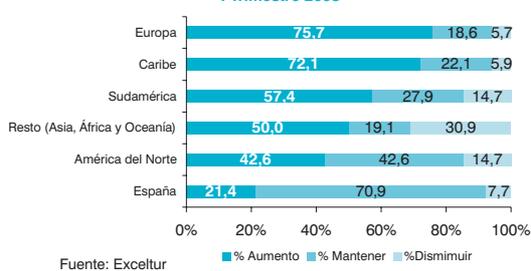
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales IV Trimestre 2007



Fuente: Exceltur

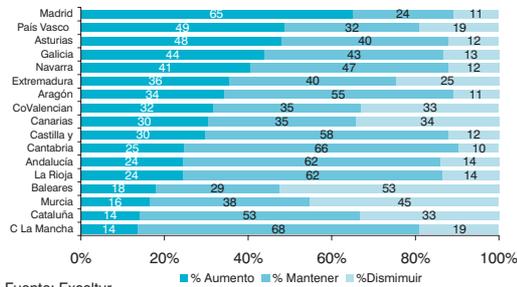
Las escapadas cortas a Europa han sido y seguirán siendo en estos meses invernales de arranque de 2008 el producto mejor vendido. En el primer trimestre del año, se espera igualmente se recuperen las ventas a destinos de larga distancia y exóticos como Caribe, Sudamérica, Asia, África y Oceanía reforzando el buen comportamiento observado en los últimos años en los productos dolarizados y/o con un elevado grado de valor añadido y que tiene su reflejo el sostenido crecimiento de los pagos realizados por los españoles en los desplazamientos turísticos al resto del mundo.

Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales I Trimestre 2008



Fuente: Exceltur

Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales I Trimestre 2008

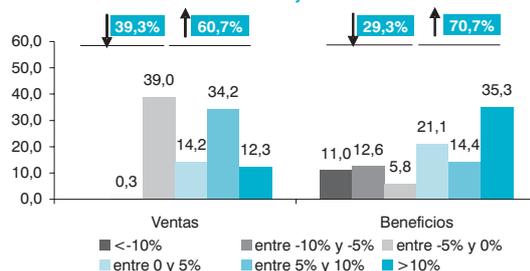


Fuente: Exceltur

Transporte de pasajeros

15 Favorable cierre de año 2007 entre las compañías de transporte beneficiadas por la fortaleza de la demanda, que se ha concretado en un generalizado incremento de los niveles de ventas y de la rentabilidad empresarial según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el conjunto del año, en un contexto de eventual menor presión sobre los precios y reducción de costes de explotación, reajuste de frecuencias y rutas en el caso del transporte aéreo, y fortaleza del euro respecto al dólar, que ha mitigado temporalmente el efecto del elevado precio del crudo sobre la cuenta de resultados.

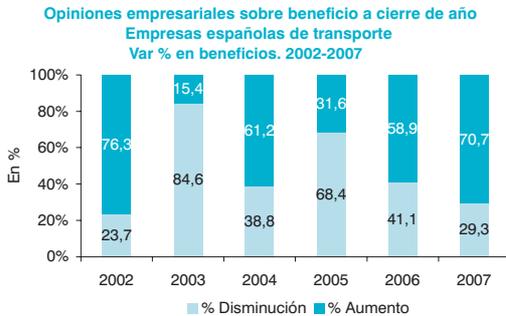
Opiniones empresariales cierre 2007 Empresas españolas de transporte Var % en ventas y beneficios



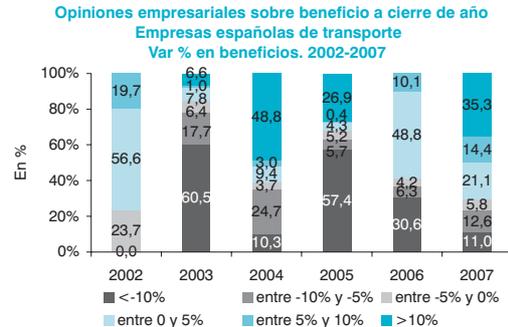
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Bajo estos parámetros, la rentabilidad empresarial creció en el año 2007 respecto al año anterior en el 70,7% de las empresas de este subsector según las opiniones empresariales recogidas a finales de año. Se trata del ejercicio con mayor consenso en cuánto a la mejora de esta variable clave para el diagnóstico del devenir del negocio. Este incremento del beneficio empresarial en el año 2007 ha estado por encima del 10,0% según el 35,3% de las empresas españolas de transporte de pasajeros.

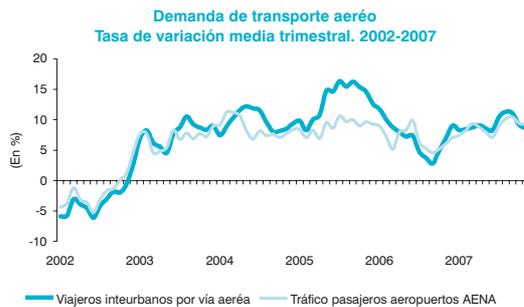


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



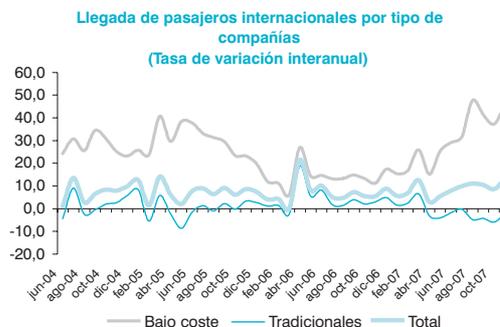
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Cómo señalábamos previamente parte de esta ganancia de rentabilidad se ha debido a la fortaleza de la demanda de servicios de transporte. Los datos de tráfico de pasajeros nacionales e internacionales en los aeropuertos españoles publicados por AENA para el año 2007 revelan un crecimiento anual acumulado del 9,0% hasta el mes de noviembre y la información que elabora el INE para viajeros transportados interurbanos por medio aéreo registraba igualmente un incremento interanual del 9,3% en el mismo período de tiempo.



Fuente: Exceltur a partir INE y AENA.

Las aerolíneas de bajo coste siguen ejerciendo de motor de crecimiento de la actividad turística según pone de manifiesto el informe del IET a partir de la llegada de pasajeros internacionales por tipo de aerolínea, que muestra un incremento respecto a 2006 en el período enero noviembre del 33,8% para este tipo de compañías, frente a un descenso del 3,3% de la entrada de pasajeros en compañías tradicionales, lo que explica una variación del 8,7% en los once primeros meses de 2007 en la entrada de pasajeros internacionales.

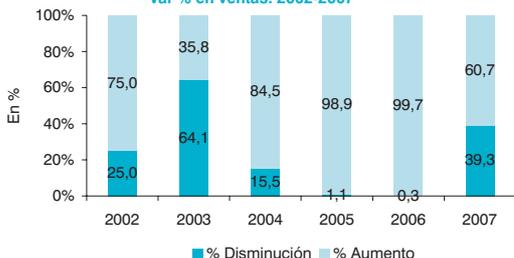


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IET

La elevada competencia y el exceso de oferta en el mercado ha condicionado que el aumento de las ventas en 2007, que aunque generalizado, ha sido menos consensuado que en años anteriores. En efecto, el 60,7% de los profesionales del subsector de transporte de pasajeros manifestaron haber incrementado las ventas en el año 2007, mientras en los dos años precedentes prácticamente todas las compañías habían experimentado avances interanuales de facturación.

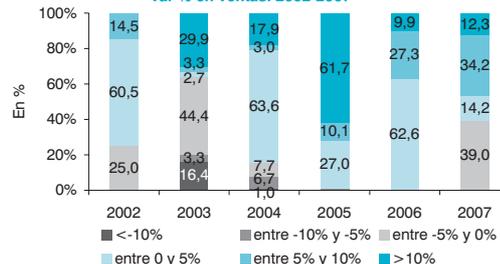


Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año
Empresas españolas de transporte
Var % en ventas. 2002-2007



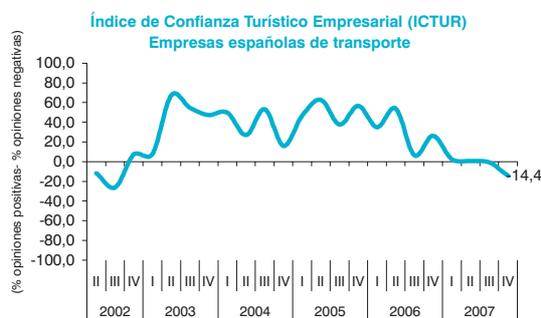
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año
Empresas españolas de transporte
Var % en ventas. 2002-2007



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

A pesar del favorable cierre de año 2007 en el sector de transporte de pasajeros, los niveles de confianza turística empresarial se sitúan en el cuarto trimestre del año en niveles negativos descontando un complejo año 2008 no tanto en términos de ventas sino de costes, debido a unas previsiones de elevado precio del crudo que obligará a los gestores de estas compañías a realizar nuevos esfuerzos de control de costes que minimicen entre otros el impacto del elevado precio del crudo en sus resultados.



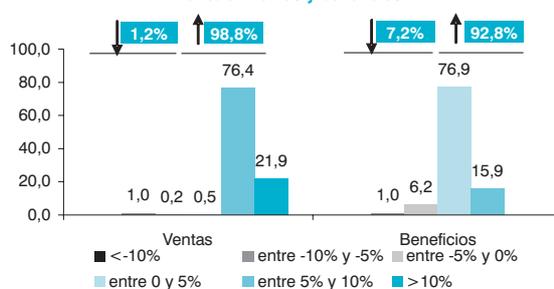
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Alquiler de vehículos

El balance empresarial del año 2007 entre los gestores de las compañías de alquiler de coches ha sido el más positivo de los diversos subsectores empresariales debido a un nuevo crecimiento de sus ventas favorecido por la creciente y dinámica afluencia de turistas independientes, más propenso a contratar este servicio en destino, y el favorable comportamiento del turismo de negocios. Este incremento mayoritario de las ventas se ha trasladado según las opiniones empresariales recogidas en la Encuesta de Exceltur a cierre de año en una mejora de la rentabilidad empresarial en prácticamente la totalidad de las compañías de alquiler de vehículos.

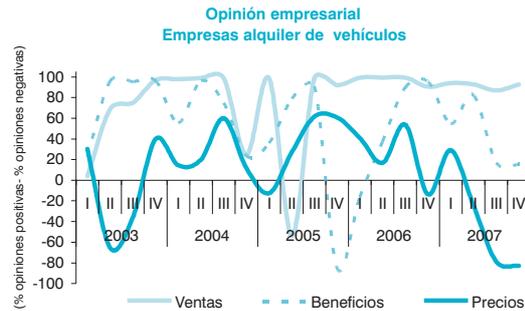
Así, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial para las empresas de alquiler de vehículos reflejan un crecimiento mayoritario de las ventas en el conjunto de 2007, que el 76,4% de los mismos estima que se situaron en el rango de entre el 5 y 10% de crecimiento respecto a los niveles de 2006.

Opiniones empresariales cierre 2007
Empresas alquiler de vehículos
Var % en ventas y beneficios



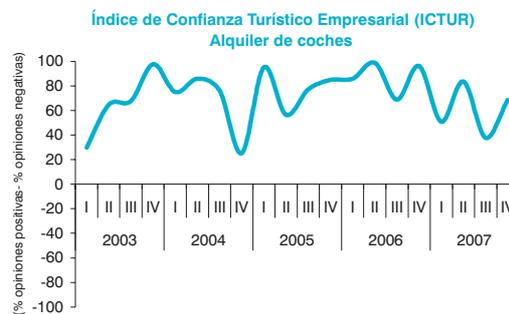
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En un entorno de creciente competencia y su efecto sobre las tarifas especialmente en la segunda mitad del año, ha impedido un incremento interanual de los beneficios empresariales de la misma intensidad que el observado para las ventas en el año 2007. En efecto, sí bien la mejora de la rentabilidad empresarial ha sido mayoritaria, el rango predominante de este incremento se sitúa entre el 0 y el 5% según el 76,9% de los profesionales del subsector de arrendamiento de vehículos.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La percepción de un comienzo de año 2008, dónde los empresarios anticipan un aumento de la demanda, que se concretará en un nuevo aunque leve avance de la rentabilidad empresarial entre las empresas de alquiler de vehículos, ha elevado los niveles de confianza empresarial a cierre de ejercicio, tras el descenso observado en el tercer trimestre de 2007.



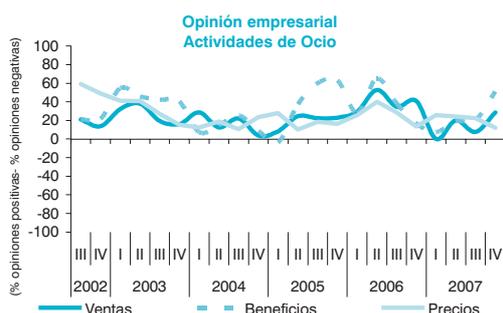
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Ocio

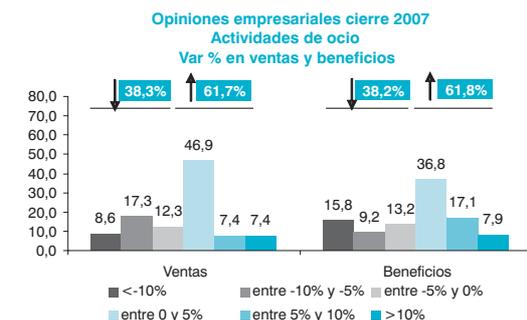
16 Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur de los prestadores de servicios de ocio y las diversas entidades de tipo cultural visitadas por los turistas para el conjunto del año 2007 revelan un favorable cierre de año debido al tirón de la demanda de este tipo de actividades, la paulatina integración de estos productos en la oferta de los destinos turísticos españoles, y la firme apuesta por parte de los agentes público-privados de sector por la inversión en la progresiva valorización de los recursos culturales, naturales y patrimoniales y el fomento de grandes eventos de ocio y deportivos. No obstante, el cierre de año ha estado condicionado levemente por las desfavorables condiciones meteorológicas que redujeron la actividad en el primer trimestre en las estaciones de esquí y montaña y en el tercer trimestre en los parques de ocio y campos de golf.

En efecto, a pesar del sostenido ritmo de crecimiento de la demanda de actividades deportivas, de disfrute de la naturaleza, cultura y ocio, la escasez de nieve en el primer trimestre de 2007 y los numerosos días de lluvia en el verano mermaron notablemente el ritmo de avance de las ventas en las estaciones de esquí y campos de golf, en particular, y de las ventas del conjunto de los prestadores de servicios diversos de ocio.

Este heterogéneo comportamiento entre las diferentes empresas del sector explica la diversidad en los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para 2007. En concreto, el 61,7% de los gestores de las empresas relacionadas con el disfrute del ocio manifestaban haber registrado aumentos interanuales de las ventas en los 2007, mientras que el 38,3% de los mismos revelaba una caída en las ventas.



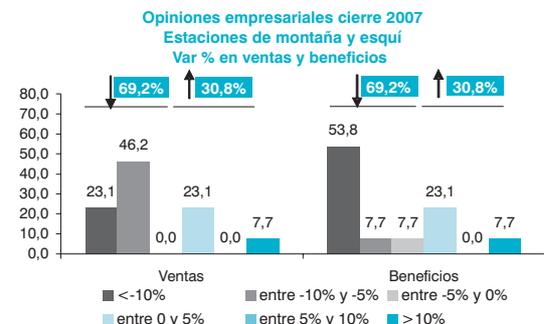
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



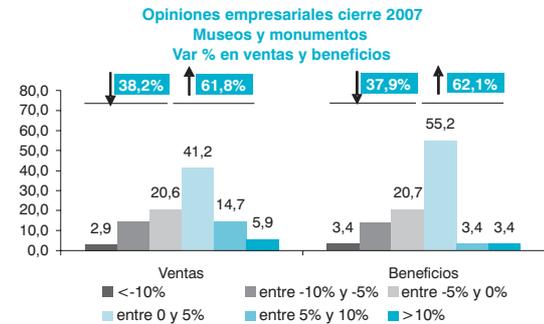
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



El balance es igualmente disímil en términos de rentabilidad empresarial, en este sentido, el retroceso de la rentabilidad en las estaciones de esquí que en 2007 carecieron de nieve explican un elevado porcentaje del 38,2% de los prestadores de servicios que manifiestan haber observado un descenso de los beneficios empresariales entre este subsector del actividad. En el otro tramo se encuentran los parques de ocio, museos y monumentos y campos de golf, que han percibido de manera generalizada mejora en la rentabilidad empresarial en el año 2007.

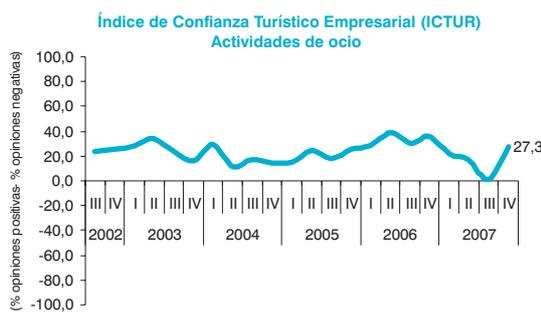


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Ante el recién inaugurado año 2008, los gestores de instituciones culturales y profesionales del subsector de empresas y equipamientos de ocio anticipan un nuevo crecimiento de la demanda de este tipo de servicios y en general, un nuevo aunque moderado crecimiento de las ventas. En este sentido, y con un primer trimestre que se presenta más favorable para las estaciones de esquí y se prevé que de continuidad al positivo desempeño de la actividad en el resto de los prestadores de ocio, el nivel de confianza turístico empresarial para este subsector se recupera notablemente hasta niveles del 27,3 según el Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

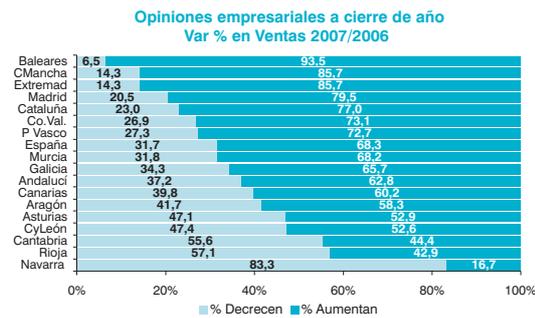


A.4. Claves por destinos

17 Los resultados que se derivan de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el conjunto del año 2007 confirman el **favorable balance empresarial del año turístico en la mayoría de los destinos españoles**. Los grandes beneficiados han sido Baleares, los destinos urbanos, y en especial, las ciudades de Madrid, Valencia y Barcelona y ciudades monumentales como Granada y Santiago de Compostela, y destinos de interior y naturaleza como Extremadura y Castilla La Mancha, dónde el incremento percibido en las ventas en 2007 se ha dado en un marco comercial más favorable, que ha propiciado una mejora de márgenes unitarios y de rentabilidad empresarial respecto a los niveles de 2006.

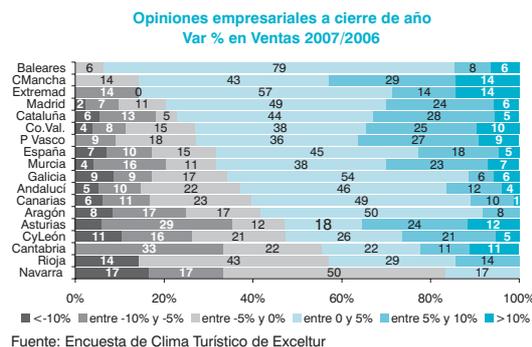
El balance empresarial de la actividad turística en el año 2007 ha sido igualmente favorable aunque de manera menos consensuada en el resto de destinos vacacionales que han experimentado generalizados incrementos interanuales en clave de ventas y rentabilidad. Por su parte, los destinos de la España Verde han cerrado en media un positivo ejercicio turístico 2007, aunque muy condicionados por un desfavorable tercer trimestre marcado por unas adversas condiciones metereológicas.

Las valoraciones empresariales a cierre de año evidencian un elevado consenso sobre el crecimiento de las ventas en 2007 respecto a los registros del año anterior. Cómo se aprecia en los gráficos adjuntos, que recogen la opinión de los gestores de establecimientos hoteleros sobre la evolución interanual de las ventas por destinos, el porcentaje de empresarios que han manifestado haber experimentado avances positivos en su volumen de ventas en 2007 ha sido mayoritario en casi todas las regiones españolas, aunque con distintos grados de consenso e intensidad a la hora de cuantificar este incremento.



Los gestores de los establecimientos ubicados dentro del interior de España y Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana, dentro de los destinos del litoral, han percibido en un mayor porcentaje que la mejora interanual en los niveles de facturación ha sido superior al 5%. Mientras se observa como en Baleares dónde prácticamente el consenso es unánime sobre el avance interanual en las ventas, los empresarios se muestran más conservadores a la hora de medir la intensidad de este crecimiento, cuantificándolo la mayoría de ellos entre el 0 y el 5%. En lo que respecta a Andalucía y Canarias, predomina la mejora interanual de las ventas en 2007 por debajo del 5% pero se percibe un número relevante de establecimientos que han experimentado retrocesos en su facturación en el año 2007. En el caso de los destinos canarios, un positivo cuarto trimestre ha propiciado un cierre de año más favorable que el esperado en el ecuador del año 2007.

El cierre de las ventas en el año 2007 en los destinos de la España Verde del norte peninsular ha estado muy condicionado por el descenso de la actividad en el tercer trimestre del año, que es su temporada clave, debido a las desfavorables condiciones climatológicas. Así, el porcentaje de empresarios que manifiestan haber registrado descensos en las ventas respecto a los niveles de 2006 en Cantabria, La Rioja y Navarra es mayoritario.



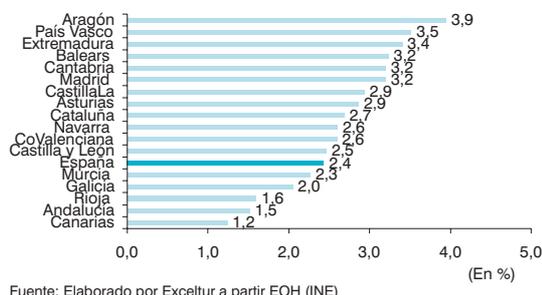


Cabe señalar entre los destinos vacacionales el positivo balance empresarial en Baleares a pesar del retroceso observado en la demanda en términos de afluencia. En este sentido, el mantenimiento de una estrategia de optimización de márgenes empresariales vía precios y contención de costes se ha trasladado a un incremento generalizado de la rentabilidad empresarial en los hoteles de las islas en el año 2007.

El incremento de las ventas se ha materializado en la mayoría de destinos en mejoras interanuales de la rentabilidad empresarial debido al ligero crecimiento de las tarifas en gran parte de estos destinos y a una mejora en la gestión de costes tal y cómo revelan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur de cierre de año.

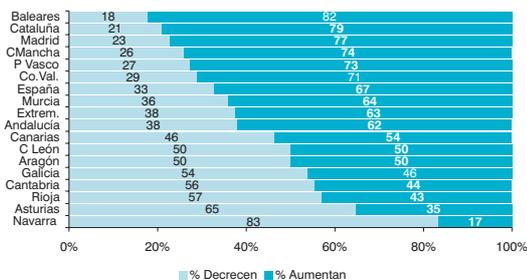
En este sentido, el Índice de Precios Hoteleros del INE por comunidades autónomas pone de manifiesto un crecimiento medio de los precios en el acumulado anual hasta el mes de noviembre de 2007 por encima del 2,4% en la mayoría de destinos españoles. En comunidades con mayor grado de sobreoferta de alojamiento en general como Canarias, el incremento interanual de los precios apenas ha llegado al 1,2%, reflejando el esfuerzo empresarial en términos de contención de tarifas a efectos de intentar atraer demanda, lo que como reflejan los resultados empresariales para esta comunidad se ha concretado en una generalizada precepción de descenso de su rentabilidad empresarial para el conjunto del año 2007.

Índice de Precios Hoteleros por CCAA.
Promedio Ene-Nov 2007/2006. Tasa variación interanual



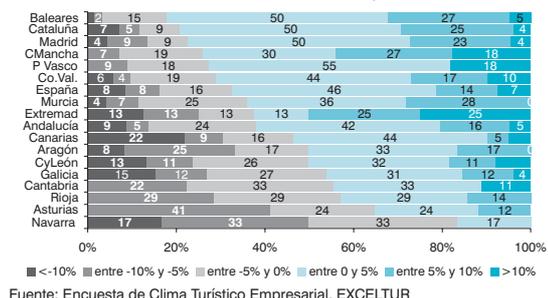
Bajo estos condicionantes, los gestores de establecimientos hoteleros de País Vasco, Castilla La Mancha y Extremadura, dentro de la España Verde y de Interior, Islas Baleares y litoral Mediterráneo y la Comunidad de Madrid han percibido un incremento generalizado en sus beneficios en el año turístico 2007 debido al crecimiento de las ventas y optimización de márgenes unitarios.

Opiniones empresariales a cierre de año
Var % en Beneficios 2007/2006



Cabe destacar el relevante incremento del beneficio empresarial en Baleares y Cataluña en el año 2007 que según el 32,3% de los empresarios baleares y el 29,2% de los catalanes ha sido superior al 5%. Es igualmente relevante el elevado porcentaje de establecimientos madrileños y valencianos que han experimentado fuertes avances interanuales de la rentabilidad empresarial en 2007 de la mano de una dinámica demanda que ha propiciado un mejor contexto para la negociación de tarifas.

Opiniones empresariales a cierre de año
Var % en Beneficios 2007/2006

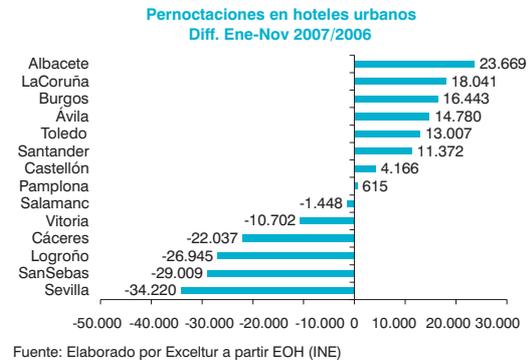
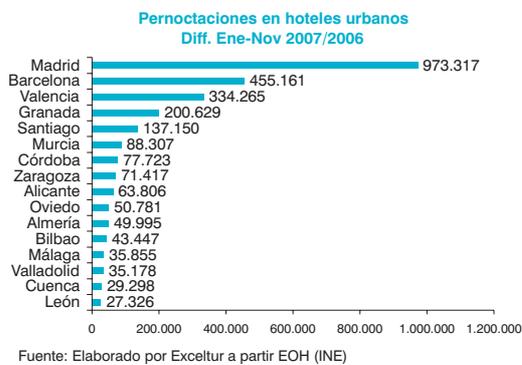




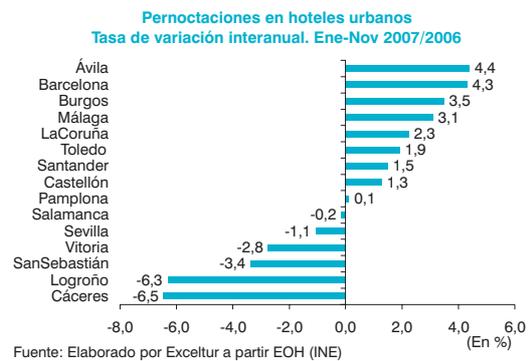
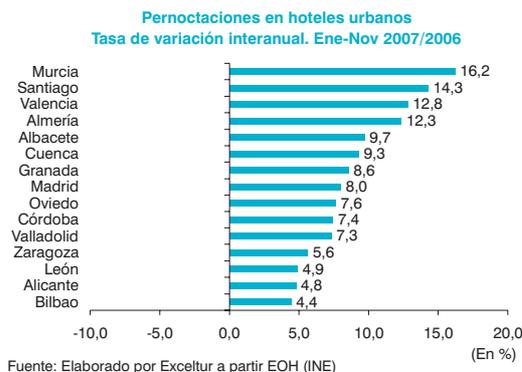
Los destinos que han tenido un marco menos favorable para la negociación de tarifas, ya sea por una desaceleración en la demanda como en Cantabria, Asturias, La Rioja y Navarra, ó por la situación de sobreoferta de alojamiento y pérdida de competitividad de algunos espacios turísticos insulares debido a la madurez de su entorno y planta alojativa, fundamentalmente de apartamentos como es el caso de Canarias, no han experimentado una clara mejoría de los beneficios empresariales en el año 2007 a pesar del generalizado avance de la demanda.

18 **2007 constata para muchos destinos urbanos españoles un muy positivo** incremento de los flujos y el gasto turístico y el largo recorrido de este segmento de demanda dada la creciente tendencia a la escapada corta en ciudades europeas, la mayor capacidad de desplazamiento entre las mismas debido a un mayor número de frecuencias y conexiones aéreas y recientemente de nuevas líneas de alta velocidad, el tirón del turismo asociado al disfrute de grandes eventos culturales, de ocio y deportivos, y el constatado éxito del turismo de negocios, ferias y congresos.

La ciudad de Madrid se configura como principal abanderado del éxito del turismo urbano en España en el año 2007 con 980 mil pernoctaciones hoteleras más según la EOH en el acumulado anual hasta noviembre, lo que supone un incremento del 7,6% sobre 2006. Su acertada política turística y el consecuente reposicionamiento internacional como destino turístico y la ampliación de capacidad aérea de la nueva Terminal en el aeropuerto de Barajas que ha posibilitado una mayor accesibilidad por este medio de transporte con otras ciudades europeas y españolas, explican parte del crecimiento de la demanda de servicios turístico en Madrid que en 2008 se verá también favorecida por las nuevas líneas del AVE.



Por su parte, la celebración de la copa de América en Valencia y el excelente posicionamiento y continuado tirón de demanda internacional de Barcelona han posibilitado igualmente un notable incremento de la actividad turística en el año 2007 en estas dos ciudades. De hecho, las pernoctaciones hoteleras recogidas por la EOH registraron notables incrementos porcentuales y de volumen entre los meses de enero y noviembre de 2007. Las pernoctaciones en Valencia registraron un incremento interanual del 12,8%, que supuso 334 mil pernoctaciones más que en el acumulado anual hasta noviembre de 2006, en Barcelona este mismo indicador experimentó un crecimiento del 4,3% hasta el mes de noviembre de 2007, que se concretó en 455 mil pernoctaciones más que en el mismo período del año anterior.

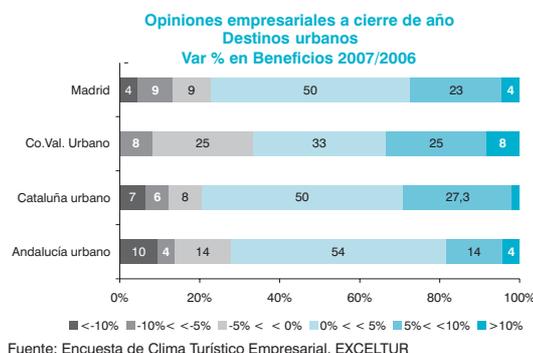
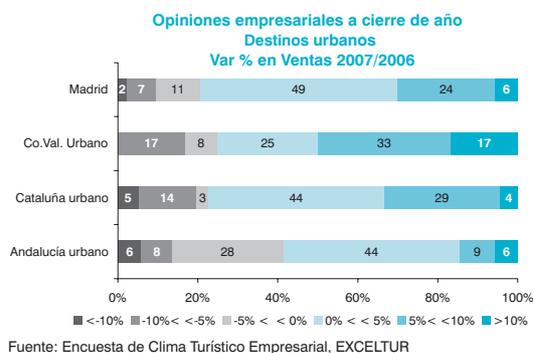


Es igualmente relevante el avance de la actividad turística en otras ciudades históricas de tamaño medio como Santiago de Compostela, Granada y Córdoba, dónde se han experimentado incrementos interanuales del 14,3%, 8,6% y 7,4%, respectivamente, en las pernoctaciones en establecimientos hoteleros en el período enero-noviembre de 2007. Tal y cómo hemos venido señalando en informes precedentes la celebración del año Salzillo en Murcia ha dotado a esta ciudad de un intenso crecimiento de la demanda y actividad turística en 2007, que según el INE se tradujo en un incremento del 16,2% en las pernoctaciones hoteleras en el acumulado anual hasta el mes de noviembre de 2007.

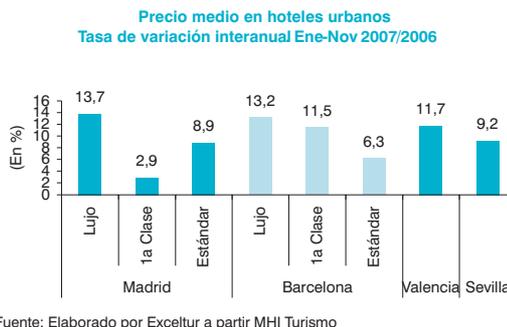


Este dinámico comportamiento de la demanda, en un marco de crecimiento de sus tarifas hoteleras se ha concretado en un significativo incremento de las rentabilidades empresariales de los establecimientos urbanos según revelan los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y corrobora la información elaborada por MHI Turismo para cuatro de las principales ciudades turísticas españolas.

En efecto, la explotación más específica de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para las zonas urbanas de Cataluña, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía, dónde se concentran gran parte de las ciudades turísticas españolas, revela un generalizado incremento de las ventas y de la rentabilidad empresarial en el año 2007 y un elevado porcentaje de gestores que cuantifican estas mejoras por encima del 5%.



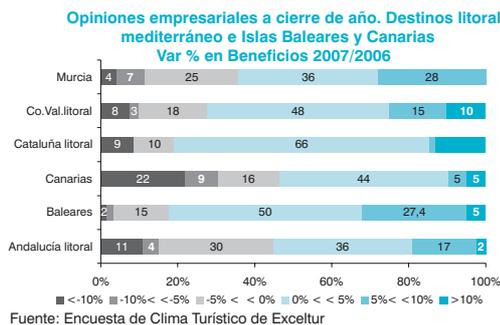
En este mismo sentido, los datos de MHI hasta el mes de noviembre revelan un intenso crecimiento de la rentabilidad empresarial hasta el mes de noviembre medido a través del RevPar (Ingreso por Habitación Disponible) en Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia debido básicamente al crecimiento de las tarifa hoteleras, que, además en el caso de Madrid, Sevilla y Valencia se ha visto acompañado de una modesta mejora en la ocupación. El incremento del RevPar, que es el indicador clave para valorar la evolución del negocio hotelero, se ha situado en media por encima del 10% en estas cuatro ciudades.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

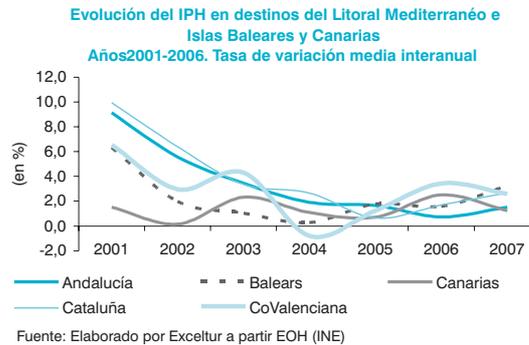
19 A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el año 2007 y la información para zonas turísticas de la EOH del INE **el balance del año turístico 2007 para el conjunto de los destinos del litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario ha sido en media favorable**, con considerables matices en función de la zona, madurez del producto y del binomio destino-producto de comercialización del mismo.

Las opiniones recogidas en nuestra encuesta a finales del año 2007 en los establecimientos hoteleros de carácter vacacional ubicados en el litoral mediterráneo, Islas Baleares y Canarias evidencian un generalizado aunque modesto crecimiento de las ventas en 2007 según los gestores de establecimientos hoteleros, que en un marco de leve incremento de los precios, se ha trasladado en una mejora de la rentabilidad empresarial en gran parte de los hoteles vacacionales.



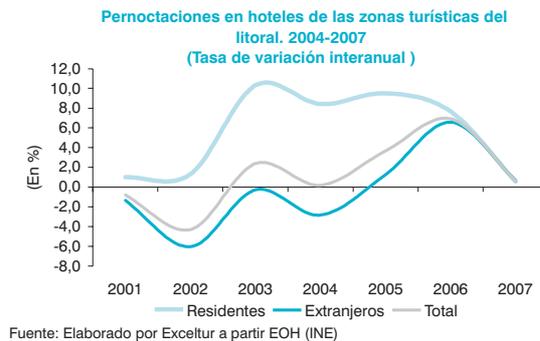


La mayor contención de las tarifas en Canarias y en Andalucía, que ha fortalecido el crecimiento de sus ventas en la recta final del año 2007, ha resultado sin embargo en un menor consenso en cuánto a la mejora de la rentabilidad empresarial en estas zonas turísticas. De hecho, el 44,8% de los empresarios andaluces y el 46,3% de los canarios manifiestan haber experimentado retrocesos en sus beneficios empresariales respecto a los niveles de 2006.

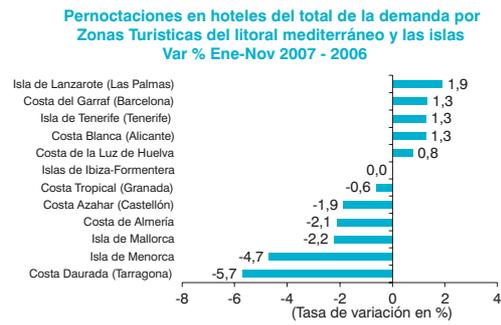
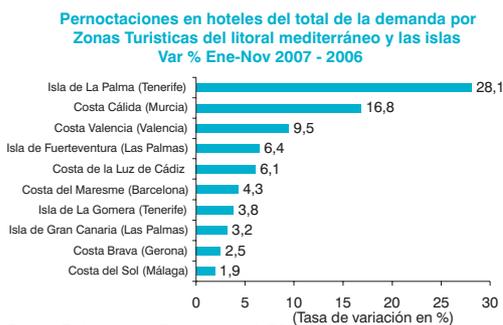


Los datos detallados del INE revelan como tras un positivo año 2006 favorecido por la fortaleza de la demanda nacional y el crecimiento de la demanda extranjera, que se vio impulsada en los dos trimestres centrales del año por la redistribución de flujos prestados desde otros países del mediterráneo oriental condicionados por adversidades geo-políticas, en el acumulado anual hasta noviembre de 2007 las pernoctaciones en hoteles en las zonas turísticas del litoral español experimentaron un leve crecimiento interanual del 0,6%, marcando, no obstante, un nuevo máximo en la serie de los últimos años con un total de 172,4 millones de pernoctaciones.

La ralentización de la demanda nacional es de destacar en el año 2007. De hecho, según los datos de la EOH del INE, las pernoctaciones de españoles en los establecimientos hoteleros del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias, registraron un crecimiento de tan sólo el 0,6%, tras un crecimiento medio del 9,0% en el período 2003-2006, cuándo ejerció como elemento dinamizador de la actividad turística en estos destinos. Por su parte, la demanda extranjera también ha experimentado un retroceso en sus ritmos de crecimiento hasta tasas interanuales del 0,7%, tras el excepcional ejercicio 2006.



La afluencia a los destinos turísticos vacacionales españoles ha sido muy disímil en el año 2007. Los principales destinos canarios han registrado crecimientos de la demanda total de servicios de alojamiento hotelero entre los meses de enero y noviembre de 2007, que, en Fuerteventura y Gran Canaria, se ha concretado en más de 320 mil pernoctaciones más que en el mismo período de 2006, lo que supone un crecimiento del 6,4% y 3,2%, respectivamente. Por otro lado, la mayoría de destinos baleares han experimentado de manera más intensa la desaceleración del mercado español, registrando notables caídas en las pernoctaciones de españoles en todos los destinos, lo que en el caso de la Isla de Mallorca ha supuesto la pérdida de un elevado volumen de pernoctaciones en los once primeros meses de 2007. Por el contrario, la demanda nacional se ha comportado muy favorablemente en Menorca, pero no ha perdido compensar la caída de las ventas al mercado extranjero.





Dentro del litoral andaluz, destacan la Costa de la Luz gaditana y la Costa del Sol en Málaga como las zonas costeras andaluzas dónde la demanda de alojamiento ha experimentado un mayor crecimiento interanual. Así, las pernoctaciones hoteleras en la Costa de la Luz de Cádiz hasta el mes de noviembre experimentaron un incremento del 6,1% de la mano del dinamismo de la demanda nacional, lo que supone 305 mil pernoctaciones más que en el período entre enero y noviembre de 2006. En la Costa del Sol, sin embargo, el crecimiento de la demanda extranjera explica el crecimiento interanual del 1,9% de las pernoctaciones hoteleras hasta el mes de noviembre.

El número total de pernoctaciones en hoteles hasta el mes de noviembre se mantuvo en el litoral catalán en los niveles del año 2006. En todo caso cabe resaltar el positivo comportamiento de la afluencia de extranjeros a la Costa Brava que elevó el crecimiento de las pernoctaciones totales en esta zona hasta el 2,5% en el acumulado anual hasta noviembre y el positivo devenir de la demanda ten la Costa del Maresme con un incremento interanual del 4,3% en las pernoctaciones en el acumulado hasta noviembre de 2007. El retroceso de la demanda ha sido notable en la Costa Daurada, con una caída acumulada de enero a noviembre de 2007 del 5,7% según la EOH del INE.

El avance de la demanda española en la costa levantina y particularmente, en la Costa de Valencia y la Costa Blanca ha sido notable. Así el incremento de las pernoctaciones en Benidorm y su zona de influencia en el acumulado anual hasta el mes de noviembre fue de 165 mil, un 1,3% más que en el año anterior, y en la Costa de Valencia se registraron 116 mil pernoctaciones hoteleras más que en el período enero noviembre de 2006, lo que supone un crecimiento interanual del 9,5%. Por su parte, la positiva evolución de la demanda nacional en la Costa Cálida de Murcia ha sido acompañada por un intenso crecimiento de la demanda extranjera en esta zona, lo que en términos porcentuales eleva el crecimiento interanual de sus pernoctaciones hoteleras hasta el 16,8%.



20 Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur también revelan un **favorable balance de la actividad turística en 2007 en la comunidades de interior y de la España Verde**, dando continuidad a la senda de crecimiento observada en los últimos años en estos destinos con una oferta orientada al turismo cultural y de naturaleza, que no obstante, en algunos destinos de la España Verde se ha visto ensombrecido por unos mediocres resultados de los meses de verano muy condicionados por la meteorología adversa.

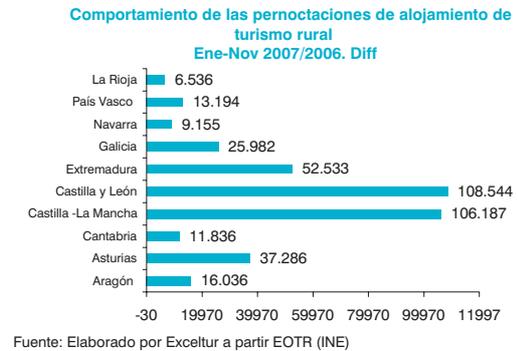
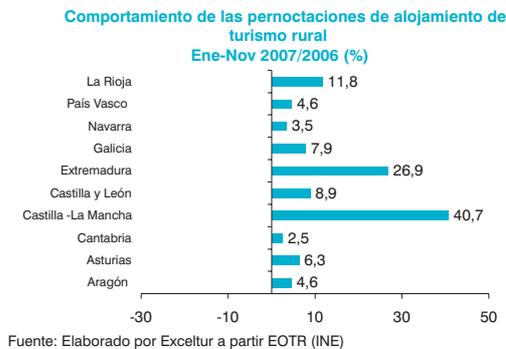
Las valoraciones empresariales recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur en el cierre del año 2007 y las diferentes estadísticas de oferta del INE avalan el positivo balance del año turístico 2007. En este sentido, la mayoría de los empresarios de estos destinos manifiestan variaciones interanuales positivas en términos de volumen y rentabilidad empresarial. Destacando los buenos resultados de Extremadura y Castilla La Mancha, en las comunidades de interior, y el País Vasco, entre las de España Verde.

El crecimiento de la demanda de servicios de alojamiento hotelero en el conjunto de destinos de interior ha sido superior a la media nacional según datos de la EOH del INE. En concreto, la suma de las pernoctaciones hoteleras en Aragón, Extremadura, Castilla La Mancha, Castilla y León y La Rioja registró un crecimiento del 7,0% en 2007 frente al 2,2% de España. Mientras las pernoctaciones en hoteles ubicados en las comunidades que conforman la España Verde, Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco y Navarra experimentaron un incremento interanual del 2,3% en el acumulado anual hasta noviembre, muy en línea con la media nacional.





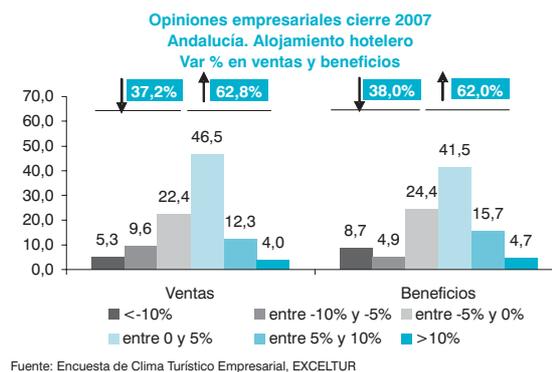
A su vez, la demanda de servicios de alojamiento rural en estos destinos ratifica en el año 2007 la senda de crecimiento observada desde el comienzo de la década. La variación interanual en el número de pernoctaciones en alojamiento rural ha sido común a todos los destinos de interior y la España Verde, destacando por sus ritmos y por su incremento de volumen el crecimiento de las noches en este tipo de alojamiento en Castilla y León y Castilla La Mancha tal y como se puede observar en los gráficos adjuntos.



A.4.1. Andalucía

El año 2007 se cierra con un positivo balance empresarial para el turismo andaluz gracias al generalizado incremento de ventas y beneficios entre las empresas turísticas en la comunidad. Esta mejora de estos dos indicadores de negocio empresariales se ha dado en un marco de mayores niveles de ocupación ante un incremento leve de la demanda y una contención de la oferta de alojamiento puesta en el mercado, que ha posibilitado unas mejores condiciones para la negociación de tarifas.

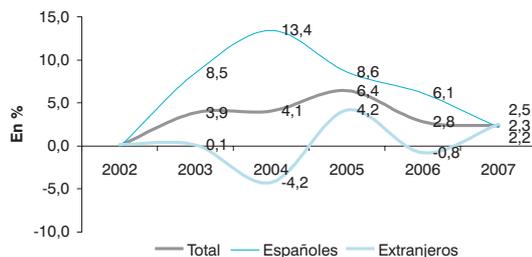
En concreto, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur realizada a finales de 2007 evidencian como el 62,8% de los gestores de hoteles andaluces han percibido mejoras interanuales en sus ventas en el total del año, que la mayoría de ellos (46,5%) han cuantificado como leves, entre el 0 y el 5%. Este avance en la facturación se ha concretado en un incremento en los beneficios empresariales de manera casi proporcional. De hecho, el 62,0% de los empresarios del subsector de alojamiento hotelero andaluz evidencian una mejora en la rentabilidad empresarial, que igualmente la mayoría de ellos (41,5%) califican como leve.



Los datos oficiales de las encuestas de ocupación del INE revelan igualmente un crecimiento interanual de la demanda. En efecto, tanto la demanda de servicios de alojamiento reglado nacional como extranjera hacia Andalucía han crecido en 2007, aunque de manera leve. En concreto, el número de pernoctaciones en establecimientos de alojamiento reglados se incrementaron en el acumulado anual hasta noviembre un 2,3% en promedio, compuesto por un aumento del 2,2%, de la demanda española, mientras la extranjera se incrementaba un 2,5%. En este sentido, y al igual que sucede para el total de España, se observa una ralentización de la senda de crecimiento de la demanda española mientras que, sin embargo, la demanda extranjera ha vuelto a registros positivos tras la caída sufrida en el año 2006.



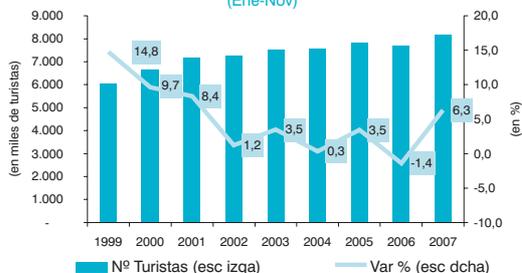
Demanda de alojamiento reglado en Andalucía
Tasa de variación interanual. Ene-Nov. Años 2002-2007



Fuente: Exceltur a partir INE

Así, en el año 2007 se ha registrado en el conjunto de Andalucía un intenso incremento de la afluencia de turistas extranjeros, lo que se ha trasladado en parte al incremento observado en la demanda de servicios de alojamiento reglado. A tenor de los datos de Frontur elaborados por el IET el número de llegada de turistas no residentes hasta el mes de noviembre a los destinos andaluces alcanzó su máximo de 8,2 millones, lo que supuso un aumento del 6,3%. La apuesta por la valorización de los recursos turísticos andaluces, el esfuerzo inversor en público privado y el incremento de las conexiones y frecuencias con otros aeropuertos europeos respaldan parte de este incremento.

Andalucía
Número de turistas extranjeros
(Ene-Nov)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET.

Andalucía
Turismo extranjero
(Tasa de variación media trimestral interanual)

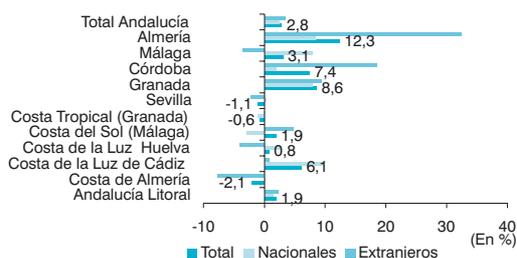


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Frontur (IET) y EOH (INE)

El comportamiento entre los diferentes productos y destinos turísticos andaluces ha sido dispar tal y cómo ponen de manifiesto los datos de la EOH del INE y las valoraciones de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. En concreto, los datos de las encuestas de oferta del INE revelan un muy positivo comportamiento de la demanda en los destinos turísticos urbanos andaluces, dentro de los cuáles destaca Granada con un incremento del 8,6% en las pernoctaciones hoteleras en el acumulado anual hasta el mes de noviembre, que se ha concretado en 200 mil pernoctaciones más que en 2006. Igualmente cabe destacar el positivo comportamiento de la demanda en las ciudades de Málaga, Córdoba y Almería.

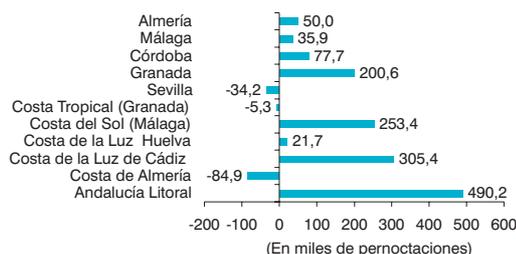
Dentro de los destinos de costa del litoral andaluz se observa un comportamiento heterogéneo. La Costa de la Luz de Cádiz mantiene su tirón, de la mano sobre todo de la demanda nacional, y registra un crecimiento interanual del 6,1%, que suponen 305 mil pernoctaciones más que en el período enero noviembre de 2006. Mientras, la Costa del Sol ha experimentado un incremento de la demanda de servicios hoteleros en 2007 gracias al avance de la demanda extranjera y que se ha concretado en un incremento del 1,9% en el acumulado anual hasta el mes de noviembre, lo que equivale a 253 mil pernoctaciones por encima que las registradas en 2006. Sin embargo, los hoteles del resto de zonas de costa como la Costa Tropical y Costa de la Luz de Huelva han mantenido niveles de pernoctaciones similares a los de 2006.

Demanda turística en zonas turísticas del litoral y destinos urbanos. Ene-Nov 2007/2006



Fuente: Exceltur a partir EOH (INE)

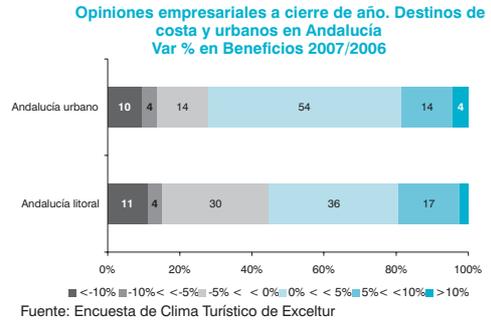
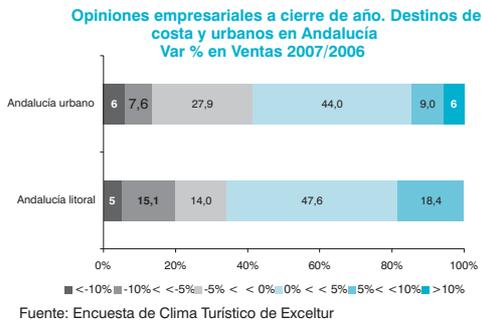
Demanda turística en zonas turísticas del litoral y destinos urbanos. Ene-Nov 2007/2006



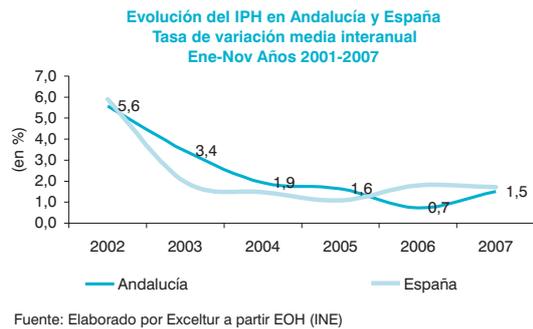
Fuente: Exceltur a partir EOH (INE)



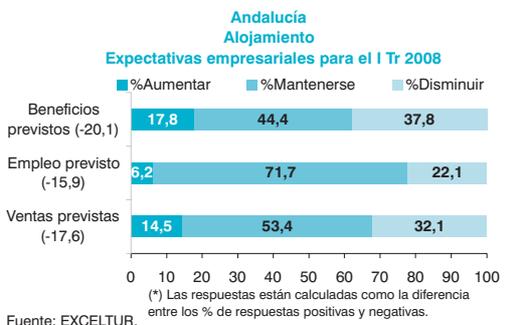
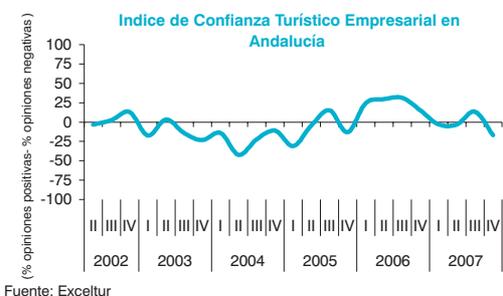
A tenor de la explotación de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para Andalucía diferenciando hoteles urbanos y vacacionales, este disímil comportamiento de la demanda se ha traducido en aumentos generalizados de las ventas tanto en los hoteles del litoral como urbanos, sin embargo, mientras que el consenso es elevado en cuanto a la mejora de los beneficios empresariales entre los gestores de alojamientos hoteleros urbanos, existe una gran disparidad de opiniones en cuanto a la mejora de rentabilidad en 2007 en los hoteles vacacionales andaluces tal y cómo se puede observar en los gráficos adjuntos.



Sin perjuicio de lo anterior, el avance de la demanda de servicios hoteleros en un marco de relativa contención de crecimiento de la oferta ha posibilitado una mejora en la ocupación según revelan los datos de la EOH del INE hasta el mes de noviembre. En concreto, el grado de ocupación medio para Andalucía en el período enero noviembre de 2007 fue del 52,4%, 0,2 p.p por encima del registrado en el año 2006. Estos más elevados niveles de ocupación han otorgado al subsector de alojamiento hotelero andaluz de una mayor capacidad de negociación de tarifas, cerrando el IPH el año con una tasa de crecimiento interanual del 1,5%, que supone un cierto repunte respecto al tasa más próxima al estancamiento que representaba el 0,7% observado en 2006.



Ante un arranque del año 2008 que se anticipa menos dinámico de lo deseable, el nivel de confianza que prevalecía entre los gestores de establecimientos hoteleros en Andalucía en el cuarto trimestre del año 2007 descendiendo y retrocede a valores similares a los de finales de 2005 como se desprende de la evolución del Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para Andalucía que se recoge en el cuadro adjunto. De hecho en las encuestas recogidas a finales de 2007, los profesionales del sector esperan un estancamiento generalizado de las ventas y beneficios en el primer trimestre de 2008.

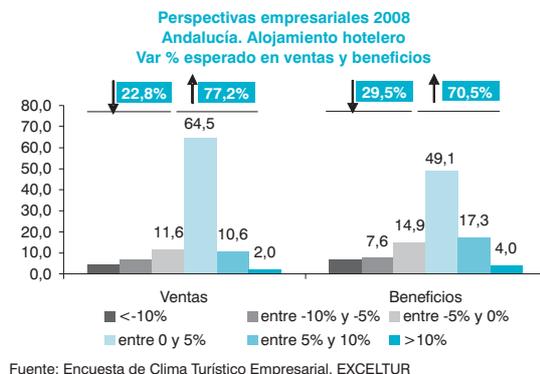


No obstante, las expectativas empresariales para el conjunto del año 2008 se tornan más favorables. En efecto, el 77,2% y el 70,5% de los profesionales del subsector de alojamiento hotelero andaluz anticipan incrementos en ventas y beneficios en sus establecimientos hoteleros en 2008, que la mayoría de ellos cuantifica como leve (entre el 0 y el 5%).

La mejora y aumento de la accesibilidad aérea a los destinos andaluces y las nuevas líneas de AVE, el esfuerzo en promoción realizado por la Junta y entidades privadas, y sobre todo, la apuesta pública por impulsar la renovación y la

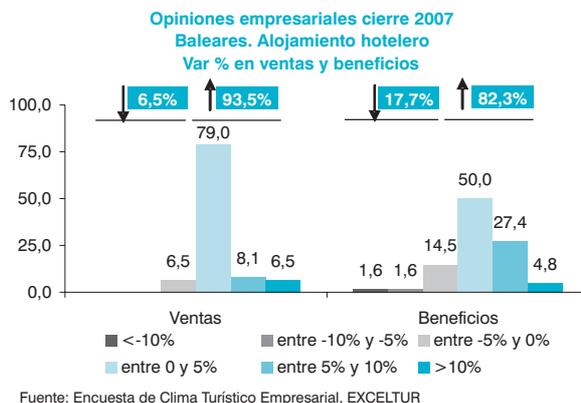


sostenibilidad de la actividad turística en la comunidad que se concretó en el mes de octubre de 2007 en la aprobación por el parlamento andaluz de del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía y la puesta en marcha del Plan de Acción 2008 con sus acciones y dotaciones presupuestarias sustentan la confianza del sector privado en el buen devenir de la actividad en 2008.



A.4.2. Baleares

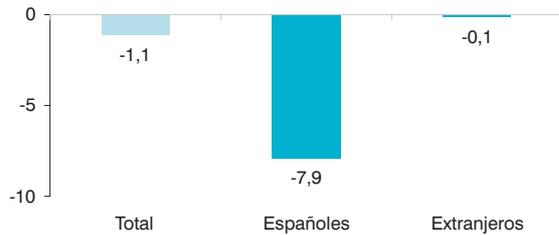
Baleares cierra el año 2007 con un balance empresarial positivo, a pesar de la ralentización de los niveles de afluencia turística a las islas. Una mejor gestión comercial por parte de las empresas turísticas de las islas y una apuesta por el incremento en los márgenes frente a la mera maximización de las ocupaciones ha situado a Baleares como la comunidad autónoma española donde el crecimiento en las ventas y en los beneficios ha sido más generalizado entre sus empresas de alojamiento turístico durante 2007, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. En concreto, el 93,5% de los empresarios de las islas incrementó sus ventas en 2007, si bien la mayor parte de los casos (79,0%) este aumento no superó el 5%. Los resultados de las políticas comerciales y de control de costes han permitido que el ligero aumento en las ventas se traduzca en un incremento en los beneficios en el 82,3% de esas empresas, con un 32,2% de las mismas que las sitúan por encima del 5%. Baleares consolida, así, la recuperación de su sector turístico tras 4 años muy complejos, si bien con volúmenes de turistas y de pernoctaciones hoteleras todavía lejos de los alcanzados en 1999.



En concreto, la demanda turística de las islas, medida a través del número de pernoctaciones en establecimientos reglados, se ha reducido un 1,1% en el acumulado hasta noviembre de 2007, según la información de las encuestas de ocupación del INE, con una caída del 1,8% en las pernoctaciones hoteleras, según la misma fuente. Los 50,5 millones de pernoctaciones realizadas hasta noviembre en los hoteles de Baleares, todavía se sitúan por debajo de los 57,2 millones registrados en el año 1999. El mejor comportamiento durante 2007 ha venido de la mano del turismo extranjero que se ha mantenido en niveles muy próximos a los del pasado año (-0,1% de variación anual en el acumulado hasta noviembre en el total de pernoctaciones en la oferta reglada y -0,2% en la hotelera). La respuesta del mercado europeo, principalmente del británico y, en menor medida, del alemán en los meses de verano, ha restado camas para su comercialización en el mercado interno, lo que explica en gran medida la caída percibida en el número de viajeros y pernoctaciones de los españoles en las islas durante el año.

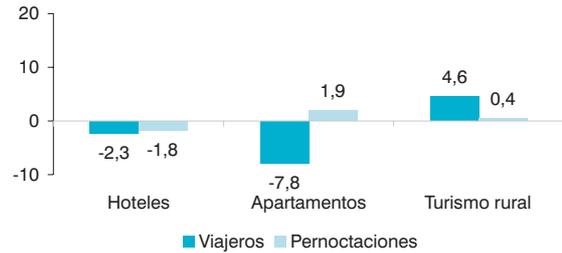


Pernoctaciones alojamientos reglados
Variación interanual
Ene-Nov 2007/2006



Fuente: Elaboración Exceltur a partir INE

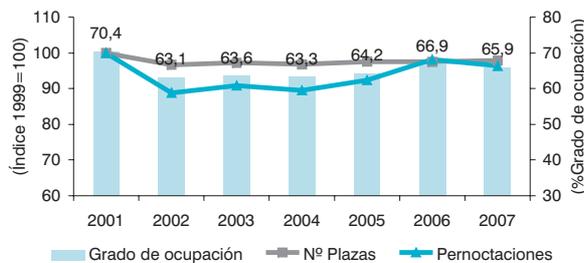
Demanda alojamientos reglados
Variación interanual
Ene-Nov 2007/2006



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de INE

La leve caída de la demanda en un contexto de mantenimiento en el número de plazas ha provocado la reducción en un punto en los grados de ocupación de la oferta hotelera de las islas, del 66,9% en el acumulado hasta noviembre que se registraba en 2006 hasta el 65,9% alcanzado en 2007, según la EOH del INE. Esta ligera caída en la ocupación se ha visto compensada por un aumento de los precios del 3,5% de media anual, según el Índice de Precios Hoteleros que elabora el INE, que ha favorecido la elevación del Rev Par (ingresos por habitación disponible) en los hoteles de las islas que explica el generalizado, aunque leve, aumento de los beneficios durante 2007.

Baleares
Comportamiento del mercado de alojamiento hotelero
(Ene-Nov)



FUENTE: Elaborado por Exceltur a partir de INE

Comparativa de la evolución de los Precios Hoteleros en Baleares y España
(Tasa de variación interanual)

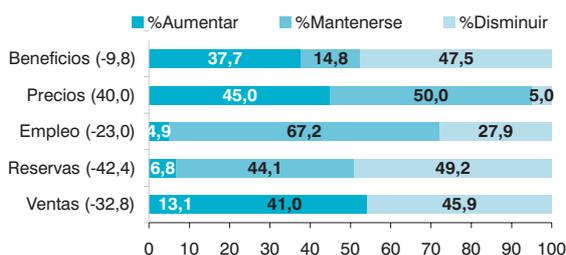


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir del IPH, INE.

Los resultados de este año 2007 reflejan lo acertado de las estrategias de apostar por mejorar la rentabilidad a través de incrementos en los márgenes frente a estrategias que sólo persiguen el aumento en los volúmenes de demanda. Los resultados de 2007 debieran servir como muestra para reforzar la transición del modelo turístico balear hacia un modelo de gestión de la oferta turística con el mayor valor añadido que, permita ir elevando el posicionamiento y la rentabilidad socioeconómica del turismo para la sociedad balear, garantizando la preservación de sus recursos naturales territoriales.

Esta reflexión es especialmente relevante en un contexto como el Balear que ya recibe una gran afluencia de turistas en los meses de verano, que en algunas zonas provoca situaciones de congestión y sobrecarga y que se va a ver afectado de manera creciente por una competencia cada vez más acusada en el segmento familiar de mayor sensibilidad al precio, por parte de los destinos del mediterráneo oriental, que durante 2007, en el que no han sufrido adversidades geopolíticas, han registrado crecimientos de dos dígitos. Turquía y Egipto han crecido por encima del 18,0% en el número de llegadas de turistas extranjeros hasta alcanzar entre los dos los 32 millones de turistas.

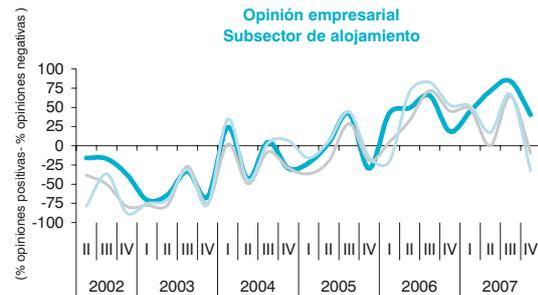
Baleares
Opiniones empresariales
Alojamiento IV Tr 2007



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

Fuente: EXCELTUR.

BALEARES
Opinión empresarial
Subsector de alojamiento



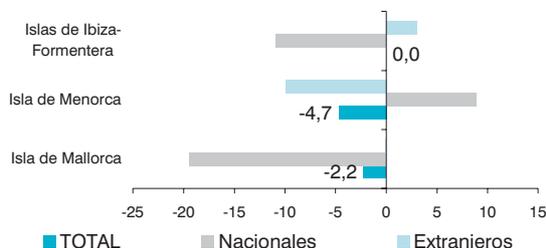
Fuente: EXCELTUR



Por islas, mientras Ibiza y Formentera han conseguido en este contexto mantener en 2007 el nivel de pernoctaciones hoteleras de 2006, Menorca ha experimentado una reducción de este indicador del 4,7%, a pesar del excelente comportamiento del mercado nacional, y Mallorca ha experimentado una caída del 2,2%, según los datos de la EOH del INE.

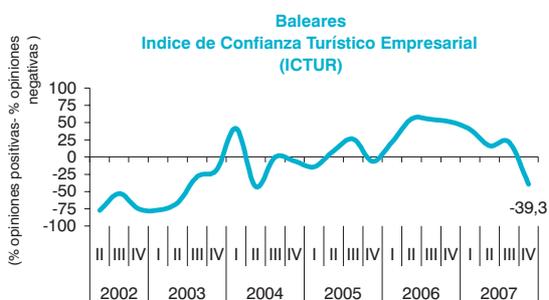
Pernoctaciones en alojamientos hoteleros por zonas turísticas

Var % interanual Ene-Nov. 2007/2006



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH; INE

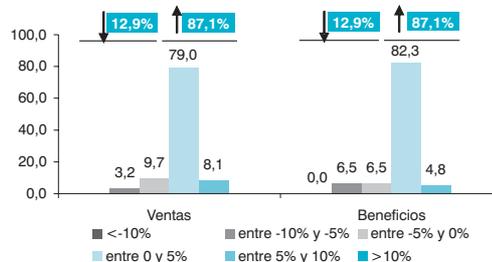
De cara al año 2008 y en base a los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur elaborada a finales de 2007, los empresarios turísticos de las islas se muestran moderadamente optimistas a pesar del deterioro de sus expectativas durante el cuarto trimestre de 2007. La atonía mostrada por la demanda durante el cuatro trimestre y la debilidad con que ha comenzado el año, junto con la cautela propia del escenario de incertidumbre económico internacional, ayudan a entender la caída del Indicador de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) en el cuarto trimestre hasta un valor de 39,3. A pesar de ello, las señales emitidas por los turoperadores y la confianza en los resultados del giro de las estrategias de algunos grupos empresariales hacia una mayor optimización de los márgenes hacen que una mayoría de empresarios de las islas se esperen un mantenimiento de la tendencia al alza en sus ventas y beneficios, si bien a ritmos muy moderados. En concreto, el 87,1% de los empresarios encuestados en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur manifestaban su confianza en registrar durante 2008 aumentos en sus ventas y beneficios para el conjunto de 2008, si bien casi el 100% no cree que supere el 5%, lo que supondría incrementos próximos a los niveles de inflación esperados para la economía española.



Fuente: EXCELTUR

Perspectivas empresariales 2008 Baleares. Alojamiento hotelero

Var % esperado en ventas y beneficios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



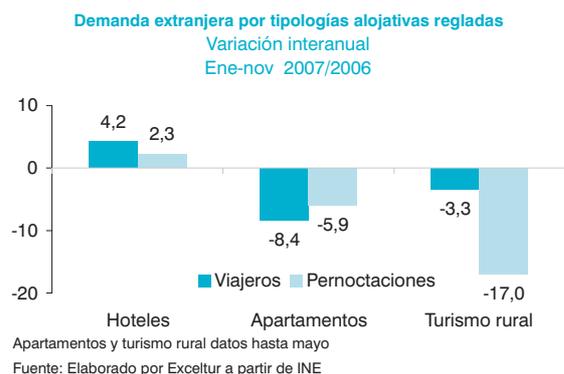
A.4.3. Canarias

Las Islas Canarias cierran un año 2007 complejo, caracterizado por la distinta situación competitiva de sus productos y destinos. Así, mientras **el balance empresarial ha sido moderadamente positivo en los hoteles canarios** y especialmente en los nuevos o renovados, de mayor categoría o con un producto diferenciado, **la situación de algunos de los destinos con mayores problemas de madurez de su producto turístico y la oferta de apartamentos ha provocado una ligera contracción de la demanda**. El año 2007 ha concluido con una caída del 0,7% en el número de pernoctaciones en el conjunto de la oferta alojativa reglada de las islas, según los datos hasta noviembre de las encuestas de ocupación del INE, que se explica por una bajada del 5,0% en las pernoctaciones en la oferta de apartamentos reglados, compensada, en parte, por el aumento del 2,8% en las pernoctaciones hoteleras.



La demanda española ha vuelto a ejercer en 2007 de principal dinamizador de la demanda turística en las islas. Los esfuerzos públicos y privados en estrategias de promoción en el mercado peninsular han favorecido un aumento de la demanda española, que se ha materializado en un incremento del 4,0% en el número de pernoctaciones para el conjunto de la oferta alojativa reglada y de un 5,0% sólo en la hotelera.

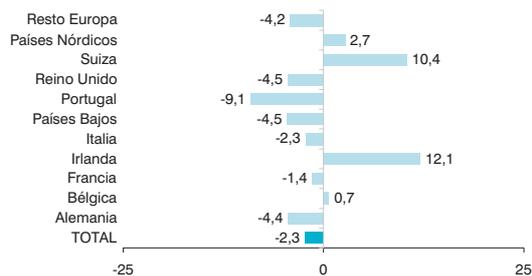
Por su parte, la demanda extranjera se ha resentido en 2007, muy condicionada por la ausencia de adversidades geopolíticas y vuelta a la normalidad de la que han disfrutado los países competidores del mediterráneo oriental durante 2007 y por la desventaja adicional por el precio que han podido ofrecer los destinos del Caribe gracias a la depreciación del dólar. Con todo el número de pernoctaciones de los extranjeros se ha reducido en Canarias durante 2007 un 1,7%, según la información del INE, concentrándose en la oferta de apartamentos reglados, que ha caído el 5,9%, y de turismo rural (-17,0%), mientras en hoteles se ha incrementado un 2,3%.



Dentro de los mercados de origen extranjeros, 2007 ha sido testigo de una positiva recuperación de los turistas nórdicos, y un fuerte aumento en el número de turistas irlandeses, gracias a las nuevas conexiones aéreas con las islas. El mercado inglés y el alemán, sin embargo, han vuelto a caer en 2007 en términos de llegadas de turistas, según Frontur elaborada por el IET, muy condicionados como antes señalábamos por la competencia de los destinos del Mediterráneo Oriental y especialmente de Turquía y Egipto, que han registrado crecimientos del 18% en esta temporada. Y superando entre ambas los 32 millones de turistas extranjeros.

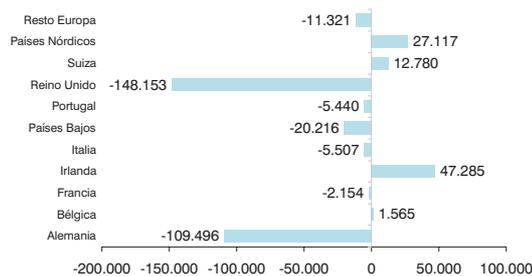


Canarias
Llegada de turistas por países de origen
T.var. Ene.-Nov 2007/2006



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Fronitur, IET.

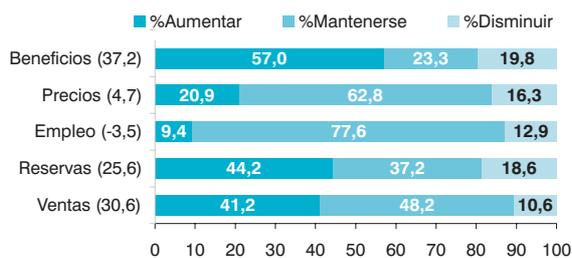
Canarias
Llegada de turistas por países de origen
Dif. Ene.-Nov 2007/2006



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Fronitur, IET.

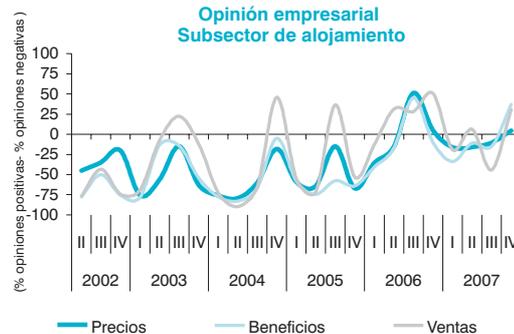
A pesar de la complejidad que ha presidido el año en Canarias, **2007 se cierra con un balance empresarial percibido como algo más favorable entre los hoteleros canarios**, gracias a una cierta recuperación de márgenes y ventas observada en los meses de octubre, noviembre y diciembre. En estos últimos meses de 2007, tradicionalmente de temporada alta en las islas, se ha producido una dinamización en los ritmos de crecimiento de la demanda hotelera, reflejado en un crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras del 4,1%, según la EOH del INE, que ha favorecido una percepción generalizada entre los empresarios sobre la mejora en sus ventas (en un 44,2% de los casos) y los beneficios (para el 57,0%), según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Canarias
Opiniones empresariales
Alojamiento IV Tr 2007



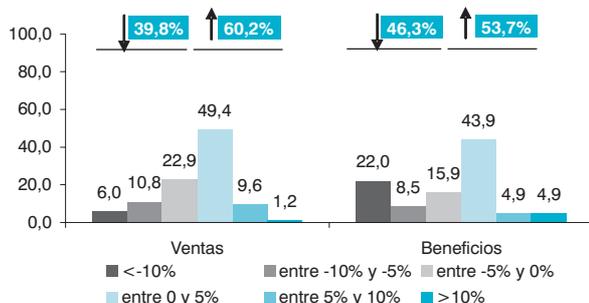
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.
Fuente: EXCELTUR.

Canarias
Opinión empresarial
Subsector de alojamiento



Con estos resultados alcanzados durante el cuarto trimestre del 2007, **los hoteles canarios han cerrado la temporada con un muy moderado incremento en las ventas y en los beneficios en el conjunto del año 2007, en comparación con los registros de 2006**. Según, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial elaborada por Exceltur el 60,2% de los empresarios hoteleros canarios incrementó sus ventas en 2007, si bien la mayor parte de los casos este aumento no superó el 5%. El incremento en las ventas ha favorecido un ligero aumento en los beneficios en el 53,7% de los empresarios hoteleros canarios, si bien, un 46,3% de los mismos han cerrado un ejercicio 2007 con una percepción de caída en sus resultados, y donde un 22% cifra dicha caída por encima del 10%.

Opiniones empresariales cierre 2007
Canarias. Alojamiento hotelero
Var % en ventas y beneficios

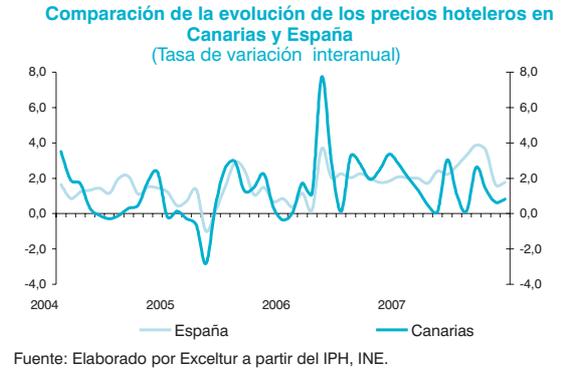
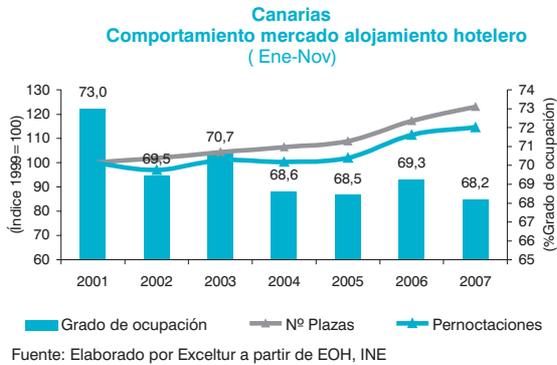


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

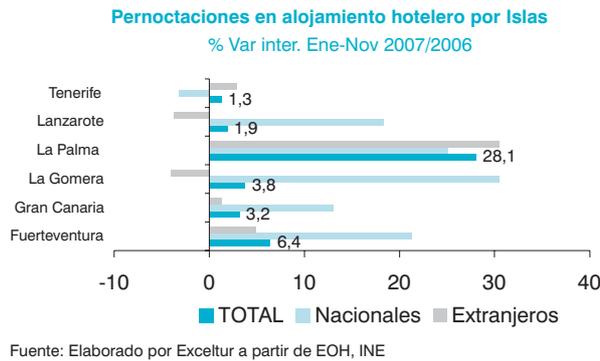
Un año más la apertura de nuevas plazas hoteleras y la presión a la baja sobre los precios de las existentes ha impedido que la leve mejoría en la demanda se traslade a un incremento mayor y más generalizado de los beneficios y los niveles de ocupación. Según los datos de la EOH del INE, el número de plazas hoteleras en 2007 se



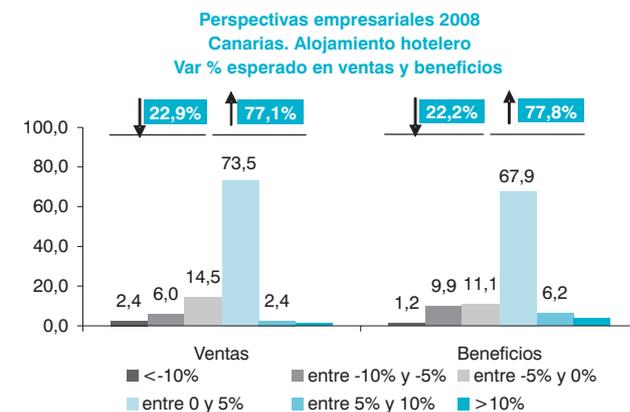
ha incrementado un 4,9% respecto a los niveles de 2006, lo que ha hecho que los niveles medios de ocupación hotelera se reduzcan en 1,1 puntos desde el 69,3% de 2006 al 68,2% de este 2007 en el acumulado hasta noviembre. En este escenario de crecimiento de la oferta, la contención de precios ha sido la tónica general de 2007. Los precios hoteleros en Canarias apenas han crecido un 1,2% de media en 2007, por debajo de la inflación media en Canarias y de lo que por otra parte han subido los precios hoteleros en el conjunto de España (2,5%), según el INE.



Dentro del comportamiento de la demanda hotelera por islas y al igual que sucedió en 2006, **Fuerteventura, alentada por un fuerte crecimiento de la oferta y de los turistas españoles, y La Palma partiendo de un volumen de demanda muy inferiores, han sido las islas que han registrado un mayor aumento de la demanda.** Las islas mayores han cerrado igualmente 2007 con crecimientos en el número de pernoctaciones hoteleras: en **Gran Canaria han crecido un 3,2% y en Tenerife un 1,3%**, gracias al tirón de las zonas del sur con productos hoteleros de mayor categoría y espacios turísticos con nuevos problemas urbanísticos y/o madurez de su entorno, mientras Lanzarote cierra 2007 con un crecimiento del 1,9% en este indicador elaborado por el INE, con lo que revierte en 2007, la tendencia de caída experimentada en 2006.



Los empresarios canarios se muestran moderadamente optimistas respecto a la evolución del negocio turístico en Canarias durante 2008. Con la información recogida en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial elaborada por Exceltur a finales de 2007, el 77,1% de los empresarios canarios esperan un leve crecimiento de sus ventas y un 77,8% en los beneficios durante 2008, si bien la gran mayoría lo sitúa en un rango de crecimiento muy moderado, por debajo del 5%.



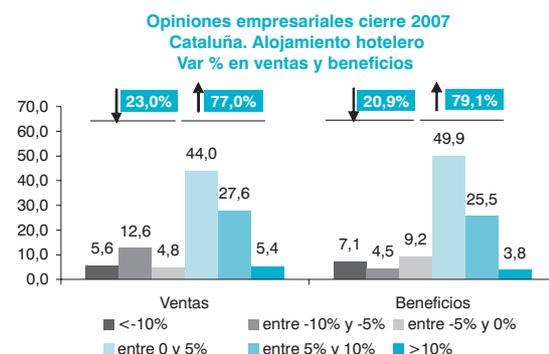


Todo parece indicar que a pesar de la complejidad que marca este comienzo de año 2007 por las numerosas incertidumbres macroeconómicas, el repunte del cuarto trimestre de 2007 ha extendido entre los empresarios un mayor optimismo respecto a la reversión de la tendencia de caída de rentabilidades que lleva sufriendo Canarias durante el último quinquenio. No cabe duda que se trata de señales positivas en un escenario complejo, frente al que más que nunca, por los retos de competitividad que sigue imponiendo, es necesario apostar por el consenso interadministrativo y público privado para articular y poner en marcha en 2008, un conjunto ambicioso y firme de medidas integrales para reposicionar la oferta de las líneas de producto con problemas de madurez y los destinos en incipiente proceso de declive.

A.4.4. Cataluña

Favorable balance empresarial del cierre del año turístico 2007 debido a la fortaleza de la demanda extranjera y la recuperación de la demanda nacional en Barcelona, que se ha materializado en una generalizada mejora de las ventas y beneficios empresariales según el 77,0% y 79,1% de los empresarios respectivamente a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur elaborada a finales del año. El comportamiento de la actividad turística ha sido más positivo en los destinos urbanos catalanes que en los vacacionales del litoral, condicionados por un moderado tercer trimestre con unas desfavorables condiciones meteorológicas.

En efecto, la demanda en alojamientos hoteleros en Cataluña, liderada por la fortaleza del turista extranjero, que ha compensado el descenso de la nacional, ha crecido en el acumulado anual hasta noviembre un 0,9% respecto a 2006 según los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE. Este crecimiento ha propiciado un elevado consenso en cuánto al aumento de las ventas en los hoteles catalanes en el ejercicio turístico 2007 frente a los niveles del año anterior. En concreto, el 77,0% de los gestores de alojamiento hotelero catalanes manifestaban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial a cierre de año haber incrementado los niveles de ventas en 2007, concentrándose la mayoría de los crecimientos en el rango de entre 0 y 5%.

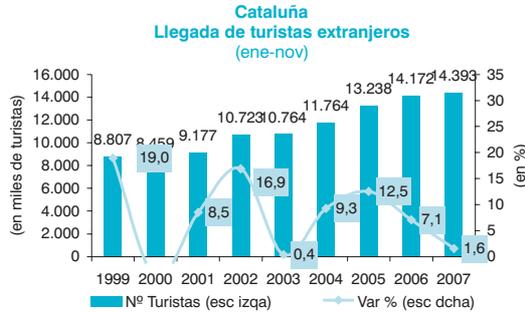


A pesar de los favorables resultados empresariales de cierre de año, 2007 ha sido testigo de una ralentización de los ritmos de crecimiento de la demanda, que en el caso de la nacional, se ha concretado en una caída interanual en el número de pernoctaciones hoteleras hasta el mes de noviembre. Así, el crecimiento del interanual del 0,9% en el número total de pernoctaciones marca una senda de desaceleración en los ritmos de crecimiento respecto a años anteriores. La demanda nacional en los hoteles catalanes descendió en el año 2007 un 1,8% según los datos de la EOH del INE disponibles hasta el mes de noviembre. Descenso, que ha sido especialmente intenso en los hoteles vacacionales del litoral catalan.



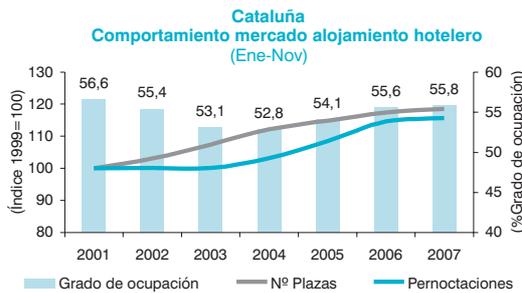


Por su parte, la llegada de turistas extranjeros, en el acumulado anual hasta noviembre ha crecido un 1,6% respecto al mismo período de 2006, alcanzando con 14,4 millones un nuevo máximo en el número de llegadas de turistas extranjeros a Cataluña, pero lejos de los ritmos de crecimiento observados en los tres años precedentes. Esta desaceleración de la afluencia de turistas extranjeros ha supuesto una ralentización del ritmo de crecimiento de la demanda de servicios hoteleros de los mismos, que en 2007 experimentó un incremento interanual del 2,3%, por debajo del 5,7% de media que registró en el período 2005-2006.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Frontur, IET.

Sin perjuicio de lo anterior, el moderado avance de la demanda en los establecimientos hoteleros catalanes en el año 2007 se ha dado en un marco de contención de nueva oferta en el mercado, lo que ha propiciado el avance en 0,2 pp del grado de ocupación en los hoteles catalanes hasta el 55,8% de 2007 según la EOH del INE. Este contexto ha favorecido las condiciones de negociación de tarifas en este año, lo que se ha concretado en un incremento medio del Índice de Precios Hoteleros del INE del 2,7% en Cataluña, registros ligeramente por encima de los observados en 2005 y 2006.

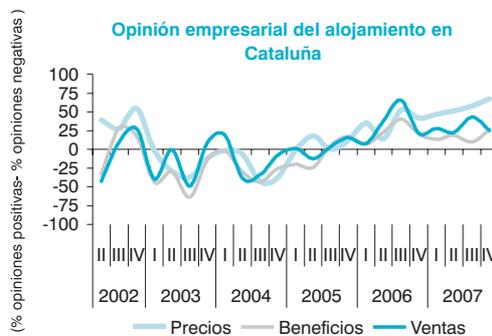


FUENTE:Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Gracias al ligero aumento de la demanda y mejora de los precios, el porcentaje de gestores de hoteles catalanes que ha observado mejoras interanuales en la rentabilidad empresarial en el año 2007 es mayoritario. A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur de finales de 2007 el 79,1% de los profesionales catalanes han manifestado incrementos interanuales en sus beneficios, que la mayoría de ellos (49,9%) califican como leve, entre el rango del 0 y el 5%. No obstante, existe un elevado porcentaje (25,5%) que cuantifican estas mejoras entre el 5 y el 10%, que responde principalmente al mejor comportamiento de la hotelería en Barcelona.



Fuente: EXCELTUR

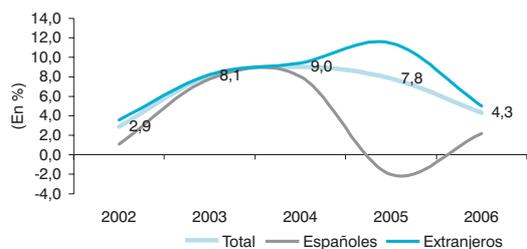
Los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE y el MH Index para la ciudad de Barcelona confirman los buenos resultados de la actividad turística en el año 2007 y el excepcional posicionamiento como destino turístico internacional de la capital catalana. El avance observado de la demanda extranjera y la recuperación de demanda nacional se ha concretado en un incremento interanual de las pernoctaciones hoteleras del 4,3% hasta el mes de noviembre. En esta misma línea, la



información elaborada por Turismo de Barcelona evidencia un crecimiento de turistas en la ciudad del 8,0%, sobrepasando los 7,2 millones de turistas, que generaron un gasto turístico en la ciudad de 7.700 millones de euros.

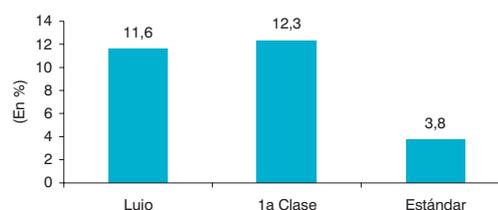
El incremento de las ventas, la mejora del grado de ocupación y un incremento de los precios, ha propiciado que la rentabilidad empresarial en Barcelona, medida a través del RevPAR (Ingresos por habitación disponible) haya crecido por encima del 10% en los hoteles de lujo y de primera clase, y al 3,8% en los hoteles de categoría estándar según datos de MHI hasta el mes de noviembre.

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



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

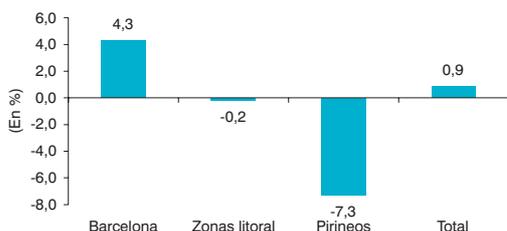
Hoteles BARCELONA
RevPAR: Ingresos por habitación disponible
Tasa de variación interanual. Ene-Nov 2007/2006



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

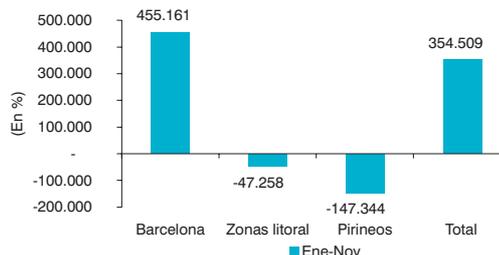
El comportamiento en otras zonas turísticas de Cataluña no ha sido tan favorable. De hecho, según los datos de la EOH del INE, las pernoctaciones hoteleras en los hoteles del litoral catalán se estancaron en los niveles de 2006 y las de los establecimientos de Pirineos experimentaron un descenso del 7,3% fundamentalmente por la escasez de nieve durante la temporada de ski de 2007.

Pernoctaciones hoteleras en Cataluña
Tasa de variación interanual. Ene-Nov 07/06



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

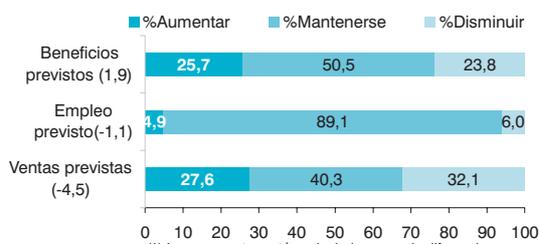
Pernoctaciones hoteleras en Cataluña
(Tasa de variación interanual)



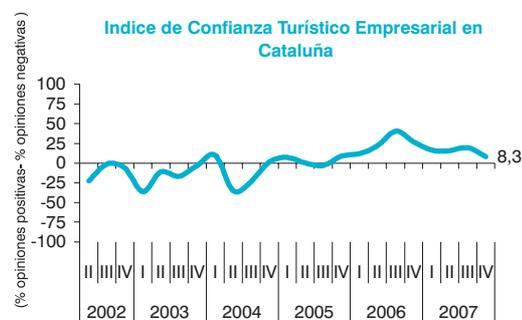
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE.

En este marco, los empresarios se muestran cautos ante el comportamiento esperado de la actividad turística en Cataluña para el primer trimestre de 2008. Así, la mayoría de ellos anticipan que tanto los niveles de ventas como los de beneficios estarán en niveles similares a los registrados en los meses de enero, febrero y marzo de 2007. En este sentido, se observa un leve descenso de los niveles de confianza empresarial hasta niveles del 8,3 del Indicador de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) para Cataluña.

Cataluña
Opiniones empresariales
Expectativas empresariales para el I Tr 2008

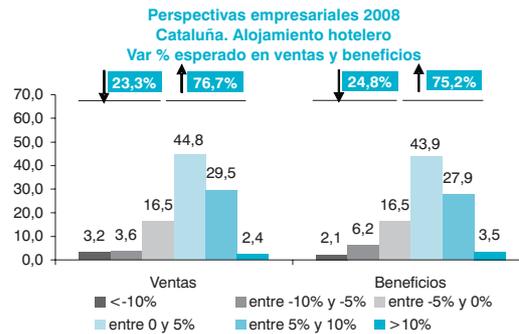


Fuente: EXCELTUR.



Fuente: EXCELTUR

Para el conjunto del año 2008 las expectativas son de signo positivo, anticipando un año muy similar a 2007. En concreto, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 76,7% de los gestores de hoteles esperan que en el año 2008 mejoren los niveles de facturación en sus establecimientos, que la mayoría de ellos (44,8%) cuantifican como leve. Un porcentaje algo inferior de profesionales (75,2%) espera que el presumible avance en las ventas se traslade a un nuevo crecimiento de la rentabilidad empresarial.



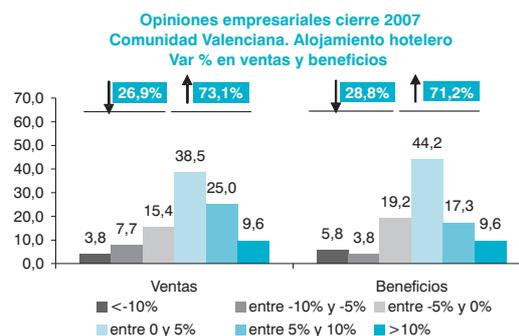
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

A.4.5. Comunidad Valenciana

La evolución de todos los indicadores ha confirmado las favorables expectativas empresariales de comienzo de año respecto a la consecución de un positivo año turístico 2007 en la Comunidad Valenciana. Fundamentalmente ha sido la demanda extranjera en los destinos urbanos, y más concretamente a la ciudad de Valencia, dónde se celebró en el mes de julio la 32ª edición de la America's Cup, y la demanda nacional en los destinos de costas, los que han sustentado el crecimiento de la actividad turística en la Comunidad Valenciana en 2007.

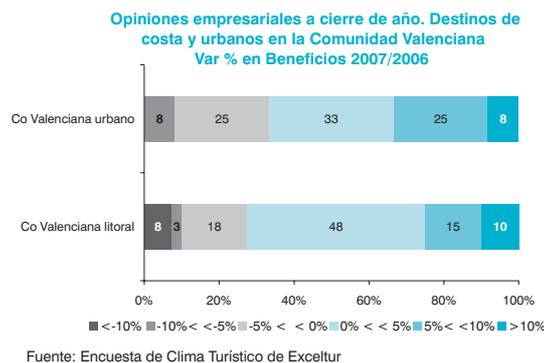
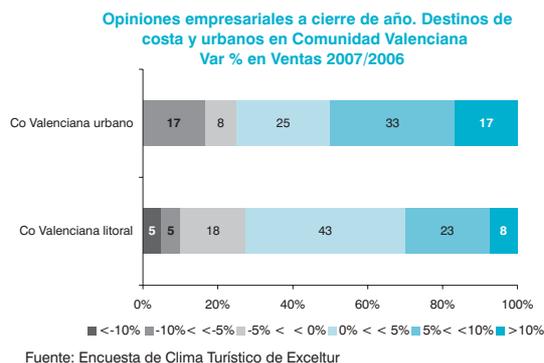
Este incremento de la demanda de servicios hoteleros, que según datos de la EOH del INE se concretó en una tasa interanual del 3,1% en el acumulado anual hasta el mes de noviembre, ha propiciado una mejora en los niveles medios de ocupación de los hoteles de la comunidad y una incremento interanual generalizado de las ventas en estos establecimientos, que en un contexto más favorable para la negociación de tarifas, que se ha concretado en una mejora de los beneficios empresariales en la mayoría de los establecimientos hoteleros de la Comunidad Valenciana.

A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur de finales de 2007 el 73,1% de los gestores de establecimientos hoteleros valencianos percibieron un incremento interanual de las ventas en los mismos, que un 38,5% calificaba como leve (entre el 0 y el 5%) y un notable número (25,0%) percibía como fuerte (entre el 5 y el 10%). Esta mejora de la facturación se ha traducido en un incremento del beneficio empresarial según el 71,2% de los profesionales del subsector de alojamiento hotelero de la Comunidad Valenciana, que la mayoría de ellos cuantifica en el rango de crecimiento de entre el 0 y el 5%.

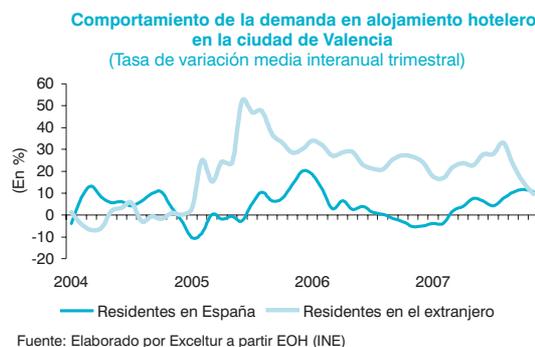


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El favorable comportamiento de la actividad turística en el año 2007 ha sido más intenso en los establecimientos urbanos de la Comunidad Valenciana que en los del litoral de las provincias de Alicante, Castellón y Valencia. Así lo ponen de manifiesto los resultados de la encuesta de Exceltur cerrada a finales de 2007 y los indicadores elaborados por el INE. En concreto, las opiniones recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, revelan como los gestores de hoteles urbanos han percibido en un mayor porcentaje incrementos fuertes de ventas y beneficios en sus establecimientos que en los hoteles de costa, dónde sí bien es predominante el incremento anual de las ventas y beneficios respecto a los niveles de 2006, este incremento es calificado predominantemente como leve.



En efecto, la celebración de la Copa de América en julio de 2007 ha impulsado la actividad y favorecido el reposicionamiento internacional turístico de la ciudad de Valencia. De hecho, los datos de la EOH del INE revelan un incremento de las pernoctaciones hoteleras del 12,8% en el acumulado anual hasta el mes de noviembre, lo que supone 334 mil noches más que en el mismo período de 2006. Esta mayor afluencia y demanda de servicios hoteleros, que han protagonizado sobre todo un perfil de extranjero con unas pautas de gasto turístico en destino de mayor valor añadido, se han concretado según un estudio del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas en un impacto económico de 2.728 millones de euros sobre la economía local.



La mayor llegada de turistas extranjeros a la ciudad de Valencia no ha tenido, sin embargo, todo el deseable y esperado efecto arrastre a las zonas de costa en la zona de influencia de la mismas, de hecho, la demanda extranjera de servicios hoteleros en el litoral de la provincia de Valencia en el acumulado anual hasta noviembre ha descendido un 4,6% respecto a los niveles de 2006.

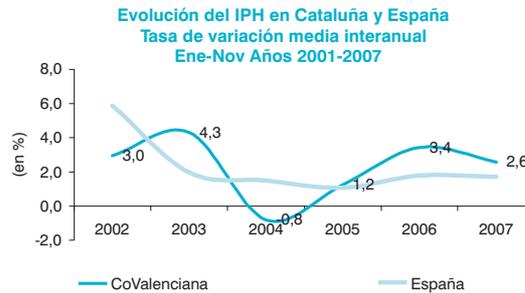
Sin embargo, la demanda española, que supone el 62% del total en los hoteles vacacionales de la Comunidad Valenciana, experimentó un crecimiento del 5,4% en 2007, lo que supone 538 mil pernoctaciones más que en el período enero-noviembre de 2006. Ha sido la Costa Blanca, y en concreto Benidorm, dónde el avance en volumen de la demanda nacional en 2007 ha sido más contundente, de hecho, el número de pernoctaciones hoteleras de españoles en esta zona turística entre enero y noviembre de 2007 superó al de 2006 en 459 mil.



El positivo comportamiento de la demanda de servicios hoteleros en la Comunidad Valenciana ha favorecido las condiciones de comercialización de los mismos, observándose por segundo año consecutivo un crecimiento interanual de los precios notablemente por encima de la media para el conjunto de España. En concreto, el Índice de Precios

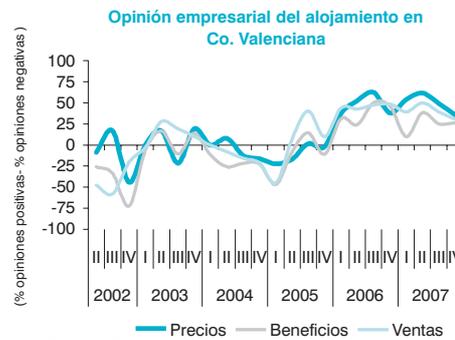


Hoteleros del INE en la media acumulada hasta el mes de noviembre para la comunidad evidencia un incremento medio interanual del 2,6%, por encima del 1,7% de España. Ésta mejora de los márgenes empresariales ha posibilitado, como ya se ha comentado, una mejora generalizada de la rentabilidad empresarial en 2007.



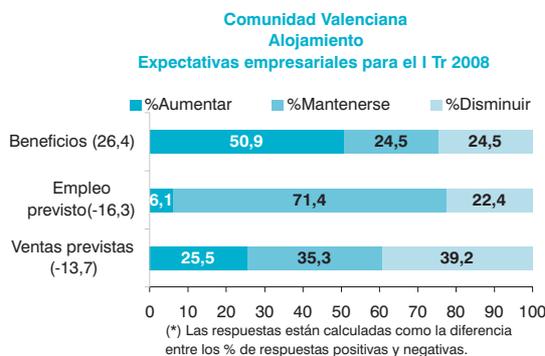
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Sin perjuicio de lo anterior, en el cuarto trimestre del año los profesionales del subsector de alojamiento hotelero de la Comunidad Valenciana han percibido cierta ralentización de la actividad turística respecto al dinamismo observado en el tercer trimestre de 2007 lo que ha supuesto cierto menor consenso en cuánto a mejora en ventas y beneficios empresariales en los tres últimos meses de 2007.



Fuente: EXCELTUR

En este escenario, los empresarios valencianos, muy dependientes de la demanda española y de las incertidumbres que rodean la posible evolución de su gasto turístico en 2008, se muestran cautos en cuánto al inicio del año, para el que el 39,2% anticipan una leve caída de las ventas y el 35,3% un mantenimiento. No obstante, se espera mayoritariamente leves mejoras de la rentabilidad empresarial. Así, los niveles de confianza empresarial entre los profesionales de la Comunidad Valenciana se ven ligeramente afectados en este final de año 2007, descendiendo el Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur hasta niveles del 4,9 en el cuarto trimestre de 2007.

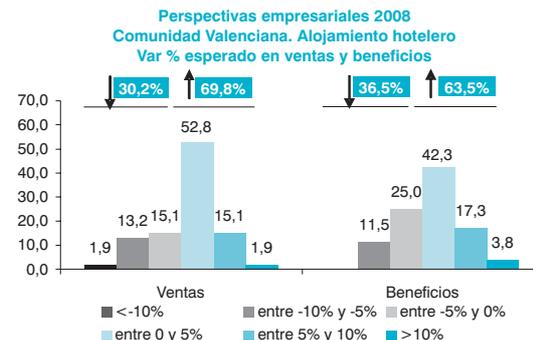


Fuente: EXCELTUR.



Fuente: EXCELTUR

Las expectativas de cara al conjunto de 2008 son de signo positivo, aunque menos favorables que los resultados obtenidos para 2007. En concreto, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el 69,8% de los gestores de hoteles esperan que en el año 2008 mejoren los niveles de facturación en sus establecimientos y tan sólo el 17,0% prevén que los crecimientos en las ventas respecto a los niveles de 2007 estén por encima del 5%. Un porcentaje algo inferior de profesionales (63,5%) espera que el presumible avance en las ventas se traslade a un nuevo crecimiento de la rentabilidad empresarial.



B. Expectativas para la temporada 2008

B.1. Condicionantes macroeconómicos para el turismo español

En general, las economías de los mercados más desarrollados de los que se nutre el sector turístico español se van a ver más que presumiblemente afectadas por la fase de desaceleración que caracterizará a la economía occidental en 2008, dentro de un escenario, como el actual, de enorme cautela para realizar ejercicios de prospectiva. Con un elevado grado de incertidumbre en el momento de cierre de este informe, las previsiones del consenso de analistas descuentan para 2008 un crecimiento del consumo privado a ritmos apenas inferiores a los de 2007, lo que debiera traducirse en una leve desaceleración de su gasto turístico.

Según este escenario macroeconómico, de entre los países más importantes para el sector turístico español Reino Unido y España será aquellos en los que el consumo de las familias experimentará una mayor desaceleración en 2008. Por su parte, en Alemania se espera que el consumo privado no sólo aumente, después de su disminución en 2007, sino que lo haga vigorosamente, marcando la tendencia en el conjunto de una zona del euro, donde el descenso esperado de la tasa de paro por los analistas debería sostener la capacidad de gasto de las economías domésticas alemanas, a pesar del deterioro en sus niveles de confianza.

En estas previsiones se recoge el efecto esperado de una serie de factores que volverán a condicionar el escenario turístico de 2008 para los destinos españoles:

1. Las previsiones de los analistas acerca de la evolución futura de precio del crudo tienden a contemplar para 2008 ligeros descensos en la medida en que es difícil prever la ocurrencia de acontecimientos geopolíticos o estacionales que determinen alzas todavía mayores. Pero sistemáticamente también, estas previsiones se han venido viendo desmentidas por la realidad. No obstante, será difícil que en 2008 el precio del petróleo baje de manera importante.

En lo que se refiere a su cotización en euros, la carestía de la moneda europea común mantendrá más asequible la factura energética en la zona del euro, pero tendrá un efecto mayor sobre las compañías aéreas que en 2007. No es descartable que, en 2008, un petróleo más caro que en 2007, en términos medios, siga presionando sobre las cuentas de las compañías, que buscarán mediante otros ajustes en sus planes de negocio la manera de compensar dicha presión adicional de los costes.

2. Las previsiones sobre la evolución futura de los tipos de interés y su efecto sobre los costes de endeudamiento de las empresas y turistas son hoy muy complejas de realizar. Por un lado, los analistas no perciben ninguna señal de que los precios dejen de crecer en los próximos trimestres a las tasas registradas recientemente, lo que exigiría subidas de tipos de los bancos centrales, mientras las perspectivas de menor actividad económica general podrían presionar para impulsar bajadas en el precio del dinero. Por su parte, la crisis financiera crediticia, que no parece



haberse cerrado en este arranque del año 2008, ha situado a los tipos de mercado, los que efectivamente afectan a las decisiones de consumidores y empresas, en máximos. La incertidumbre que protagoniza el escenario financiero en este comienzo de 2008 debería haberse despejado a mediados de 2008 una vez que se conozcan, entre otros, a fondo los resultados de las principales entidades internacionales afectadas por las hipotecas de mala calidad estadounidenses.

3. A estos factores, hay que añadir el que los analistas prevén que en 2008 el euro se mantendrá caro frente al dólar y frente a la libra, lo que probablemente estimule el desvío del gasto turístico a otros destinos competidores no vinculados a nuestra moneda, como ya se ha constatado en 2007, a la vez que por otro lado abarate la factura de carburante en euros. A lo largo de 2008, el dólar/euro se situará, según los analistas, en el entorno de los 1,5 dólares por euro, lo que implicará una carestía de la moneda común por encima de la media de 2007, y lo mismo puede decirse respecto a la libra.

B.2. Perspectivas macroeconómicas en los principales mercados emisores

Dentro de la complejidad de hacer previsiones en un contexto como el actual, el cuadro macroeconómico general de cara a 2008 estimado por los analistas para los principales mercados turísticos para España se concreta en:

Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2007-2008)										
	PIB (a)				Consumo privado (a)(b)				Tasa de Paro (c)	
	07TIII	2007TIV (e)	2007 (e)	2008 (p)	07TIII	2007TIV (e)	2007 (e)	2008 (p)	2007 (e)	2008 (p)
Alemania	2,5%	1,8%	2,5%	1,9%	0,2%	0,1%	-0,2%	1,7%	9,0%	8,4%
España	3,8%	3,5%	3,8%	2,8%	3,0%	2,9%	3,2%	2,8%	8,1%	8,6%
Francia	2,1%	2,1%	1,8%	1,8%	2,2%	2,2%	2,0%	2,2%	8,1%	7,9%
Italia	1,9%	1,1%	1,8%	1,3%	1,7%	2,1%	2,0%	1,5%	6,1%	6,0%
Holanda	3,8%	3,0%	3,1%	2,3%	2,0%	2,6%	1,9%	1,9%	4,5%	4,5%
Portugal	1,8%	1,6%	1,8%	1,9%	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%	7,8%	7,8%
Reino Unido	3,2%	2,8%	3,1%	1,9%	3,5%	2,7%	3,0%	1,8%	2,7%	2,9%
Zona Euro	2,7%	2,1%	2,6%	1,9%	1,6%	1,5%	1,5%	1,9%	7,4%	7,1%
EE UU	2,8%	2,5%	2,2%	2,1%	2,9%	2,1%	2,8%	1,8%	4,6%	5,0%
China	11,5%	11,3%	11,5%	10,5%	16,8%	17,5%	15,8%	16,4%	4,0%	4,0%
Japón	2,0%	1,2%	1,8%	1,5%	2,3%	1,7%	1,7%	1,4%	3,9%	3,8%

(a) Tasa de crecimiento interanual

(b) Ventas al por menor, en el caso de China

(c) Porcentaje de la población activa

(e) Estimación; (p) Previsión

Fuente: AFI y Consensus Forecast (dic 2007)

España

La economía española seguirá creciendo por encima de la de la zona del euro y la UE en su conjunto, aunque lo hará al menos un punto porcentual por debajo del resultado esperado para el conjunto de 2007, según el consenso de analistas. El consumo privado, sin embargo, se desacelerará menos que el PIB, apenas cuatro décimas, según la misma fuente, apoyado en un menor ahorro y la creación de empleo que, a pesar del aumento de la tasa de paro, se situará por encima del 2%, lo que supone más de cuatrocientos mil empleos nuevos para 2008. El consumo turístico debiera seguir desacelerándose en 2008, en un contexto de posibles riesgos que compliquen la situación (presiones de los precios de las materias primas, inflación, crisis crediticia y situación del sector inmobiliario).

No esperamos cambios drásticos en los comportamientos turísticos de los españoles para 2008. Las familias y los segmentos de menor renta deberían ser los que más se vieran afectados por los condicionantes macroeconómicos. Por el contrario, el atractivo de los destinos internacionales ligados al dólar, como es el caso de los asiáticos o los EE UU, dada la apreciación del euro, y el esperado aumento de conexiones aéreas internacionales, y especialmente europeas, tendrían que ejercer de nuevo en 2008 de impulsor de los viajes de los españoles con mayor capacidad de gasto y menos cargas familiares.



Reino Unido

La alta cuota de demanda que poseen los destinos turísticos españoles en el mercado inglés, junto con los signos de desaceleración de su economía y la prevista depreciación de la libra frente al euro, hacen que no se espere un comportamiento positivo en su demanda turística hacia España en 2008. Si el Banco de Inglaterra, como está descontado, baja sustancialmente los tipos oficiales en este año más allá de lo que lo haga el BCE, la libra podría seguir depreciándose, lo que encarecería para los británicos los destinos como los españoles, pertenecientes al área Euro. Ya en 2007, los británicos han mostrado una notable preferencia por destinos competidores de los españoles como Turquía, al tiempo que en general han reducido apreciablemente al final del año sus salidas al extranjero, según el instituto británico de estadística.

Alemania

En 2008, se espera que los alemanes dispongan de mayor capacidad de gasto, entre otras razones, gracias al buen comportamiento del empleo. La favorable situación prevista para 2008 debiera impulsar un incremento del consumo claramente por encima de cómo lo han venido haciendo en los últimos trimestres, favoreciendo un mayor gasto turístico. La traslación a España de una mayor demanda alemana turística se verá, sin embargo, muy condicionada por la competencia de los países del mediterráneo oriental, especialmente de Egipto y Turquía, que ya han mostrado una fuerte capacidad de atracción de turistas alemanes en 2007, en algunos casos en detrimento de los destinos del sol y playa español. En este contexto, no hay que descartar que asistamos en 2008 a un comportamiento del mercado alemán en España en niveles similares a los de 2007.

Francia

Francia presenta, según los analistas, unas perspectivas económicas similares a las de 2007, con una mejoría prevista del consumo privado y una reducción de su tasa de paro. El anuncio de nuevas reformas estructurales por parte de su Presidente y la superación de los conflictos sociales que amenazaban con extenderse a consecuencia del anuncio de la reforma de las pensiones públicas, parecen haber estimulado la confianza de los franceses. A pesar de que su comportamiento turístico hacia España es difícil de anticipar, por el predominio de los viajes de proximidad en coche, y el efecto de la competencia de otros destinos que en 2007 han tenido un buen comportamiento en el mercado francés, como Turquía y Marruecos, en 2008 debiéramos observar unos resultados favorables para España de este mercado.

Italia

2008 se presenta para el mercado italiano con unas perspectivas económicas que apuntan un menor crecimiento del PIB y del consumo privado, en niveles inferiores al 1,5%, según el consenso de analistas. Con todo, los italianos han elegido un año más España entre sus destinos favoritos en 2007 y aunque su comportamiento se vea afectado por la ligera desaceleración económica prevista, no se identifican actualmente factores que puedan alterar la tendencia que refleja a sus crecientes preferencias por los destinos españoles en 2008.

Otros mercados

Otros mercados europeos de menor volumen para España, pero no menos importantes, como Portugal, Irlanda Holanda o los países Nórdicos, atravesarán por situaciones económicas previsiblemente dispares, si bien en todos ellos el consumo privado oscilará en menor cuantía y la tasa de paro se mantendrá muy cerca de sus niveles actuales, por lo que no se esperan cambios sustanciales respecto a los de 2007.

Las expectativas del turista americano para 2008 son positivas de no caer en un escenario de agravamiento de la situación financiera actual. La preferencia por los viajes internacionales parece volver a los turistas norteamericanos y, salvo conflictos y avatares geo-estratégicos, que no se pueden descartar, la carestía del euro no les impedirá seguir viajando activamente a los destinos de la eurozona, ni al resto de destinos turísticos mundiales.



B.3. Claves turísticas para 2008

Además de los condicionantes macroeconómicos la dinámica turística para 2008 se verá, a su vez, influida en mayor o menor medida por los siguientes factores:

- La creciente capacidad competitiva de los países del mediterráneo oriental, especialmente Egipto, Turquía y Croacia, Marruecos y Tunes en el norte de Africa. Las autoridades turísticas de estos países comprenden cada vez más y el carácter estratégico que el turismo tiene para su desarrollo. De no producirse acontecimientos geopolíticos desfavorables para estos destinos, su desempeño en 2008 es más que previsible que sea tan bueno ó mejor que en 2007, lo que puede mermar capacidad de crecimiento y cuota de mercado a algunos de los destinos españoles de sol y playa.
- Los primeros efectos de una previsible reducción de capacidad en la venta de paquetes a España derivada de la fusión en 2007 de TUI-Firts Choice y Thomas Cook-Mytravel. que ya se anuncia en los mercados de origen para 2008 y que representa un reto para los empresarios de algunos destinos españoles del litoral de cara a impulsar las nuevas estrategias de distribución multicanal y más directas para acceder al consumidor final.
- El parón puntual que sobre las decisiones de viaje suelen introducir los procesos electorales.
- La oportunidad que supone la apertura de nuevas conexiones ferroviarias de alta velocidad que debiera propiciar el aumento de los viajes turísticos interiores a los nuevos destinos conectados por el AVE.
- La celebración de la Expo 2008 en Zaragoza, cuyos positivos efectos previsiblemente se traducirán en unos excelentes resultados para el reposicionamiento turístico de la ciudad y su área de influencia turística.

B.4. Previsiones de Exceltur y expectativas empresariales para 2008

Los condicionantes macroeconómicos y turísticos anticipan un año 2008 complejo para el sector turístico español.

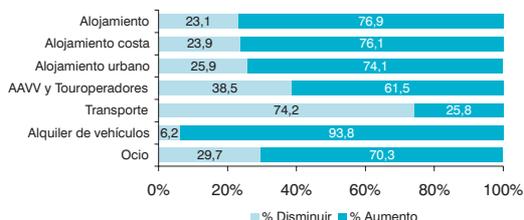
Las diversas incertidumbres que condicionan actualmente el escenario económico internacional y lo difícil que es anticipar su incidencia sobre el devenir turístico de este 2008, obligan a la máxima cautela a la hora de interpretar en este inicio del año las expectativas empresariales y/o realizar ejercicios de predicción para el conjunto del año.



Con todas esas reservas, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, realizada a finales de 2007, apuntan un **muy moderado crecimiento en las ventas y en los beneficios de las empresas turísticas españolas para 2008**, dentro de la actual tendencia de desaceleración en sus ritmos de crecimiento anual. Sólo en el caso de las compañías de transporte y particularmente las del sector aéreo se espera una reducción en los niveles de beneficios para 2008, debido, entre otros, al fuerte aumento del precio del carburante y la sobre capacidad de asientos que aún persiste por el intenso crecimiento de la oferta.

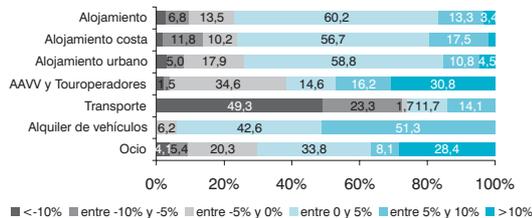


Opiniones empresariales sobre el crecimiento previsto de los beneficios en 2008
Var % en beneficios. 2008/2007



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

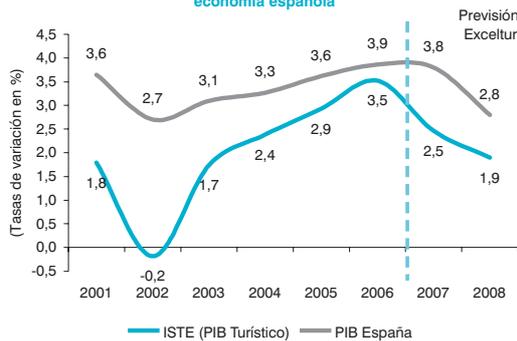
Opiniones empresariales sobre el crecimiento previsto de los beneficios en 2008
Var % en beneficios. 2008/2007



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Tal y como ha comenzado el año, y de no entrar en escenarios de crisis de confianza internacional que afecte a las estimaciones del consenso de analistas que han sido utilizadas como base de partida desde las que realizar nuestras previsiones, en EXCELTUR estimamos que en 2008 crecerá el PIB turístico aunque a ritmos menores que los alcanzados en 2007. En este sentido prevemos que nuestro Indicador Sintético del Turismo Español de Exceltur (ISTE-homologable al PIB turístico) crezca un 1,9% en 2008 frente al 2,5% con que cerrara 2007.

Comparación PIB turístico (ISTE) con el PIB general de la economía española

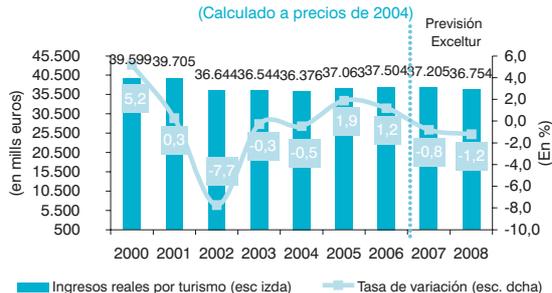


Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

Esta evolución del indicador de actividad turística en España es consecuente con un crecimiento de las pernoctaciones hoteleras que en 2008 estimamos se sitúe en el 1,7%, (en 2007 se cerraron con un aumento del 2,2%), sin menoscabo que en algunos meses de 2008 podamos asistir a caídas puntuales en los indicadores de volumen y de ingresos, que afecten la rentabilidad empresarial.

A pesar del ligero aumento de los indicadores de volumen no esperamos que en 2008 se produzca un cambio sustancial del perfil y/o hábitos de consumo de los turistas extranjeros como para revertir la tendencia de los ingresos turísticos que revierten en España. **Nuestras previsiones aproximan para 2008, otro nuevo crecimiento nominal del total de ingresos turísticos del exterior de un 2,9%, que no es presumible supere la inflación prevista. Dado el ligero aumento que a su vez estimamos se producirá en la llegada de turistas extranjeros (prevemos un crecimiento para 2008 del 1,8%), el ingreso real por turista podría situarse en 609 euros en 2008.**

Ingresos reales del turismo extranjero
Balanza de Pagos
2000-2007
(Calculado a precios de 2004)



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

Ingreso medio real por turista extranjero
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas)
* El gasto está calculado a los precios de 2004



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