

Presentación



Verano 2003: Una cierta recuperación.

José Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de EXCELTUR.

Concluida la temporada de verano de 2003, los indicadores del comportamiento turístico confirman los síntomas de una reactivación que todavía no puede calificarse de clara recuperación, para lo que habrá que esperar a conocer el devenir de los acontecimientos de los próximos meses. Nos encontramos ante una temporada sujeta a una compleja interpretación ya que comparada con las malas perspectivas que al inicio del año se anticipaban como resultado del conflicto de Irak, la evolución final de las ventas - que no de los márgenes empresariales- durante los meses de julio, agosto y septiembre es positiva, mientras que si se comparan los resultados con el mismo período del año 2002, el balance no es tan positivo.

En estos meses se han vuelto a manifestar múltiples claro oscuros con un reflejo dispar por subsectores, destinos y empresas y dentro de éstas últimas de nuevo se han defendido mejor aquellas con un producto diferenciado y/o pertenecientes a grandes grupos o marcas. La reactivación de la demanda no ha beneficiado significativamente a los destinos urbanos en comparación al año pasado y se ha concentrado esencialmente en los destinos vacacionales del litoral mediterráneo y las islas, explicándose casi exclusivamente, por el gran tirón del mercado británico, y el excepcional comportamiento del turismo español que con un 60% del mercado entre ambos, han salvado la temporada.

Todos los principales mercados han sufrido caídas de tal forma que, de no ser por el crecimiento de los británicos, el total del turismo extranjero llegado a España hubiera descendido un 6,8%, muy por encima de la caída del 2,8% que en total ha acaecido durante julio y agosto en comparación a esos mismos meses del 2002. Ese descenso de turistas si bien desde valores absolutos y pernoctaciones todavía muy inferiores a los españoles, ha deteriorado la posición de crecimiento relativo de España con relación a sus principales competidores del mediterráneo oriental, que han experimentado un fuerte crecimiento y que van desasociando la percepción e identificación de España, como el único destino refugio.

Algunos destinos emergentes como Bulgaria y Croacia, con crecimientos turísticos del 6,8% y del 4,9% en el conjunto del año 2003, y otros más consolidados como Turquía (2,4%) y Egipto (2,1%) han presentado mejores índices de crecimiento que el 0,6% que hasta el mes de agosto arrojaba España, brecha que cabe esperar se pueda acentuar dado el crecimiento de la oferta alojativa que están protagonizando esos países.

A este respecto cabría sin embargo resaltar que, dado el nivel de desarrollo ya alcanzado por el sector turístico en España, las estrategias a futuro para garantizar el mayor efecto multiplicador e impacto socio-económico del turismo, aconsejan mucho más el intentar elevar el gasto promedio diario por turista extranjero y/o nacional, que seguir propiciando un aumento indiscriminado de la cifra de turistas, indicador sobre el que no debería causarnos mayores reservas aceptar, el que ya haya entrado en un proceso de ralentización e, incluso, disminución.

Abundando en esta dirección y todavía con múltiples cautelas, los meses de mayo, junio y julio han comenzado a apuntar un leve incremento interanual del gasto medio por turista extranjero en España del 2,4%, calculado como cociente entre los Ingresos por Turismo y Viajes publicados por el Banco de España, y el número de Turistas Extranjeros de la estadística Frontur elaborada por el I.E.T. Esta tendencia nos lleva a revisar nuestras anteriores estimaciones realizadas en Julio y prever al cierre del 2003, un crecimiento acumulado del 1,9% de este indicador, clave para asegurar el máximo efecto multiplicador del turismo sobre el resto del tejido empresarial de los destinos.

Las cautelas antes apuntadas se derivan de la cada día más frecuente dificultad de conciliar algunas de las principales estadísticas oficiales que a nivel nacional miden la dinámica del turismo español y que pone en evidencia la necesidad de avanzar hacia una mayor convergencia y una coordinación mucho más estrecha de las diversas Administraciones públicas que elaboran dichas

estadísticas turísticas. El ideal sería que confluyesen en una sola institución *-con los medios técnicos y presupuestarios precisos-* la elaboración de todo el conjunto de indicadores turísticos, estimulándose las mayores sinergias, minimizando los solapes y propiciando la mayor complicidad y compromiso de las diversas autoridades y del sector empresarial, en aras de garantizar la mejor y más práctica información para la toma de decisiones a todos los niveles públicos y privados.

Otra de las claves que han evidenciado las estadísticas de esta temporada es la **vuelta a un patrón de comportamiento del turista más en consonancia con el de años anteriores.** Hasta finales de agosto se ha reducido en un 17,6 % -equivalente a 900.000 turistas extranjeros menos- los llegados por carretera, mientras se incrementaron en un 6,8% los que han llegado por avión y que muestra la **consolidación de la tendencia de un turista cada día más propicio a auto organizarse su viaje, reduciendo costes y flexibilizando los diversos componentes del paquete,** siendo dos los principales factores que, a una velocidad vertiginosa, están transformando los fundamentos de nuestros mercados y las formas de comercialización y venta directa a los consumidores finales, introduciendo a su vez nuevas y enormes posibilidades para las empresas y los destinos españoles.

El primero de ellos es el **peso cada día más elevado de las Líneas Aéreas de bajo coste que en el período enero-agosto de 2003, han transportado ya más de 11 millones de pasajeros a nuestro país, con un crecimiento del 33,1% respecto al año 2002.** La cada día más estrecha vinculación y conocimiento del turista con los diversos destinos españoles, debido entre otros a la creciente adquisición de viviendas residenciales en zonas costeras, ayuda a explicar en parte el aumento a lo largo de este año, de los viajes auto organizados. Con datos de Frontur hasta el mes de agosto del 2003, los turistas que habían adquirido un paquete turístico para venir a España habían descendido un 2,2 % , versus el aumento de un 2,8% de los que no se habían acogido a esta fórmula de viaje.

El segundo factor, es el **creciente uso exponencial de Internet tanto como canal de información como de alternativa de comercialización directa ante el consumidor.** Los resultados de nuestra encuesta de clima empresarial han demostrado en esta temporada que aquellas compañías que han puesto en marcha una clara estrategia *que no tiene porque ser sinónimo de costosa* para aprovechar este nuevo canal “ *on line* ” , han elevado notablemente sus resultados, no sólo en cuanto a ventas sino sobre todo en cuanto a su tarifa promedio, y en particular por encima de la aplicable a otros canales mayoristas.

En este sentido y dentro de las **enormes posibilidades de alianzas que brinda Internet para que las empresas turísticas mejoren a un coste asequible su visibilidad y multipliquen sus oportunidades comerciales en la red,** cabe resaltar el relevante papel que como ya es habitual en otros países y destinos extranjeros, pueden jugar los diversos portales institucionales españoles. **Empezando por el propio Spain.info sería aconsejable asumir enfoques más dirigidos al consumidor final y comprometidos en el apoyo a la comercialización directa de unas PYMES** a las que de otra manera les sería mucho más complejo acceder a plataformas basadas en las tecnologías más avanzadas, que a su vez y por otro lado, deberían facilitar la mejor coordinación público-privada de la promoción y el marketing en los nuevos canales “ *on line* ”, así como la de los distintos portales autonómicos y el de Turespaña entre sí.

Este verano ha sido igualmente testigo de un comportamiento heterogéneo y dispar con **mejores resultados en los destinos y empresas más especializadas en el segmento vacacional y particularmente entre aquellas más diferenciadas y/o abanderadas por marcas de prestigio,** que en general y a costa de reducir sus márgenes, han elevado sus ventas gracias a un ajuste en precios muy especialmente en el caso de las de transporte y alojamiento. Por otra parte los destinos urbanos han seguido todavía marcados por la atonía en el segmento de viajes de negocio y de los resultados de nuestra encuesta de clima empresarial se evidencia que un 59,0% de hoteles de ciudad han experimentado una caída en sus ventas en esta temporada con respecto al 2002, que se empeora hasta un 65,9% cuando se pronuncian sobre la tendencia en sus beneficios, notablemente más desfavorables que el 40,6% y 40,3%, que declaran los hoteles vacacionales.

Se hace pues cada día más complejo generalizar un diagnóstico sobre el conjunto del sector turístico español. Así, por ejemplo entre dos de los principales destinos de turismo vacacional, Baleares y Canarias, se percibe una importante diferencia en sus ritmos de recuperación durante esta temporada. Mientras Baleares se encuentra todavía inmerso en un escenario de elevadas incertidumbres tras un verano que con bajos rendimientos empresariales, se ha apoyado en mucho mayor medida de lo tradicional en el mercado nacional más que el externo, lo que ha obligado al cierre anticipado de hoteles antes de lo habitual, en Canarias se anticipa un último trimestre del año con mucho mayor optimismo, tras una recuperación de ventas en su temporada baja que acaba de terminar y una percepción menos negativa sobre tanto sobre los beneficios como sobre los precios que se estima

se reactivan al alza, tras tres años de contención. En ese contexto los resultados de la Encuesta de Clima Empresarial de este verano no han variado el consenso empresarial respecto a los alcanzados durante los mismos meses de 2002, y vuelven a reflejar, por segundo trimestre consecutivo, una reducción en los beneficios, atribuible no sólo a la caída de las tarifas por atonía de la demanda sino por la **creciente sobre oferta que comienza a extenderse en el subsector del transporte aéreo y consolidarse en el del alojamiento, tanto vacacional como en el urbano** donde la información disponible permite identificar este problema de manera incipiente, con un impacto directo en la cuenta de resultados de los establecimientos hoteleros en el segundo y tercer trimestre según la citada Encuesta y **donde parece que lo peor pudiera estar todavía por llegar** a la

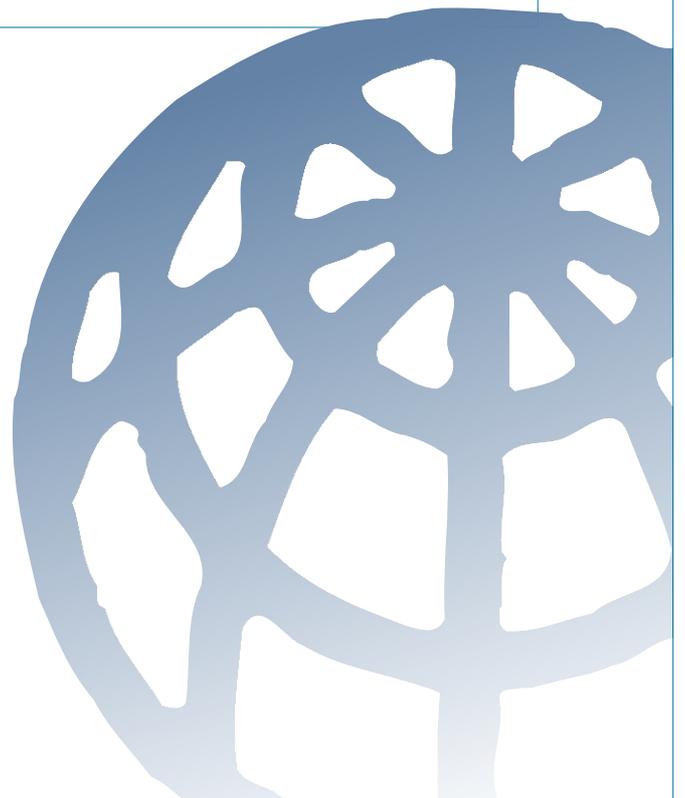
vista de los múltiples proyectos en fase de construcción que en los próximos tres años pueden entrar en el mercado.

En resumen, otra temporada de transición que de no ser por el contexto de partida no permitiría confiar que el relativo estancamiento que en términos generales todavía sufre el sector, pueda dar **paso a la deseada recuperación estimada a mitad del 2004, siempre y cuando las economías de nuestros principales mercados se reanimen, y los destinos españoles a su vez vayan mejorando la gestión de su oferta y su demanda** reposicionando progresivamente algunos de sus productos, para **competir por diferenciación que no por precio** ante unos destinos emergentes cada día más cualificados y competitivos, especialmente en el mediterráneo y en los segmentos del sol y



Índice

Presentación	Pág. 1
0. Sumario Ejecutivo	Pág. 7
1. Entorno y Expectativas	
1.1 Escenario Macroeconómico	Pág. 18
1.2 Clima Turístico	Pág. 28
1.3 Precios	Pág. 44
1.4 Perspectivas	Pág. 49
2. Cluster Turístico	
2.1 Alojamiento	Pág. 53
2.2 Distribución	Pág. 59
2.3 Transporte	Pág. 61
2.4 Ocio	Pág. 65
3. Destinos	Pág. 67



Sumario Ejecutivo



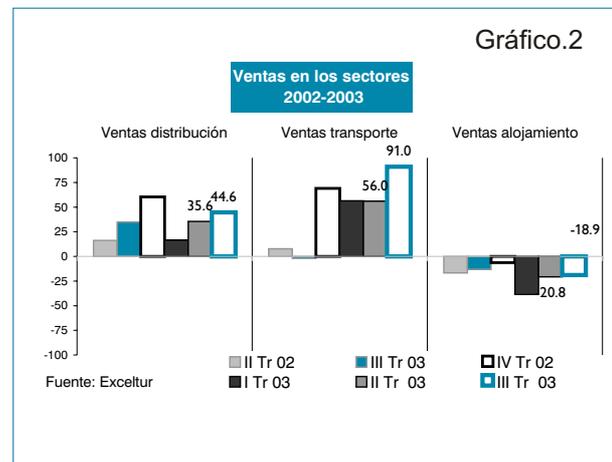
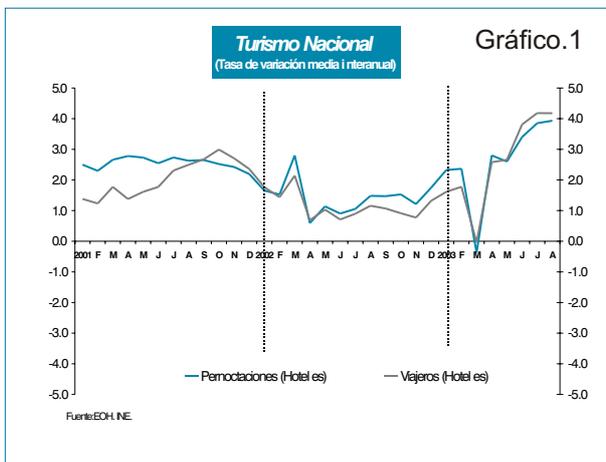
Exceltur



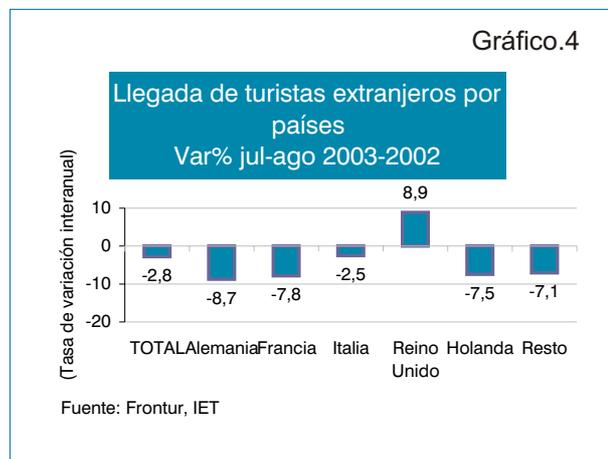
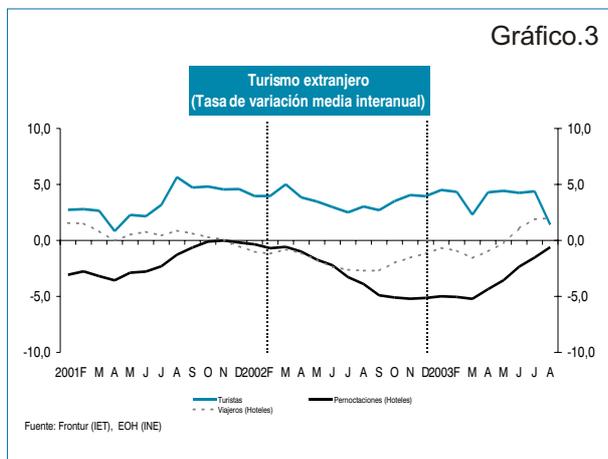
1. Evaluación de la temporada de verano

Comportamiento de la demanda

- **El turista español y el británico han salvado la temporada de verano, permitiendo un crecimiento de las ventas de las empresas de los destinos vacacionales españoles.** A pesar de la escasez de indicadores todo lo fiables que serían de desear y actualizados para la evaluación de sus factores determinantes, se ha constatado durante el verano un intenso crecimiento de la demanda de servicios turísticos por parte de los españoles: las pernoctaciones hoteleras de residentes en España crecían en los meses de julio y agosto un 6,5% según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, mientras las ventas a las zonas costeras de las compañías aéreas y de las agencias de viajes españolas durante el tercer trimestre se incrementaban frente a los niveles del mismo período del pasado año.

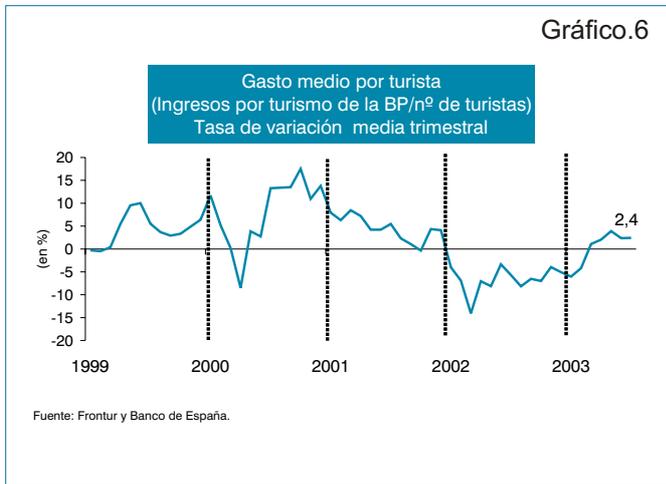
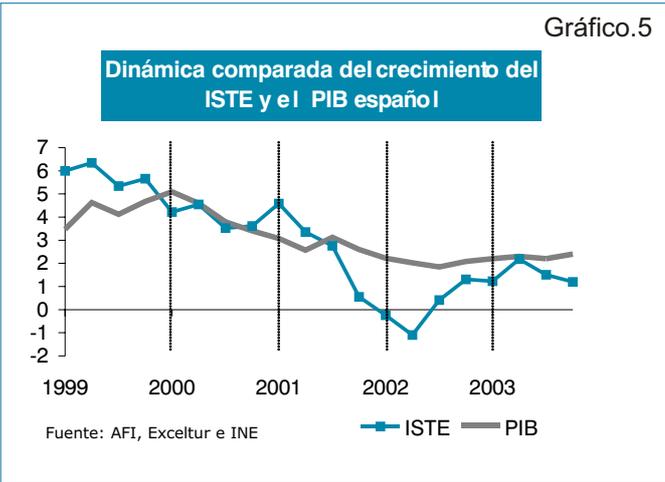


- El dinamismo de la demanda española contrasta **con la atonía de algunos de los principales mercados extranjeros**, mayor que el que recogían nuestras previsiones presentadas en el anterior número del Informe Perspectivas Turísticas. La información relativa a los meses de julio y agosto de la estadística Frontur, refleja una caída del 2,8% en el número de turistas extranjeros, que se elevaría hasta el 6,8% sin **el buen comportamiento del mercado inglés, que, un trimestre más, ha vuelto a ejercer de cuasi único motor de crecimiento de la demanda internacional con un aumento del 8,9% en el número de turistas.**



➤ El cierre de los datos del segundo trimestre y la información disponible del verano reflejan una recuperación de la capacidad explicativa de las variables macroeconómicas sobre el comportamiento de los mercados. Superados movimientos atípicos como los que se produjeron el pasado año, la fortaleza del comportamiento del consumo del mercado español y británico entre los dos representan el 60% de la demanda turística en España ha marcado la dinámica turística en España reflejada por **el Indicador Sintético del Turismo de España (ISTE) elaborado por Exceltur, que presenta en el tercer trimestre un crecimiento del 1,5%, la misma tasa prevista para el conjunto del año. Este dato supone una cierta recuperación frente al pasado año, pero por debajo del crecimiento esperado para este año para la economía española.**

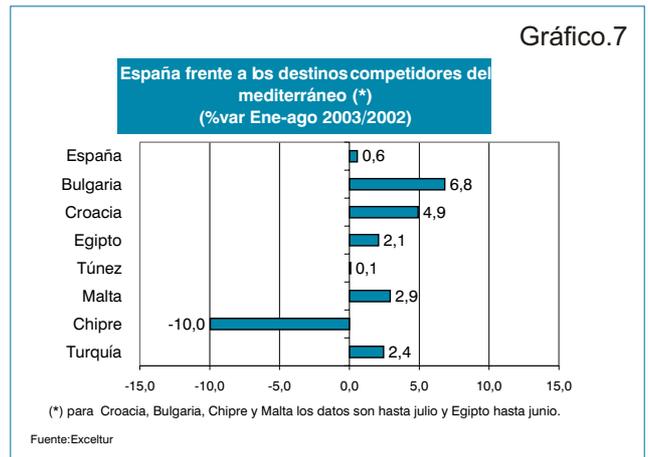
Gráfico.5



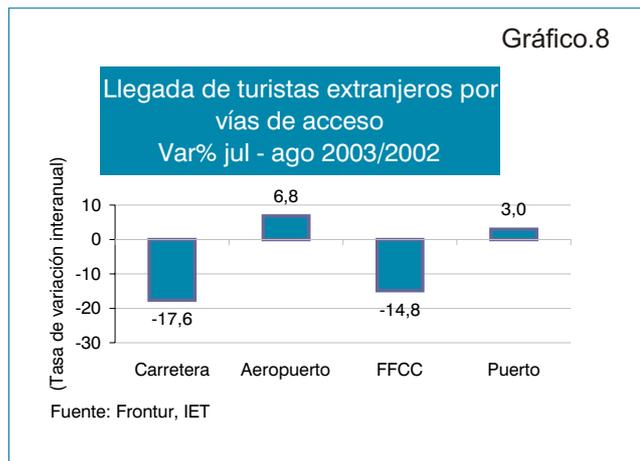
➤ **La caída en el número de turistas y la recuperación de una senda moderada de crecimiento de los ingresos por turismo y viajes de la Balanza de Pagos publicado por el Banco de España estaría reflejando un aumento moderado en el gasto nominal por turista.** Con los datos disponibles hasta el mes de julio, este indicador se habría incrementado un 1,3%, mientras en los tres últimos meses se habría acelerado hasta un 2,4%, lo que supone crecimientos todavía reducidos tras las importantes caídas sufridas el pasado año, y por debajo de la inflación, por lo que en términos reales las tasas de crecimiento continúan presentando un signo negativo.

➤ **Los datos correspondientes a la llegada de turistas extranjeros durante los meses de julio y agosto han situado a España por detrás de algunos de los países competidores en el segmento vacacional de sol y playa, cambiando la favorable tendencia que se venía reflejando hasta el segundo trimestre del año.** La normalización de la situación en el mediterráneo oriental tras la guerra, la apreciación del euro unido a las buenas condiciones de calidad-precio de sus productos estaría detrás del mayor crecimiento de estos países frente a los destinos españoles. Los datos agregados para el período enero-agosto de 2003 cifran el crecimiento del número de turistas extranjeros en el 0,6% para España, por debajo de destinos emergentes como Bulgaria (6,8%) y Croacia (4,9%), y de destinos algo más consolidados como Turquía (2,4%) o Egipto (2,1%), con crecimientos de dos dígitos en la llegada de turistas en los últimos meses, favorecidos, salvo Turquía, por el control de los precios y la apreciación del euro respecto a sus respectivas monedas nacionales.

Gráfico.7



- **En el verano se ha producido una vuelta a la normalidad en los patrones de comportamiento turístico en el uso de medios de transporte para acceder a España, en relación con el carácter atípico que marco la temporada de 2002, muy influida por los acontecimientos del 11-S.** Durante los meses de julio y agosto se ha producido un crecimiento en el número de turistas extranjeros llegados por vía aérea del 6,8%, con un crecimiento muy importante del uso de las compañías de bajo coste, contemporánea a una **profunda caída en la llegada de turistas por carretera del 17,6%. Esto supone nada menos que la llegada de 965.784 turistas menos por esta vía en los meses de julio y agosto de 2003 respecto al mismo período de 2002.**



- **Se mantiene el creciente proceso de desintermediación en el acceso de los turistas extranjeros que llegan a España, que viene caracterizando las últimas temporadas.** Durante julio y agosto, según los datos de la estadística Frontur, el número de turistas que llegaron a España a través de un paquete turístico descendía un 4,3%, mientras el viaje auto organizado sólo lo hacía en un 1,6%, mientras en el acumulado del año, los paquetes se reducían un 2,0% mientras se acumula un crecimiento del 3,0% en el viaje organizado, lo que debe servir de **estímulo para seguir avanzado de una forma más decidida en la estrategia de inversión en e-tourism por parte de las administraciones públicas y empresas españolas.**
- **Ciertas contradicciones y falta de una coordinación más estrecha entre los organismos e instituciones elaboradores de estadísticas turísticas en España han vuelto a generar durante el verano algunas dificultades para llegar a un análisis unívoco de la realidad** en diversos planos. El distinto signo de la evolución interanual de los viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros que muestra la EOH y el número de turistas alojados en hoteles que señala Frontur, la dificultad de conciliar la evolución en el número de turistas y los Ingresos por Turismo de la Balanza de pagos y las correcciones de los datos del pasado año en alguna de las fuentes, vuelven a introducir numerosas cautelas a la hora de valorar y sacar conclusiones suficientemente concluyentes sobre la evolución de la realidad.
- **La situación actual de los indicadores turísticos españoles debiera ser superada a través de una mayor coordinación o convergencia en una sola de las distintas administraciones que a nivel estatal están implicadas en su cálculo, de manera que se generara un único sistema de estadísticas de turismo consistente con unas mismas fuentes dentro de un sistema más amplio de información e Inteligencia del conocimiento de la dinámica del turismo que facilite la toma de decisiones.**

Resultados de la industria

- **Durante el verano se ha producido una importante recuperación de las ventas empresariales, concentrada en las zonas de turismo vacacional, mientras el negocio de zonas urbanas todavía se ha visto condicionado por el clima de debilidad económica** presente en las principales economías mundiales.

- **En general, el dinamismo de la demanda ha venido en gran parte impulsado por las estrategias de reducción de precios iniciada a comienzos del año y mantenida a lo largo de la temporada de verano, según todos los indicadores disponibles.** El consenso empresarial sobre la caída en las tarifas sigue siendo elevado, especialmente en el caso del transporte, corroborado con una desaceleración en el ritmo de crecimiento de los indicadores oficiales de precios, mientras en el caso del alojamiento se comienza a percibir que la caída en los precios ha tocado fondo, e incluso en algunas zonas y establecimientos comienzan a recuperar una dinámica alcista.

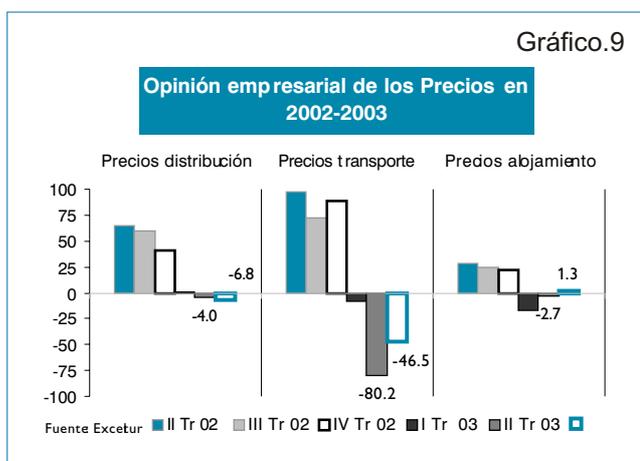


Gráfico.10

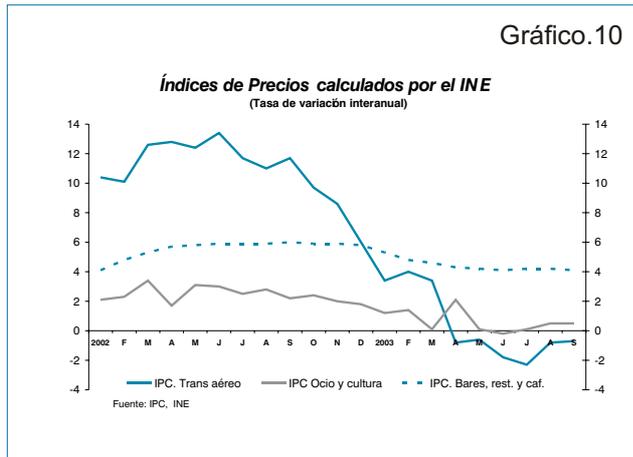
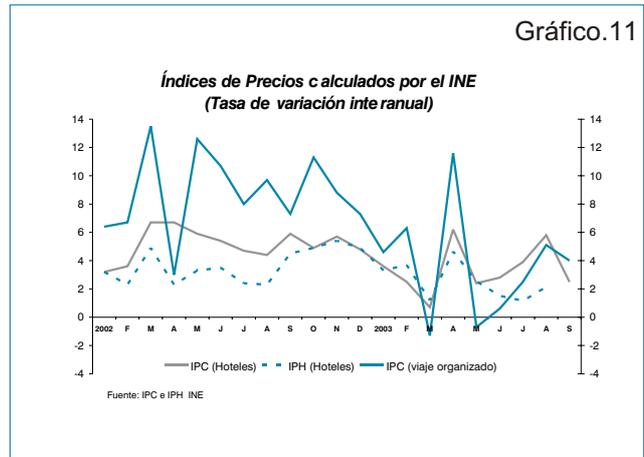


Gráfico.11



➤ **La reducción de precios ha impedido, por segundo trimestre consecutivo, situar los márgenes empresariales al nivel deseado, a pesar de la recuperación de la demanda.** La opinión es generalizada en los subsectores de alojamiento hotelero (en este caso por sexto trimestre consecutivo), agencias de viajes y transporte. Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial elaborada por Exceltur, la diferencia entre el porcentaje que expresaba una caída en sus beneficios durante los meses de julio, agosto y septiembre en relación con el mismo trimestre del pasado año y los que afirmaba haber experimentado un crecimiento se situaba en -19,4 en el caso del alojamiento con lo cual se mejora la percepción con respecto a los dos trimestres precedentes, adiferencia del caso de las agencias de viajes en -9,1, y en el del transporte de -30,6, que empeoran levemente con respecto al primer semestre de 2003.

Gráfico.12

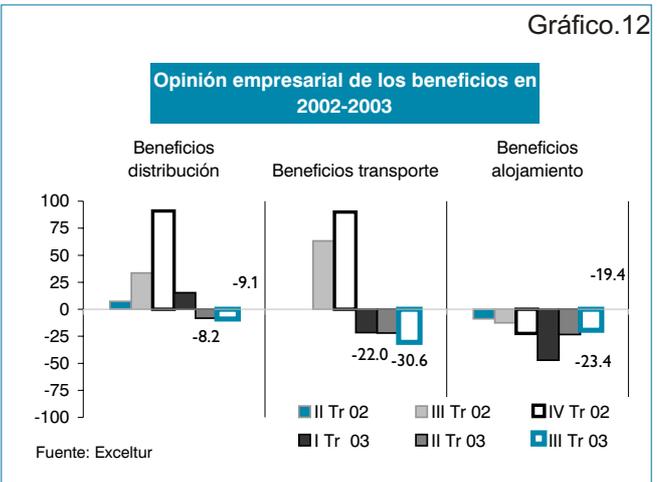
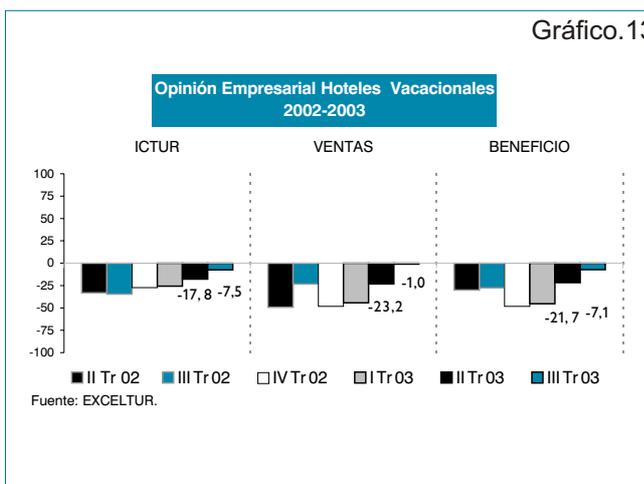
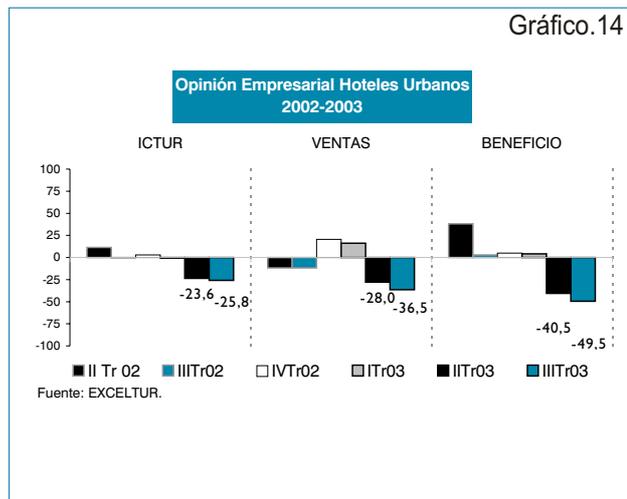


Gráfico.13

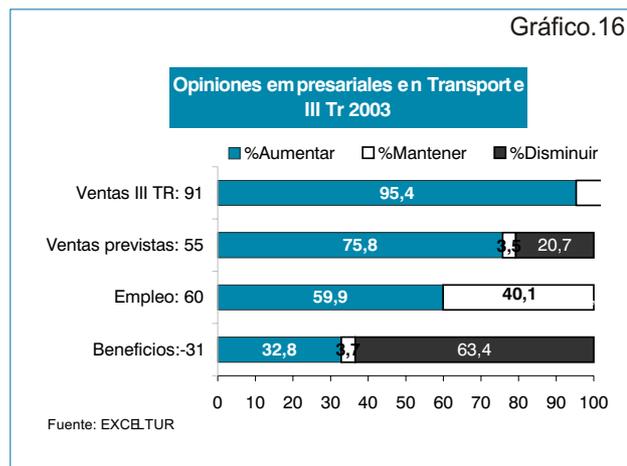
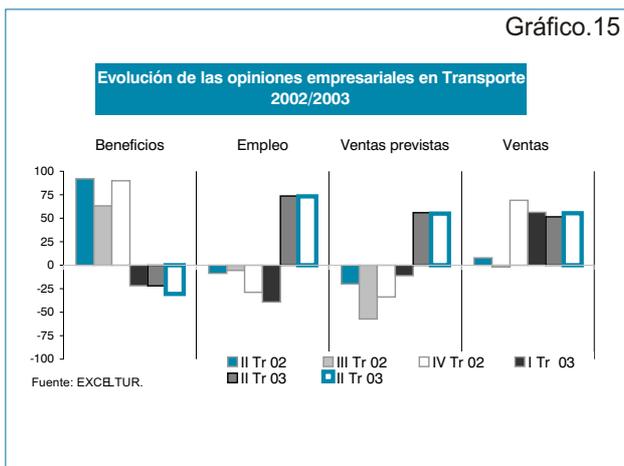


➤ **Por otro lado, el sector del alojamiento hotelero español a su vez se ha caracterizado por un comportamiento muy distinto entre los hoteles vacacionales y los hoteles urbanos. En el ámbito vacacional, todos los indicadores apuntan a una recuperación de las ventas y un sentimiento más positivo sobre el comportamiento de recuperación de los márgenes, dentro de unas expectativas futuras algo menos negativas** que las que se ponían de manifiesto en el segundo trimestre. En este caso, cabe destacar que los establecimientos integrados en las cadenas hoteleras han presentado bastantes mejores resultados gracias, entre otros, al aprovechamiento de las ventajas derivadas de la imagen de marca, su mayores economías de escala y la apuesta por nuevos canales de comercialización tales como el “e-commerce”.

➤ Por su parte, la menor recuperación de los beneficios de las empresas en general, los efectos de las políticas de ajustes de costes aplicadas sobre los viajes de negocios por dichas empresas y el retraso en la programación de congresos y reuniones generado por las consecuencias de la guerra iraquí se encuentran detrás del **peor comportamiento del negocio hotelero urbano con relación al vacacional, donde se ha registrado una notable caída de la demanda y los beneficios según manifiestan sus empresarios**. Los hoteles de Madrid y Barcelona son los que con mayor intensidad han sufrido este proceso, y donde, junto con otras ciudades como Valencia o Sevilla, mayores son los temores de que esta tendencia se pueda agudizar a medio plazo ante la apertura de los numerosos proyectos de construcción de nuevos establecimientos que se encuentran actualmente en fase de ejecución, y que sin duda pueden replicar la situación de sobre oferta ya presente y denunciada en anteriores informes, que afecta a la mayor parte de destinos vacacionales.



➤ **Los resultados de las empresas de transporte aéreo siguen viéndose afectadas por un escenario de gran competencia en precios introducida por un fenómeno de sobreoferta de plazas acentuado por el imparable crecimiento de las líneas aéreas de bajo coste** que han impulsado la puesta en marcha de estrategias de reducción de tarifas, con negativos efectos sobre los márgenes a pesar de la fuerte recuperación de la demanda. Cabe destacar que esta situación se ha producido en unos meses sujetos a nuevas apreciaciones del euro que han permitido reducir los costes de combustibles, facilitando el proceso de reducción de tarifas y limitando su posible impacto negativo sobre sus cuentas de resultados.



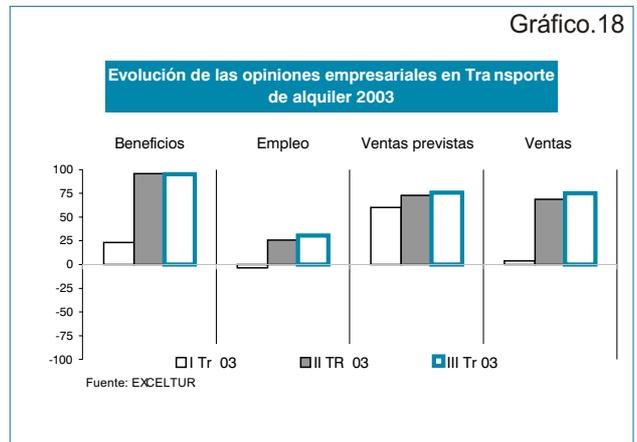
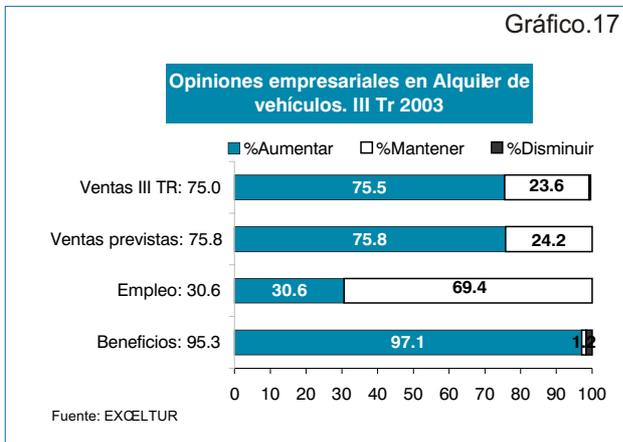
➤ **El crecimiento exponencial en el número de pasajeros transportados a España de las compañías de bajo coste** vuelve a reforzar el papel trascendental que han de jugar en el comportamiento de la industria turística española de los próximos años, y las **oportunidades que introducen a numerosas empresas y destinos por la diversificación de las opciones de acceso de los turistas que los visitan, así como las posibilidades de establecer alianzas estratégicas en el campo de la distribución, aprovechando, entre otros, su extraordinario posicionamiento ante los consumidores vía Internet y los canales "on line"**.

Pasajeros por compañías (datos acumulados hasta agosto)

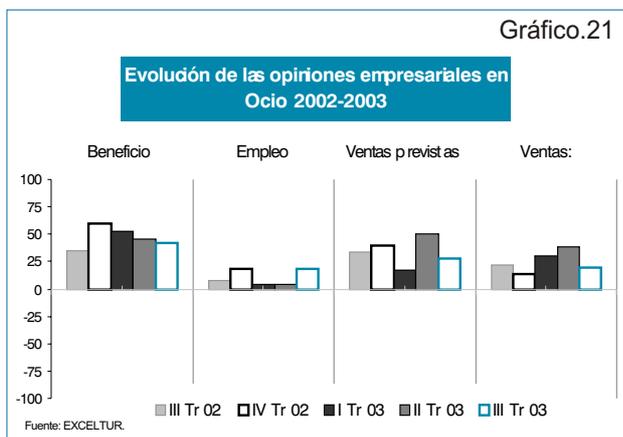
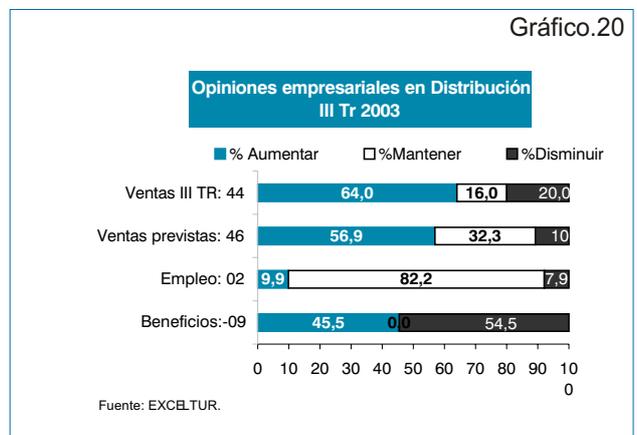
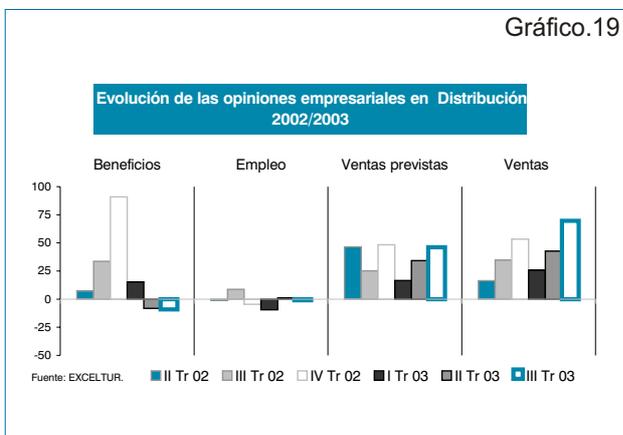
	2003	2002	Variación
HAPAG-LLOYD FLUGGESELLSCHAFT	2.920.917	2.649.152	10,3%
AIR BERLIN	3.859.209	2.644.999	45,9%
EASYJET AIRLINE CO. LTD.	2.814.593	1.442.945	95,1%
GO FLY LTD.	414.864	988.681	-58,0%
VIRGIN EXPRESS	665.836	616.081	8,1%
GERMANIA Fluggesellschaft mbH	79.092	145.826	-45,8%
RYANAIR LTD.	637.296	34.612	1741,3%
STAR EUROPE	103.457	112.937	-8,4%
Total	11.495.264	8.635.233	33,1%

Fuente: AENA

➤ **Las compañías de alquiler de vehículos** han vivido un tercer trimestre marcado por un claro y generalizado tono positivo. Como resultado, los empresarios contemplan con notable optimismo la evolución de sus principales variables reflejado en un valor del ICTUR de 67,8, frente al 29,8 del trimestre anterior. **Las empresas de alquiler de vehículos han superado la temporada de verano de 2003 con incrementos en sus ventas y de sus beneficios**, favorecidas por la recuperación de los flujos turísticos que utilizan el transporte aéreo. La introducción de la venta de servicios a través de internet y la aplicación de tarifas especiales o descuentos que han empezado a establecer algunas compañías se ha plasmado, no obstante, en la opinión acerca de los precios. El 65,3% de los encuestados asegura que sus precios se han reducido respecto al verano de 2002, frente al 29,2% que sostiene que han aumentado.



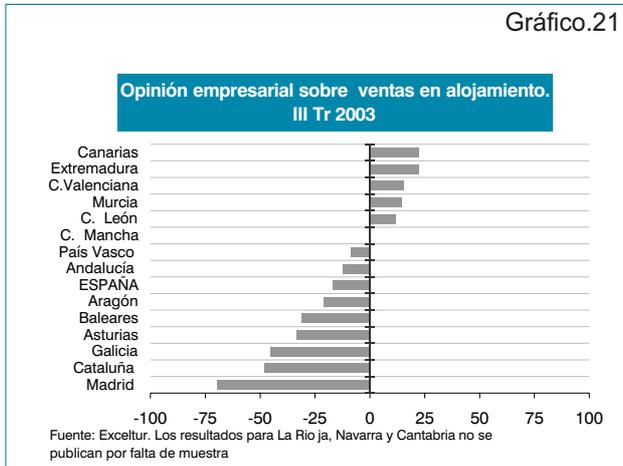
➤ **Las agencias de viajes han vivido un verano marcado por el fuerte crecimiento del gasto en consumo de las familias españolas que les ha permitido volver a registrar mayores ventas** respecto a los ya buenos registros de la temporada veraniega de 2002. Estas ventas se han concentrado principalmente en los paquetes turísticos con una caída en la venta de billetes aéreos, según se desprende de la evolución del BSP. Como en el resto de subsectores y salvo alguno de los grandes grupos, las mejores ventas no han tenido un comportamiento simétrico en un aumento de los beneficios que, a pesar de crecer la demanda, se reducen en este trimestre según manifiestan el 54,5% de los empresarios encuestados.



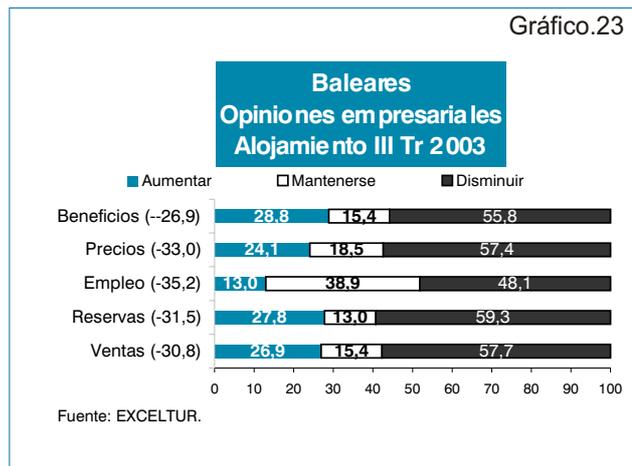
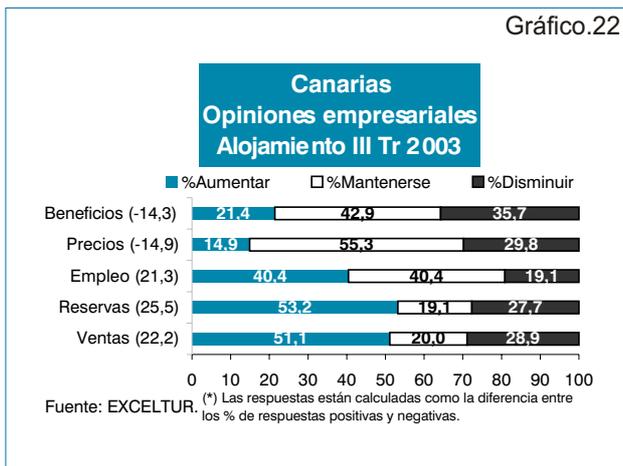
El sector de ocio sigue transmitiendo una opinión muy positiva sobre la evolución de su actividad, que se plasma en un valor del ICTUR del 23,3 en los meses del verano, nivel en cualquier caso inferior a los máximos alcanzados en el trimestre anterior (34,3). El sector que más ha influido en esta desaceleración de las expectativas empresariales ha sido el de museos y monumentos españoles, que se ha visto afectado por el fuerte descenso de la demanda de alojamiento urbano en el tercer trimestre.

Comportamiento por destinos

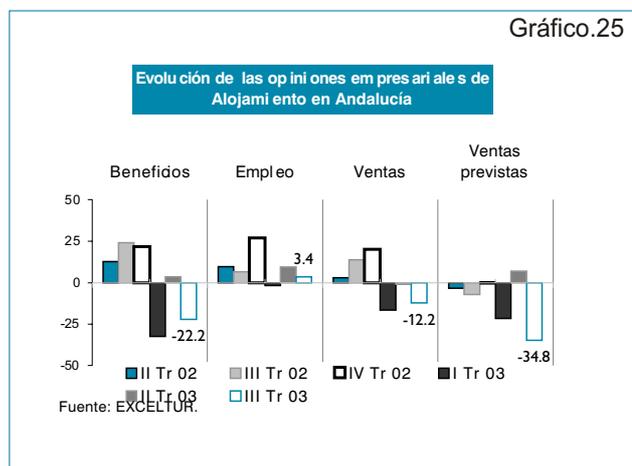
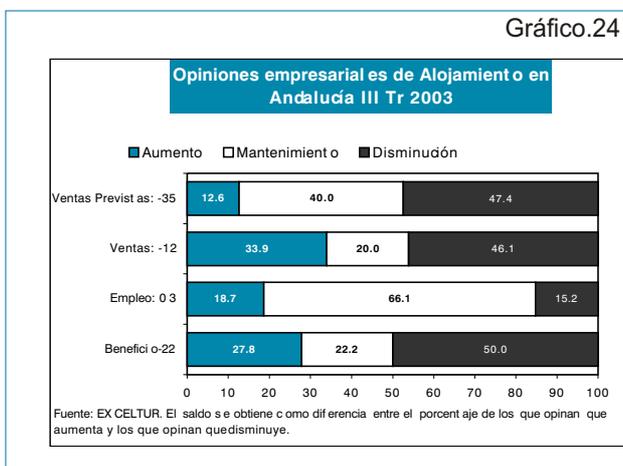
- El verano ha confirmado las expectativas empresariales del segundo trimestre que localizaban en las Comunidades Autónomas del levante español (Murcia y la Comunidad Valenciana) y las Islas Canarias las mayores recuperaciones en las ventas, hecho que se refleja tanto en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur como en la EOH del INE.



- Dentro de los destinos vacacionales españoles y tras dos últimos años muy complejos, **Canarias ha vivido un verano marcado por el dinamismo** que se refleja en todos los indicadores disponibles tanto de demanda como de oferta hasta generar un valor del Indicador de Clima Turístico Empresarial (ICTUR) de 20,0, positivo por primera vez desde que se elabora la Encuesta de Clima Turístico Empresarial. **La temporada de verano en Baleares**, aun a pesar de haber sido mejor que las de los dos últimos años, especialmente por la masiva llegada de turistas españoles gracias a las políticas de ofertas y descuentos aplicadas por el sector hotelero, **refleja unos resultados que siguen siendo malos** según los empresarios. De hecho, Baleares era la única Comunidad Autónoma en agosto de este año donde el índice de Ingresos Hoteleros del INE se reducía respecto al valor de 2002.

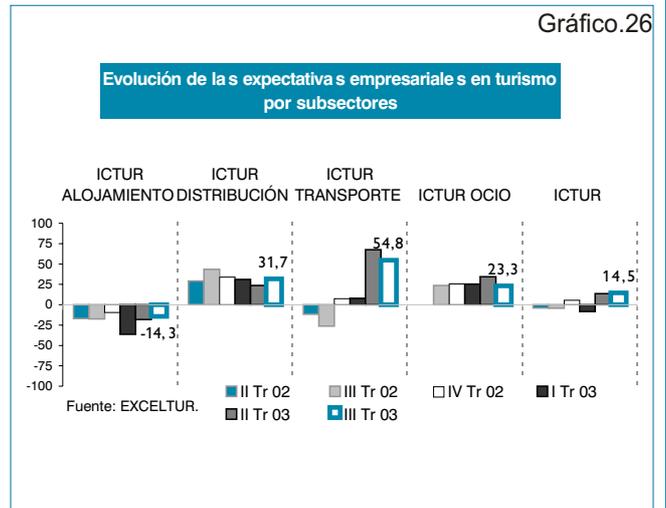


- Por su parte, en Andalucía, a pesar de los moderadamente positivos registros derivados de las estadísticas oficiales, durante este trimestre se ha producido un cierto deterioro de las opiniones empresariales de manera que, por primera vez desde que se elabora la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, prevalecen las opiniones empresariales negativas sobre las positivas en la evolución tanto de las ventas como de los beneficios.



2. Perspectivas de cierre del año 2003

Las perspectivas manejadas para el cierre del año 2003 confirman la idea manifestada en el anterior número del Informe Perspectivas de **concluir un año de transición, que de pie a confiar en una recuperación de los márgenes empresariales en 2004**, tras el mejor comportamiento de las ventas ya observado en esta pasada temporada de verano. No obstante, las mejores expectativas que pueden derivarse de una coyuntura económica internacional más favorable para el 2004, no debe posponer la urgente necesidad de **resolver los cada día más evidentes problemas estructurales de sobre oferta de alojamiento en áreas urbanas y vacacionales, de masificación y deterioro del producto en algunas zonas del litoral, así como el seguir adecuando nuestras estrategias en el campo del marketing bajo un plan nacional y más coordinado a medio plazo sustentando en un reposicionamiento y mayor focalización por líneas de productos, orientadas al consumidor, diversificando canales, abriéndose a nuevos segmentos y aprovechando las nuevas oportunidades de distribución vinculadas al uso de las nuevas tecnologías e Internet.**



Las expectativas de los empresarios en el tercer trimestre, reflejados en el Índice de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) que trata de aproximar los niveles de confianza empresarial respecto a la evolución futura a corto plazo de la actividad, **se mantienen en valores positivos, pero sin avanzar todavía de manera sustancial respecto a la situación del segundo trimestre.** El ICTUR se ha elevado durante el tercer trimestre hasta un valor de 14,2, ligeramente superior al 13,7 mostrado en los meses previos al verano, y consolidando la tendencia a alejarse de los valores mínimos negativos de -8,7 alcanzados en el primer trimestre del año.

La positiva evolución de los ingresos por turismo de la Balanza de Pagos durante los meses de julio y agosto, nos han llevado a modificar nuestras previsiones **de ingresos medios por turista extranjero hasta apuntar para el conjunto del año un leve crecimiento del 1,9%, que supera las caídas observadas el pasado año, si bien todavía en valores negativos en términos reales (una vez descontada la inflación).** Estos datos están en consonancia con la percepción de recuperación durante el verano de un perfil del turista que accede por vía aérea y, en menor medida, que se aloja en establecimientos hoteleros vinculado a una mayor capacidad adquisitiva.

PREVISIONES REVISADAS DE EXCELTUR PARA EL 3º TRIMESTRE Y EL CIERRE DE EJERCICIO 2003

	2000			2001			2002			2003		Previsiones Exceltur 2003			
	%	%	%	Nº	%	%	%	Nº	%	Nº	III Tr		Año 2003		
											%	Nº	%	Nº	
ISTE (PIB turismo)	4,3	2,8	-0,2	--	2,2	--	1,5	--	1,5	--	1,5	--	1,5	--	
Ingresos por turismo B.P. (mills de euros)	11,0	8,5	-3,0	35.544,0	7,5	9.484,0	2,7	11.855	2,8	36.556,2	2,7	11.855	2,8	36.556,2	
Gasto medio por turista (euros)	8,4	3,8	-6,1	681,9	2,2	664,6	5,2	609,5	1,9	694,6	5,2	609,5	1,9	694,6	
Total turistas extranjeros	2,4	5,1	3,4	52123845,8	5,1	14.199.938	-2,4	20.330.953	1,0	52.625.564	-2,4	20.330.953	1,0	52.625.564	
Total turistas 5 principales mercados	1,6	5,3	4,3	37868834,3	8,0	10.672.714	-0,2	14.866.446	2,8	38.937.278	-0,2	14.866.446	2,8	38.937.278	
Turistas alemanes	-3,6	-2,6	-6,2	10176995,2	3,6	2.749.195	-7,1	3.403.437	-2,4	9.928.853	-7,1	3.403.437	-2,4	9.928.853	
Turistas británicos	8,7	5,2	4,0	14644850,9	15,1	4.666.715	10,5	5.961.185	11,4	16.308.856	10,5	5.961.185	11,4	16.308.856	
Turistas franceses	-0,9	17,8	19,7	7763014,9	1,6	2.024.380	-7,7	3.490.249	-4,3	7.763.015	-7,7	3.490.249	-4,3	7.763.015	
Turistas italianos	2,9	1,8	3,8	2523795,8	-2,1	579.296	-1,3	1.029.822	-2,6	2.455.886	-1,3	1.029.822	-2,6	2.455.886	
Turistas holandeses	-3,7	8,5	11,3	2407174,6	10,3	653.127	-4,0	981.753	3,1	2.480.668	-4,0	981.753	3,1	2.480.668	

Fuente: IET, EXCELTUR

- La inesperada bajada de un 6,8% en agosto en la llegada de turistas extranjeros que revela Frontur, aparentemente explicado por la fuerte caída de los turistas llegados por carretera, nos han obligado igualmente a revisar las previsiones para el conjunto del año en cuanto a la llegada de turistas extranjeros. **Según estas nuevas estimaciones revisadas, España vería como en el conjunto del año los turistas extranjeros se habrían incrementado un 1,0% respecto al pasado año, con un comportamiento negativo para los mercados alemán (-2,4%), francés (-4,3%) e italiano (-2,6%), y un explosivo aumento del turismo británico del 11,4%**, sin cuyo ejercicio la caída en el número de turistas habría sido dramática (6,8%).
- **Para el último trimestre del año y fundamentado en una tendencia a la dinamización en las economías de los principales mercados de origen se espera un aumento del 3,5% de la llegada de turistas extranjeros, compartido por la totalidad de mercados con la salvedad del francés.**

Entorno y Expectativas

1. Escenario Macroeconómico
2. Clima turístico
3. Precios
4. Perspectivas



Entorno y Expectativas

1. Escenario macroeconómico relevante para el turismo español

1.1. Entorno y expectativas

Las perspectivas económicas comienzan a dar tímidas señales de mejoría dentro de un contexto generalizado de mayor dinamismo en los sectores más cíclicos. Como tal, **el sector turístico podrá beneficiarse de un entorno algo más propicio tanto en términos de actividad, como en la generación de condiciones más favorables para una recomposición gradual de los márgenes empresariales.** No obstante, el ciclo actual sigue caracterizado por patrones atípicos, con ritmos de recuperación de la actividad muy lentos que no permiten anticipar una capacidad de generación de empleo elevada y por lo tanto, tampoco mejoras nítidas de la demanda. **Parece poco previsible, por lo tanto, que vayan a producirse cambios notables en lo que resta de año, y no será hasta avanzado el primer trimestre de 2004 cuando se constate un aumento del consumo en las principales economías de la Europa continental.**

El ciclo económico internacional está dando muestras cada vez más evidentes de haber iniciado una fase de recuperación sostenible, superando una crisis que se ha extendido en los últimos tres años, aunque con pautas muy desiguales según las áreas geográficas. Los importantes estímulos económicos introducidos por la administración de la principal economía del planeta, la estadounidense, han servido para reanimar la demanda externa y la actividad productiva, y en especial de aquellas economías más exportadoras, que además coinciden en ser algunas de las más representativas como mercados emisores para el sector turístico español.

A esta mejoría **han sido sensibles las encuestas de confianza de los agentes económicos y los mercados financieros,** como ha quedado puesto de manifiesto con el comportamiento alcista de las bolsas. De hecho, los índices de confianza de los consumidores han retornado a los niveles previos a la guerra de Irak e incluso en algunos países hay que remontarse al otoño pasado, como en España e Italia. En definitiva, **la percepción de riesgo (tanto sobre el ciclo, como sobre el contexto geopolítico) se ha ido reduciendo de forma paulatina, aunque aún dista un margen considerable respecto a lo que podría considerarse una situación de normalidad o de media histórica.**

De hecho, el pulso actual de la economía sigue muy condicionado por factores que atenazan a la demanda interna, sobre todo en el Área Euro. **La destrucción neta de empleo en las dos locomotoras tradicionales del contexto europeo, Alemania y Francia, que son además dos de los mercados emisores de turistas más representativos para nuestro país, están limitando el ritmo de crecimiento del consumo privado** a tasas muy por debajo del potencial. Prosiguen las políticas de ajuste en las empresas para adecuar las capacidades de producción a la demanda, y aunque los planes de aumento de plantilla han mejorado en Alemania, Francia e Italia desde los mínimos de mayo-junio, de momento no lo suficiente como para alcanzar cotas que puedan identificarse como de expansión económica.

Tabla I.1.1

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

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

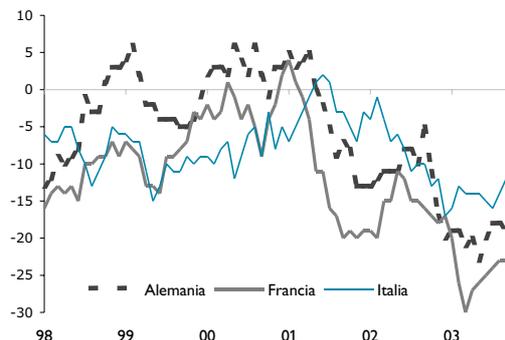
Fuente: Consensus Forecast Inc., Comisión Europea

(p) Previsiones

El lento saneamiento empresarial al que aún estamos asistiendo (y que aún podría prolongarse hasta el primer semestre del próximo año) permitirá un crecimiento más sostenible a medio plazo. Sin embargo, en el horizonte más inmediato resta potencial de crecimiento a la economía, lo que ha obligado **a los gobiernos europeos a reorientar sus políticas económicas con un giro más heterodoxo y expansivo que alivie los temores a mayores restricciones económicas.** En este sentido hay que interpretar la flexibilidad que pretende introducir la iniciativa franco-germana al Pacto de Estabilidad y Crecimiento, pese a superarse en ambos casos el límite máximo establecido al déficit público del 3% sobre el

Gráfico I.1.1

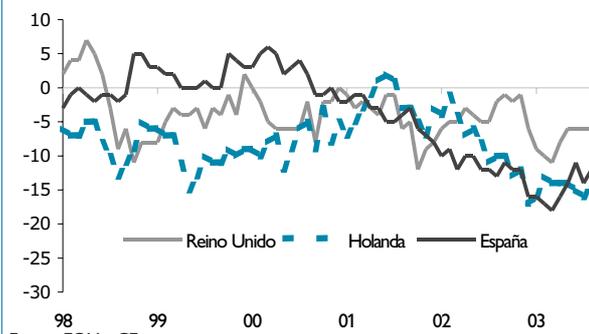
Evolución de la confianza del consumidor



Fuente: CE

Gráfico I.1.2

Evolución de la confianza del consumidor



Fuente: EOH y CE

PIB. A pesar de estos serios desajustes de las cuentas públicas, las medidas anunciadas para el próximo año tendrán una lectura expansiva para las decisiones de consumo de las familias previstas. Parece razonable que deberían servir de revulsivo para que la actividad económica se acelere desde tasas casi nulas a mitad de este año a cifras entre el 1,5% y el 2,0% en 2004. Desde luego, **estas constituyen previsiones alentadoras después de tres años de crisis, y es razonable que el aumento de renta disponible que generarán las políticas presupuestarias repercutan en un mayor gasto vacacional y en ocio de las familias francesas y alemanas.** En todo caso, las pautas de incertidumbre que aún caracterizan la actual fase de recuperación económica y su lenta plasmación en el mercado laboral no permitirán que los **estimulos fiscales anunciados por las dos administraciones (francesa y alemana) vayan a tener la eficacia y el alcance de los incorporados en Estados Unidos** desde mediados del actual ejercicio, porque la propensión a ahorrar puede ser mayor.

Tabla I.1.2

Crecimiento del consumo en los principales países emisores de turistas a España

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

Fuente: Consensus Forecast Inc., Comisión Europea y Exceltur

(p) Previsiones

Con mayores garantías de crecimiento afronta el cierre de ejercicio la economía británica, siendo la más saludable entre los mercados europeos representativos para nuestro sector turístico. La recomposición en la estructura por nacionalidades de los turistas producida este verano se ha visto sesgada por la resistencia frente a la crisis de esta economía, que incluso está mostrando algunos síntomas de recalentamiento de la demanda interna por el lado del consumo. La **capacidad adquisitiva del turismo británico**, reflejo de una tasa de paro en mínimos históricos y de niveles de crecimiento del consumo cercanos al 3%, **ha continuado atenuando la caída de otros mercados emisores** que continúan presentando una coyuntura doméstica frágil. Aunque el posible efecto adverso de la apreciación gradual del euro frente a la libra se había convertido en un elemento de preocupación para el sector, sobre todo en la economía española por sus mayores tasas de inflación, durante la campaña estival ha coincidido una etapa con depreciaciones del euro que ha suavizado este efecto generando condiciones más propicias que en el segundo trimestre, en el que se habían alcanzado los máximos históricos de fortaleza del euro frente a la divisa británica. En cualquier caso, más allá de que este comportamiento cambiario de la libra haya podido ser provisionalmente más benigno, **parece irreversible una tendencia hacia niveles que equiparen su poder adquisitivo con el Área Euro** en los próximos meses/años, y que estimamos entorno a 0,76 libras por euro (un 10% más débil que las cotizaciones actuales). No es este un factor que vaya a favorecer el aumento de la demanda turística por parte de este mercado, **que difícilmente va a seguir creciendo a los ritmos que lo ha hecho en los dos últimos ejercicios, aunque en lo que resta de año puede seguir siendo el mercado emisor más dinámico para nuestra industria por el mayor empuje de su economía.**

Tabla I.1.3

Tasa de paro en los principales países emisores de turistas a España						
	1999	2000	2001	2002	2003(p)	2004(p)
Tasa de paro						
España	12,8	11,3	10,6	11,4	11,3	11,1
Alemania	10,5	9,6	9,4	9,8	10,7	10,7
Reino Unido	5,9	5,4	5,0	5,1	3,2	3,2
Francia	10,7	9,3	8,5	8,7	9,6	9,7
Italia	11,3	10,4	9,4	9,0	8,9	8,7
Países Bajos	3,2	2,8	2,4	2,7	5,3	5,3
USA	4,2	4,0	4,8	5,8	6,1	5,9

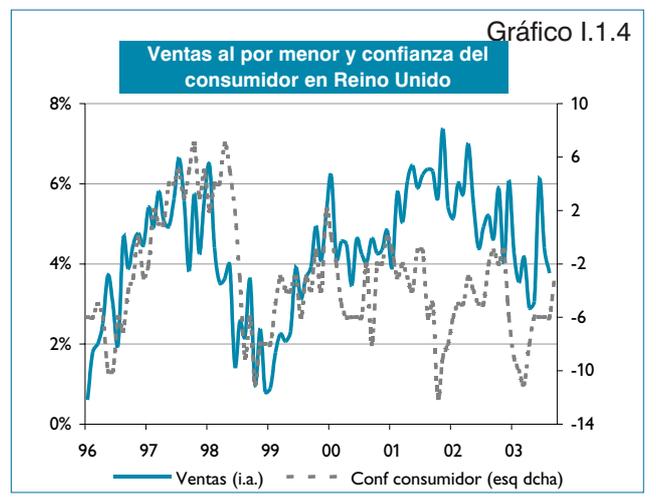
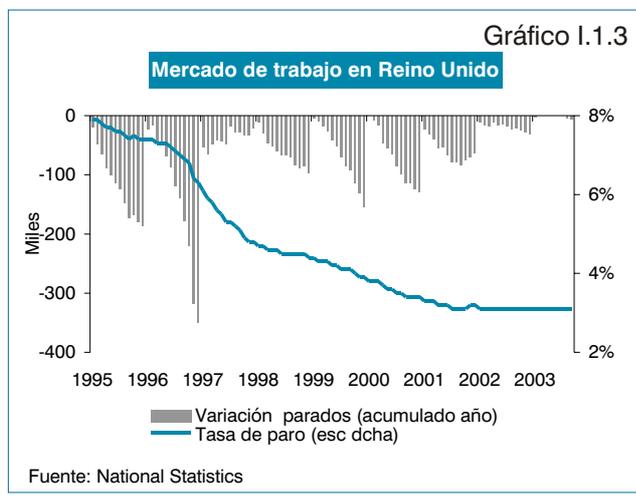
Fuente: Comisión Europea y Consensus Forecast Inc.
(p) Previsiones

También con síntomas positivos **encara la economía española un año que a priori ofrecerá resultados más favorables que el actual, permitiendo un crecimiento próximo al 2,7% en 2004**, casi medio punto más que el 2,3% previsto para este año. La mejora del contexto internacional debería trasladarse por una doble vía a nuestra economía. En primer lugar, reanimando la industria exportadora y en segundo lugar, dinamizando el gasto de las familias en un sector tan cíclico como es el ocio y el turismo. No obstante, **los efectos expansivos para el consumo privado doméstico que ha supuesto la contribución positiva de la bajada de impuestos directos a las familias se van a ir agotando**, para difuminarse a lo largo del próximo ejercicio. La evolución del mercado laboral, con una aceleración en el ritmo de creación de empleo desde tasas interanuales del 1,6% a 2,5%, vendría a garantizar el sostenimiento del consumo privado por encima del 3% en los próximos meses.

En términos relativos, el **protagonismo que han mantenido para la demanda turística el mercado nacional y el británico a lo largo de este año (y que seguirá caracterizando el último trimestre) puede reducirse a favor de otros mercados europeos, como el francés o el alemán, en el próximo ejercicio**. Ni en la economía española ni en la británica es probable que podamos asistir a crecimientos del consumo privado por encima de los registrados en 2003. La aceleración de sus economías vendrá liderada más por la inversión y el sector exterior, que por la aportación de las familias, muy endeudadas además por el aumento en la adquisición de vivienda en ambos países. En este sentido, **representa una oportunidad para el sector el entorno de mayor crecimiento en las dos economías centrales del Área Euro, Alemania y Francia, gracias al apoyo de las rebajas fiscales** que entran en vigor el 1 de enero, aunque su continuidad dependerá del éxito de las reformas estructurales que están introduciendo en las pensiones y en el mercado laboral.

Reino Unido

Los datos de crecimiento del PIB en el segundo trimestre mostraron un mayor dinamismo de la economía (0,3% en tasa trimestral frente al escaso 0,1% del trimestre anterior), principalmente por el empuje del consumo privado, que seguirá siendo el motor de esta economía en el último cuarto del año. Después de la ralentización observada en los primeros meses de 2003, las ventas minoristas han recuperado una senda más favorable (el mayor avance trimestral desde finales de 2001), favorecidas por **unas condiciones de financiación más relajadas y por el mantenimiento de la evolución positiva del mercado laboral**. El nivel de desempleo se ha situado en registros mínimos de los últimos 25 años, lo que ha contribuido de forma significativa a sostener la capacidad adquisitiva de las familias, en un contexto en el que el mercado inmobiliario, aunque con algunas muestras de ralentización, continúa manteniendo una percepción de riqueza elevada en las economías domésticas, más aún considerando el cambio a una tendencia más positiva de los mercados bursátiles.



Las perspectivas para el conjunto de la economía durante el próximo ejercicio son también favorables. Sin embargo, **es probable que la aportación del consumo privado sea ya más limitada** y deba ser la demanda externa y la inversión los componentes que permitan un mayor crecimiento, **por lo que no puede esperarse un comportamiento tan favorable como en los dos últimos años de este mercado emisor**. Por un lado, **las probables subidas de los tipos de interés** en esta economía (la primera que endurezca su política monetaria) frenarán el impulso del consumo de las familias, muy endeudadas como consecuencia del impulso del mercado inmobiliario. Y por otro, **el tipo de cambio podría ser un elemento que encarecerá progresivamente nuestra economía para los turistas británicos**. Aunque las apreciaciones coyunturales que desde la primavera ha registrado la libra ha permitido **mejorar la capacidad de compra de los británicos**, lo que, sin duda, está teniendo un efecto positivo sobre la disposición a viajar a países dentro del Área Euro, la divisa británica se encuentra inmersa en una tendencia de ajuste de su tipo de cambio a los fundamentales de su economía. De hecho, lo más probable es que la depreciación de la libra siga siendo una constante durante el próximo ejercicio.

Tabla I.1.4

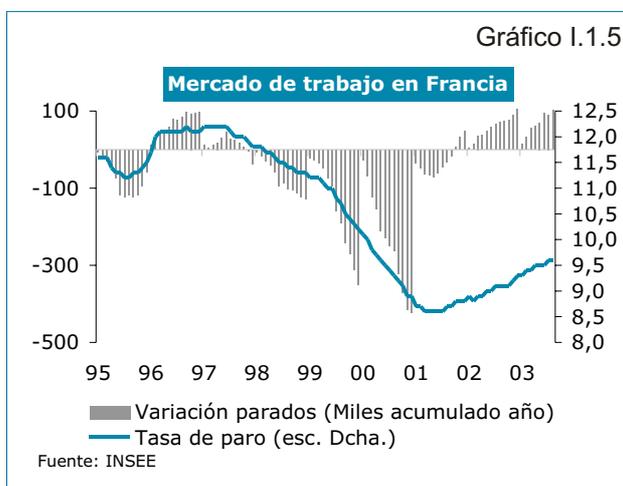
PIB trimestral y componentes en Reino Unido

	2001		2002		2003				
	media anual	IV T	I T	II T	III T	IV T			
PIB	2,1	1,9	1,9	1,4	1,8	2,3	2,3	2,2	2,2
Consumo Privado	3,1	3,6	4,7	3,6	4,2	3,3	3,2	2,8	2,4
Consumo Público	2,5	3,3	4,6	5,2	3,9	2,8	1,6	2,5	4,9
FBCF	1,0	-1,0	-5,0	-3,4	-1,5	-0,3	1,4	1,3	0,2
Variación de inventarios (1)	-0,7	0,0	-0,4	-0,1	-1,0	0,1	1,0	0,0	1,3
DEMANDA NACIONAL (1)	2,6	2,8	2,3	2,7	2,1	2,8	3,7	2,6	4,0
Exportaciones	0,9	-0,9	-4,6	-5,3	0,3	2,4	-0,7	0,9	-5,3
Importaciones	2,3	2,1	-2,5	-0,9	1,6	4,0	3,7	2,6	1,7
DEMANDA EXTERNA (1)	-0,6	-1,1	-0,6	-1,5	-0,6	-0,8	-1,7	-0,7	-2,5

(1) Aportación al crecimiento del PIB

Francia

El retroceso del consumo privado en el segundo trimestre ha dado buena muestra de la debilidad cíclica por la que atraviesa la economía francesa, en la que hay pocas señales favorables para la segunda mitad de 2003, si bien comienza a percibirse alguna mejoría. **La situación del mercado laboral continúa siendo muy negativa**, tal y como ha mostrado la vuelta de la tasa de paro a niveles superiores al 9,5%, así como unas expectativas empresariales muy cerca de mínimos, que inspiran una mayor ambigüedad que, por ejemplo, en la economía germana. El sentimiento en el sector productivo se muestra poco optimista, por lo que no se anticipa una inversión inmediata de la tendencia de debilitamiento en el mercado de trabajo, contexto en el que la capacidad adquisitiva de las familias francesas podría seguir resintiéndose en los próximos meses.



En consecuencia, **las perspectivas del turismo procedente de Francia no resultan hoy mucho más satisfactorias que hace unos meses**. No obstante, la reactivación de otras economías en el contexto internacional, como las anglosajonas o las asiáticas, podrían permitir que se reanimara la actividad en algunos sectores más abiertos al exterior, a la espera de un mejor tono de la demanda interna. **En este sentido, parece probable que las medidas de estímulo fiscal destinadas a las familias podrían dar mayores indicios de impulso a la economía**, aunque para ello habrá que esperar a la temporada próxima. Pocos cambios, por lo tanto, en lo que resta de año, pero existen factores más propicios para que esta economía pueda recuperarse en 2004.

PIB trimestral y componentes en Francia

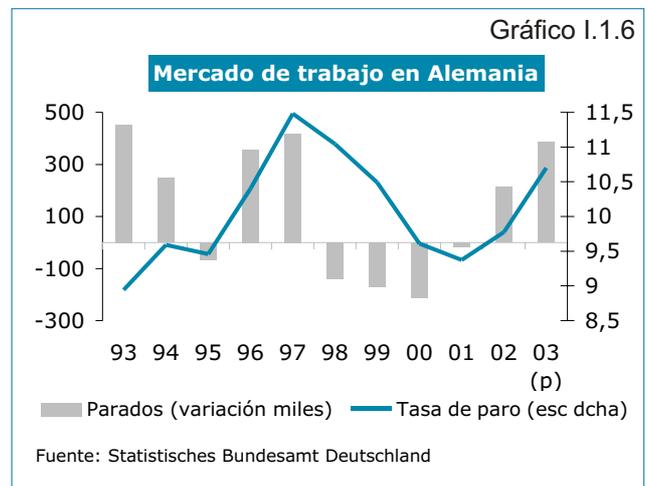
Tabla I.1.5

	2001		2002		2003				
	media anual	IV T	I T	II T	III T	IV T	I T	II T	
PIB	2,1	1,2	0,7	0,8	1,5	1,3	1,4	1,0	0,0
Consumo Privado	2,7	1,5	2,6	1,5	1,6	1,2	1,5	1,8	1,1
Consumo Público	2,9	4,1	2,9	3,9	4,6	4,0	4,1	2,8	1,6
FBCF	2,1	-1,4	-0,8	-1,3	-0,7	-1,5	-2,1	-1,9	-1,8
Variación de inventarios (1)	-0,7	-0,4	-1,9	-0,6	-1,1	-0,1	-0,2	0,0	0,2
DEMANDA NACIONAL (1)	1,9	1,1	0,6	1,0	1,0	1,2	1,2	1,2	0,8
Exportaciones	1,8	1,3	-4,8	-2,8	1,9	2,5	3,8	0,3	-2,6
Importaciones	1,4	0,8	-5,3	-2,1	0,3	2,2	3,0	1,3	0,1
DEMANDA EXTERNA (1)	0,0	0,0	0,1	-0,3	0,5	0,1	0,3	-0,3	-0,8

(1) Aportación al crecimiento del PIB

Alemania

El panorama macroeconómico resulta todavía hoy marcadamente negativo, ya que el PIB retrocedió por segundo trimestre consecutivo, y **las perspectivas hasta final de año no resultan aún muy favorables**. Es cierto que se han empezado a observar señales algo más positivas, pero han aparecido especialmente en el componente de expectativas de los agentes, mientras que la actividad y la demanda dibujan por el momento una senda de recuperación más lenta en el corto plazo. La reactivación en el sector industrial continúa muy penalizada por la fortaleza del euro y la debilidad cíclica de sus principales socios comerciales, mientras que **el mercado laboral sigue inmerso en un proceso de deterioro**, que mina progresivamente la capacidad adquisitiva de las familias. En este sentido, el consumo y el gasto vacacional van a seguir estancados en el corto plazo y no parece previsible que las familias alemanas vayan a dinamizar la industria turística europea, al menos hasta el próximo ejercicio.



Sin embargo, como en el caso de Francia, **los recortes fiscales previstos para 2004 apoyarán la recuperación progresiva del consumo privado**, desde los niveles de práctico estancamiento que muestra en la actualidad, y deberían empezar a manifestarse en nuestro mercado turístico a partir de la primavera. Mientras el empleo no muestre mayores visos de recuperación los crecimientos no pueden ser muy significativos, pero las reformas estructurales anunciadas en este país y la probable reactivación de los sectores industriales (es una de las economías más sensibles a la mejoría de la demanda externa) probablemente favorecerán un reanimación del empleo desde mediados del próximo año.

PIB trimestral y componentes en Alemania

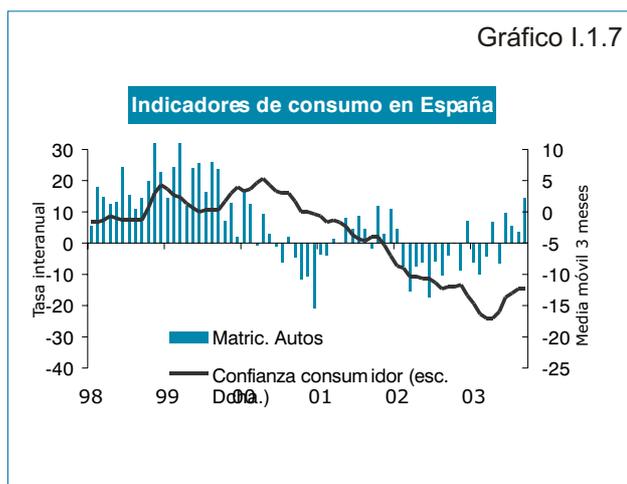
Tabla I.1.6

	2001		2002		2003				
	media anual	IV T	I T	II T	III T	IV T	I T	II T	
PIB	1,0	0,2	0,5	-0,1	0,1	0,4	0,5	0,1	-0,2
Consumo Privado	1,5	-1,0	1,3	-0,9	-1,2	-1,2	-0,6	0,8	0,6
Consumo Público	1,0	1,7	1,7	1,4	2,3	2,9	0,2	0,2	1,1
FBCF	-3,9	-6,5	-6,0	-6,4	-7,9	-6,4	-5,1	-4,4	-1,1
Variación de inventarios (1)	-0,8	0,1	-1,3	-0,7	0,2	0,3	0,7	1,1	0,3
DEMANDA NACIONAL (1)	-0,7	-1,6	-1,6	-2,4	-1,7	-1,2	-0,7	0,7	0,7
Exportaciones	6,1	3,4	0,1	1,0	2,8	4,6	5,4	4,0	-0,4
Importaciones	1,2	-1,6	-6,2	-5,8	-2,7	0,0	2,1	6,8	2,3
DEMANDA EXTERNA (1)	1,7	1,7	2,1	2,2	1,8	1,6	1,2	-0,6	-0,9

(1) Aportación al crecimiento del PIB

España

El consumo privado ofreció en los dos primeros trimestres un comportamiento muy positivo (por encima del 4% anualizado en ambos casos), y volvió a ser, junto a la inversión en construcción, el componente más dinámico del crecimiento de nuestra economía. Los cuatro factores fundamentales que habrían apoyado esta evolución positiva de nuestro mercado habrían sido la rebaja del IRPF, unas condiciones de financiación favorables, la revalorización de la riqueza de las familias vía encarecimiento de la vivienda y un comportamiento más dinámico del mercado laboral. La sostenibilidad de la capacidad adquisitiva de los hogares no plantea excesivos riesgos en los próximos meses, dado que no se espera que ninguno de los elementos anteriores sufra cambios significativos hasta muy avanzado el ejercicio que viene.



Además, la recuperación económica sigue ofreciendo señales positivas en el tercer trimestre, tal y como han mostrado los índices de confianza de los consumidores y de los empresarios y es poco probable que vaya a interrumpirse en el último trimestre del año. El mercado nacional, por lo tanto, seguirá sostenido por el aumento de renta disponible que ha propiciado la rebaja fiscal y el aumento de la contratación laboral, por lo que parece previsible que el gasto vacacional mantengan su comportamiento positivo hasta el cierre del ejercicio. El único elemento adverso continúa siendo la inflación, que tras mostrar una evolución más favorable en el primer semestre de 2003, ha entrado en una fase de estabilización ligeramente por debajo del 3%. En cualquier caso, el marco para el turismo de origen nacional presenta un diagnóstico positivo y susceptible de mejorar a lo largo del próximo año, aunque probablemente con menores crecimientos que otros mercados centroeuropeos que parten de niveles más reducidos y que en mayor medida han acusado la crisis económica que comienza a superarse.

PIB trimestral y componentes en España

Tabla I.1.7

	2001		2002		2003				
	media anual		IV T	I T	II T	III T	IV T	I T	II T
PIB	2,7	2,0	2,3	2,0	2,0	1,8	2,1	2,1	2,3
Consumo Privado	2,5	1,9	2,8	2,4	1,8	1,6	1,9	2,1	3,2
Consumo Público	3,1	3,8	3,4	3,7	3,4	3,9	4,2	4,3	3,6
FBCF	3,2	1,4	1,5	0,8	1,0	1,5	2,4	2,9	3,4
Variación de inventarios (1)	0,0	0,1	0,5	0,2	0,0	0,0	0,3	0,3	-0,1
DEMANDA NACIONAL	2,7	2,2	3,0	2,4	1,9	1,9	2,8	3,0	3,2
Exportaciones	3,4	1,4	-2,2	-2,8	-1,6	4,2	5,9	5,5	7,7
Importaciones	3,5	2,2	0,1	-1,4	-1,8	4,3	7,7	-2,0	10,1
DEMANDA EXTERNA (1)	-0,1	-0,3	-0,7	-0,4	0,1	-0,1	-0,7	-0,9	-1,0

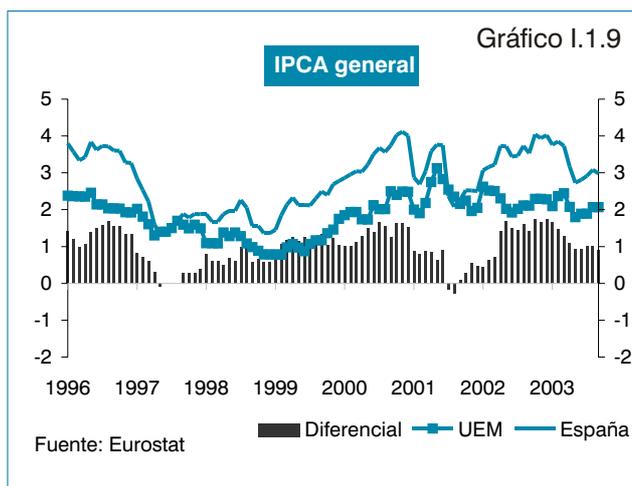
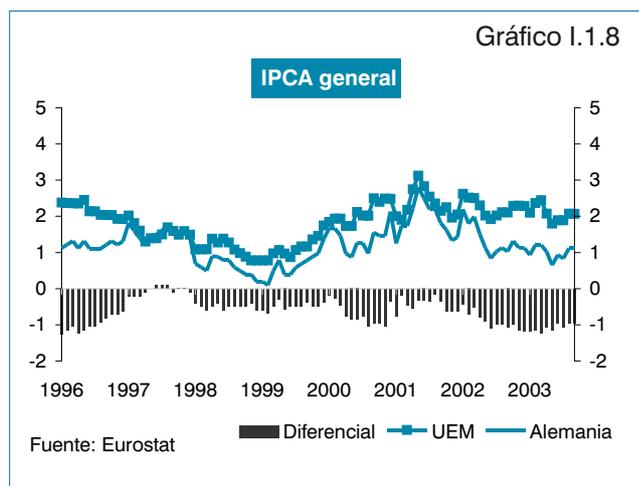
(1) Aportación al crecimiento del PIB

1.2 Comportamiento de la inflación en el Área Euro y España

El encarecimiento del petróleo producido entre marzo y agosto **ha truncado la senda de moderación exhibida durante la primera mitad del año por la inflación en el Área Euro**, dando paso a ligeros repuntes, que han encontrado también respaldo en el crecimiento de los precios de los alimentos. De esta forma, los riesgos de deflación, protagonistas de la actualidad económica y financiera a lo largo de gran parte de los primeros meses de 2003, se han disipado de forma casi total, ayudado también por unas expectativas más favorables de la actividad y demanda en la región.

En **Alemania**, la debilidad cíclica no permite anticipar subidas notables de los niveles actuales de inflación (1,1%), prácticamente inalterados desde comienzos del pasado ejercicio. El diferencial con respecto al Área Euro también ha mostrado una evolución relativamente estable, situándose de forma sistemática entre el 1% y el 1,2%. En términos más desagregados, **este diferencial negativo es incluso superior en hoteles, cafetería y restaurantes**, situándose por encima del 2% en los últimos meses.

En **España**, el diferencial positivo con respecto al Área Euro se ha reducido de forma significativa en 2003, aunque **la mejoría observada se ha estancado en los últimos meses**, manteniéndose los registros en torno al 1% desde mayo. Sin embargo, **el diferencial en hoteles, restaurantes y cafeterías ha venido creciendo de forma continuada** en el segundo y tercer trimestre, alcanzando niveles más cercanos al 1,5% que al 1%. Las expectativas en el corto plazo no resultan muy favorables, ya que la sensibilidad de nuestra inflación a un mayor dinamismo de la economía es a priori más elevada, y la recuperación se está dando con mayor anticipación que en otros países. Por lo tanto, aunque probablemente no está siendo el elemento determinante en la evolución del sector, mucho más explicada por la debilidad cíclica de los principales mercados emisores, no termina de corregirse la pérdida de competitividad por precio de nuestra economía frente a ellos.



1.3 Tipos de interés y tipos de cambio

1.3.1. Tipos de cambio

Al ser la industria turística española una de las más abiertas al exterior, está expuesta no sólo a los cambios en el ciclo internacional sino a cualquier factor precio que puede alterar la demanda externa. Las apreciaciones del euro, que llegó a alcanzar a principios del verano los máximos de apreciación desde que se constituyera la Unión Monetaria Europea, tienen una doble lectura. La más inmediata para nuestro mercado se deriva de la pérdida de competitividad frente a otros mercados competidores, pero como veremos más adelante no ha sido en los últimos meses un elemento determinante y **tan sólo han sido significativas las apreciaciones del euro frente a los destinos de larga distancia y algún país mediterráneo como Egipto. Tampoco ha sido tan pernicioso el comportamiento del euro reciente para nuestros principales mercados emisores** en la medida en que la libra ha corregido parte de las cesiones experimentadas en la primera mitad del año (de los cinco primeros, el resto provienen del Área Euro). Sin embargo, **el impacto ha sido más favorable porque ha reducido la factura energética, especialmente sobre el sector de transporte, cuyo impacto se traslada de forma directa al precio de los paquetes vacacionales.** A pesar del repunte en las cotizaciones del petróleo hacia referencias preocupantes de 30 dólares por barril, su cotización en euros ha descendido más de un 10% respecto al pasado año. Este puede seguir siendo uno de los condicionantes favorables sobre las compañías europeas de transporte, que están padeciendo una reestructuración continua desde septiembre de 2001, como consecuencia de las políticas de estrechamiento de márgenes que está obligando a la competencia en el sector.

Gráfico I.1.10



Gráfico I.1.11

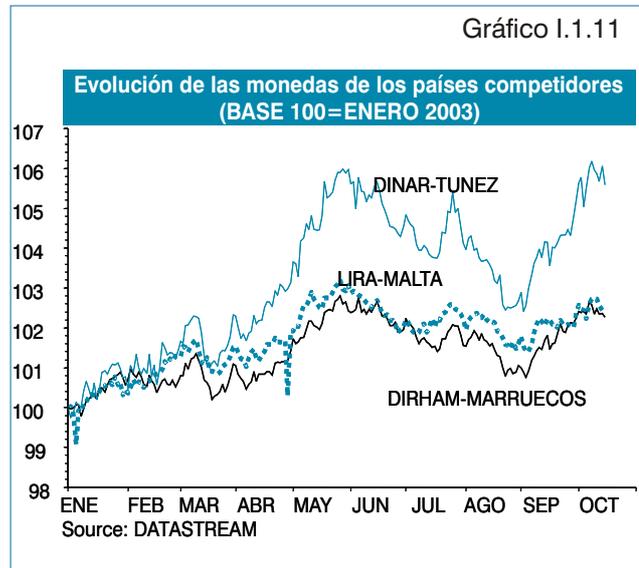
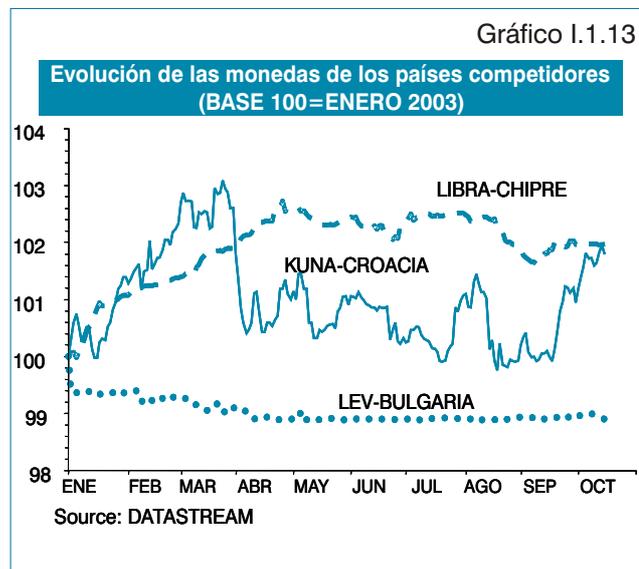


Gráfico I.1.12



Gráfico I.1.13



Los próximos meses seguirán caracterizándose por la volatilidad de los tipos de cambio y las fluctuaciones protagonizadas por el dólar en los mercados de divisas. Después de varios años en los que la divisa estadounidense había capitalizado su mayor potencial de crecimiento frente a otras áreas geográficas, como las asiáticas o las europeas, las autoridades de las siete principales economías del planeta han coincidido en la necesidad de un dólar más débil. En primer lugar, para favorecer un crecimiento más equilibrado en las diferentes zonas y en segundo lugar, para ajustar los fuertes desequilibrios de las balanzas por cuenta corriente, sobre todo de la estadounidense. El comportamiento del euro ha sido sensible a estas modificaciones con apreciaciones frente a la divisa norteamericana hacia la banda entre 1,15 y 1,20 dólares por euro, que representan cotizaciones cercanas a nivel de equilibrio y que sólo ha perdido de forma puntual a lo largo del verano.

Sin embargo, como ya se ha mencionado, las movimientos que se han producido en los mercados de divisas a lo largo del verano han suavizado, las consecuencias en términos de pérdida de competitividad cambiaria. De hecho no puede decirse que el área euro haya perdido competitividad por tipo de cambio durante el verano. **Desde finales de mayo hasta hoy, la divisa europea ha cedido posiciones en términos netos frente a la mayor parte de monedas**, de forma que ha sido una de las divisas más débiles del mercado de divisas. No sólo aún no ha vuelto a tocar los máximos anuales con el dólar, por encima de 1,19, sino que ha cedido un 8% con el yen, un 3% con la libra y la corona sueca y en torno a un 5% frente a diferentes divisas OCDE del área dólar, como el canadiense o el australiano, y tan sólo se ha apreciado ligeramente con el franco suizo y la corona noruega. En este sentido, **ha aumentado el potencial de atracción sobre el turista de larga distancia, y en especial, sobre los mercados asiáticos, mientras que sobre el turista británico, cuya importancia estratégica para el sector turístico español es incuestionable, no ha sido tan desfavorable por el momento como podría esperarse a comienzos de año.**

El ajuste de los mercados de divisas en el segundo semestre, por lo tanto, no se está originando tanto frente al euro como frente al yen y a las divisas asiáticas, con las que el euro está ganando competitividad. Incluso la lira turca ha ganado posiciones frente a la divisa europea, compensando las fuertes depreciaciones en los últimos años de esta divisa. **Tampoco en el contexto mediterráneo en el que pueden enmarcarse los competidores más directos del mercado español por la captación de visitantes está siendo el elemento cambiario un factor determinante**, ni entre los destinos del norte de África ni entre los países emergentes del Este de Europa, como Croacia o Bulgaria, que gozan también de atractivo en el segmento de “sol y playa”.

En todo caso, **hay que destacar la competencia que introducen los destinos de larga distancia más vinculados al área dólar** (sobre todo en el primer semestre), como el Caribe y México, cuya divisa se está depreciando de forma continuada a lo largo del año. Algo más cercano **hay que considerar el efecto depreciador de la libra egipcia**, que se ha depreciado cerca de un 50% en los últimos doce meses.

Tipo de cambio de las divisas frente al euro

Tabla I.1.10

País	Divisa	21/10/2003		Variación (*)	Últimos doce meses		
		cotización	dic-02		Máximo	Mínimo	Medio
Bulgaria	Lev	1946,22	1960,00	-0,7%	2290,90	1904,17	1945,89
Chipre	Libra	0,584	0,573	1,9%	0,589	0,571	0,582
Croacia	Kuna	7,600	7,47	1,8%	8,990	7,350	7,600
Egipto	Libra	7,600	4,829	57,4%	8,990	7,350	7,600
Malta	Libra	0,430	0,42	2,9%	0,490	0,420	0,430
Marruecos	Dirham	10,83	10,643	1,8%	12,21	10,32	10,82
México	Peso	13,01	10,81	20,3%	13,23	11,56	13,01
Túnez	Dinar	1,48	1,402	5,6%	1,640	1,450	1,480
Turquía	Lira	1665654	1713247	-2,8%	2065900	1573020	1681967

(*) Apreciaciones del euro (+) / Depreciaciones del euro (-)

1.3.2. Tipos de interés

El control sobre la inflación (y no solamente en Europa) está permitiendo mantener líneas de política monetaria muy estables, más comprometidas que en años anteriores con la recuperación económica. **El previsible cumplimiento del objetivo de inflación del Banco Central Europeo (inferior al 2%) durante todo el próximo ejercicio aleja temporalmente el riesgo de un ajuste al alza de los tipos de interés oficiales en el Área Euro hasta el tercer trimestre de 2004.** Aunque es posible que algunas de las economías anglosajonas pudieran adelantar algo este calendario, sobre todo por parte del Banco de Inglaterra al mostrar su demanda algunos síntomas de recalentamiento, las autoridades monetarias, incluidas las estadounidenses han dejado clara su intención de no arriesgar una recuperación en ciernes y sustentada sobre bases aún muy frágiles, con una subida prematura de los tipos de interés.

Sin embargo, y a diferencia de los meses anteriores, las señales que se están combinando en el escenario económico comienzan a generar expectativas más convincentes de recuperación ante las cuales los mercados han descontado ya un endurecimiento de la política de los bancos centrales a lo largo de 2004. Parece bastante probable que, aún lejano en el tiempo, **el próximo movimiento de los tipos de interés deba ser al alza** y tan sólo cabría la posibilidad de una bajada si la recuperación volviera a retrasarse como consecuencia de la falta de creación de empleo y una apreciación brusca del euro sobre el conjunto de divisas más representativas (libra, yen y dólar).

Muestra añadida de estas **condiciones monetarias más expansivas es la reducción de las primas de riesgo que los mercados están exigiendo a las empresas** en sus operaciones de financiación y sobre todo el **clima más propicio de los mercados bursátiles**, donde ya se suceden siete meses consecutivos de revalorizaciones encadenando el período más extenso de plusvalías desde que se iniciara el ajuste de la burbuja bursátil en marzo de 2000.

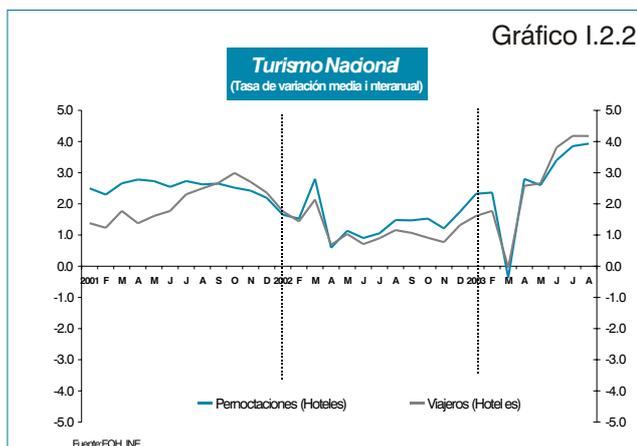
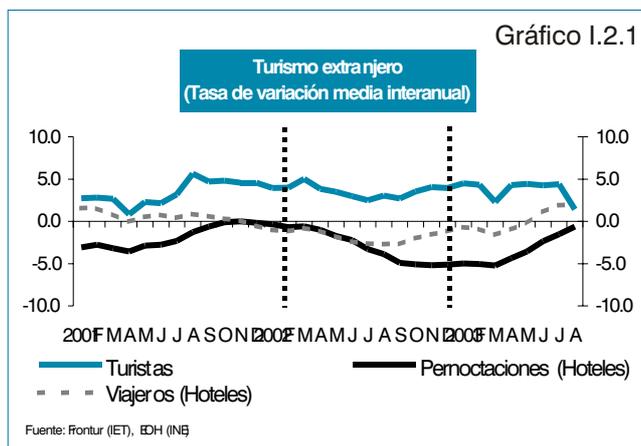
2. Clima Turístico

2.1 Tendencias generales

Los meses de julio, agosto y septiembre han confirmado los rasgos de leve recuperación de la demanda identificados en los meses previos a la temporada de verano y expuestos en el número anterior del Informe Perspectivas Turísticas de Exceltur, que, sin embargo, con las excepciones de algunos de los grandes grupos españoles con marcas consolidadas, **no permiten concluir que la de 2003 haya sido todavía una buena temporada de verano para la industria turística española en su conjunto, debido a una situación generalizada que todavía no observa una clara tendencia de recuperación de los márgenes empresariales.** No obstante, durante estos meses se percibe una importante recuperación de la actividad y la rentabilidad de las empresas localizadas en los destinos vacacionales del litoral mediterráneo y las islas frente al deterioro que presentan las zonas urbanas.

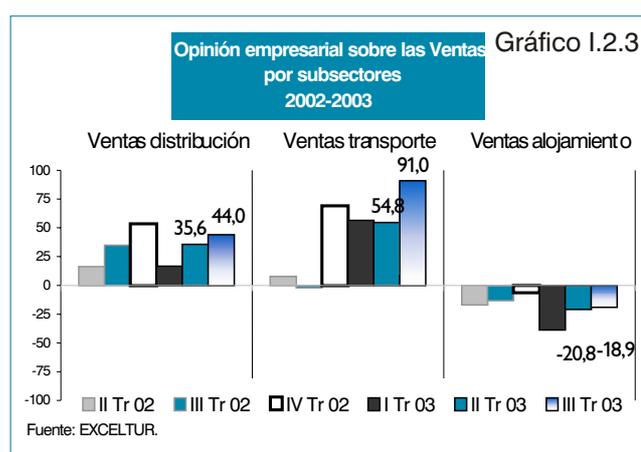
Y es que **el leve aumento de la demanda vivido durante los meses de verano se ha visto en gran medida impulsado por la estrategia de reducción en los precios** finales aplicada por los empresarios de todos los subsectores turísticos españoles, con una contrapartida en su merma de beneficios. Esta situación ha vuelto a venir marcada por la atonía de la demanda internacional impuesta por el estado de recesión en algunos de los principales países europeos y mercados turísticos para España, y las condiciones de sobre capacidad presente en la oferta de alojamiento de algunos de los principales destinos vacacionales y urbanos españoles, donde además sigue creciendo la oferta tanto reglada como la no reglada.

En este escenario, **un trimestre más se vuelve a poner en evidencia la necesidad de introducir elementos que adecuen los ritmos de crecimiento de la oferta a unos parámetros más realistas de aumento de la demanda, y su combinación con actuaciones que fomenten nuevas líneas de productos más relacionados con las motivaciones emergentes y sobre los que incidir en las estrategias de marketing y promoción de agentes públicos y privados.**

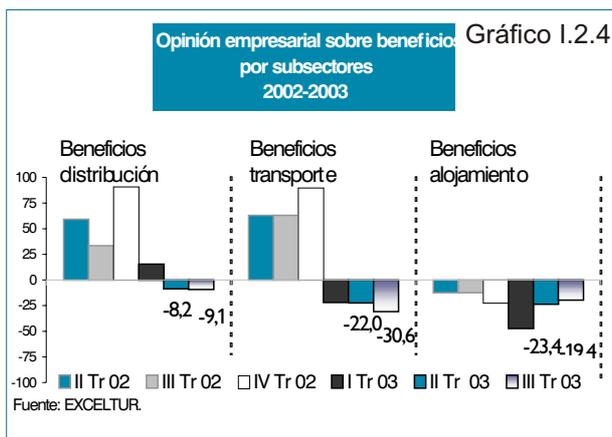


La práctica totalidad de los indicadores disponibles coinciden en apuntar un **leve crecimiento en el volumen de demanda durante este verano respecto a la temporada de 2002, protagonizado casi en exclusiva por la combinación de un dinámico comportamiento del mercado británico, y muy especialmente por el aumento del turismo nacional.** Los datos de mejora en las ventas experimentados durante el verano se recogen en todos los principales subsectores en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur¹.

El indicador que refleja la dinámica de ventas de los meses centrales de verano, calculado como la diferencia entre el porcentaje de los empresarios que perciben un aumento en relación con el mismo período del año anterior frente a los que han experimentado una caída, mejora en todos los subsectores analizados respecto a la situación del segundo trimestre del año. En concreto, en el sector de alojamiento hotelero este indicador alcanza un valor de -18,9 en los meses de verano frente al -20,8 del segundo trimestre, mientras en el sector del transporte se pasa de un valor de 54,8 en los meses de abril, mayo y junio al 91,0 de verano, muy favorecido por el buen comportamiento de las compañías de alquiler de vehículos, y en el caso de la distribución de 35,6 a un 44,0 en el mismo período.



¹La Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur muestra la opinión de los gestores de empresas turísticas españolas sobre la dinámica de sus principales variables de actividad durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2003 en relación con los mismos meses del pasado año.



Como se ha destacado, los buenos registros en términos de ventas no se han traducido en una mejora de beneficios, por segundo trimestre consecutivo. Al contrario, para la mayor parte de empresarios, durante el verano se ha producido un deterioro de los márgenes en relación con los mismos meses de julio, agosto y septiembre del pasado año, dentro de una tendencia negativa respecto a los valores del indicador recogidos en el segundo trimestre. En este sentido, tanto en el sector de transporte como de distribución la opinión empresarial vuelve a generar un indicador negativo de -30,6 y -9,1, respectivamente, algo peor que los valores del segundo trimestre del año, mientras el sector de alojamiento hotelero registra un valor de -19,4, lo que si bien aún dentro de una percepción negativa sobre la evolución de los beneficios que se extiende ya durante seis trimestres consecutivos, muestra una tendencia de mejoría en relación con el comienzo del año que se hace mucho más evidente para las cadenas y/o grandes marcas hoteleras.

Desde la perspectiva del turismo extranjero, el incremento durante los meses centrales de verano (julio y agosto) de la demanda, recogido por la mayor parte de fuentes de información disponibles, tanto de viajeros y pernoctaciones hoteleras de las estadísticas del INE, como de pasajeros transportados por vía aérea derivados de los datos de AENA, no se ha visto reflejado en las estadísticas de llegada de turistas extranjeros del Instituto de Estudios Turísticos, que se reduce un 2,8% en este período respecto a los mismos meses del año 2002. La explicación a esta aparente paradoja, que tiene su exponente más marcado en la caída del 6,8% en el número de turistas en el mes de agosto (335.000 turistas), se debe asociar a **una vuelta a la normalidad en los patrones de comportamiento turístico en el uso de medios de transporte para acceder a España, en relación con el carácter atípico que marco la temporada de 2002, muy influida por los acontecimientos del 11-S.**

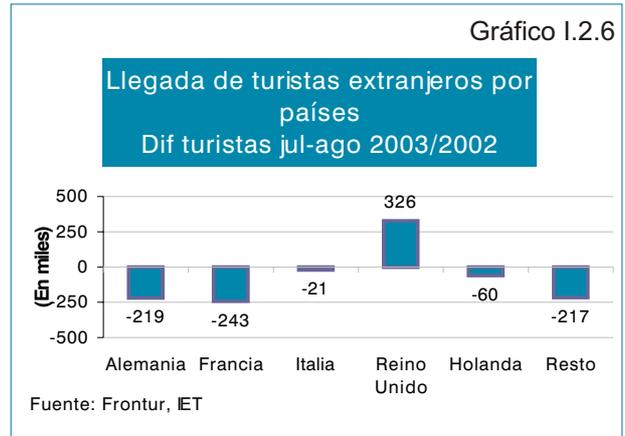
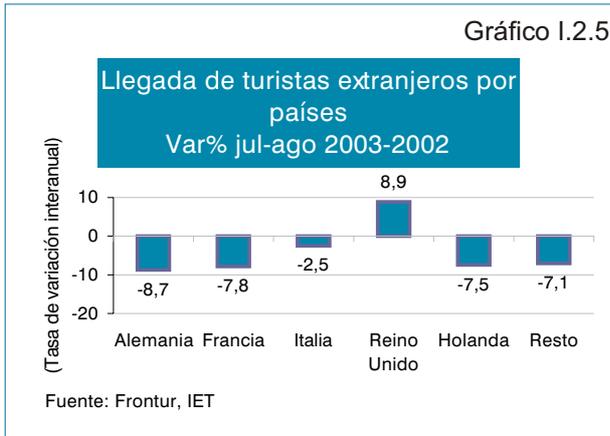
Así, durante los meses de julio y agosto de 2003 se ha producido **una profunda caída en la llegada de turistas por carretera (17,6%)**, concentrada en los dos mercados que protagonizaron un importante crecimiento el pasado año -los franceses llegados por este medio se han reducido un 9,2%, y los alemanes un 49,3%-, **mientras que se ha producido una recuperación del avión (6,8% de aumento)** como medio de transporte empleado en el acceso a los destinos españoles.

La magnitud de la caída de turistas llegados por carretera (965.784 en apenas dos meses, según Frontur) no deja de sorprender e introducir ciertas dudas sobre los registros del pasado año, aun a pesar de haber podido influir en estos meses de 2003 factores como el buen tiempo en los países de origen, el efecto del calor en los desplazamientos por carretera y los incendios que han afectado a las grandes rutas de acceso a España, tanto en territorio francés como en el propio noreste español.

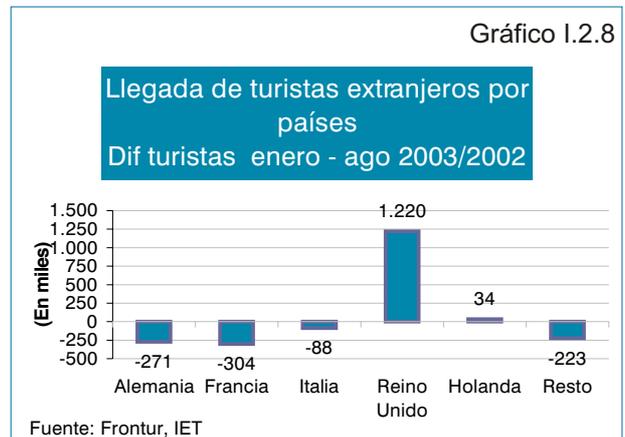
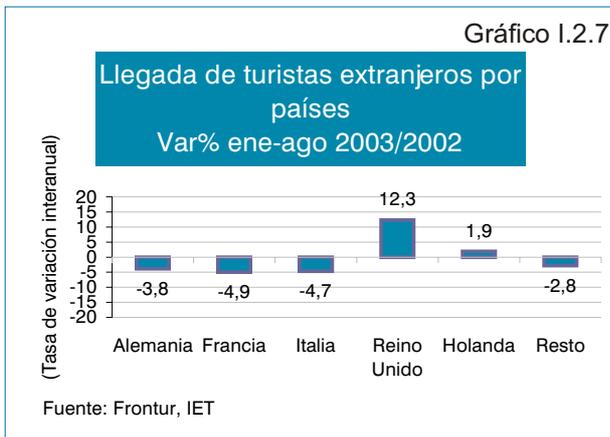
El verano de 2003 ha vuelto a consolidar la cuasi dependencia de nuestro crecimiento en el número de turistas extranjeros, del mercado británico, de manera que sin el aumento en la llegada de turistas 8,9% de ese país disfrutada en los meses de julio y agosto, el número de turistas extranjeros que nos visitan habría caído un 6,7% en este período en relación con el pasado año.

Impulsado de manera coyuntural por el dinamismo del consumo privado y la ligera apreciación de la libra esterlina durante los meses de verano, y de forma estructural, por una creciente adquisición de viviendas en España que se ha multiplicado en los últimos años, los británicos se han consolidado como el principal mercado turístico emisor para España, con el 28,1% del total de la demanda extranjera, por encima del 20,1% que representa el mercado francés y el 16,2% del alemán.

Temporada de Verano



Conjunto de año



Por su parte, **durante los meses de verano parece haberse frenado el proceso de crecimiento de la demanda de alojamientos residenciales en los viajes de los turistas extranjeros, mientras se percibe una leve recuperación de los turistas alojados en establecimientos hoteleros**, concentrado en zonas vacacionales. En estos meses se ha producido una caída del perfil de turista que accede por carretera y usa la oferta residencial, que caracterizó los crecimientos en la llegada de turistas del pasado año. Según Frontur, los turistas extranjeros dirigidos a viviendas de familiares y amigos y viviendas de alquiler descendieron un 5,0% y un 1,3% en julio y agosto frente al año pasado, dato que se corrobora por la caída en el número de viajeros y de pernoctaciones de no residentes en la Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos del INE. Por el contrario, este verano se ha producido una cierta recuperación de las pernoctaciones hoteleras durante los meses de julio y agosto, que la Encuesta de Ocupación hotelera del INE cifra en un crecimiento del 2,1%, sin que lo haya recogido la estadística Frontur.

Los datos del acumulado del año, donde sigue creciendo más la demanda que utiliza la oferta residencial que la hotelera, hace que sea **prematura identificar un cambio de tendencia sobre esta cuestión**, máxime cuando continua el ritmo de construcción de nueva oferta residencial en los destinos vacacionales del litoral.

Temporada de Verano

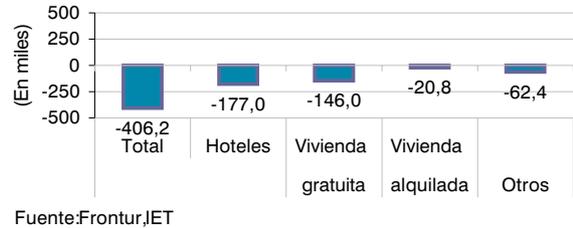
Gráfico I.2.9

Llegada de turistas extranjeros por tipología de alojamiento
Var% jul-ago 2003/2002



Gráfico I.2.10

Llegada de turistas extranjeros por tipología de alojamiento
Dif. Turistas jul-ago 2003/2002



Conjunto de año

Gráfico I.2.11

Llegada de turistas extranjeros por tipología de alojamiento
Var% ene-ago 2003/2002

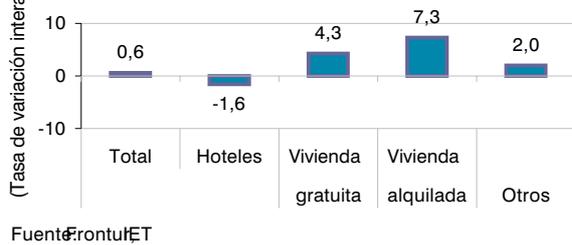
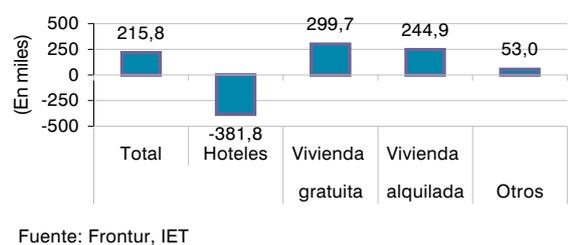


Gráfico I.2.12

Llegada de turistas extranjeros por tipología de alojamiento
Dif Turistas ene - ago 2003/2002



La recuperación de la demanda hotelera se ha visto acompañado por una intensificación de la tendencia a la organización individual del viaje, que sigue creciendo durante el verano. Según los datos de la estadística Frontur en los meses de julio y agosto el número de turistas que llegaron a España a través de un paquete turístico descendía un 4,3%, acumulando para el conjunto del año una caída del 2,0%, mientras el viaje autoorganizado se ha incrementado un 3,0%, lo que debe servir de **estímulo para seguir avanzado en la estrategia de inversión en e-tourism por parte de las administraciones públicas y empresas**, algunas de las cuales han alcanzado durante este verano excelentes resultados en el volumen de ventas.

Cabe destacar que uno de los elementos clave de los efectos multiplicadores de la actividad turística, **el gasto medio por turista, sobre el que todavía pesan numerosos interrogantes derivados de sus fórmulas de aproximación y cálculo, parece comenzar a mostrar signos, todavía no concluyentes, de recuperación** tras dos años de importantes caídas. En este sentido, tanto los Ingresos por Turismo y Viajes de la Balanza de Pagos española, como la información disponible sobre el pago con tarjeta de crédito de no residentes describen según avanza el año una senda de crecimientos positivos, todavía moderados y no exentos de rasgos que introducen cierta cautela en su tratamiento y análisis (ver cuadro adjunto).

Explicaciones técnicas sobre la metodología actual de cálculo y análisis del Gasto Turístico:

El gasto por persona y día representa el indicador clave para valorar los resultados de la dinámica turística y sus efectos multiplicadores. El conocimiento de esta variable, verdadero indicador de la rentabilidad de la actividad turística frente a la llegada de turistas, supone un elemento fundamental del sistema estadístico del turismo español, especialmente en un momento donde comienza a extenderse la percepción de dirigir actuaciones para transformar un modelo que favorezca el crecimiento en el gasto por persona y día más que el aumento en el número de turistas.

En el caso del gasto de los turistas extranjeros, hasta la entrada en vigor del euro dicha información se aproximaba de forma razonablemente precisa, suponiendo que no se producían en el corto plazo grandes cambios en la estancia media, por los Ingresos por Turismo y Viajes de la Balanza de Pagos española, que se construía principalmente a partir de las operaciones de cambio de moneda y del pago con tarjetas de crédito de los no residentes.

La entrada en circulación física del euro en enero de 2002 supuso la pérdida de buena parte de esta información, que ha tratado de ser compensada por la puesta en marcha en 2001 de una nueva Encuesta de Gasto Turístico en frontera (EGATUR) realizada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), dentro de un grupo de trabajo formado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Banco de España.

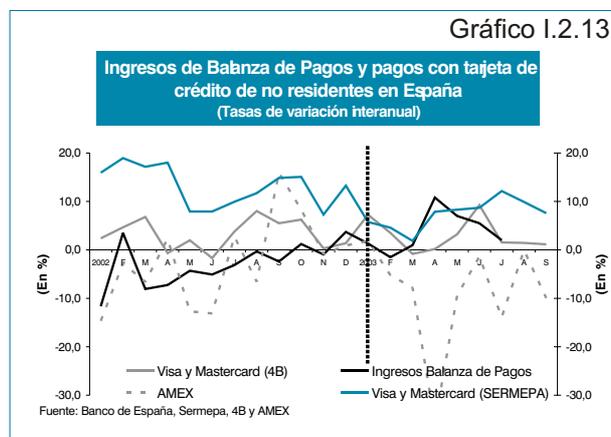
Hasta la fecha, la información de esta nueva y fundamental estadística no ha trascendido a la opinión pública, siendo utilizada todavía de forma parcial tanto por el Banco de España para el cálculo de los Ingresos por Turismo de la Balanza de Pagos como por el INE para los cálculos de la Contabilidad Nacional, dentro de un sistema mixto que además considera e integra la información de precios y pernoctaciones que se derivan de la Encuesta de Ocupación Hotelera realizada por el INE.

Las dificultades, en algunos meses, para entender y poder conciliar la evolución de los ingresos por turismo de la Balanza de Pagos, sobre todo de forma comparada con la senda de crecimiento del número de turistas de la estadística Frontur, junto con la falta de la publicación de una serie que supere la perspectiva estática actual de EGATUR introducen muchas cautelas a la hora de valorar en estos momentos los indicadores disponibles sobre la evolución del gasto turístico promedio de los extranjeros.

Por coherencia con números anteriores, en este número 6 del Informe Perspectivas se mantiene la publicación del gasto medio por turista calculado con esa metodología, es decir, por el cociente entre los Ingresos por Turismo y Viajes de la Balanza de Pagos y el número de turistas de Frontur. Con el objeto de enriquecer el análisis se vuelve a aportar, como elemento de contraste, la información de la evolución de los pagos con tarjetas de crédito de no residentes, aunque puedan estar afectados por el creciente aumento en su uso por parte de los consumidores en sus viajes al extranjero.

La situación de incertidumbre actual debiera ser superada a través de una mayor coordinación entre las distintas administraciones implicadas en su cálculo, de manera que se generara un sistema de estadísticas de turismo consistente con una única evolución de la realidad, cosa de la que hoy en día se carece. Una vez alcanzado este objetivo, el siguiente reto debiera consistir en estudiar los patrones de gasto y la evolución de los turistas españoles, los grandes olvidados de nuestro sistema de estadísticas de turismo.

Desde el mes de mayo y hasta el mes de julio, como último dato disponible, los Ingresos por Turismo de la Balanza de Pagos española han comenzado a presentar tasas de crecimiento interanual positivas, superando el crecimiento en el número de turistas y denotando, por tanto, un aumento en el gasto medio por turista del 2,4% en este período. Este dato rompe la tendencia de caídas continuadas experimentada el pasado año pero a ritmos muy moderados sin que se hayan todavía alcanzado los niveles nominales del año 2001.



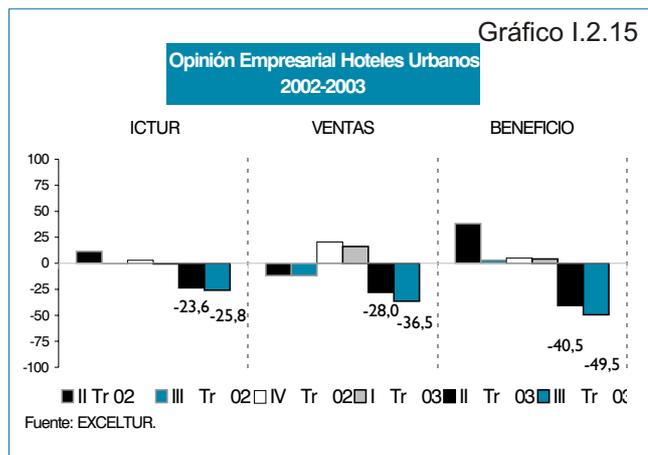
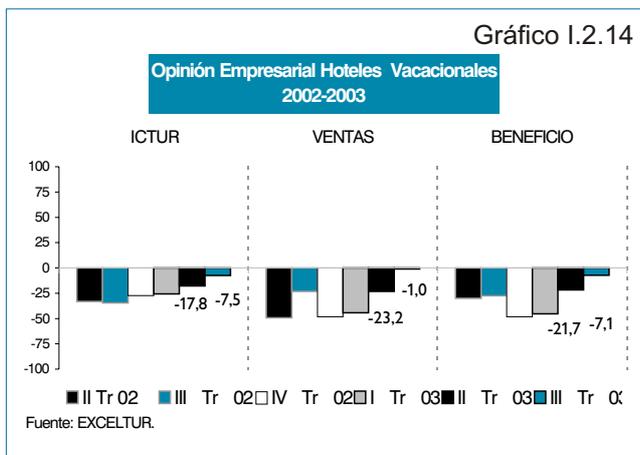
Cabe decir que el aumento en términos nominales que se percibe en estos meses quedaría prácticamente compensado en términos reales por el incremento en los precios.

El turismo español ha salvado en gran medida la temporada turística de las empresas de los destinos vacacionales. El crecimiento del consumo privado en España y el acceso a una oferta a precios muy atractivos ha provocado un crecimiento muy intenso de la demanda nacional, por encima del turismo extranjero. El reflejo de esta situación se observa en el comportamiento de las agencias de viajes españolas donde un 75,0% de las encuestadas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial manifestaban haber incrementado sus ventas en los meses de julio, agosto y septiembre respecto a los mismos meses del pasado año, así como en las compañías aéreas españolas que han experimentado un crecimiento en las ventas de billetes desde las ciudades españolas a los destinos vacacionales de la costa. El incremento de la demanda nacional se ha dejado notar igualmente sobre el negocio hotelero, que ha experimentado en julio y agosto un aumento del 6,5% de las pernoctaciones hoteleras de españoles, según la EOH elaborada por el INE.

Otro de los rasgos que ha marcado los meses de julio, agosto y septiembre es el distinto comportamiento y evolución de la actividad turística de destinos vacacionales frente a la actividad de zonas urbanas, hecho que se refleja en la opinión de los empresarios hoteleros. Los distintos determinantes de ambos mercados y su diferencial evolución se encuentran detrás de este hecho.

Así, mientras en el ámbito vacacional el dinamismo en el consumo de las familias españolas y británicas, que entre las dos se acerca al 60% de la demanda de los destinos de la península y las islas, han permitido impulsar la demanda, en el caso urbano los indicadores reflejan una importante reducción de las ventas y un deterioro de la confianza. La falta de recuperación de los beneficios empresariales, los efectos de las políticas de ajustes de costes aplicadas sobre los viajes de negocios por las empresas y el retraso en la programación de eventos generado por la incertidumbre de la guerra iraquí se encuentra detrás del mal comportamiento del negocio urbano.

En este número Exceltur incorpora, por primera vez, una explotación de su Encuesta de Clima Turístico Empresarial, con una distinción de hoteles entre vacacionales y urbanos en función de su lugar de localización.



Con esta nueva información, se aprecia que para el mercado vacacional, el verano de 2003 ha marcado un punto de clara recuperación en relación con el segundo trimestre y la situación del pasado año. Tanto el indicador de ventas como de beneficios muestra una importante mejoría en el tercer trimestre del año, si bien todavía en valores negativos. Por el contrario, los hoteles urbanos han experimentado una situación de deterioro en sus principales ratios, que ya se venía produciendo desde el segundo trimestre.

Esta evolución ha condicionado los resultados de la temporada de verano en los diferentes destinos españoles, donde, según los empresarios, las Comunidades Autónomas de Canarias, Extremadura, la Comunidad Valenciana y Murcia han presentado el mejor comportamiento en las ventas, mientras Madrid y Barcelona, dentro de una temporada débil en el conjunto de Cataluña, se sitúan como los destinos con peores resultados empresariales en este indicador, dentro de una tónica generalizada de caída de márgenes en todos los destinos salvo en Extremadura y Castilla La Mancha.

Gráfico I.2.16

Opinión empresarial sobre ventas en alojamiento. III Tr 2003

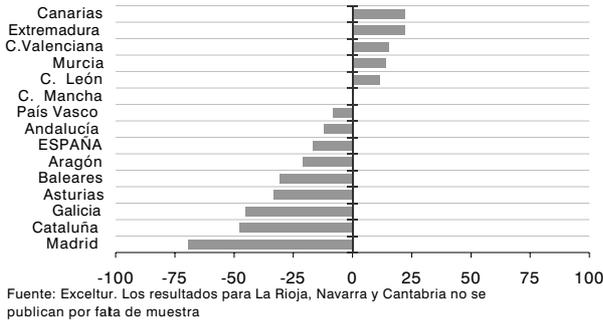
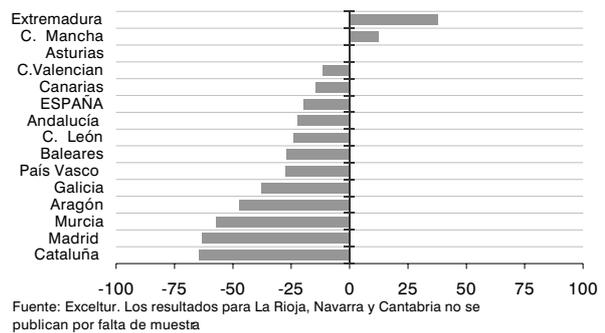


Gráfico I.2.17

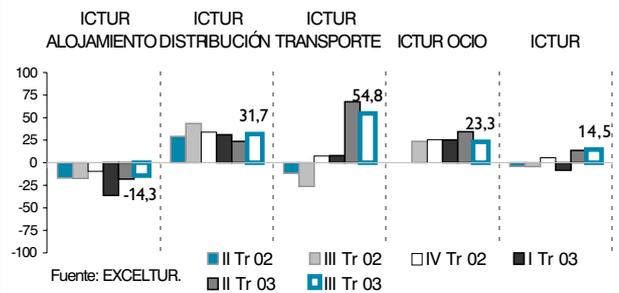
Opinión empresarial sobre beneficios en alojamiento. III Tr 2003



Las perspectivas para el último trimestre del año del turismo español se mantienen en un tono de moderado optimismo, pero sin apenas haber mejorado respecto a la situación del segundo trimestre. Tanto el Índice General de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) que trata de aproximar la confianza empresarial respecto a la evolución a corto plazo de la actividad, como el ICTUR de cada uno de los subsectores, se ha elevado durante el tercer trimestre hasta un valor de 14,2, ligeramente superior al 13,7 mostrado en los meses previos al verano, y consolidando la tendencia a alejarse de los valores mínimos negativos de -8,7 alcanzados en el primer trimestre del año. A escala sectorial, las expectativas más favorables se producen en el ámbito del transporte (54,8), seguido por las agencias de viajes (31,7), alejadas de las perspectivas negativas que presentan los hoteles españoles (-14,3), una vez concluida la temporada de verano.

Gráfico I.2.18

Evolución de las expectativas empresariales en turismo por subsectores

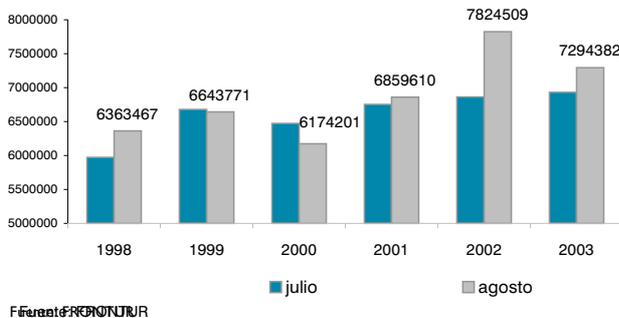


2.2. Tendencias de mercado

2.2.1. Mercados emisores

Gráfico I.2.19

Evolución de los turistas en julio y agosto 1998-2003



El escenario de paulatina reactivación por el que atravesaba el sector turístico español en la primera mitad de 2003 ha dado paso a un descenso de la entrada de visitantes procedentes de nuestros mercados emisores de turistas en los meses del verano. El deterioro registrado en agosto ha condicionado el diagnóstico de la temporada estival, puesto que dicho mes concentra entre el 13% y el 15% de la llegada de turistas del año. Los datos aportados por el Instituto de Estudios Turísticos a través de su estadística Frontur indican que ese mes se ha saldado con una entrada de 7.294.392 turistas, 530.127 menos que el pasado año, debido al descenso de todos nuestros mercados emisores a excepción del británico. Con estas cifras, el aumento de turistas extranjeros acumulado en 2003 se sitúa en un 0,5% frente al mismo período de 2002, lo que supone una llegada de 207.516 turistas más que el pasado año por estas fechas. **Estos resultados no son positivos, aún más si tenemos en cuenta los buenos registros que han logrado los principales países competidores del turismo español.**

Aunque la temporada veraniega, España ha incrementado su participación como destino elegido para las vacaciones en el mercado británico, está sufriendo de forma muy acusada los efectos de la caída de su segundo mercado emisor (Alemania), la desaceleración del mercado holandés y el retroceso del mercado francés e italiano. A todo ello hay que añadir la fuerte caída de los viajes de “larga distancia”, con especial incidencia del mercado americano, que con la excepción de agosto, acumulaba un descenso del 17,1%.

En este sentido, cabe destacar que en la temporada de verano los fundamentos macroeconómicos son más acordes con la dinámica de crecimiento de los turistas en algunos de los principales mercados. Así, el cuadro de recesión que presenta Alemania, Francia y Holanda contrasta con el británico, que muestra un crecimiento de la economía cercano al 2%. Con estos dos condicionantes, las perspectivas de mejoría en la demanda turística por parte de no residentes al final de 2003 deben ser necesariamente muy moderadas, como se advierte en el apartado de Entorno Internacional.

Conjunto de año

Temporada de verano

Gráfico I.2.20

Gráfico I.2.21

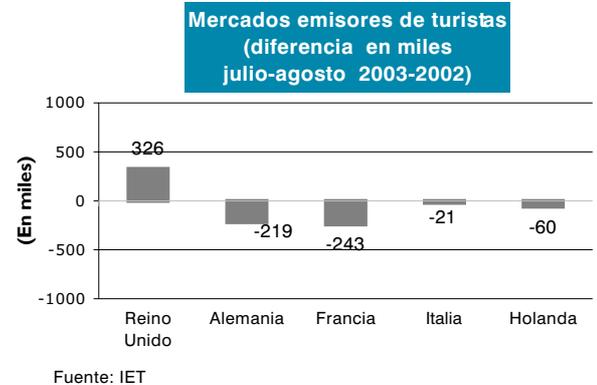
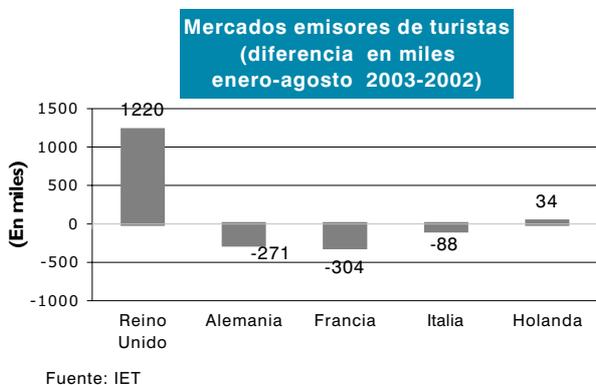
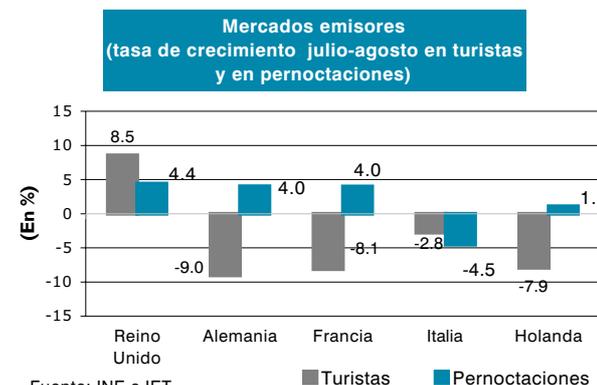
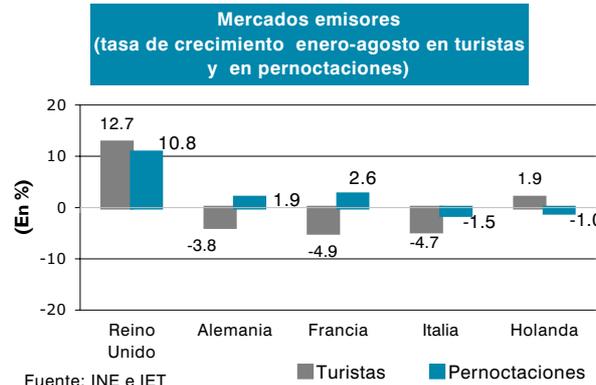


Gráfico I.2.22

Gráfico I.2.23



Frente a la debilidad de los mercados emisores continentales, la fortaleza del mercado británico ha permitido que la entrada de turistas en España creciera de nuevo en 2003. Los 1,22 millones de turistas procedentes de Reino Unido han compensado el descenso que se produce en el resto de mercados, concentrando una cuota en este mercado del 30%. Así, en el primer semestre del año, el aumento de visitantes británicos que vinieron a España supera en más de 6 puntos a los que eligieron Francia, según el informe "Overseas Travel and Tourism". La primacía del mercado español para los británicos contrasta con el descenso del irlandés, el alemán y el griego, si bien la cuota de este último es mucho más reducida que los anteriores. Según EGATUR para el año 2002, Reino Unido después de EE.UU. y resto del mundo (Asia y Japón) es el país que realiza un **gasto por persona y día mayor**, aunque uno de los turistas que gasta menos en destino.

Gráfico I.2.24

Viajes de los británicos en el primer semestre de 2003

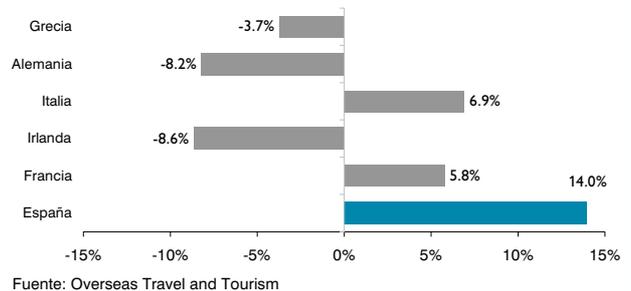
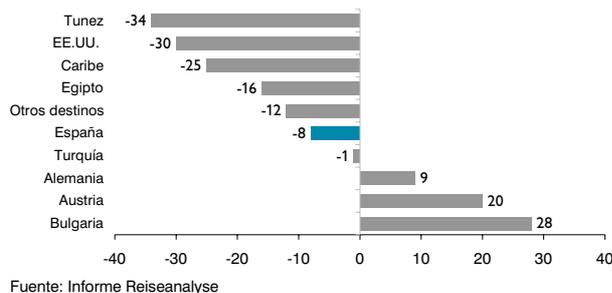


Gráfico I.2.25

Cambio en las preferencias interés por el destino vacacional de los alemanes entre 2001 y 2003



Los datos de Frontur revelan que la entrada de turistas alemanes ha registrado un nuevo deterioro en la temporada estival. Los 219 mil alemanes que nos han dejado de visitar este verano y que representan un -8,9%, es expresivo de la atonía del mercado alemán. El nuevo informe publicado por el estudio Reiseanalyse señala el cambio de preferencias de los alemanes a la hora de elegir destino vacacional. Desde 2001 se observa una mayor tendencia a visitar los países del Este, principalmente, Bulgaria y los países limítrofes, como Austria. También ha aumentado la propensión a quedarse en su propio país, en donde el sentimiento de seguridad ha sido clave en el momento de elegir destino. Basta observar como ha descendido la preferencia por los viajes a lugares con una elevada prima de riesgo, como Egipto y Túnez.

Las expectativas iniciales de mantenimiento de la cuota del mercado francés durante la temporada de verano, contrastada con una encuesta realizada por el Ministerio de Turismo francés sobre la intención de viaje, **se han desvanecido según los resultados de Frontur**. La pérdida de 243 mil franceses este verano supera a la caída del mercado alemán, sufriendo el retroceso más acusado en la temporada estival. Este comportamiento no es sorprendente, tanto por su relación con la dinámica de la economía francesa durante 2003, como por el mal comportamiento del gasto de las familias. En el acumulado del año, los turistas franceses retroceden un 5,1%.

El turismo italiano es el mercado que ha registrado un menor deterioro en el verano a causa del notable dinamismo del mes de julio (9,3% interanual), si bien no ha podido compensarse con el descenso del 8% de entradas de turistas en agosto. Según los datos suministrados por Frontur, en los ocho primeros meses de 2003 han llegado a España un total de 21 mil italianos menos, lo que representa un descenso acumulado del 4,8%. Aunque el mercado italiano tiene una cuota más reducida que los tres anteriores en la composición del turismo extranjero que visita España, su deterioro supone un riesgo para la rentabilidad de la industria turística porque, según los resultados de EGATUR para 2002, el turista italiano tiene un gasto por turista y día superior a la media.

La fortaleza que caracterizó al mercado holandés hasta junio del presente año ha dado paso a un deterioro en los meses de verano. Si hasta la primera parte del año, la llegada de holandeses superaba el 10% de crecimiento, julio y agosto han sido testigos de un notable retroceso, con caídas del 1,5% y del 16,5%, respectivamente.

Gráfico I.2.26

Gasto medio diario de los turistas según país de residencia. Año 2002

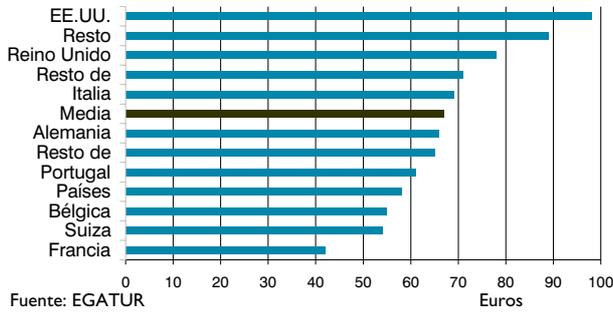
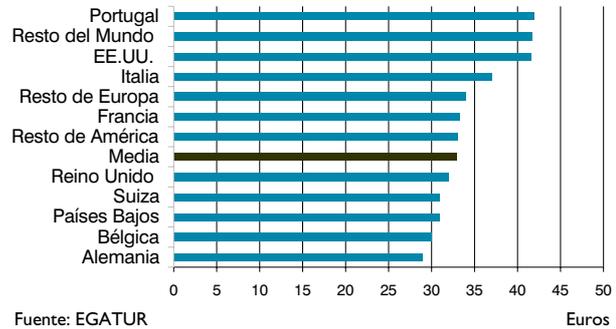


Gráfico I.2.27

Gasto medio diario en España de los viajeros según país de residencias. Año 2002



2.2.2. Mercados competidores

En un contexto de dinamización del consumo de viajes turísticos a escala mundial en los meses del verano, España ha perdido posiciones respecto a los destinos mediterráneos debido a la recuperación de la demanda en la mayoría de los países que compiten en el segmento de sol y playa.

La información comparada con algunos destinos competidores de la cuenca del Mediterráneo, indica que, si bien España demostró una menor vulnerabilidad a la ralentización de los viajes turísticos internacionales en el reciente periodo de crisis, **la temporada estival ha demostrado que España ha perdido las ventajas de su carácter de “destino refugio”, una vez que las condiciones de seguridad han tendido a normalizarse en el mediterráneo oriental.**

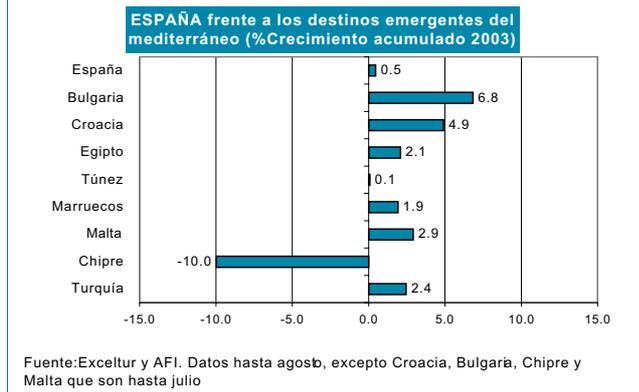
Tabla I.2.1

LLEGADA DE TURISTAS EN LOS PAÍSES MEDITERRÁNEOS DE TURISMO

	Total año			Agosto	Tasa de variación interanual			último dato
	2000	2001	2002	2003 (**)	2001/2000	2002/2001 (*)	2003/2002 (*)	
Francia	77,189,796	75,202,166	77,011,790	--	-2.6	2.4	-	2002
Grecia	12,500,000	14,033,000	-	--	12.3	-	-	2001
Italia	35,107,475	35,767,981	39,799,000	--	1.9	11.3	-	abril
Turquía	10,428,153	11,619,909	13,248,176	9,036,597	11.4	14.0	2.4	agosto
Chipre	2,686,202	2,696,728	2,418,233	1,210,796	0.4	-10.3	-10.0	julio
Malta	1,215,713	1,180,145	1,133,814	642,908	-2.9	-3.9	2.9	julio
Marruecos	2,428,393	1,979,192	1,965,338	716,927	-18.5	-0.7	1.9	abril
Túnez	5,179,100	5,387,200	5,063,600	3,446,900	4.0	-6.0	0.1	agosto
Portugal	12,096,680	12,167,200	11,600,000	1,604,378	0.6	-4.7	-3.1	marzo
Egipto	5,506,600	4,641,038	4,906,000	2,245,949	-15.7	5.7	2.1	junio
Croacia	5,831,180	6,544,217	6,960,360	3,982,956	12.2	6.4	4.9	julio
Bulgaria	4,922,118	5,103,793	5,562,917	5,562,917	3.7	9.0	6.8	Julio
España	47,897,915	50,093,555	52,123,846	37,141,099	4.6	4.1	0.5	Agosto

Fuente: AFI, Exceltur y Institutos de Estadística Nacionales

Gráfico I.2.28



A pesar de no disponer de datos homogéneos para todos los países en 2003, la información disponible refleja que Egipto, Marruecos, Malta y Turquía han mostrado una mayor sensibilidad a los cambios en el panorama internacional, con una recuperación de su demanda espectacular desde el inicio del verano, en donde las ganancias de competitividad vía precio han jugado ligeramente a favor. El único mercado que permanece más debilitado es Chipre, con un descenso de los turistas acumulado hasta julio del 10% respecto a 2002.

Dentro del incremento de los viajes al exterior de las familias europeas, Bulgaria está siendo uno de los destinos favoritos durante 2003. Países como Reino Unido, Francia y Holanda están demandando de manera creciente sus servicios turísticos y de ahí que las entradas de turistas procedentes de estas economías registren tasas de crecimiento del 30% en el caso de los británicos, y del 10% para el resto. Incluso los turistas alemanes han actuado de dinamizadores de la actividad turística en Bulgaria, siendo uno de los pocos destinos junto con Turquía que se ha beneficiado de una mayor llegada de visitantes procedentes de este país centroeuropo.

Gráfico I.2.29

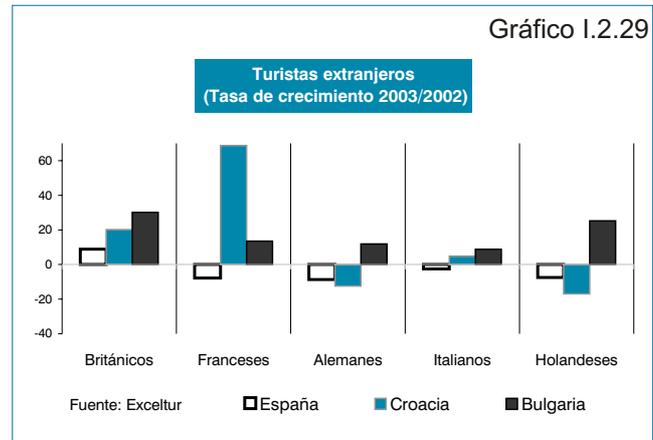
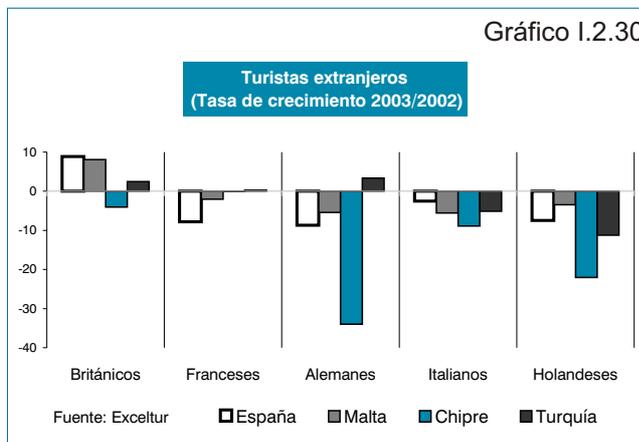


Gráfico I.2.30



La recuperación que se observa en los destinos de África y Oriente Medio viene explicada en mayor medida por mercados distintos a los europeos con la excepción de Gran Bretaña, que es uno de los que más turistas ha emitido. También cabe destacar el empuje del mercado alemán en Turquía, con un crecimiento en agosto del 21% interanual. Turquía se ha visto favorecida por la llegada de turistas procedentes de los países vecinos, como Rusia (46% interanual en agosto), Grecia (75%) y Bulgaria y Siria, ambos con un 55%.

2.3 Tendencias del consumidor

Los hábitos de viaje exhibidos por el turista extranjero durante el pasado verano confirman el cambio en las pautas de conducta relacionadas con la tipología de alojamiento y el medio de transporte utilizado. La imparable apertura de nuevas líneas y rutas por parte de las compañías aéreas de bajo coste está teniendo su traslado en la ganancia de cuota de mercado que se observa en este medio de transporte. El uso más intensivo de los viajes que ofertan estas compañías está impulsado aún más la desintermediación del sector, como muestra que cada vez un menor porcentaje de turistas opten por contratar paquetes. Como analizamos en el apartado de transporte, la aerolíneas de bajo coste han acelerado su actividad en nuestro país de forma espectacular incrementando el volumen de pasajeros en más de un 30% hasta agosto.

Más coyuntural parece, la tendencia decreciente de los viajes al extranjero y de larga duración que muestran los turistas de algunos países emisores, especialmente Alemania. Este hábito se encuentra asociado al clima de desaceleración económica y, por tanto, a la mayor propensión al ahorro por motivo precaución en fases del ciclo donde existe incertidumbre sobre la evolución de la renta. En todo caso, el hecho de que el turista español también se haya mostrado más proclive a realizar viajes dentro de nuestras fronteras ha tenido un impacto positivo sobre el sector.

Gasto turístico

En términos del gasto turístico, la recuperación del gasto medio por turista durante el tercer trimestre apunta a un cambio de tendencia que anticipábamos en el anterior informe. Con datos hasta julio, el cociente entre los Ingresos por turismo de la Balanza de Pagos española y el número de turistas registraba una tasa de variación del 1,5%.

Como detonantes del cambio de tendencia de los ingresos por turista hay que destacar que la tipología de alojamiento que ha sufrido en menor medida el descenso de clientela extranjera en julio y agosto según Frontur han sido los hoteles y, especialmente, los de categoría superior según se desprende de la EOH que publica el INE. La intensa caída del número de turistas extranjeros en el mes de agosto vino acompañada, en todo caso, de cierta recuperación del importe medio de compra por operación con tarjeta de crédito. Sin embargo, en el mes de septiembre los pagos a través de visa y Mastercard vuelven a mostrar una moderación de dicho importe medio lo que todavía no permite anticipar un cambio de tendencia claro de la mejora del ingreso medio por turista, unido a que esta variable también se ve influida por el cambio en el patrón de comportamiento del consumidor turístico en cuanto a la tarjeta, que cada vez se usa más como sustitución de los pagos al contado.

Gráfico I.2.31

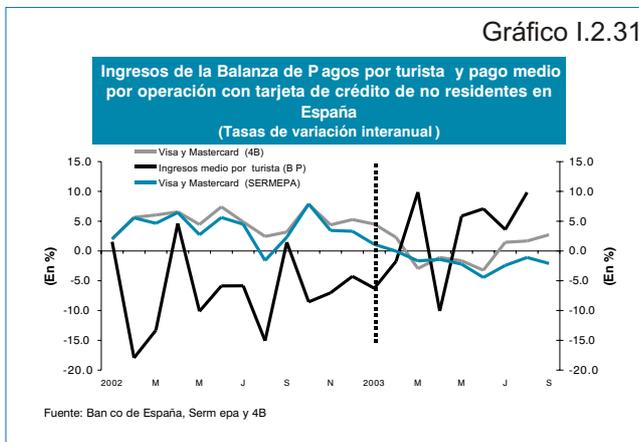
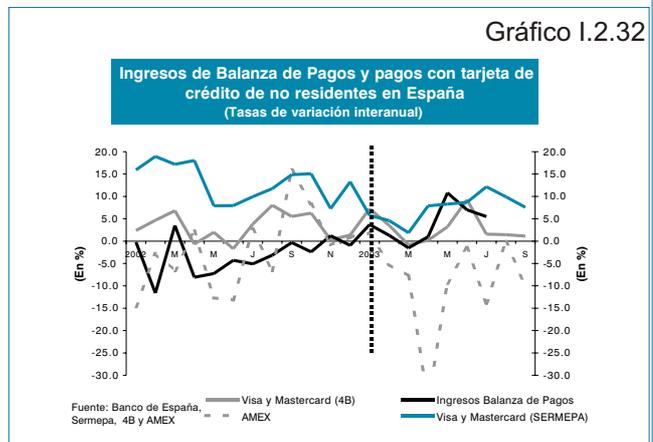


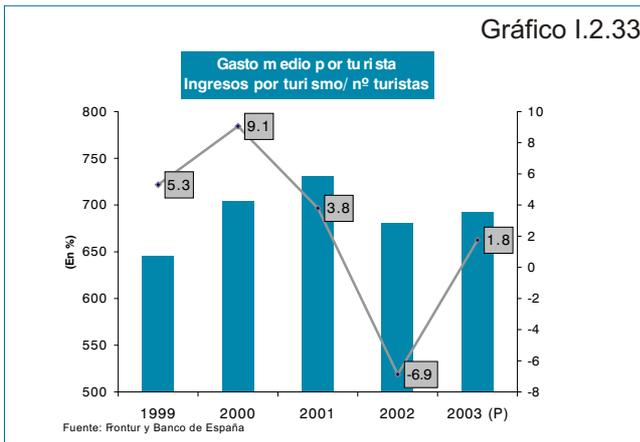
Gráfico I.2.32



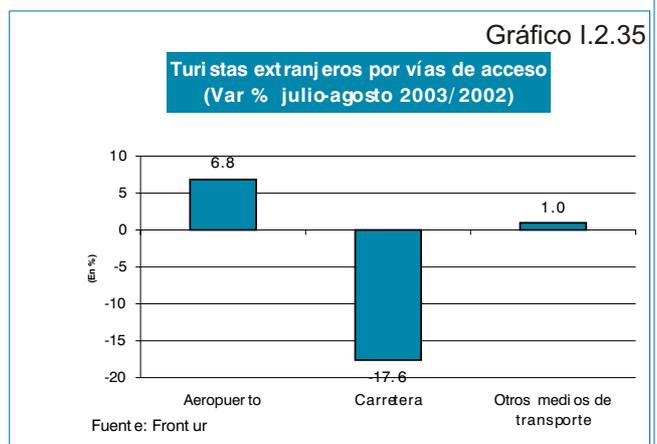
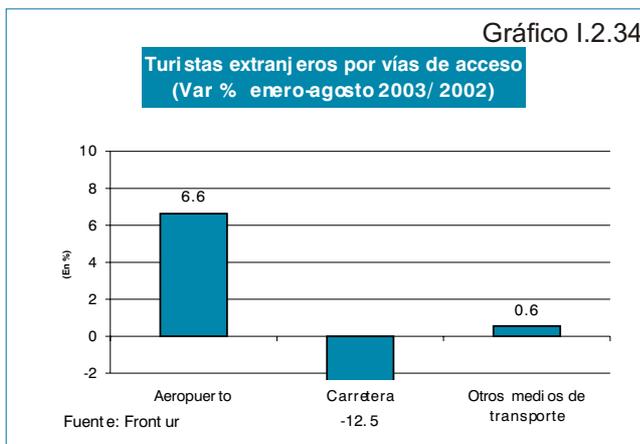
Las variables que permiten aproximar la dinámica del gasto turístico de los extranjeros anticipan cierta recuperación. En este escenario, **esperamos que se produzca un crecimiento del 1,8% del gasto medio por turista para el conjunto del año en términos nominales, lo que vuelve a mejorar las previsiones realizadas en el último informe de Exceltur.** Esta recuperación vendría explicada por un incremento del 1,0% del número de turistas y del 2,8% de los ingresos por turismo y viajes de la Balanza de Pagos.

Hábitos de viaje

La desintermediación del sector turístico que refleja el uso cada vez menor de los paquetes turísticos sigue siendo la nota predominante en los últimos meses. En julio y agosto mientras que el número de turistas que utilizó paquete descendió un 4,6% interanual, en el caso de los que no lo hicieron sólo se registró una caída del 2,1%. Esta tendencia **creciente hacia la organización individual del viaje turístico** a España tiene su reflejo tanto en la vía de acceso, cada vez en mayor medida por transporte aéreo con un uso creciente de las nuevas líneas de bajo coste, como en el mayor uso de la oferta residencial en detrimento de otras tipologías.



Las compañías de bajo coste que han conseguido una mayor cuota de mercado en España son las británicas EasyJet y Go duplicando prácticamente en número de viajeros la primera de ellas. Hasta el mes de agosto el número de turistas extranjeros que han llegado por vía aérea se incrementó un 6,6%, en claro contraste con el retroceso sufrido por las llegadas en carretera, muy vinculado al deterioro del mercado francés.



Como hemos avanzado, **el patrón de comportamiento del turista extranjero está cada vez más sesgado hacia el alojamiento en vivienda gratuita, especialmente el que tiene su origen en Reino Unido.** La comparativa por nacionalidades refleja la **clara preferencia de los británicos y, especialmente, de los franceses, por el alojamiento extra-hotelerero.** En este último mercado tan sólo el 45% de los turistas optan por alojarse en hoteles, siendo predominante dentro del alojamiento no hotelero la vivienda gratuita y los acampamentos. En el resto de mercados es destacable el incremento del uso de la vivienda gratuita por parte de alemanes, aunque el alojamiento hotelero sigue concentrando en torno al 75% del turismo germano, un porcentaje similar al correspondiente al mercado italiano.

Dentro de las modalidades incluidas en el denominado "turismo residencial" destaca el avance de la vivienda alquilada que registró un incremento superior al 7% interanual en el período enero-agosto y ya registra cuotas de en torno al 12% en mercados como el francés y el británico.

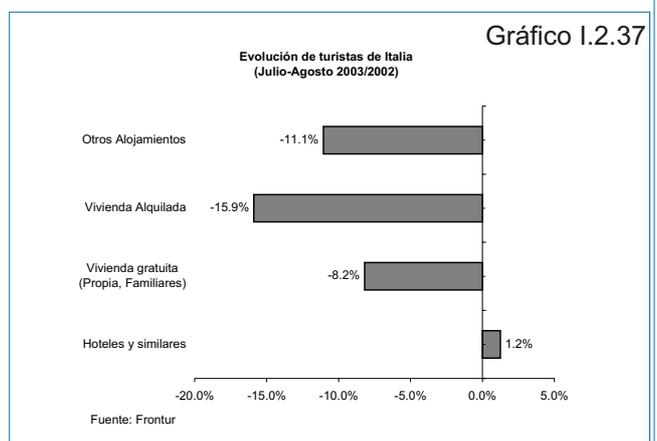
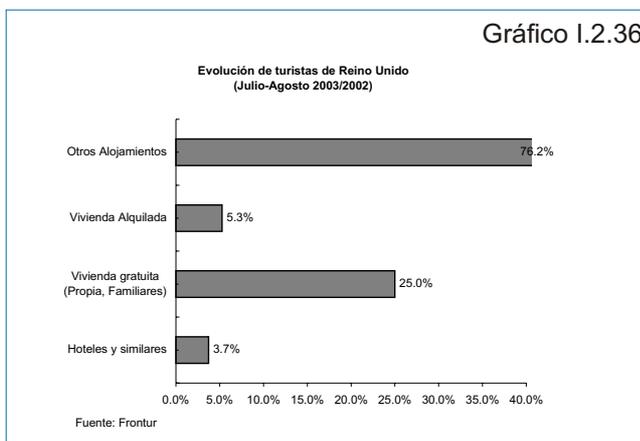
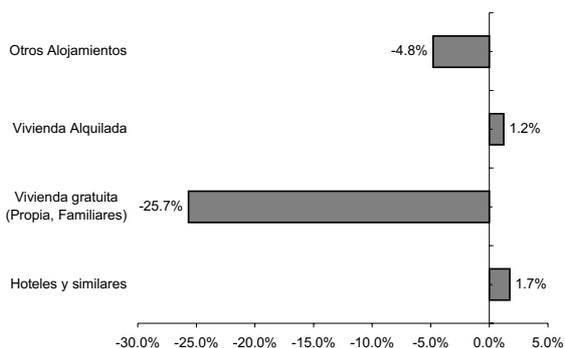


Gráfico I.2.38

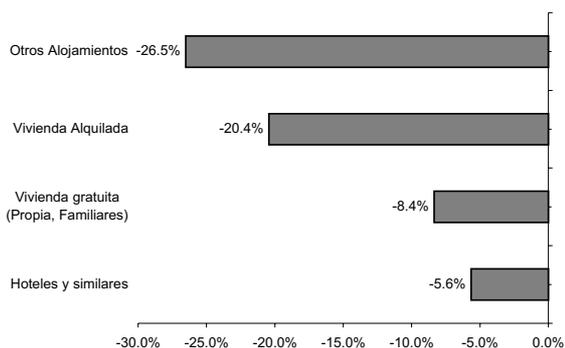
Evolución de turistas de Francia
(Julio-Agosto 2003/2002)



Fuente: Frontur

Gráfico I.2.39

Evolución de turistas de Alemania
(Julio-Agosto 2003/2002)

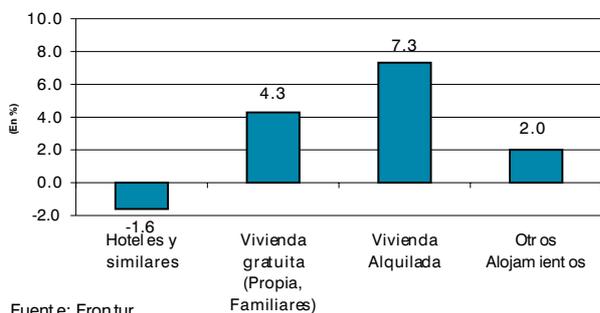


Fuente: Frontur

Cabe destacar, además, desde un punto de vista más coyuntural, que en los meses de julio y agosto el menor retroceso en cuanto a turistas alojados se ha producido en la vivienda de alquiler (-1,3%). Los establecimientos hoteleros también han acusado un descenso de la demanda inferior al correspondiente a la vivienda gratuita, lo que podía contribuir a explicar, en parte, la tímida recuperación que mostró el gasto medio por turista durante este período.

Gráfico I.2.40

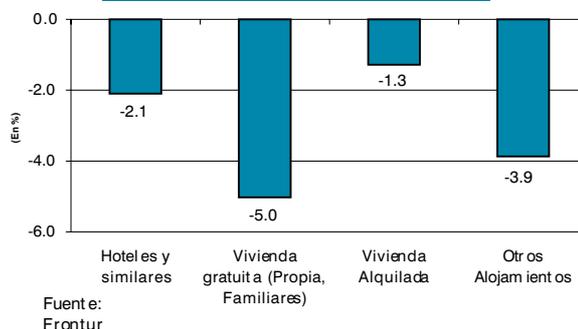
Turistas extranjeros por tipologías de alojamiento
(Var % enero-agosto 2003/ 2002)



Fuente: Frontur

Gráfico I.2.41

Turistas extranjeros por tipologías de alojamiento
(Var % julio-agosto 2003/ 2002)



Fuente: Frontur

2.4 Tendencias del mercado de trabajo

A pesar de que el empleo en el sector turístico español está enmarcado en una senda de desaceleración, éste se sigue mostrando como uno de los protagonistas de la generación de puestos de trabajo en España. La industria vinculada con el sector del turismo generó, con datos hasta el mes de julio de 2003, 67.446 nuevos empleos, según la estadística de afiliados a la Seguridad. Este registro supone un incremento del 3,1% interanual y del 3,4% del número de afiliados en términos medios en los meses de enero a julio, por encima de las tasas de generación de empleo del resto de sectores de la economía española. Con todo, el número de trabajadores afiliados a la Seguridad Social en las ramas vinculadas al turismo en 2003 representa el 12,8% del total en España.

La mayor dinámica de creación de empleo la ha registrado la rama de transporte aéreo, con una tasa de variación cercana al 8% interanual, que indica que se han abandonado las políticas de ajuste que se llevaron a cabo en 2002 para adaptarse al nuevo escenario definido por los acontecimientos del 11-S. El sector en el que la desaceleración de los ritmos de actividad se ha manifestado con mayor intensidad en la ocupación ha sido la hostelería, con una tasa de crecimiento que se sitúa por debajo del 3% por primera desde 2000. La contratación de personal en las agencias de viaje mantiene las pautas de reactivación observadas desde comienzos del año, con un crecimiento del 3,6%, muy similar al registrado por los afiliados a la Seguridad Social en Ocio y Cultura.

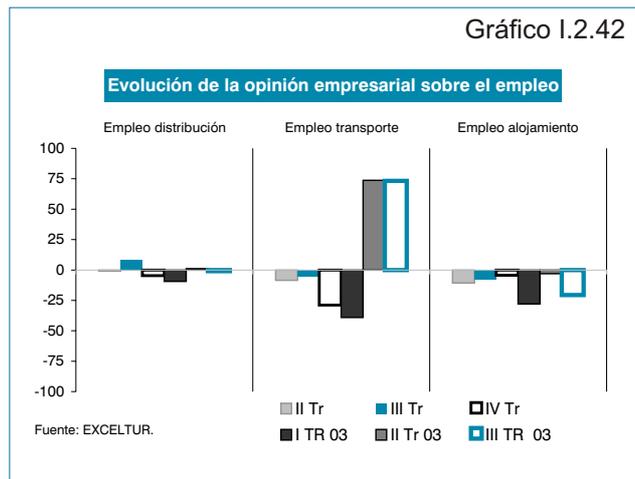
Tabla I.2.2

EMPLEO TURÍSTICO (afiliados a la Seguridad Social)												
	Valor				2002				2003			Ultimo dato
	2002	2000	2001	2002	I	II	III	IV	I	II	III	
Empleo turístico	2,024,999	5.2	4.6	3.4	3.5	3.0	3.4	3.9	3.3	3.5	3.2	jul
Hostelería	1,003,472	4.5	4.9	4.0	4.2	3.3	3.9	4.6	3.2	3.3	2.9	jul
Transporte	596,533	4.7	2.6	2.3	2.0	2.0	2.4	2.6	3.1	3.5	3.5	jul
Terrestre	549,092	4.6	2.8	2.7	2.4	2.6	2.8	2.9	3.0	3.1	3.2	jul
Marítimo	11,364	4.1	-0.9	4.3	2.2	4.5	4.4	6.1	4.8	5.2	5.4	jul
Aéreo	36,077	6.3	1.5	-4.0	-4.1	-6.3	-4.1	-1.4	3.4	8.0	7.9	jul
Agencias de viajes	44,890	8.4	7.7	2.0	2.4	1.3	1.2	3.3	4.4	3.6	3.6	jul
Ocio y Cultura	262,748	7.1	6.4	4.1	4.5	3.6	3.7	4.6	4.3	4.0	3.7	jul
Empleo en el resto de sectores	14,163,391	5.0	3.9	3.0	3.0	3.0	3.2	2.8	3.2	3.1	3.0	jul

Fuente: Ministerio de Trabajo y S.S.

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur refrendan la evolución del empleo que ofrecen las estadísticas oficiales, en los que se constata que ha sido el sector de alojamiento el que se ha saldado con el peor comportamiento en los meses de verano. Frente al 20,9% de los empresarios de este sector que constatan que realizaron ajustes de plantilla durante la temporada de verano, en la distribución dicho porcentaje sólo representa el 7,8%. La unanimidad con la que los empresarios del transporte y, en menor medida, de ocio señalan que han iniciado la apertura de nuevos procesos de contratación se refleja en el saldo de empleo, que alcanza un nivel del 60 y 20, respectivamente. Hay que matizar, no obstante, que para las agencias de viaje y para el sector de ocio el sentimiento empresarial viene marcado por la estabilidad del empleo respecto a los meses de julio, agosto y septiembre, tal y como declaran el 80% de los encuestados.

Gráfico I.2.42



Tras el generalizado consenso en el tercer trimestre acerca del aumento del pulso de la demanda y el empuje que ello supondría sobre la capacidad de contratación de más efectivos en las distintas ramas de actividad turística, la reducción de la rentabilidad empresarial no otorga mucho margen a las empresas que han optado por no incrementar los costes de personal. En este contexto, no es previsible una significativa mejora en la evolución del empleo en las ramas turísticas en el corto plazo, y así lo ponen de manifiesto los agentes del sector (excepto en transporte), al pronunciarse por las expectativas para el último trimestre de 2003.

Gráfico I.2.43

Evolución de la afiliación a la Seguridad Social en España

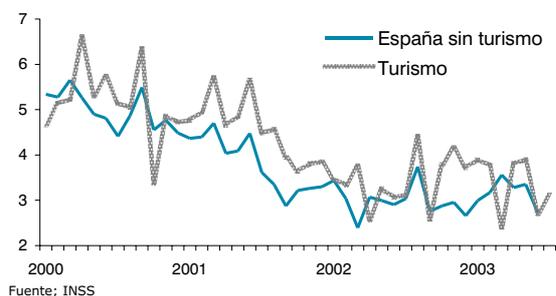
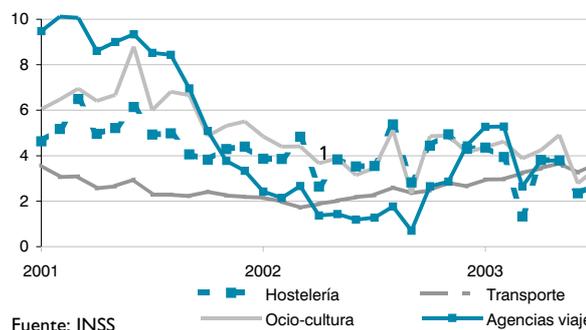


Gráfico I.2.44

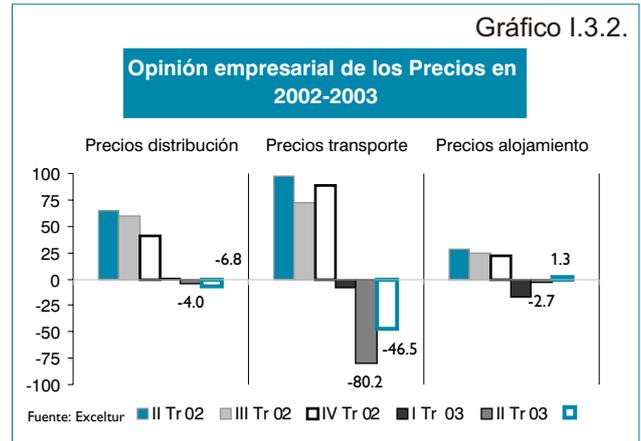
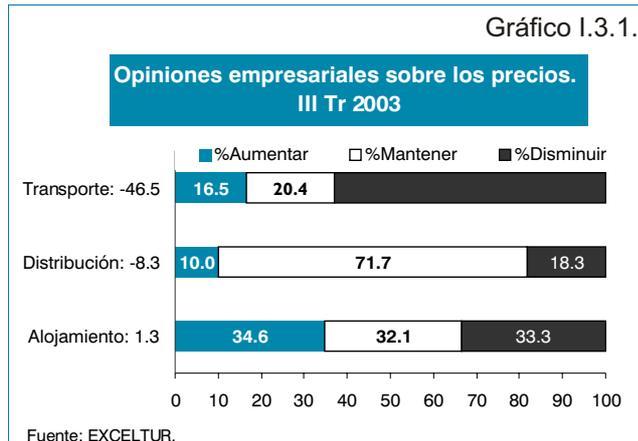
Evolución de los afiliados en el sector turístico (tasa de variación interanual)



3. Precios

3.1 Análisis interno

Los factores de inquietud que persisten sobre la reactivación de la demanda están provocando que los empresarios sigan manteniendo las estrategias de reducción de precios. La Encuesta de Clima Turístico empresarial de Exceltur muestra un consenso generalizado sobre la aplicación de políticas de ofertas y descuentos en los meses de verano, que se manifiesta con mayor intensidad en los sectores de transporte aéreo y distribución de paquetes turísticos. En el sector de alojamiento se aprecia un cambio de tendencia, si bien todavía tímido y paulatino, que deja atrás las fuertes caídas registradas en trimestres precedentes, según se desprende de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y de los datos elaborados por el INE.



Al igual que en el segundo trimestre, **la percepción sobre la caída de los precios en transporte sigue siendo mayor al del resto de sectores.** Baste señalar que el 63,1% de los encuestados constatan un leve aumento de los precios frente a sólo el 16,5% que aprecian una subida. Esta valoración de los empresarios viene explicada por dos factores, uno común a todos los participantes del sector, la estabilidad de los precios del crudo en euros, y otro estrechamente vinculado al transporte aéreo, y el impacto que para ellos supone la presencia de las compañías aéreas de bajo coste.

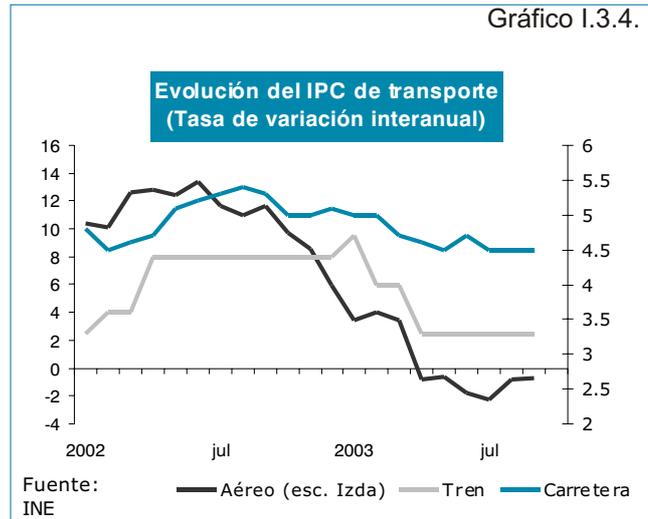
Esta nueva configuración de la oferta ha introducido a las compañías aéreas españolas en una guerra de precios que ha reducido los márgenes unitarios. Fruto del escenario en el que se ha desenvuelto la actividad del sector, la presión a la baja sobre los costes ha provocado que las compañías españolas cambien su estructura tarifaria con el objetivo de segmentar la demanda para ser más competitivos.



El precio del petróleo está protagonizando una escalada alcista en el mes de octubre alcanzando referencias de 30 dólares, repunte que consideramos meramente coyuntural y que todavía no creemos que se convierta en un factor de riesgo para la actividad del sector.

La OPEP está interesada en cumplir con el rango 22-28 USD autoimpuesto para la cesta de referencia. A pesar de la petición de Venezuela, en la cumbre del próximo 4 de diciembre no se va a modificar el límite superior, conscientes de que un precio por encima de los 30 USD es un factor de riesgo para el crecimiento económico (y, por lo tanto, de futuras caídas en la cotización), lo que unido a la apreciación del euro mitiga las presiones inflacionistas en las compañías de transporte.

Más allá de la cotización del petróleo en los mercados internacionales, **se advierte cierto agotamiento de la dinámica de reducciones de precios después de los importantes ajustes a la baja que han realizado las compañías en la primera parte del año.** La evolución del IPC para el transporte aéreo identifica signos de cambio de tendencia, que tras los mínimos alcanzados en julio del presente año (-2,3% interanual), se situó en septiembre en el -0,7%. Un factor adicional que puede contribuir al aumento de los precios en este subsector es la subida de las tasas aeroportuarias en España, que se estima entre el 2% y un 7% y que previsiblemente se trasladarán al billete.



El descenso de los márgenes unitarios con el que vienen últimamente operando algunas de las agencias de viaje españolas y el aumento de la competencia queda reflejado en la valoración de los empresarios de este subsector acerca de la evolución de los precios. Desde el inicio de 2003, la opinión sobre esta variable no deja de ser negativa, intensificándose la tendencia descendente a medida que transcurre el ejercicio. De hecho, el porcentaje de empresarios que opinan que sus precios han aumentado tan sólo representa el 11,5% en el verano, frente al 75% que constataban esta opinión en la temporada estival de 2002. El IPC de viajes organizados que publica el INE se salda con una tasa interanual del 4,2%, sin duda uno de los crecimientos más moderados de los últimos años en este periodo y que contrasta con el 8,3% alcanzado el pasado año.

Tabla I.3.1

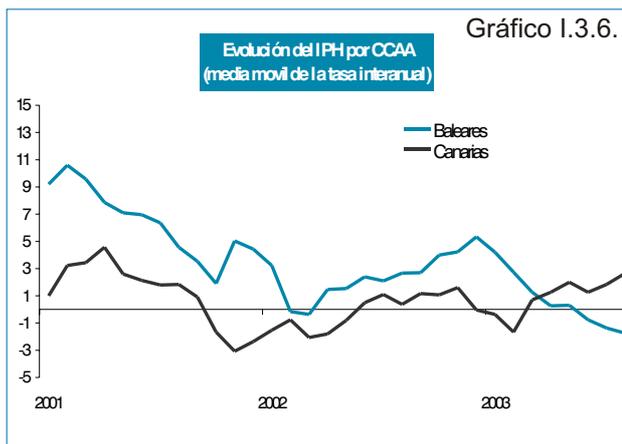
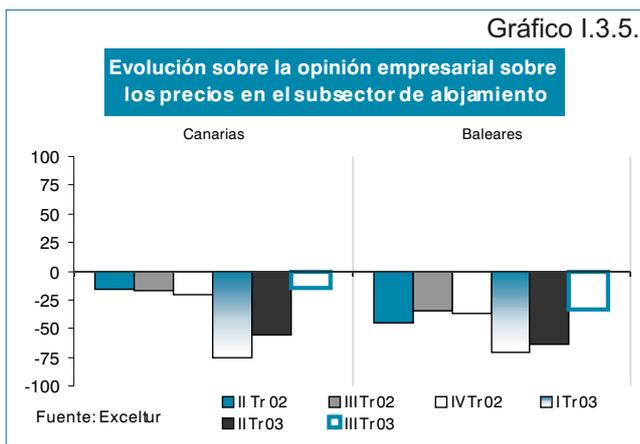
IPC de turismo y hostelería en España

	tasas de variación interanual												Ultimo dato	
	2000	2001	2002	2001			2002			2003				
	media anual			II	III	IV	I	II	III	IV	I	II		III
Índice de Precios de servicios	3.6	4.7	4.4	4.9	4.6	4.4	3.6	4.7	4.7	4.5	3.8	3.6	3.6	septiembre
IPC de turismo y hostelería	11.8	9.1	7.5	15.5	-7.8	6.8	8.9	8.7	6.1	6.1	4.6	4.1	4.2	septiembre
IPC restaurantes, bares y cafeterías	3.9	4.7	6.2	4.8	4.7	4.7	6.7	6.3	5.9	5.9	4.9	4.4	4.3	septiembre
IPC Hoteles y otros alojamientos	10.6	9.9	5.2	5.2	24.7	3.6	4.7	5.8	5.0	5.2	2.3	3.8	4.2	septiembre
IPC de viajes organizados	12.3	7.1	8.8	15.5	-7.8	6.8	8.9	8.7	8.3	9.1	3.2	3.8	4.5	septiembre
Índice de Precios Hoteleros (IPH)	-	7.2	3.9	7.9	8.2	5.5	4.1	3.6	3.7	4.1	2.4	2.9	1.7	agosto

Fuente: INE y Exceltur

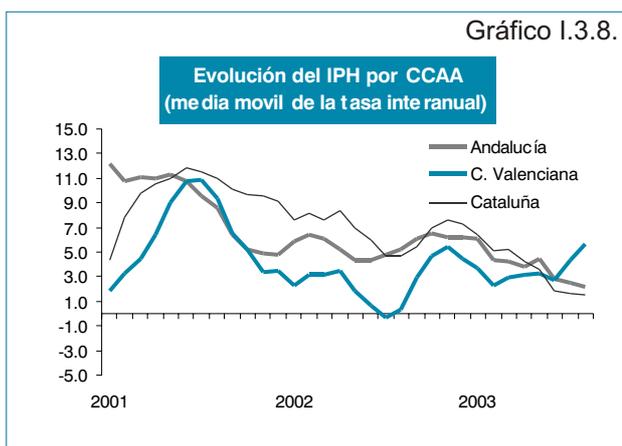
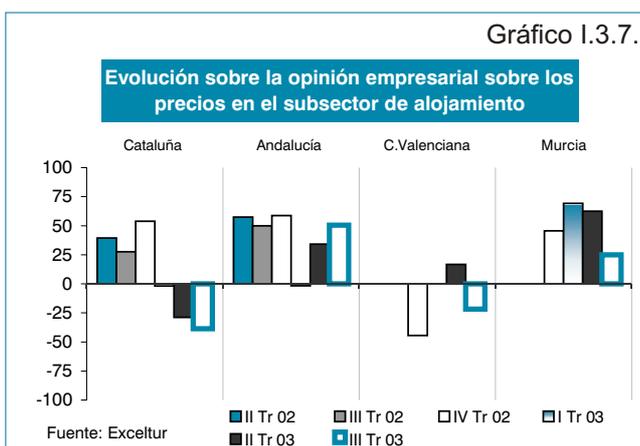
Sin embargo, en el sector de alojamiento esta situación ha comenzado a corregirse. Los resultados de la encuesta reflejan que ha aumentado en mayor medida la percepción levemente alcista en la evolución de los precios que en el resto de subsectores, pudiendo constatarse que la senda descendente ha tocado fondo. El porcentaje de agentes que sostiene que sus niveles de precios están creciendo, aunque sea levemente es de un 34,6%, y por tanto muy similar al que opina que están descendiendo. **Este resultado es el compendio de dos tendencias muy distintas en los meses de verano.** Por un lado, el segmento de alojamiento urbano, inmerso en un proceso de ajuste de las tarifas hoteleras muy acusado y, por otro, el alojamiento vacacional de sol y playa, que se ha visto beneficiado de un aumento de las ventas que ha presionado levemente al alza el nivel de precios y ambos con dinámicas muy dispares según formen parte o no de marcas o cadenas hoteleras que están mostrando en promedio una mejor evolución que el resto.

Las opiniones vertidas en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur son coherentes con los resultados del IPC de hoteles que publica el INE y el IPH (índice de precios hoteleros). En ambos índices se constata un leve repunte de los precios que viene explicado por el aumento puntual del mes de agosto. En el IPH, el comportamiento de los precios es claramente decreciente, aunque positiva, alcanzando en la temporada estival la tasa de más baja desde 2001 (fecha de inicio de la serie).

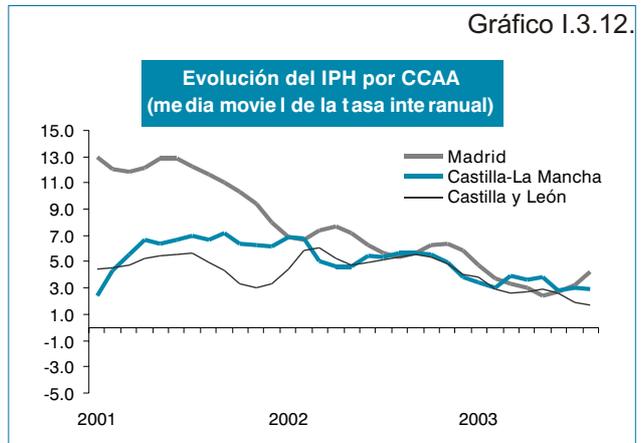
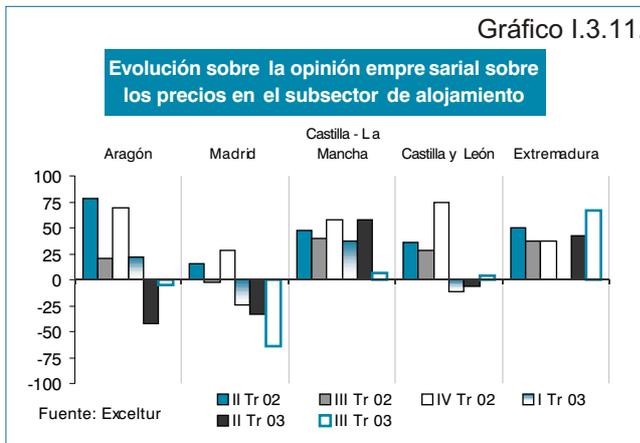
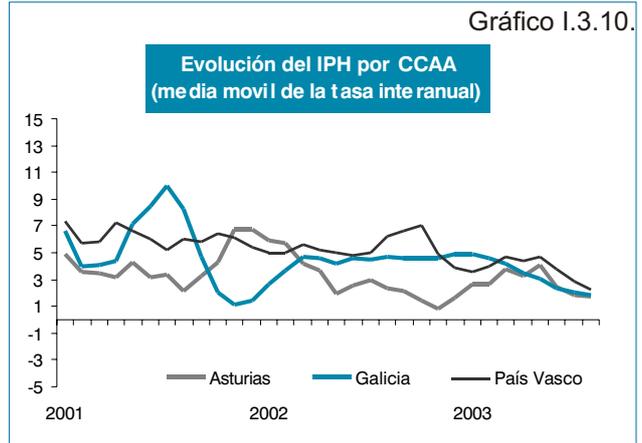
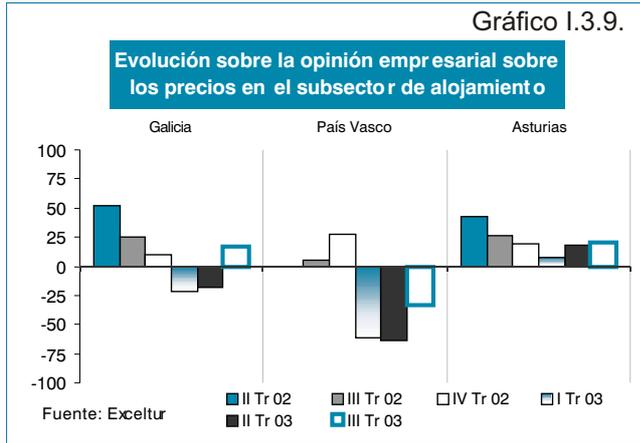


Los resultados a escala nacional no se pueden extrapolar a los distintos destinos turísticos, ya que se aprecian divergencias en el comportamiento de los precios entre ellos. En las regiones insulares, el paralelismo observado desde 2002 entre ambas Comunidades Autónomas y que marcaba una tendencia bajista, se ha roto en la temporada estival, hecho que se manifiesta tanto en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur como en el IPH. De este modo, la recuperación de los precios en Canarias no se está produciendo en Baleares, fruto del diferente dinamismo que ha vivido la actividad turística desde la pasada primavera. No obstante, hay que tener en cuenta que Canarias fue la primera región en iniciar los ajustes de precios más severos a principios de año y, por ello, es donde se aprecia un cambio de tendencia más temprano, que deberá pasar por ser verdadera prueba de fuego a finales de este próximo trimestre en el que se inicia su temporada alta.

En las regiones peninsulares especializadas en turismo vacacional de sol y playa, el sentimiento generalizado de los empresarios apunta a un descenso de los precios, sobre todo, en Cataluña y en menor medida en la Comunidad Valenciana. En Cataluña, el IPH presenta el crecimiento más modesto del conjunto del territorio español (1,5% interanual entre julio y agosto) después de Baleares (-1,8%). Murcia se desmarca de esta tendencia. El fuerte crecimiento del IPH de agosto (del 7,8% interanual en ambas regiones) consolida la senda alcista que viene dibujando este índice desde finales del pasado año, resultado que viene a su vez confirmado por la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.



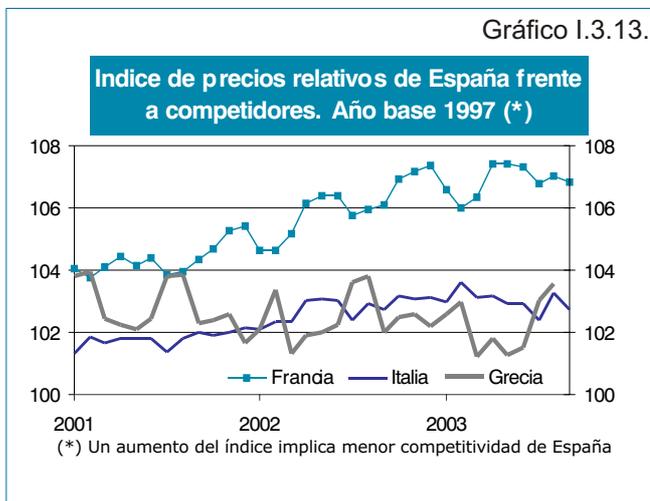
Aunque en diverso grado y muy condicionado a la evolución de su actividad turística, los empresarios cuyo negocio se desarrolla en las regiones especializadas en turismo verde y cultural señalan que se ha producido una menor desaceleración de los precios en la temporada de verano respecto al comportamiento observado en el primer semestre de 2003. Tan sólo Madrid y el País Vasco, recogen una opinión más negativa acerca del avance de los precios como consecuencia del retroceso de las ventas durante los meses de julio y septiembre, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.



3.2 Análisis externo

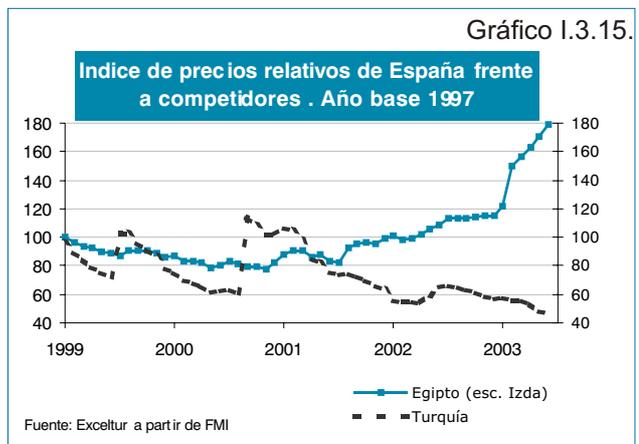
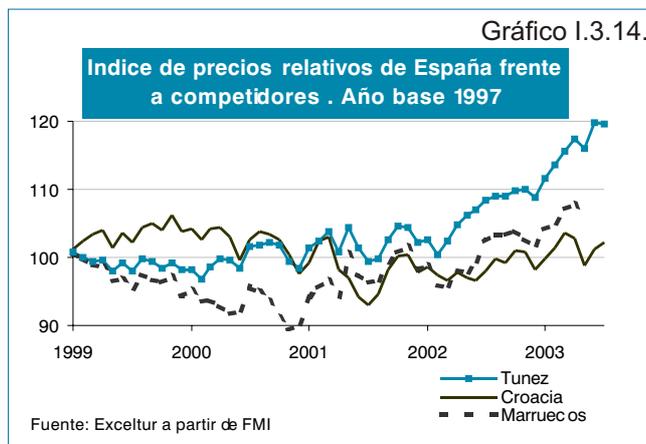
La evolución de los precios españoles, junto con la apreciación del euro, ha provocado una cierta pérdida de competitividad en comparación con la práctica totalidad de nuestros países competidores de sol y playa del Mediterráneo, con la excepción de Turquía. Por el contrario, la fortaleza y mejor posición relativa de la economía española frente a sus principales países europeos ha detonado y consolidado el importante tirón de demanda nacional que ha salvado muchos destinos.

En cuanto al turismo cultural, el control de la inflación que está realizando la economía griega está beneficiando su posición relativa frente a la economía española, constituyendo el único país en el segmento cultural que ha mejorado su relación en términos de competitividad. La reducción del diferencial de inflación que España ha conseguido respecto a Italia y Francia en los meses de verano ha propiciado que nuestra economía gane competitividad en esta tipología de producto turístico. Desde finales del pasado año hasta septiembre de 2003, el índice de precios relativos ha registrado un descenso mayor respecto a Francia, país donde la pérdida de competitividad había sido más acusada desde 2001. En concreto, el índice ha caído 1,7 p.p. en los nueve primeros meses del año, al igual que en Italia.



El sector turístico español se enfrenta a un escenario de menor competitividad en precio en el segmento del sol y playa que se va acentuando progresivamente por una gran parte de los países emergentes competidores de la cuenca mediterránea (y que no pertenecen al Área Euro) y que podría ayudar a explicar su mejor comportamiento relativo de la llegada de turistas de los meses de julio y agosto. A la luz de los resultados del índice de precios relativos, España ha empeorado respecto a Marruecos, Croacia, Túnez y Egipto, produciéndose el deterioro más pronunciado desde diciembre de 2002 respecto a los dos últimos, debido principalmente a la fortaleza del euro frente al dólar y a la debilidad de la moneda egipcia, que se ha depreciado un 36% en el transcurso de 2003.

Como se ha adelantado, el único país de los emergentes del Mediterráneo que pierde competitividad frente a España es Turquía, circunstancia que no ha perjudicado la entrada de visitantes, más bien se ha fortalecido en la temporada estival, con tasas de crecimiento del 15% de los turistas en los últimos meses de verano.



4. Perspectivas

Las perspectivas para el sector turístico comienzan a apuntar una mejoría que debería hacerse visible a lo largo del próximo ejercicio, pero el escenario actual en algunos de los principales países emisores de turistas sigue inmerso en una fase de estancamiento del mercado laboral y la demanda interna que están frenando la disposición a viajar de las familias. En este contexto hay que interpretar la caída mayor de la esperada de los turistas extranjeros en un mes tan relevante como agosto y que ha sorprendido por su contundencia. Por ello, **hemos revisado a la baja nuestras previsiones de entrada de turistas para el conjunto de 2003 hasta un crecimiento del 1,0%**, un punto y medio menos que la previsión dada en el anterior informe de Perspectivas.

Tabla 4.1.1

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL													
	2000			2001			2002			2003		Previsiones Exceltur 2003	
	%	%	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	III Tr	Año 2003	
ISTE (PIB turismo)	4.3	2.8	-0.2	--	2.2	--	1.5	--	1.5	--		--	
Ingresos por turismo B.P. (mills de euros)	11.0	8.5	-3.0	35.544	7.5	9484	2.7	11855	2.8	36556			
Gasto medio por turista (euros)	8.4	3.8	-6.1	682	2.2	665	5.2	610	1.9	695			
Total turistas extranjeros	2.4	5.1	3.4	52123846	5.1	14199938	-2.4	20330953	1.0	52625564			
Total turistas 5 principales mercados	1.6	5.3	4.3	37868834	8.0	10672714	-0.2	14866446	2.8	38937278			
Turistas alemanes	-3.6	-2.6	-6.2	10176995	3.6	2749195	-7.1	3403437	-2.4	9928853			
Turistas británicos	8.7	5.2	4.0	14644851	15.1	4666715	10.5	5961185	11.4	16308856			
Turistas franceses	-0.9	17.8	19.7	7763015	1.6	2024380	-7.7	3490249	-4.3	7763015			
Turistas italianos	2.9	1.8	3.8	2523796	-2.1	579296	-1.3	1029822	-2.6	2455886			
Turistas holandeses	-3.7	8.5	11.3	2407175	10.3	653127	-4.0	981753	3.1	2480668			

Fuente: ET, EXCELTUR

Sin embargo, la moderación de la demanda turística extranjera en estos términos de actividad **se está viendo compensada por la recuperación del gasto turístico**. El comportamiento de los ingresos por turismo en balanza de pagos ha mejorado sensiblemente desde abril, mes en el concluyó la Guerra de Irak, con crecimientos en torno o por encima del 4% interanual durante la campaña estival que ponen de manifiesto una recuperación del gasto medio por turista. Aunque parece razonable que este crecimiento podría desacelerarse en el último cuarto del año, **en el conjunto de 2003 el gasto promedio por turista se va a comportar mejor de lo previsto hace unos meses, con tasas de aumento cercanas al 1,9% respecto al pasado año, tasas por debajo de la inflación lo que apuntaría a una caída en términos reales de los ingresos**.

Esta recuperación del gasto medio es coherente con algunas pautas observadas a lo largo del verano, como el mejor comportamiento relativo de las ventas en los establecimientos hoteleros de mayor categoría, las primeras evidencias de que las políticas de descuento en alojamiento han tocado fondo, o la mayor capacidad adquisitiva que ha permitido al mercado británico su particular ciclo económico más expansivo y la recuperación de la libra. En todo caso, no se debe ocultar tampoco que es consecuencia de las tendencias divergentes, difíciles de explicar a priori, que muestran las dos principales fuentes estadísticas para el sector, como son la entrada de turistas en nuestro país que reporta Frontur y los ingresos de balanza de pagos que publica Banco de España.

Con esta mejoría y a pesar de las discrepancias estadísticas, anticipamos en nuestras previsiones una cierta recuperación en las condiciones de crecimiento del sector turístico de cara al último trimestre de 2003. Los resultados de la Encuesta de **Clima Turístico de Exceltur** revelan un cierto mayor optimismo de los empresarios, tal y como recoge el Indicador de Clima (ICTUR), que sintetiza los resultados de la Encuesta. De hecho, se mantiene en niveles similares a los del trimestre anterior, con un valor positivo de 14,5 durante el tercer trimestre, pero con resultados más homogéneos por subsectores y con una clara recuperación del subsector de alojamiento, especialmente del ámbito vacacional.

Pese a esta clara progresión después de los pésimos resultados del comienzo del ejercicio, que estuvieron afectados por la Guerra del Golfo, **el sector de alojamiento sigue mostrando niveles del índice negativos como reflejo del deterioro que muestra el turismo "urbano", la rebaja de tarifas que aún se sigue produciendo en algunos destinos y el entorno cada vez más competitivo en el segmento de sol y playa**. Para el último trimestre del año las perspectivas siguen siendo negativas ya que el porcentaje de empresarios del sector que anticipa una caída de las ventas supera en 22 puntos al que espera una recuperación. No se percibe un cambio inmediato, en la tendencia de los beneficios empresariales, que según los resultados de la Encuesta seguirán descendiendo (un 47,9% de los empresarios tienen esta percepción).

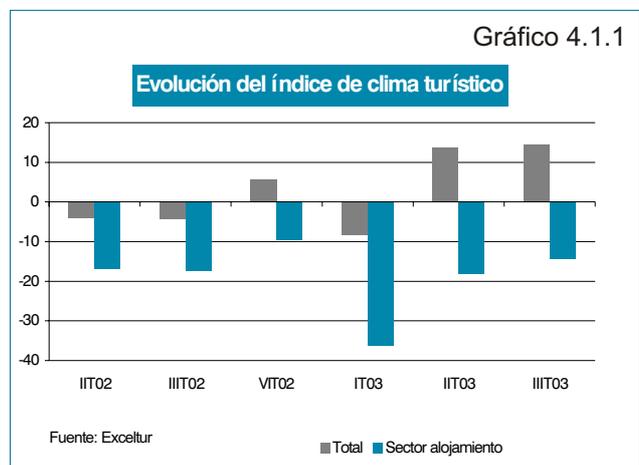
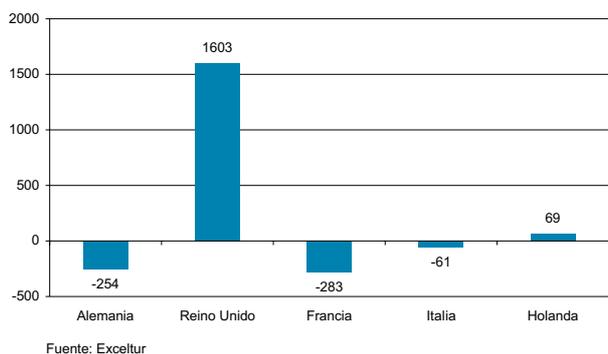


Gráfico 4.1.2

Variación del número de turistas en 2003 (miles)



Los mercados que están permitiendo un mayor dinamismo en la actividad del sector seguirán siendo el español y el británico. En ambos casos, sus economías, con una contribución muy positiva del consumo y un comportamiento del mercado laboral favorable, no presentan indicios de contención en los ritmos de crecimiento para lo que resta de año, período en el que incluso podrían acelerarse la demanda interna aunque ya no esperamos que vaya a tener una incidencia significativa sobre el sector turístico.

Sin embargo, los otros tres principales mercados emisores de turistas para nuestro país mostrarán un descenso en 2003. Aunque la recesión económica parece estar superándose desde el verano en Alemania, Francia y, algo más lentamente, también en Italia, cualquier síntoma de recuperación no va a ser visible en el sector por parte de estos mercados hasta bien entrado el próximo ejercicio. Son países, en todo caso, que están dando ya algunas señales de mayor actividad emisora hacia otros mercados competidores en el segmento de sol y playa, como son algunos destinos del Este de Europa, como Croacia y Bulgaria, que están ganando cuota de mercado, y del extremo oriental del Mediterráneo, como Egipto y Turquía, ayudados además por las ganancias competitivas que ha permitido el contexto cambiario y la suavización de las tensiones geopolíticas tras la conclusión de la Guerra de Irak.

PREVISIONES PARA LOS PRINCIPALES PAISES EMISORES DE TURISMO

Gráfico 4.1.3

Varación anual del número de turistas extranjeros

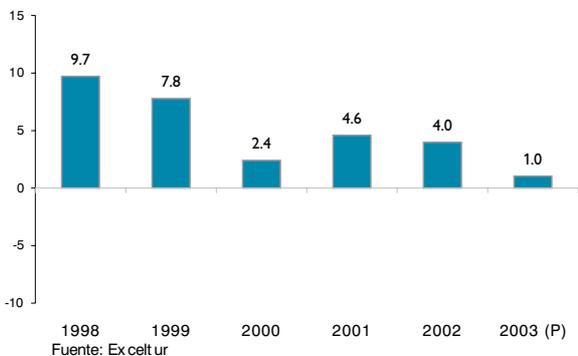


Gráfico 4.1.4

Varación anual del número de turistas en Alemania

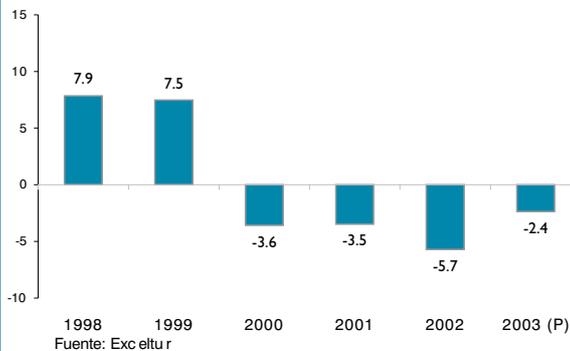


Gráfico 4.1.5

Varación anual del número de turistas en Reino Unido

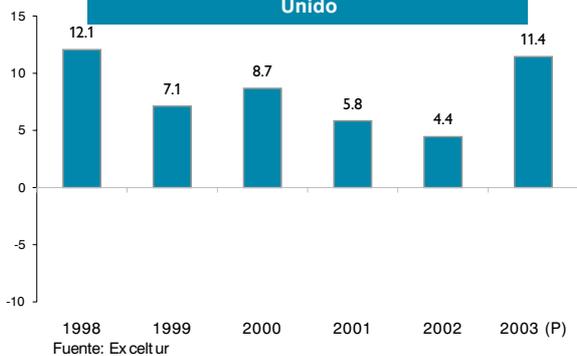
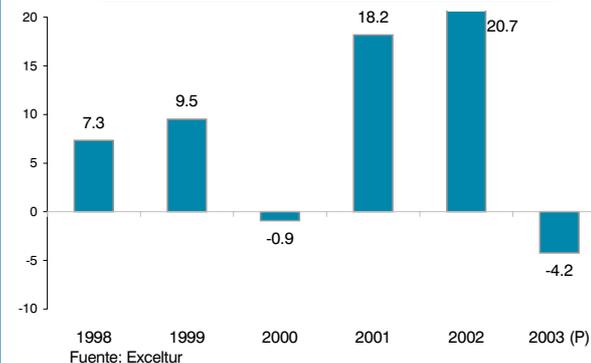
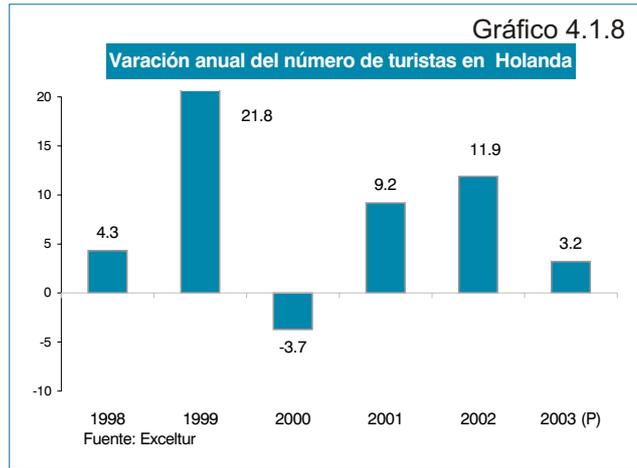
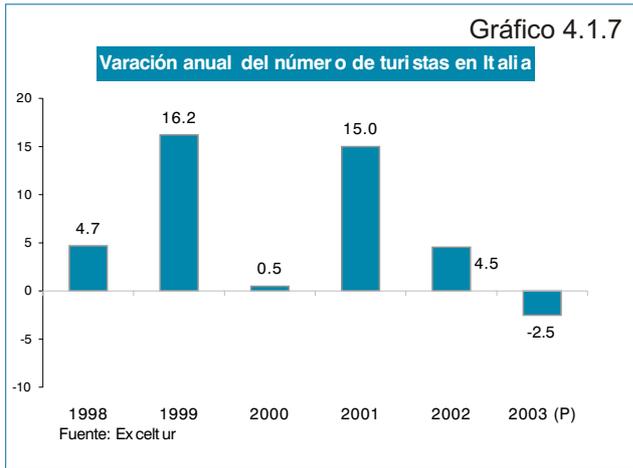


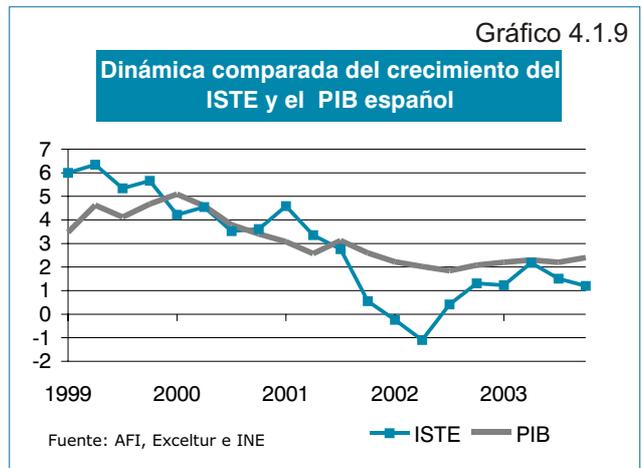
Gráfico 4.1.6

Varación anual del número de turistas en Francia



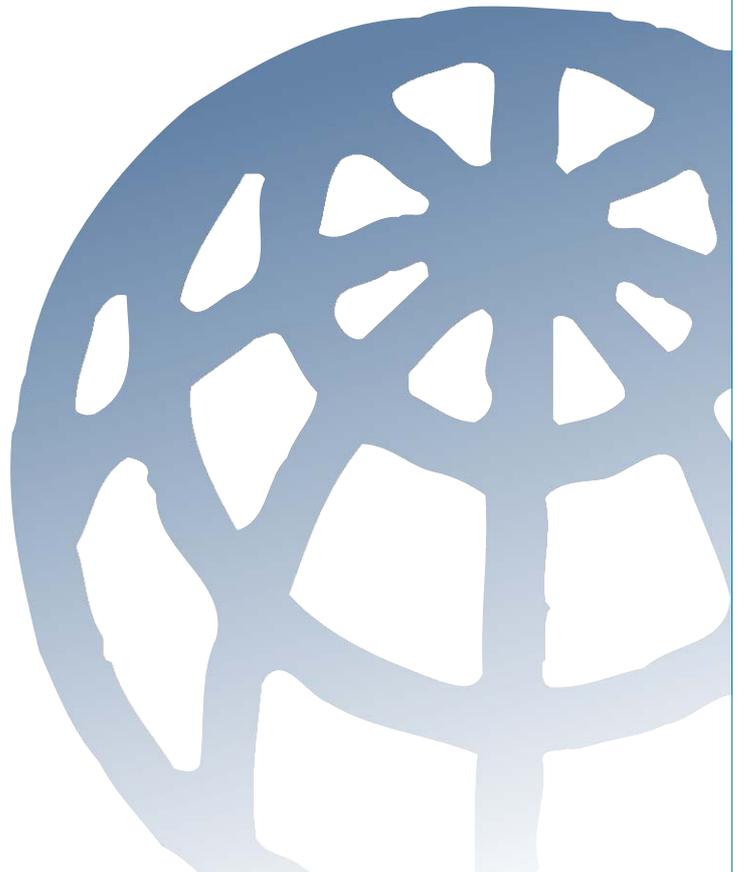


Con estos resultados es muy probable que la actividad del sector turístico, medido a través del indicador sintético ISTE, crecerá algo más que lo estimado hace unos meses, no tanto por la aportación esperada en el último cuarto del año (que podría moderarse algo) como por la evolución más favorable de los ingresos en el período estival y que condiciona con claridad los resultados del conjunto del ejercicio. Revisamos, por lo tanto, hasta el 1,5% el crecimiento previsto del sector en 2003, lo que sin duda es un elemento más positivo, pero aún es insuficiente para mantener el crecimiento que presentará previsiblemente la economía española en su conjunto, un 2,3% en 2003, liderada por otros sectores que han podido capitalizar las ventajas de políticas monetarias y fiscales muy expansivas para nuestro país.



Cluster Turístico

1. Alojamiento
2. Distribución
3. Transporte
4. Ocio



Cluster

1. Alojamiento

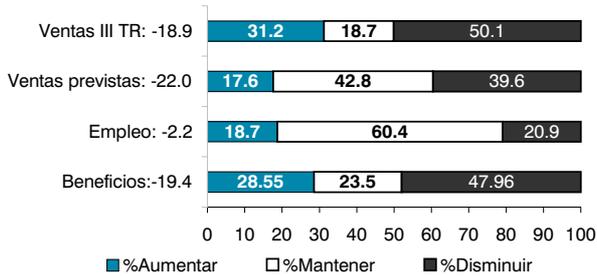
Dentro del esfuerzo de mejorar el Informe Perspectivas Turísticas, en este número se incluye por primera vez de forma diferenciada la opinión de hoteles vacacionales y urbanos. La explotación de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el sector de alojamiento en estos dos segmentos permite valorar comportamientos y sensibilidades diferenciales en cada uno de ellos en el actual escenario de la industria turística.

La actividad del sector de alojamiento en España ha mostrado síntomas de cierta recuperación durante la temporada de verano, en relación con la situación del segundo trimestre del 2003. Los resultados de la Encuesta de Clima Empresarial señalan que ha habido una modesta mejora de las expectativas, principalmente en los hoteles de destinos vacacionales del litoral. Por el contrario, el segmento de ciudad se mostró más sensible al actual escenario de desaceleración económica mundial y, por ello, los resultados que ofrecen las principales variables para este producto constatan un clima menos favorable.

A pesar de que las expectativas algo más positivas, los empresarios todavía mantienen dudas sobre una clara recuperación de la actividad hotelera. El ICTUR para el conjunto del sector de alojamiento se sitúa en un valor de -14,3 en el tercer trimestre, algo superior al -18,6 que se registraba en el segundo trimestre del año. Esta mejora del ICTUR viene liderada por las expectativas de los empresarios de hoteles vacacionales, que sitúa su valor en el 7,5 (-17,8 anterior), mientras que el segmento de alojamiento urbano profundiza su sentimiento pesimista entre julio y septiembre, con un valor de 25,8, que contrasta con los registros positivos alcanzados el pasado año.

Gráfico II.1.1

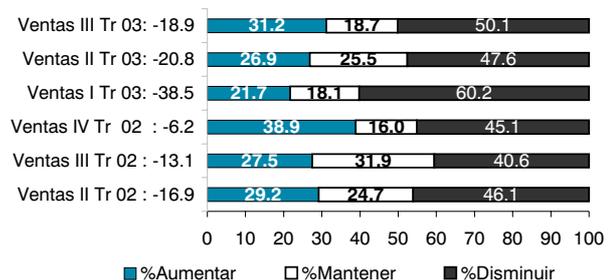
Opiniones empresariales en el sector alojamiento. III Tr 2003



Fuente: EXCELTUR.

Gráfico II.1.2

Evolución de las opiniones empresariales sobre sus ventas en el sector alojamiento



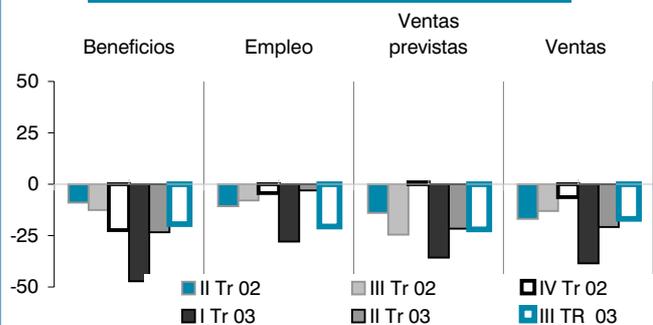
Fuente: EXCELTUR.

Si bien existe un cierto consenso sobre el descenso de las principales variables del negocio, los resultados han sido dispares y los alojamientos singulares y la parte de cadenas han tenido una evolución mucho más positiva que el promedio. El sector de alojamiento hotelero mantiene una pequeña mejora en las expectativas de ventas en relación con los registrados en el tercer trimestre del año 2002 en un contexto en el que se incrementa la percepción de aumento (31,2%) y permanece prácticamente estancado la de descenso (50,1%), sin embargo, las perspectivas para esta variable, pronostican un descenso de ventas previstas para el último trimestre del año.

La mejora de las ventas no ha tenido un impacto simétrico en la mejora de rentabilidad empresarial respecto a los mismos meses del pasado año, si bien ha operado con respecto al primer semestre del año. Por

Gráfico II.1.3

Evolución de las opiniones empresariales en alojamiento 2002/2003

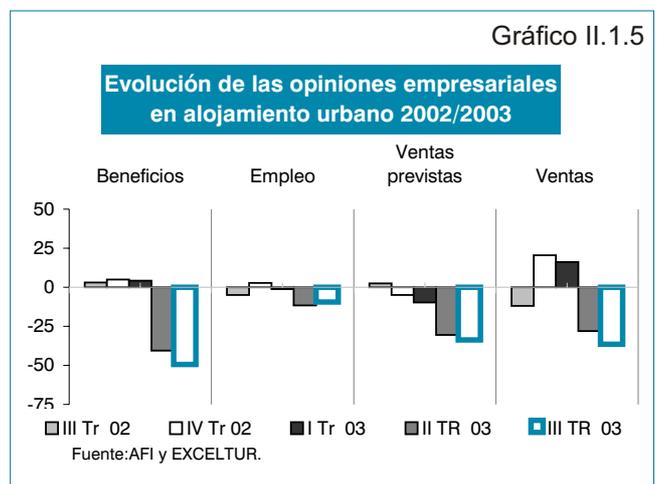
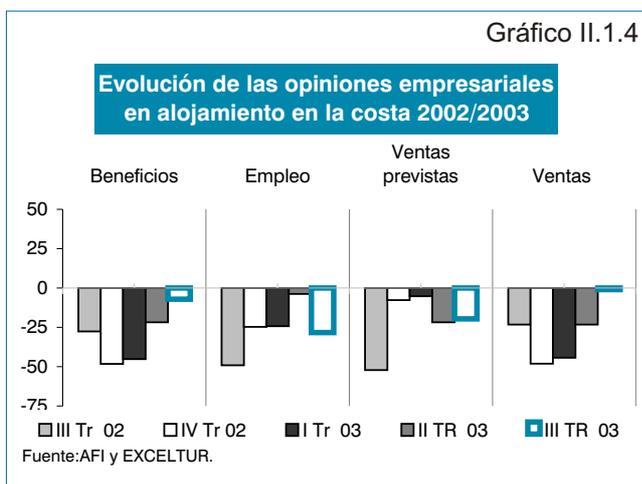


Fuente: AFI y EXCELTUR.

tanto, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur los resultados económicos de la temporada turística de verano siguen en general sin ser del todo satisfactorios para el segmento de alojamiento dado salvo para algunas cadenas y/o establecimientos singulares. En este contexto, la actividad hotelera ha visto reducida su capacidad de generación de empleo.

La valoración de los empresarios de la situación de su negocio en el alojamiento urbano ha sido aún negativa en el tercer trimestre e incluso se ha deteriorado respecto al periodo anterior. El proceso de ajuste en costes de viaje de las empresas y la postergación de las actividades de congresos y jornadas a causa del conflicto bélico y su incertidumbre acerca de su finalización explican el descenso de las ventas en este verano, agudizándose esta opinión respecto a trimestres precedentes. Al mismo tiempo, se mantiene un deterioro de las expectativas sobre ventas previstas, donde el 50,0% de los encuestados anticipan una disminución para el último cuarto de 2003. Con este comportamiento de la demanda y con los ajustes que están llevando a cabo en los precios hoteleros, la mayoría de los empresarios (65,9%) consideran que la rentabilidad de su negocio en este segmento está descendiendo.

En cambio, las opiniones empresariales del subsector de sol y playa se han modificado sensiblemente en relación con los resultados correspondientes al verano de 2002, según se desprende de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. Sobresale la recuperación de las ventas en el segmento de sol y playa, que alcanza niveles próximos a cero por primera vez desde que se realiza la encuesta. Este comportamiento de las ventas unido a una recuperación de los precios ha contribuido a reducir el sentimiento pesimista acerca de la evolución de los beneficios en los hoteles vinculados al turismo vacacional.



Las principales estadísticas de alojamiento proyectan un escenario de recuperación de las ventas en los meses de julio y agosto, en el que se observan tasas de crecimiento positivas de las pernoctaciones en todos los segmentos de alojamiento reglados con la excepción de los acampamentos (con un descenso del 3,2%) y, en menor medida, de los apartamentos, que sufren un ligero retroceso en la temporada de verano (-1,4%). La demanda de turismo rural modera la pujanza observada en el primer semestre de 2003 debido al comportamiento negativo observado en el segmento de no residentes. Así, frente al aumento del 17,8% acumulado hasta junio, en los dos meses siguientes se produce un descenso del 4,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

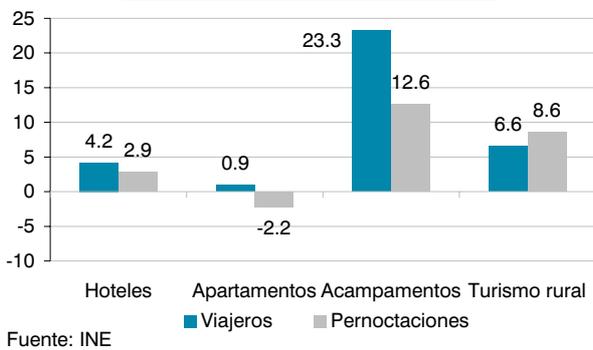
El aspecto más destacado de la demanda de alojamiento hotelero en la temporada estival ha sido, sin duda, la consolidación del aumento de las pernoctaciones en hoteles por parte de los no residentes y la fortaleza del turismo de los residentes nacionales, con un crecimiento en los meses de julio y agosto del 6,5% interanual, tasas superiores a las registradas en las pernoctaciones de los extranjeros en hoteles, que han aumentado un 2,1%. Uno de los rasgos que sigue afectando al alojamiento español es la reducción de la estancia media, si bien se advierte una contención en este proceso en los meses de verano. Esto supone que la estancia se ha anclado en 4,3 días en la temporada turística actual, el mismo registro que en 2002.

El mercado emisor que más ha contribuido a esta recuperación del alojamiento hotelero ha sido el británico, seguido en menor medida del alemán y el francés, todos ellos con tasas de crecimiento en el entorno del 4% en este periodo. También se aprecia una leve recuperación de las pernoctaciones de los holandeses mientras que la demanda hotelera de los turistas italianos sigue adoleciendo falta de impulso.

Año 2003

Gráfico II.1.6

**Demanda alojamientos reglados
Variación interanual. Ene-Ago 2003**



Temporada de verano

Gráfico II.1.7

**Demanda alojamientos reglados
Variación interanual Jul-Ago 2003**

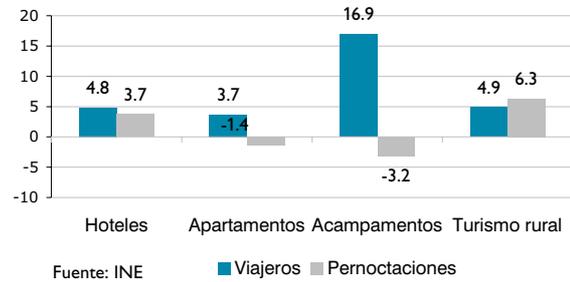


Gráfico II.1.8

**Demanda de residentes en alojamientos reglados.
Variación interanual. Ene-Ago 2003**

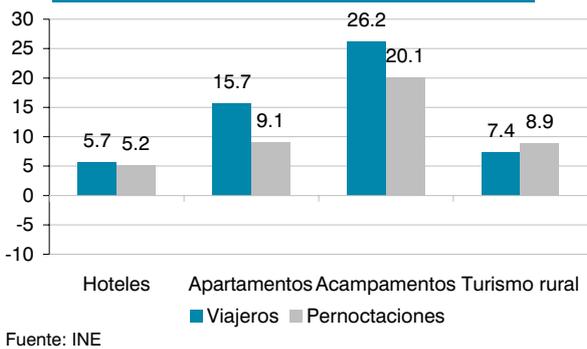


Gráfico II.1.9

**Demanda de residentes en alojamientos reglados.
Variación interanual. Jul-Ago 2003**

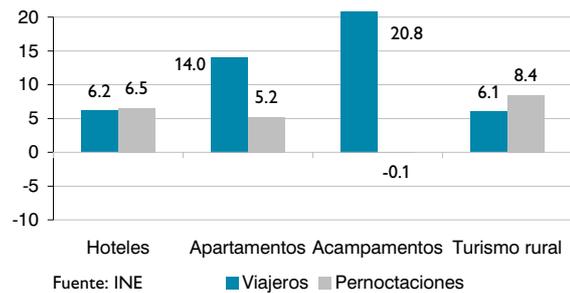


Gráfico II.1.10

**Demanda de extranjeros en alojamientos reglados.
Variación interanual. Ene-Ago 2003**

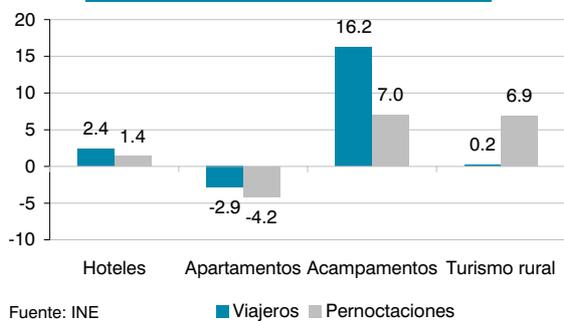
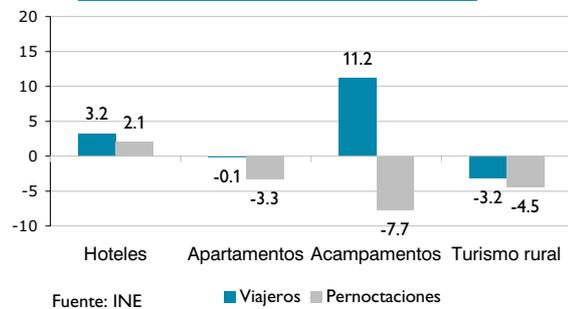
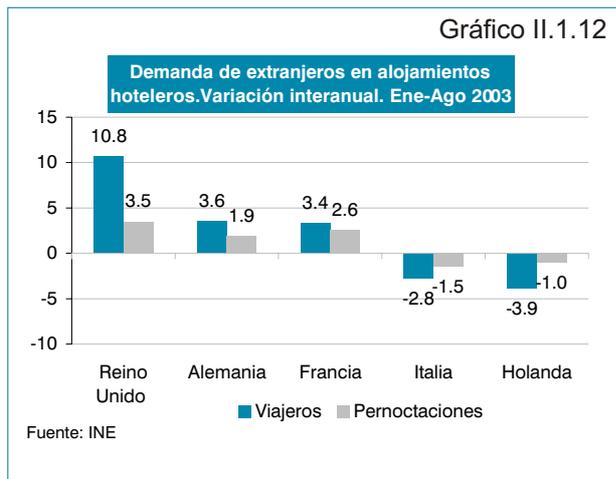


Gráfico II.1.11

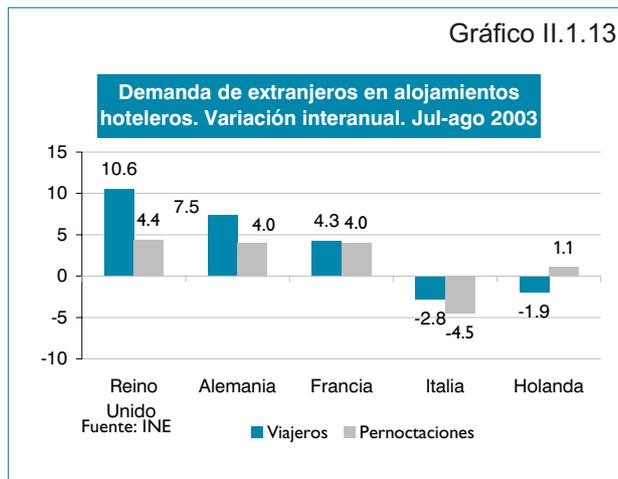
**Demanda de extranjeros en alojamientos reglados.
Variación interanual. Jul-Ago 2003**



Año 2003



Temporada de verano



El aumento observado en la demanda de alojamiento hotelero se está traduciendo en una recuperación de los ingresos (IIH), si bien modesta y muy localizada en los hoteles de mejores categorías y/o pertenecientes a cadenas, que en el mes de agosto han experimentado un notable empuje de la demanda (las pernoctaciones aumentan a tasas del 30%). Según el IIH que publica el INE, los ingresos hoteleros presentan un notable retroceso a lo largo de 2003 en los hoteles de tres y, sobre todo, de cuatro estrellas, categorías que ha sufrido el deterioro más acusado debido al ajuste en precios que han llevado a cabo para impulsar la demanda en un entorno de sobre oferta y competencia creciente. Es preciso recordar que el proceso de aumento de las plazas ha estado acompañado por un cambio hacia establecimientos de mayor categoría, que deben incrementar los niveles de calidad de la oferta. Así, la mayor oferta hotelera se está llevando a cabo en los segmentos de tres y cuatro estrellas en detrimento de las categorías inferiores.

Gráfico II.1.14

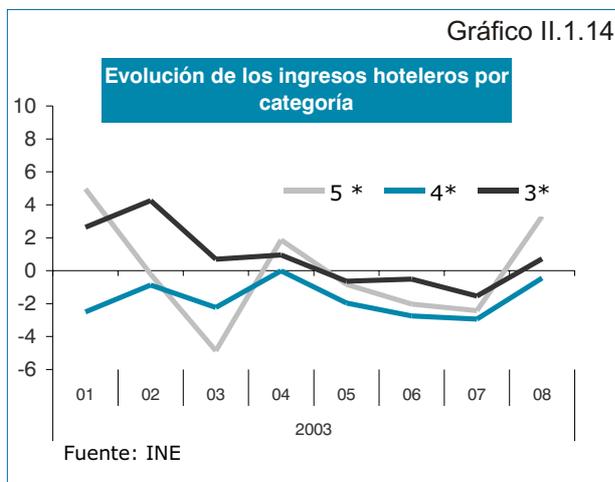
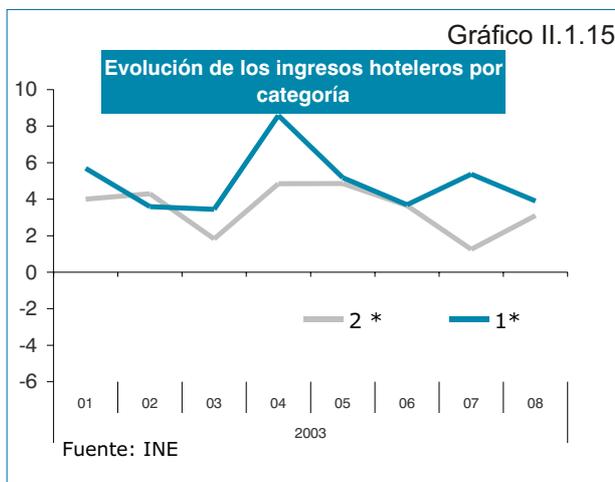


Gráfico II.1.15

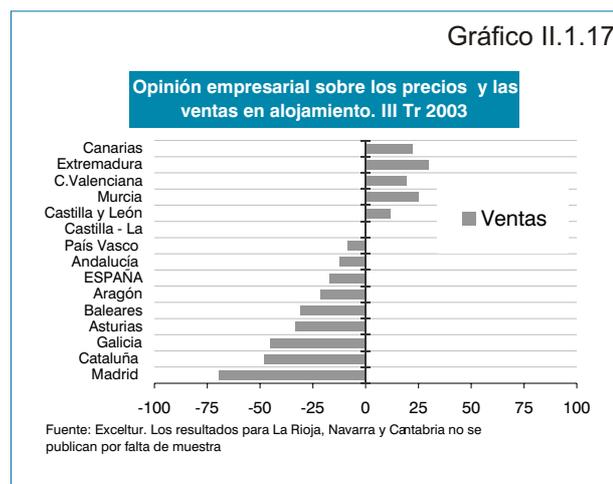
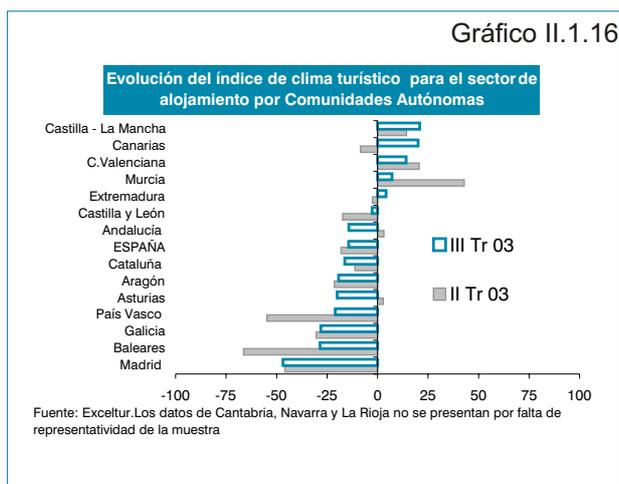


Esta situación del negocio hotelero no es muy distinta en Europa. Según un informe de MKG para hoteles urbanos, el ingreso medio por habitación disponible (Revpar) en distintos países europeos ha descendido en julio, resultado que interrumpe la recuperación observada en los dos meses precedentes. Alemania y España son los países en donde se ha producido una menor caída interanual del Revpar, con una tasa del 1,5% y -3,8%, respectivamente. En el lado opuesto se sitúa Holanda (-15,2%) mientras que Reino Unido, Francia e Italia ocupan las posiciones intermedias, con retrocesos en el entorno del 5%. En cuanto a las categorías, el informe también señala que son los hoteles europeos de 4 estrellas los que registran el descenso más acusado del Revpar en julio (-5,8%).

A pesar del descenso generalizado en Europa de la rentabilidad del negocio hotelero, España encabeza el ranking europeo de inversión en hoteles, lo que apunta a que las perspectivas del alojamiento urbano son positivas tanto desde el exterior como el interior. Durante los primeros ocho meses de 2003 el volumen de transacciones de 498 millones de euros, según un estudio publicado por Jones Lang LaSalle Hotels. La inversión hotelera en Europa de enero a agosto se incrementó un 84% respecto al mismo período de 2002 hasta alcanzar un volumen de 5.400 millones de euros. Mientras Europa duplica su resultado respecto al año pasado, España prácticamente lo cuadruplica, gracias a importantes operaciones de compra-

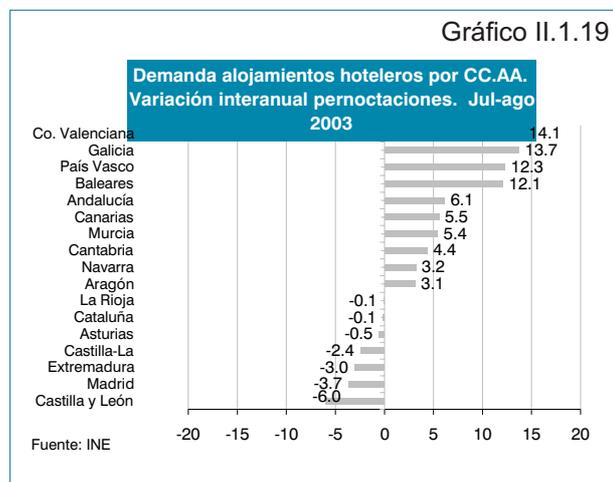
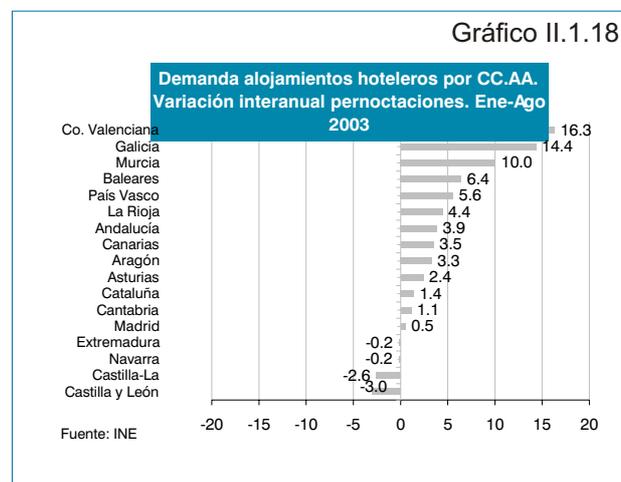
venta de establecimientos hoteleros en Barcelona y Madrid. Del estudio se desprende que el mayor interés por inmuebles hoteleros como oportunidad de inversión se debe entre otras causas a la reducción de la rentabilidad de los mercados inmobiliarios de oficinas y centros comerciales, y a la incertidumbre de la bolsa.

Desde la perspectiva de los distintos destinos turísticos españoles, los meses del verano han sido testigos de una mayor recuperación de la actividad turística en las Islas Canarias que se ha trasladado a una mejora de las expectativas de la clase empresarial, según la Encuesta de Clima Turístico elaborada por Exceltur. La fortaleza del mercado español y en ese destino el aumento del flujo de turistas extranjeros, fundamentalmente alemanes e ingleses, unido al consenso sobre la necesidad de tener que mantener una política de reducción en los precios han contribuido a la reactivación de la demanda en esta región insular. En **Baleares** se está consolidando el cambio de tendencia que comenzó a vislumbrarse durante el segundo trimestre de 2003. Aunque los empresarios no abandonan el clima negativo, se percibe una notable mejoría respecto a la situación del primer semestre del año. La EOH para estas Comunidades Autónomas recoge esta mejora, con crecimientos de las pernoctaciones en la temporada estival de un 12,1% para Baleares y de un 5,5% para Canarias.



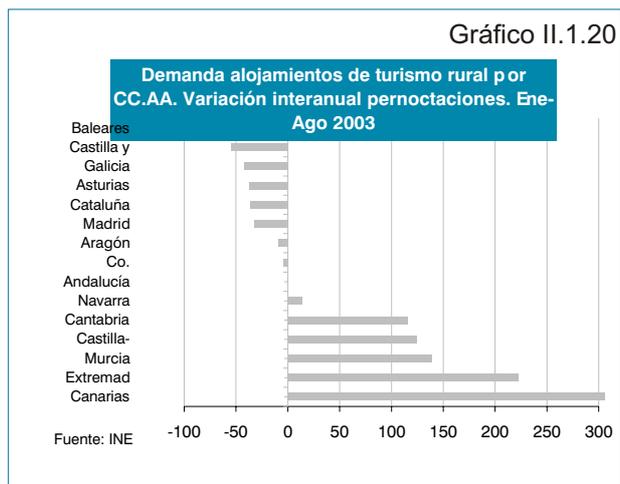
Los destinos turísticos de la **Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía** siguen favoreciéndose de la fortaleza del mercado español y en el caso de la Comunidad Valenciana, del dinamismo del mercado británico, que representa en torno al 45% del turismo extranjero recibido. En todo caso, la valoración de las empresas del sector de alojamiento se traduce en un descenso del índice de clima (ICTUR) respecto a los registrados el trimestre anterior y en el caso de **Andalucía** muestran un signo negativo por primera vez desde el inicio de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.

En la **Cornisa Cantábrica y Galicia** no han mejorado sustancialmente las perspectivas de los empresarios de alojamiento, que mantienen unas perspectivas inciertas de cara al final del año. Conviene matizar, no obstante, que la EOH no refleja en la misma intensidad esa percepción empresarial de desaceleración de la demanda, puesto que en Galicia y el País Vasco las pernoctaciones hoteleras aumentan un 13,7% y un 12,3%, respectivamente aunque sí se produce un notable descalabro del turismo rural (-33%).



La región más afectada por el descenso de la actividad turística entre las grandes ciudades ha sido Madrid, que por segundo trimestre consecutivo ocupa los últimos puestos según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. El ICTUR de Madrid ha permanecido anclado en niveles cercanos al 50, por lo que se deduce que los empresarios no esperan un notable cambio de esta tendencia durante los próximos meses. La caída de la llegada de turistas se ha dejado notar sobre las ventas de los establecimientos hoteleros, que a lo largo de los últimos tres meses han vivido descensos en las pernoctaciones del 3,7%, concentrándose el menor dinamismo en el mercado nacional frente al práctico estancamiento del extranjero.

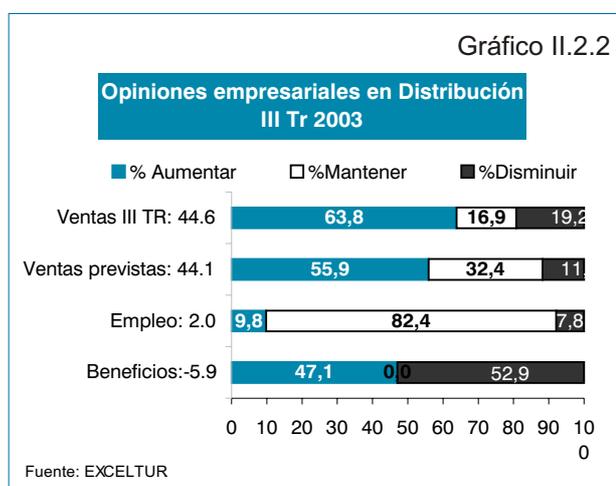
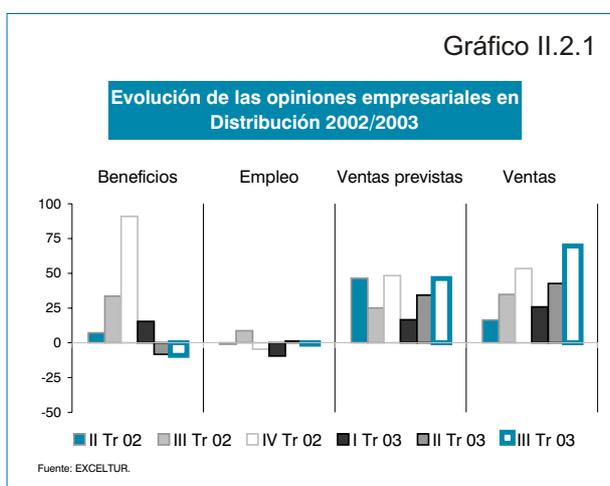
Cataluña ha sido uno de los destinos que han acusado durante este verano descenso notable del mercado francés, circunstancia que ha confirmado la encuesta correspondiente al tercer trimestre. De hecho, el ICTUR en Cataluña, aumenta el valor negativo hasta 16,3 puntos (-11,2 anterior) debido al deterioro del componente de ventas previstas ya que un 31,5% de los establecimientos opinan que descenderán en el próximo trimestre.



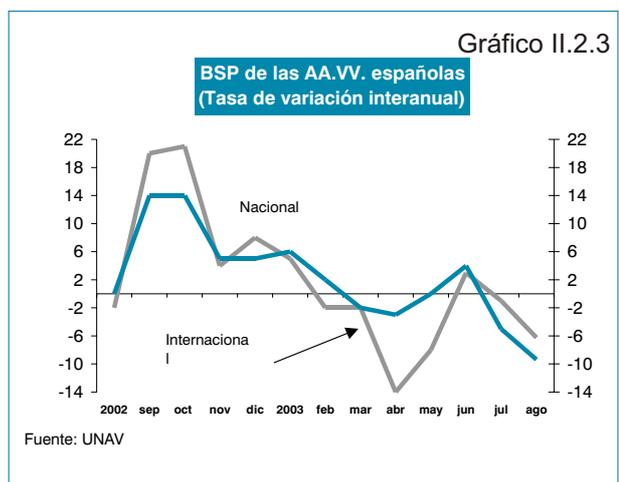
2. Distribución

Las expectativas empresariales para el sector de agencias de viaje de grandes grupos españoles siguen siendo bastantes favorables. **El Indicador de Clima Turístico Empresarial (ICTUR) se sitúa para los meses de julio, agosto y septiembre, en un valor positivo de 31,4, reflejando una mejora en el sentimiento empresarial respecto a las expectativas del segundo trimestre de este año.** La bonanza de este sector encuentra su justificación en el mayor dinamismo del turismo nacional. Las estrategias de reducción de precios unido a la situación de la economía española, que presenta un diagnóstico positivo en su componente de gasto familiar, contribuyen a la dinamización de una demanda que es susceptible de mejorar, incluso, el próximo año.

Los resultados son muy elocuentes. La percepción de las empresas de agencias de viaje sobre las ventas es muy positiva en el tercer trimestre del año. Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial Exceltur, un 63,8% de los empresarios constatan que la temporada de verano se ha saldado con un volumen de ventas mayor que en 2002, mientras que un 20,0% declaraban haber vendido menos, lo que sitúa el saldo en un valor de 44,1. Esta situación supone una mejora respecto a la opinión empresarial en los meses anteriores y las perspectivas en el corto plazo son alentadoras, dado que el 55,9% de las respuestas son positivas cuando se les pide opinión acerca de la evolución de la demanda para el final del año.



El mejor escenario en volumen de ventas para el sector de la distribución en la temporada de verano no viene sin embargo acompañado por un aumento de las liquidaciones de ventas de billetes de avión que realizan las agencias de viaje, lo que viene a apuntar un protagonismo creciente de las ventas de paquetes turísticos. Con la excepción de mayo y junio, en donde la actividad presentó una importante recuperación, **la producción de BSP continúa dibujando una senda descendente que se prolonga hasta julio y agosto de este año, con una caída del 6% interanual en los vuelos internacionales y del 9% para los vuelos nacionales.**



Si bien la sólida demanda interna sigue siendo el factor clave de las ventas en las agencias de los viajes españolas, cada vez es mayor el porcentaje de empresarios que muestra una mayor inquietud por el aumento de la competencia, como exponen el 45,7% de los encuestados. La proliferación de multiplicidad de agencias individuales y de las nuevas agencias de viajes por Internet junto con la reducción de comisiones aéreas y la intensificación de la guerra de precios que han puesto en marcha algunas empresas, están afectando a los márgenes unitarios con los que opera el sector. Este contexto queda reflejado en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur que, por segundo trimestre consecutivo, obtiene como resultado una valoración negativa de los beneficios. La rentabilidad del negocio de las empresas disminuyó para el 52,9% de los encuestados entre julio y septiembre, frente al 47% que sostiene que ha aumentado.

Bajo este escenario de mayor competencia y procesos de concentración crecientes, los empresarios no han podido obviar las campañas de promociones y ofertas, que se han acentuado en la temporada de verano. El mayor consenso de los empresarios acerca de la reducción de sus precios (un 33,1%, frente al 10% del pasado trimestre) son señales de que las políticas de reducción de precios que se iniciaron este año no han finalizado.

La opinión de las agencias de viajes en cuanto a los destinos españoles más solicitados por los turistas nacionales en el tercer trimestre, indica que éstos se concentran, al igual avala que en primavera, en las regiones de sol y playa, como es el caso de Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y las regiones insulares. Después de Andalucía, Canarias y Cataluña se han posicionado como los destinos más demandados, registrando un avance significativo gracias a la oferta de paquetes turísticos a un coste reducido.

Sorprende la valoración realizada de Baleares, que si bien el pasado año figuraba en los últimos puestos, desde la primavera se ha consolidado como uno de los destinos con más demanda por parte del turismo nacional. En contraposición, todas las regiones del Norte y del interior ostentan una valoración más desfavorable. De la encuesta se deriva también la recuperación de destinos internacionales de larga distancia (Caribe y América del Sur) como lugar de atracción turística para los españoles, mientras que sobresale la fortaleza de la demanda hacia destinos europeos.

Gráfico II.2.4

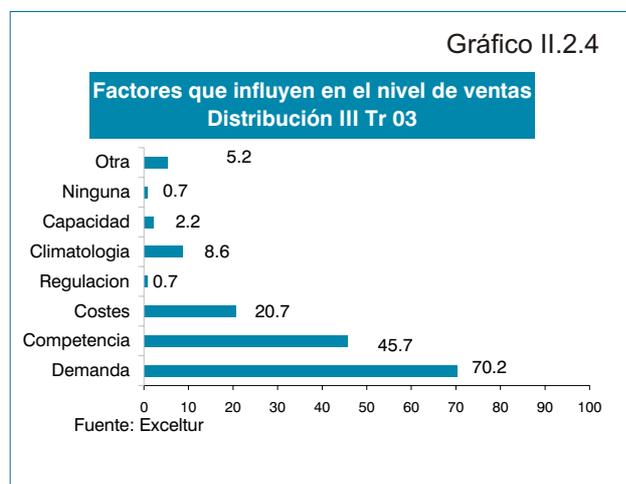
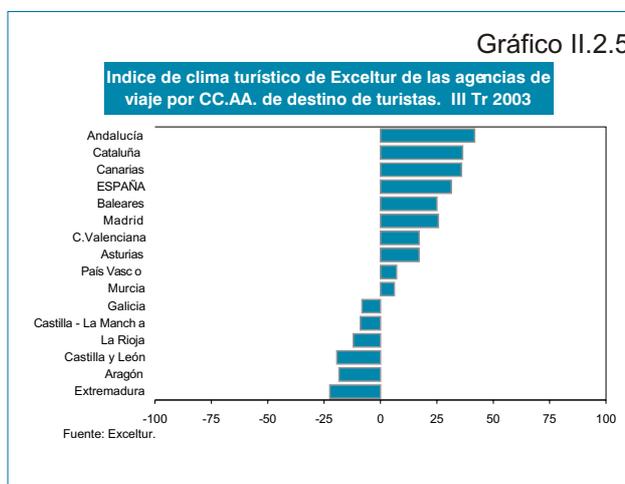


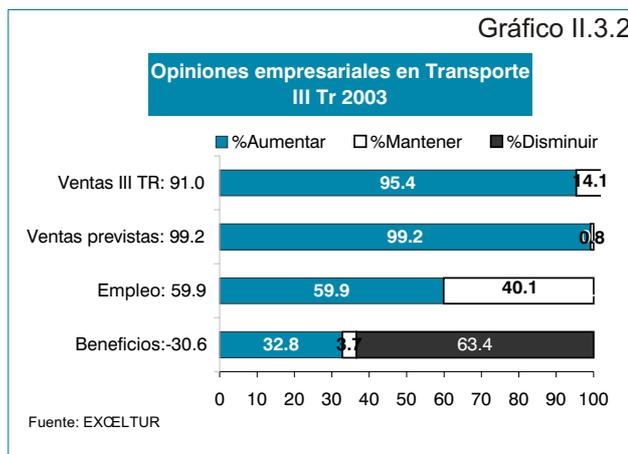
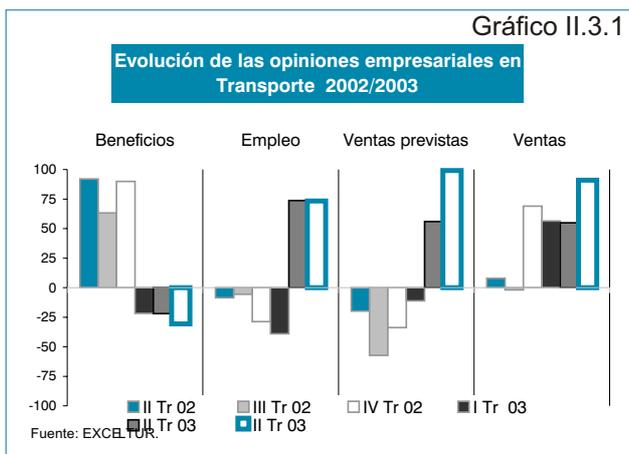
Gráfico II.2.5



3. Transporte

Los resultados de la Encuesta de Clima Turística para el transporte continúan ofreciendo en el tercer trimestre un tono marcadamente positivo en ventas y no tanto en beneficios, en un año caracterizado por el notable proceso de reestructuración que están llevando a cabo algunas de las empresas de este subsector, con fuertes ajustes en márgenes y costes de explotación. El Índice de Clima empresarial se sitúa en el 54,8 (67,5 del trimestre anterior), como consecuencia de las favorables perspectivas manifestadas por los subsectores aéreo y de vehículos de alquiler. La opinión vertida en la encuesta por las compañías de transporte ferroviario y marítimo es menos optimista, al estar condicionada por una demanda que no ha experimentado variaciones significativas respecto al verano de 2002.

La dinamización del mercado nacional es el factor más influyente en la opinión sobre la evolución de las ventas en el tercer trimestre, en donde existe una clara unanimidad sobre su aumento y con perspectivas de continuidad hasta final del año. Con este escenario, la encuesta de opinión sobre los planes de contratación de personal resulta especialmente favorable en las empresas del sector, tras los fuertes ajustes de empleo realizados el pasado año. Se constata un sentimiento positivo muy similar al del trimestre anterior, con más del 50% de los encuestados afirmando que han creado empleo en 2003.



La importante recuperación de la demanda desde comienzos de año es no obstante todavía insuficiente para lograr los deseados niveles de rentabilidad. La opinión de los empresarios del negocio de alquiler de vehículos se aleja de este consenso, el ferroviario y marítimo ocupan un lugar intermedio, mientras que el sector aéreo sigue ofreciendo los resultados relativos más bajos en términos de rentabilidad. El aumento de la competencia es uno de los elementos que ha condicionado de forma notable la percepción de mejora de los beneficios en los meses de verano, mostrando una mayor inquietud en este trimestre, como pone de manifiesto el 30,8% de los encuestados. Como consecuencia, se ha elevado el porcentaje de empresarios que han optado por la aplicación de una estrategia muy agresiva en precios, el 63,1%, frente al 16,5% que ha subido las tarifas respecto al mismo periodo de 2002.

Uno de los sectores que más ha transmitido la preocupación por el aumento de la competencia es el aéreo por la presencia creciente de las compañías de bajo coste. La nueva estructura del mercado está induciendo la puesta en marcha de importantes transformaciones en los modelos de gestión del negocio de las grandes compañías. Por un lado, ya se están aplicando intensos planes de ahorro de costes y, por otro, se efectuará un cambio de la estructura tarifaria, de tal manera que permita una mayor segmentación de la demanda. **La tarifa más barata que aplican estas nuevas compañías está**

Tabla II.3.1

Pasajeros por compañías (datos acumulados hasta agosto)

	2003	2002	Variación
HAPAG-LLOYD FLUGGESELLSCHAFT	2.920.917	2.649.152	10,3%
AIR BERLIN	3.859.209	2.644.999	45,9%
EASYJET AIRLINE CO. LTD.	2.814.593	1.442.945	95,1%
GO FLY LTD.	414.864	988.681	-58,0%
VIRGIN EXPRESS	665.836	616.081	8,1%
GERMANIA Fluggesellschaft mbH	79.092	145.826	-45,8%
RYANAIR LTD.	637.296	34.612	1741,3%
STAR EUROPE	103.457	112.937	-8,4%
Total	11.495.264	8.635.233	33,1%

Fuente: AENA

asociada a una estructura de producción que tiene menores costes. Su sistema de venta a través de Internet (95% de los billetes en algunas compañías) y reservas telefónicas, el uso de las líneas más rentables, en las que no entran las intercontinentales, y la utilización de una flota homogénea contribuyen entre otros a reducir gastos y costes y de ahí que los precios que aplican sean muy competitivos.

El crecimiento de las aerolíneas de bajo coste en 2003 sigue siendo espectacular. De acuerdo con los datos facilitados por Aena, en los ocho primeros meses del año las compañías de bajo coste han aumentado su volumen de pasajeros en más de un 30%. Las empresas con más cuota de mercado que operan en España este año son: EasyJet y Go (Reino Unido), Virgin (Bélgica), Star (Francia), Air Berlin (Alemania) y Ryan Air (Irlanda), a las que hay que unir las nuevas líneas de bajo coste de los propios TTOO como la Tui (Hapag-Lloyd).

Dentro de estas, **EasyJet (que ha absorbido a Go) junto con la compañía irlandesa Ryan Air son las que han experimentado un incremento de la demanda más expansivo en 2003.** Mientras la primera ha duplicado el volumen de pasajeros transportados, abriendo nuevas rutas a aeropuertos en destinos turísticos como Alicante e Ibiza, Ryan Air ha superado todas las expectativas, con un crecimiento del transporte de viajeros que multiplica por 18 el realizado el pasado año. La apertura de la conexión con aeropuertos pequeños como Girona, y en menor medida, Murcia y Jerez de la Frontera, han supuesto un revulsivo para esta empresa que sigue anunciando que operará en nuevas rutas como la que unirá Valladolid con Londres. Pero no es la única. La mayoría de las compañías de bajo coste tienen previsto incrementar su cuota de mercado en España, no sólo con nuevos trayectos, sino también ampliando la frecuencia que realizan entre distintos destinos turísticos.

Tabla II.3.2 y Tabla II.3.3

Pasajeros (datos acumulados hasta agosto)	EASYJET AIRLINE CO		
	2003	2002	Variación
EASYJET AIRLINE CO. LTD.	2,814,593	1,442,945	95.1%
BARCELONA	802,538	556,635	44.2%
MADRID-BARAJAS	243,901	188,295	29.5%
MALAGA	711,779	401,549	77.3%
PALMA DE MALLORCA	395,943	296,466	33.6%
ALICANTE	517,176	0	
BILBAO	76,950	0	
IBIZA	66,306	0	

Pasajeros (datos acumulados hasta agosto)	RYANAIR LTD.		
	2003	2002	Variación
RYANAIR LTD.	637,296	34,612	1741.3%
MALAGA	15,386	13,470	14.2%
ALICANTE	192	0	
SEVILLA	658	0	
GIRONA	538,821	0	
JEREZ DE LA FRONTERA	10,176	118	
MURCIA-SAN JAVIER	72,063	0	
REUS	0	2,553	
PALMA DE MALLORCA	0	12,305	
MENORCA	0	5,946	
VALENCIA	0	220	

El transporte aéreo se está mostrando como uno de los subsectores más dinámicos en 2003, recuperándose en cuanto a tráfico de la caída experimentada durante todo el año 2002 como consecuencia de los atentados del 11-S.

Los datos de AENA para el tercer trimestre apuntan avances muy significativos de los viajeros transportados, con variaciones interanuales del 8,6% en los vuelos nacionales y algo más moderadas, del 7,4% en los internacionales. La recuperación del tráfico aéreo internacional ha sido más tardía que la española, pero se consolida en los meses del verano, de acuerdo con los datos de la IATA. En todo caso, la reactivación de la actividad es bastante dispar entre regiones. Desde enero hasta agosto el tráfico de pasajeros creció en Oriente Medio, Sudamérica y sólo un 0,1% en Europa y, por el contrario, en la región de Asia, Pacífico y Norteamérica, con un 10% interanual, sigue disminuyendo.

Las cifras para España de AENA y Frontur permiten confirmar que los turistas extranjeros que visitan España y utilizan el transporte aéreo presentan un notable crecimiento en los primeros ocho meses del año, que queda reflejado en su mayor peso relativo que representa el 69% del total, frente al 65% de 2002 según Frontur.

El total de turistas que utilizó el avión para su desplazamiento vacacional ascendió en los ocho primeros meses del año a más de

Tabla II.3.4

Pasajeros por aeropuertos (acumulados hasta agosto)	2003	2002	Variación
	Málaga	7,863,939	6,954,059
Valencia	1,605,990	1,424,006	12.8%
Alicante	5,516,377	4,674,453	18.0%
Palma de Mallorca	13,551,945	12,584,930	7.7%
Menorca	1,954,045	1,920,406	1.8%
Ibiza	3,010,547	2,905,568	3.6%
Tenerife Sur	5,821,216	5,834,783	-0.2%
Tenerife Norte	1,894,774	1,621,927	16.8%
Gran Canaria	5,935,434	5,746,705	3.3%
Barcelona	15,047,190	14,210,089	5.9%
Gerona	897,083	373,748	140.0%
Reus	576,650	521,775	10.5%
TOTAL	47,154,267	43,666,837	8.0%

Fuente: AENA

25,6 millones de personas, un 1,5 millones más que en 2002. La información de AENA de los principales aeropuertos receptores de turistas indica que Málaga, Alicante, Tenerife Norte y Valencia son los aeropuertos que presentan un mayor crecimiento en el volumen de pasajeros. Sobresale en el mes de agosto el tráfico de Alicante, que supera el 20%, el aeropuerto de San Javier, con un aumento interanual del 50%, y Girona, que duplica la llegada de pasajeros respecto al mismo mes del año anterior. En cambio, los aeropuertos de insulares exhiben una actividad más moderada que el resto de Comunidades Autónomas.

De la evolución durante el tercer trimestre de los principales indicadores del transporte ferroviario se deduce un moderado comportamiento de su actividad, acorde con el a su vez moderado optimismo que revela la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. Así, el número de pasajeros por tren se incrementó en el período julio-agosto un 2,0% interanual, si bien este medio de transporte está siendo menos utilizado por los turistas extranjeros que visitan España, puesto que las llegadas de turistas por tren se han reducido un 19,8%, atendiendo a los resultados de FRONTUR.

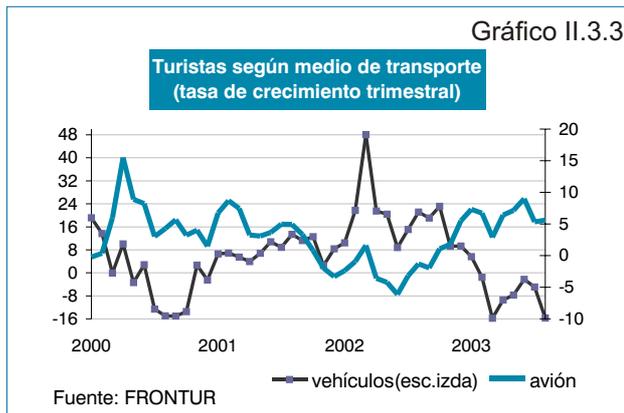
Tabla II.3.5

Sector de transporte

	Valor 2002(*)	Tasas anuales			Tasas interanuales						Ultimo dato	
		2000	2001	2002	2002				2003			
					I	II	III	IV	I			
Nº de pasajeros por medio de transporte utilizado												
Carretera (servicio discrecional)	319,545	-4.5	-3.2	9.3	15.2	21.2	5.5	-0.6	-2.4	-12.5	-1.9	ago
Avion	141,240	9.4	3.0	-1.8	-1.0	-5.3	-1.4	4.9	4.6	7.1	7.6	sep
Barco	19,097	7.2	0.2	0.0	7.1	-1.6	3.0	10.7	-12.4	--	--	mar
Tren	484,626	4.5	6.6	3.1	1.1	5.2	4.7	4.4	3.4	-0.1	2.0	ago

Fuente: INE
(*)unidad : miles

Según se desprende de la Encuesta de Clima de Exceltur, los navieros responsables del **transporte marítimo** consideran que su actividad se ha mantenido en el verano, si bien de manera desigual entre sus principales rutas. Por otro lado, el turismo de cruceros está teniendo un fuerte crecimiento en el Mediterráneo español y en particular en el caso de Valencia. La ciudad y las previsiones sitúan la escala de 65 cruceros y 55.000 cruceristas durante 2003, cifras que superan en un 12% las del año anterior. Puertos andaluces como el de Málaga y Bahía de Cádiz también están rompiendo al alza todas las expectativas, con un importante aumento tanto de las escalas como del número de pasajeros en la temporada de verano. Frontur recoge que el volumen de turistas que utilizó como medio de transporte barco se incrementó un 4,4% en los ocho primeros meses del año.



A diferencia de 2002, el transporte por carretera está sufriendo un importante declive, siendo el medio menos demandado tanto por los turistas que visitan España como por los viajeros nacionales. Al descenso de los desplazamientos por carretera nacionales de los residentes (cercano al 2%) se le une el de los turistas que, según FRONTUR, experimentan un retroceso muy significativo (12,5% interanual en los ocho primeros meses del año).

3.1 Alquiler de Vehículos

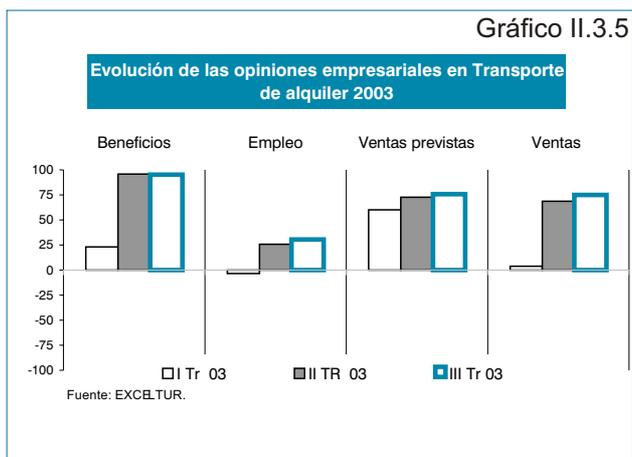
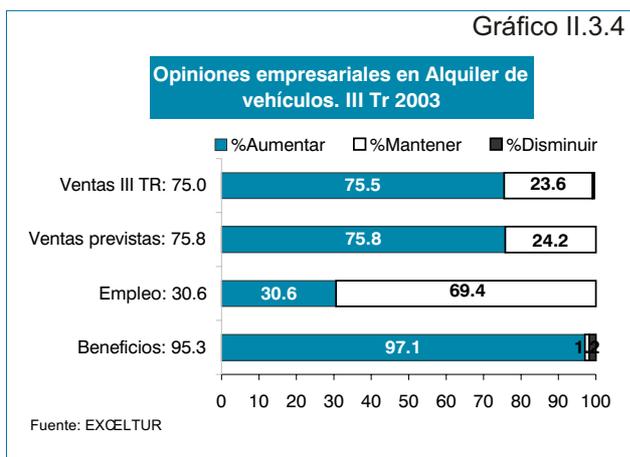
Las compañías de alquiler de vehículos han vivido un tercer trimestre marcado por un generalizado tono positivo. Como resultado, los empresarios contemplan con notable optimismo la evolución de sus principales variables reflejado en un valor del ICTUR de 67,8, frente al 29,8 del trimestre anterior.

Las empresas de alquiler de vehículos han superado la temporada de verano de 2003 con incrementos tanto en sus ventas como en sus beneficios, favorecidas por la recuperación de los flujos turísticos que utilizan el transporte aéreo. **El 75,5% de los empresarios del sector manifestaban haber experimentado un aumento en sus ventas y el 97,0% han obtenido una mayor rentabilidad de su negocio en relación con la temporada de verano del año 2002. Las perspectivas para el cuarto trimestre del año son positivas, con un 75,8% que espera una elevación de sus ventas**

respecto al mismo trimestre de 2002.

Este clima más optimista ha contribuido al aumento de la plantilla en las compañías de este subsector, según afirman los encuestados. El 30,6% de las respuestas son positivas cuando se les pide opinión acerca de la evolución del empleo, mientras que existe un consenso generalizado acerca de que no se han eliminado puestos de trabajo durante la temporada estival.

La introducción de la venta de servicios a través de internet y la aplicación de tarifas especiales o descuentos que han empezado a establecer algunas compañías se ha traducido en una tendencia a la reducción de los precios. El 65,3% de los encuestados asegura que sus precios se han reducido respecto al verano de 2002, frente al 29,2% que sostiene que han aumentado. Esto constituye un cambio de tendencia en la evolución de los precios en 2003, puesto que en el pasado año, la mayoría de los empresarios del transporte en alquiler consideraban que sus precios habían aumentado.



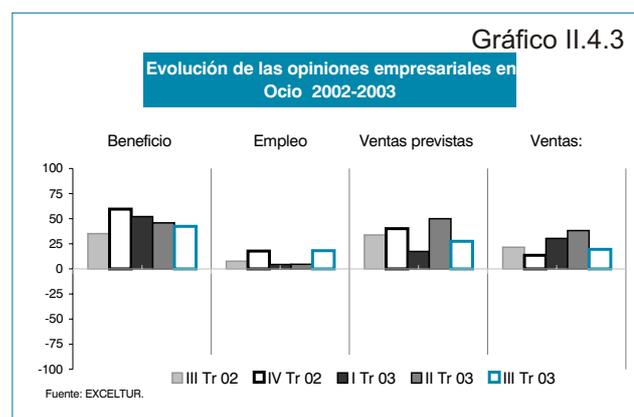
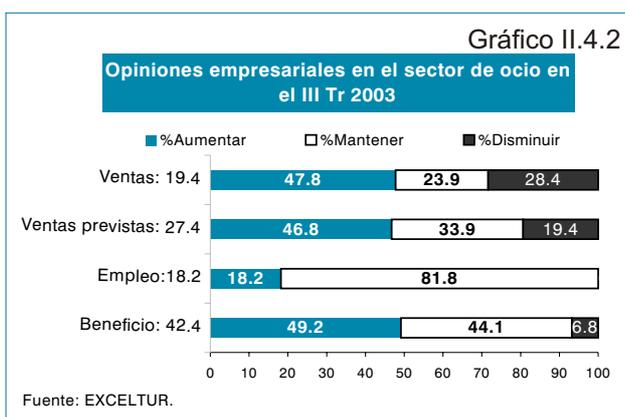
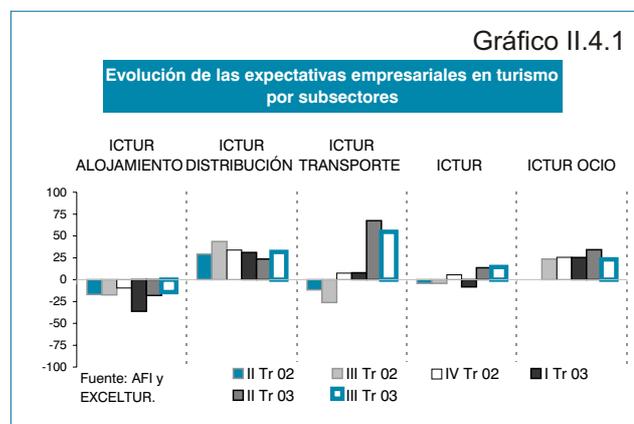
4. Ocio

En el tercer trimestre, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur se ha dirigido a los sectores de bienes culturales de atractivo turístico, como los museos y los monumentos, a los parques de ocio y a los campos de golf. En esta ocasión, la representatividad de la muestra sólo permite efectuar un análisis diferenciado para el turismo de golf y para los museos y monumentos.

El sector de ocio sigue transmitiendo una opinión muy positiva sobre la evolución de su actividad, que se plasma en un valor del ICTUR del 23,3 en los meses del verano, nivel en cualquier caso inferior a los máximos alcanzados en el trimestre anterior (34,3).

La bonanza de este sector es una muestra de la sensibilidad de los turistas hacia los elementos que incorporan un valor diferencial a los destinos como se han comentado en repetidas ocasiones en anteriores informes. En la medida en que se definan estrategias asociadas a la complementariedad del viaje turístico con una oferta de ocio especializada, tanto en lo referente a turismo cultural, de negocios o de naturaleza, como muy especialmente en los destinos maduros de sol y playa, se estará avanzando en limitar los cambios de la demanda, atrayendo a un turista de mayor gasto promedio y reforzando nuestra diferenciación frente a los destinos emergentes del Mediterráneo por otros atributos distintos del precio.

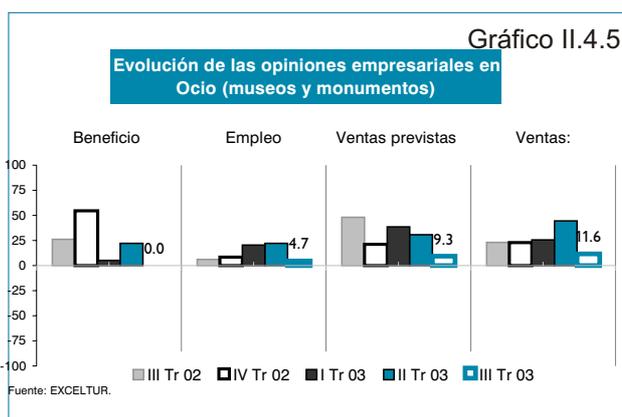
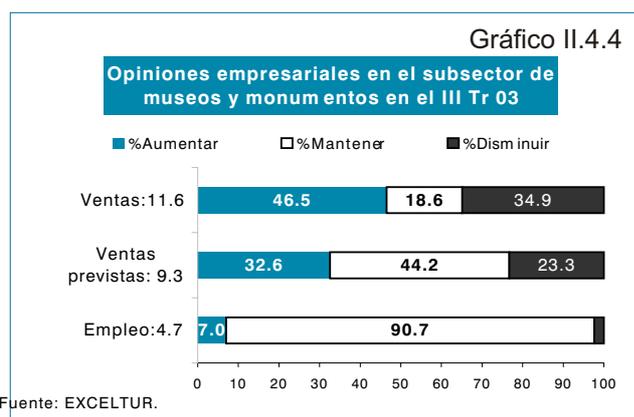
La percepción de las empresas de ocio sobre las variables más relevantes de su negocio es positiva en el tercer trimestre del año, si bien se detecta un menor optimismo respecto a trimestres precedentes. En torno al 47% de los encuestados expone que sus ventas o número de visitantes en la temporada del verano han aumentado, mientras que en trimestres anteriores dicho porcentaje se situaba entre el 50% y 60%. Las expectativas de la demanda para el último trimestre del año recogidas en las ventas previstas apuntan hacia una leve desaceleración respecto al mismo periodo del año anterior, aunque el tono sigue siendo marcadamente positivo. Con todo, la percepción acerca de su rentabilidad apenas ha variado en el tercer trimestre del año, habiendo aumentado para el 49,2% de los encuestados.



II.4.1. Museos y Monumentos

Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la opinión de los gestores de los museos y monumentos en España sigue siendo positiva, aunque se han moderado sustancialmente las favorables perspectivas que se habían formado a inicios del presente año. De hecho, el ICTUR para este sector alcanza su nivel más bajo desde el inicio de la encuesta, con un valor del 9,3, frente al 30,4 del trimestre anterior.

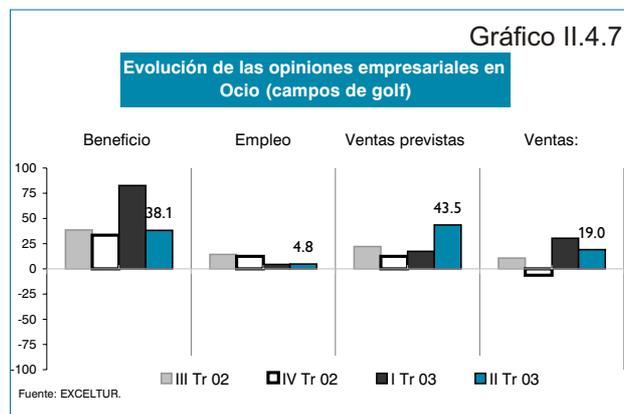
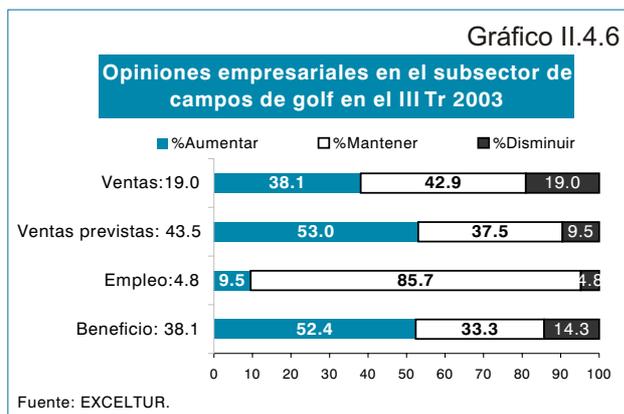
La opinión de las agencias de viajes españolas sobre el comportamiento de los destinos españoles, que señala que los más solicitados se concentran en los destinos costeros de sol y playa, y el descenso de la demanda de alojamiento urbano en la temporada de verano, han podido influir en la valoración de las ventas de los gerentes de los principales museos y monumentos españoles, que presentan una clara desaceleración en los meses del verano. Los resultados derivados de la encuesta indican que el 46,5% de los encuestados sostiene haber registrado un aumento en sus ventas en el tercer trimestre del año, mientras un 32,6% de los manifiestan que se incrementará la afluencia en el próximo trimestre, lo que sitúa los resultados por debajo de las expectativas del sector en el tercer trimestre.



II.4.2. Campos de Golf

Según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, el buen ritmo de la actividad en la primera mitad del año se acelera en el tercer trimestre, situando el ICTUR de los campos de golf en el 36,5 (33,9 en el trimestre anterior). La primacía del mercado británico como principal emisor de turistas está favoreciendo la actividad de este segmento del turismo. Según información de la Secretaría de Estado de Turismo, España recibe 600.000 visitantes aficionados al golf, de los que el 55% son extranjeros, en su mayoría procedentes del Reino Unido (65%), seguido de los países escandinavos (15%), Alemania (12%) y Francia (5%). Esta estructura de los turistas asociada al golf y el aumento del número de federados en España está contribuyendo a la mejora de las perspectivas del sector. Además, es un sector que se está potenciando por los ingresos que genera por turista. Los ingresos anuales del turismo de golf ascienden a 1300 millones de euros, mientras que el gasto diario por visitante en conceptos directamente relacionados con la práctica de este deporte está entre las 150 y 180 euros.

El porcentaje de gestores que opinan que sus ventas han aumentado este verano respecto al mismo periodo del año anterior duplica a aquellos con una percepción más negativa. Igualmente, las expectativas para el último trimestre del año recogidas en las variables de ventas previstas son más optimistas según el 53% de los encuestados. La coyuntura favorable por la que atraviesa el sector se refleja en la percepción de los beneficios, positiva para el 52,4% de los gerentes, aunque abandona los excepcionales registros alcanzados en la primavera. Donde sí parece haber un mayor consenso es en la evolución del empleo, pues los planes de contratación permanecen estables para el 85,7% de los encuestados.



Destinos

III.1. Análisis de las Comunidades Autónomas

Baleares
Canarias
Cataluña
Andalucía
C. Valenciana

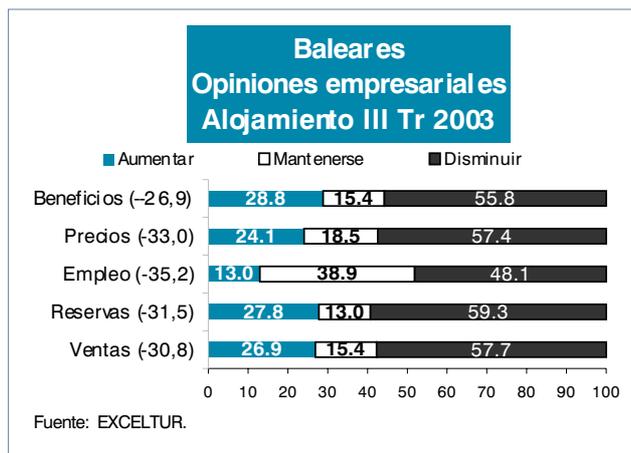
III.2. Fichas de las Comunidades Autónomas



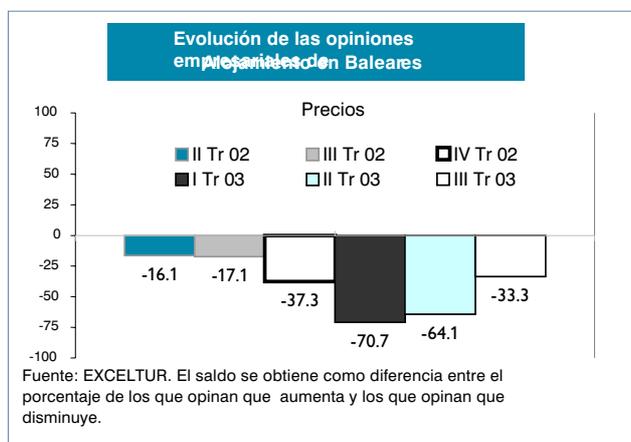
Análisis de las Comunidades Autónomas

Baleares

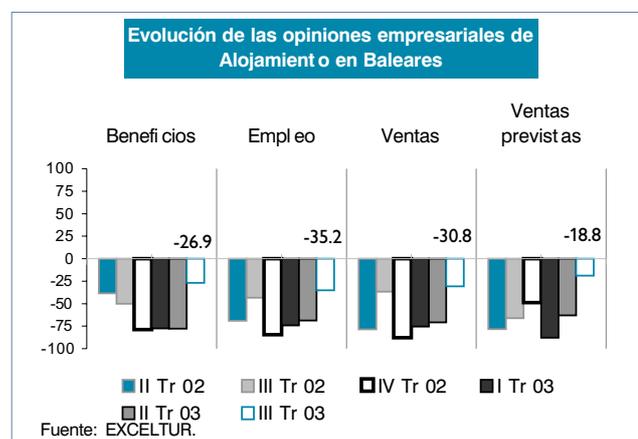
La evolución de los flujos turísticos durante el pasado verano ponen de manifiesto la consolidación del cambio de tendencia iniciado en el trimestre anterior. La demanda turística ha mostrado síntomas de cierta fortaleza en todos los destinos de las islas, tanto la procedente de extranjeros como del mercado nacional. En los meses de julio y agosto los viajeros alojados en hoteles se incrementaron un 12% interanual, correspondiendo tasas de variación muy similares a los residentes y foráneos. Las opiniones de los empresarios del sector de alojamiento vertidas en la Encuesta de clima de Exceltur **muestran también un tono más favorable** que en anteriores trimestres. Aunque todavía se percibe de forma mayoritaria un descenso de las ventas y los beneficios, se rompe por fin el pesimismo creciente que se animaba los trimestres anteriores y se comienza a ver nuevos horizontes de mejora.



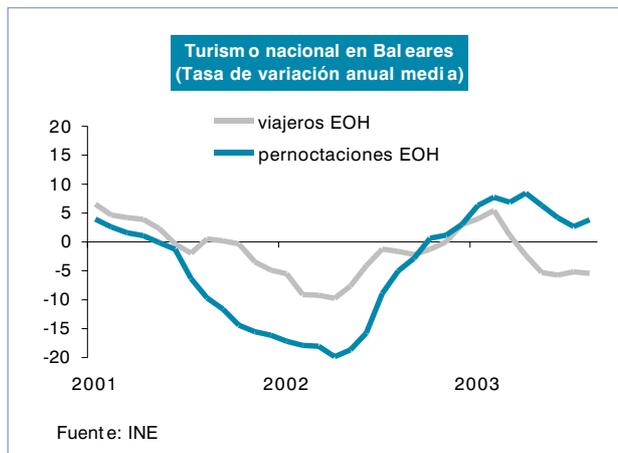
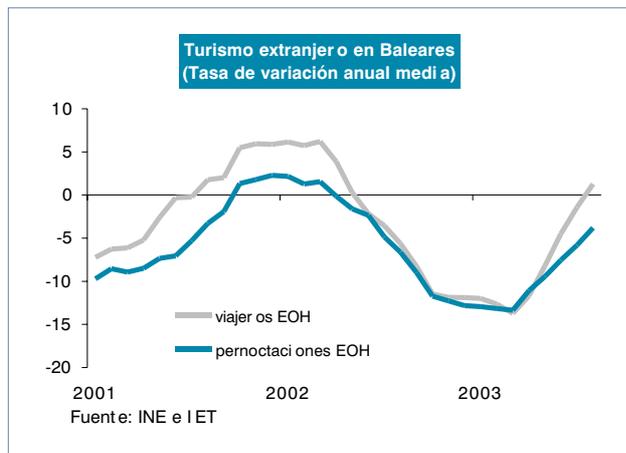
El componente de reducción de precios se situó en un nivel de 33,3, todavía negativo, pero más favorable a los registros de los dos primeros trimestres del año. El porcentaje de empresarios que perciben una reducción de precios durante el tercer trimestre todavía es mayoritario (57,4%) pero se aleja del 80-90% que se registraba en anteriores ediciones. El índice de precios hoteleros del INE, sin embargo, no refleja enteramente la amortiguación del ritmo de caída de los precios ya que en agosto mostraron un retroceso del 2,1% interanual, frente al 1,4% anterior.



La menor desaceleración de los precios que constatan los establecimientos del sector de alojamiento en un contexto de mayor actividad medida a través de las ventas **puede derivar en un mejor comportamiento de los resultados empresariales**. Aunque en general todavía se evidencia un cierto retroceso de los beneficios, para un 55,8% de los empresarios consultados, el valor del índice se sitúa en 26,9, es decir, **el registro menos negativo desde hace años y medio en que comenzamos a elaborar estas Encuestas de clima empresarial**. La Encuesta también revela unas mejores expectativas en lo que a la evolución de ventas se refiere. Tanto es así que el indicador de ventas previstas para el último trimestre del año se sitúa por encima del

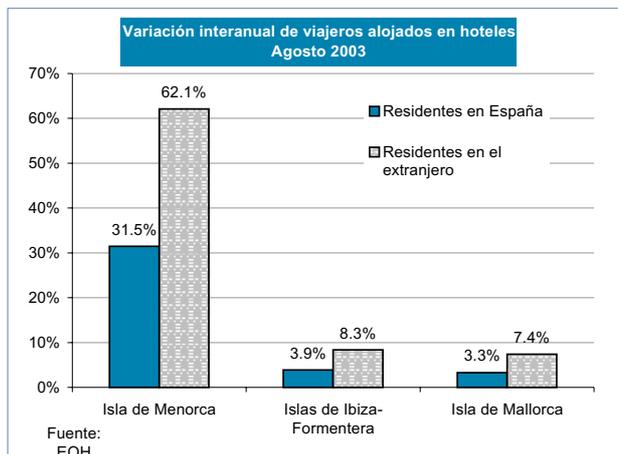


En el mes de agosto el turismo extranjero ha exhibido un mayor vigor como muestra el intenso crecimiento de los viajeros alojados en hoteles en agosto de un 11,8% interanual, superior al 7,6% correspondiente a los turistas nacionales. La lectura que se deriva de la evolución de las pernoctaciones es la contraria ya que en el caso del turista nacional se incrementaron un 20%, frente al 6,5% correspondiente a los turistas extranjeros. En conjunto, esta evolución se ha traducido en una **reducción de la estancia media hasta 7,92 días desde los 8,16 registrados en agosto del pasado año.**

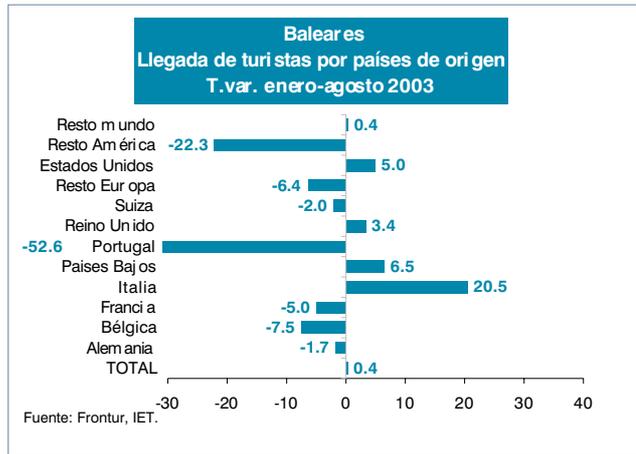
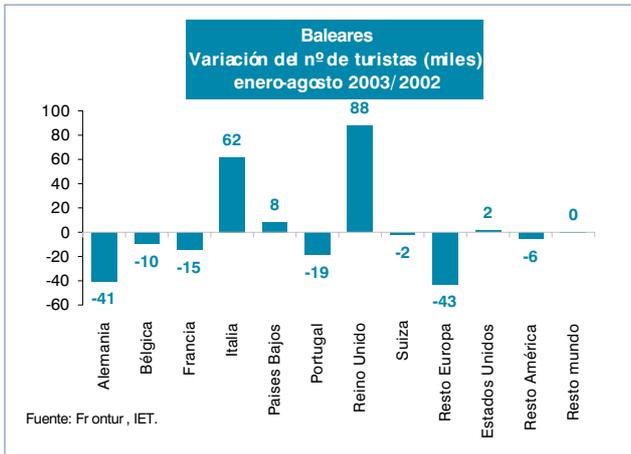


Sin duda el **destino más beneficiado en España** de la recuperación de la llegada de turistas extranjeros durante el pasado verano es la **isla de Menorca** que anotó un incremento del 62,1% del número de viajeros según se desprende de la EOH correspondiente al mes de agosto. De esta forma ha conseguido **incrementar la cuota de mercado** dentro de la Comunidad hasta un 10,2% desde el 7,4% que ostentaba en el mismo mes de 2002.

En todo caso, los datos facilitados por el aeropuerto de la isla reflejan un **descenso del número de pasajeros en septiembre** del 8,6% debido al retroceso de los pasajeros procedentes de Reino Unido, Alemania e Italia de un 10,75%, 28% y 14% respectivamente. Esta caída pone de relieve la **fuerte estacionalidad que manifiesta este destino**. También en el principal foco de atracción del turismo, Mallorca, se acentúa la estacionalidad, la propia Federación hotelera ha comunicado que **el 45% de los establecimientos adelantarán el cierre a mediados de octubre** debido a que los niveles de reservas para dicho mes no superan el 40%, casi 15 puntos menos respecto al mismo período del año pasado.

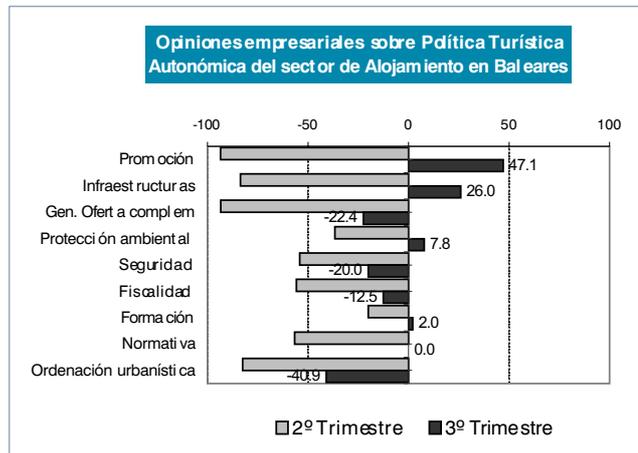


La recuperación de la demanda extranjera en los meses de verano ha permitido que en el período enero-agosto se incremente ligeramente la llegada de turistas, en un 0,4%. El principal impulsor ha sido nuevamente el mercado británico, con un incremento de 87.000 turistas más, seguido del italiano que registró un aumento de 62.000 turistas respecto al mismo período de 2002. El crecimiento del turismo británico ha sido, sin embargo, inferior al producido en otros destinos españoles, como Andalucía, Cataluña y la Comunidad de Valencia donde se han alcanzado tasas superiores al 20% impulsadas por la mayor actividad de las compañías aéreas de bajo coste. El mercado alemán sigue sin dar los síntomas de recuperación deseados, con una caída de más de 40.000 turistas respecto al pasado año, lo que se traduce en una pérdida de peso relativo hasta el 34,4% en el conjunto de mercados emisores para esta comunidad.



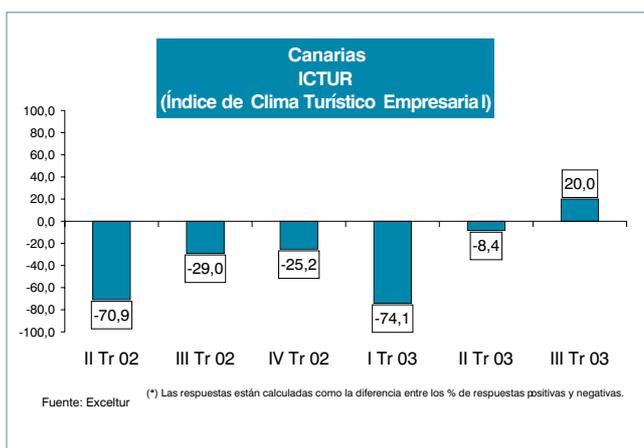
La aceleración de la demanda extranjera puede seguir favorecida por la tendencia a la reducción de precios, aunque los **descuentos comienzan a amortiguarse**. Según se desprende de un reciente informe del CittiB (Centro de Investigación y Tecnologías Turísticas de las Islas Baleares), **la rebaja de precios de los paquetes turísticos se situó en Baleares en el 1,5%**. Por destinos, Menorca ha quedado al margen de la rebaja de precios de los paquetes turísticos en el sector durante los últimos meses, mientras que en Mallorca la disminución de los precios es del 2% y en Ibiza la rebaja alcanzó el 1,6%. En este estudio se remarca que **las disminuciones de los costes son cada vez de menor intensidad** y que Baleares y Canarias registraron una disminución muy inferior de precios que la de los paquetes en la Península.

La sensible mejoría de las expectativas empresariales derivado del cambio de gobierno y de los esfuerzos de éste por consensuar y ampliar los cauces de dialogo con el sector privado han contribuido al **espectacular cambio de opinión en lo que se refiere a la valoración de la nueva política turística**. Algunos aspectos tradicionalmente peor valorados por los empresarios de las islas como la promoción han pasado a tener repentinamente registros muy positivos. El 62,7% de los gestores y empresarios hoteleros manifiestan una opinión favorable sobre las previstas iniciativas de promoción y el 54% sobre la adecuación de las infraestructuras. En todo caso, **sigue siendo mayoritaria la opinión negativa sobre la ordenación urbanística, aunque en mucha menor medida que en ediciones anteriores de la Encuesta de Exceltur**. Parece en este sentido que las iniciativas del nuevo gobierno elegido el pasado mayo están siendo acogidas favorablemente por el sector turístico.

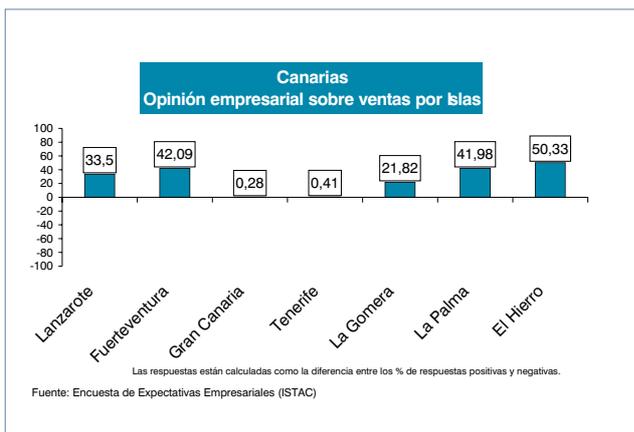
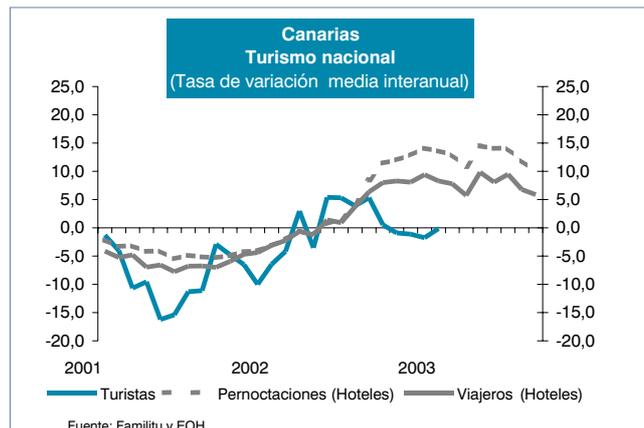
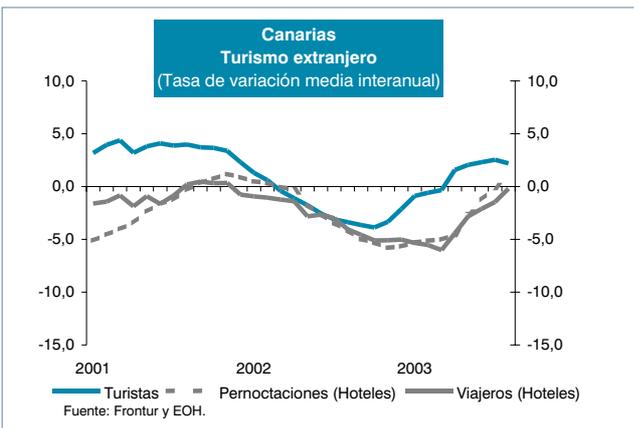


Canarias

Tras dos últimos años muy complejos, los destinos canarios han vivido un verano marcado por el dinamismo de la demanda que comienza a apuntar una tendencia a la recuperación, que habrá de refrendarse en los próximos meses. Lo cierto es que el comportamiento de los meses de julio, agosto y septiembre de 2003 ha ejercido un efecto muy positivo en las expectativas de los empresarios sobre la dinámica del negocio turístico. Por primera vez desde que se elabora la encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, el Índice de Clima Turístico (ICTUR), indicador que recoge las expectativas empresariales a través de la opinión manifestada sobre las ventas previstas, las reservas y el empleo, presentaba un valor positivo, cifrado en 20,0. Con este dato se dejan atrás los valores de -74,1 alcanzados en el primer trimestre de 2003, en pleno conflicto iraquí, y se afianza el cambio de tendencia ya apuntado en el segundo trimestre, cuando el ICTUR presentaba un valor de -8,4.



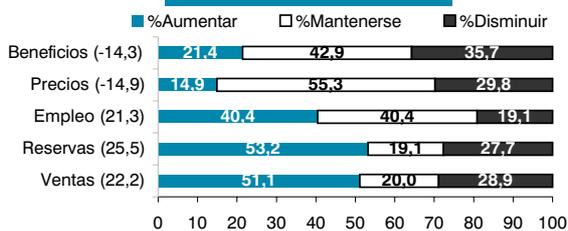
La dinamización de la demanda durante los meses de verano, cuyo máximo exponente se sitúa en el mes de agosto, se refleja en la mayor parte de los indicadores disponibles. El número de pernотaciones hoteleras recogidas por la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del INE presentaba en los meses de julio y agosto un aumento del 7,8%, corroborado por la opinión manifestada por los empresarios a la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, donde el 51,1% de los encuestados manifestaban haber experimentado un crecimiento de sus ventas en relación con la temporada de verano de 2002, por tan sólo un 28,9% que había observado una caída de este indicador, datos congruentes con los resultados obtenidos por la Encuesta de Expectativas Hoteleras realizada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC).



Los mejores resultados según la opinión de los empresarios se ha producido en las islas de Lanzarote, Fuerteventura, La Palma y El Hierro, donde la diferencia entre el porcentaje de empresarios que manifestaban un aumento y un descenso en sus ventas fue positivo y situado en un entorno de 40, según la Encuesta de Expectativas Hoteleras del Istac. Estos datos son congruentes con el crecimiento en el número de pasajeros llegados por vías aérea donde la información disponible para los meses de julio y agosto cifran el crecimiento en Lanzarote y Fuerteventura en un 7,4% y 5,7%, respectivamente, por el 7,1% de incremento en La Palma, mientras Gran Canaria presentaba un aumento del 3,7% y Tenerife Sur del 3,0%.

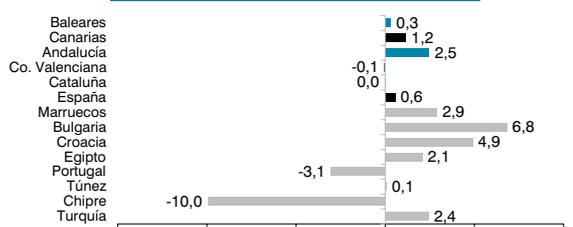
El principal protagonista, por segundo año consecutivo, de la buena temporada turística de verano ha sido el turista nacional. El incremento en el número de viajes de los españoles en un escenario de fuerte aumento del consumo privado y las ventajosas condiciones de precios ofrecidas por las agencias de viajes hacia los destinos canarios, favorecidas por el aumento de la capacidad aérea, han disparado la llegada de turistas españoles a las islas durante los meses de julio y agosto, siguiendo la tendencia iniciada el pasado año. Los datos de la EOH del INE son significativos al respecto; el aumento interanual en el número de pernотaciones de españoles en estos meses se sitúa en el 12,1%, y si se compara con el número de hace dos años el aumento alcanza el 44,2%, hasta representar el mercado español ya el 29,4% de la demanda hotelera canaria en estos meses, por el 21,7%, que representaba hace dos años.

Canarias Opiniones empresariales Alojamiento III Tr 2003



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

Canarias frente a sus competidores T.var. Interanual turistas ene-ago 2003 (*)



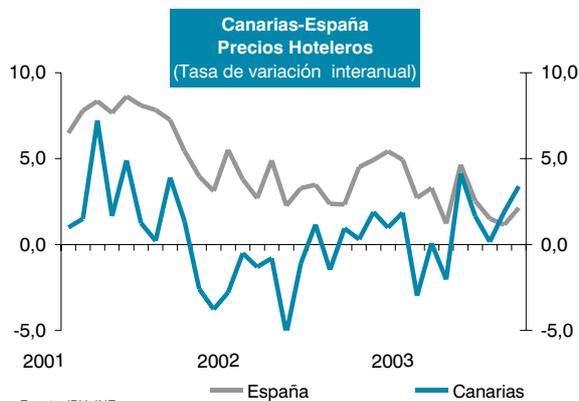
(*) para Croacia, Bulgaria, Chipre y Malta los datos son hasta julio, Egipto hasta junio, Marruecos hasta abril y Portugal hasta marzo.

Fuente: Frontur e Insitutos de Estadísticas nacionales

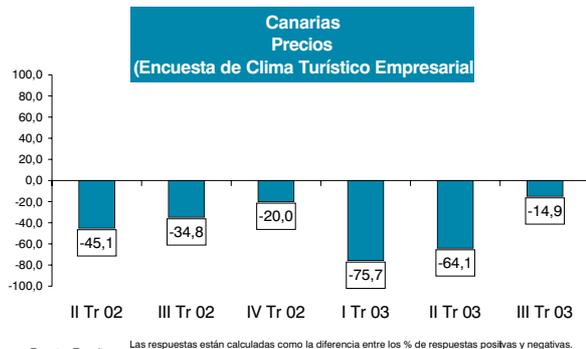
El comportamiento del mercado extranjero no ha seguido una senda tan favorable como el mercado español. Según los datos de Frontur de los meses de julio y agosto, el número de turistas extranjeros que visitaron las islas se redujo un 2,4% con respecto a los números de 2002, después de un comienzo del año muy positivo que cifra el crecimiento acumulado en lo que llevamos del año en un 1,2%. Si bien estos datos se han alcanzado en un contexto complejo, cabe decir que se sitúan algo por debajo de los registrados por algunos destinos competidores de las islas en el contexto mediterráneo como son el caso de Bulgaria, Croacia, Marruecos, Turquía y Egipto.

En este marco, la caída en el número de turistas extranjeros durante el verano no se ha dejado notar en el negocio hotelero, donde se ha producido un incremento en el número de viajeros y de pernoctaciones del 3,7% y del 6,1% respectivamente, en julio y agosto.

Buena parte de la capacidad de dinamización de la demanda hacia Canarias ha descansado en la generalizada apuesta por la contención de precios aplicada por el empresariado hotelero de las islas. Los limitados crecimientos interanuales en el Índice de Precios Hoteleros del INE durante los meses de mayo, junio y julio, donde no se supera el 2,0%, junto con la opinión de los empresarios manifestada en la Encuesta de Exceltur, donde todavía en el tercer trimestre del año los que afirmaban haber reducido los precios representaban el 29,8% de los empresarios, mientras el 55,3% manifestaba haberlos mantenido, son una muestra de esta tendencia. Con ello son ya tres años consecutivos de contención continuada de precios. Según el IPH del INE, los precios hoteleros en Canarias durante los meses de junio, julio y agosto de 2003 eran un 0,1%, menores que los del año 2000.



Fuente: IPH, INE.

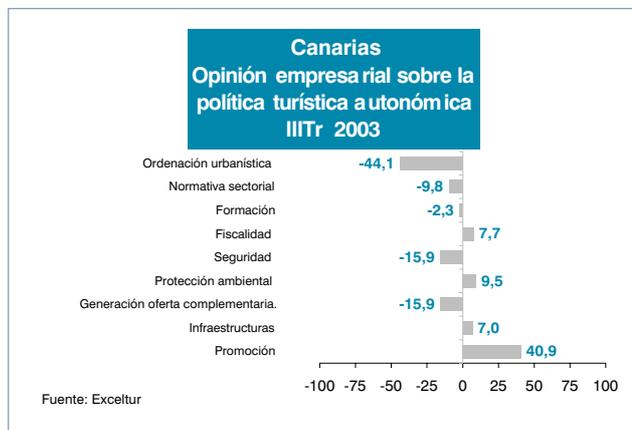
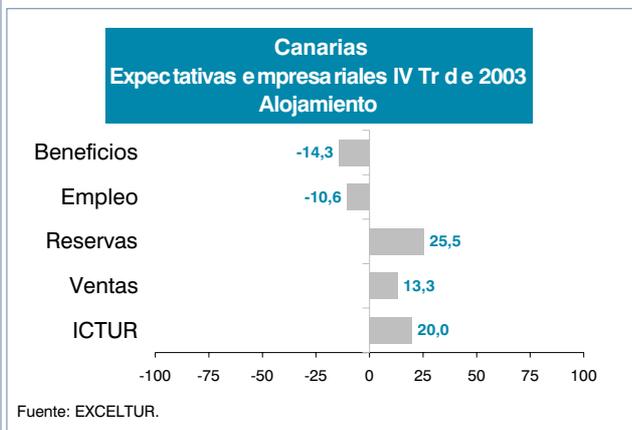


Fuente: Exceltur. Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

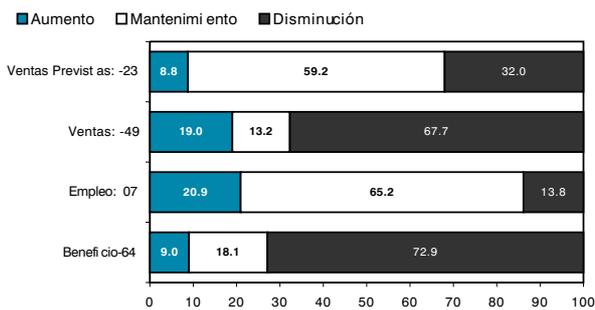
En este contexto de precios, los buenos resultados en términos de ventas no se han dejado notar en la rentabilidad. Todavía en el tercer trimestre un 35,7% de los empresarios experimentaban una caída en sus beneficios, mientras apenas un 21,4% manifestaban haber experimentado un crecimiento de este indicador. Sin ser todavía buenas estas cifras, cabe destacar que se alejan de las registradas durante el año 2002 y el primer trimestre del presente año, aunque no han supuesto una mejoría respecto a la situación de recuperación ya mostrada en el segundo trimestre de 2003. Cabe destacar que del total de empresas, las que han incrementado levemente los precios han sido las que mejores resultados en términos de beneficios han obtenido, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Los empresarios son optimistas respecto a la evolución de las ventas para el último trimestre del año, que es temporada alta en las islas, si bien en un contexto de falta de recuperación de beneficios. Tanto la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur como la Encuesta de Expectativas Hoteleras del Istac así lo manifiestan.

El empresariado canario sigue mostrando una preocupación por la situación del crecimiento urbanístico, la seguridad y la inversión en elementos de oferta complementaria, como temas centrales sobre los que seguir trabajando por parte de las administraciones públicas. La buena acogida que tuvo la aprobación de las Directrices de Ordenación del Territorio y del Turismo, que permitió mejorar la percepción empresarial sobre la política autonómica en materia urbanística en el primer trimestre del año, no ha evitado que se vuelva a una percepción negativa en este tercer trimestre. Por el contrario, los empresarios siguen manifestando una opinión muy positiva en relación con las actuaciones de promoción pública realizadas en las islas.



Opiniones empresariales de Alojamiento en Cataluña III Tr 2003



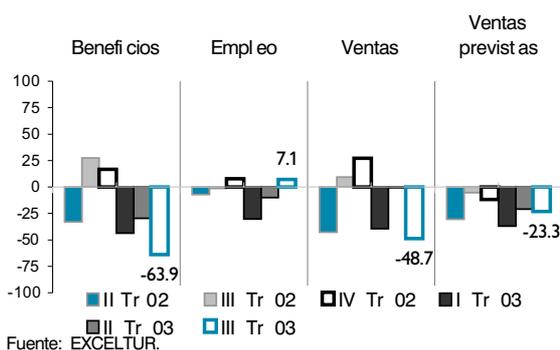
Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumentará y los que opinan que disminuirá.

Cataluña ha sido uno de los destinos que más ha acusado durante el pasado verano la notable **contracción del mercado francés**. Pese al **descenso de 250 mil turistas en los meses de julio y agosto**, en lo que va de año el número de turistas extranjeros se ha estabilizado en 8,6 millones, consolidándose como uno de los destinos principales del turismo foráneo con una cuota de mercado del 23,2%. En este contexto no es de sorprender **la percepción más algo negativa que muestran los empresarios sobre la evolución de ventas y beneficios** en la Encuesta de Clima de Exceltur correspondiente al tercer trimestre del año. En concreto, el porcentaje de empresarios del sector de alojamiento que percibe un descenso de las ventas se elevó al 68% durante este período.

El índice de clima (ICTUR) empeora hasta un nivel de -16,3 puntos (-11,2 en el 2º trimestre) debido al deterioro del componente de ventas previstas ya que un 31,5% de los establecimientos opinan que descenderán en el último trimestre del 2003. Mucho más pesimistas en todo caso son las opiniones vertidas en la encuesta sobre los beneficios donde se evidencia que un **73,5% de los empresarios del sector de alojamiento constatan un descenso**.

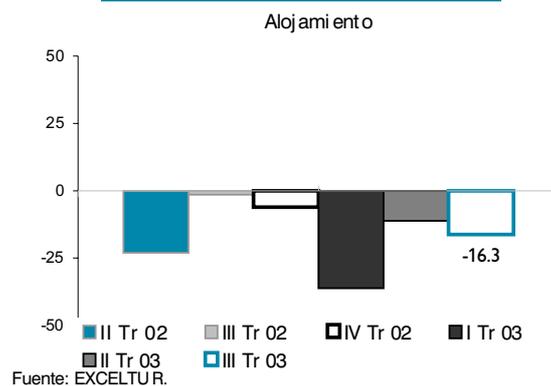
Esta negativa percepción responde a la evidencia de una reducción de ventas en un contexto de descenso de los precios. El porcentaje de empresarios del sector que opinan que se ha producido una reducción de precios aumentó hasta el 60% en el tercer trimestre, desde el 41,2% anterior.

Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Cataluña



Fuente: EXCELTUR.

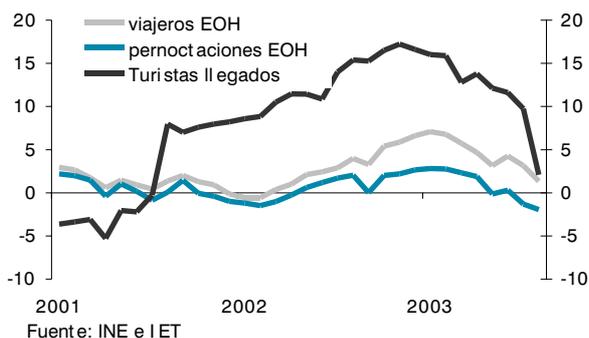
Evolución del Índice de Clima en Cataluña



Fuente: EXCELTUR.

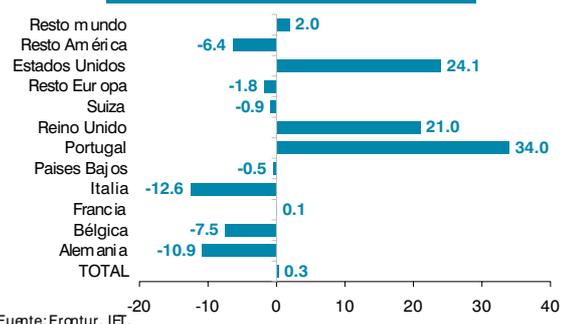
En cuanto a la evolución de los flujos turísticos por nacionalidades, en el conjunto del año el mercado británico sigue ganando cuota de mercado con un incremento de 205 mil turistas hasta agosto que, prácticamente, ha compensado el descenso de los turistas procedentes de Alemania, Bélgica e Italia (-214 mil en total). En todo caso, en los meses de **julio y agosto el retroceso interanual del turismo extranjero con destino en Cataluña supera el 6%**, la mayor caída junto a la correspondiente a la Comunidad valenciana.

Turismo extranjero en Cataluña (Tasa de variación anual media)



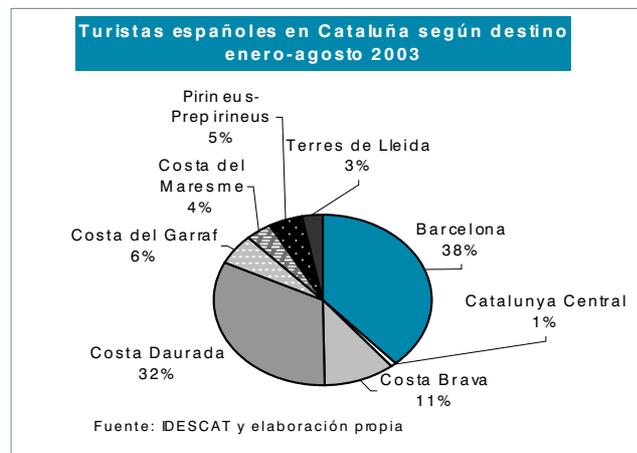
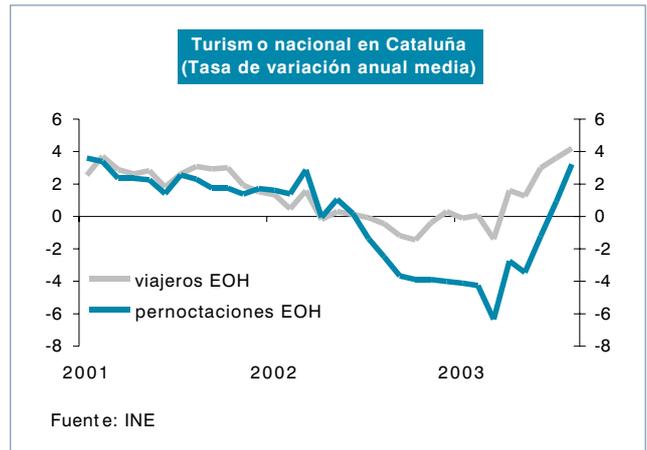
Fuente: INE e IET

Cataluña Llegada de turistas por países de origen T. var. en enero-agosto o 2003



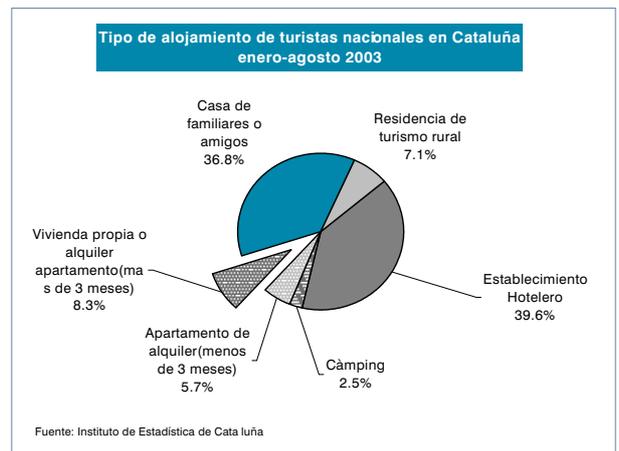
Fuente: FronTur, IET.

El descenso de los viajeros extranjeros alojados en hoteles durante el pasado verano (-4,4% interanual) contrasta con el favorable comportamiento del turismo nacional (+6,7%). Los destinos preferidos por los turistas españoles dentro de esta Comunidad Autónoma son Barcelona, Costa Daurada y Costa Brava. La evolución del turismo en estas zonas revela el **mejor comportamiento relativo de Costa Daurada con un crecimiento del 11% de los turistas en agosto y del 14,3% interanual de las pernoctaciones**, lo que ha provocado un incremento del grado de ocupación por habitación hasta el 84,8% en agosto desde el 74% registrado en julio.



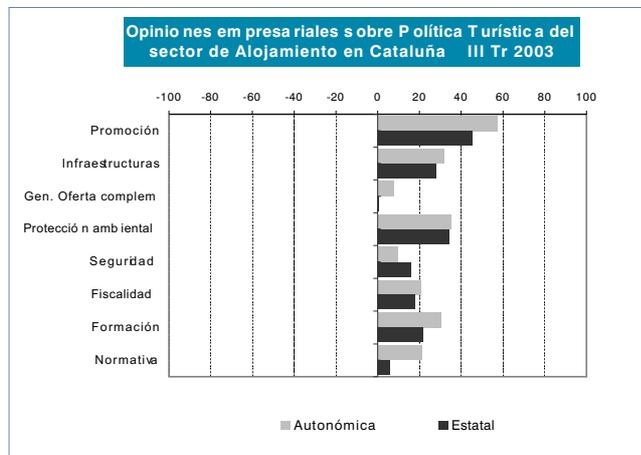
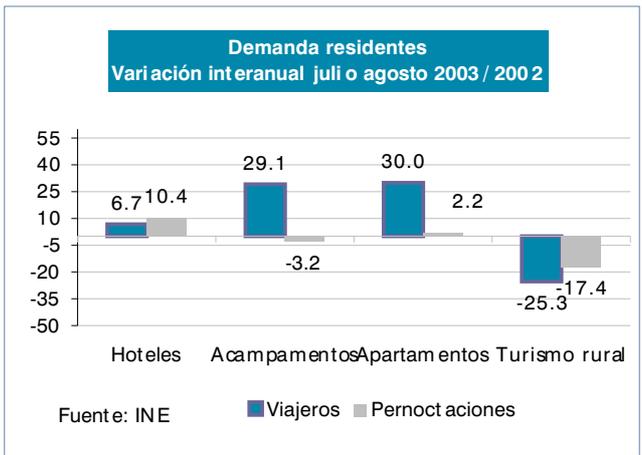
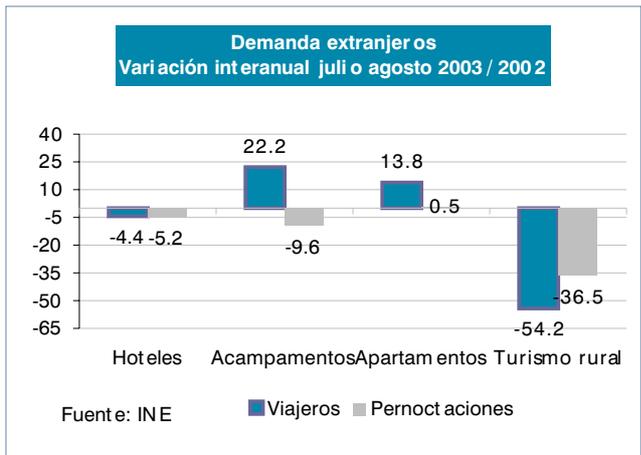
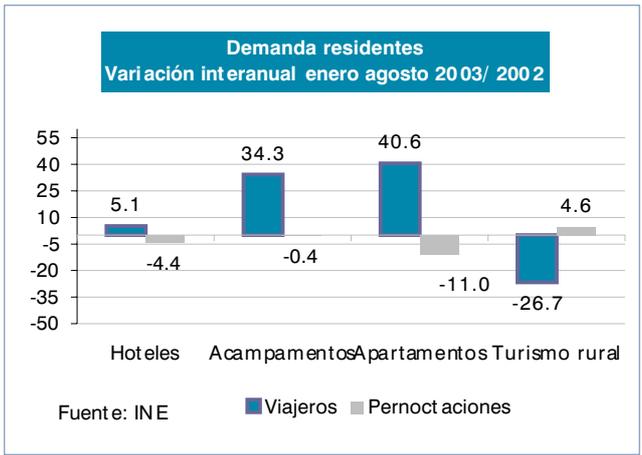
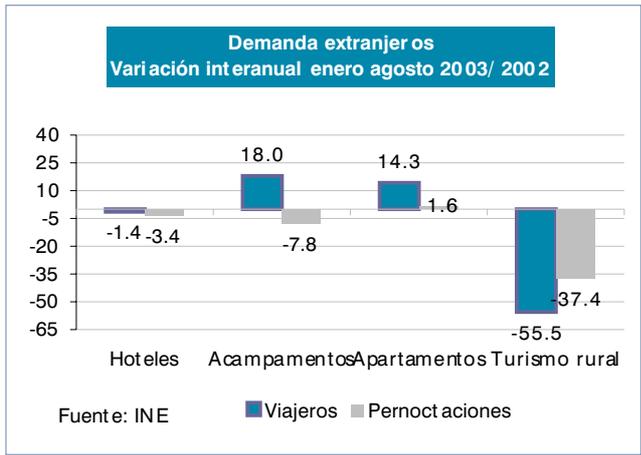
La Encuesta de Coyuntura del sector hotelero que publica la Cámara Oficial de Comercio de Barcelona **constata también las mejores perspectivas para el tercer trimestre en Costa Daurada que en el resto de destinos, lo cual demuestra el importante papel impulsor que supone Universal Port Aventura para este destino**. En concreto, un 80% de los establecimientos hoteleros consultados de esta zona turística anticipan una mejora de la tendencia de los negocios, frente al 51% que responden lo mismo para el conjunto de Cataluña.

El **turismo extranjero** sigue teniendo como destino principal Costa Brava, con una cuota cercana al 40%. Es destacable la **cada vez mayor afluencia de turistas por avión** a este destino que reflejan las cifras de agosto publicadas por AENA. En dicho mes el porcentaje mayor de crecimiento de pasajeros corresponde al aeropuerto de **Girona-Costa Brava, con 218.239 usuarios, un 88,9% más que el pasado año, gracias al incremento de demanda de las líneas de bajo coste**.



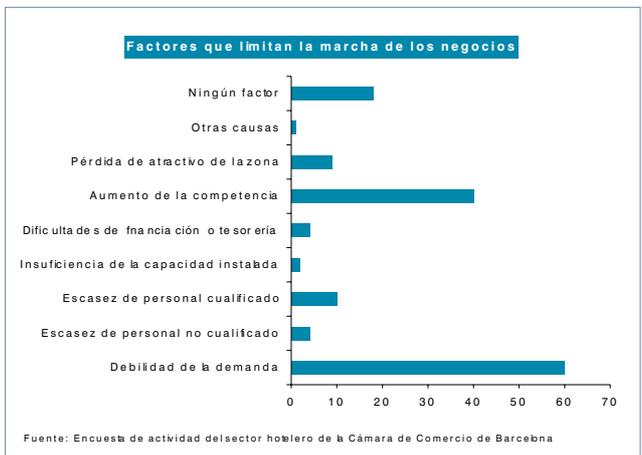
En lo que respecta a la **tipología de alojamiento**, aunque el establecimiento hotelero sigue siendo el que concentra una mayor cuota de mercado, se incrementa el peso relativo de la vivienda gratuita (tanto en propiedad como de familiares y amigos) y en **alquiler entre los turistas nacionales**. Hay que resaltar que los **hoteles que han registrado un mayor crecimiento tanto en turistas como en pernoctaciones son los de categoría superior, de cuatro y cinco estrellas, en línea con lo sucedido en el conjunto nacional**.

Como adelantábamos en el anterior informe, el turista extranjero también está cambiando sus pautas de comportamiento hacia las modalidades más **económicas de alojamiento y, en concreto, hacia los camping**. En los meses de julio y agosto la demanda de acampamentos por parte de no residentes se incrementó un 22,2% respecto al mismo período del pasado año. De esta forma los viajeros alojados en acampamentos concentran el 19,8% de los viajeros no residentes (1,13 millones) y el 27,7% de los residentes (1,39 millones) durante los primeros ocho meses del año.



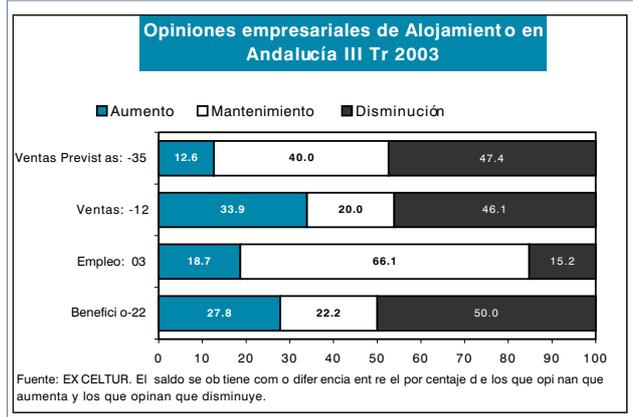
La valoración de la política turística que se deriva de la encuesta de Exceltur sigue muy positiva en lo que respecta al apoyo de la estrategia de las administraciones públicas en **promoción**. Sin embargo, tras la celebración del año Gaudí en 2002 y el Año del Diseño inaugurado en marzo de 2003 parece que los empresarios del sector de alojamiento **valoran menos positivamente la generación de oferta complementaria**. En este ámbito una de las últimas iniciativas de la Generalitat de Cataluña es la recuperación de la antigua Vía Augusta de la época romana con el propósito de convertirla en un sendero verde de promoción cultural. El proyecto ofrecerá un nuevo producto de turismo cultural y dinamizará los territorios por donde pasa esta vía (132 municipios).

En la encuesta de actividad del sector hotelero de Cataluña que publica la Cámara de Comercio es destacable la pérdida de peso de la demanda como un factor que limita la marcha de los negocios y el creciente protagonismo del aumento de competencia que es señalado por un 40% de los empresarios. Este resultado incidiría en la preocupación del sector de alojamiento por la generación de oferta complementaria que aumente el atractivo de los destinos catalanes.

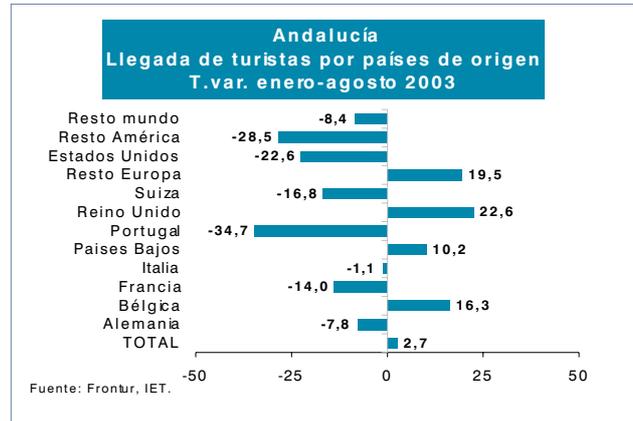
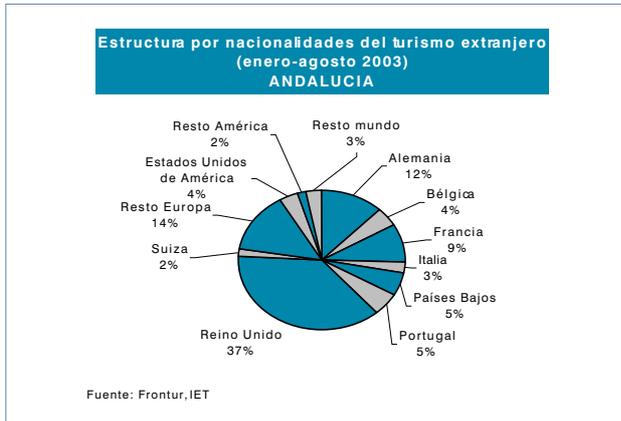


Andalucía

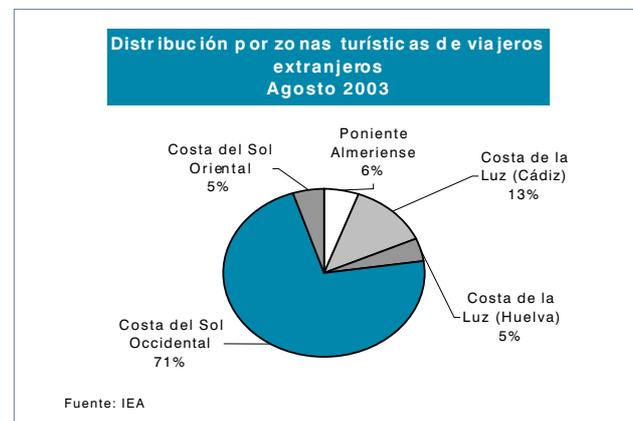
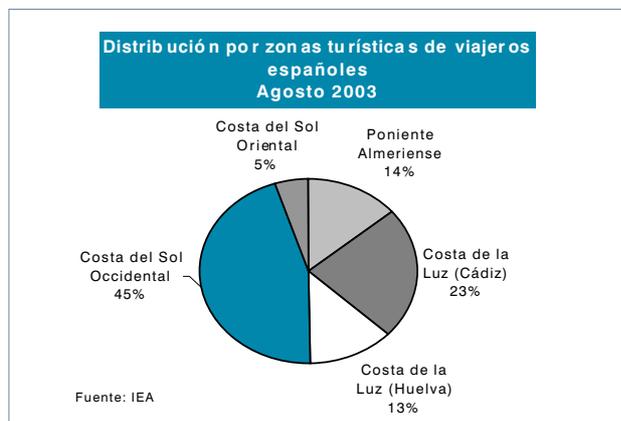
El balance turístico en Andalucía durante el pasado verano puede calificarse de relativamente positivo. De hecho en el período enero-agosto el turismo extranjero se ha incrementado un 2,7%, el mayor registro en el ámbito nacional. En todo caso, las **opiniones vertidas por los empresarios en la Encuesta de Clima Exceltur no son del todo favorables** durante el tercer trimestre del año. Prácticamente la mitad de los establecimientos del sector de alojamiento consultados constatan un descenso de beneficios durante este periodo y el 46,1% perciben un descenso de las ventas. Estos resultados pueden anticipar una moderación de la actividad turística andaluza durante el mes de septiembre.



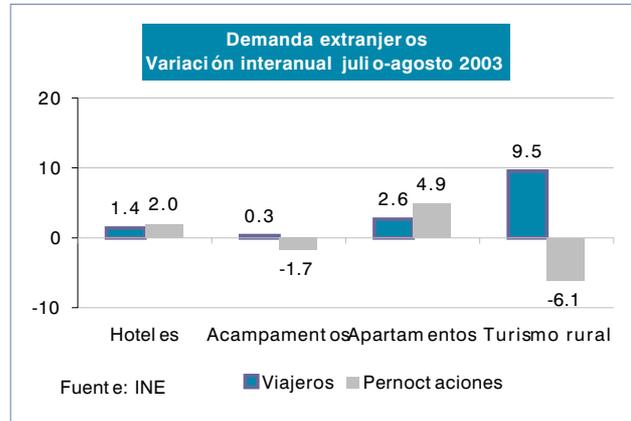
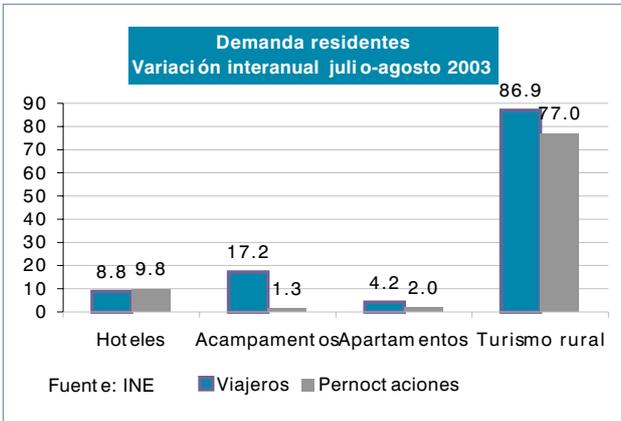
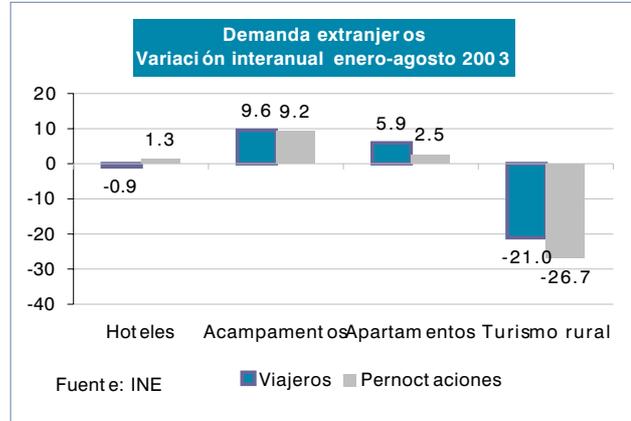
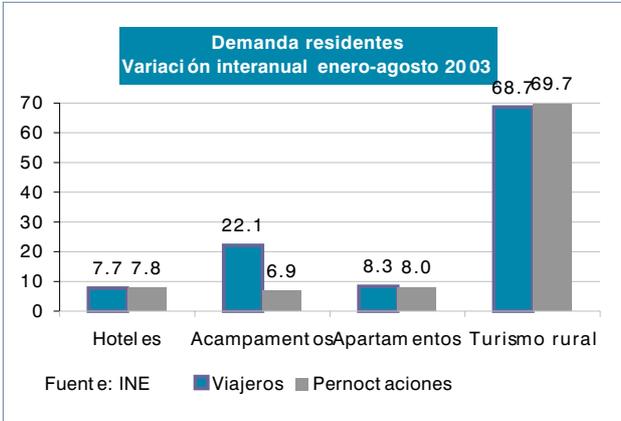
El favorable comportamiento del mercado británico explica el dinamismo de los flujos turísticos foráneos ya que los destinos andaluces recibieron 346 mil turistas más hasta agosto que en el mismo período del pasado año lo que ha permitido compensar el retroceso del mercado portugués, francés y alemán. La Comunidad andaluza se sigue viendo comparativamente más afectada que otros destinos por la desaceleración del mercado estadounidense, que acusó un retroceso del 22,6% hasta el mes de agosto.



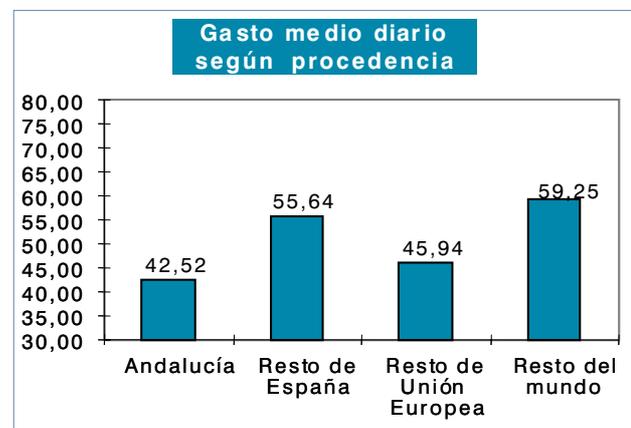
También el turismo nacional ha protagonizado un favorable comportamiento con un dinamismo mayor incluso que el extranjero a tenor de los resultados de la EOH. En los meses de julio y agosto el número de viajeros residentes alojados en hoteles se incrementó un 9% interanual correspondiendo un mayor incremento a las pernoctaciones lo que se ha traducido en una mayor estancia media. Hasta agosto el incremento de los viajeros residentes se situó en un 7,7%, es decir, 335 mil más que el pasado año, frente al ligero descenso de los viajeros no residentes (-0,9%). Sin duda esta evolución ha favorecido a los destinos preferidos por los turistas españoles, especialmente **Costa de la Luz, que concentró el 36% del turismo nacional en el mes de agosto**. En contraste, la Costa de Sol sufrió un descenso del número de viajeros extranjeros del 1,6% interanual en este mes, aunque el conjunto de turistas se mantuvo en los niveles del pasado año (346.000).

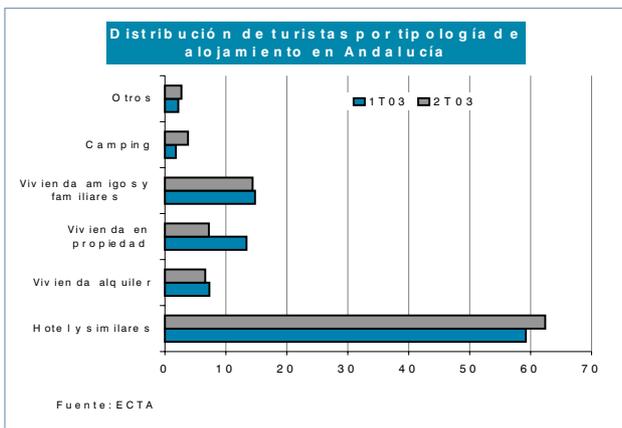


La demanda de los españoles en Andalucía aumentó en todas las tipologías de alojamiento reglado, recibiendo los establecimientos hoteleros en torno al 83% de los viajeros alojados. La demanda de extranjeros se ha debilitado en lo que respecta al alojamiento hotelero, aunque como hemos anticipado el mayor retroceso de viajeros correspondió a la Costa del Sol. En todo caso en los meses de julio y agosto la demanda de viajeros no residentes se incrementó en todas las modalidades de alojamiento.



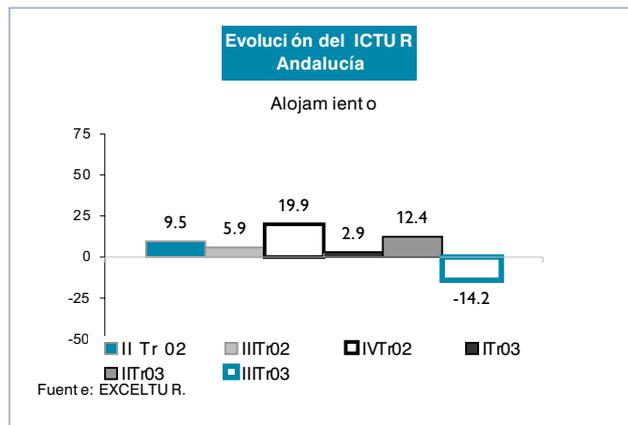
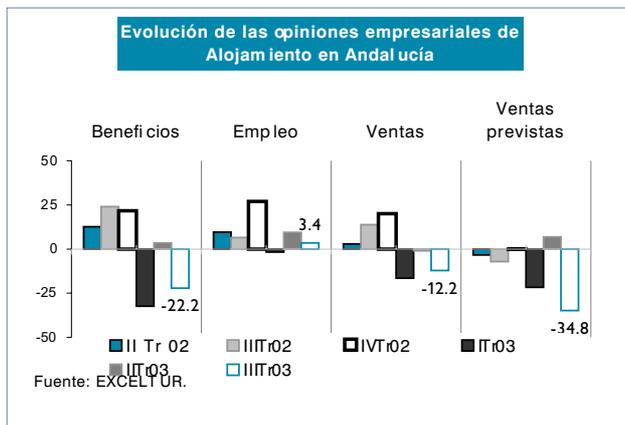
El comportamiento relativamente más favorable del turismo nacional en Andalucía ha tenido su reflejo en la recuperación de los ingresos como evidencia el incremento del gasto medio diario hasta el segundo trimestre. De hecho, los viajeros procedentes del resto de Comunidades Autónomas tienen un nivel de gasto medio diario superior al correspondiente a los principales países emisores de la Unión Europea, según revela la última Encuesta de coyuntura turística de Andalucía. Esta recuperación del ingreso medio por turista es una nota común en el resto de destinos turísticos como tuvimos ocasión de analizar en el epígrafe 2 del presente informe.



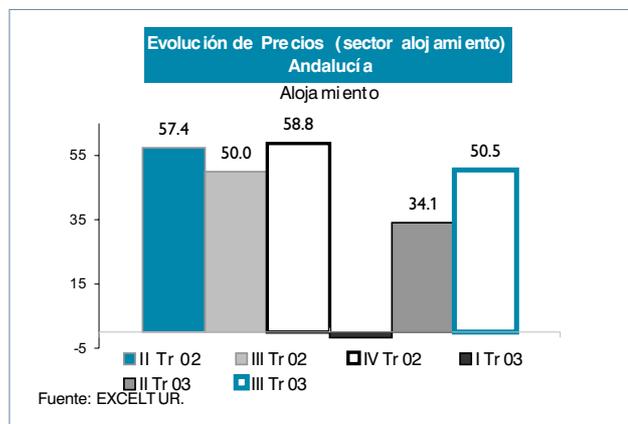
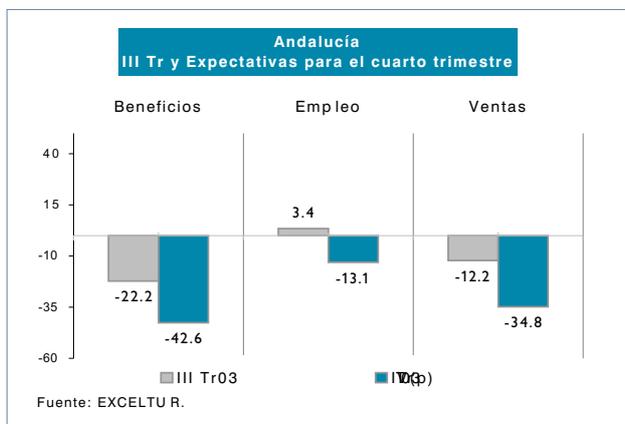


Aunque está fuera de toda duda el **predominio del establecimiento hotelero** dentro de las tipologías de alojamiento **reglado**, también es cierto que Andalucía es la Comunidad donde el denominado turismo residencial tiene un mayor protagonismo. La Encuesta de Coyuntura turística de Andalucía revela, en todo caso, un descenso del porcentaje de turistas que optan por alojarse en vivienda de su propiedad, hasta el 6,9% durante el segundo trimestre desde el 12,4% anterior.

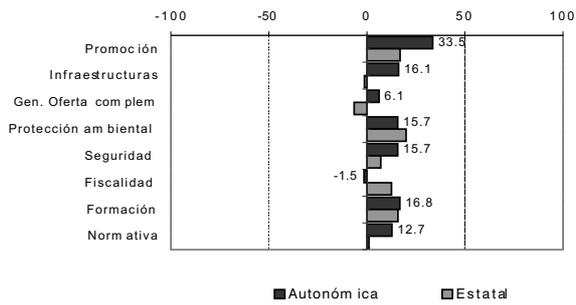
Las expectativas de cara al último trimestre de 2003 sufren un claro deterioro entre el empresariado andaluz, según la Encuesta de Clima Turístico elaborada por Exceltur. El Índice de Clima Turístico Empresarial (ICTUR) del sector de alojamiento muestra un signo negativo por primera vez desde que se inició la encuesta. Este deterioro de expectativas se manifiesta tanto en las ventas como, especialmente, en los beneficios previstos para el cuarto trimestre. En concreto, **un 53,5% de los empresarios encuestados opinan que se producirá un descenso de los beneficios durante este período, en línea con el 47,4% que anticipa una caída de las ventas.**



Es llamativo que, **pese al deterioro previsto de las ventas, el empresariado andaluz anticipe un incremento de precios en el sector hotelero**, corroborando la evolución reciente que muestra el índice de precios hoteleros. Más de un 60% de los encuestados percibe un incremento de precios en el tercer trimestre del año lo que eleva este componente hasta un nivel de 50,5 desde el 34,1 anterior, el registro más elevado de las Comunidades españolas, junto a Extremadura.



Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Andalucía IV Tr 2003

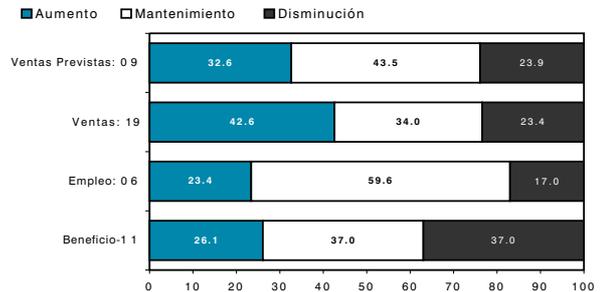


La opinión recogida por la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur pone de relieve una **manifiesta preocupación por la generación de oferta complementaria** que sigue siendo uno de los aspectos de la política turística peor valorados. No sorprende esta preocupación habida cuenta de la creciente generación de ingresos que proporciona el “turismo de golf” (un 10% de los ingresos por turismo en Málaga, según un reciente estudio editado por la fundación de Unicaja). En cuanto a otras iniciativas que puedan complementar la tradicional oferta de “sol y playa” destaca la inminente apertura del Museo Picasso de Málaga que formará parte de la creciente oferta cultural de la Comunidad andaluza.

Comunidad Valenciana

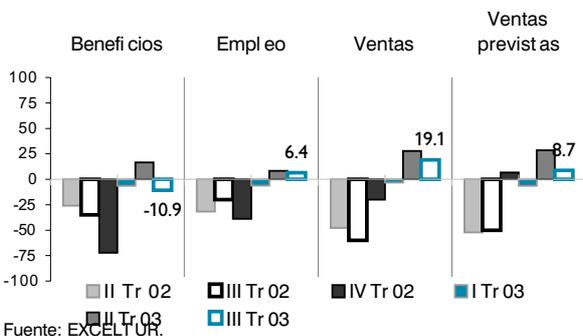
Los flujos de turismo extranjero destinados a la Comunidad Valenciana han permanecido prácticamente estancados en el período enero-agosto de 2003 respecto al pasado año, con una llegada de 3,52 millones de turistas, que representa un leve descenso del 0,1%. La campaña estival ha truncado el favorable comportamiento de los turistas extranjeros en los destinos valencianos ya que durante el pasado verano (julio-agosto) se perdieron 88.000 turistas, pese al favorable comportamiento del mercado británico. En todo caso la **demanda de extranjeros de establecimientos hoteleros mostró un elevado dinamismo**, lo que explica las favorables expectativas que reflejan los empresarios del sector sobre las ventas en la Encuesta de clima de Exceltur del tercer trimestre. El 42,6% de los establecimientos del sector de alojamiento perciben un incremento de las ventas durante este período, aunque el porcentaje de los que constatan un descenso de beneficios supera al de los que se inclinan por una caída.

Opiniones empresariales de Alojamiento en C.Valenciana III Tr 2003



Fuente: EXCELTUR. El saldo se obtiene como diferencia entre el porcentaje de los que opinan que aumenta y los que opinan que disminuye.

Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en C.Valenciana

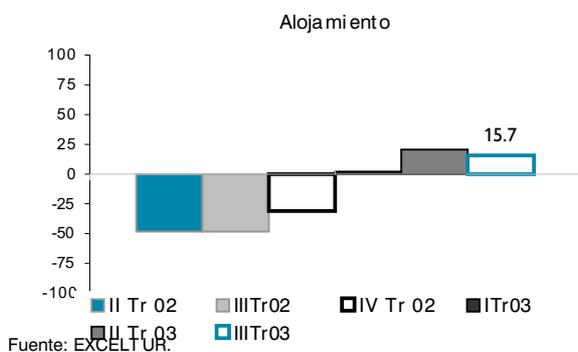


Fuente: EXCELTUR.

Las perspectivas sobre los resultados empresariales ponen de manifiesto un relativo empeoramiento de la actividad turística de este verano en comparación en el año anterior. La valoración de las empresas del sector de alojamiento se traducen en un descenso del índice de clima (ICTUR) hasta 15,7 puntos desde los máximos (18 puntos) registrados el trimestre anterior, **aunque sigue siendo la Comunidad Autónoma con un mejor registro**. Se observa una moderación tanto del componente de ventas actuales como, sobre todo, de las previstas, aunque se mantienen en niveles positivos.

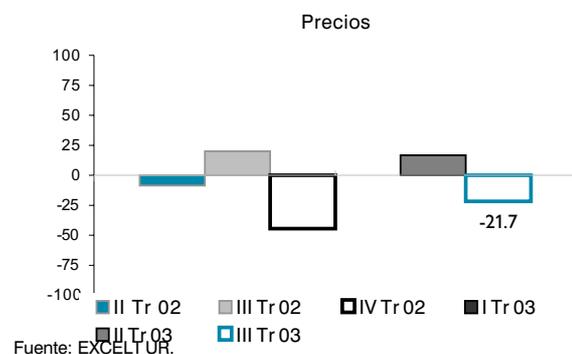
El ligero deterioro de las expectativas sobre las ventas en el tercer trimestre junto a la percepción de importantes ajustes a la baja en precios explica el descenso de los beneficios que constatan las empresas durante la temporada estival. En todo caso para el último trimestre del año la mayor parte de empresas de alojamiento consultadas anticipa un mantenimiento de los beneficios previstos.

Evolución del Índice de Clima en la C.Valenciana



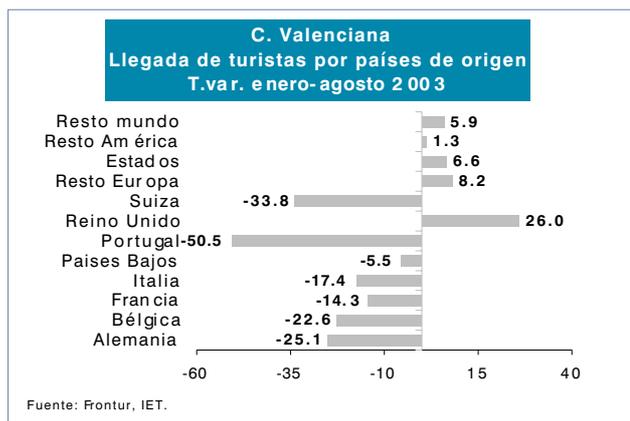
Fuente: EXCELTUR.

Evolución del Índice de Clima en la C.Valenciana



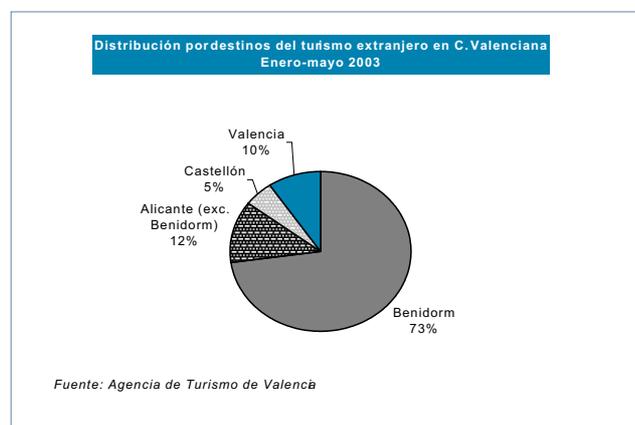
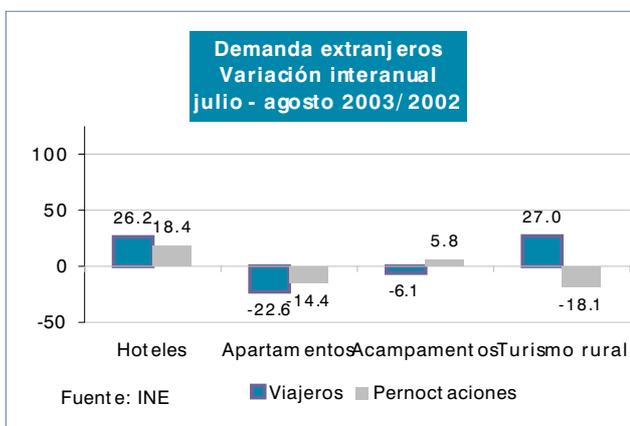
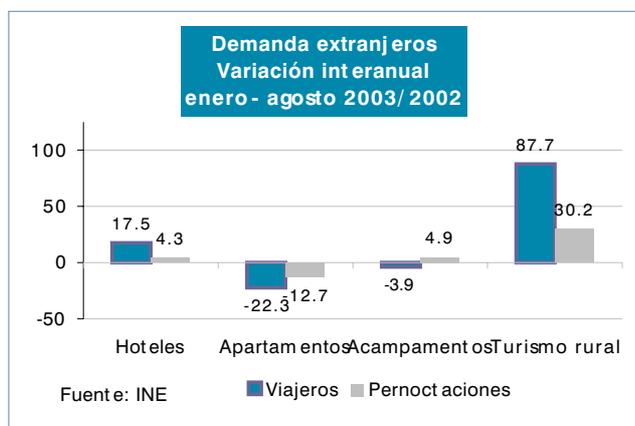
Fuente: EXCELTUR.

Durante los ocho primeros meses del año se observa un comportamiento muy dispar del turismo extranjero. Los turistas procedentes de Reino Unido mostraron un crecimiento interanual del 26% en el período enero-agosto, frente al retroceso superior al 20% registrado por alemanes y belgas. Este mal comportamiento del mercado alemán se ha traducido en una pérdida de cuota de mercado hasta el 11,7%, por detrás del mercado francés con un 14,1% y, desde luego, del británico, que concentra más del 45% del turismo foráneo con destino en la Comunidad valenciana.



En cuanto a la tipología de alojamiento, es destacable el significativo incremento de los viajeros alojados en hoteles que recoge la Encuesta de Ocupación Hotelera, pese al predominio del turismo británico que muestra una mayor preferencia por el alojamiento extra-hoteler. Es cierto, en todo caso, que el menor dinamismo de las pernoctaciones se sigue traduciendo en un descenso de la estancia media en los alojamientos hoteleros. La demanda de apartamentos acusó, sin embargo, un fuerte retroceso en los meses de verano, en claro contraste con la mejora que muestra en el resto de Comunidades Autónomas. **En los meses de julio y agosto casi el 65% de los viajeros no residentes se alojaron en hoteles**, lo que representa una ganancia de cuota respecto al 2002 gracias al incremento de la demanda cifrada en un 26,2%.

En este ámbito es destacable el aumento de la ocupación hotelera en Benidorm, hasta el 94% durante el pasado agosto (91,9% año anterior) según la Asociación de Hostelería de Benidorm y la Costa Blanca (Hosbec). Además se ha producido un reparto muy equilibrado entre el turismo nacional y foráneo en este destino (49,8% y 50,2% respectivamente).

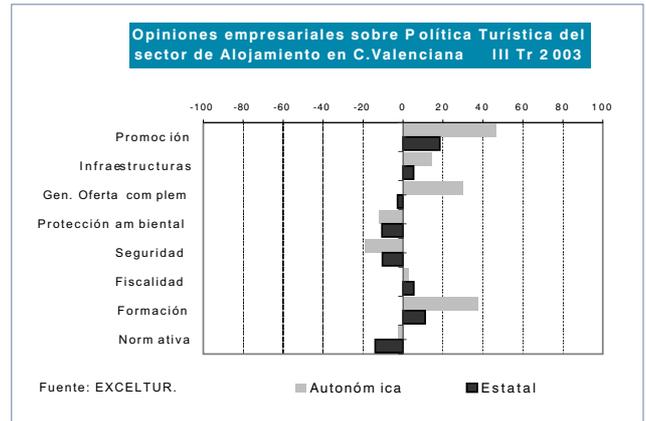


Además de la redistribución por países de origen también se ha producido cierta **recomposición del peso relativo de los principales destinos de la Comunidad Valenciana**. El desarrollo de la oferta complementaria parece dar sus frutos ya que la provincia de Valencia ha incrementado su cuota de mercado en el conjunto del turismo foráneo por encima del 10% en los cinco primeros meses de este año (8% en el mismo período de 2002), gracias al **aumento de cuota correspondiente a la capital (6,7%)**.

El creciente protagonismo que el turismo foráneo está tomando en los principales destinos valencianos está muy vinculado a **la mayor actividad de las compañías aéreas de bajo coste**. La compañía aérea de bajo coste británica easyJet ha alcanzado el millón de pasajeros este verano en los meses de julio y agosto, lo que supone un 17% más que en los mismos meses del año anterior. La aerolínea ha aumentado su cifra de pasajeros en prácticamente todos los aeropuertos en los que opera, y especialmente, en el Aeropuerto de El Altet, de Alicante, donde el incremento de viajeros de easyJet este verano ha sido de un 62,4% respecto a los mismos meses del año anterior.

En este ámbito hay que destacar **el potencial turístico que ofrecerán las nuevas rutas que la compañía irlandesa Aer Lingus lanzará a partir del próximo marzo de 2004** entre Valencia y Dublín, con dos frecuencias los jueves y los domingos. Además, iniciará en esa fecha una nueva ruta entre Alicante y Cork, con dos frecuencias semanales, los miércoles y los viernes.

La promoción y generación de oferta complementaria siguen siendo los dos ámbitos de la política turística autonómica mejor valorados por los empresarios en la Comunidad Valenciana. Es cierto que en los últimos meses se han emprendido numerosas iniciativas tanto para dar a conocer la Comunidad al exterior (especialmente en los países nórdicos) como para complementar la oferta tradicional de “sol y playa”.



Nota Aclaratoria

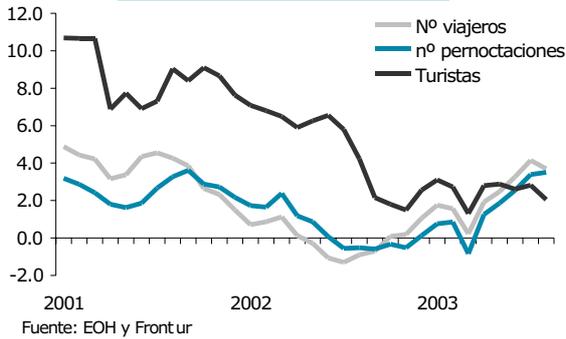
Los gráficos que se presentan son el resultado de la explotación de la Encuesta de Clima Turístico elaborada por Exceltur, cuya muestra permite presentar resultados a escala autonómica con un grado de confianza del 90%.

Fe de Erratas

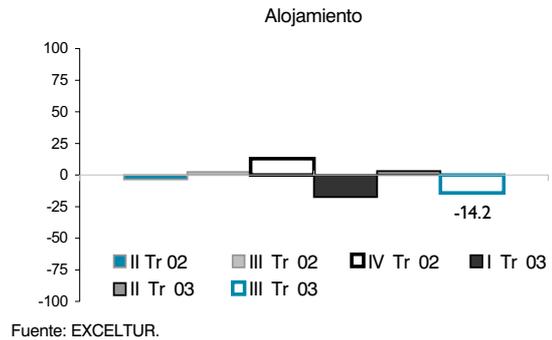
En el anterior informe de Exceltur (nº5) en el monográfico titulado “Situación y perspectivas del mercado hotelero español de las zonas vacacionales: un incipiente problema sobreoferta”, se señala que el descenso del grado de ocupación de la provincia de Tenerife es de 17,9 puntos desde 1999 hasta 2002, cuando debería decir 8,7 puntos.

1. ANDALUCÍA

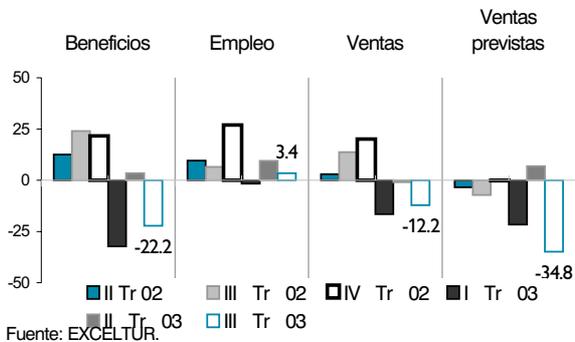
Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Andalucía
(Tasa de variación anual media)



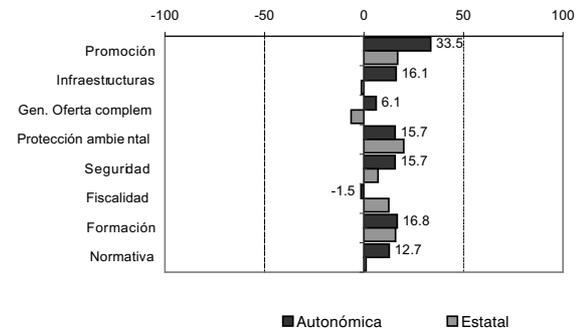
Evolución del Índice de Clima en Andalucía



Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Andalucía



Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Andalucía III Tr 2003



Andalucía	Valor	tasa de variación interanual											
		2002	2000	2001	2002	2002				2003			
						I	II	III	IV	I	II	III	Ultimo dato
VAB	--	5.1	3.3	2.3	--	--	--	--	--	--	--	--	
VAB- Servicios	--	5.6	4.1	3.2	--	--	--	--	--	--	--	--	
Entrada de turistas no residentes a la CCAA (1)	7,461,612	10.5	7.6	2.6	6.6	2.3	-0.7	5.6	-0.7	6.9	1.1	Ago	
Viajeros alojados (2)	13,193,414												
hoteles y hostales	11,453,436	4.6	1.5	1.1	2.3	-3.8	3.3	3.6	-2.0	6.5	5.9	Ago	
residentes	6,357,627	3.8	5.2	1.7	7.4	-4.7	4.1	1.1	-1.2	14.1	9.5	Ago	
no residentes	5,095,808	5.7	-2.7	0.3	-4.5	-2.9	2.4	7.3	-3.2	-3.6	1.0	Ago	
acampamentos	961,207	10.7	17.8	-5.2	56.7	-22.9	-5.8	16.7	-23.5	53.4	0.0	Ago	
apartamentos	721,351	--	-5.2	4.5	26.6	-5.4	1.7	7.6	3.6	12.4	4.4	Ago	
turismo rural	57,420	--	--	4.5	27.9	-14.1	3.6	9.1	12.5	60.7	59.5	Ago	
Pernoctaciones en alojamientos (2)	12,611,978												
hoteles y hostales	3,072,165	3.1	2.2	0.1	2.6	-4.6	2.7	0.3	-2.8	7.4	5.7	Ago	
residentes	16,449,781	3.7	8.0	0.7	7.8	-6.9	3.8	-1.5	-3.8	14.3	9.2	Ago	
no residentes	18,876,729	2.7	-2.4	-0.4	-1.6	-3.0	1.6	2.0	-2.0	2.7	2.1	Ago	
acampamentos	3,821,773	15.3	21.2	-0.3	24.6	-20.6	-2.3	21.4	-1.0	42.0	2.6	Ago	
apartamentos	5,508,196	--	-4.3	1.8	7.8	-4.9	4.2	0.8	0.2	7.6	2.3	Ago	
turismo rural	209,844	--	--	16.4	43.1	0.9	18.9	12.9	-4.8	51.6	37.9	Ago	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			53.5	51.8	42.9	55.2	66.2	43.0	41.0	55.8	66.3	Ago	
Estancia media (días) (3)			3.1	3.0	2.9	3.0	3.6	2.7	2.9	3.0	3.7	Ago	
IPC- General de la CCAA	--	3.1	3.6	3.0	3.1	3.4	3.2	3.9	3.7	2.8	2.9	Ago	
IPH- de la CCAA	--	--	8.9	5.2	6.1	3.4	5.4	6.2	4.2	2.9	2.2	Ago	
Personal empleado en hoteles (3)	27,832	9.1	5.9	4.5	1.6	5.7	7.3	2.2	0.6	0.6	0.6	Ago	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	807,398	5.4	5.1	4.8	4.7	4.5	5.0	5.0	4.7	1.4	--	may	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

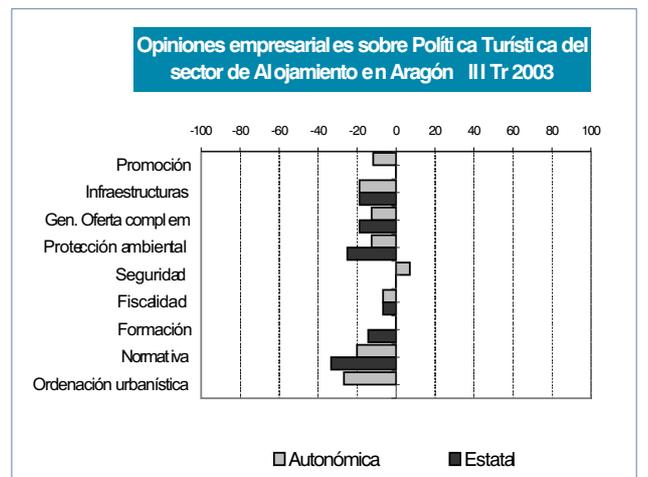
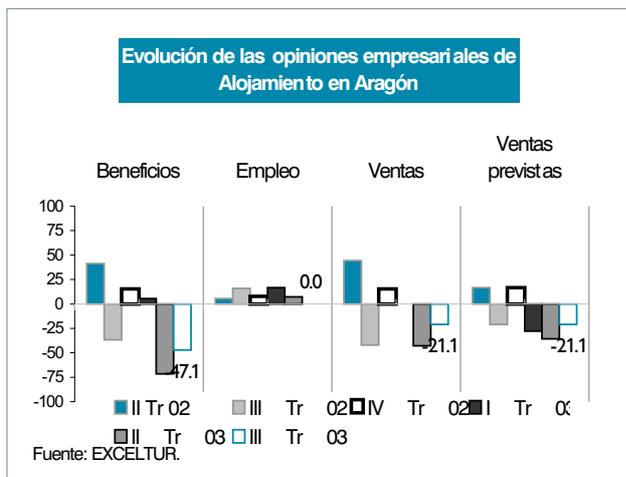
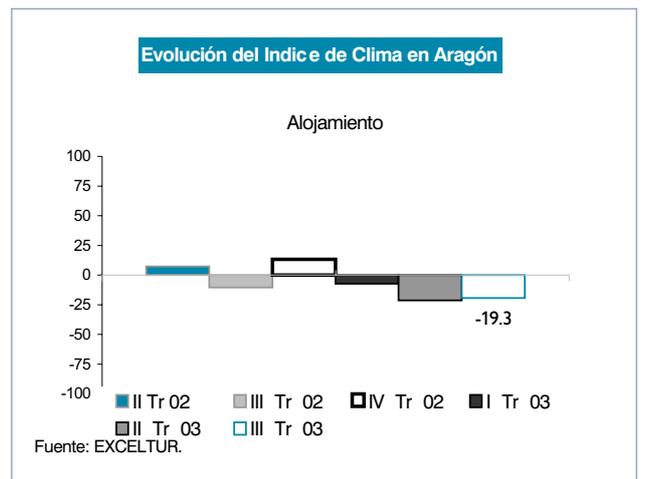
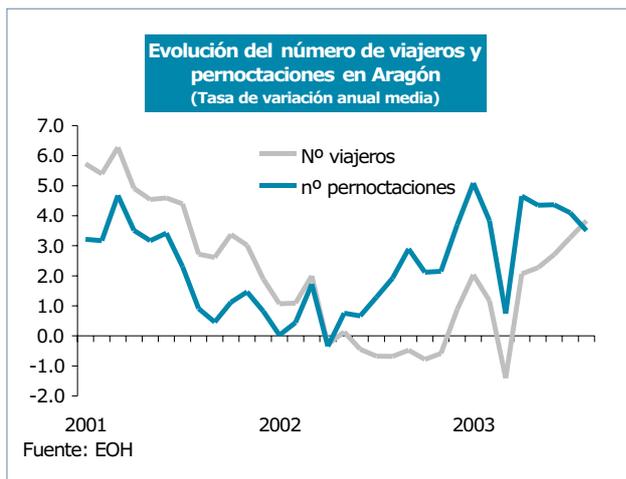
(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

2. ARAGÓN



Aragón	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	
VAB	--	4.4	2.2	1.7	--	--	--	--	--	--	--	
VAB - Servicios	--	4.3	3.8	2.6	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	2,196,387											
hoteles y hostales	1,812,908	6.3	1.9	0.9	6.7	-6.4	-0.7	6.2	-3.9	10.6	3.4	ago
residentes	1,543,268	5.5	2.9	-0.1	7.3	-7.2	-3.4	4.8	-4.5	11.6	4.2	ago
no residentes	269,642	11.0	-4.0	7.2	1.3	-2.6	12.1	19.0	1.9	5.7	0.0	ago
acampamentos	260,082	5.8	13.4	0.5	164.0	-26.2	-1.6	11.4	-47.0	64.2	8.2	ago
apartamentos	31,704	--	23.8	-6.1	-3.0	0.0	-20.1	9.4	33.6	11.8	4.1	ago
turismo rural	91,693	--	--	-1.1	24.9	-22.4	0.0	-1.4	-20.3	0.2	-9.9	ago
Pernотaciones en alojamientos (2)	5,209,046											
hoteles y hostales	3,858,143	3.8	0.8	3.7	10.1	-4.2	3.2	6.8	-3.0	11.9	-1.0	ago
residentes	3,356,981	2.6	1.9	2.6	10.1	-5.3	1.1	5.7	-3.5	13.7	-1.0	ago
no residentes	501,160	12.8	-6.7	11.4	9.4	2.6	16.4	17.6	1.5	1.7	-1.0	ago
acampamentos	880,248	4.7	17.6	5.0	284.4	-38.4	6.2	11.4	-58.3	91.1	23.8	ago
apartamentos	144,890	--	37.1	-8.1	-7.7	-23.2	-8.0	5.0	18.3	33.5	11.5	ago
turismo rural	325,765	--	--	0.6	56.5	-18.0	-4.5	-1.8	-32.4	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			36.9	37.7	36.5	33.4	46.6	34.4	34.7	36.3	36.3	ago
Estancia media (días) (3)			2.1	2.1	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.3	3.5	3.4	3.2	3.6	3.7	4.0	3.6	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	7.0	6.5	4.6	7.7	7.8	7.5	6.0	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	3,244	-3.1	-3.8	-3.5	-10.1	-9.7	1.0	6.3	16.2	16.2	16.2	ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	54,276	4.1	4.1	3.8	3.1	3.0	4.4	4.6	4.4	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

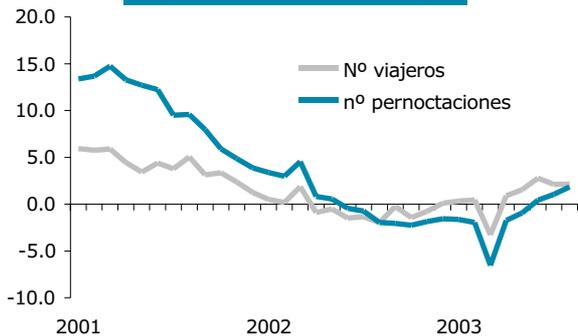
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

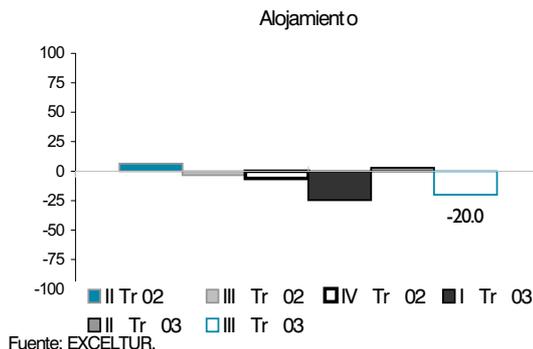
3. ASTURIAS

Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Asturias (Tasa de variación anual media)



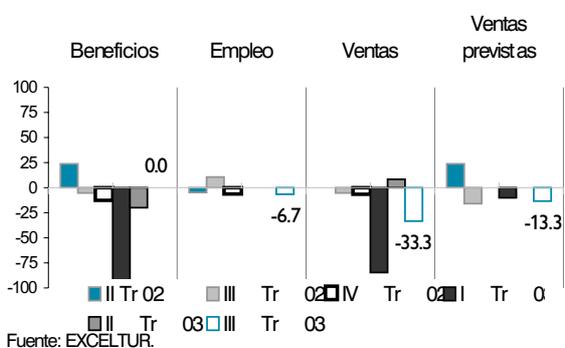
Fuente: EOH

Evolución del Índice de Clima en Asturias



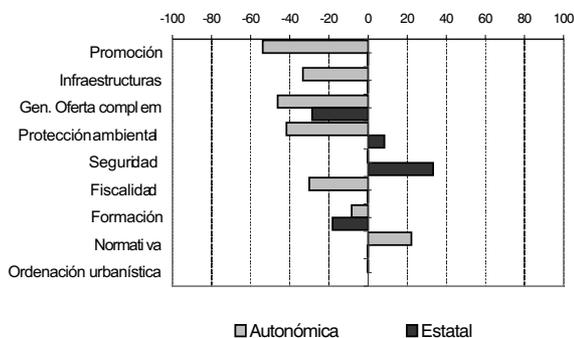
Fuente: EXCELTUR.

Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Asturias



Fuente: EXCELTUR.

Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Asturias III Tr 03



Asturias	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	
VAB	--	2.8	2.1	1.6	--	--	--	--	--	--	--	
VAB - Servicios	--	4.5	3.1	1.6	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	1,335,627											
hoteles y hostales	1,064,839	5.7	1.2	0.1	10.0	-9.2	3.9	-2.8	-12.3	10.6	3.4	ago
residentes	951,305	5.6	1.4	-0.6	10.3	-11.3	3.0	-2.7	-12.5	11.6	4.2	ago
no residentes	113,534	6.8	-0.3	6.8	6.1	6.7	10.7	-4.9	-9.6	5.7	0.0	ago
acampamentos	171,462	7.7	9.1	3.0	818.2	-11.3	-0.5	53.4	94.0	64.2	48.8	ago
apartamentos	30,401	--	22.6	11.7	87.7	-20.1	21.1	-0.4	14.1	11.8	4.1	ago
turismo rural	68,925	--	--	9.6	105.6	20.0	-6.9	-2.8	-23.1	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	3,570,275											
hoteles y hostales	2,396,513	13.4	3.9	-1.6	17.8	-13.1	-0.3	-2.7	-19.6	11.9	-1.0	ago
residentes	2,166,904	14.0	4.2	-2.0	18.3	-14.6	-0.8	-2.8	-20.2	13.7	-1.0	ago
no residentes	229,610	7.6	0.3	2.8	11.7	-0.6	4.1	-1.3	-11.5	1.7	-1.0	ago
acampamentos	726,625	24.7	13.7	-4.6	1108.4	10.7	-8.9	46.5	-81.2	91.1	23.8	ago
apartamentos	154,641	--	23.6	14.2	137.8	-8.8	16.0	-4.4	-26.7	33.5	33.6	ago
turismo rural	292,496	--	--	27.3	252.3	40.3	18.2	-14.3	-45.0	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			36.1	32.1	22.9	27.5	53.3	24.6	18.5	30.5	30.5	ago
Estancia media (días) (3)			2.2	2.2	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.2	3.6	2.5	3.3	3.8	3.7	3.9	3.7	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	0.0	0.0	4.2	2.3	2.2	1.7	3.7	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	2,250	1.6	10.3	5.8	5.6	5.5	5.0	7.5	0.5	0.5	0.5	ago
Afiliados Seg. Social en el sector turístico (5)	47,517	4.8	2.8	2.9	3.0	2.6	2.8	3.2	3.0	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

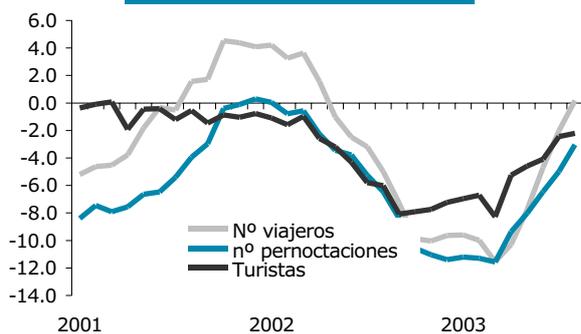
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

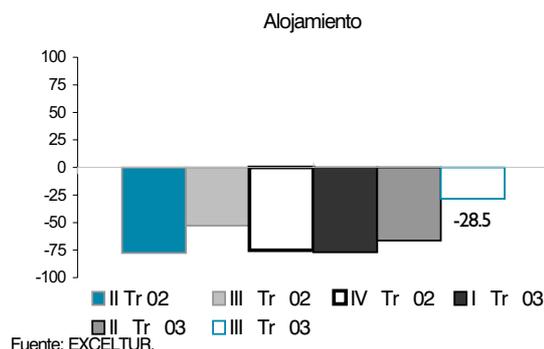
(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

4. BALEARES

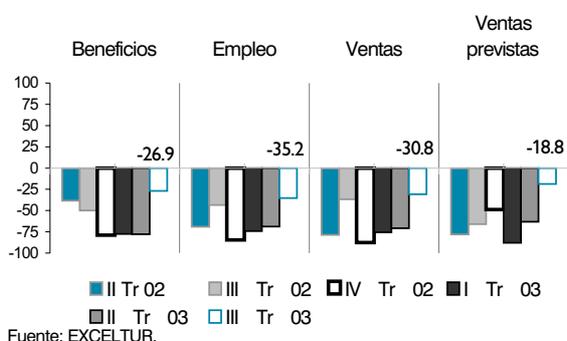
Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Baleares (Tasa de variación anual media)



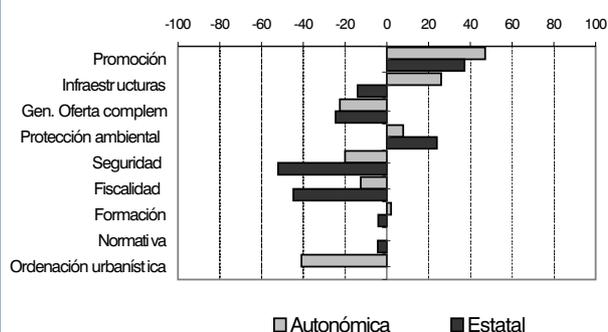
Evolución del Índice de Clima en Baleares



Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Baleares



Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Baleares II I Tr 2003



Baleares	Valor	tasa de variación interanual													
		2002	2000	2001	2002	2002	I	II	III	IV	2003	I	II	III	Ultimo dato
VAB	--	3.3	2.5	0.9	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
VAB- Servicios	--	2.9	2.9	0.7	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
Entrada de turistas no residentes con desino la CCAA (1)	9,627,579	-0.6	-0.8	-7.2	1.0	-10.3	-7.2	-3.6	-12.7	2.9	0.0	ago			
Viajeros alojados (2)	7,344,891														
hoteles y hostales	6,290,517	-5.1	4.1	-9.6	-2.8	-11.8	-7.1	-18.2	-23.3	10.6	3.4	ago			
residentes	1,085,992	8.1	-4.9	3.0	-12.6	11.5	7.5	1.6	-23.5	11.6	4.2	ago			
no residentes	5,204,525	-7.3	5.9	-11.9	3.4	-15.2	-9.0	-22.4	-23.2	5.7	0.0	ago			
acampamentos	21,886	4.4	-31.2	13.6	--	-14.3	23.0	--	--	64.2	8.0	ago			
apartamentos	986,562	--	-27.7	-10.6	-10.2	-22.2	-3.2	-5.1	-15.4	11.8	4.1	ago			
turismo rural	45,926	--	--	7.3	414.5	0.2	-16.8	-3.9	-10.3	0.2	-9.9	ago			
Pernoctaciones en alojamientos (2)	59,436,266														
hoteles y hostales	47,481,999	-9.0	0.3	-11.4	-13.3	-13.6	-7.0	-21.0	-15.9	11.9	-1.0	ago			
residentes	5,012,554	2.9	-16.1	3.0	-15.4	0.0	18.5	-1.4	1.1	13.7	-1.0	ago			
no residentes	42,469,444	-10.3	2.3	-12.8	-12.6	-14.9	-8.9	-23.0	-21.1	1.7	-1.0	ago			
acampamentos	132,849	16.5	-22.7	7.6	--	10.5	6.9	--	--	91.1	23.8	ago			
apartamentos	11,576,035	--	-3.6	-15.6	-22.5	-19.8	-11.9	-19.0	-2.4	33.5	-4.1	ago			
turismo rural	245,383	--	--	26.1	253.3	26.1	15.4	7.5	-32.4	23.3	0.6	ago			
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			67.6	60.9	52.5	61.5	82.7	47.1	50.0	36.3	36.3	ago			
Estancia media (días) (3)			7.4	7.0	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago			
IPC- General de la CCAA	--	3.6	4.1	3.9	3.4	3.8	3.7	4.2	3.7	2.7	2.9	ago			
IPH- de la CCAA	--	--	6.8	1.9	-0.4	1.7	2.8	5.3	1.3	4.8	3.2	ago			
Personal empleado en hoteles (3)	24,149	-3.4	5.6	-9.5	-7.2	-11.1	-7.0	-14.1	-8.9	-8.9	-8.9	ago			
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	102,507	3.5	2.7	0.2	-0.1	3.4	-1.6	-1.3	-3.3	4.5	--	May			

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

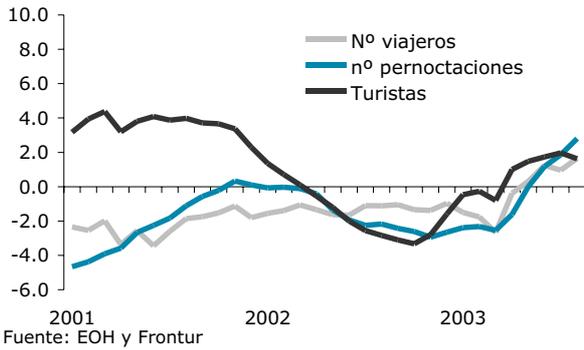
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

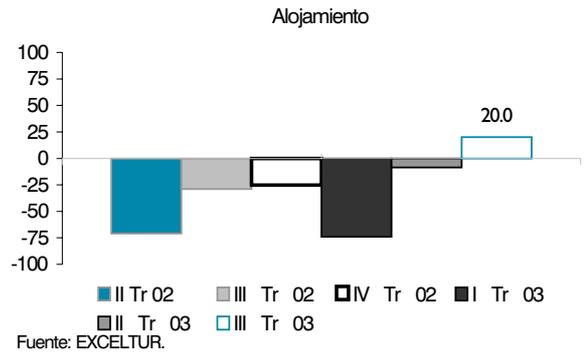
(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

5. CANARIAS

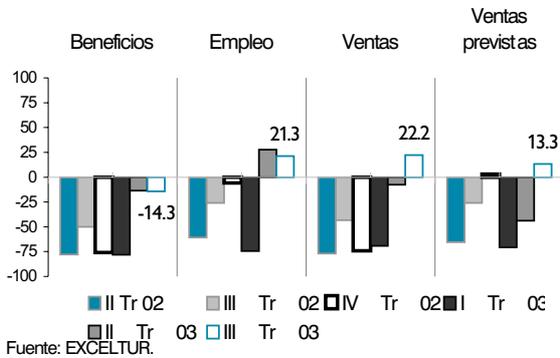
Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Canarias (Tasa de variación anual media)



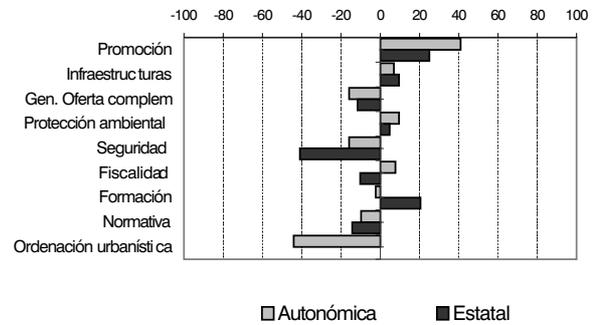
Evolución del Índice de Clima en Canarias



Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Canarias



Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Canarias III Tr 2003



Canarias	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	
VAB	--	2.6	2.8	1.9	--	--	--	--	--	--	--	
VAB- Servicios	--	2.2	2.7	1.9	--	--	--	--	--	--	--	
Entrada de turistas no residentes con desino la CCAA (1)	10,703,898	2.1	2.3	-1.6	-1.6	-7.5	-1.8	3.9	1.3	3.9	-2.5	ago
Viajeros alojados (2)	10,062,925											
hoteles y hostales	4,765,821	-3.3	-1.8	-1.0	3.5	-7.6	2.4	-2.6	-3.2	10.6	3.4	ago
residentes	1,477,345	-3.6	-4.4	9.4	12.7	-2.3	21.8	1.7	-5.2	11.6	4.2	ago
no residentes	3,288,475	-3.2	-0.8	-5.0	1.0	-9.8	-8.3	-4.2	-2.7	5.7	0.0	ago
acampamentos	11,657	-24.6	38.0	-30.5	-25.2	-56.2	-14.8	-22.7	31.9	64.2	28.5	ago
apartamentos	5,264,839	--	-2.3	-1.6	4.7	-7.5	-0.3	-4.0	-5.0	11.8	4.1	ago
turismo rural	20,608	--	--	-15.3	-7.0	-26.4	-15.7	-12.3	-16.2	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	84,520,902											
hoteles y hostales	36,791,317	-6.0	0.1	-2.6	0.8	-7.8	-1.2	-2.9	1.2	11.9	-1.0	ago
residentes	6,608,198	-1.3	-4.1	14.1	13.3	1.3	27.8	4.7	-3.5	13.7	-1.0	ago
no residentes	30,183,119	-6.9	0.9	-5.7	-0.7	-9.4	-9.0	-4.2	1.8	1.7	-1.0	ago
acampamentos	84,798	31.9	5.7	-15.5	17.6	-41.5	-9.6	-36.9	-33.6	91.1	23.8	ago
apartamentos	47,497,255	--	-5.6	-5.7	-2.4	-10.4	-5.6	-5.0	-5.5	33.5	-3.2	ago
turismo rural	147,532	--	--	-25.4	-16.4	-36.2	-27.4	-23.9	-21.6	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			70.6	67.4	70.6	60.8	72.8	65.3	69.7	64.4	64.4	ago
Estancia media (días) (3)			7.9	7.7	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.1	3.1	2.4	2.3	2.5	2.6	3.1	3.0	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	1.2	-0.2	-2.1	-0.5	1.0	0.0	0.7	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	26,036	1.7	4.6	-2.1	-3.7	-6.3	-0.3	2.1	3.5	3.5	3.5	ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	154,447	5.7	4.7	2.2	2.6	2.0	2.0	2.2	2.1	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

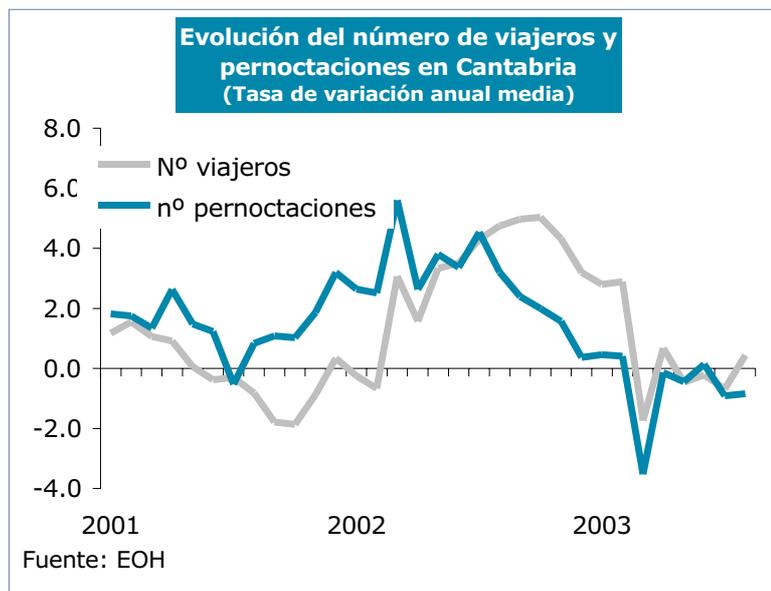
(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

6. CANTABRIA



Cantabria	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	Ultimo dato
VAB	--	5.8	2.8	1.9	--	--	--	--	--	--	--	--
VAB- Servicios	--	5.8	3.5	3.0	--	--	--	--	--	--	--	--
Viajeros alojados (2)	1,368,878											
hoteles y hostales	928,110	0.3	0.3	3.2	23.2	-0.8	1.1	0.1	-13.2	10.6	3.4	ago
residentes	777,691	-1.4	1.7	2.7	22.0	-1.9	0.8	-0.7	-11.2	11.6	4.2	ago
no residentes	150,419	9.6	-6.2	5.6	34.2	3.7	2.3	4.8	-29.8	5.7	0.0	ago
acampamentos	274,372	6.9	35.1	1.0	915.2	11.4	-9.2	7.8	-69.1	64.2	-8.9	ago
apartamentos	48,626	--	6.3	42.8	55.9	69.4	28.7	51.4	-1.4	11.8	4.1	ago
turismo rural	117,770	--	--	28.1	73.4	23.4	24.8	19.3	72.1	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	3,972,295											
hoteles y hostales	2,245,664	1.3	3.2	0.4	24.8	-6.6	-0.8	-0.6	-12.1	11.9	-1.0	ago
residentes	1,925,997	-0.6	4.0	-0.1	22.9	-8.3	-1.1	-0.4	-10.9	13.7	-1.0	ago
no residentes	319,666	14.4	-1.6	3.6	44.4	0.9	1.3	-1.7	-22.0	1.7	-1.0	ago
acampamentos	1,164,978	7.4	38.5	13.1	2401.7	-3.9	8.2	-2.0	-88.5	91.1	23.8	ago
apartamentos	252,246	--	-0.4	44.2	108.3	84.9	32.5	45.5	-3.2	33.5	20.1	ago
turismo rural	309,407	--	--	16.5	110.6	9.5	12.8	1.7	-32.4	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			39.2	37.9	26.6	36.3	59.8	29.0	23.5	36.3	36.3	ago
Estancia media (días) (3)			2.3	2.3	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.2	3.3	3.1	3.0	3.4	3.3	3.7	3.5	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	5.1	1.5	2.1	0.7	-1.7	4.3	1.7	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	1,963	-6.4	0.7	36.7	50.8	28.5	32.9	42.6	-3.6	-3.6	-3.6	ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	26,282	5.3	4.9	2.1	3.2	1.1	1.3	3.1	3.2	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

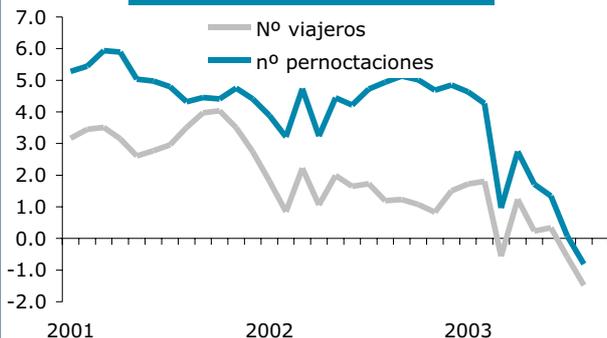
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

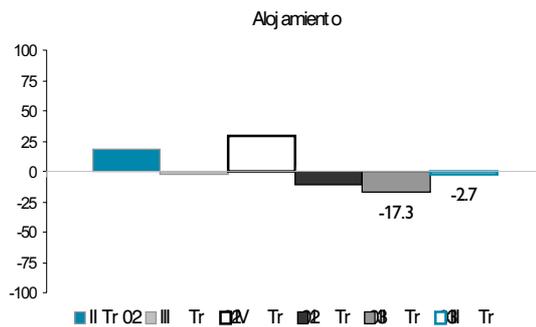
7. CASTILLA Y LEÓN

Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Castilla y León (Tasa de variación anual media)



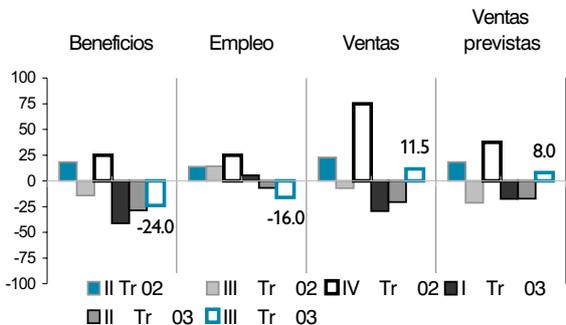
Fuente: EOH

Evolución del Índice de Clima en Castilla y León



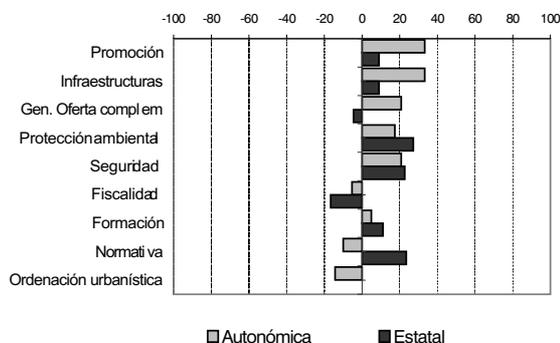
Fuente: EXCELTUR.

Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Castilla y León



Fuente: EXCELTUR.

Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Castilla y León III Tr 2003



Castilla y León	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	Ultimo dato
VAB	--	2.8	2.2	2.3	--	--	--	--	--	--	--	
VAB - Servicios	--	2.7	5.3	3.3	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	4,272,893											
hoteles y hostales	3,732,729	2.7	2.7	1.5	4.5	-0.8	1.7	1.5	-7.1	10.6	3.4	ago
residentes	3,009,733	1.6	3.5	0.8	3.7	-1.3	1.0	0.2	-6.9	11.6	4.2	ago
no residentes	723,000	7.7	-0.6	4.8	9.8	0.9	4.4	9.3	-8.5	5.7	0.0	ago
acampamentos	266,170	16.3	-4.6	-17.3	46.1	-14.4	-19.9	-11.4	-28.0	64.2	23.3	ago
apartamentos	4,561	--	177.8	36.1	6.0	22.1	28.7	90.2	126.8	11.8	4.1	ago
turismo rural	269,433	--	--	18.9	51.4	4.8	18.2	15.5	6.1	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	7,849,070											
hoteles y hostales	6,505,092	5.2	4.4	4.8	10.1	1.2	5.3	4.2	-10.9	11.9	-1.0	ago
residentes	5,451,223	4.2	5.0	4.8	10.1	1.0	5.5	4.0	-11.7	13.7	-1.0	ago
no residentes	1,053,867	10.8	1.4	4.9	10.3	2.0	4.8	5.7	-5.0	1.7	-1.0	ago
acampamentos	684,867	9.3	-0.8	-14.6	108.4	-19.2	-15.2	-16.8	-60.0	91.1	23.8	ago
apartamentos	18,963	--	112.6	65.3	51.2	123.4	39.3	78.9	56.0	33.5	30.5	ago
turismo rural	640,148	--	--	15.9	81.1	-5.9	17.8	4.4	-45.2	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			37.5	37.1	29.4	37.5	48.1	33.5	24.8	37.1	37.1	ago
Estancia media (días) (3)			1.7	1.8	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.4	3.7	2.5	3.1	3.3	3.3	3.7	3.5	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	4.5	5.2	6.1	5.0	5.6	4.1	2.6	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	5,854	-7.5	5.5	5.1	2.9	3.1	4.7	9.6	8.9	8.9	8.9	ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	100,686	3.8	3.5	3.3	3.5	3.3	3.2	3.2	2.8	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

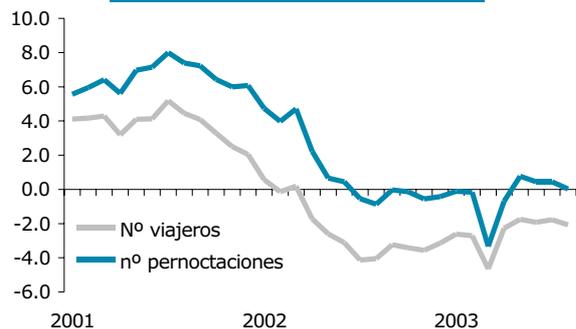
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

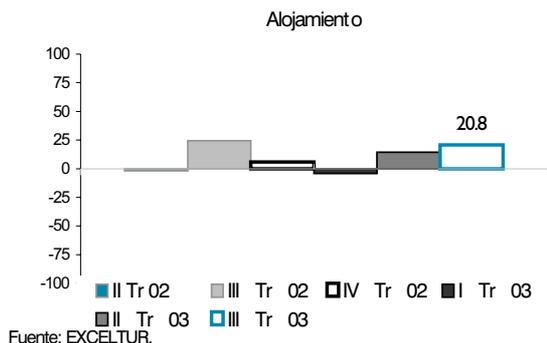
8. CASTILLA LA MANCHA

Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Castilla-La Mancha (Tasa de variación anual media)

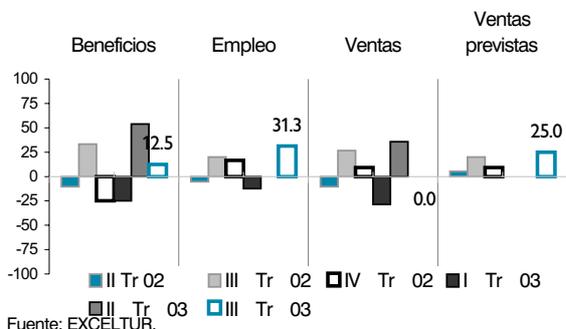


Fuente: EOH

Evolución del Índice de Clima en Castilla La Mancha

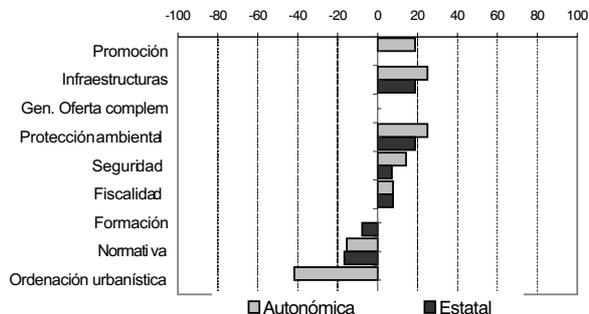


Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Castilla La Mancha



Fuente: EXCELTUR.

Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Castilla La Mancha III Tr 2003



Castilla-La Mancha	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	
VAB	--	4.0	2.1	2.1	--	--	--	--	--	--	--	
VAB - Servicios	--	3.2	6.3	2.9	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	1,999,837											
hoteles y hostales	1,825,252	3.4	2.0	-3.1	-1.6	-7.8	0.3	-3.6	-9.2	10.6	3.4	ago
residentes	1,497,141	3.4	3.0	-4.3	-0.5	-9.3	-1.3	-5.7	-9.6	11.6	4.2	ago
no residentes	328,115	3.5	-2.3	2.3	-7.9	-1.9	7.3	9.8	-6.6	5.7	0.0	ago
acampamentos	84,800	6.4	2.8	-4.6	413.7	-5.4	-8.7	-42.2	12.4	64.2	14.8	ago
apartamentos	12,904	--	-0.4	87.1	100.8	62.6	68.6	132.9	70.2	11.8	4.1	ago
turismo rural	76,881	--	--	32.0	77.0	8.7	41.7	20.0	12.0	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	3,445,245											
hoteles y hostales	3,032,956	5.2	6.1	-0.4	4.2	-7.7	2.9	-0.2	-10.8	11.9	-1.0	ago
residentes	2,545,553	5.5	6.9	-1.3	5.7	-9.1	1.8	-2.6	-12.2	13.7	-1.0	ago
no residentes	487,405	3.4	1.8	4.7	-4.6	-0.9	8.4	15.8	-1.8	1.7	-1.0	ago
acampamentos	197,341	12.4	4.6	-3.7	510.6	-12.8	-5.9	-47.6	-81.2	91.1	23.8	ago
apartamentos	31,211	--	27.1	40.7	60.9	31.3	30.3	59.7	10.8	33.5	40.3	ago
turismo rural	183,737	--	--	23.1	89.5	-8.7	29.5	11.1	11.2	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			32.4	31.9	26.9	31.9	39.1	29.6	23.8	32.3	32.3	ago
Estancia media (días) (3)			1.6	1.7	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.5	3.5	2.9	2.9	3.5	3.6	3.9	3.6	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	5.9	5.5	5.1	5.4	5.7	3.8	3.9	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	2,689	-13.3	-1.0	-2.2	0.2	-3.4	-0.8	-4.9	-8.4	-8.4	-8.4	ago
Afiliados Seg. Social en el sector turístico (5)	57,870	5.5	4.9	4.8	4.8	4.8	5.0	4.5	4.9	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

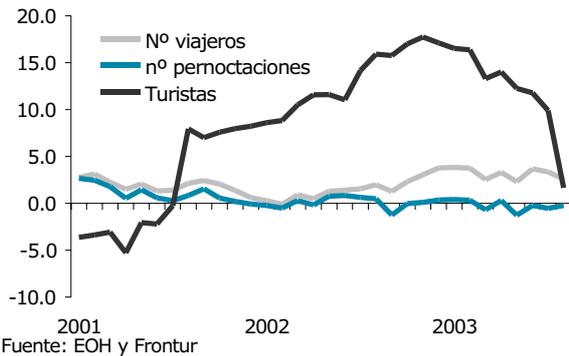
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

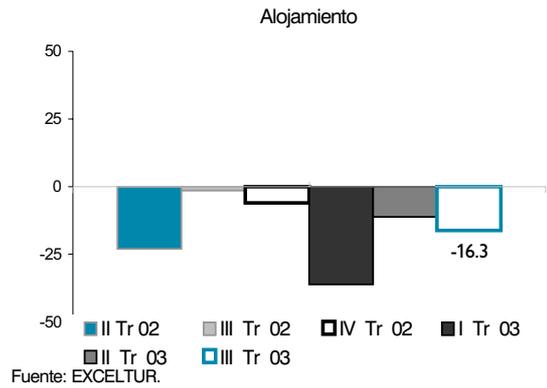
(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

9. CATALUÑA

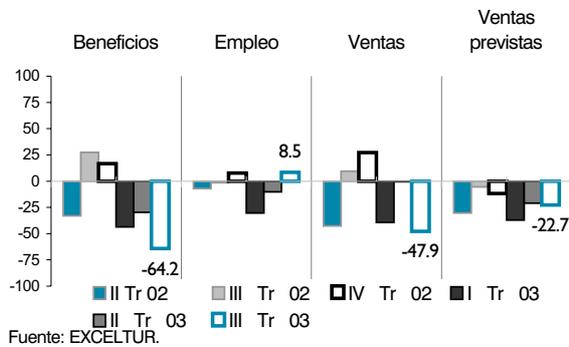
Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Catalunya (Tasa de variación anual media)



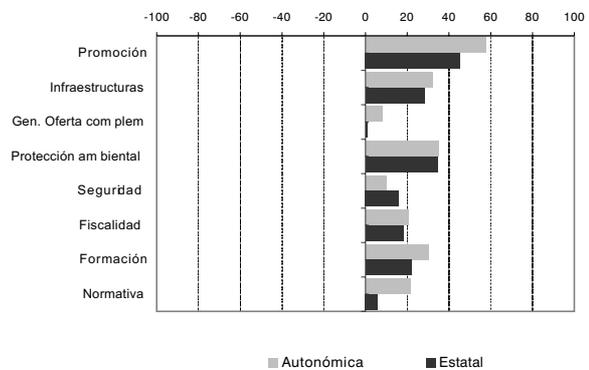
Evolución del Índice de Clima en Catalunya



Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Catalunya



Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Catalunya III Tr 2003



Cataluña	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	Ultimo dato
VAB	--	3.4	2.3	1.9	--	--	--	--				
VAB- Servicios	--	3.2	3.3	3.0	--	--	--	--				
Entrada de turistas no residentes con destino a la CCAA (1)	11,637,269	-3.8	8.2	17.1	32.2	11.8	18.9	11.2	2.8	6.7	-4.0	ago
Viajeros alojados (2)	13,757,357											
hoteles y hostales	10,609,822	2.8	0.6	3.8	5.0	1.0	2.0	10.7	-2.5	10.6	3.4	ago
residentes	4,618,716	2.8	1.5	0.3	3.1	-4.5	-1.2	10.8	-4.7	11.6	4.2	ago
no residentes	5,991,106	2.9	-0.1	6.6	7.4	5.1	4.0	15.2	1.0	5.7	0.0	ago
acampamentos	2,359,863	7.2	9.3	-2.3	10.6	-1.8	-4.9	11.8	8.3	64.2	40.4	ago
apartamentos	623,217	--	2.0	2.2	21.8	0.7	-1.6	31.8	6.0	11.8	4.1	ago
turismo rural	164,455	--	--	9.5	19.3	2.4	10.7	7.9	-30.0	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	58,072,772											
hoteles y hostales	36,905,330	3.1	-0.1	0.4	5.1	0.0	-3.0	7.9	-3.9	11.9	-1.0	ago
residentes	12,210,408	4.6	1.7	-4.0	4.5	-9.1	-6.6	0.9	-9.0	13.7	-1.0	ago
no residentes	24,694,922	2.4	-1.0	2.7	5.9	4.1	-1.4	12.9	1.8	1.7	-1.0	ago
acampamentos	14,672,126	3.8	7.2	-0.8	55.5	-10.8	0.9	-7.9	-26.8	91.1	23.8	ago
apartamentos	6,004,378	--	-3.4	4.6	34.2	-6.9	6.7	13.3	-15.8	33.5	18.3	ago
turismo rural	490,938	--	--	7.6	34.6	-17.3	12.0	7.3	-38.6	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			54.4	53.8	42.8	54.3	70.9	47.2	39.9	34.7	34.7	ago
Estancia media (días) (3)			3.3	3.3	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.8	3.5	3.3	3.1	3.7	3.7	4.3	4.2	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	9.8	6.6	7.6	5.2	5.1	7.3	5.2	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	22,117	2.1	4.4	2.8	0.6	3.0	0.6	8.7	9.2	5.9	5.9	ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	377,914	5.7	4.0	3.2	3.4	2.4	3.4	3.5	2.4	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

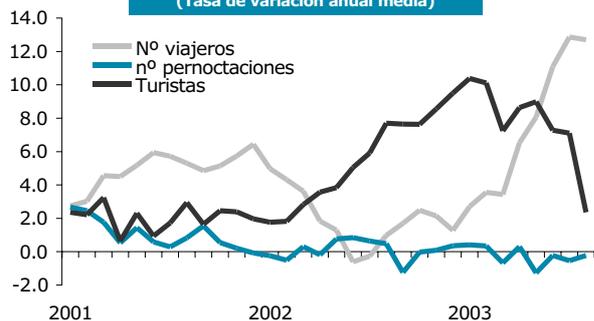
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

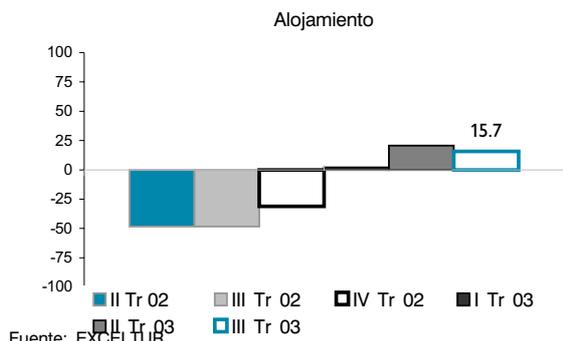
10. COMUNIDAD VALENCIANA

Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Co. Valenciana (Tasa de variación anual media)



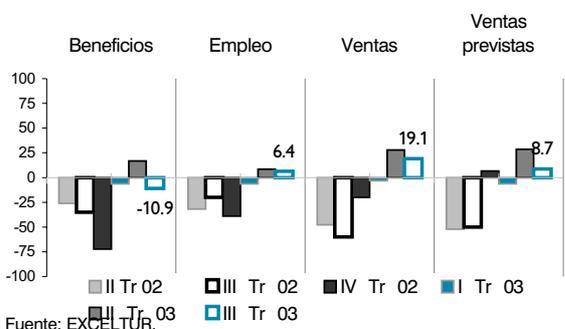
Fuente: EOH y Frontur

Evolución del Índice de Clima en la C.Valenciana



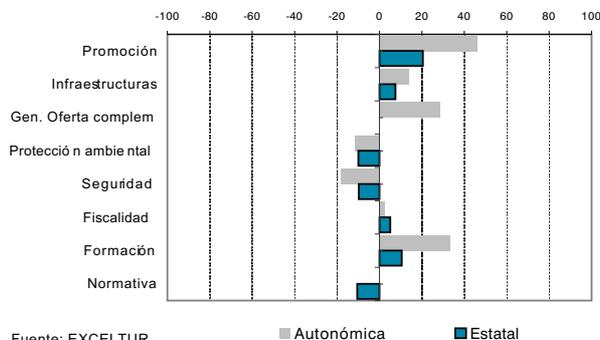
Fuente: EXCELTUR.

Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en C.Valenciana



Fuente: EXCELTUR.

Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en C.Valenciana III Tr 2003



Fuente: EXCELTUR.

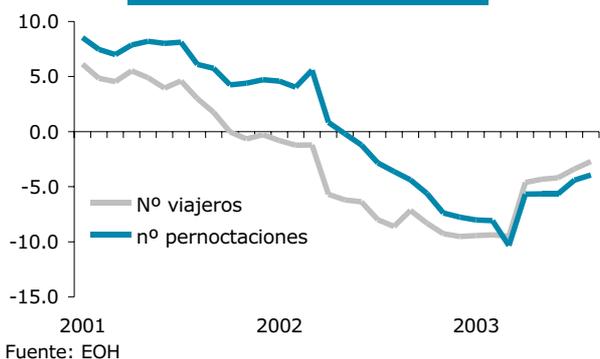
C.Valenciana	Valor	tasa de variación interanual										
		2002			2002				2003			Ultimo dato
		2000	2001	2002	I	II	III	#iREF!	I	II	III	
VAB	--	5.1	3.0	2.0	--	--	--	--	--	--	--	
VAB- Servicios	--	5.8	4.0	2.8	--	--	--	--	--	--	--	
Entrada de turistas no residentes con desino la CCAA (1)	4,969,570	2.5	2.0	9.5	13.9	6.3	8.0	13.5	0.6	6.5	-6.4	ago
Viajeros alojados (2)	6,312,714											
hoteles y hostales	4,850,002	2.2	6.4	1.3	-0.6	-4.9	5.4	5.2	10.5	10.6	3.4	ago
residentes	3,259,626	4.5	9.7	0.1	-2.6	-7.1	5.0	4.5	10.9	11.6	4.2	ago
no residentes	1,590,374	-2.0	0.1	3.9	3.2	-0.4	6.4	6.7	9.8	5.7	0.0	ago
acampamentos	601,601	10.9	3.7	-1.7	67.8	-26.5	-2.1	12.5	17.1	64.2	3.3	ago
apartamentos	799,862	--	8.4	-0.4	42.5	-14.7	-0.3	-2.9	-15.7	11.8	4.1	ago
turismo rural	61,249	--	--	9.2	23.9	-9.8	5.7	29.8	51.6	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	33,566,984											
hoteles y hostales	20,379,388	4.9	1.6	-0.2	1.8	-6.2	0.4	5.2	1.0	11.9	-1.0	ago
residentes	11,771,130	7.1	8.5	-0.6	4.9	-8.4	0.6	3.9	6.7	13.7	-1.0	ago
no residentes	8,608,255	2.5	-6.5	0.4	-0.8	-3.2	-0.1	6.7	-4.3	1.7	-1.0	ago
acampamentos	4,849,833	13.3	13.2	-3.3	18.7	-14.7	-6.3	-4.5	-10.7	91.1	23.8	ago
apartamentos	8,144,204	--	2.5	-1.4	15.7	-4.0	-1.9	-8.2	-15.1	33.5	-10.2	ago
turismo rural	193,559	--	--	17.3	69.8	7.8	10.2	17.3	-7.3	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			63.3	59.6	54.5	59.2	71.9	52.9	51.9	58.5	58.5	ago
Estancia media (días) (3)			4.2	4.2	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.4	3.6	3.3	3.0	3.5	3.5	3.9	3.6	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	6.3	2.5	3.2	-0.1	2.9	4.5	2.9	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	12,365	-13.4	21.2	12.7	22.7	6.6	11.1	13.8	6.7	6.7	6.7	ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	198,272	5.2	6.7	5.4	5.8	5.2	4.7	6.0	6.0	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

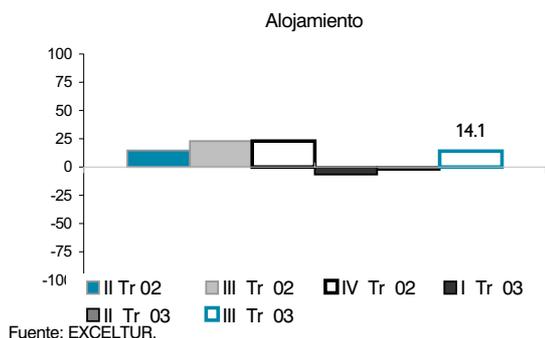
- (1) IET. Frontur
- (2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural
- (3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera
- (4) INE. Encuesta Población Activa
- (5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

11. EXTREMADURA

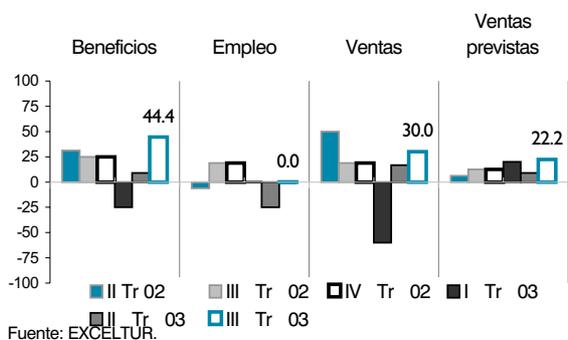
Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Extremadura (Tasa de variación anual media)



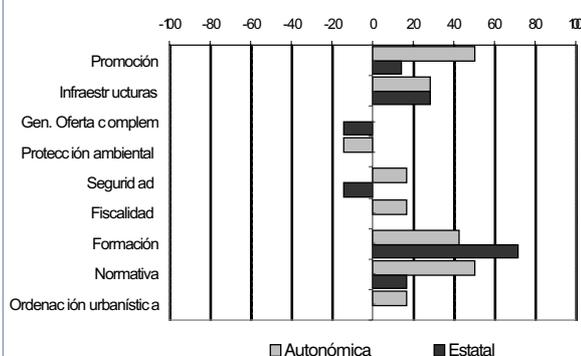
Evolución del Índice de Clima en Extremadura



Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Extremadura



Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Extremadura III Tr 2003



Extremadura	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	Ultimo dato
VAB	--	3.9	2.4	2.2	--	--	--	--	--	--	--	
VAB - Servicios	--	3.9	4.3	2.1	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	1,117,386											
hoteles y hostales	992,107	6.2	-0.3	-9.5	-4.8	-14.8	-5.1	-12.4	-4.4	10.6	3.4	ago
residentes	840,863	6.2	-0.4	-11.3	-7.6	-17.1	-7.7	-12.3	-3.5	11.6	4.2	ago
no residentes	151,245	5.8	0.4	2.1	18.7	-3.3	12.4	-13.0	-10.0	5.7	0.0	ago
acampamentos	82,468	9.8	-0.9	21.9	413.2	-26.1	27.3	44.6	20.3	64.2	8.9	ago
apartamentos	11,470	--	33.4	-10.5	29.3	-29.5	-1.0	-20.2	-8.8	11.8	4.1	ago
turismo rural	31,341	--	--	3.4	30.4	7.1	-7.1	-6.4	15.2	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	2,003,174											
hoteles y hostales	1,683,026	8.9	4.7	-7.8	6.4	-12.3	-7.9	-12.4	-8.6	11.9	-1.0	ago
residentes	1,459,913	9.5	4.6	-9.0	3.7	-13.6	-9.9	-11.7	-8.6	13.7	-1.0	ago
no residentes	223,111	4.4	5.8	0.9	29.6	-4.9	8.5	-17.5	-8.2	1.7	-1.0	ago
acampamentos	213,468	9.0	16.8	13.9	752.7	-38.9	19.1	52.8	-78.6	91.1	23.8	ago
apartamentos	35,953	--	18.3	-6.4	18.1	-16.0	1.4	-23.3	17.7	33.5	69.7	ago
turismo rural	70,727	--	--	6.3	59.9	13.1	-1.4	-18.1	22.8	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			34.2	30.9	26.4	34.3	35.4	27.5	23.7	36.8	36.8	ago
Estancia media (días) (3)			1.6	1.7	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	2.5	3.7	2.8	2.9	3.1	3.1	3.4	3.0	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	8.9	5.2	3.9	7.5	3.9	4.3	3.7	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	2,090	-13.1	9.1	-6.7	-10.8	-5.3	-9.7	-1.0	5.9	5.9	5.9	ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	28,381	4.2	3.4	4.0	3.4	3.1	4.0	5.6	4.9	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

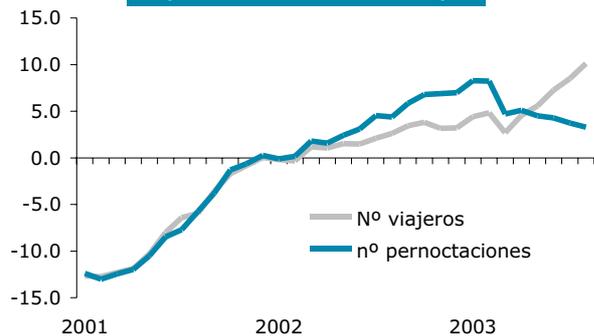
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

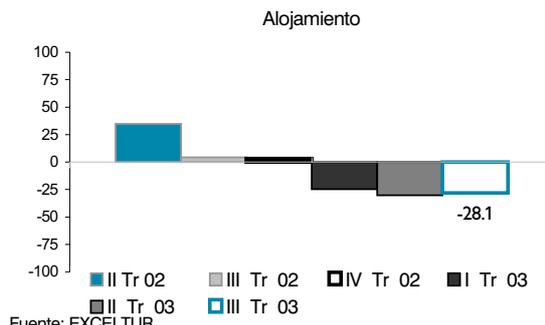
12. GALICIA

Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Galicia (Tasa de variación anual media)



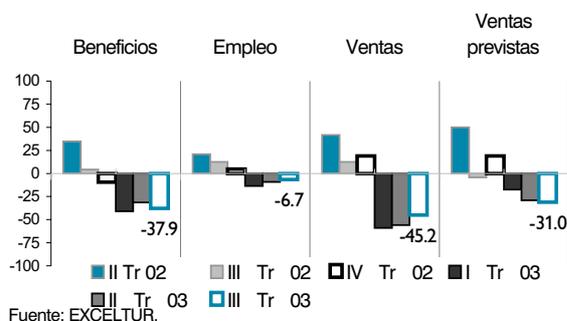
Fuente: EOH

Evolución del Índice de Clima en Galicia



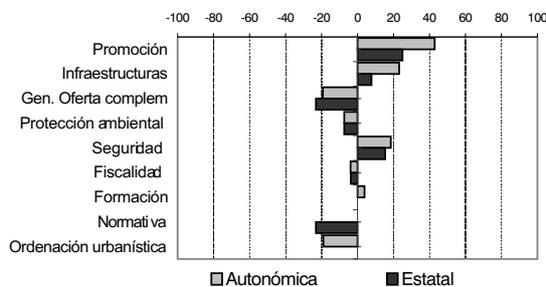
Fuente: EXCELTUR.

Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Galicia



Fuente: EXCELTUR.

Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Galicia III Tr 2003



Fuente: EXCELTUR.

Galicia	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	
VAB	--	2.7	2.3	1.9	--	--	--	--	--	--	--	
VAB- Servicios	--	3.2	4.0	2.0	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	2,962,463											
hoteles y hostales	2,610,942	-12.7	0.0	3.2	9.3	2.2	2.8	0.5	5.7	10.6	3.4	ago
residentes	2,135,748	-16.5	-0.3	3.0	12.1	0.1	2.4	0.5	6.1	11.6	4.2	ago
no residentes	475,193	10.5	1.7	4.0	-6.9	10.2	4.4	1.0	3.1	5.7	0.0	ago
acampamentos	206,129	3.7	-5.9	2.8	333.0	-15.9	3.5	98.3	513.1	64.2	-7.4	ago
apartamentos	25,404	--	10.5	5.7	-0.6	-0.4	8.5	19.2	24.7	11.8	4.1	ago
turismo rural	119,988	--	--	20.6	60.0	1.4	21.1	20.0	25.5	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	7,512,421											
hoteles y hostales	6,272,678	-12.5	0.3	7.0	12.1	7.0	4.2	9.5	-2.8	11.9	-1.0	ago
residentes	5,319,539	-16.0	0.5	6.9	14.3	6.1	4.0	8.8	-3.7	13.7	-1.0	ago
no residentes	953,140	13.3	-1.3	7.2	-1.7	11.0	4.8	14.0	3.7	1.7	-1.0	ago
acampamentos	832,166	20.2	3.3	6.6	607.5	-10.4	6.9	211.9	52.4	91.1	23.8	ago
apartamentos	124,396	--	14.3	-0.7	-8.4	-9.4	2.6	6.2	-8.8	33.5	-14.7	ago
turismo rural	283,181	--	--	25.0	112.4	0.5	25.5	14.1	-27.9	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			32.5	33.3	24.0	31.5	48.8	28.9	22.5	36.3	36.3	ago
Estancia media (días) (8)			2.3	2.3	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.3	3.4	2.9	3.5	3.8	3.7	4.2	4.0	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	8.9	5.2	4.7	4.1	4.3	4.9	4.2	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	5,596	4.9	3.3	5.8	2.0	5.6	4.3	11.8	10.3	10.3	10.3	ago
Afiliados Seg. Social en el sector turístico (5)	106,026	4.4	3.6	3.0	3.0	3.0	2.8	3.3	-31.5	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

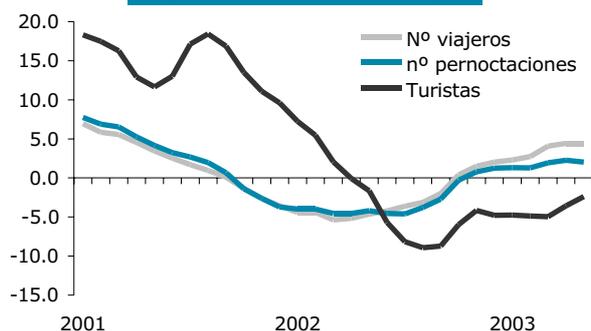
(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

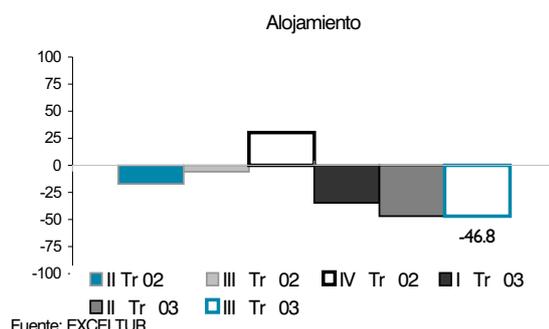
13. MADRID

Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Madrid (Tasa de variación anual media)



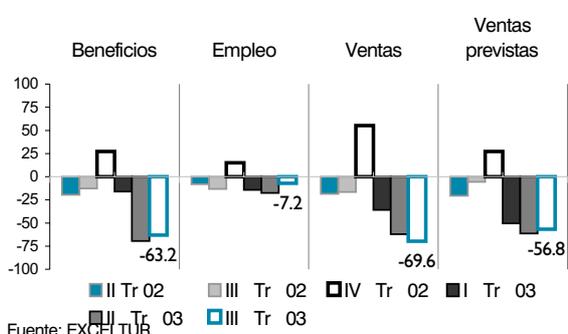
Fuente: EOH

Evolución del Índice de Clima en Madrid



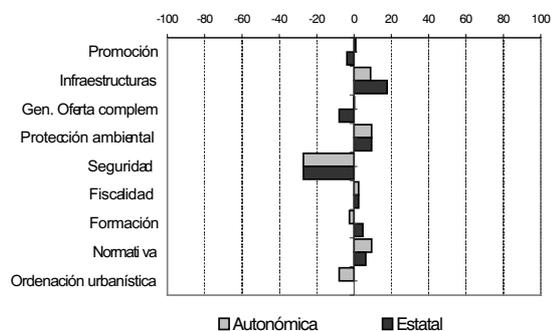
Fuente: EXCELTUR.

Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Madrid



Fuente: EXCELTUR.

Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Madrid III Tr 2003



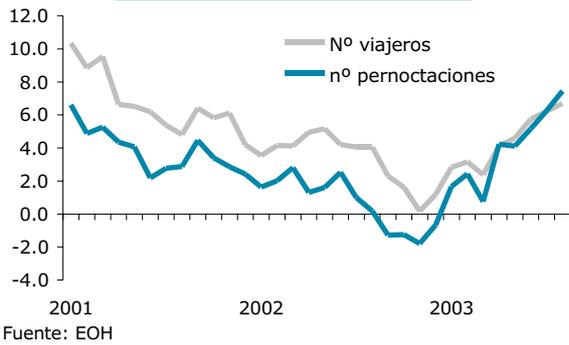
Madrid	Valor	tasa de variación interanual											
		2002	2000	2001	2002	2002				2003			Ultimo dato
						I	II	III	IV	I	II	III	
VAB	--	4.4	3.3	2.0	--	--	--	--	--	--	--	--	
VAB- Servicios	--	4.4	4.3	2.4	--	--	--	--	--	--	--	--	
Entrada de turistas no residentes con destino la CCAA (1)	3,029,203	18.4	9.6	-4.8	-11.4	-13.9	2.8	5.1	-13.2	-2.0	4.7		ago
Viajeros alojados (2)	6,201,741												
hoteles y hostales	5,687,727	6.1	-3.6	2.0	-4.9	-0.7	5.7	8.1	3.7	10.6	3.4		ago
residentes	3,214,170	2.0	1.4	5.0	-1.2	4.9	11.7	5.1	3.2	11.6	4.2		ago
no residentes	2,473,555	11.1	-9.0	-1.6	-10.0	-6.5	-0.6	12.8	4.6	5.7	0.0		ago
acampamentos	227,489	0.4	15.0	-0.7	38.3	-18.8	3.5	-13.4	-20.2	64.2	-24.5		ago
apartamentos	232,302	--	4.3	13.0	6.8	12.4	21.1	11.9	2.7	11.8	4.1		ago
turismo rural	54,223	--	--	4.7	4.9	-4.4	0.9	16.0	10.3	0.2	-9.9		ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	13,991,340												
hoteles y hostales	12,336,818	8.0	-3.7	1.3	-2.7	-2.7	4.4	6.6	0.1	11.9	-1.0		ago
residentes	6,591,951	3.8	-2.5	6.2	2.3	5.1	13.4	4.6	-0.7	13.7	-1.0		ago
no residentes	5,744,869	12.6	-4.9	-3.9	-8.6	-9.6	-4.0	9.1	1.2	1.7	-1.0		ago
acampamentos	621,216	45.3	-10.1	5.5	75.4	-21.1	12.5	-28.0	-43.7	91.1	23.8		ago
apartamentos	903,419	--	9.4	10.4	2.7	8.3	19.8	10.6	-1.0	33.5	-4.2		ago
turismo rural	129,887	--	--	8.1	17.7	-1.2	12.1	4.0	-29.1	23.3	0.6		ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			53.1	52.9	49.2	56.5	54.0	52.0	47.7	53.4	53.4		ago
Estancia media (días) (3)			2.2	2.2	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4		ago
IPC- General de la CCAA	--	3.4	3.6	3.1	3.1	3.7	3.7	4.0	3.7	2.7	2.9		ago
IPH- de la CCAA	--	--	8.9	5.2	7.4	6.2	5.6	5.8	3.4	4.8	3.2		ago
Personal empleado en hoteles (3)	10,646	5.6	2.3	3.7	2.9	5.0	2.2	4.8	1.9	1.9	1.9		ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	345,416	5.6	4.5	3.5	3.1	3.4	3.8	3.7	-31.3	4.5	--		May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

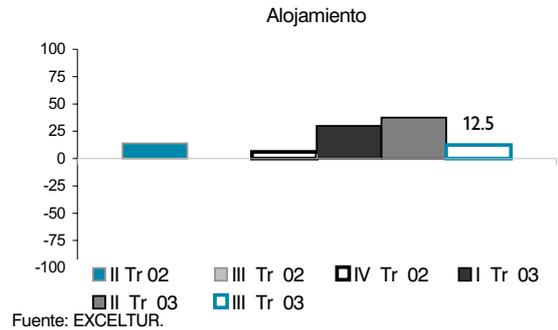
- (1) IET. Frontur
- (2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural
- (3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera
- (4) INE. Encuesta Población Activa
- (5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

14. REGIÓN DE MURCIA

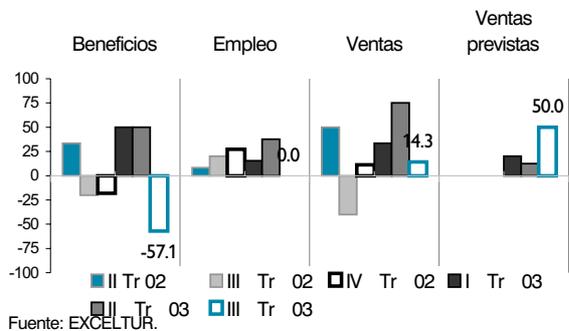
Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Región de Murcia (Tasa de variación anual media)



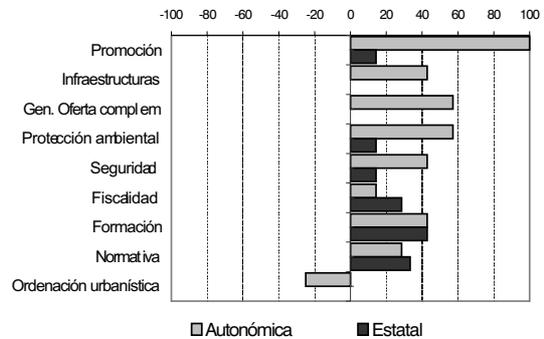
Evolución del Índice de Clima en Murcia



Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en Murcia



Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en Murcia III Tr 2003



Murcia	Valor	tasa de variación interanual										
		2002	2000	2001	2002	2002				2003		
					I	II	III	IV	I	II	III	Ultimo dato
VAB	--	4.8	3.0	2.8	--	--	--	--	--	--	--	
VAB- Servicios	--	5.0	4.3	3.1	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	1,070,217											
hoteles y hostales	808,987	11.0	4.2	1.2	3.9	1.2	0.3	-0.1	9.5	10.6	3.4	ago
residentes	660,323	10.5	2.8	-0.8	3.1	-0.6	-3.0	-1.6	8.6	11.6	4.2	ago
no residentes	148,663	13.5	11.9	11.1	7.8	9.8	17.9	7.4	13.9	5.7	0.0	ago
acampamentos	153,819	9.0	25.7	-4.0	30.4	-32.8	-2.1	16.7	-1.2	64.2	-2.1	ago
apartamentos	78,848	--	17.6	-3.4	94.5	-13.4	-3.9	-22.4	-5.3	11.8	4.1	ago
turismo rural	28,563	--	--	10.3	12.8	4.7	14.5	9.3	5.9	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	4,791,098											
hoteles y hostales	2,456,629	6.0	2.4	-0.7	4.0	-4.6	-3.7	6.1	11.1	11.9	-1.0	ago
residentes	1,950,251	5.5	2.7	-3.8	1.4	-7.2	-5.7	-0.3	11.9	13.7	-1.0	ago
no residentes	506,375	8.3	1.2	13.4	15.5	6.2	6.3	33.7	8.4	1.7	-1.0	ago
acampamentos	1,368,841	21.0	35.5	10.3	24.8	-8.9	6.0	14.0	-5.1	91.1	23.8	ago
apartamentos	861,988	--	4.0	5.6	41.4	1.0	4.1	-1.1	-5.5	33.5	14.1	ago
turismo rural	103,640	--	--	13.8	54.5	-0.1	12.6	4.0	12.1	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			47.8	46.5	41.7	46.0	57.6	40.6	42.4	49.7	49.7	ago
Estancia media (días) (3)			3.0	3.0	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.9	4.1	3.1	4.8	4.7	4.9	3.9	2.8	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	8.9	5.2	7.1	5.6	2.9	2.2	1.7	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	1,980	0.9	0.1	5.7	6.6	2.9	5.3	8.4	6.6	6.6	6.6	ago
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	46,928	6.5	6.2	6.0	6.0	5.1	6.1	7.0	6.8	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

15. NAVARRA

Navarra	Valor	tasa de variación interanual											
		2002	2000	2001	2002	2002				2003			Ultimo dato
						I	II	III	IV	I	II	III	
VAB	--	6.1	2.7	2.8	--	--	--	--	--	--	--	--	
VAB - Servicios	--	7.3	4.8	4.1	--	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	740,332												
hoteles y hostales	555,440	-8.3	-1.8	-0.1	5.3	-4.9	0.2	1.1	-9.3	10.6	3.4	ago	
residentes	423,838	-11.7	-3.8	-1.9	6.5	-8.1	-2.9	-0.6	-9.1	11.6	4.2	ago	
no residentes	131,603	7.5	6.1	6.4	-0.6	5.0	8.6	9.4	-10.4	5.7	0.0	ago	
acampamentos	100,796	2.5	20.2	12.2	149.9	-40.9	33.9	-25.0	217.0	64.2	79.2	ago	
apartamentos	13,770	--	-12.6	17.1	12.4	-9.7	38.7	35.5	22.0	11.8	4.1	ago	
turismo rural	70,326	--	--	13.4	18.0	7.4	18.1	10.2	9.1	0.2	-9.9	ago	
Pernoctaciones en alojamientos (2)	1,724,571												
hoteles y hostales	1,139,778	-0.1	8.8	-0.7	21.7	-3.9	-4.3	-6.7	-15.9	11.9	-1.0	ago	
residentes	916,733	-3.8	9.5	-1.3	25.0	-7.2	-5.4	-6.6	-17.2	13.7	-1.0	ago	
no residentes	223,042	18.3	6.0	1.7	5.7	8.7	-0.2	-7.2	-8.8	1.7	-1.0	ago	
acampamentos	268,149	49.8	25.7	-1.4	109.8	-21.8	3.5	-42.1	27.5	91.1	23.8	ago	
apartamentos	66,959	--	-8.3	-11.8	-1.1	-28.0	-8.8	-7.1	1.5	33.5	28.0	ago	
turismo rural	249,685	--	--	6.3	44.0	-16.6	10.0	-2.7	-24.8	23.3	0.6	ago	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			38.3	35.2	31.3	34.8	44.0	30.7	26.7	36.0	36.0	ago	
Estancia media (días) (3)			2.0	2.0	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago	
IPC - General de la CCAA	--	3.5	3.7	3.7	3.8	3.6	3.7	3.4	3.8	2.7	2.9	ago	
IPH- de la CCAA	--	--	8.9	5.2	4.1	6.4	4.0	4.9	4.6	4.8	3.2	ago	
Personal empleado en hoteles (3)	1,097	13.0	-1.9	-1.9	1.1	-8.4	-3.0	4.5	5.6	5.6	5.6	ago	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	25,607	5.8	4.0	4.0	3.8	3.6	3.8	4.8	3.8	4.5	--	May	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

16. RIOJA

Rioja	Valor	tasa de variación interanual											
		2002	2000	2001	2002	2002				2003			Ultimo dato
						I	II	III	IV	I	II	III	
VAB	--	5.2	2.3	1.8	--	--	--	--	--	--	--		
VAB - Servicios	--	5.9	6.0	2.9	--	--	--	--	--	--	--		
Viajeros alojados (2)	513,210												
hoteles y hostales	429,162	6.6	1.7	3.8	10.9	1.9	3.8	0.6	7.3	10.6	3.4	ago	
residentes	362,477	4.8	5.0	2.9	10.5	1.6	1.0	0.7	5.8	11.6	4.2	ago	
no residentes	66,684	15.6	-13.6	8.8	16.0	3.1	16.8	-0.4	23.3	5.7	0.0	ago	
acampamentos	66,963	5.9	-16.8	10.8	61.1	-2.3	9.5	2.0	-10.7	64.2	-7.6	ago	
apartamentos	nd	--	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	11.8	4.1	ago	
turismo rural	17,085	--	--	20.2	46.3	10.8	19.8	15.7	10.7	0.2	-9.9	ago	
Pernoctaciones en alojamientos (2)	1,058,533												
hoteles y hostales	787,203	10.2	0.4	4.3	13.9	-0.9	3.5	3.9	3.3	11.9	-1.0	ago	
residentes	681,729	7.9	3.1	3.5	15.0	-1.4	1.1	2.8	1.2	13.7	-1.0	ago	
no residentes	105,471	25.9	-14.8	9.6	2.3	1.9	18.4	13.1	28.3	1.7	-1.0	ago	
acampamentos	229,517	15.8	-28.7	11.4	137.9	-20.0	16.1	-18.8	-49.9	91.1	23.8	ago	
apartamentos	nd	--	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	33.5	nd	ago	
turismo rural	41,813	--	--	22.4	82.7	6.0	24.4	10.1	-58.9	23.3	0.6	ago	
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)			44.3	44.2	37.0	45.0	53.0	41.7	35.0	45.7	45.7	ago	
Estancia media (días) (3)			1.8	1.8	2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago	
IPC - General de la CCAA	--	4.0	4.1	3.0	3.6	3.5	3.5	4.1	3.8	2.7	2.9	ago	
IPH- de la CCAA	--	--	8.9	5.2	4.5	7.3	6.4	5.4	6.5	4.8	3.2	ago	
Personal empleado en hoteles (3)	775	-7.0	-5.9	10.6	8.3	4.5	-7.2	45.0	-12.9	-12.9	-12.9	ago	
Afiliados Seg.Social en el sector turístico (5)	11,533	4.4	3.1	4.4	2.5	3.6	5.2	6.1	4.7	4.5	--	May	

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

(1) IET. Frontur

(2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo rural

(3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera

(4) INE. Encuesta Población Activa

(5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92

(nd) El tamaño de la muestra no permite al INE facilitar los resultados

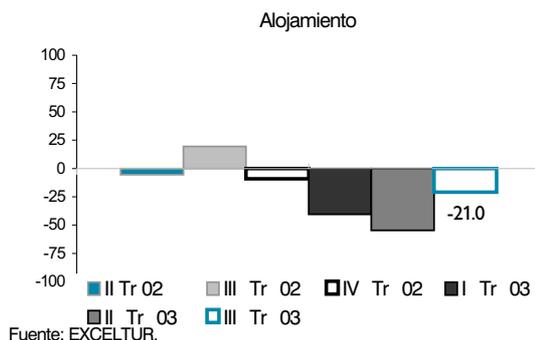
17. PAIS VASCO

Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en País Vasco (Tasa de variación anual media)



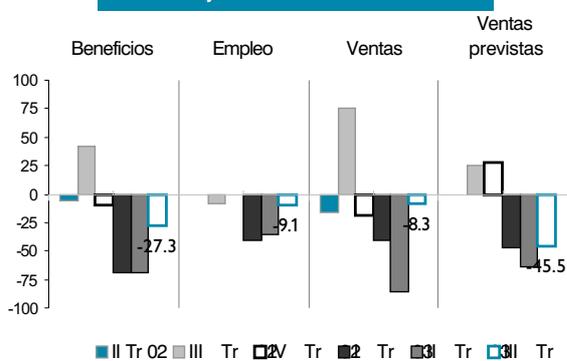
Fuente: EOH

Evolución del Índice de Clima en País Vasco



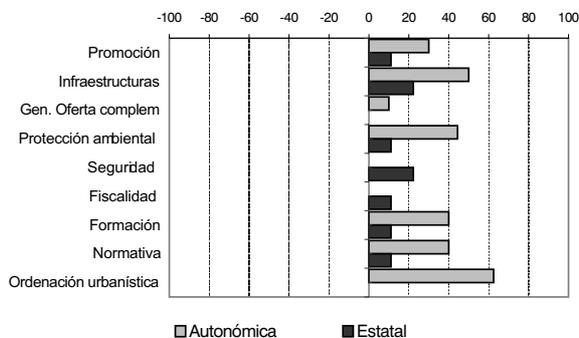
Fuente: EXCELTUR.

Evolución de las opiniones empresariales de Alojamiento en País Vasco



Fuente: EXCELTUR.

Opiniones empresariales sobre Política Turística del sector de Alojamiento en País Vasco III Tr 2003



País Vasco	Valor	tasa de variación interanual										
		2002				2003				2003		
		2000	2001	2002	I	II	III	IV	I	II	III	Ultimo dato
VAB	--	4.5	2.2	1.7	--	--	--	--	--	--	--	
VAB- Servicios	--	4.2	4.0	2.8	--	--	--	--	--	--	--	
Viajeros alojados (2)	1,679,009											
hoteles y hostales	1,464,866	-3.1	-6.6	6.0	6.5	6.6	2.8	9.2	-2.2	10.6	3.4	ago
residentes	1,007,319	-7.0	-6.1	5.4	7.8	5.5	1.1	7.9	-1.6	11.6	4.2	ago
no residentes	457,546	6.8	-7.7	7.3	2.2	8.9	5.4	13.2	-4.2	5.7	0.0	ago
acampamentos	138,625	-17.8	15.1	3.2	209.2	-26.0	5.9	8.2	19.4	64.2	61.9	ago
apartamentos	nd	--	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	11.8	4.1	ago
turismo rural	75,518	--	--	12.4	15.1	13.8	15.8	3.2	0.9	0.2	-9.9	ago
Pernoctaciones en alojamientos (2)	3,426,225											
hoteles y hostales	2,831,209	-2.4	-3.9	4.4	7.0	4.2	3.0	4.3	-5.0	11.9	-1.0	ago
residentes	1,934,516	-7.0	-4.0	3.2	6.5	2.4	2.5	2.1	-4.2	13.7	-1.0	ago
no residentes	896,694	9.7	-3.6	7.0	8.5	8.2	3.8	10.8	-7.4	1.7	-1.0	ago
acampamentos	405,732	-15.9	14.6	1.0	265.8	-22.9	1.0	0.5	-53.7	91.1	23.8	ago
apartamentos	nd	--	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	33.5	nd	ago
turismo rural	189,284	--	--	11.7	36.3	4.9	13.1	-0.9	-54.2	23.3	0.6	ago
Grado de ocupación media (porcentaje) (3)		44.9	45.9		38.4	46.8	56.3	42.1	34.5	44.1	44.1	ago
Estancia media (días) (3)		2.0	1.9		2.2	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.4	ago
IPC- General de la CCAA	--	3.5	3.9	3.4	3.4	3.8	3.7	3.8	3.5	2.7	2.9	ago
IPH- de la CCAA	--	--	8.9	5.2	5.6	4.9	6.6	3.9	4.7	4.8	3.2	ago
Personal empleado en hoteles (3)	2,976	-3.5	10.8	8.0	10.4	14.8	0.7	7.5	8.9	8.9	8.9	ago
Afiliados Seg. Social en el sector turístico (5)	96,588	4.9	3.2	1.9	1.9	1.6	1.6	2.3	1.7	4.5	--	May

Datos elaborados sobre la síntesis de varias operaciones estadísticas

- (1) IET. Frontur
 - (2) INE. Encuestas de ocupación hotelera, en acampamentos, en apartamentos turísticos y en turismo o rural
 - (3) INE. Encuesta Ocupación Hotelera.
 - (4) INE. Encuesta Población Activa
 - (5) INSS. Agregación de CNAE 67,60,61,62,63,92
- (nd) El tamaño de la muestra no permite al INE facilitar los resultados