

# Tendencias empresariales por subsectores

- 4.1. Alojamiento hotelero
- 4.2. Agencias de viajes y  
Touropерadores
- 4.3. Transporte
- 4.4. Ocio



Exceltur

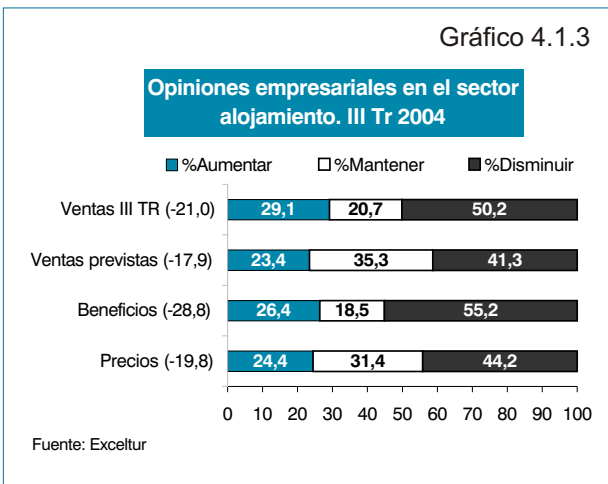
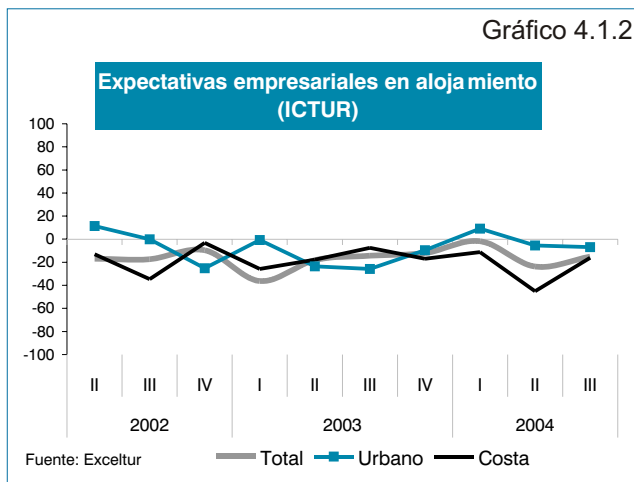
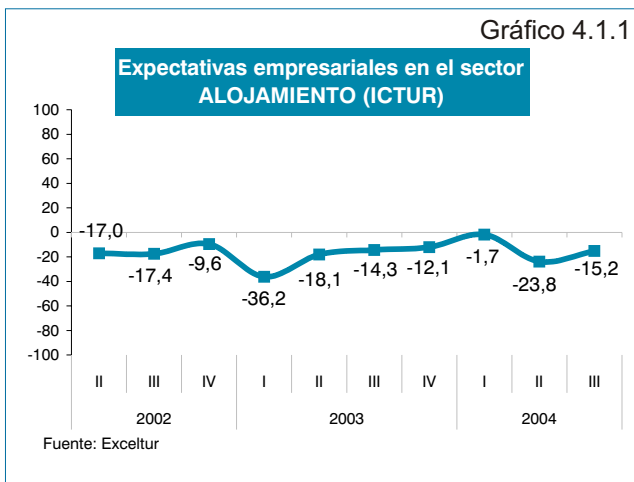


# Tendencias empresariales por subsectores

## 4.1. Alojamiento hotelero

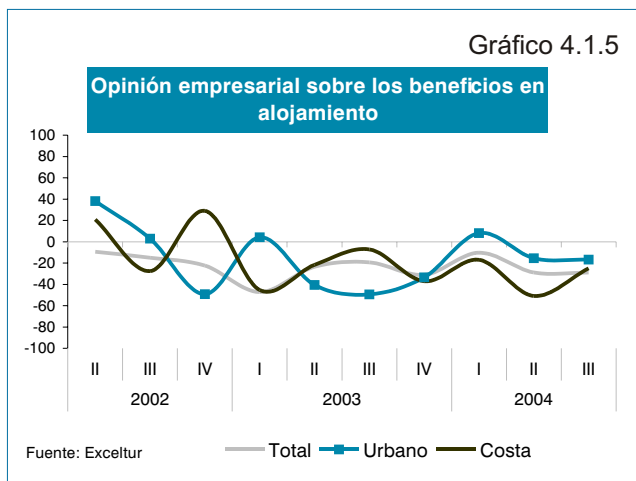
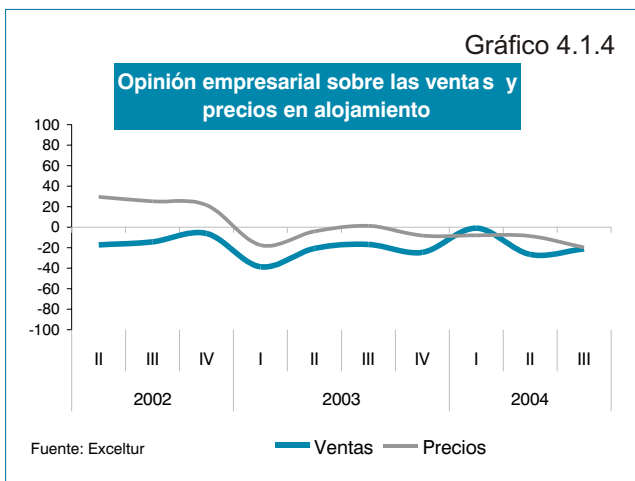
**Leve mejoría del clima empresarial en el sector de alojamiento respecto al segundo trimestre**

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ECTE) relativos al tercer trimestre de 2004 muestran una leve mejoría del indicador de confianza del sector hotelero respecto a los meses de primavera, hasta un nivel muy similar al clima del mismo trimestre de 2003. Después de beneficiarse de un repunte de las pernoctaciones en los meses de julio y agosto, que según los datos del INE se han acelerado en septiembre, los empresarios esperan incrementar ligeramente sus ventas, o al menos mantenerlas, en los próximos meses, en línea con la evolución algo más favorable de las reservas en el tercer trimestre.



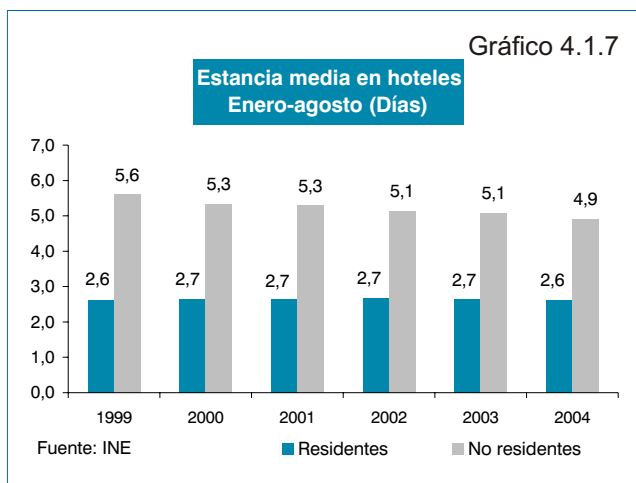
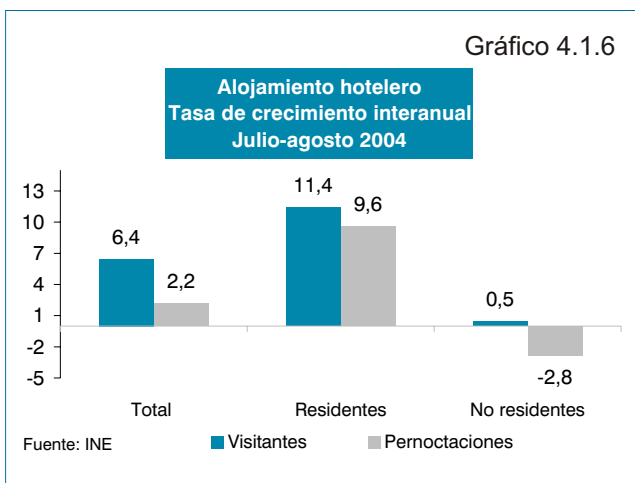
Si bien las opiniones empresariales entre alojamiento urbano y de costa han acercado posiciones en cuanto a sus expectativas, estos últimos vuelven a dar cuenta de un peor comportamiento relativo de las principales variables del negocio en el tercer trimestre, tanto en términos de facturación como de rentabilidad. Mientras un 37,2% de los encuestados de alojamiento urbano manifestaron un aumento de sus ventas entre julio y septiembre, más de la mitad de los empresarios del litoral (51,1%) afirman que éstas descendieron. Paralelamente los beneficios aumentaron para un menor número de hosteleros en la costa que en destinos urbanos (el 22,7% frente al 32,3% respectivamente).

La evolución de los precios es la única variable que presenta un empeoramiento significativo respecto al segundo trimestre, debido a una opinión más negativa de los empresarios de alojamiento urbano, que un trimestre más se han visto obligados a reducir sus tarifas para contrarrestar la sobre oferta alojativa que caracteriza muchas de las grandes capitales españolas. Un 48,1% de los encuestados en destinos urbanos afirman que cayeron los precios en la temporada estival, frente a un 37,9% entre abril y junio. En los destinos vacacionales, condicionados asimismo por políticas de ofertas y descuentos ante la debilidad de la demanda extranjera y la competencia de la creciente oferta residencial, sigue predominando la percepción de una caída de los precios para el 40,2% de los encuestados.



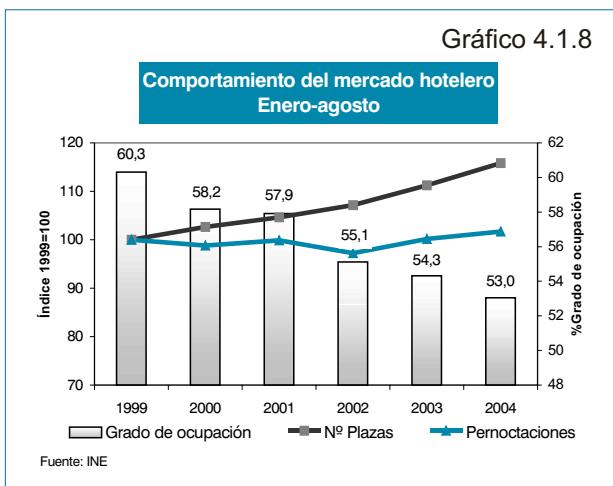
**El crecimiento de la oferta hotelera mantiene un ritmo muy superior al incremento de la demanda**

La demanda hotelera ha afianzado en julio y agosto la tendencia del primer semestre, caracterizada por la debilidad del turismo extranjero que viene compensado por el intenso dinamismo de la demanda nacional. Según reflejan los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del INE, en los dos meses de temporada alta, el número de pernoctaciones de los extranjeros cayó un 2,8% respecto al mismo periodo de 2003, mientras crecieron un 9,6% las pernoctaciones de españoles, lo que permitió saldar esos meses de verano con un incremento del 2,2%. Con datos acumulados en el año, el descenso de las pernoctaciones de no residentes alcanza un 3,2%, tendencia que no se ha visto corregida sustancialmente por los datos de septiembre.



La estancia media de los visitantes en establecimientos hoteleros ha vuelto a caer un 4,8% respecto a enero-agosto 2003, hasta los 3,5 días. La estabilidad de la estancia media de los españoles no logra compensar la reducción constante del número medio de pernoctaciones de los extranjeros que, en relación a los ocho primeros meses del año, se ha reducido en 0,7 días en los últimos cinco años.

Gráfico 4.1.8



Paralelamente, la oferta hotelera se apunta un crecimiento del 4,1% hasta agosto, lo que, junto con la caída de la estancia media, ha generado un **descenso del grado de ocupación de 1,3 puntos respecto a los ocho primeros meses de 2003.**

**En julio y agosto, la nueva inversión en establecimientos de categoría alta se mantuvo en tasas de variación positivas de dos dígitos,** si bien se moderó levemente respecto al segundo trimestre. Desde enero, el número de plazas en hoteles de 4 y 5 estrellas acumula un incremento del 13,7% y del 17,3% respectivamente, **muy por encima del ritmo de crecimiento de la demanda,** con la consiguiente presión a la baja sobre los precios por la creciente competencia. En los ocho primeros meses del año, el volumen de pernoctaciones se incrementó de media un 11% en el conjunto de ambas categorías, a costa de los niveles de ocupación en los hoteles de entre 1 y 3 estrellas, que siguen acumulando caídas del número de pernoctaciones.

Gráfico 4.1.9

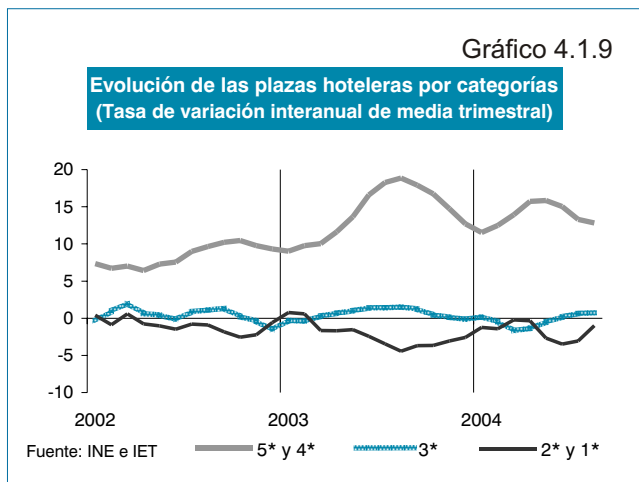
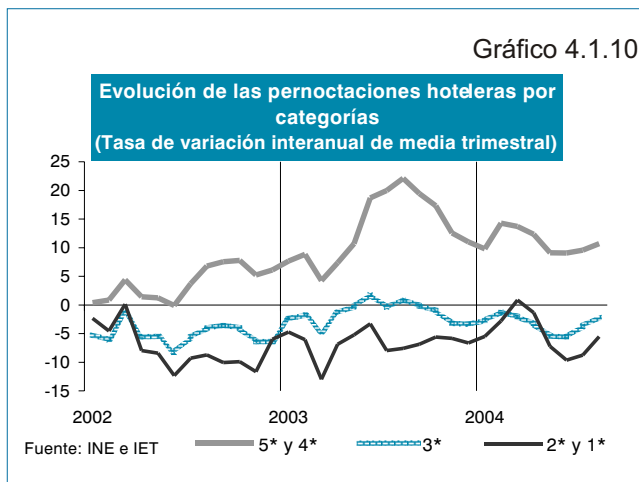
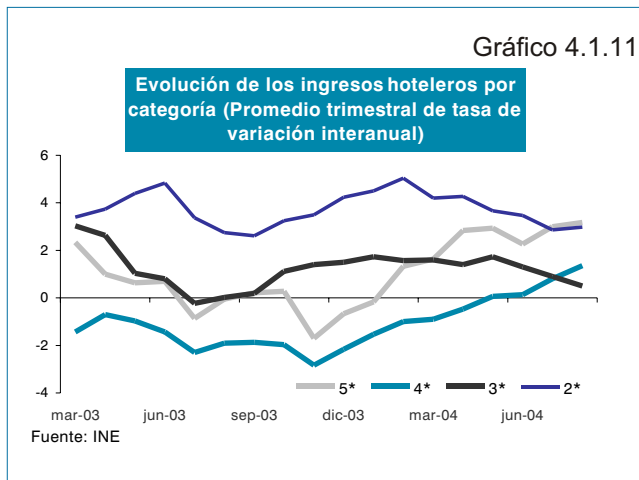


Gráfico 4.1.10



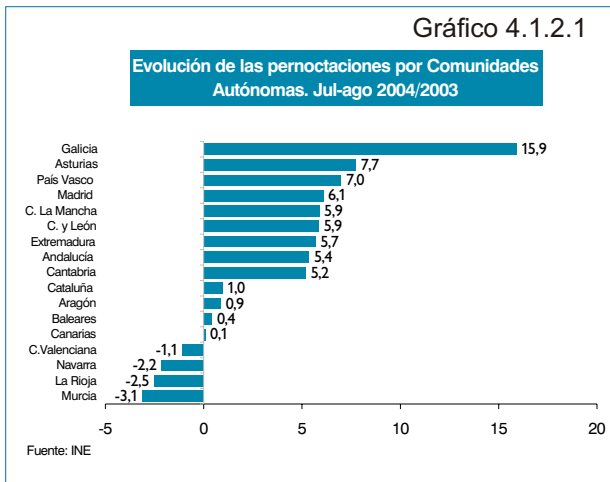
El incremento de la oferta hotelera se ve asimismo reflejado en la evolución del Índice de Ingresos Hoteleros (IIH) del INE, que aceleró ligeramente su crecimiento en julio y agosto respecto al segundo trimestre, con una tasa de variación interanual del 4% frente al 3,4% de abril-junio. Los ingresos por habitación subieron en todas las categorías, aunque la mayor aceleración respecto al segundo trimestre se produjo en los establecimientos de 4 y 5 estrellas, en línea con su mayor crecimiento relativo respecto a las categorías inferiores.

Gráfico 4.1.11



## 4.1.2. Comportamiento del alojamiento hotelero de los diferentes destinos

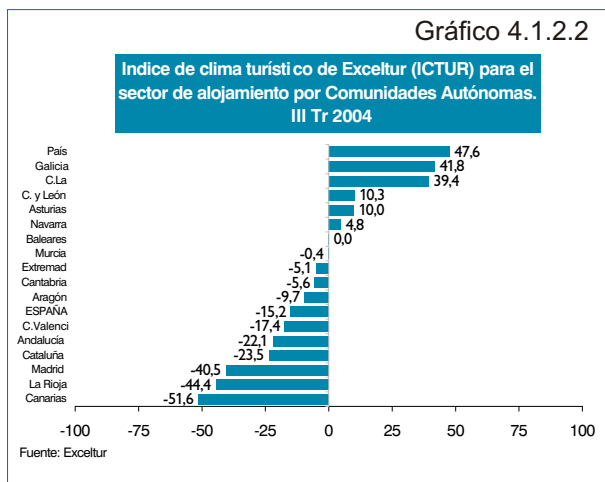
Gráfico 4.1.2.1



**El fuerte crecimiento de la demanda nacional en julio y agosto respecto a 2003 apenas ha logrado compensar la reducción del turismo extranjero en Cataluña y los archipiélagos.** Las regiones más dependientes del mercado de no residentes han registrado variaciones interanuales igual o inferiores al 1% en todos los casos. Más desfavorable ha sido la evolución en la Comunidad Valenciana y Murcia, donde el turismo interno no ha permitido contrarrestar la fuerte caída de la demanda extranjera. Los mejores resultados se registraron en las comunidades de interior y de la costa cantábrica, a excepción de Navarra y La Rioja, gracias al positivo comportamiento del número de pernoctaciones de los españoles.

Las opiniones empresariales vertidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ECTE) por Comunidades Autónomas reflejan el **pesimismo de los hoteleros en las regiones del litoral y las islas, a excepción de Baleares** que mejora significativamente el Índice de confianza (ICTUR) respecto al segundo trimestre. En el otro extremo, **los excelentes resultados de la actividad hotelera en julio y agosto han influido positivamente en la percepción de los empresarios de Galicia, Asturias, País Vasco y las dos Castillas, que siguen siendo optimistas sobre la evolución del negocio a corto plazo.**

Gráfico 4.1.2.2



Un trimestre más, el saldo del ICTUR vuelve a ser negativo en Madrid y Cataluña, teniendo en cuenta la desfavorable evolución de las reservas en julio y agosto y la previsión de ventas para los próximos meses. A pesar del crecimiento sustancial de las pernoctaciones en la capital en los meses de verano, **los hosteleros madrileños son los que peor percepción tienen de su rentabilidad en el tercer trimestre**, en la medida en que los precios disminuyeron para un 68,1% de los encuestados. Madrid fue, de hecho, una de las tres comunidades en la que cayó el Índice de Precios Hoteleros entre julio y agosto (-0,6%), una tendencia a la que contribuyó sin duda la sobreoferta alojativa y el bajo grado de ocupación.

Gráfico 4.1.2.3

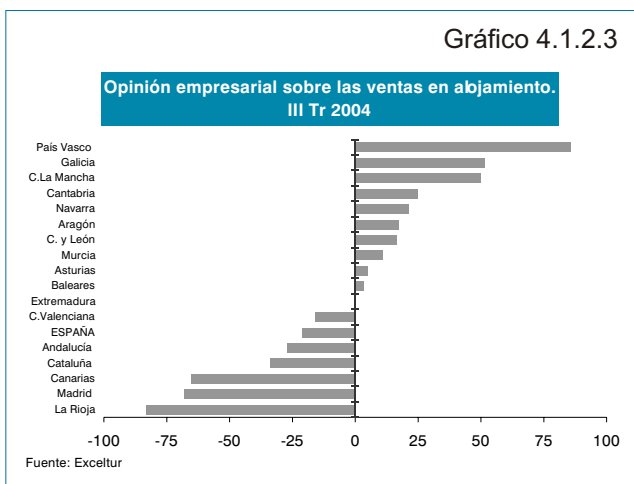
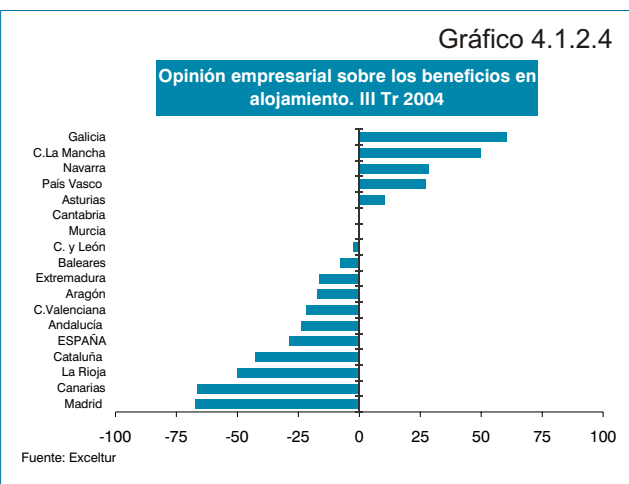


Gráfico 4.1.2.4



La valiosa información elaborada por la consultora Mazars a partir de una muestra de establecimientos de categoría similar a los recogidos en nuestra Encuesta de Confianza avala la percepción de un descenso en la rentabilidad recogida por Exceltur en estas comunidades.

En concreto, durante julio, agosto y septiembre el REVPAR (Ingreso por habitación disponible) de los hoteles de mayor categoría se reducía en Madrid respecto a estos mismos meses de 2003, como resultado tanto de las estrategias de reducción de precios aplicadas para tratar de captar una mayor demanda en una ciudad donde crece más que desproporcionadamente la capacidad de alojamiento, como por las caídas en sus consecuentes niveles de ocupación. Los resultados de los hoteles de mayor categoría de la ciudad de Barcelona han estado marcados asimismo por caídas en sus niveles de rentabilidad durante el verano, debido principalmente de nuevo a los desajustes de ofertademandas, producto de la ingente cantidad de nuevas plazas abiertas en los últimos años y que, al igual que en Madrid, en buena parte han venido últimamente inducidas por planteamientos inmobiliarios e inversionistas ajenos al propio sector.

Gráfico 4.1.2.5

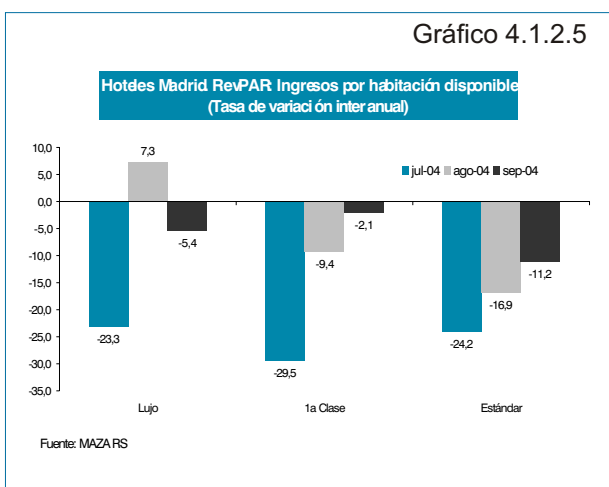
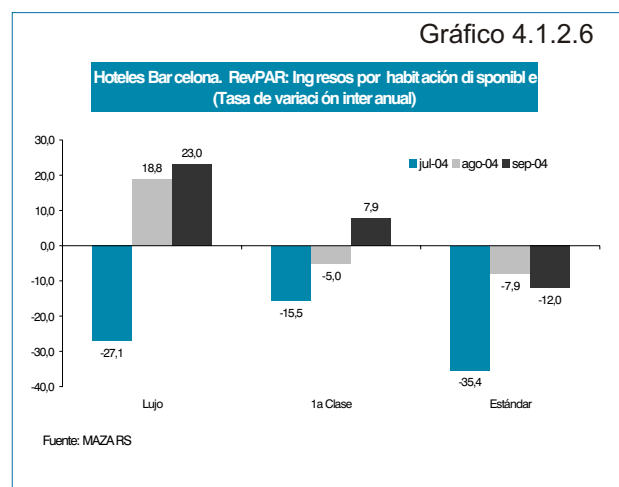
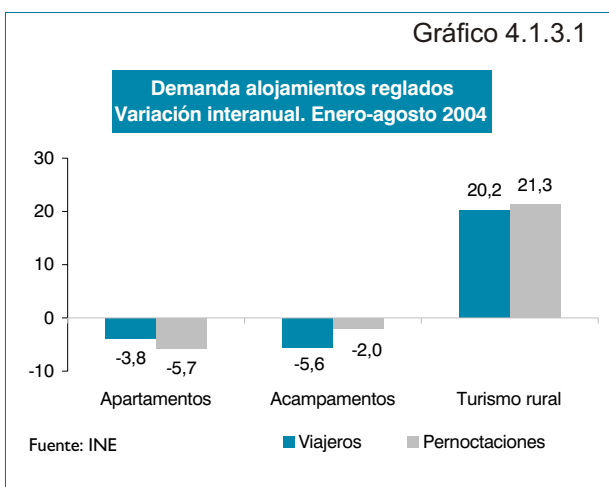


Gráfico 4.1.2.6



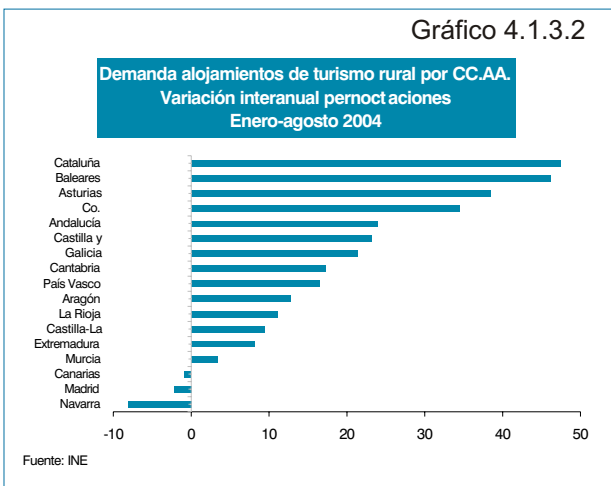
### 4.1.3. Otras tipologías de alojamiento reglado

Gráfico 4.1.3.1



En los demás tipos de alojamiento reglado, la actividad de acampamientos y apartamentos sigue acusando el descenso de la demanda extranjera y empeora los registros de los primeros meses del año. En julio-agosto, el número de pernoctaciones en apartamentos turísticos retrocedió un 5,8% respecto al mismo periodo de 2003, a pesar del impulso del mercado nacional en esos meses (7,9%). Por su parte el grado de ocupación descendió de media 5,9 puntos porcentuales, en parte debido al incremento medio del 3,2% de las plazas ofertadas. Paralelamente, los acampamientos registraron descensos de la demanda tanto de residentes como de no residentes, hasta una caída de las pernoctaciones totales del 3,3% respecto a julio-agosto 2003.

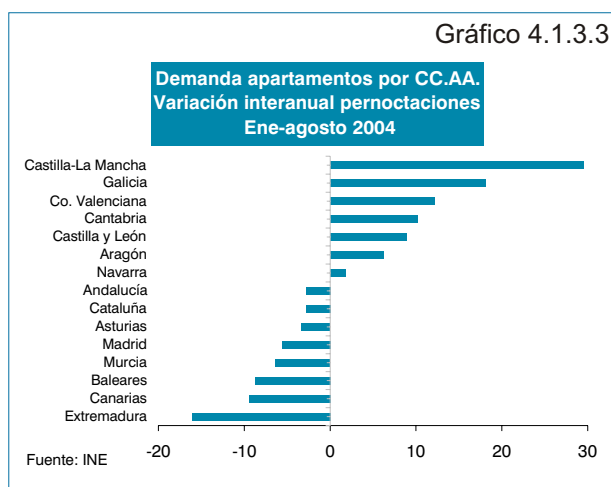
Gráfico 4.1.3.2



En cambio, los establecimientos de turismo rural mantuvieron elevadas tasas de crecimiento en la temporada estival, con un incremento de las pernoctaciones del 18% en julio-agosto. Con datos acumulados de los ocho primeros meses del año, Cataluña, Asturias y Castilla y León que recibieron el mayor número de pernoctas españoles en julio-agosto figuran entre las comunidades más beneficiadas por el desarrollo de este segmento, así como Baleares, gracias a la demanda de no residentes (un 37,6% más de pernoctaciones hasta agosto). Por mercado emisor, el alemán fue el primero en ambos meses, seguido del británico en julio y del francés en agosto.

A escala regional, los archipiélagos han sufrido especialmente el descenso de la demanda de apartamentos reglados por los no residentes en julio-agosto, sobre todo por británicos y alemanes, los dos mayores mercados emisores. El descenso total de pernoctaciones en estos meses en Baleares y Canarias se cifra en un 7,5% y 10,9% respectivamente.

Gráfico 4.1.3.3



## 4.2. Agencias de viaje y touroperadores

**Predomina el optimismo en el sector de la distribución española por los buenos resultados del tercer trimestre**

El Índice de confianza en el sector de los grandes grupos nacionales de distribución encuestados por Exceltur alcanzó un máximo de 62,4 en el tercer trimestre, impulsado por la positiva evolución de las reservas, que aumentaron para el 87,1% de los empresarios que expresaron su opinión, así como el buen comportamiento de las ventas, que se mantuvieron o crecieron levemente en la práctica totalidad de los grandes grupos de agencias de viajes. En línea con el aumento de la actividad, el empleo también evolucionó favorablemente, incrementándose en el 78,9% de los casos.

Gráfico 4.2.1

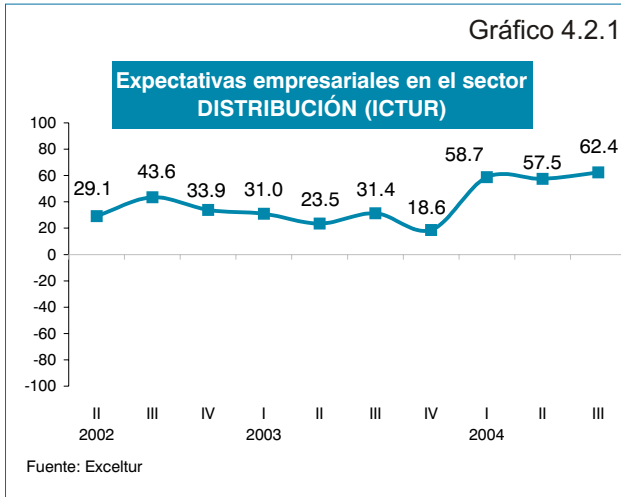
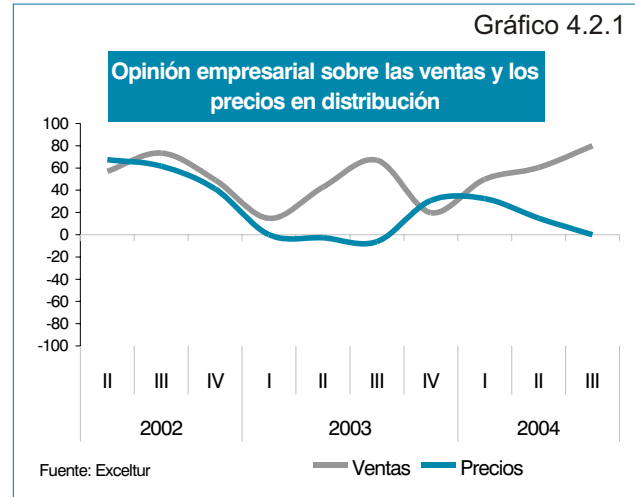


Gráfico 4.2.1



Las respuestas de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial (ECTE) sobre beneficios indican sin embargo que el incremento generalizado de las ventas entre julio y septiembre no se ha traducido en un aumento de la rentabilidad para las grandes agencias, que manifiestan al 81,4% el mantenimiento de sus beneficios en los mismos niveles que el verano pasado. Las opiniones vertidas por los empresarios sobre la evolución de los precios, que bajaron para el 44,9% de los encuestados, indican que la sobreoferta y la intensa competencia que impera en el sector sigue plasmándose en rebajas drásticas de precios, con la consiguiente reducción de sus márgenes.

El contrapunto positivo en clave de rentabilidad es fruto de los nueve meses de aplicación del nuevo sistema retributivo en el producto aéreo, que parece satisfacer a una amplia mayoría de agentes del sector. En declaraciones a Hosteltur a principios de agosto, el presidente de la Cúpula Asociativa de Agencias de Viaje Españolas (CAAVE) resaltaba las ganancias obtenidas por este concepto y confiaba en cerrar el año con un leve aumento de la rentabilidad respecto a 2003.

Gráfico 4.2.3

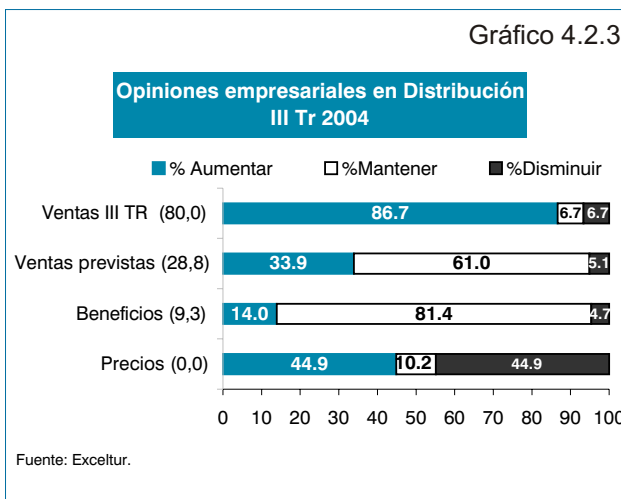
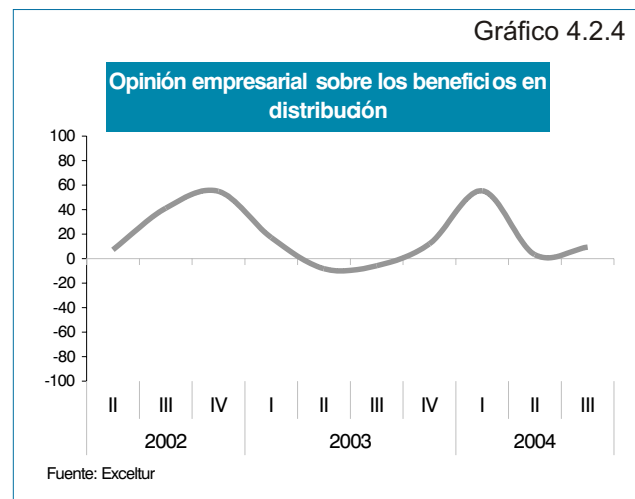


Gráfico 4.2.4

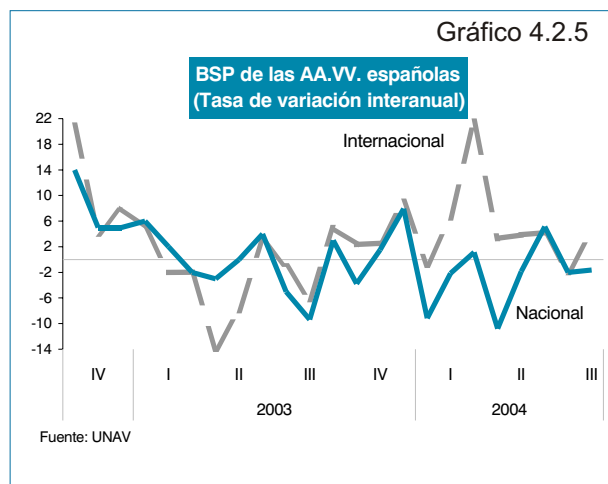




**El dinamismo de la demanda de viajes de españoles al extranjero se refleja en un incremento del 5% de la facturación de billetes aéreos hasta agosto**

Según reflejan las cifras de la producción del BSP de IATA, las ventas de billete aéreo regular a través de las agencias de viajes españolas mostraron un comportamiento dispar entre junio y agosto, **presentando finalmente un saldo positivo gracias a la favorable evolución del producto internacional**. Los primeros ocho meses del año suman un incremento interanual del 2% de la producción neta hasta un valor de 2.722,1 millones de euros. **La fortaleza de la demanda de vuelos internacionales, que representó un 64% de la facturación de billetes, ha sido el motor de este crecimiento**, mientras el mercado doméstico acumuló un retroceso del 2% hasta agosto.

Estos datos vienen a confirmar la tendencia apuntada desde principios de año por **la estadística Familitur (Instituto de Estudios Turísticos) relativa al turismo nacional, que muestra un incremento de los viajes al extranjero de los españoles del 48,6% interanual hasta mayo**, mientras el turismo interno descendió un 0,5% en el mismo periodo. En el mismo sentido, los pagos por turismo y viajes de los españoles al exterior recogidos en la Balanza de Pagos de España se incrementaban un 21% hasta el mes de julio, último mes por el que se dispone de información.



El incremento de la producción de BSP en el primer semestre en relación con la evolución de la emisión de billetes de avión a través del sistema de distribución de SAVIA Amadeus (un 3,4% y un 3,9% respectivamente) muestra un descenso de más de medio punto en las tarifas aéreas vendidas a través de las agencias de viaje españolas. Sin embargo, no parece que la rentabilidad de las AA.VV. derivada de la venta de producto aéreo se haya visto perjudicada en la medida en que, desde la entrada en vigor del nuevo sistema retributivo por parte de las aerolíneas, las agencias cobran un fijo sobre el billeteaje (cargo por emisión) en lugar de un porcentaje sobre la tarifa.

**La contratación por Internet y el dynamic packaging ganan adeptos entre los turistas españoles**

De los datos de SAVIA Amadeus, también cabe destacar el **creciente peso de las agencias on line** que, en el primer semestre, concentraron un 3,1% de los 17,1 millones de reservas efectuadas a través de este sistema. **En la misma línea apuntan varios estudios realizados en los últimos meses, que confirman el auge de los portales de viajes entre los consumidores españoles**. Según se desprende de un estudio realizado por Rumbo relativo al primer semestre de 2004, las reservas hoteleras a través de Internet crecieron un 256% respecto a 2003. En la misma línea apunta el panel de audiencias de Nielsen//Net Ratings, que valora en un 30% el crecimiento de las visitas a los principales portales de viaje españoles entre junio y agosto respecto a los mismos meses del año pasado.

En cualquier caso, si bien otras fuentes destacan la favorable evolución de la actividad de las agencias tradicionales españolas el pasado año (un reciente estudio de la consultora DBK cifra el crecimiento de minoristas y mayoristas en 2003 en un 8% y 13,5% respectivamente), parece claro que los portales de viajes van ganando terreno a los canales de distribución tradicionales de turoperadores y agencias de viaje minoristas.

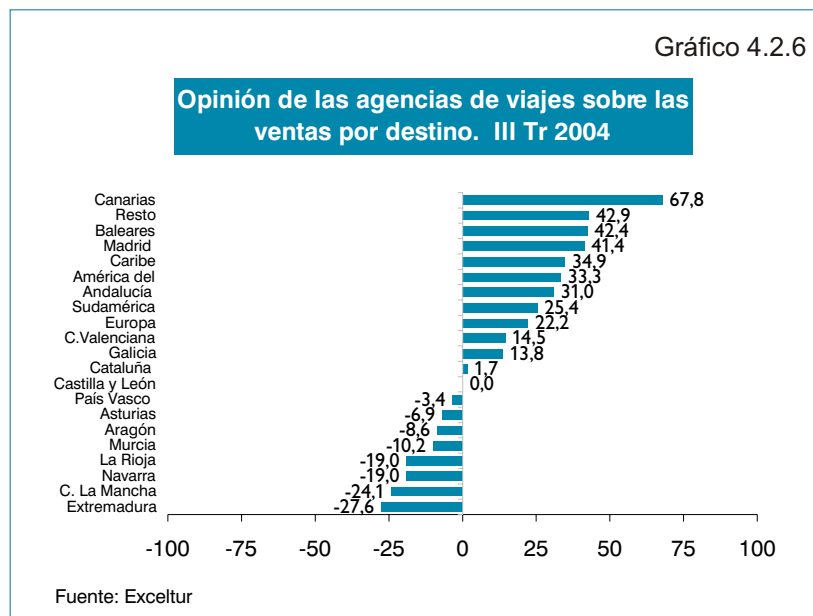
La estadística Familitur revela otra tendencia significativa relativa a los viajes internos de los españoles: **la caída de la contratación de los paquetes turísticos tradicionales (-17%), a favor de la compra directa o en agencia del transporte y el alojamiento por separado**. La tendencia hacia el denominado *dynamic packaging*, o paquete turístico que cada cliente se hace individualmente a medida "on line", está obligando a las agencias a ampliar sus alternativas al tradicional paquete turístico cerrado, ante la creciente competencia de los portales que facilitan esta forma de organización del viaje.

**Canarias y el Caribe encabezaron la lista de destinos más demandados por lo españoles en el tercer trimestre**

Según los grandes grupos de agencias de viaje españoles encuestados en la ECTE, **los destinos tradicionales de sol y playa fueron los más solicitados durante el tercer trimestre**. Entre ellos, Canarias repitió como destino nacional favorito de los españoles para veranear esta temporada. También evolucionaron favorablemente las ventas hacia Baleares, Madrid y Andalucía, como así lo refleja el crecimiento de las pernoctaciones de residentes en las cuatro comunidades, recogido en la EOH. Sin embargo, un trimestre más y en consonancia con la positiva evolución del BSP internacional, el Caribe y América del Norte fueron los destinos extranjeros más demandados, por encima de la mayoría de destinos nacionales, confirmando la cada vez mayor propensión de los españoles a viajes de larga distancia.

Las perspectivas para finales de año siguen siendo optimistas entre las agencias de viajes y touroperadores españoles con una opinión generalizada de que los viajes a Canarias, Madrid y al Caribe concentraran la continuada tendencia en el crecimiento de sus ventas con la que esperan cerrar el conjunto de este año 2004.

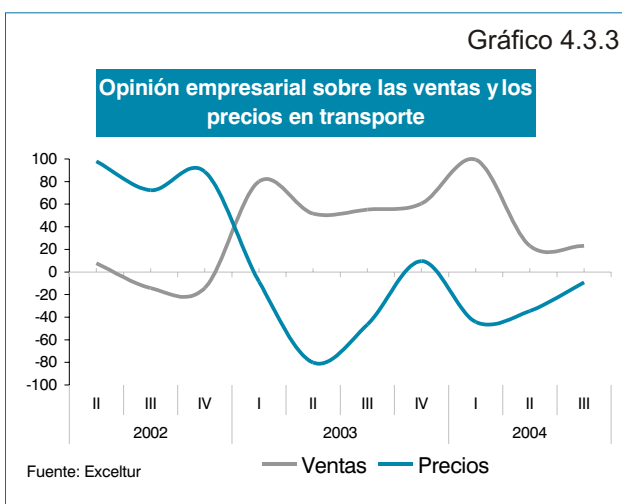
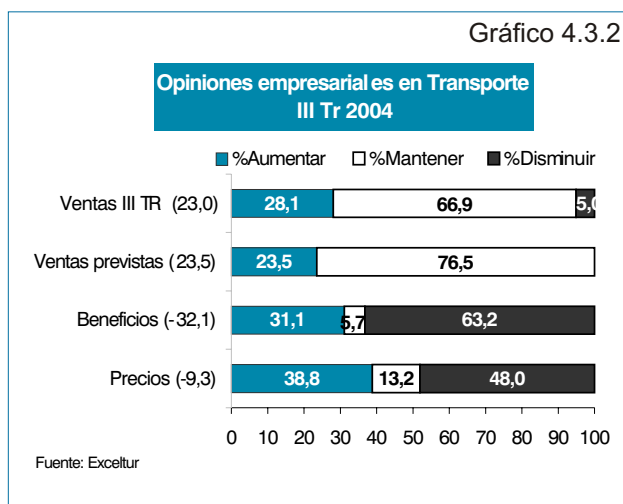
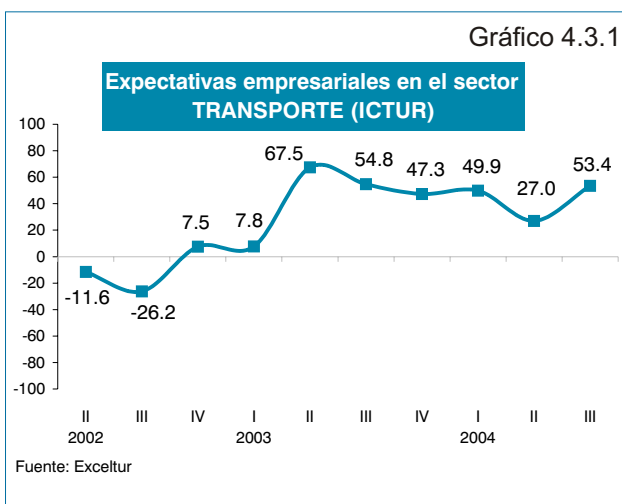
Gráfico 4.2.6



## 4.3. Transporte

**La favorable evolución de la demanda en el tercer trimestre anima a los empresarios, a pesar del contexto adverso en términos de costes y rentabilidad**

El Índice de Clima Empresarial de Exceltur (ICTUR) para el sector de transporte vuelve a situarse en el tercer trimestre de 2004 en los positivos niveles del mismo periodo del año pasado, impulsado por la favorable evolución de las reservas que apuntan a un mantenimiento de las ventas para los próximos meses. Los operadores de transporte recuperan parte de la confianza mermada el pasado trimestre, en el que esperaban una ralentización de la demanda para el verano, que no parece haberse producido teniendo en cuenta que **las ventas entre julio y septiembre se mantuvieron estables o crecieron para la práctica totalidad de los encuestados.**

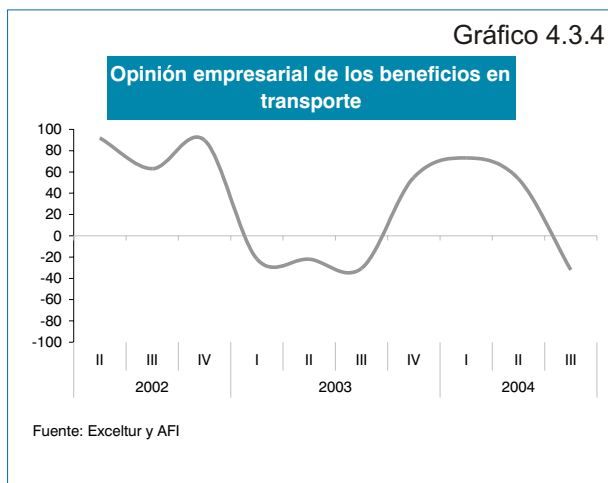


**A pesar de la opinión generalizada sobre el mantenimiento o incremento de las ventas** la estabilidad de las ventas a los destinos nacionales contrasta con el aumento manifestado por la práctica totalidad de los encuestados en relación al conjunto de sus ventas, lo que demuestra el mayor dinamismo de los destinos extranjeros, éstos se han producido en un escenario de precios a la baja, según manifiestan el 48% de los empresarios.

**El aumento de los costes de suministros deteriora los márgenes de beneficios en el sector**

El cambio más significativo respecto al segundo trimestre en el sector es la **valoración negativa de la rentabilidad del negocio.** La escalada del precio del crudo durante el verano (un 18,5% entre el promedio de julio y el de septiembre), junto con la política de rebaja de tarifas antes mencionada, que se ha producido con mayor intensidad en el sector aéreo por la creciente competencia de las aerolíneas de bajo coste, han propiciado un leve descenso de los beneficios para el 63,2% de los encuestados. Cabe señalar aquí la divergencia, con respecto al resto del sector, de una amplia mayoría de empresas de alquiler de vehículos, que manifiestan en cambio un leve aumento de sus beneficios en el tercer trimestre.

**Los empresarios de transporte se muestran cautos de cara a los próximos meses**, ante la incertidumbre de la evolución del precio del crudo y, en el caso del sector aéreo, posibles subidas de tasas aeroportuarias, suponiendo un nuevo aumento de costes para las compañías, que ya se vieron obligadas a repercutir estos meses de atrás e sobrecoste por suministro a los consumidores españoles.



### 4.3.1. Transporte Aéreo

**La evolución del tráfico aéreo internacional de pasajeros hasta agosto ha superado las expectativas de la IATA** (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), con un incremento del 18,7% respecto a enero-agosto 2003, impulsado por las elevadas tasas de crecimiento registradas en Oriente Medio y Asia. Si bien cabe matizar esta cifra, todavía sesgada por la recuperación de la actividad tras la crisis del SARS del pasado año, los resultados de agosto son sin duda alentadores, con variaciones interanuales en el conjunto de regiones y en Europa del 10,8% y 7,1% respectivamente. **Para el sector, la nota pesimista vuelve a ser la evolución del precio del petróleo, cuya escalada amenaza la rentabilidad de las compañías.** El continuo aumento del precio del carburante ha generado un sobrecoste a las aerolíneas, que han ido repercutiendo a los usuarios desde mayo, mediante recargos en las tarifas de sus billetes.

**En España, los datos proporcionados por AENA sobre el trimestre estival indican una moderación muy leve del crecimiento del tráfico aéreo comercial respecto a la intensidad observada a principios de año.** La variación interanual acumulada en los ocho primeros meses de 2004 alcanza un 7,9%, hasta los 110,5 millones de pasajeros transportados. Con un 25% de incremento sobre 2003, el tráfico internacional fuera de la UE es con diferencia el más dinámico si bien es todavía poco significativo sobre el total beneficiándose tanto de la mayor propensión de los españoles a los viajes de larga distancia (destacada por los grandes grupos de distribución encuestados por Exceltur), como por la creciente afluencia de turistas procedentes de mercados emisores más lejanos, puesta de manifiesto con los últimos datos de Frontur (los turistas procedentes de Estados Unidos, resto América y resto del Mundo crecieron respectivamente un 1,9%, un 10% y un 6,5% hasta septiembre).

**Los aeropuertos de Valencia y Tenerife Norte vuelven a liderar el crecimiento del tráfico en la red principal**, con tasas del 26,5% y del 16,7% respectivamente, mientras los aeropuertos secundarios de Gerona, Murcia-San Javier y Reus mantienen tasas de variación de dos y tres dígitos gracias exclusivamente a la creciente actividad de las compañías aéreas de bajo coste (CBC).

Tabla 4.3.1

<b>Tráfico comercial de pasajeros por aeropuertos (acumulados hasta agosto)</b>			
	<b>2004</b>	<b>2003</b>	<b>Variación</b>
<b>TOTAL</b>	<b>110.481.047</b>	<b>102.436.951</b>	<b>7,9%</b>
<b>Madrid</b>	25.474.919	23.418.585	8,8%
<b>Málaga</b>	8.184.899	7.864.168	4,1%
<b>Valencia</b>	2.032.305	1.606.167	26,5%
<b>Alicante</b>	5.810.514	5.516.380	5,3%
<b>Palma de Mallorca</b>	14.175.987	13.552.320	4,6%
<b>Menorca</b>	1.878.101	1.954.045	-3,9%
<b>Ibiza</b>	2.985.269	3.011.341	-0,9%
<b>Tenerife Sur</b>	5.575.525	5.821.701	-4,2%
<b>Tenerife Norte</b>	2.211.085	1.894.774	16,7%
<b>Gran Canaria</b>	6.022.305	5.934.347	1,5%
<b>Barcelona</b>	16.355.855	15.047.223	8,7%
<b>Gerona</b>	1.940.369	897.448	116,2%
<b>Reus</b>	798.388	576.650	38,5%
<b>Murcia - San Javier</b>	532.406	322.306	65,2%
<b>Resto</b>	16.503.120	15.019.496	9,9%

Fuente: AENA

Según se desprende del último informe del IET con la explotación de los datos de AENA, **las llegadas de pasajeros en aerolíneas de bajo coste sumaron 9,2 millones hasta agosto, lo que supone un 28,1% del total de entradas por vía aérea en 2004 y un 30,5% más que en los ocho primeros meses de 2003. Paralelamente, el retroceso de un 0,9% de la llegada de viajeros en compañías tradicionales permite afirmar que las CBC siguen ganando cuota de mercado a las aerolíneas tradicionales**, en particular en los destinos turísticos que más dependen de nuestros principales mercados emisores europeos.

De nuevo este verano, **el Reino Unido y Alemania son los dos mayores mercados emisores de turistas transportados en CBC, aportando en julio-agosto un 67,8% del total**. Las compañías más favorecidas por el crecimiento de la demanda de bajo coste en ambos países han sido Ryanair, EasyJet Airline Co. Ltd. (que ya vuela a nueve destinos españoles) y BmiBaby por lo que respecta al Reino Unido, junto con Hapag Lloyd Executive GMBH y Air Berlin en Alemania.

Tabla 4.3.2

<b>Entrada de pasajeros por compañías de bajo coste (Enero-agosto 2004)</b>		<b>Variación 2004-2003</b>
<b>EASYJET AIRLINE CO. LTD.</b>	1.889.795	32,7%
<b>AIR BERLIN</b>	1.738.465	8,4%
<b>RYANAIR LTD.</b>	1.184.092	268,2%
<b>MONARCH AIRLINES</b>	951.256	9,5%
<b>TRANSAVIA HOLLAND BV</b>	620.958	1,1%
<b>BMIBABY</b>	335.214	33,8%
<b>VIRGIN EXPRESS</b>	262.097	-19,6%
<b>VOLARE AIRLINES</b>	254.898	68,7%
<b>HAPAG LLOYD EXECUTIVE GMBH</b>	242.841	251,1%
<b>AER LINGUS</b>	228.269	30,1%

Fuente: IET a partir de datos de AENA.

En términos de destinos, Baleares y Cataluña se encuentran a la par en cuanto al volumen de llegadas en CBC hasta agosto, con un total de 4,3 millones de pasajeros, que supusieron un 46,6% del conjunto de entradas en bajo coste en España.

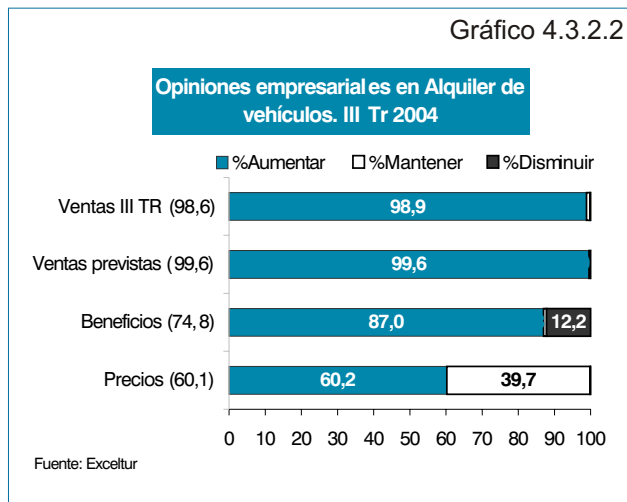
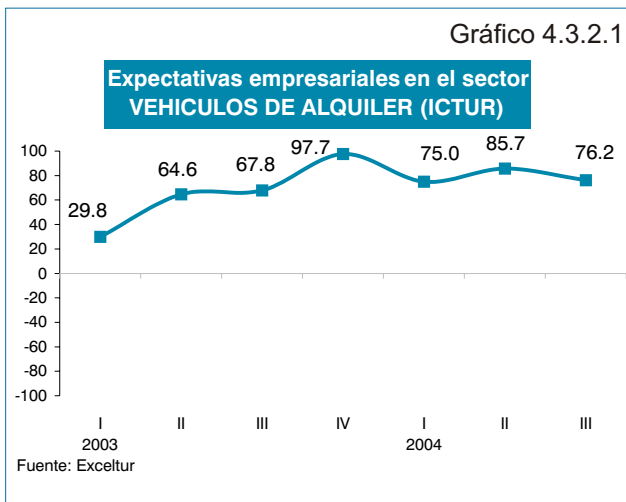
Tabla 4.3.3

Llegada de pasajeros por tipo de compañías y de stino (Enero-agosto 2004)	Variación 2004-2003			
	Bajo coste	Tradicionales	Bajo coste	Tradicionales
<b>Baleares</b>	2.136.658	4.682.111	24,2%	-7,7%
<b>Cataluña</b>	2.129.787	3.532.953	84,4%	4,9%
<b>Andalucía</b>	1.674.933	2.024.050	15,7%	-6,5%
<b>C. Valenciana</b>	1.383.870	1.373.429	25,7%	-6,2%
<b>Canarias</b>	1.060.799	5.157.779	8,9%	-8,3%
<b>Madrid</b>	338.174	6.240.561	5,2%	11,5%
<b>Resto CCAA</b>	436.641	403.634	145,1%	16,4%
<b>TOTAL</b>	<b>9.160.862</b>	<b>23.414.517</b>	<b>30,5%</b>	<b>-0,9%</b>

Fuente: IET a partir de datos de AENA.

### 4.3.2. Alquiler de Vehículos

El subsector de alquiler de vehículos presenta, un trimestre más, una valoración más positiva que el resto del sector en cuanto a la evolución de las principales variables del negocio entre julio y septiembre, así como un mayor optimismo de cara a los próximos meses. La moderación de las reservas en el tercer trimestre ha rebajado sensiblemente las expectativas de algunos empresarios sobre sus ventas para finales de año, lo que se plasma en un retroceso del ICTUR de 9,5.



La práctica totalidad de los empresarios coinciden en el leve aumento de su facturación entre julio y septiembre, aunque, a pesar de la recuperación de los precios en el sector, no se trasladó a los márgenes de beneficios para todos los encuestados; un 12,2% apuntó a una leve caída de su rentabilidad en estos meses, a la que puede haber contribuido sin duda el incremento de los costes de suministros manifestado por el 72,9% de los empresarios consultados.

Gráfico 4.3.2.3

**Opinión empresarial de los beneficios en el sector de VEHICULOS DE ALQUILER**

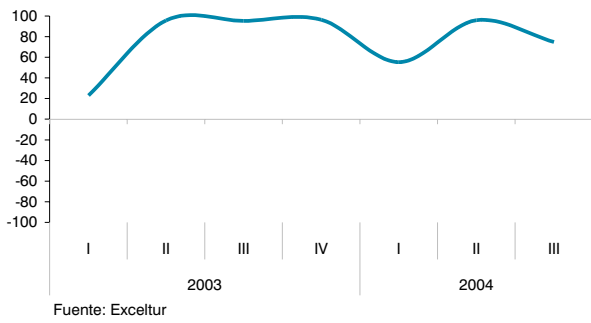
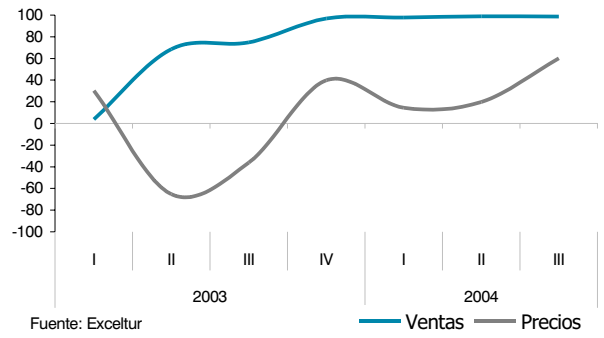


Gráfico 4.3.2.4

**Ventas y precios en el sector de VEHICULOS DE ALQUILER**



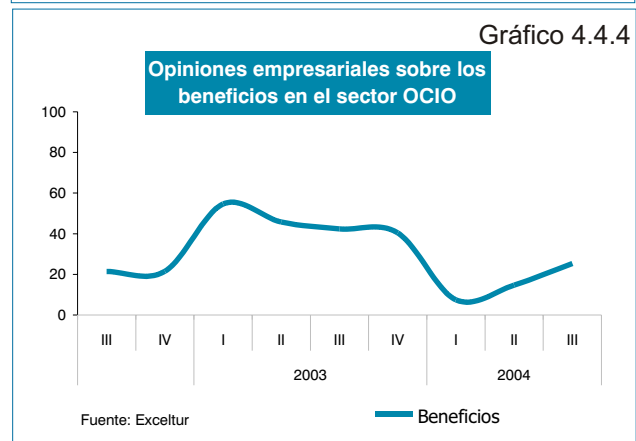
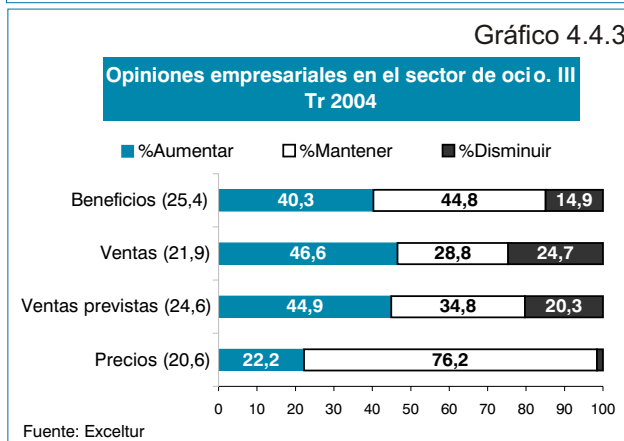
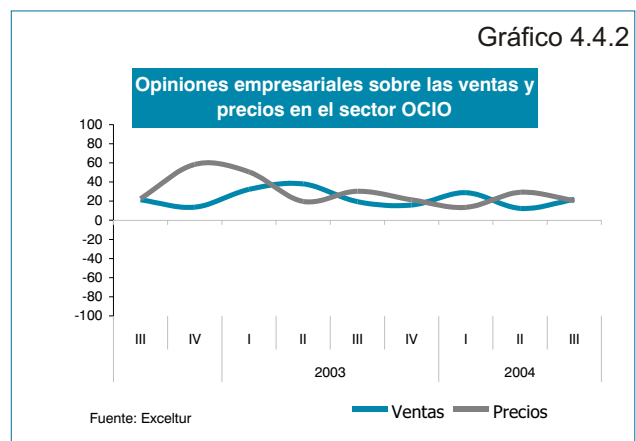
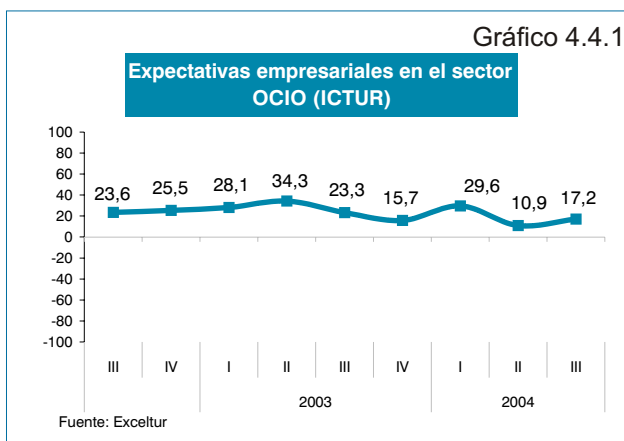
## 4.4. Ocio

**Favorable evolución del sector de ocio en el tercer trimestre, con un leve incremento de beneficios**

El sector del ocio en general, que en esta ocasión recoge las respuestas de museos y monumentos, campos de golf y parques de ocio, muestra una moderada mejora de sus expectativas para el último trimestre del año, plasmada en una subida del Índice de Confianza de Exceltur (ICTUR) de 6,3. A este optimismo ha contribuido especialmente el subsector de museos y monumentos, en el que un 46,3% de los gestores espera un aumento de su facturación en los meses de otoño.

Los empresarios del sector han valorado favorablemente la evolución de las principales variables de su negocio entre julio y septiembre, tal y como reflejaban sus expectativas del segundo trimestre. Un 46,6% de los encuestados han manifestado un incremento de afluencia y/o de sus ventas y hasta un 40,3% afirman que se ha visto beneficiada su rentabilidad, ambos datos constatando una clara mejora respecto a los datos de primavera. El incremento de los beneficios se ha producido en un escenario de contención de precios, por lo que parece claro que las empresas del sector se han beneficiado del mayor volumen de flujos turísticos, especialmente nacionales, en verano.

Por subsectores, la peor valoración del comportamiento de las ventas corresponde al conjunto de parques de ocio consultados (un 50% afirman que decrecieron), mientras en cambio la mitad de los gestores de museos y monumentos manifiestan lo contrario.

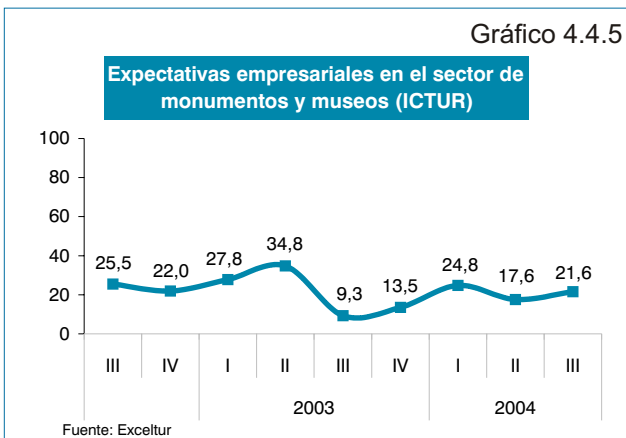


### 4.4.1. Museos y monumentos

Al igual que en el segundo trimestre, el clima empresarial entre los gestores de museos y monumentos vuelve a situarse por encima del ICTUR general del sector. Ciertamente el desarrollo del segmento de turismo cultural como alternativa o complemento a la tradicional oferta de sol y playa en España cobra cada vez mayor protagonismo, ante la creciente demanda tanto de españoles como de extranjeros. Con ocasión de la I Feria de Turismo Cultural celebrada en Málaga a mediados de octubre, varios responsables de la promoción turística de nuestro país en el extranjero han confirmado el creciente interés por los productos culturales españoles en países de Centro Europa, un mercado emisor con amplio potencial.



Gráfico 4.4.5



Por otra parte, como elemento clave de la oferta complementaria en el segmento de turismo urbano, el subsector de museos y monumentos se ve beneficiado por la mayor afluencia de turistas a capitales y ciudades emblemáticas. Este año, según la EOH, el crecimiento de las pernoctaciones hasta agosto en destinos urbanos como Madrid y Barcelona ha sido del 5,9% y 7,2% interanual respectivamente, motivado en gran parte por los atractivos culturales de ambas ciudades y en particular del FORUM de las culturas.

Gráfico 4.4.6

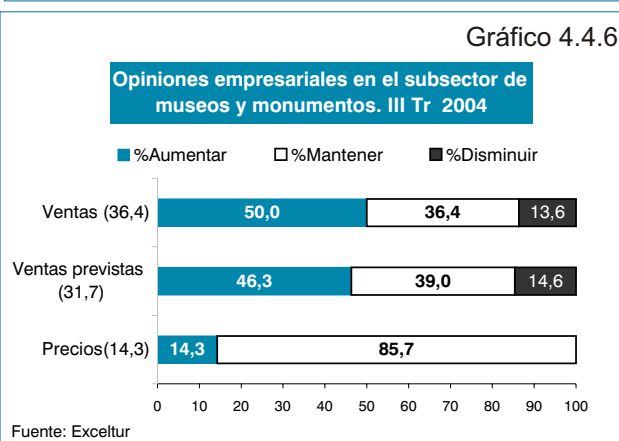
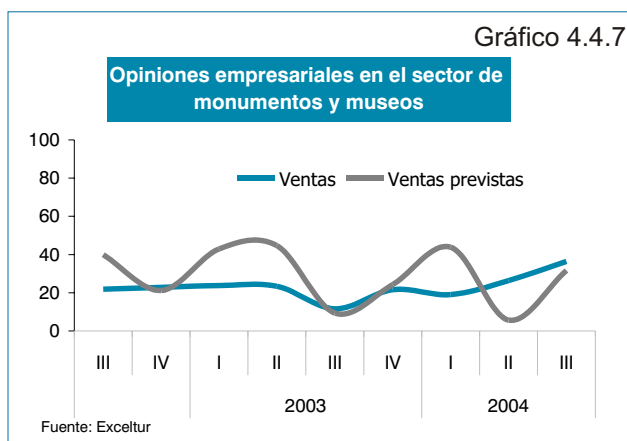


Gráfico 4.4.7



## 4.4.2. Turismo de negocios

**La celebración de reuniones y eventos comerciales es otro de los segmentos de turismo en constante crecimiento, suponiendo un nicho de mercado específico en los destinos urbanos a la vez que una alternativa cada vez más valorada en los destinos tradicionales de sol y playa.** La casi unanimidad de los Convention Bureau que respondieron a Exceltur manifestaron un mantenimiento u aumento del número de eventos celebrados en el tercer trimestre de 2004. Las entidades se muestran asimismo muy optimistas de cara a los próximos meses.

La opinión de los Convention Bureau se ve reforzada por las previsiones de American Express que, en su último informe Global Business Travel Forecast publicado en octubre, apunta a que tanto los viajes de negocios como los gastos de los viajeros en este segmento seguirán creciendo el próximo año 2005. Paralelamente se multiplican las iniciativas públicas en todos los niveles administrativos, destinadas a promocionar a las ciudades y zonas turísticas como destinos de reuniones e incentivos.

A finales de octubre, Turespaña acudió a la XX edición de la Bolsa del Turismo Congresual (BTC) de Florencia, con la participación de 18 expositores españoles entre los que se encontraban los Convention Bureaux de Bilbao, San Sebastián, Málaga, Sevilla, Gran Canaria, Lanzarote, Tenerife, Madrid y Costa del Sol. A principios del mismo mes, la Junta de Andalucía fue a promocionar la región en su principal mercado emisor, participando con un expositor propio en el Meeting & Incentive Travel Show de Londres, la feria turística de mayor relevancia en el Reino Unido especializada en el segmento de turismo de reuniones, congresos e incentivos. Destacar por último que el potencial de este segmento de mercado suscita cada vez mayor interés entre los empresarios del sector, y en especial en los destinos tradicionales de sol y playa, como estrategia de diversificación y desestacionalización del modelo turístico. Esta temática centró las II Jornadas de Turismo de Lloret de Mar a principios de octubre y culminará con la celebración por primera vez en España del MITIM la primera feria mundial de convenciones y congresos que durante los próximos años tendrá su nueva sede en Barcelona.