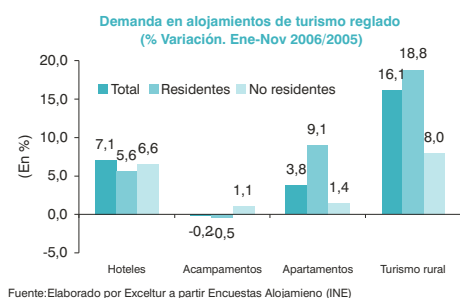
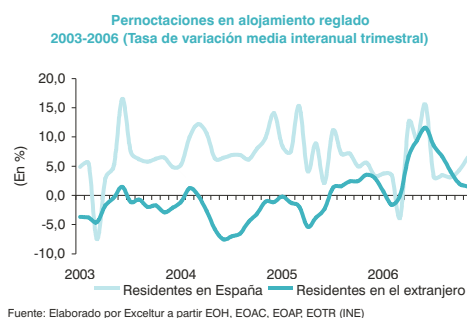


# 4 Claves por sectores

## 1. Alojamiento

**El año 2006 se cierra con un balance positivo entre las empresas del sector alojamiento**

El balance del año turístico entre las empresas del sector alojamiento reglado ha sido muy positivo, especialmente en las tipologías hoteleras y de alojamiento rural. El tirón de la demanda nacional y extranjera que ha posibilitado un positivo avance en los niveles de ocupación de estos establecimientos, junto a un mantenimiento e incluso aumento de precios, ha favorecido un incremento generalizado de los beneficios empresariales. Especialmente relevante ha sido la recuperación del alojamiento reglado vacacional de costa, que cómo veremos más adelante se ha visto beneficiado intensamente, un año más, por la redistribución de flujos desde otros destinos del mediterráneo que se han visto afectados por problemas geopolíticos, y por la fortaleza de la demanda nacional.



Sin perjuicio de este balance general, el análisis de zonas y destinos concretos revela que en el litoral mediterráneo y algunas zonas de Baleares y Canarias persisten los problemas estructurales por el proceso de obsolescencia de sus entornos urbanos y parte de su planta alojativa que exige un mayor compromiso y voluntades públicas y privadas para poner rápidamente en marcha estrategias de reconversión integral que consigan su reposicionamiento a medio plazo.

En esta línea, 2007 debería ser el año de puesta en marcha definitiva de las primeras medidas contempladas en el Plan Cualifica de la

Costa del Sol y el Plan Renove de la Playa de Palma, así como el de la intensificación en la orientación en pro de la competitividad turística de los planes de ordenación territorial supramunicipales en fase de redacción en algunas zonas del litoral.

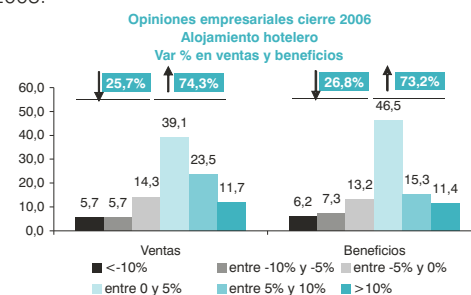
### 1.1 Alojamiento hotelero

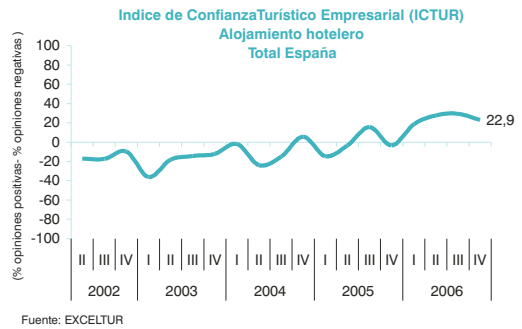
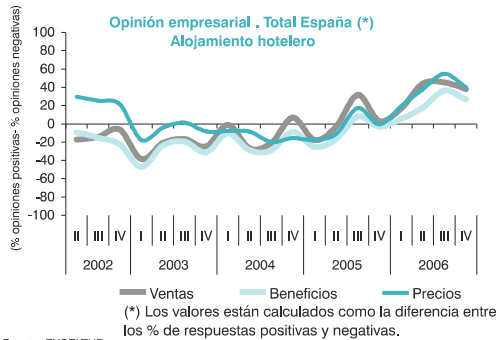
#### Comportamiento del alojamiento hotelero agrgado

**Positivo nivel de confianza en el subsector hotelero español durante todo 2006 que previsiblemente se extenderá en el próximo año**

El empuje de la demanda durante todo el año 2006, que ha favorecido un positivo avance en los niveles de ocupación, superando temporalmente los problemas de sobreoferta detectados en años anteriores tanto en los destinos maduros vacacionales cómo en entornos urbanos, les ha permitido a los gestores de establecimientos hoteleros en España una mayor capacidad en la negociación de tarifas, que se ha traducido según los resultados empresariales para el conjunto del año en un mayoritario aunque moderado avance en las rentabilidades empresariales en el conjunto del subsector hotelero.

Así, a tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur cerrada a mediados del mes de enero de 2007 y en la que han participado más de 1.200 unidades de negocios y establecimientos, el 73,2% de los establecimientos hoteleros españoles han experimentado un incremento positivo en los beneficios empresariales en el ejercicio 2006 y el 74,3% de los mismos registraron un crecimiento interanual en los niveles de ventas. Es sin embargo relevante destacar el elevado porcentaje de hoteles que cuantifican esta mejora por debajo del 5%, así cómo el porcentaje de encuestados (13,5%) que todavía apuntan haber sufrido caídas en su rentabilidad empresarial superiores al 5% en 2006 respecto a los niveles de 2005.





Se observa el mayor grado de consenso empresarial en cuanto a recuperación de la rentabilidad empresarial en los últimos cinco años

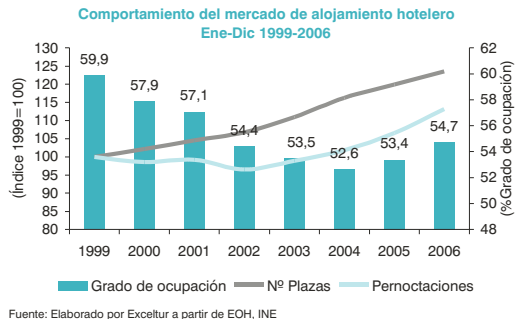
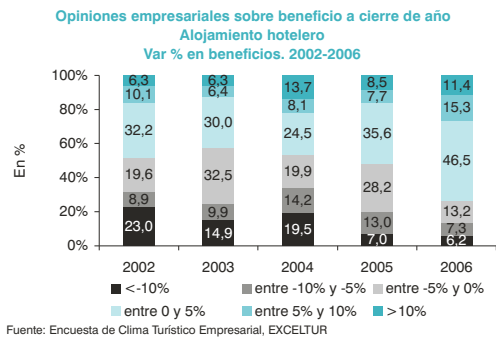
El empuje experimentado por la demanda ha posibilitado un nuevo avance en 2006 de la tendencia de paulatina recuperación de la ocupación en los hoteles españoles iniciada el pasado año, situándose en cualquier caso lejos todavía de los niveles observados a finales de los 90, principios de esta década

Sin perjuicio de lo anterior, 2006 se presenta como el primer año donde según la opinión empresarial el avance en clave de rentabilidad empresarial ha sido mayoritario, superando las expectativas que revelaban los gestores de establecimientos hoteleros a comienzos de año. De hecho, el porcentaje que anticipaba a comienzos de ejercicio un crecimiento interanual de los beneficios empresariales en 2006 era muy similar al número de empresarios que a cierre de año han manifestado haber experimentado mejora en sus márgenes (71,8% y 73,2% respectivamente). La magnitud de estos crecimientos, sin embargo, ha sido algo superior a la esperada a comienzos del año.

En un año donde la oferta de alojamiento turístico ha vuelto a crecer de la mano del incremento del número de plazas de alojamiento hotelero, que en 2006 ha experimentado una desaceleración en su ritmo de crecimiento en un 3,0% respecto a medias de crecimiento del 4,0% en los tres años precedentes, y de la construcción de más viviendas de uso turístico residencial en todo el litoral español, el positivo comportamiento de la demanda nacional y extranjera, que ha crecido un 6,2%, ha posibilitado un favorable avance en el grado de ocupación de los establecimientos hoteleros en los distintos destinos turísticos españoles.

En concreto, según el 46,5% de los empresarios hoteleros los beneficios en sus establecimientos crecieron entre un 0 y 5%, y el 15,3% y el 11,4% de los mismos manifestaban haber registrado avances en rentabilidad entre el 5 y 10% y superior al 10% respectivamente. A comienzos de año, la mayoría de los gestores de establecimientos hoteleros percibían que ese aumento iba a ser leve (59,1%), inclinándose sólo un 9,7% y un 2,6% por incrementos superiores al 5% y 10% respectivamente.

En efecto, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE el tirón de la demanda en alojamientos hoteleros ha posibilitado un incremento positivo del grado de ocupación de 1,3 p.p. en 2006 respecto al año anterior. Resultado que muestra un estrechamiento de la brecha que se venía observando en el período 2000-2004 entre los ritmos de avance de la demanda y oferta de alojamiento hotelera.

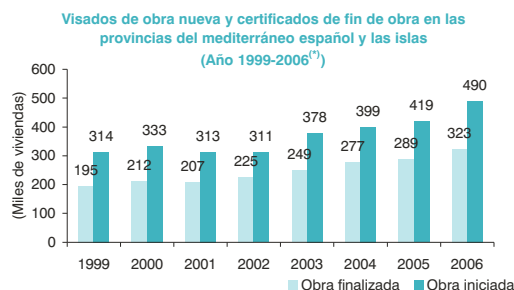


Bajo estos parámetros, el nivel de confianza entre los empresarios del subsector hotelero a cierre del año 2006 medido a través del Índice de Confianza Turística Empresarial de Exceltur se mantiene en niveles muy cercanos al máximo histórico de la serie de los últimos cinco años, cerrando un ejercicio donde los hoteleros han mantenido un elevado nivel de confianza durante todo el año y donde anticipan que el buen comportamiento de la actividad en el subsector se prolongue en el próximo año.

Un año más, a un nuevo aunque más leve incremento del número de plazas hoteleras en los destinos turísticos españoles se le ha unido un nuevo record del número de viviendas construidas en el litoral español. En concreto, según la estadística elaborada por el Ministerio de Fomento el número de viviendas finalizada en 2006 en las provincias del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias ascendería a 323 mil a cierre de año, lo que representa no sólo una mayor



capacidad alojativa y por tanto un carga potencial sobre el territorio de casi 970 mil personas adicionales, que en un porcentaje difícil de determinar se incorporará a la oferta de arrendamiento legal.

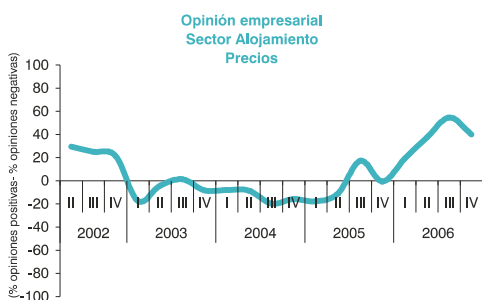


(\*) Para 2006 datos basados en crecimiento acumulado hasta octubre  
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MFOM

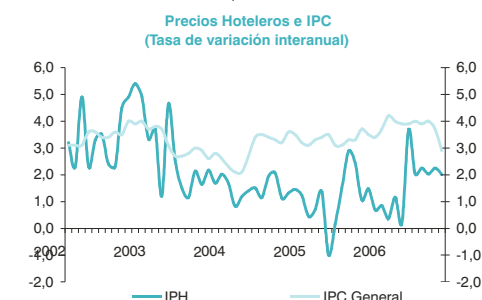
En este punto cabe destacar el relevante papel y la valiosa oportunidad coyuntural que en estos momentos supone la redacción de un conjunto de documentos de ordenación del territorio de carácter supramunicipal para proponer e integrar en ellos una estrategia turística y reconducir la realidad urbanística hacia escenarios más competitivos y con mayor atractivo turístico basados en modelos de crecimiento más sostenibles y socioeconómicamente más rentables a nivel local a medio y largo plazo.

Este avance en los niveles de ocupación ha facilitado a los gestores de establecimientos hoteleros españoles una contención de las políticas de promociones y descuentos que se habían visto obligados a introducir en las últimas temporadas, manteniendo e incluso incrementado levemente en 2006 las tarifas respecto a las del año anterior, según la opinión de un elevado porcentaje de los gestores de establecimientos hoteleros.

Esta opinión empresarial coincide con la evolución del Índice de Precios Hoteleros elaborado por el INE, que en temporada alta de 2006 (abril-septiembre) experimentó crecimientos superiores al 2,0%, cerrando el año con un incremento medio del 1,9%, aunque todavía por debajo de los niveles de inflación medios en España.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



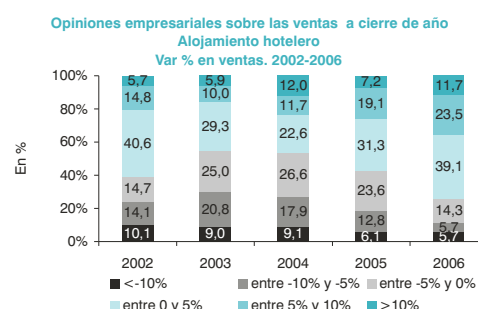
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPC, IPH (INE)

**Notable aumento de las ventas en el conjunto de alojamientos hoteleros españoles en 2006, siendo muy elevado el número de gestores que consideran esta mejora cómo leve**

Tanto los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur cómo los indicadores oficiales de oferta hotelera evidencian el notable crecimiento de la demanda el año turístico 2006 en los hoteles españoles respecto a los niveles observados en ejercicios anteriores.

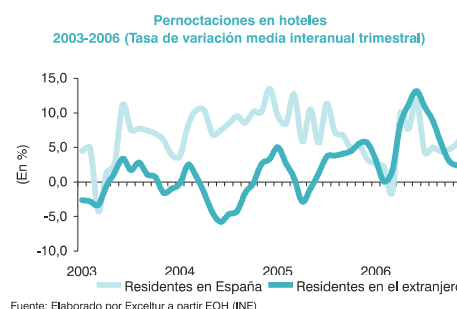
En concreto, según las opiniones empresariales a cierre de año el 74,3% de los empresarios hoteleros españoles encuestados experimentaron un incremento en sus niveles de ventas durante el año 2006 respecto a 2005, siendo muy elevado el porcentaje (39,1%) de hoteles dónde este incremento ha sido inferior al 5%. Según el 23,5% de los profesionales del sector el incremento de los niveles de facturación respecto a 2005 ha sido superior al 5% y por encima del 10% en el 11,7% de los hoteles.

Con esas valoraciones y la evolución de las pernoctaciones y niveles de ocupación, 2006 se presenta cómo el ejercicio turístico dónde mayor consenso existe en cuánto a mejora de los niveles de ventas entre los gestores de establecimientos hoteleros y dónde mayor porcentaje de los mismos cuantifican estas mejoras por encima de crecimientos interanuales al 5%.

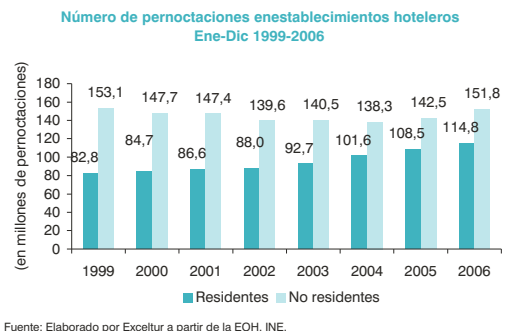
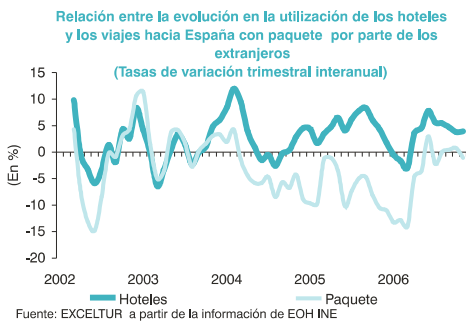


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Este crecimiento de las ventas en los establecimientos hoteleros ha venido de la mano de la fortaleza de la demanda nacional y de una intensa recuperación de los niveles de demanda extranjera en los dos trimestres centrales del año, vinculado a la mayor propensión al gasto turístico en los principales mercados emisores europeos en ese período de tiempo, al mantenimiento desde mediados del pasado año de las tensiones geopolíticas en otros destinos de "sol y playa" competidores del mediterráneo oriental que han motivado una redistribución de turistas "paquetizados" hacia España con una mayor propensión a la contratación de alojamiento hotelero y una mayor estancia media.

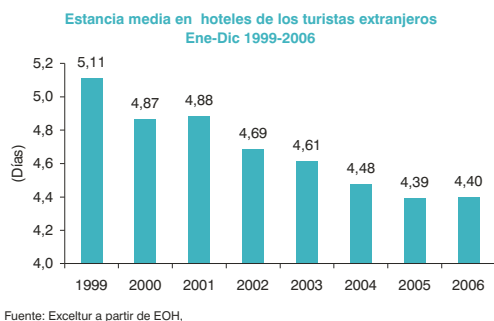


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)



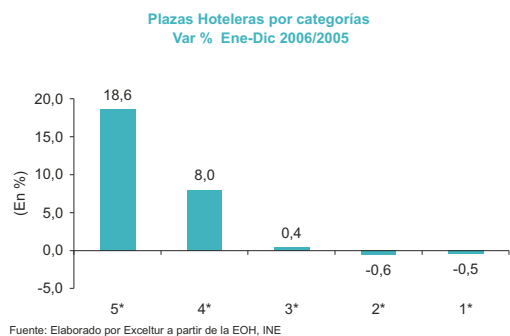
Así, la contratación de paquetes vacacionales semanales ó quincenales por parte de este flujo de turistas extranjeros ha posibilitado frenar la caída de la estancia media que venía observándose desde el año 1999, que se mantiene en 4,4 días, todavía muy lejos de las observadas a comienzos de esta década.

**El crecimiento de las pernoctaciones se concentra en los alojamientos de categoría superior, observándose un desplazamiento de la demanda nacional y extranjera hacia hoteles cada vez de mayor categoría**



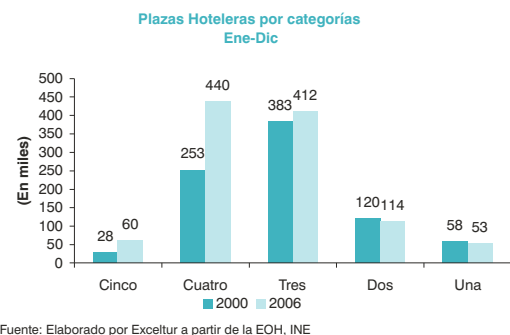
Este año 2006 ha vuelto a ser testigo de un mayor crecimiento de la demanda de alojamiento en hoteles de categorías superiores, tanto por parte de los españoles como de los extranjeros, en un mercado cada vez con mayor número de plazas disponibles en estas categorías. Efectivamente, el incremento interanual de las plazas en establecimientos hoteleros en el año 2006 viene liderado tanto en términos porcentuales como de volumen por los hoteles de cuatro y cinco estrellas. En este sentido, y con una perspectiva temporal más amplia, se observa como la puesta en mercado de nueva oferta hotelera se ha concentrado en los últimos años en hoteles de gama alta. Así el número de plazas hoteleras en hoteles de cuatro y cinco estrellas en toda España ha duplicado prácticamente su número en los últimos seis años.

Por otro lado, el mercado nacional ha vuelto a contratar intensivamente servicios hoteleros en España durante el año 2006. Si bien la senda de avance de las pernoctaciones de españoles en hoteles ha experimentado cierta ralentización respecto a los ritmos observados en ejercicios precedentes, esta ralentización ha sido inferior a la esperada. De hecho, y tal y como se ponía de manifiesto en el apartado dedicado al gasto turístico se percibe cierto efecto sustitución en las pautas de viajes de los españoles de los viajes de larga distancia a destinos más cercanos en estos últimos meses en un contexto de una más que presumible menor renta disponible del que podrían haberse beneficiado los hoteles españoles.



**Nivel máximo de pernoctaciones hoteleras desde el año 1999**

El número de pernoctaciones totales hoteleras en el conjunto de 2006 ascendía a 266,6 millones, lo que supone el volumen máximo desde el año 1999 y un crecimiento interanual del 6,2% respecto a 2005. La continúa senda de crecimiento experimentada por la demanda nacional pasando de 82,8 millones de pernoctaciones a 114,8 en tan solo siete años, representando en 2006 el 43,1% del total de las pernoctaciones realizadas en los hoteles españoles (frente al 35,1% en el año 1999), junto a la recuperación observada de la demanda extranjera en 2005 y especialmente en este ejercicio, dónde ha crecido un 6,5%, han permitido alcanzar este máximo.

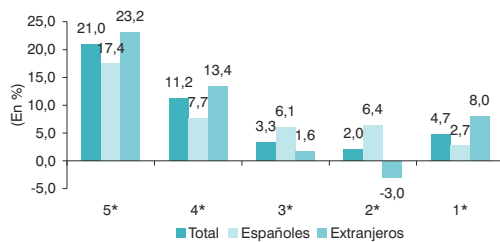


Esta mayor oferta de nuevas plazas hoteleras en categorías superiores, unida a las nuevas y crecientes exigencias de los consumidores españoles y extranjeros en cuanto a una mejor



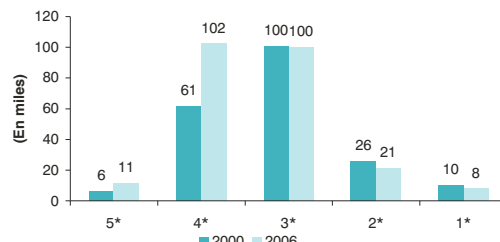
dotación y calidad de servicios y una evolución de los precios de estos establecimientos más sostenida que para el resto de establecimientos, ha facilitado en 2006 un nuevo desplazamiento de la demanda hacia establecimientos de categoría superior, concentrándose prácticamente todo el crecimiento de la demanda en el período 2000-2006 en los hoteles de cuatro y cinco estrellas.

**Pernoctaciones por categorías**  
Var % Ene-Dic 2006/2005



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

**Pernoctaciones totales hoteleras por categorías**  
Ene-Dic

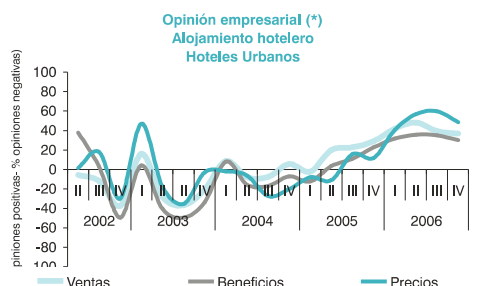


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

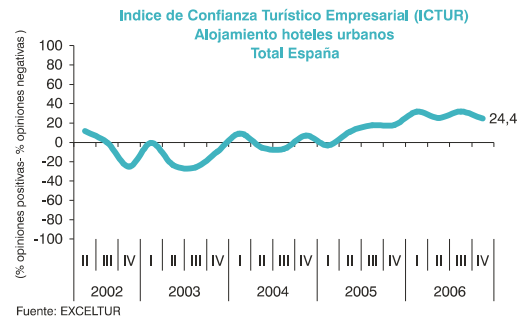
## Hoteles Urbanos

Se cierra un año turístico 2006 muy favorable particularmente para los hoteles urbanos españoles que han mantenido un elevado nivel de confianza a lo largo de todo el ejercicio

El ejercicio turístico 2006 ha supuesto una prolongación de la senda de recuperación iniciada en el año 2005 de la actividad en la hotelería urbana española. El positivo comportamiento de todos los indicadores relacionados con la actividad hotelera, tanto los de ventas y ocupación como los de rentabilidad, han impulsado los elevados niveles de confianza de los gestores de establecimientos hoteleros urbanos españoles. Así, el Indicador de Confianza Turístico Empresarial para los hoteles urbanos se ha mantenido en niveles elevados durante todo el año 2006.

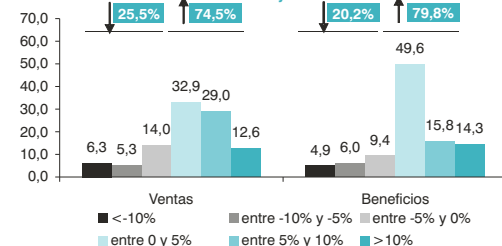


Fuente: EXCELTUR



A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur en el cierre de 2006, el 74,5% de los gestores de hoteles urbanos manifestaron haber experimentado un crecimiento de las ventas en sus establecimientos, que se cuantifican en un elevado porcentaje (29,0%) en crecimientos entre el 5% y el 10% y con un 12,6% superiores al 10%. Este avance en los niveles de ventas ha posibilitado una recuperación de la ocupación y un incremento de los precios y rentabilidades según la opinión de los empresarios, ratificada por la evolución de las pernoctaciones y otros indicadores como el REVPAR elaborado por la consultora MHI para cuatro de los principales destinos urbanos españoles.

**Opiniones empresariales cierre 2006**  
Alojamiento hotelero urbano Var % en ventas y beneficios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

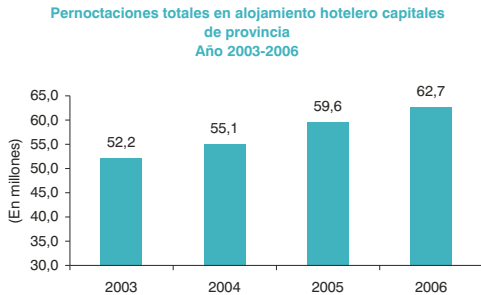
La explosión de fórmulas de turismo urbano como los "short-breaks" impulsado entre otros por las nuevas conexiones y frecuencias de las aerolíneas de bajo coste y el dinamismo del turismo de negocios, congresos y reuniones y las notables apuestas municipales por dotar de nuevos atractivos y equipamientos en múltiples ciudades en 2006 han impulsado a la demanda en los establecimientos hoteleros españoles

La explosión de fórmulas de turismo como los "short-breaks" impulsado por las nuevas conexiones y frecuencias de las aerolíneas de bajo coste y el dinamismo del turismo de negocios, congresos y reuniones en 2006 han impulsado a la demanda en los establecimientos hoteleros españoles. Efectivamente, según la EOH del INE en el año 2006 las pernoctaciones en los hoteles de capitales de provincias españolas ascendieron a 62,7 millones, 10 millones más que hace apenas cuatro años, lo que ha supuesto un incremento interanual de 5,1% respecto a 2005.

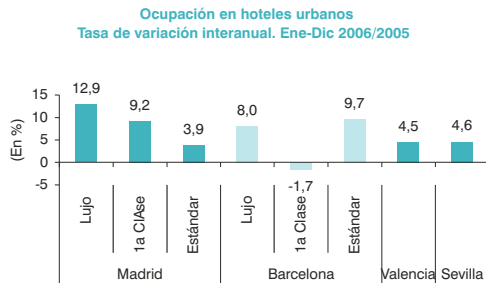
Este positivo comportamiento de la demanda ha facilitado en un segmento como en el urbano en constante crecimiento en términos de nuevas plazas hoteleras en el mercado, una recuperación de los



niveles de ocupación según reafirman los datos de MHI para Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia, que prolonga la senda de mejora en los niveles de ocupación hotelera en estas ciudades iniciada en 2005, tras años de sucesivas caídas debido al crecimiento de la oferta.

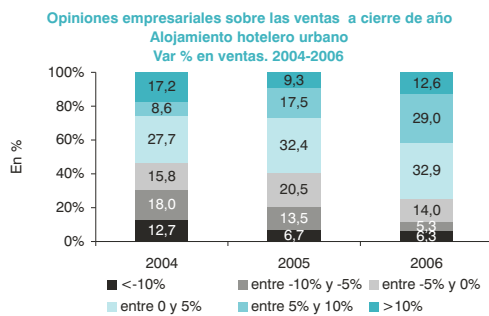


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

En este sentido, los resultados empresariales recogidos en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para establecimientos hoteleros urbanos durante el año 2006 revelan que en este ejercicio turístico un mayor número de empresarios que en años anteriores ha percibido avances positivos en sus niveles de ventas y que un elevado porcentaje de los mismos (41,6%) indican que éstos están por encima del 5%.

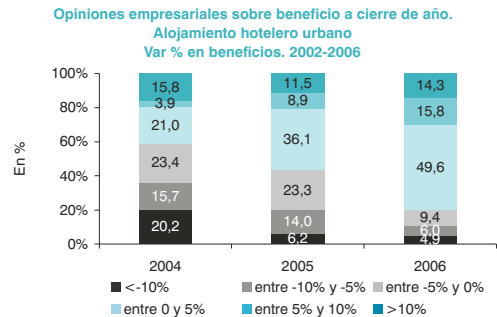


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

### Consenso en cuanto al aumento en las rentabilidades empresariales en los hoteles urbanos en 2006

Todo ello se ha traducido en una generalizada recuperación de la rentabilidad empresarial. Así, un 79,8% de los gestores de estos establecimientos urbanos declaraban haber incrementado sus beneficios respecto al ejercicio 2005. Sí bien la mayoría de los incrementos en los beneficios empresariales son valorados como moderados, situándose entre el 0 y el 5%, destaca un 30,1% de los gestores de hoteles que manifiestan haber experimentado incrementos en sus márgenes empresariales por encima del 5% respecto a los niveles observados en 2005.

moderados, situándose entre el 0 y el 5%, destaca un 30,1% de los gestores de hoteles que manifiestan haber experimentado incrementos en sus márgenes empresariales por encima del 5% respecto a los niveles observados en 2005.



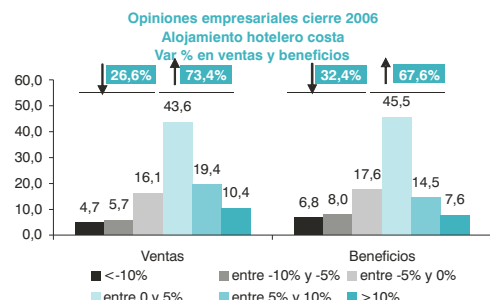
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

### Hoteles Vacacionales de Costa

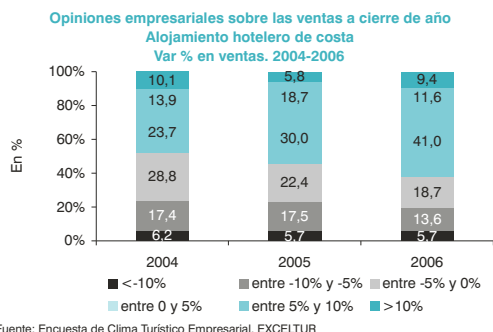
Incremento de las ventas y ocupación en los establecimientos hoteleros vacacionales de costa en un marco de leve subida de tarifas, que ha posibilitado, este año sí, una leve mejora de la rentabilidad empresarial en 2006

Tras unos años complejos debido entre otros a la situación de sobre oferta de alojamiento hotelero y pérdida del atractivo turístico en algunas de las zonas más maduras del litoral español, en el ejercicio 2006 se ha experimentado una notable mejora de los niveles de ventas y ocupación de los establecimientos hoteleros, que ha permitido un margen más amplio a la hora de la negociación de tarifas. Estos registros han venido fundamentalmente de la mano del empuje de la demanda nacional, que sigue optando con creciente preferencia por los destinos nacionales de sol y playa para el disfrute de sus días de vacaciones, y de la extranjera, favorecida por un entorno macroeconómico más propicio y la redistribución desde otros destinos competidores que, un año más, han sido penalizados por los turistas europeos debido a la percepción de inseguridad.

En este marco, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico empresarial de Exceltur revelan cómo la mayoría de los hoteles vacacionales en España han experimentado en 2006 crecimientos en sus niveles de facturación respecto al ejercicio 2005. En concreto, según las opiniones empresariales a cierre de ejercicio, el 73,4% de los hoteles del segmento de sol y playa registraron incrementos en las ventas respecto a los niveles de 2005, cuantificando la mayoría de los gestores hoteleros (43,6%) estas ventas entre el 0% y el 5%.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

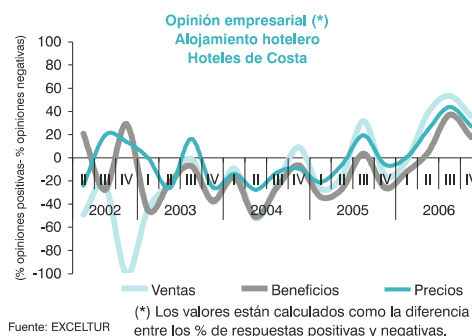
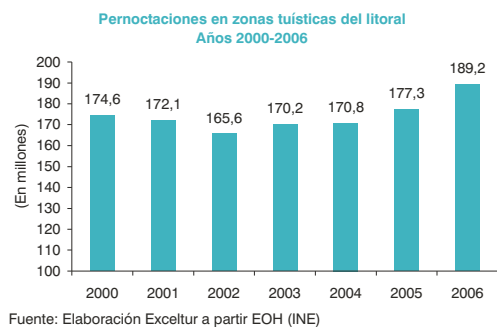


**Positivos niveles de confianza en el subsector hotelero vacacional en la parte central del año 2006, que se han resentido ligeramente en el cuarto trimestre debido a los modestos registros de ventas esperados para el primer trimestre de 2007**

En este marco, los niveles de confianza entre los gestores de hoteles vacacionales de sol y playa en 2006 se han mantenido por primera vez en la historia de la serie del Indicador de Confianza elaborado por Exceltur que los sintetiza en niveles positivos, alcanzando sus valores más altos en temporada alta, el semestre central del año, dónde se experimentaron según la opinión de los mismos registros positivos tanto en ventas, cómo en precios y en rentabilidad.

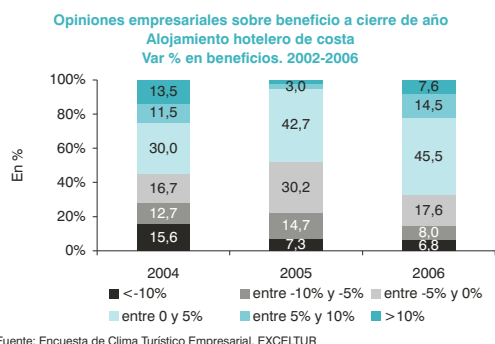
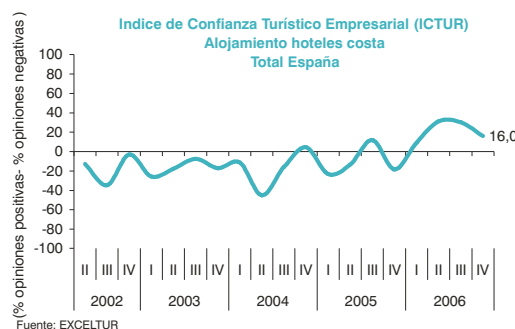
En esta misma línea, la EOH del INE corrobora esas percepciones y revela que las pernoctaciones en los hoteles ubicados en las zonas turísticas del litoral mediterráneo, Islas Canarias e Islas Baleares crecieron en 2006 un 6,7%, alcanzando su nivel máximo en los últimos seis años con 189,2 millones de pernoctaciones y superando por segundo año consecutivo el estancamiento percibido entre el año 2000 y 2004.

En los últimos tres meses del año 2006 se percibió un peor comportamiento de los indicadores de ventas y beneficios debido fundamentalmente a la desaceleración de la demanda extranjera, a lo que se ha sumado unas modestas expectativas para el comienzo del año 2007 en clave de facturación, cerrando el año con cierto retroceso en los niveles de confianza empresarial.



**Recuperación de la rentabilidad empresarial en 2006 en los hoteles vacacionales de los destinos turísticos de sol y playa en España**

Con estos componentes, en el año 2006 se ha frenado la senda de caída en la rentabilidad empresarial en los hoteles vacacionales de los destinos turísticos españoles del segmento de sol y playa. De esta manera, el 67,6% de los gestores de estos establecimientos revelaban incrementos interanuales positivos en los beneficios empresariales del año 2006. La mayoría de ellos, cuantificaban estos aumentos cómo leves, mientras que un 14,5% indicaban que la mejora en rentabilidad se había situado entre el 5% y 10% interanual, y el 7,6% apuntaba que este crecimiento había superado el 10% respecto a los niveles de 2005.



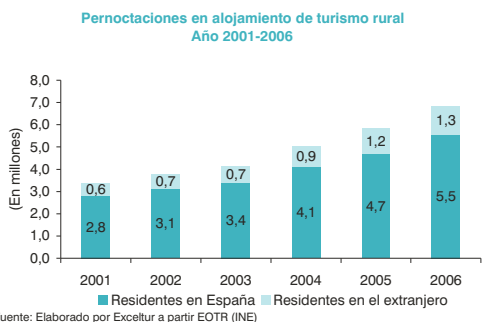
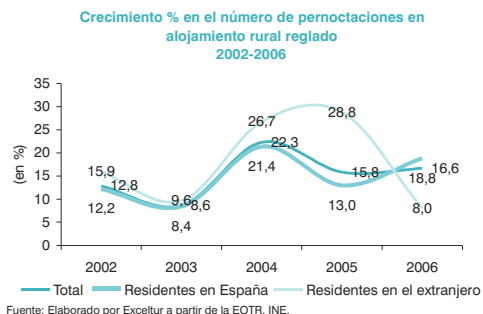


### 1.2. Otras tipologías de alojamiento reglado

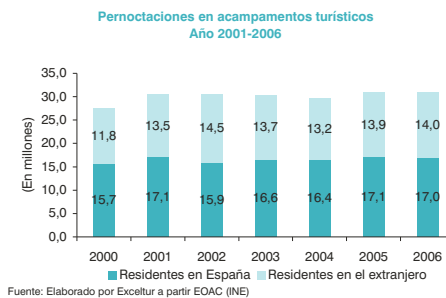
**Fortaleza de la demanda en alojamiento de turismo rural, mientras que la actividad en acampamentos turísticos se estancan y los apartamentos turísticos experimentan cierta recuperación de sus niveles de ventas beneficiados por la respuesta del turista extranjero paquetizado**

Las encuestas de ocupación del INE para las tipologías de alojamiento reglado distintas a la hotelera (campings, apartamentos y turismo rural) ponen igualmente de manifiesto un positivo año 2006 en términos de ventas en todas ellas, que en el caso de turismo rural ha confirmado el elevado tirón y todavía largo recorrido de este tipo de turismo dentro de las nuevas preferencias del turista español y extranjero por espacios turísticos no saturados y en equilibrio con el entorno natural.

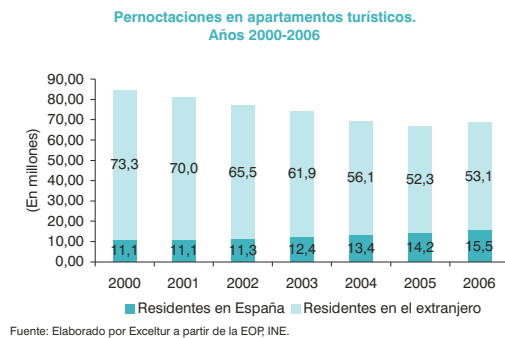
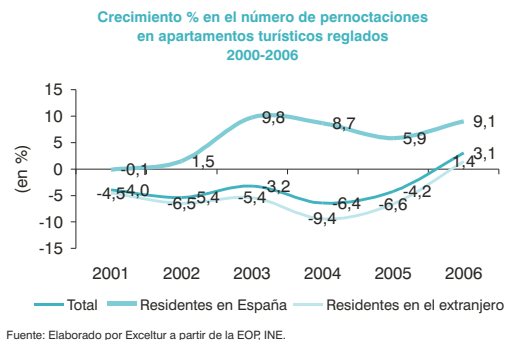
En este sentido, las pernoctaciones en establecimientos rurales en el acumulado hasta el mes de noviembre de 2006 sobrepasaron la barrera de los seis millones con un crecimiento del 16,6% respecto al mismo período del año anterior. El principal mercado de origen, el español, ha registrado un repunte respecto al ritmo de crecimiento de 2005, mientras que la demanda extranjera, aún manteniéndose en crecimientos positivos, ha sufrido una notable desaceleración respecto a los ritmos de avance de años precedentes.



Por otro lado, la actividad turística en campings y apartamentos turísticos en el año 2006 ha sido mucho más modesta que en alojamiento hotelero y establecimientos de turismo rural. En el caso de los campings, la caída de las pernoctaciones de los españoles ha sido compensada por un ligero avance de la demanda extranjera. Así, según la Encuesta de Ocupación de Acampamentos Turísticos del INE el volumen de pernoctaciones en 2006 en este tipo de establecimientos ascendió en el acumulado anual hasta noviembre a 31 millones, volumen muy similar a la media de años precedentes.



Sí bien la demanda de servicios en los apartamentos turísticos reglados ha experimentado en 2006 un freno a la tendencia a la baja observada desde el año 2000 por la recuperación observada de las pernoctaciones de no residentes, favorecida por la redistribución de un flujo turístico consumidor de paquetes turísticos desde otros destinos competidores con oferta de este tipo de producto, los niveles de demanda en el año 2006 se encuentran todavía muy lejos de los registrados a comienzo de la década debido a la obsolescencia de algunos de estos productos.



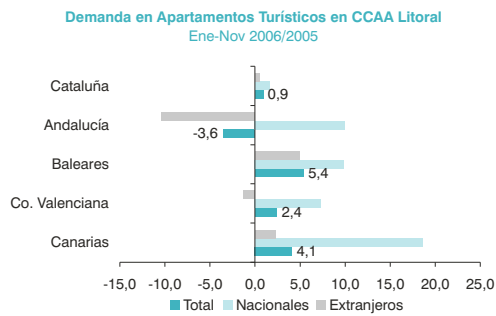
Especialmente reseñable es el caso de Canarias, que aglutina el 47,0% de la oferta de plazas de apartamentos turísticos reglados y el 52,1% de la demanda del total de España, y que ha sufrido, aún a pesar de la ligera recuperación experimentada en 2006, en los últimos cinco años una pérdida de 13,3 millones de pernoctaciones, todas ellas en el mercado extranjero, con su consecuente caída en los niveles de ocupación que han pasado de 60,2% en el año 2000 al 49,2% en 2006. Estos datos invitan una vez más a reflexionar sobre la apuesta por parte de los actores públicos y privados por la renovación y revalorización de la planta de apartamentos y de los espacios y entornos turísticos que los albergan, para poder recuperar la actividad y garantizar la actividad y competitividad futura en esos destinos.



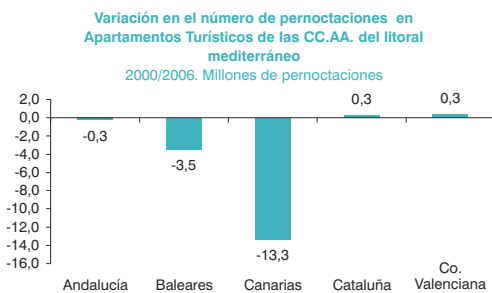


## 2 Grandes grupos de Agencias de Viajes y Tour Operadores

Muy positivo balance del año turístico 2006 entre los grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores



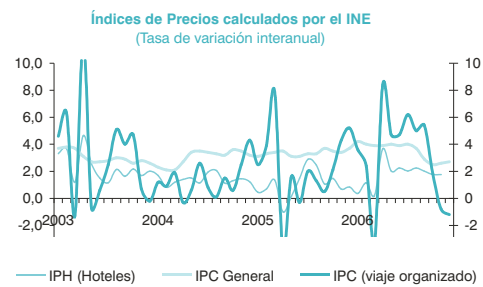
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOAP (INE)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOAP (INE)

Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores han disfrutado de un año muy favorable tanto en términos de ventas como de rentabilidad empresarial debido al crecimiento del consumo turístico de los españoles, a pesar de los síntomas de ralentización que se percibieron en el tercer trimestre de 2006. De hecho, la rápida y adecuada respuesta de este subsector a estos primeros síntomas de desaceleración de los ritmos de crecimiento de la demanda de servicios turísticos de los españoles a través de campañas de promoción y reducciones de precios ha impulsado la reactivación observada en el cuarto trimestre del año.

Efectivamente, la evolución de los indicadores de gasto turístico de los españoles y de la opinión de los empresarios del subsector en cuanto a la evolución de las ventas, denotan una desaceleración de la demanda de servicios turísticos de los españoles en los meses de julio, agosto y septiembre de 2006, superada con intensos ritmos de crecimiento, incentivados en los tres últimos meses del año por una notable desaceleración de los precios de los servicios turísticos, tal cómo se observa en el gráfico adjunto de la evolución del Índice de Precios Hoteleros y del IPC de los viajes organizados del INE, que ha caído desde el mes de octubre un 0,2% en términos medios.



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

El crecimiento de la demanda española en el primer semestre de 2006 y durante el cuarto trimestre del año ha compensado la ralentización de las pernoctaciones en hoteles y apartamentos reglados en los meses de julio, agosto y septiembre, cerrando el conjunto del año en un crecimiento del 6,0% en el número de noches disfrutadas por los españoles en hoteles y apartamentos reglados.

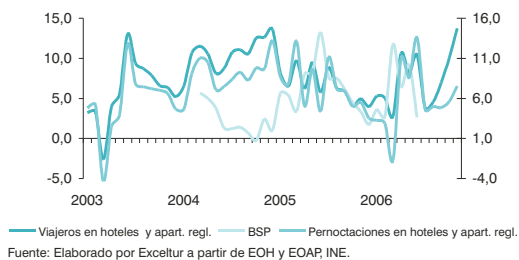
En un escenario dominado por una menguante capacidad adquisitiva en términos de renta disponible, el calendario propicio para el disfrute de escapadas de corta y media duración, las favorables condiciones climatológicas, y la accesibilidad a productos a precios más asequibles que en el mismo período del año anterior, explican parte de esta reactivación de la demanda nacional durante el último trimestre del año 2006.



## Claves por sectores

### Agencias de Viajes y Tour Operadores

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

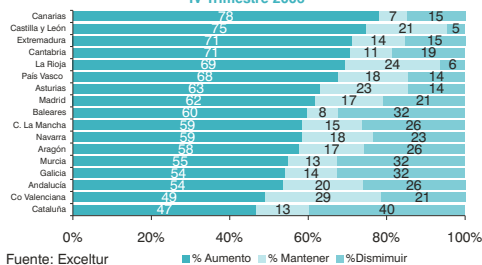


**Canarias, los destinos españoles de interior y destinos exteriores principales dinamizadores de las ventas en las grandes agencias de viajes y touroperadores españoles en el cuarto trimestre de 2006**

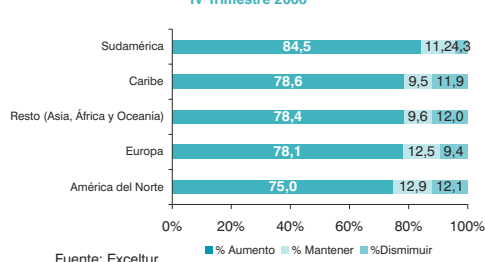
Este repunte de la senda de crecimiento de la demanda se ha concretado en crecimientos de la facturación de las agencias derivado de la venta de viajes a destinos domésticos y en la vuelta al consenso en cuánto al crecimiento de las ventas a destinos de larga distancia y Europa según la opinión de los empresarios de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles.

Dentro de los destinos vacacionales españoles, el consenso ha sido unánime en cuánto al crecimiento de las ventas en los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2006. El benigno clima que ha dominado el último trimestre de 2006 ha favorecido el crecimiento de las ventas en los destinos vacacionales como Baleares que se ha venido a sumar a Canarias, que en plena temporada alta se presenta cómo el destino dónde de manera más generalizada se han incrementado las ventas. Destaca igualmente el consenso generalizado en cuánto al incremento de las ventas a destinos de interior como Castilla y León y Extremadura, junto a todos los destinos turísticos de la España Verde, en parte favorecidos por la redistribución de flujos turísticos desde destinos vinculados al disfrute de los deportes de invierno por la falta de nieve en los mismos.

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



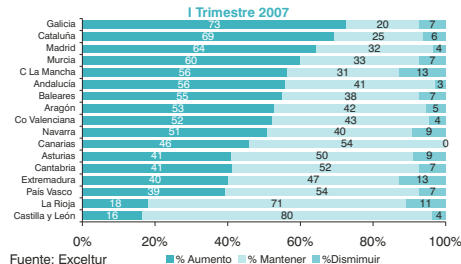
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales  
IV Trimestre 2006



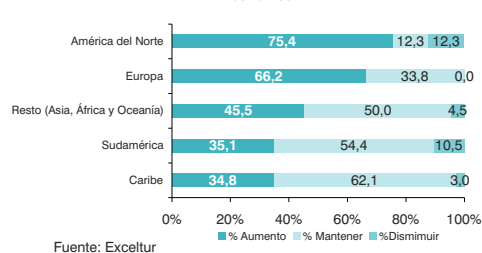
Para el primer trimestre del año 2007, se espera que se mantenga esta buena tónica en la dinámica de las ventas hacia destinos nacionales, en América del Norte, dentro de la larga distancia, y los viajes a ciudades españolas y europeas dentro del constante crecimiento y constatado éxito del turismo del "city break" en el panorama turístico europeo.

En concreto, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, un elevado porcentaje de profesionales del sector anticipan crecimientos de las ventas de viajes a la Comunidad de Madrid y Cataluña para este primer trimestre de 2007.

Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales  
I Trimestre 2007



Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales  
I Trimestre 2007

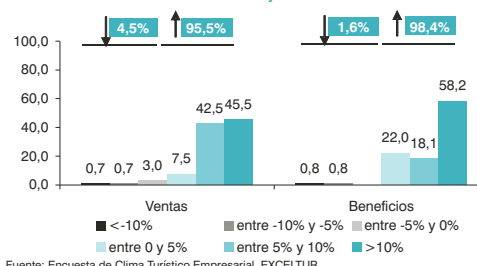


**Consenso sobre el avance en clave de rentabilidad empresarial debido al notable incremento interanual de las ventas en un marco de leve crecimiento de los precios y reducción de costes**

Según la opinión mayoritaria de los empresarios durante 2006 se registró un nuevo y notable incremento de las ventas en los grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores españoles. En concreto, el 42,5% de los gestores de agencias de viajes cifraban el aumento en las ventas entre el 5% y 10%, mientras un 45,5% había disfrutado de aumentos superiores al 10%.

El fuerte aumento en los niveles de ventas se ha concretado en este año 2006 en una muy positiva mejoría de la rentabilidad empresarial en los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles. El 58,2% de las agencias consiguió en 2006 incrementar sus beneficios por encima del 10%.

Opiniones empresariales cierre 2006  
AA.VV. y Touroperadores españoles  
Var % en ventas y beneficios

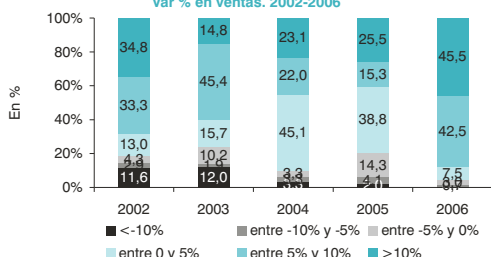




En este sentido, el balance del año turístico 2006 en clave de facturación y de rentabilidad se configura cómo el más positivo desde el año 2002 en que se puso en marcha la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

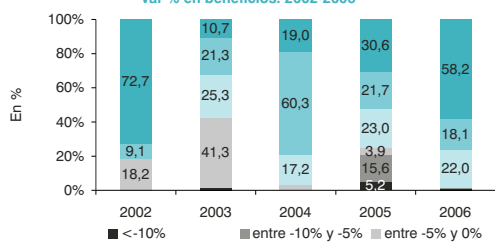
### 3. Transporte

Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año AA.VV. y Touroperadores españoles Var % en ventas. 2002-2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre beneficio a cierre de año AA.VV. y Touroperadores españoles Var % en beneficios. 2002-2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La fortaleza de la demanda de servicios de transporte en el año 2006 se ha materializado en un modesto incremento de las ventas y rentabilidad empresarial en un elevado porcentaje de empresas de transporte españolas en un escenario de menor presión del coste del crudo sobre la cuenta de resultados en el segundo semestre del año y leve crecimiento de las tarifas

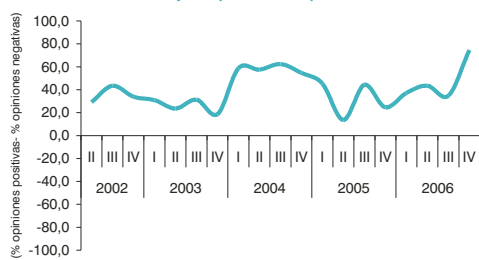
En un mercado de creciente y elevada competencia, caracterizado por el fuerte aumento de la oferta, especialmente en el segmento de transporte aéreo, la fortaleza y potencial de la demanda de servicios de transporte vinculados a desplazamientos turísticos se ha concretado en un generalizado, aunque leve aumento de los niveles de ventas en 2006 respecto los niveles alcanzados en 2005.

Así, según la encuesta realizada por Exceltur entre compañías españolas de transporte, el 98,9% de las empresas registraron incrementos en los niveles de ventas para el conjunto del año 2006, la mayor parte de los cuáles (62,6%) sin superar el 5%. Tan solo el 37,1% de los profesionales del subsector de transportes manifestaban haber registrado crecimientos superiores al 5%.

Para el año 2007 se mantienen unas positivas expectativas respecto al comportamiento de ventas y beneficios muy vinculadas a la progresiva consolidación de los viajes cómo un gasto cada vez más importante en la cesta de consumo de los españoles. En este contexto, los niveles de confianza entre los gestores de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles alcanzaron en el último trimestre del año 2006 su máximo histórico medido a través del Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur.

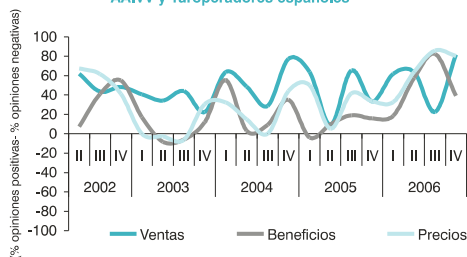
De esta manera, las valoraciones empresariales en cuánto al devenir de los niveles de ventas en 2006 ha sido menos favorables que las percibidas en el ejercicio 2005 fruto de un mercado en creciente y constante competencia, que, cómo se verá más adelante en el caso del transporte aéreo, está mermando paulatinamente el potencial de crecimiento de las compañías españolas en las conexiones del mercado doméstico y Europeo, viéndose obligadas a reinventar su estrategia de negocio hacia nichos de mercado como los viajes vacacionales de larga distancia con mercados de potencial incremento cómo el latinoamericano para superar este nuevo escenario competitivo en continuo cambio.

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



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

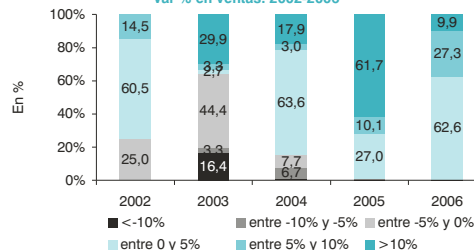
Opinión empresarial AA.VV y Touroperadores españoles



Fuente: EXCELTUR

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

Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año Empresas españolas de transporte Var % en ventas. 2002-2006



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

A pesar de la leve mejora observada en las ventas, ajuste de los precios y la menor presión del coste del combustible en la segunda mitad del año, el tímido avance en clave de rentabilidad no se ha producido en todas las compañías del sector

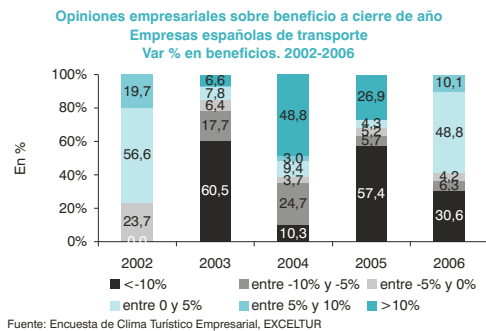


El leve aumento de las ventas percibido por la mayoría de las empresas del sector no ha sido sin embargo suficiente para que la mejora de la rentabilidad empresarial haya sido extensible a todas las compañías. De hecho, el 30,6% de ellas han experimentado en 2006 descensos de más de dos dígitos en sus niveles de beneficios.

En este sentido, el debilitamiento de las cuentas de resultados en el primer semestre del año no ha podido ser compensado por el ajuste al alza realizado en los precios durante todo el año 2006, el avance en los niveles de ventas y los menores costes del queroseno para las empresas de transporte aéreo en la segunda mitad del ejercicio.

### 3.1 Transporte aéreo

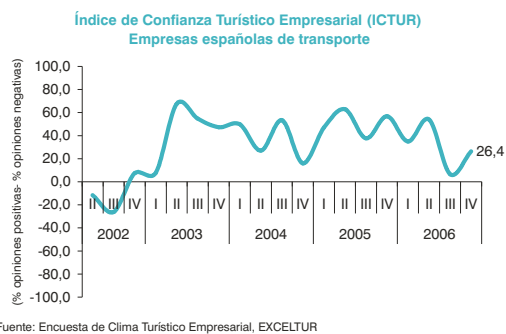
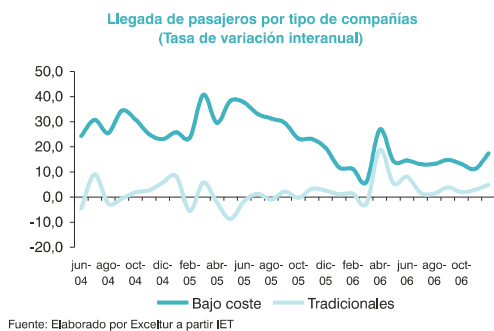
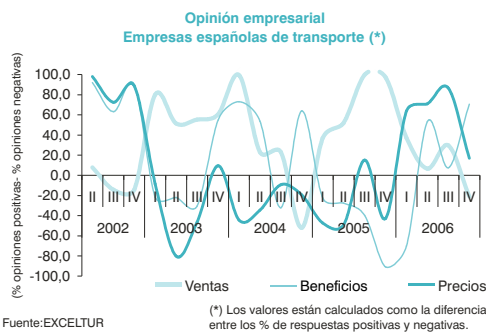
**El comportamiento de la actividad de las empresas de transporte aéreo en 2006 ha vuelto a estar condicionado por un mercado en continuo crecimiento tanto de la demanda como en la competencia**



Tras experimentar un 2006 marcado por bajos niveles de confianza entre los profesionales del sector debido al elevado presión del queroseno durante la primera mitad de año, los incidentes de conflictividad laboral y la creciente competencia en el mercado que ha provocado incluso el fin de las operaciones de algunas compañías a lo largo de los últimos meses del año se ha percibido una notable mejora de los mismos debido a la menor presión de los costes y unas expectativas muy favorables sobre la evolución de las ventas y los beneficios para el arranque del ejercicio 2007.

Las valoraciones empresariales en términos de crecimientos de los niveles de ventas en las empresas de transporte aéreo españolas son claramente inferiores al avance de la demanda, que, según datos de AENA, y en términos de tráfico de transporte de pasajeros en los aeropuertos españoles, creció un 6,6% en el ejercicio 2006. Este hecho viene explicado por la creciente competencia protagonizada por la apertura de nuevas conexiones tanto en el mercado doméstico como con Europa por parte principalmente de compañías de bajo coste extranjeras, que según datos del IET a partir de información de AENA volverán a registrar un crecimiento interanual en el número de vuelos del 20,6% desde países de la Unión Europea en el primer trimestre del año 2007, y por otro lado, por el creciente peso y participación en el crecimiento de las compañías como Iberia del tráfico de largo radio en detrimento de avances en el mercado doméstico<sup>1</sup>.

Efectivamente, el crecimiento y el éxito de las compañías de bajo coste en Europa en los últimos años se ha trasladado en una pérdida efectiva de cuota de mercado para las aerolíneas tradicionales que operan en el continente. Así, según datos del IET a partir de información de AENA, las compañías de bajo coste en España han pasado de transportar el 23,1% de los pasajeros internacionales en 2003 al 31,6% en el ejercicio 2006.



Sin perjuicio de lo anterior, y aún a pesar de que en la segunda mitad del año dónde el precio del petróleo se ha desacelerado notablemente, la mejora de la rentabilidad empresarial entre las compañías aéreas españolas todavía no ha sido todavía generalizada en 2006 debido a la intensa escalada del precio del crudo en la primera mitad del ejercicio y a los problemas de conflictividad laboral que algunas compañías acusaron en plena temporada alta.

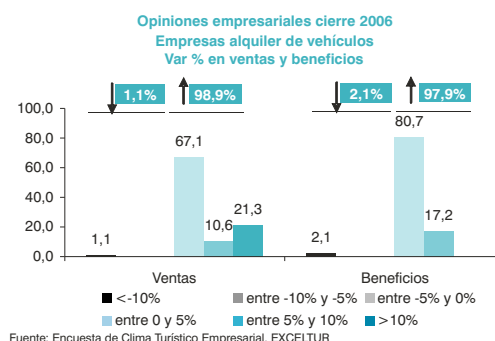
Todo ello en un escenario internacional dónde la Asociación Internacional de Transportistas Aéreos (IATA) ha puesto de manifiesto

<sup>1</sup>En los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur se consideran exclusivamente los resultados de las ventas en el mercado doméstico (España) a efectos de construir los Indicadores de Ventas y de Clima Turístico Empresarial.



cómo en el año 2006 se ha conseguido prácticamente volver a niveles de rentabilidad positivos en un sector con pérdidas acumuladas desde el año 2001. Así, en el mes de diciembre IATA revisó sus previsiones de pérdidas a cierre del año desde los 1,7 billones de dólares de pérdidas a 0,5 billones, lo que supone un punto de inflexión hacia márgenes empresariales positivos.

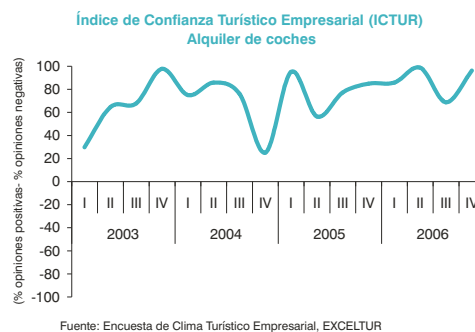
En un marco dónde se espera que el tráfico aéreo internacional vuelva a crecer en 2007 un 5,0%, que el precio del barril de Brent se mantenga estable en torno a 60 dólares el barril, el tipo de cambio dólar/euros siga siendo favorable para las compañías que operan en el mercado europeo, y se sigan recogiendo los frutos de los planes de reducción de costes llevados a cabo en los últimos ejercicios, los profesionales del subsector anticipan que 2007 sea testigo de la esperada recuperación de la rentabilidad tras prácticamente cinco años consecutivos de pérdidas.



La percepción de un comienzo de año 2007 dónde se volverá a producir un aumento de la demanda, que se concretará en un nuevo aunque leve avance de la rentabilidad empresarial entre las empresas de alquiler de vehículos, ha elevado los niveles de confianza empresarial en el cuarto trimestre de 2006.

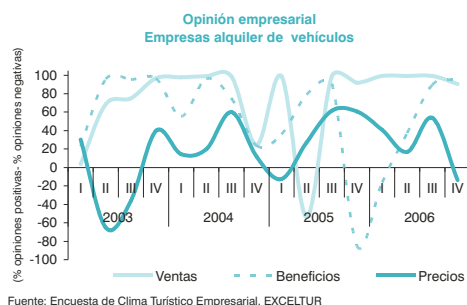
### 3.2 Alquiler de vehículos

La fortaleza mostrada en los desplazamientos turísticos de los españoles, el creciente volumen de viajes independientes de los extranjeros, y el crecimiento del turismo de negocios ha contribuido al crecimiento de las ventas y el avance generalizado de la rentabilidad empresarial en 2006 en las compañías de alquiler de vehículos



La fortaleza mostrada en los desplazamientos turísticos de los españoles, el creciente volumen de viajes independientes de los extranjeros y el crecimiento del turismo de negocios siguen favoreciendo, un año más, las ventas en las compañías de alquiler de vehículos. En este sentido, la facturación en el año 2006 fue superior a la del año anterior según el 77,8% de los gestores de empresas arrendadoras de vehículos, cuantificando la mayor parte de los mismos este crecimiento entre el 0 y el 5%.

Esta manifiesta aunque tímida mejora en las ventas en 2006 se ha trasladado positivamente a las cuentas de resultados si bien de manera moderada de acuerdo a la opinión del 80,7% de los empresarios del subsector en un ejercicio 2006 dónde las tarifas se han mantenido ó han aumentado levemente la mayor parte del año, salvo el cuarto trimestre.



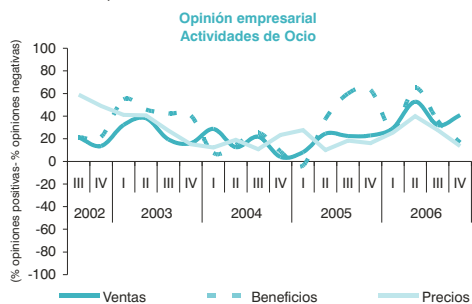


### 4. Ocio

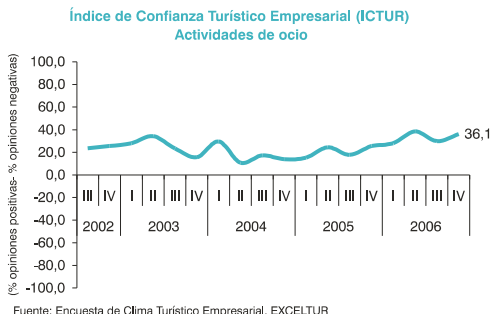
Elevados y estables niveles de confianza entre los prestadores de servicios de ocio en 2006 respondiendo a la creciente demanda por parte de los turistas españoles y extranjeros de actividades culturales, deportivas y de ocio y la paulatina integración de estos productos en la oferta de los destinos turísticos españoles

El creciente papel dentro de las preferencias del consumidor actual de servicios de ocio durante sus viajes y excursiones turísticas, la expansión de los viajes especializados para el disfrute de líneas de productos como los circuitos culturales, gastronómicos, turismo activo y el golf, la firme apuesta por parte de los agentes público-privados de sector por la inversión en la valorización de los recursos culturales, naturales y patrimoniales y la paulatina integración de estos productos dentro de la oferta turística de los destinos urbanos españoles y algunas zonas de interior y de costa, siguen consolidando, un ejercicio más, los buenos resultados en museos, monumentos, campos de golf y parques temáticos.

En concreto, según las opiniones recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur correspondiente al cierre del año 2006, los prestadores de servicios de ocio han mejorado en el año turístico 2006 sus niveles de confianza, alcanzando su máximo histórico en el cuarto trimestre de 2006 debido al positivo balance del año y las favorables expectativas de cara a 2007.

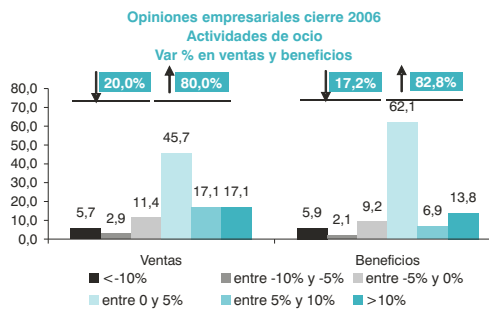


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



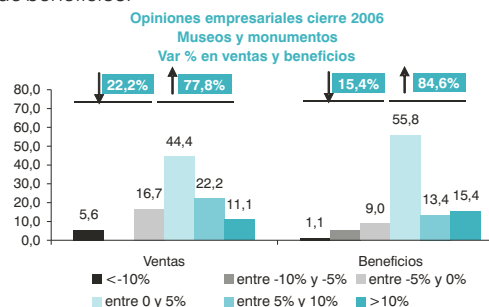
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La facturación en estas instalaciones y equipamientos de ocio creció en 2006 según el 80,0% de sus gestores, siendo este crecimiento mayoritariamente leve. De hecho, según el 45,7% de los profesionales del sector el aumento en las ventas no fue superior al 5%. Este avance en el volumen de ventas, que ha estado acompañado de un leve incremento de los precios, se ha concretado en una leve mejora de la rentabilidad no superior al 5% en el 62,1% de las empresas españolas relacionadas con el disfrute de ocio.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

No obstante, el balance del año ha sido heterogéneo en los diferentes subsectores que conforman las actividades de ocio. Destaca el excelente comportamiento de las visitas a museos y monumentos, que siguen atrayendo a un elevado y creciente número de turistas españoles y extranjeros, lo que les ha permitido volver a registrar positivos resultados en términos de visitas. Según se desprende de la Encuesta elaborada por Exceltur, el 77,8% de los gestores de museos y monumentos en España experimentaron incrementos en sus ventas, que permitió en el 84,6% de los casos un crecimiento en sus niveles de beneficios.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Las condiciones climatológicas desfavorables, han condicionado de manera irreparable la temporada de esquí 2006-2007 debido a la escasez de nieve en las estaciones

La creciente preferencia por la práctica de actividades deportivas dentro del un perfil de cliente con un nivel socioeconómico medio alto, ha posibilitado el cierre de otro positivo año según la opinión de los directores de campo de golf.

Por otro lado, las condiciones climatológicas desfavorables, han condicionado de manera irreparable la temporada de esquí 2006-2007 debido a la escasez de nieve en las estaciones, causando cuantiosas caídas en los niveles de facturación y rentabilidad respecto a los obtenidos en el año 2005 que requieren un apoyo y especial atención por parte de las administraciones públicas para a través de un esfuerzo en promoción tratar de alentar los viajes hacia las estaciones de esquí en los próximos meses, de manera que se puedan compensar parte de las pérdidas acumuladas. Por otra parte, y ante las cada vez más evidentes y previsible consecuencias en el medio plazo del calentamiento global, los centros de esquí se encuentran actualmente ante el reto de invertir y diversificar su oferta de ocio hacia actividades de montaña de manera tal que les permita seguir siendo centros de atracción de turistas y núcleos de generación de actividad económica y rentas para el entramado productivo local.