

4 Destinos competidores

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

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

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

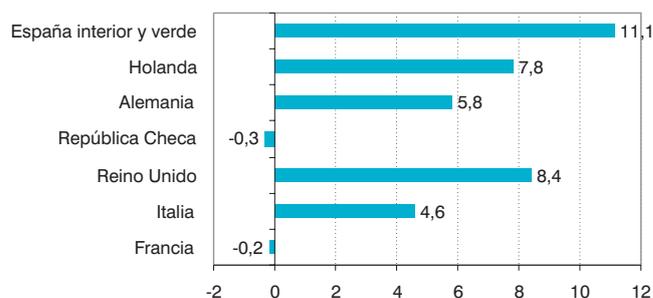
A lo largo de los dos últimos años 2005 y 2006, huracanes y conflictos geopolíticos han condicionado en mayor o menor medida los resultados por destinos, con la redirección de flujos turísticos desde los destinos afectados u otros próximos a su área de influencia hacia aquellos con menor riesgo potencial

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

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

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

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

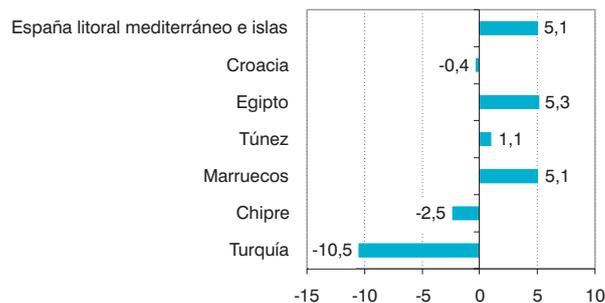


Fuente: Exceltur a partir de datos OMT, Tourmis e institutos de estadística nacionales. *Datos hasta mayo para España y Francia, hasta abril para Reino Unido y Alemania, hasta marzo para Italia y República Checa y hasta febrero para Holanda.

Comparativa España vs destinos competidores de sol y playa

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

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



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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

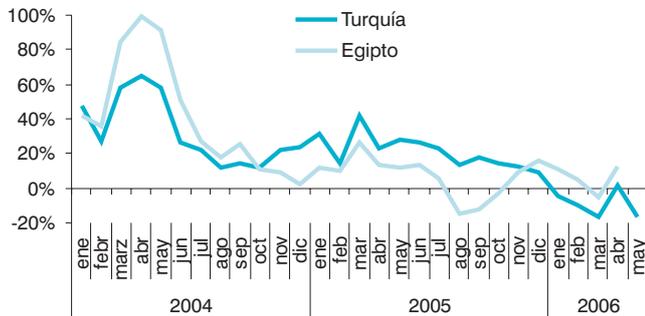
Turistas llegados a Turquía y a España por mercado emisor. Tasas interanuales del acumulado enero-mayo.

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

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Turco



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



Flujos turísticos hacia destinos competidores por nacionalidades de origen

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

Alemanes

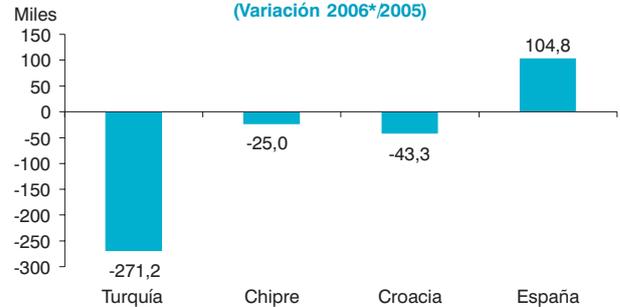
La dinámica del mercado alemán es la más representativa de los problemas por los que están pasando los países del mediterráneo oriental y especialmente Turquía en este año 2006. Hasta el mes de mayo, en Turquía han entrado 271 mil turistas alemanes menos que en el mismo periodo de 2005, lo que representa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

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

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

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

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



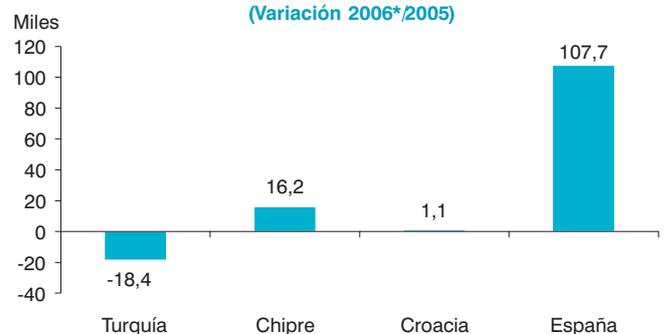
Fuente: Institutos de Estadística de cada país e IET.
*Datos hasta mayo.

Británicos

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

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

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



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



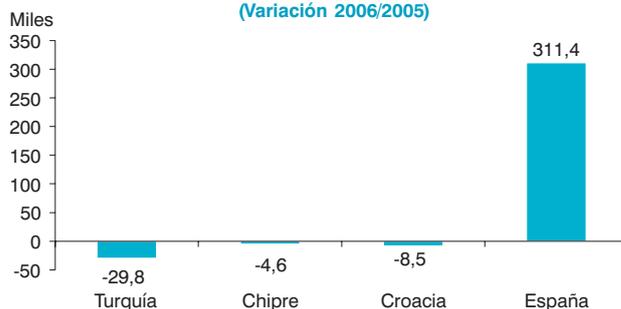
Franceses

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

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

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

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



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