



Exceltur

*Alianza para
la excelencia turística*

Perspectivas Turísticas

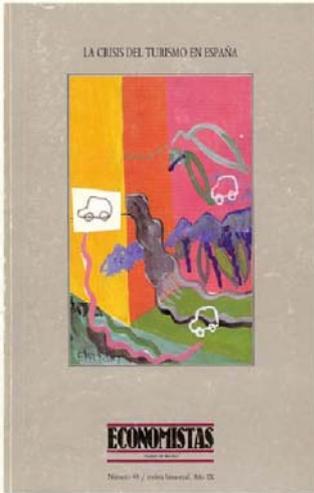
Valoración empresarial del año 2008 y perspectivas para 2009

Nº 27 enero 2009

Editorial

Por su vigencia actual e interés respecto a las prioridades con las que encarar el año 2009, hemos incorporado como editorial de este número 27 del Informe Perspectivas, la editorial del número 48 de la Revista Economistas que, en febrero del año 1991, el Colegio de Economistas de Madrid dedicó a la anterior crisis turística de la década de los años 90.

E D I T O R I A L



La crisis del turismo en España

Los expertos que colaboran en este número sobre la crisis del turismo en España plantean, sin excepción, la crítica situación del turismo más allá de factores coyunturales desfavorables, aun siendo estos últimos no despreciables. Si a toda expansión fuerte suele suceder una recesión, o, al menos, un crecimiento más moderado, en España algunos factores coyunturales pueden haber deprimido el ciclo turístico, pero en los artículos siguientes sobre las más importantes zonas de turismo de sol y playa en España se señalan algunos factores que muestran el deterioro de una actividad que contribuyó notablemente a la modernización de la sociedad y de la economía española, pero que no ha sabido superar algunas de sus inercias iniciales más negativas. Si se indica, además, que durante la segunda mitad de los años ochenta la renta de los países demandantes de turismo crecía y, con ello, el turismo mundial, mientras que la cuota turística española se reducía, la crisis queda más patente. Pueden destacarse cinco factores, entre los señalados por los diversos autores, que condicionan, en gran medida, el futuro del turismo español y su necesario replanteamiento: incremento de la competencia internacional, exceso de plazas turísticas en España, insuficiencia de la oferta turística complementaria, saturación de infraestructuras y deterioro progresivo de la calidad. La reducción, en términos reales, de los ingresos por turista es una de las manifestaciones del deterioro de la calidad, en el sentido de que cada turista gasta menos renta en España, lo que confirma algunos de los problemas implícitos en el turismo de masas, segmento más generalizado (dado el número de visitantes y la concentración estacional y geográfica) del turismo receptivo español. Cada vez es más patente la necesaria redefinición del producto turístico si un país con el nivel de precios y la calidad de factores de España, entre otros el capital humano, quiere competir en el ámbito internacional. Se necesita un producto turístico diferenciado, como se ha hecho en las actividades industriales, o quizá diversos productos para zonas diferentes, lo que, aparte de imaginación, requiere mucha capacidad empresarial y coordinación entre administraciones y departamentos públicos, ya que no es un mero lavado de imagen. La publicidad, recurso costoso —al que, no obstante, se acude con frecuencia—, vendrá después, cuando el nuevo producto se haya elaborado. Lo contrario cada vez puede tener menos incidencia en turistas experimentados, para quienes el turismo es ya un hábito, por lo que requieren productos más adecuados a su nivel de renta, a sus gustos y a sus exigencias culturales y de calidad ambiental.

5

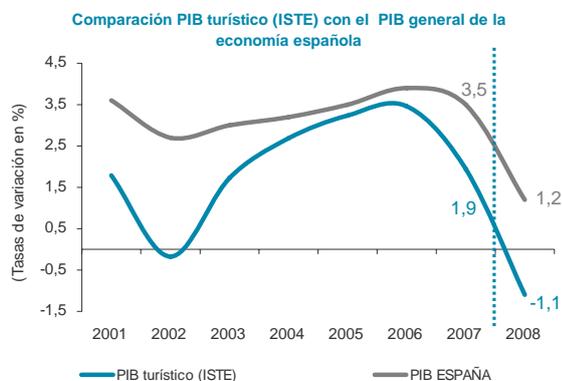
2

2008 cierra con una notable caída del PIB turístico y un claro descenso de los beneficios empresariales

A. BALANCE DEL AÑO 2008

Afectado por la crisis económica, el sector turístico español cierra el año 2008 con una caída del 1,0% del PIB turístico

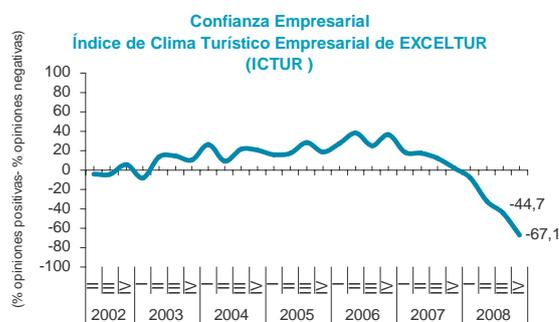
Tal como desde EXCELTUR hemos venido anticipando y reiterando desde finales del 2º trimestre de 2008, el sector turístico español no ha sido ajeno al escenario de crisis económica que ha marcado el año a escala mundial. Tras un atípico y esperanzador comienzo de año turístico, a medida que ha avanzado la temporada de 2008 se ha extendido y acelerado una preocupante contracción de la afluencia de turistas nacionales y extranjeros y de sus volúmenes de gasto en destino, impulsada principalmente por la progresiva debilidad de la demanda española. Como resultado, según nuestras estimaciones *el PIB turístico se habría reducido en España un 1,1% durante 2008, según se desprende de la evolución del Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) que con carácter trimestral elaboramos desde Exceltur.*



Fuente: Exceltur, INE y Consensus

Con este dato de cierre de año en Exceltur volvemos a ajustar a la baja por tercera vez nuestras estimaciones sobre el crecimiento del PIB turístico para 2008. Esta nueva revisión a la baja desde el -0,1% que

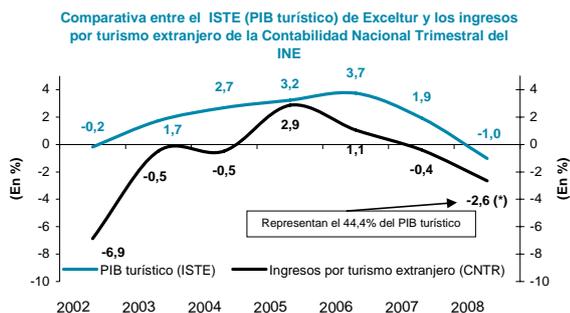
presentábamos en el mes de octubre, se ampara en la fuerte contracción *-mucho mayor a la esperada-* que han experimentado todos los indicadores de demanda y gasto turístico durante el último trimestre del año, que certifican la inusitada velocidad e intensidad con que el deterioro de los parámetros socioeconómicos y financieros se están trasladando a las decisiones de viaje y el presupuesto disponible para ocio de las familias, muy acusadamente a partir en los meses de otoño, y que ha minado considerablemente los niveles de confianza empresarial. En concreto, *el Indicador que elabora EXCELTUR y resume los niveles de confianza del conjunto de empresarios españoles de todos los subsectores turísticos (ICTUR) vuelve a caer en el cuarto trimestre y se sitúa al cierre del año 2008 en los mínimos desde la constitución de Exceltur y desde que comenzáramos a elaborar esta Encuesta de Clima Turístico Empresarial en 2002.*



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La caída del PIB turístico que estimamos para este año 2008 se ve corroborada por la evolución de los ingresos reales por turismo extranjero que publica el INE en su informe de la Contabilidad Trimestral de España, lo que de nuevo reafirma la elevada fiabilidad y consistencia de nuestras tradicionales estimaciones y en concreto la referida a la evolución del PIB turístico en 2008. Según el INE, los ingresos turísticos reales del exterior que revirtieron a España durante los nueve primeros meses de 2008 se redujeron un 2,6%, tendencia a la baja que es más que probable se habrá intensificado el último trimestre del año, según apuntan todos los indicadores disponibles.

Baste señalar que las pernoctaciones hoteleras de los extranjeros han caído un 4,9% en octubre y noviembre de este año respecto a los mismos meses de 2007, la llegada de turistas extranjeros se ha reducido un 7,9% en esos mismos meses y el coste total de sus viajes un 6,8%, según la encuesta Egatur (*que no depura los gastos en origen y los de transporte*), mientras los datos de ingresos que revierten en destino publicados por el Banco de España hasta octubre de 2008 (último dato publicado) se reducían un 4,2% en este mes.

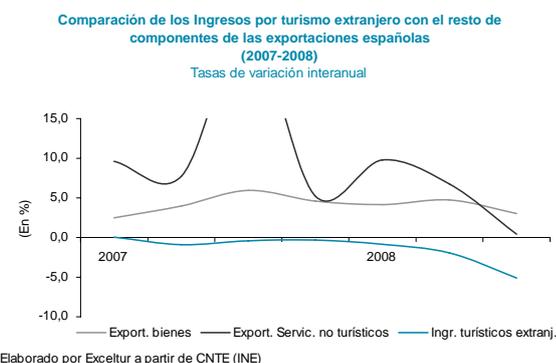


(*) Datos acumulados enero-septiembre
Fuente: Elaboración por Exceltur a partir de datos del INE

La evolución del PIB turístico durante el año 2008 en comparación con la dinámica del conjunto de los demás sectores de la economía española certifica dos hechos claves que debieran servir para terminar de reforzar y priorizar con mucho mayor énfasis las iniciativas de apoyo a la actividad turística, dentro de las medidas generales de choque ya anunciadas y las adicionales que se pudieran aplicar por las diversas administraciones públicas para reactivar la economía, así como para orientar las propias directrices de política turística para 2009. Estos dos hechos se concretan en:

1. *El sector turístico español se ha visto afectado al cierre de 2008 por la crisis económica con mucha mayor intensidad que el conjunto de la economía española, lo que le debería situar como uno de los sectores prioritarios en las medidas de estímulo a corto plazo que adopten y/o puedan adoptar las administraciones públicas.* Dos hechos lo avalan. En primer lugar, mientras el turismo ha sufrido una reducción de sus niveles de actividad del 1,1% en 2008, el consenso de analistas estima que, a pesar de la recesión experimentada durante el segundo semestre del año, la economía española cierre el año 2008 con un crecimiento del 1,2%.

Por otro lado, si se comparan las exportaciones turísticas españolas (es decir los ingresos del turismo extranjero que revierten a España) con el resto de exportaciones de bienes y servicios no turísticos que publica el INE en la Contabilidad Trimestral de España, se constata en lo que llevamos de año 2008, el mayor impacto de la caída de la demanda internacional de servicios turísticos en relación con el resto de bienes y servicios que exporta la economía española. Sólo en el tercer trimestre (la temporada alta y clave), los ingresos reales por turismo extranjero descendieron un 5,1%, mientras las exportaciones de servicios no turísticos todavía crecían al 0,4% y las exportaciones de bienes al 3,0% (ver gráfico adjunto).



Como se pondrá de manifiesto en el apartado de Perspectivas para 2009 de este informe y tal y como se ha

producido en las crisis anteriores por las que ha atravesado la economía española y el sector turístico (ver cuadro adjunto), todo apunta a que el turístico será uno de los sectores que más se verá afectado en 2009 por la contención del gasto de las familias.

El sector turístico español un sector especialmente sensible y afectado por las crisis económicas

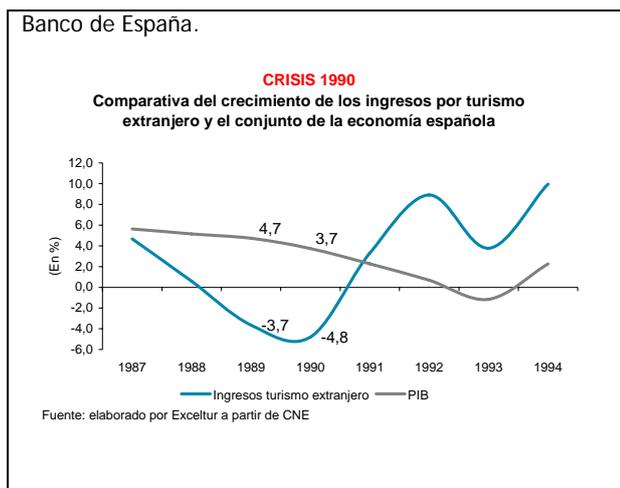
En contra de la voluntarista corriente de opinión que defiende la "capacidad de resistencia y una cierta inmunidad del sector turístico español" en momentos difíciles, lo cierto es que en las anteriores crisis económicas en España, la industria turística las ha vivido con mayor intensidad que el conjunto de la economía española. Nada hay en el panorama actual, dada la evolución de la demanda y los ingresos en los últimos siete años, que permita anticipar que este axioma no se vaya a volver a cumplir, no sólo en 2008 como ya se ha señalado, sino también en 2009.

Este hecho confirma el carácter de "bien superior" (es decir alta elasticidad -renta) con el que los economistas caracterizan el consumo de algunos bienes y servicios, entre los que se encuentran los turísticos, que hace que en las fases de fuerte expansión económica crezca su consumo más que la media y en momentos de crisis su caída sea bastante más pronunciada.

En la última desaceleración, que no crisis, de la economía española sucedida en el año 2002, la economía española paso de crecer el 3,6% en 2001 al 2,7% en 2002. En ese mismo período el PIB turístico en España bajó y pasó de un crecimiento del 1,7% en 2001 a una caída del 1,6% en 2002, según datos oficiales de la Cuenta Satélite del Turismo Español del Instituto Nacional de Estadística.

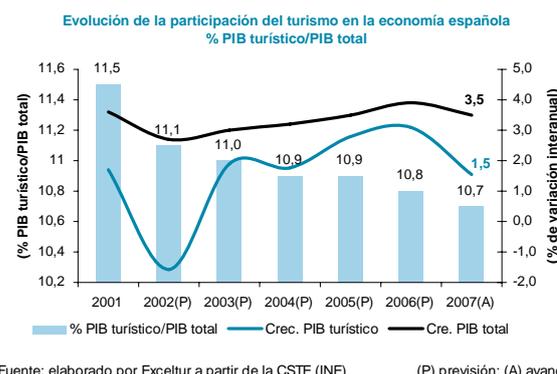


Igualmente, en el caso de la crisis de comienzos de los años 90, el sector turístico español la experimentó antes que el conjunto de la economía española y con mucha mayor intensidad, por la fuerte caída de los ingresos reales por turismo extranjero. Aún cuando en esos momentos el INE aún no calculaba la Cuenta Satélite de Turismo, lo cierto es que el único indicador oficial disponible de exportaciones de servicios que recogía mayormente los ingresos por turismo extranjero cayó en 1989 y 1990 por encima del 3,5% en términos reales, según la Contabilidad Nacional de España del INE, mientras el conjunto de la economía española crecía por encima del 3,5%. Bien es cierto que cuando la crisis alcanzó al conjunto de la economía española en 1993, el turismo ya crecía a tasas por encima del 4,0%, principalmente gracias a las continuadas devaluaciones de la peseta, instrumento de refuerzo de la competitividad vía precio del que hoy ya no dispone el



2. *El crecimiento de las actividades turísticas en España se sitúa por séptimo año consecutivo por debajo del dinamismo del conjunto de la economía española, reflejando los crecientes problemas de fondo y de competitividad que presenta buena parte de la oferta de sol y playa en destinos maduros. Esta constatación obliga a implantar en 2009 medidas de política turística mucho más ambiciosas, coordinadas y de carácter estructural en base a la hoja de ruta que supone el Plan Horizonte 2020 (que habría que actualizar a tenor de la velocidad de los cambios de escenarios), de cara a sentar las nuevas bases competitivas que aseguren el mayor crecimiento futuro y sostenible del sector turístico español cuando se recupere el ciclo económico.*

La caída del 1,1% del PIB turístico con la que en EXCELTUR estimamos se cierre el año 2008 en relación con el crecimiento del 1,2% con el que el consenso de analistas estiman cerrará el conjunto de la economía española, se viene a sumar al menor crecimiento que en 2007 también registró el sector turístico español respecto a la evolución de la economía española y que la última actualización de la Cuenta Satélite del Turismo de España para 2007, recientemente publicada por el INE, acaba de certificar. En ese informe del pasado 23 de diciembre, el INE revelaba la atonía que atravesó el sector turístico español durante el año 2007, tal y como ya habíamos adelantado desde Exceltur hace un año en enero de 2008, al registrar un aumento del PIB turístico real de sólo un 1,5%, mientras la economía española creció el 3,5%. Se trata de un crecimiento inferior al 1,9% que habíamos estimado entonces y que oficialmente certifica que la demanda turística ya se comenzó a desacelerar en 2007, acentuando la pérdida de peso del sector turístico español sobre el conjunto de nuestra economía hasta situarse en el 10,7% en dicho año, desde el 11,6% que presentaba en el año 2000.

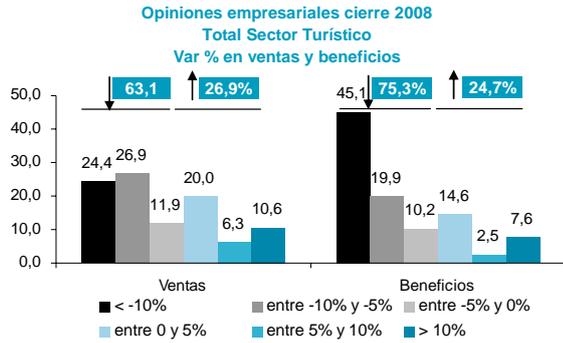


Estos datos recientes de la Cuenta Satélite del Turismo del INE vienen a constatar que, más allá de la mayor o menor intensidad de la actual crisis económica, el sector turístico español viene acusando problemas estructurales crecientes y una progresiva pérdida de competitividad, especialmente acusada en algunos de los destinos pioneros del litoral más especializados en el denominado producto de sol y playa, que requiere de potentes medidas de choque de cara a su urgente reconversión y progresivo reposicionamiento. En este contexto, debe ser bienvenida la recuperación de la Comisión Interministerial de Turismo que permita contemplar la política turística con una visión de Estado más integral y de largo plazo en múltiples temas transversales que afectan al sector como, por ejemplo, las facilidades de accesibilidad aérea competencia del Ministerio de Fomento, el cierre de unos acuerdos asumibles sobre propiedad intelectual competencia del Ministerio de Cultura, una mayor sensibilidad a la competitividad turística en la aplicación de las medidas ambientales por parte del Ministerio de Medio Ambiente o la flexibilidad del marco laboral en un contexto de continua reducción de demanda, competencia del Ministerio de Trabajo.

Así mismo es necesario reconocer la oportunidad de los planes de rehabilitación integral de destinos maduros impulsados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en la Playa de Palma, la Costa del Sol y San Bartolomé de Tirajana y la necesidad de dotarles de todos los medios precisos para poderse llevar a término, así como la posibilidad de invertir en proyectos turísticos parte de los 8.000 millones de euros que el plan de inversión municipal confiere a los ayuntamientos para su puesta en marcha en 2009.

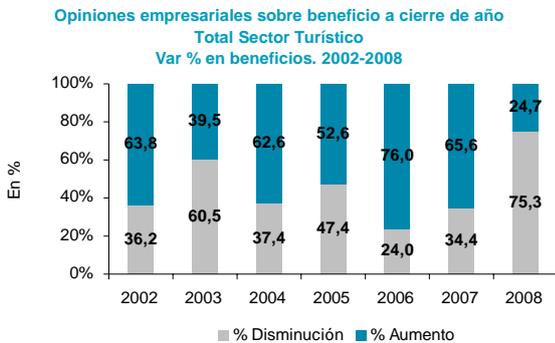
No obstante, el reto de reposicionar la oferta del litoral español precisa de un mayor compromiso en complementar dichas medidas con una ambiciosa estructuración de la oferta española por líneas/clubs de producto de cara al desarrollo de una política de marketing más orientada al cliente final y sostenida por una mayor colaboración y cogestión público-privada. Es pues el momento de procurar la mayor cohesión entre todos los agentes del sector para poder mejorar la eficiencia de las decisiones de gasto en un contexto como el actual de escasez de recursos.

2008 se cierra con una caída generalizada en las ventas y un acusado descenso de los beneficios de las empresas turísticas españolas



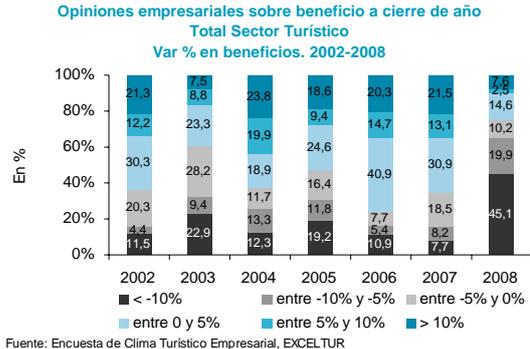
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El fuerte aumento de los costes en el primer semestre del año y la contracción de la demanda durante los meses centrales de verano, en los que se consiguen los mejores precios y los mayores márgenes operativos y su posterior desplome en el último trimestre de otoño, han provocado *una generalizada y acusada caída en los beneficios de las empresas turísticas localizadas en España a lo largo de 2008 en relación con los que se alcanzaron en 2007*. En concreto, el 75,3% del conjunto de empresas turísticas españolas, donde están recogidas la opinión de hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte aéreo y ferroviario, compañías de alquiler de coches, parques de ocio, campos de golf, estaciones de esquí y los principales museos y monumentos españoles, declaraban haber reducido sus beneficios en 2008 respecto a los resultados de 2007, según los resultados de la última Encuesta de Clima Turístico Empresarial elaborada por Exceltur.



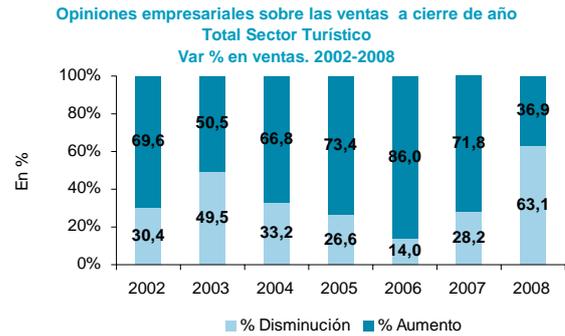
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Cabe destacar que a esa generalizada bajada en los niveles de beneficios, durante este año 2008 se le ha unido su intensidad. Por primera vez desde que elaboramos la Encuesta de Clima Turístico Empresarial el mayor porcentaje de caídas en los beneficios se sitúan en el rango de los dos dígitos. Concretamente, el 45,1% de todos los empresarios turísticos españoles manifiesta que en 2008 la reducción de sus beneficios ha sido superior al 10%.



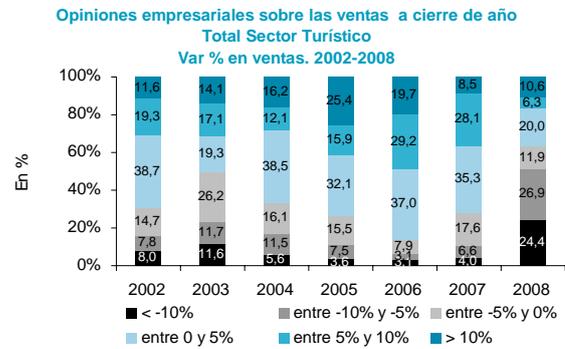
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Si en la primera mitad del año 2008, el principal factor condicionante del deterioro de los resultados de las empresas turísticas españolas, mientras se sostenían las ventas, fue la fuerte presión de todo tipo de costes por la subida de la energía, las materias primas, los tipos de interés y los salarios pactados en convenio por encima de los precios finales de venta, la contracción de la demanda observada a partir de los meses de verano y su desplome a partir de octubre han acabado deteriorando igualmente el volumen de ingresos. Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur refleja que el 63,1% de las empresas turísticas españolas experimentaron una reducción de sus ventas en 2008 respecto a las alcanzadas en 2007.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

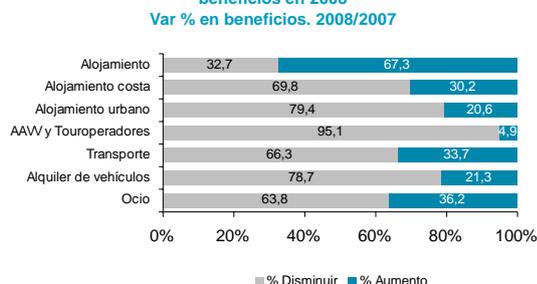
Ateniéndonos a los porcentajes de variación, los resultados de la encuesta reflejan que, en general, el impacto del complejo escenario económico de 2008 ha sido menor sobre las ventas que sobre los beneficios. Así el mayor porcentaje de caída se concentra en la banda del -5% al -10%, donde se sitúa el 26,9% de las empresas turísticas españolas.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Agencias de viajes, hoteles urbanos, líneas aéreas y compañías de alquiler de coches han sido los subsectores más afectados por la contracción de la demanda en 2008

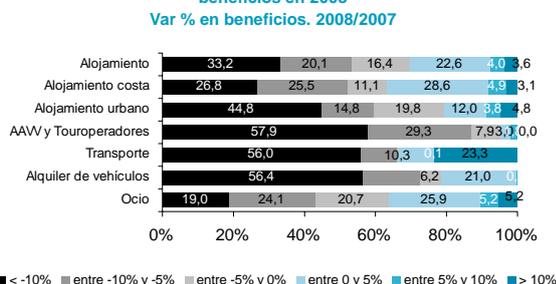
Opiniones empresariales sobre el crecimiento de los beneficios en 2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Los sectores más afectados por los condicionantes de la temporada turística de 2008 han sido las agencias de viajes, las empresas de alquiler de coches, los hoteles urbanos y las compañías aéreas. Se trata de los subsectores de la cadena de valor turística más expuestos a los factores determinantes de la temporada turística de 2008, aún a pesar de que muchos de ellos fueron los que sostuvieron el impulso del sector en las últimas temporadas. Los de mayor importancia se pueden resumir en:

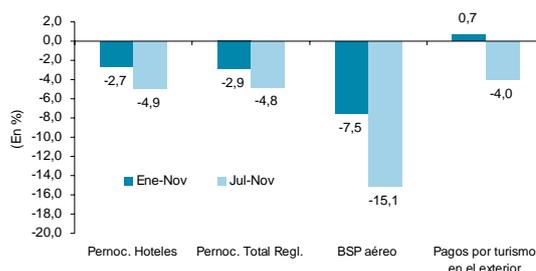
Opiniones empresariales sobre el crecimiento de los beneficios en 2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

1. **La intensa y acelerada contracción de los viajes de los españoles en 2008.** Tras un lustro de continuado aumento en el gasto turístico de los españoles, tanto en sus viajes por España como especialmente en los de fuera de España, 2008 ha sido testigo de un importante recorte en sus niveles de consumo, que se ha reflejado sin excepción en todos los todavía hoy escasos indicadores que permiten aproximar su gasto turístico (ver en el apartado siguiente dedicado a la "Demanda Nacional" su explicación en detalle). El efecto de la caída de la renta disponible de las familias españolas y el deterioro de sus niveles de confianza, que según el ICO han alcanzado en 2008 los mínimos de su historia, se ha traducido en una contracción de sus gastos en viajes, afectando muy intensamente al subsector de agencias de viajes emisoras, cuyas ventas están exclusivamente ligadas al comportamiento del mercado español.

Indicadores de los viajes de los turistas españoles (Tasa de variación interanual 2008-2007)



Fuente: Exceltur a partir Encuestas Ocupación del NE, UNAV y Banco de España

2. **La reducción en el número escapadas y viajes de corta duración de turistas españoles y extranjeros.** El encarecimiento por el sobre coste del combustible de los billetes aéreos observado en toda Europa hasta el mes de agosto, la reducción de la capacidad aérea y la menor renta familiar disponible han afectado a las escapadas de fin de semana y los viajes de corta duración a ciudades españolas, que habían sido en años pasados uno de los motores para los buenos resultados de los destinos urbanos y de interior. El menor número de estos viajes ha afectado, además de a las agencias de viajes españolas, a los hoteles urbanos, especialmente en los fines de semana y puentes, así como a las compañías de alquiler de coches que solicitaban en destino los muchos turistas que organizaban su viaje de manera independiente.

3. **El comienzo de los recortes de los gastos de viajes y organización de reuniones y eventos en las empresas.** Las duras políticas de recorte de costes para paliar la caída en las ventas provocada por la crisis han acabado afectando a los gastos en los viajes de empresa. El recurso a la videoconferencia y otros medios de comunicación *on line*, frente a las reuniones presenciales, el mayor control previo a la celebración de viajes y la elección de servicios de menor coste (hoteles de menor categoría, coches de alquiler de gama más baja, etc.) son medidas que, entre otras, están aceleradamente adoptando muchas empresas y que están igualmente mermando las ventas del sector turístico español.

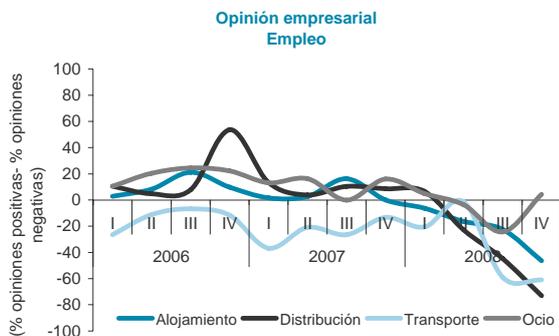
4. **El encarecimiento de los precios del petróleo y la política de coberturas.** A pesar del inesperado desplome de los dos últimos meses de 2008 en el precio del petróleo, el fuerte crecimiento que experimentó hasta el mes de septiembre ha tenido un efecto muy negativo en la cuenta de resultados de las compañías aéreas, además de presionar al alza sobre los precios de los billetes, lo que se ha dejado notar en la afluencia turística en España. En los últimos meses, la contratación de coberturas de riesgo cercanas a 100 dólares el barril por parte de algunas compañías, han impedido que el desplome en el precio del petróleo hasta los 40 dólares en el mes de diciembre haya mejorado sus resultados. Ello explica en gran parte, que las tarifas hasta la fecha no hayan caído tanto como lo han hecho el principal elemento de costes para una compañía aérea.

Las estaciones de esquí españolas y la división de alta velocidad y larga distancia de RENFE consiguen cerrar 2008 con resultados mejores que los alcanzados en 2007

Al margen del generalizado balance negativo que se desprende del conjunto de resultados de los distintos subsectores de la cadena de valor turística, *las estaciones de esquí y las divisiones de alta velocidad y larga distancia de RENFE han cerrado el año 2008 con una mejora de ventas y beneficios*. La anticipación de las nevadas en la temporada de invierno de 2008-2009, la mejora de instalaciones y la mayor inmunidad al deterioro socioeconómico del perfil del consumidor del producto nieve han permitido un claro crecimiento en las ventas y resultados de las estaciones de esquí españolas respecto de 2007. Por su parte, la apertura de las nuevas conexiones de alta velocidad con Barcelona, Málaga y Valladolid y la mejora de los servicios en otras rutas de larga distancia han permitido a RENFE incrementar de forma muy importante sus ventas y beneficios en 2008, restándole cuota de mercado a las líneas aéreas en estas rutas.

El empleo turístico comienza a resentirse de la caída en los niveles de actividad

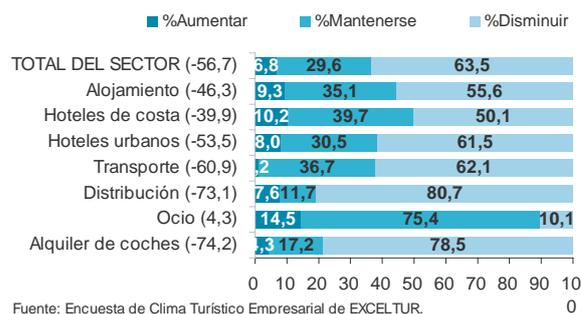
La fuerte caída en las ventas acaecida en el cuarto trimestre de 2008 y las expectativas que dicha tendencia se mantenga en el primer semestre de 2009 ha comenzado a afectar las políticas de contratación de personal de las empresas turísticas españolas. Ante la rigidez y dificultad del actual marco jurídico-laboral para adaptarse a un escenario de menor actividad, que se ha visto agravado por la obligada aceptación de convenios en 2008 con subidas salariales por encima de los niveles de inflación, *los empresarios turísticos han empezado a aplicar de manera aún discreta, fuertes políticas de ajuste en el empleo (en algunos casos ni siquiera abriendo establecimientos en temporada)* que las estadísticas oficiales han comenzado a recoger aún de manera tenue, pero que se acumularán en el primer trimestre de 2009.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.

De momento, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur del cuarto trimestre de 2008 ya recoge un porcentaje mayoritario de empresas que afirman haber reducido sus niveles de empleo a cierre de 2008, respecto a los que presentaban en 2007.

Opinión empresarial sobre la evolución del empleo
IV Tr 2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.

B. TENDENCIAS DE DEMANDA

El deterioro económico del segundo semestre acaba afectando a todos los indicadores de la demanda turística hacia España que caen al cierre de 2008

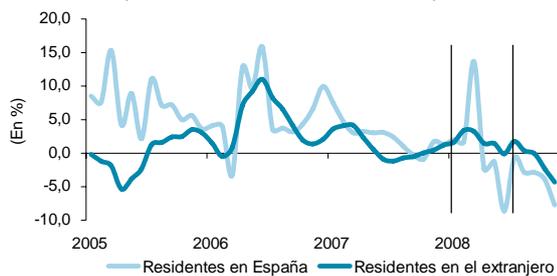
Como no podía ser menos, la demanda turística en España ha acabado viéndose afectada por el deterioro de la situación económica de nuestros principales mercados internacionales de origen también inmersos en recesión. A la constatada caída de la demanda española, en el último cuatrimestre se le ha unido una tendencia aceleradamente negativa de la demanda extranjera que ha provocado que se cierre el año 2008 con volúmenes de pernoctaciones para el conjunto de alojamientos reglados (hoteles apartamentos, campings y casas rurales) por debajo de los registros de 2007 y de 2006. En concreto los 358,6 millones de pernoctaciones que contabilizaban las encuestas de ocupación del INE de enero a noviembre de 2008 representan un 1,3% menos (4,8 millones) que las registradas en los mismos meses de 2007.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación INE

La evolución de la demanda turística en España a lo largo de 2008 ha tenido dos períodos diferenciados, hasta el punto de poder hablarse de casi dos años distintos dentro del mismo. Si el primer semestre estuvo marcado por un imprevisto crecimiento moderado de la demanda turística, a partir del mes de julio todos los indicadores disponibles han comenzado a caer de manera acelerada, de forma que en cada mes, las tasas de variación interanual reflejan caídas superiores a las registradas el mes anterior. Sólo el mercado nórdico se ha salvado de estas caídas de la última parte del año 2008, achacables a la extendida crisis económica y financiera y a sus cada vez más intensos efectos.

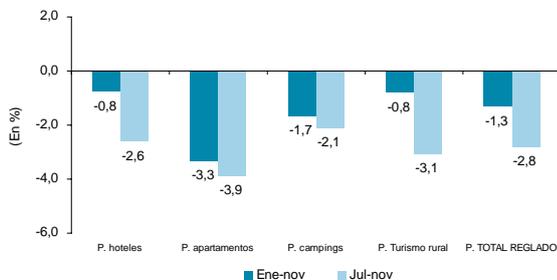
Pernoctaciones en el conjunto de alojamientos reglados
2005-2008
(Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, EOAC, EOAP, EOTR (INE)

Las caídas en los últimos meses de 2008, con tasas por encima del -2,5% desde el mes de julio y del -7,0% en octubre y noviembre respecto a los mismos meses de 2007, se han trasladado a todas las tipologías alojativas regladas, que van a cerrar el año en niveles claramente inferiores a los de 2007.

Indicadores de Pernoctaciones en la oferta reglada
(Tasa de variación interanual 2008-2007)



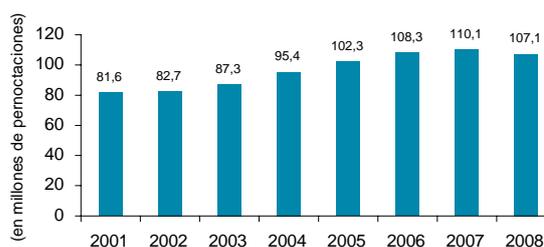
Fuente: elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE)

B.1. Demanda española

Tras más de un lustro de continuo e intenso crecimiento, los españoles han recortado sus gastos turísticos en 2008

La reducción en 2008 de la renta disponible de las familias españolas dada la continuada elevación durante el primer semestre de diversos gastos, como los de alimentación, financieros y energéticos y la traslación de la crisis económica a la destrucción de empleo y a los niveles de confianza en el segundo semestre han provocado un notable recorte de los gastos turísticos, que han evidenciado todos los indicadores disponibles de consumo turístico tanto dentro como fuera de España. Con los datos acumulados hasta noviembre de 2008 (último mes disponible al cerrar este informe), los españoles realizaron este año 144,4 millones de pernoctaciones en alojamientos turísticos reglados y 107,1 en hoteles, lo que representan volúmenes un 2,9% y un 2,7%, inferiores respectivamente a los del 2007, situándose igualmente por debajo de los niveles de 2006, que fueron de 108,3 millones.

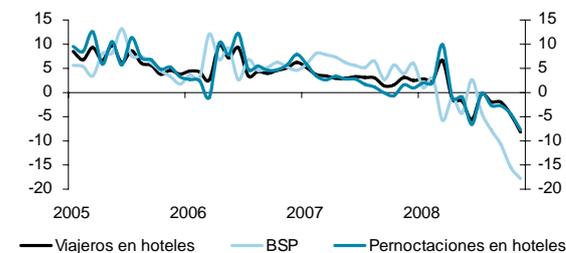
Número de pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros
Ene-Nov 1999-2008



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

A medida que ha avanzado 2008 y la profundidad de la crisis se ha intensificado, se ha acelerado la menor propensión y contracción de las decisiones de viaje de los españoles, de manera que se cierra el año con caídas en el acumulado de octubre y noviembre de todos los indicadores disponibles superiores al 10,0%.

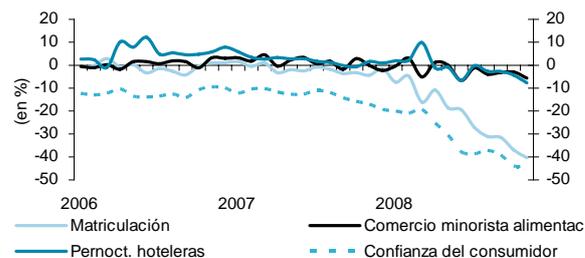
Indicadores de volumen de demanda española
(Tasa de variación interanual trimestral)



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

Esta caída en el gasto en viajes de los últimos meses de 2008 se sitúa ya por encima de la registrada por otros bienes de consumo de primera necesidad, lo que como antes avanzábamos demuestra el carácter de "bien superior" o de mayor elasticidad renta de los servicios turísticos. Es por ello que nada nos hace presagiar que esta tendencia se vaya a revertir a corto plazo ante las negativas previsiones socioeconómicas que manejan los distintos analistas. Bien es cierto que a la fecha, el gasto turístico de los españoles aún no se está reduciendo en la intensidad con la que lo están acusando otros bienes de consumo duradero como los automóviles, en ese caso además especialmente afectados por las restricciones de acceso al crédito.

Indicadores de gasto del mercado español
(Tasa de variación trimestral interanual)

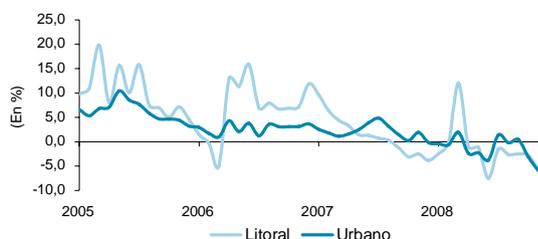


Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de INE, Banco de España, DGT y UE

Los segmentos de consumidores de menor renta han sido los que más han recortado el gasto en viajes

La contracción de los viajes de los españoles en 2008 se ha trasladado al conjunto de líneas de producto y destinos tanto nacionales como extranjeros. Si bien algunas opiniones del sector anticipaban una cierta sustitución de los viajes al extranjero por viajes dentro de España por el efecto del recorte de los gastos, dicha tendencia no se ha producido en 2008. Lo que el año recién concluido ha constatado es el mantenimiento en las pautas de viaje de aquellos estratos de renta más altos tanto en sus viajes por España como al extranjero y la fuerte contracción de los grupos de población de menos capacidad adquisitiva y, especialmente, del segmento familiar, que ha sustituido la compra de un paquete por el disfrute de viviendas propias o de familiares y amigos, en aquellos casos que han podido viajar.

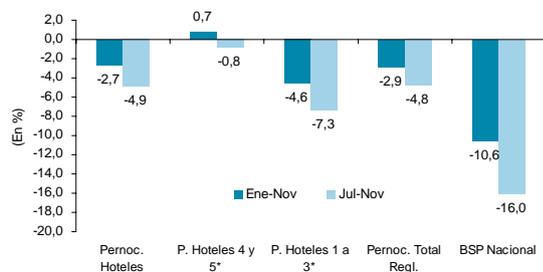
Pernoctaciones de españoles en hoteles de las zonas turísticas del litoral y destinos urbanos.
(Tasa de variación media interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Sirva de muestra que la caída en el número de pernoctaciones en los hoteles españoles en el acumulado del año hasta noviembre ha sido generalizado y de la misma intensidad en los hoteles urbanos (-2,1%) que en los hoteles de la costa (-2,5%), mientras los hoteles de menor categoría han caído un 4,6%, los apartamentos un 4,5% y los campings un 3,3%, según las encuestas de ocupación del INE. Dentro de esta tendencia, sin embargo, las pernoctaciones en hoteles de 4 y 5 estrellas han crecido un 0,7% y productos como el esquí se han comportado muy positivamente, incluso en los últimos meses de 2008 de mayor impacto de la crisis.

Indicadores de los viajes de los turistas españoles por España
(Tasa de variación interanual 2008-2007)



Fuente: Exceltur a partir Encuestas Ocupación del NE y UNAV

Se percibe un paulatino cambio en el patrón de desplazamientos internos por España en favor del tren

2008 ha sido testigo de un cierto cambio en los medios de transporte utilizados por los españoles en sus viajes turísticos dentro de España. Las nuevas líneas de alta velocidad y larga distancia abiertas por RENFE, más que ampliar o abrir nuevos mercados de una manera significativa, han atraído viajeros y cuota de mercado de las mismas rutas ya cubiertas por conexiones aéreas. Tal y como se desprende de la estadística de viajeros del INE, el número de ellos que utilizaron trenes de alta velocidad y larga distancia creció en 2008 un 24,1% hasta el mes de noviembre en relación con el mismo periodo de 2007, mientras los pasajeros en vuelos interiores se redujeron un 6,5%. La caída en el número de viajeros y en los ingresos medios es consistente con la fuerte contracción del BSP nacional, que en 2008 se ha reducido un 10,6%.

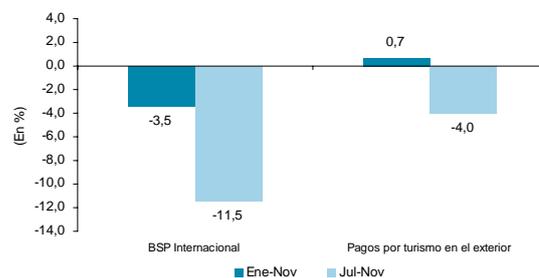
Pasajeros transportados en el interior de España por medio de transporte
(Tasa de variación media trimestral. 2005-2007)



Fuente: Exceltur a partir INE

Dentro de la tendencia generalizada al recorte de los gastos turísticos de los españoles, los viajes al extranjero se han visto igualmente afectados, muy especialmente en los últimos meses del año. Los pagos por turismo en el exterior que realizan los españoles y que calcula el Banco de España se reducían un 4,0% en el período julio-octubre respecto a los mismos meses de 2007, hasta dejar el acumulado del año en un aumento nominal del 0,7%. Por su parte, el BSP de vuelos internacionales cayó un 11,5% en el último cuarto, registrando una reducción del 3,5% para el conjunto de 2008 comparado con los valores logrados en 2007.

Indicadores de los viajes de los turistas españoles en el extranjero
(Tasa de variación interanual 2008-2007)



Fuente: elaborado por Exceltur a partir UNAV y Banco de España

Esta progresiva evolución negativa de los viajes de los españoles ha tenido una incidencia directa en la mayor parte de empresas turísticas españolas, pero muy especialmente, como ya se ha mencionado, en el sector de las agencias de viajes emisoras. Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur reflejan un cuarto trimestre muy desfavorable y un cierre del año 2008 con notables caídas en ventas y beneficios, algo que no se había producido en muchos años.

La situación de la demanda española exige en 2009 una muy especial atención y coordinación por parte de todas las administraciones públicas y el sector privado para tratar de dinamizar el mercado interno cuyo impacto en las cuentas de resultados de las empresas y destinos españoles alcanza ya el 50% y cuya contracción puede acabar deteriorando parte del microtejido socioeconómico configurado a nivel local gracias a esa demanda turística nacional.

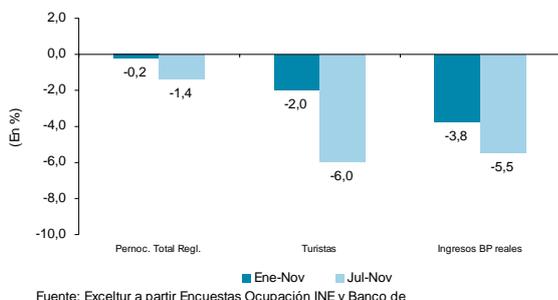
Desde Exceltur estamos convencidos que esta sensibilidad es compartida por el conjunto de administraciones públicas (TURESPAÑA + CCAA) y que entre el sector público y el privado nos compete articular los mecanismos de marketing más novedosos, coordinados y focalizados posibles - y *no tanto en clave de gastar solo más en promoción por promoción* - para promover los viajes de los españoles en 2009. De ahí y como paso previo, la necesidad de articular una ambiciosa y urgente campaña de concienciación ciudadana estrechamente coordinada entre todas las CCAA y TURESPAÑA, que al igual que ya se está haciendo en otros países, incite e invite a los españoles a aprovechar un año de crisis para conocer mejor los diferentes destinos españoles en general.

B.2. Demanda extranjera

La demanda turística extranjera hacia España también se resiente de la crisis económica y financiera internacional y cierra el año 2008 por debajo de 2007 en afluencia y gasto turístico

El turismo extranjero hacia España ha intensificado en los últimos meses su debilidad fruto del adverso contexto económico y financiero internacional, registrando caídas tanto en términos de afluencia como de su gasto turístico en destino. Tras un buen comienzo del año, el cambio de tendencia que desde EXCELTUR ya percibimos y avanzamos en los meses centrales del verano, ha provocado que *se cierre 2008 con unos niveles de evolución de la demanda extranjera por debajo de los alcanzados en 2007*. Los datos oficiales cifran en el -0,2% la caída en el acumulado hasta el mes de noviembre de las pernoctaciones de los extranjeros en el conjunto de alojamientos reglados, del -2,0% en la llegada de turistas y del -3,8% en sus ingresos reales en España.

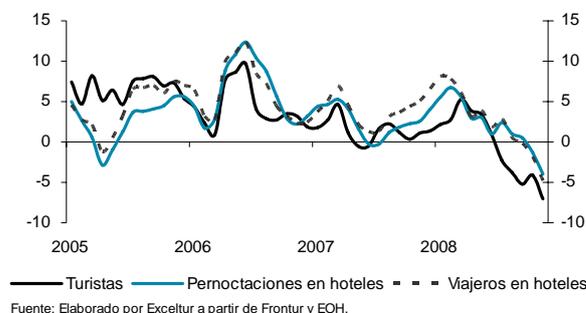
Indicadores del turismo extranjero a (Tasa de variación interanual 2008-2007)



Mientras el turismo extranjero había conseguido aguantar mejor que el nacional los primeros efectos de la crisis, desde el mes de julio se ha producido una caída generalizada en todos los indicadores que miden su

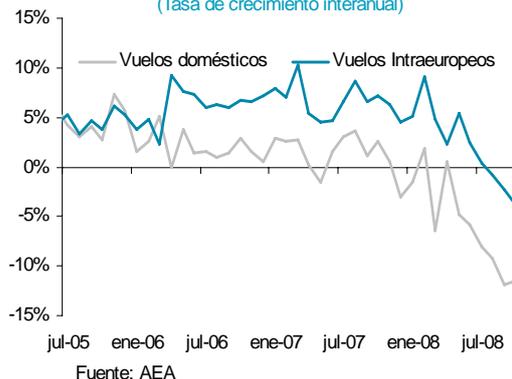
comportamiento turístico en España y que se han ido acentuando a medida que avanzaba el año. Desde el mes de julio, las pernoctaciones en establecimientos reglados de los turistas extranjeros que recoge el INE se han reducido un 1,4% respecto al pasado año, la llegada de turistas un 6,0% y los ingresos reales un 5,5%.

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



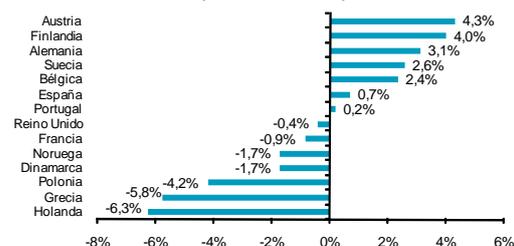
Este comportamiento tiene mucho que ver con el menor número de desplazamientos que han hecho los europeos durante la segunda mitad del año y que se observa en las cifras de pasajeros transportados por vía aérea, que ha empezado a caer a partir del tercer trimestre.

Personas transportadas por vía aérea en Europa (Tasa de crecimiento interanual)



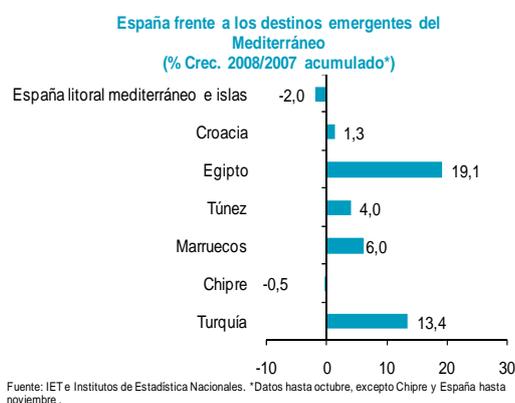
Con esta evolución de las pernoctaciones hoteleras, los destinos españoles se sitúan en una posición intermedia en el conjunto del devenir turístico de los países europeos. Concretamente, España concluye el año por debajo de Austria (gracias a la celebración de la Eurocopa de Fútbol), Finlandia, Alemania, Suecia o Bélgica, pero por encima de Portugal, Reino Unido o Francia.

ESPAÑA frente a los destinos europeos. Pernoct. de no residentes en establecimientos hoteleros (% Crec. 2008*/2007*)



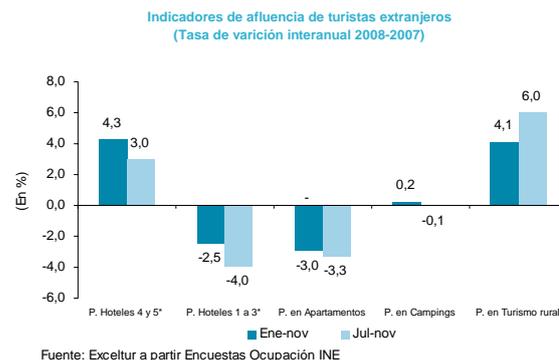
Los destinos competidores del mediterráneo oriental siguen ganando cuota de mercado a los españoles

Los resultados en comparación con los destinos del Mediterráneo Oriental competencia de los destinos españoles del sol y playa son bien distintos. En el contexto actual de menor renta disponible para el gasto turístico por parte de las familias *los destinos del Mediterráneo Oriental están saliendo claramente beneficiados de manera que España continua perdiendo cuota de mercado*. A pesar de haber notado la reducción de la demanda, la mayor parte de los destinos del Mediterráneo Oriental van a acabar el año con importantes crecimientos en la llegada de turistas e ingresos extranjeros. En los primeros diez meses del año Turquía ha conseguido atraer un 13,4% más de turistas extranjeros que el año anterior. Egipto, por su parte, ha registrado también un elevado crecimiento en la llegada de turistas (19%,1) y, otros destinos como Marruecos y Túnez, han conseguido crecimientos positivos, aunque menos intensos.



La demanda extranjera de hoteles diferenciados y/o de mayor categoría y de alojamientos rurales aguanta a pesar de la crisis

Una de las lecturas positivas para España de 2008 se deriva del mayor dinamismo que han seguido registrando los hoteles de mayor categoría y los nuevos productos, mas diferenciados gracias a su atractivo y buen posicionamiento en los segmentos de demanda extranjera de mayor capacidad adquisitiva. Los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE reflejan en el acumulado del año un intenso crecimiento de las pernoctaciones de los turistas extranjeros en los hoteles de 4 y 5 estrellas, así como en la oferta de turismo rural. Concretamente las pernoctaciones de extranjeros en los hoteles de más categoría crecieron un 4,3% hasta noviembre de 2008, sin que se notara debilidad alguna tras el verano y en promedio han seguido creciendo a ritmos del 3,0% desde entonces.



Si bien en esta positiva evolución ha tenido mucho que ver la política de contención de precios aplicada por los hoteles debido al intenso crecimiento de la oferta, este buen comportamiento de los hoteles de mayor categoría, singulares y/o más diferenciados debiera reiterar y servir de referencia para seguir impulsando los procesos de reconversión y progresivo reposicionamiento de productos y destinos con mayores problemas de madurez y/o más indiferenciadas que aún están presentes y extendidos en múltiples destinos del litoral. El ejemplo de las zonas urbanas constata que existe una creciente demanda que valora la existencia de productos de más categoría y valor añadido, siempre que el entorno acompañe en términos de calidad y variedad de ocio.

Por otro lado, los datos del último trimestre del año 2008 constatan a su vez el *efecto que la crisis ha comenzado a ejercer sobre los viajes cortos a destinos urbanos españoles por parte de los turistas extranjeros*. Tal y como se mencionaba anteriormente, el recorte de gastos por parte de la familia media europea se está dejando notar en lo que ha sido uno de las fuentes de crecimiento de muchos destinos urbanos españoles durante los últimos años. Las menores conexiones aéreas intereuropeas y la volatilidad de algunas rutas operadas por las líneas *low cost*, resultado de la debilidad de demanda, están provocando caídas importantes de pernoctaciones extranjeras en algunas ciudades españolas.

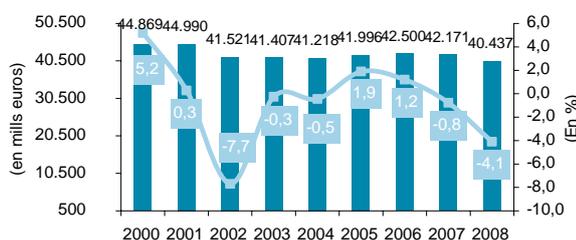
Si bien en el acumulado del año hasta noviembre el número de noches de los extranjeros en los hoteles urbanos españoles se mantiene en los registros de 2007, sólo en octubre y noviembre de 2008, cuando los efectos de la crisis se han dejado notar con mayor intensidad, han caído un 9,0% respecto a los mismos meses del pasado año.



El impacto económico y los efectos multiplicadores inducidos por el turismo extranjero en España se reducen en 2008

En este contexto, los ingresos reales derivados de la llegada de turistas extranjeros se han reducido hasta el mes de octubre un 4,1% y las malas cifras de afluencia registradas en noviembre y las esperadas para diciembre anticipan nuevas caídas algo superiores para final del año. Esto puede hacer que el crecimiento hasta octubre del 0,8% de los ingresos nominales que publica el Banco de España se sitúe a final del año en un nivel similar al 2007, que supondría una caída en términos reales cercana al 5,0%.

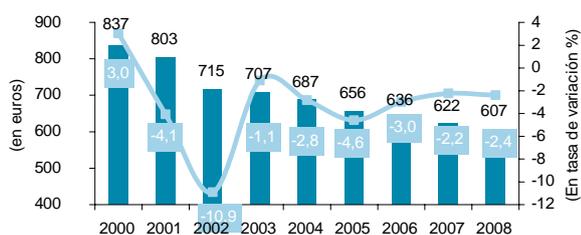
Ingresos reales por turismo de la Balanza de Pagos
2000-2008



■ Ingresos reales por turismo (esc. izda) — Tasa de variación (esc. dcha)
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

A pesar de que el número de turistas ha bajado más que los ingresos, 2008 cerrará con una nueva caída del ingreso real por turista extranjero. Concretamente, a precios del año 2004, cada llegada de un turista extranjero en 2008 generó en España 607€, mientras en el año 2000 generaba 837€. Como se puede observar en el gráfico siguiente, se trata del octavo año consecutivo en que esto se produce, lo que implica que cada año el modelo de crecimiento turístico español haya tenido que requerir de más y más llegadas de turistas extranjeros, solo para mantener apenas el mismo nivel de ingresos en términos reales.

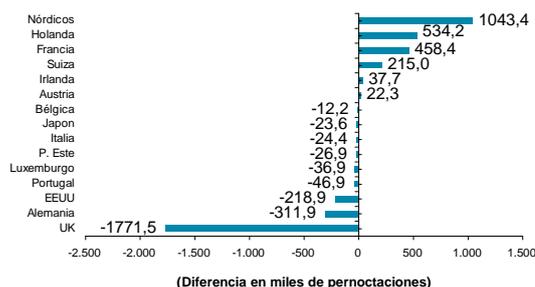
Ingreso medio real por turista extranjero
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).
Ene-Oct 2000-2008



■ Gasto medio real por turista (esc. izda) — Tasa de variación (esc. dcha)
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

El turismo nórdico y, en menor medida, el holandés, el francés y el suizo han salvado parcialmente el año turístico de 2008, mientras los dos principales mercados extranjeros para España; el británico y el alemán, y Estados Unidos se han contraído notablemente durante el segundo semestre del año. Los turistas nórdicos han seguido demostrando sus preferencias por los destinos españoles en la segunda mitad de este año 2008, lo que ha permitido cerrar la temporada con un aumento del 16,9%, lo que supone un millón de pernoctaciones hoteleras más que en 2007.

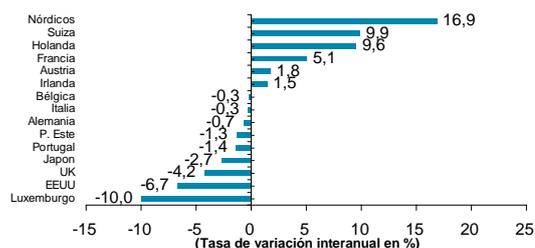
Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados
Ene-nov 2008/2007



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

Los mercados holandés, suizo y francés han mostrado igualmente un positivo comportamiento en 2008, con crecimientos en el número de pernoctaciones hoteleras por encima del 5,0%. Cabe destacar que, a pesar de los positivos resultados de los hoteles españoles en el mercado francés, durante 2008 se ha resentido el turismo de proximidad procedente de este mercado y el que se dirige a los destinos catalanes utilizando el coche y el alojamiento residencial, reflejando caídas importantes en términos de las llegadas de franceses a España, un -8,4%, según Fronter.

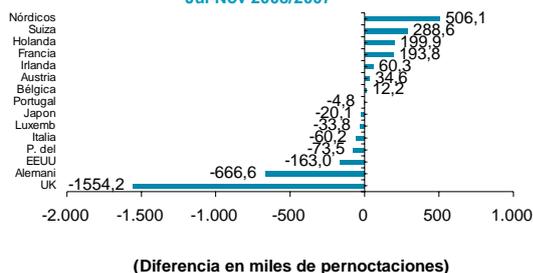
Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados
Ene-nov 2008/2007



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

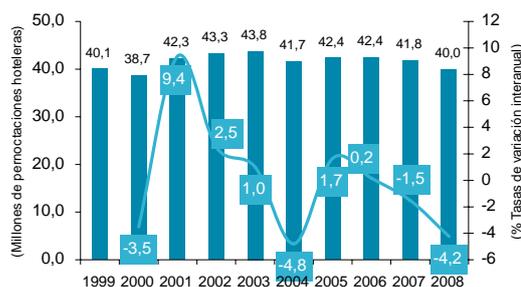
La mayor preocupación para España con la que se cierra el año 2008 se cierne sobre las expectativas para el mercado británico y más recientemente para el alemán. La intensa crisis económica provocada por el pinchazo de la burbuja inmobiliaria y los problemas financieros en un país de fuerte presencia del comportamiento monetario en su desempeño económico, junto con el acelerado debilitamiento de la libra frente al euro han retraído los viajes de los británicos a España y la zona Euro, especialmente en el segmento de familias de poder adquisitivo medio y bajo, donde se posicionan los destinos españoles. Como consecuencia, los británicos han realizado hasta noviembre de 2008 casi 2 millones de pernoctaciones en hoteles menos en España que en 2007, lo que representa una reducción del 4,2%, que sobre todo se ha concentrado en la segunda mitad del año.

Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Jul-Nov 2008/2007



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

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

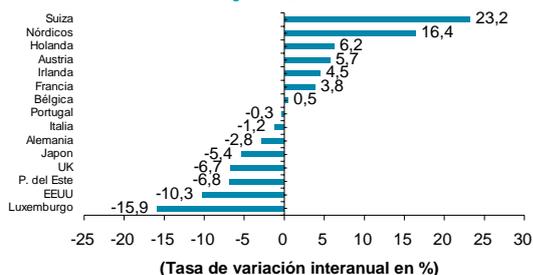


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

A la caída del turismo procedente de Reino Unido, a partir del mes de septiembre se ha unido el mercado alemán, que hasta entonces había conseguido aguantar mejor el envite del adverso escenario macroeconómico internacional. Si hasta septiembre las pernoctaciones de los alemanes en hoteles españoles habían crecido un 1,3%, desde septiembre a noviembre han caído un 5,8%, hasta cerrar el año con una reducción acumulada del 0,7%, que supone 311.000 pernoctaciones de alemanes menos que en 2007

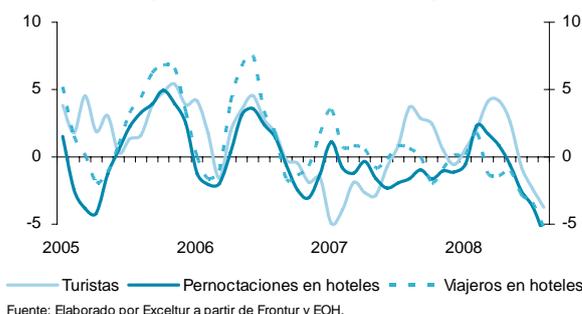
El dato más desfavorable se ha obtenido en el mes de noviembre, con tasas negativas de crecimiento de dos dígitos, confirmando que la situación sigue deteriorándose. El cierre de año será claramente negativo por parte de este mercado emisor y esta tendencia se verá acentuada posiblemente al menos en la primera mitad de 2009, pues se espera que la economía británica tenga una recesión más pronunciada en 2009.

Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Jul-Ago 2008/2007



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

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



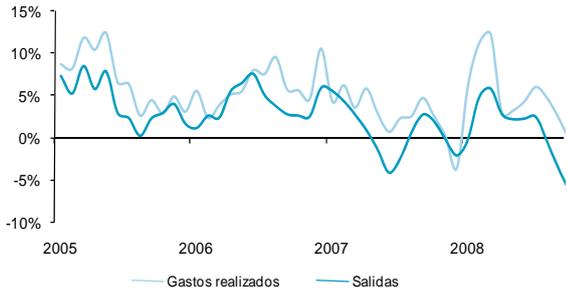
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur y EOH.

Reino Unido

La intensidad de la crisis económica que sufre Reino Unido se ha traducido en una mayor contracción del gasto turístico de los británicos ya en 2008. Este hecho ha acentuado la caída de la demanda turística de los británicos en España durante los últimos meses de 2008, cerrándose el año con un nivel de pernoctaciones hoteleras de 40 millones, lo que supone una cuantía sólo superior a las registradas en el año 2000. La demanda inglesa en hoteles españoles medida a través de sus pernoctaciones ha ido descendiendo a lo largo del año cada vez con mayor intensidad, hasta registrar una caída del 7,1% en el último trimestre.

Los destinos españoles se han visto afectados por la caída de las salidas de los británicos en el segundo semestre del año. Si a principios de 2008 los viajes de los británicos fuera de las islas mostraban incrementos muy significativos, en la segunda mitad del año éstos han ido descendiendo intensamente. En concreto, de agosto a octubre las salidas de británicos han caído en un 6,3% de promedio trimestral, según el Instituto Británico de Estadística. Esta contracción de los viajes del país, junto con Alemania, de mayor capacidad emisora de turistas de Europa está motivada principalmente por su situación económica. Los ingleses han comenzado a reducir su gasto turístico siguiendo una tendencia decreciente que lo ha llevado en los últimos tres meses a una caída del 0,3%, registrando en el mes de octubre el peor dato tanto en salidas como en gasto con bajadas del -10,4% y del -7,0%, respectivamente.

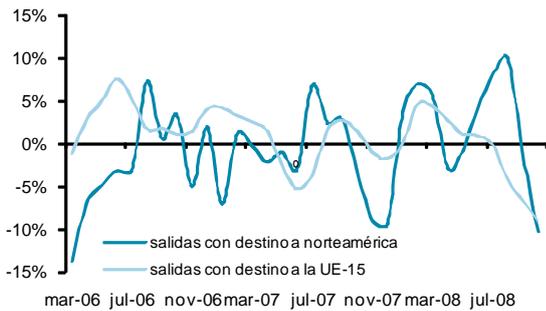
Salidas de británicos al extranjero y gastos realizados
(Tasa interanual del promedio trimestral)



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

A esta situación se ha sumado la depreciación de la libra frente al dólar y el euro lo que ha hecho que las caídas se extiendan tanto a los destinos dolarizados como a los del área euro. De agosto a octubre las salidas de los británicos hacia países de largo recorrido han disminuido un 10,4%, sobre todo por la disminución observada en los meses de septiembre y octubre. Por su parte, las salidas hacia países europeos ha mantenido la senda decreciente hasta disminuir un 9,2% hasta el mismo mes de octubre.

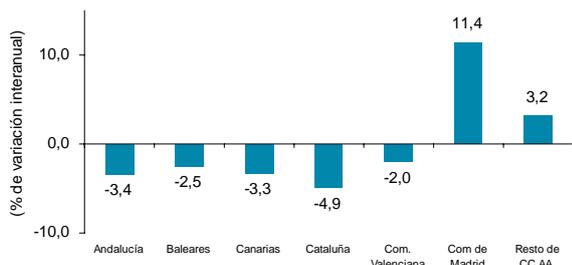
Salidas de ingleses al extranjero
(Tasa interanual del promedio trimestral)



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

La disminución en la entrada de turistas británicos a España se ha visto reflejada en todas comunidades autónomas, excepto en Madrid, que sigue incrementando la atracción de turistas de ese país. En lo que va del año la Comunidad de Madrid ha recibido más de 400 mil turistas procedentes del Reino Unido, un 11,4% más que el año anterior. Baleares, sin embargo, registró una caída de 86 mil turistas (-2,5%) y a Canarias han acudido en 2008 104 mil turistas menos que en 2007(-3,3%), según Frontur.

Llegada de turistas británicos por CC.AA. de destino
Ene-nov 2008/2007

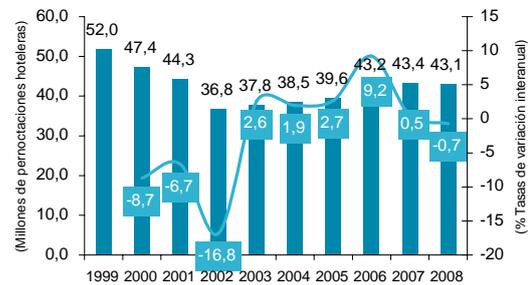


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

Alemania

La demanda turística procedente de Alemania se está resintiendo, debido a la desaceleración económica que sufre el país, con lo que se cerrará el año con niveles de turistas y pernoctaciones hoteleras por debajo de los registrados en 2007. Si hasta el mes de agosto el mercado alemán había aguantado, en los últimos meses sus decisiones de consumo se han reducido lo que ha tenido un impacto directo en su gasto turístico del que se han resentido los destinos españoles. En concreto, en este período de cierre del año, el número de pernoctaciones hoteleras ha retrocedido un 5,5%, con lo que se cierra el año con una caída acumulada hasta noviembre del 0,7%.

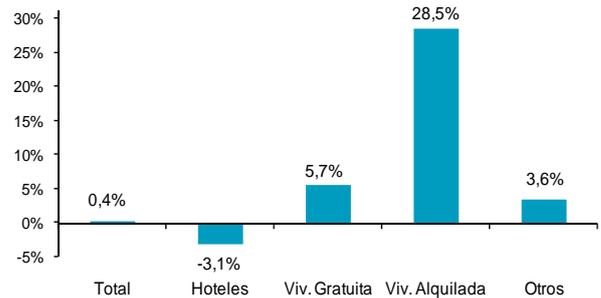
Número de pernoctaciones hoteleras de los alemanes
(Ene-nov)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

Los datos de afluencia de alemanes por tipologías alojativa de Frontur apuntan un efecto de la menor renta disponible de los alemanes en la elección del tipo de alojamiento. Así mientras la preferencia por los hoteles españoles ha disminuido un 3,1% hasta noviembre, las tipologías residenciales han registrado un fuerte aumento.

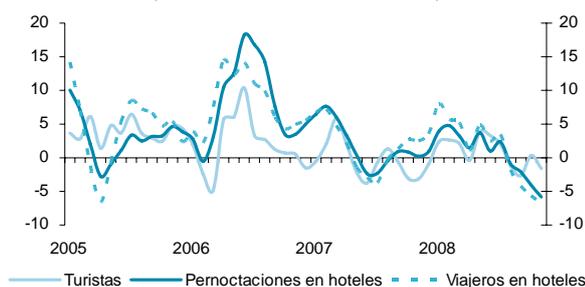
Entrada de turistas alemanes por tipología de alojamiento
(Variación 2007/2008*)



*tasa interanual del acumulado enero a noviembre
Fuente: IET.

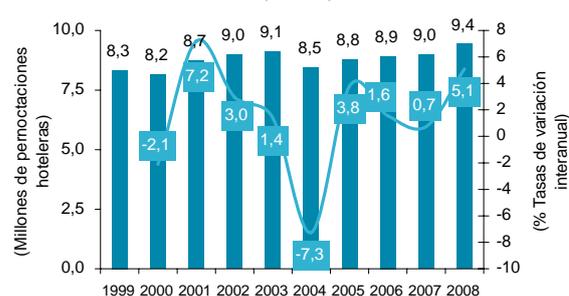
La competencia de los destinos del Mediterráneo Oriental y en especial de Turquía y Egipto ha ayudado a que los registros del turismo alemán en España estén por debajo de los esperados. El impacto de la crisis económica sobre la renta de las familias alemanas ha acrecentado su sensibilidad al precio de lo que se han beneficiado estos destinos, que en el último trimestre han jugado adicionalmente con la depreciación de su moneda.

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



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

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

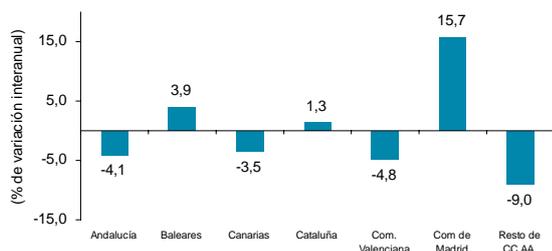


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

La caída del mercado alemán se ha dejado notar en todos los destinos de sol y playa españoles, con la salvedad de Baleares. El archipiélago Balear ha continuado en 2008 la recuperación de turismo alemán tras la fuerte caída sufrida en 2002 y 2003 de manera que de enero a noviembre ha recibido 3,9 millones de turistas alemanes, un 3,9% más que el año anterior. Por su parte, en 2008 se ha apreciado un crecimiento de la afluencia de alemanes a destinos urbanos españoles, entre los que Madrid se ha visto como uno de los más favorecidos con un crecimiento en la llegada de alemanes del 15,7%.

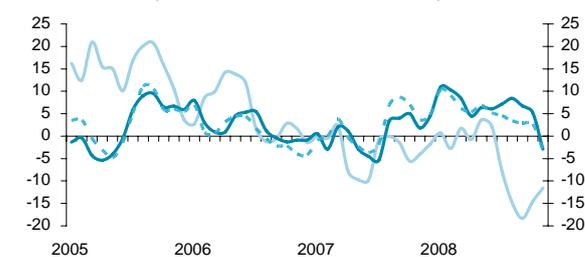
De enero a noviembre, se han recibido, según Frontur, 7,7 millones de turistas franceses a España, lo que representa un 8,4% menos que el año anterior. Esta disminución se ha concentrado casi exclusivamente en Cataluña, en la que la caída de la llegada de turistas franceses en el acumulado enero noviembre se ha elevado al 15,9% respecto a los registros de 2007. Paralelamente, el número de pernoctaciones en el conjunto de hoteles españoles se ha incrementado un 5,1%, si bien ha compartido la debilidad del resto de mercados cayendo en el cuarto trimestre del año un 2,6%.

Llegada de turistas alemanes por CC.AA. de destino
(Ene-nov 2008/2007)



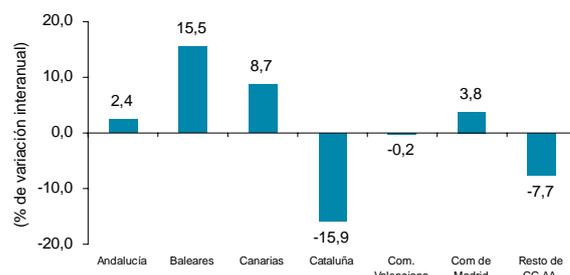
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

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



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

Llegada de turistas franceses por CC.AA. de destino
(Ene-nov 2008/2007)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, IET

Francia

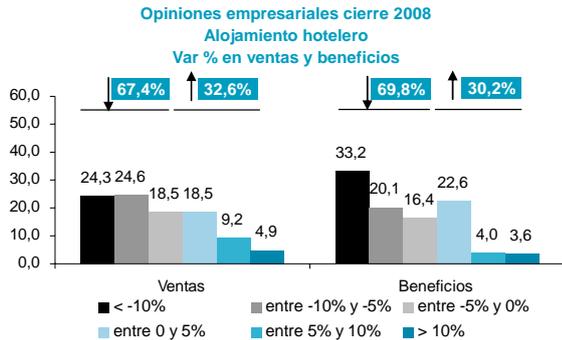
El comportamiento del mercado francés en 2008 refleja una aparente paradoja. Mientras se ha producido un crecimiento generalizado en la afluencia de turistas franceses a los diferentes destinos españoles y especialmente a los urbanos, el turismo de proximidad a Cataluña que utiliza el coche en sus desplazamientos y se hospeda principalmente en la oferta residencial ha caído de manera muy pronunciada. Esto es al menos lo que se deriva de la información estadística oficial disponible.

C. TENDENCIAS POR SECTORES

ALOJAMIENTO HOTELERO

Balance negativo para los hoteles españoles en 2008; caen las ventas y los

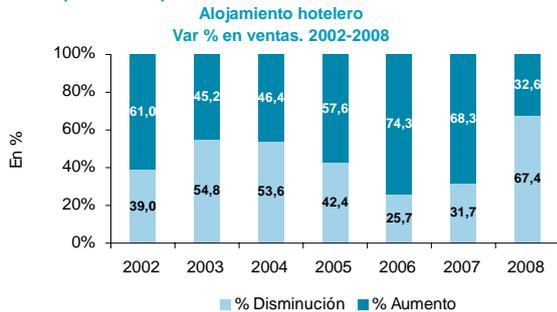
beneficios, aunque con menor intensidad que en otros subsectores turísticos



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

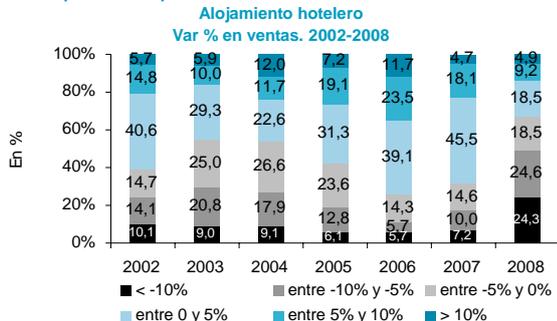
Los hoteles españoles no han sido ajenos a la generalizada caída de la demanda que se ha producido en todos los eslabones de la cadena de valor turística que concurren en los destinos, aunque con una menor intensidad. *El año cierra con una caída acumulada hasta noviembre del 0,8% en el total de pernoctaciones hoteleras contabilizadas por el INE, que ha afectado al 67,4% del total de hoteles españoles*, según se desprende cuando se coteja esa información oficial con los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año Alojamiento hotelero



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

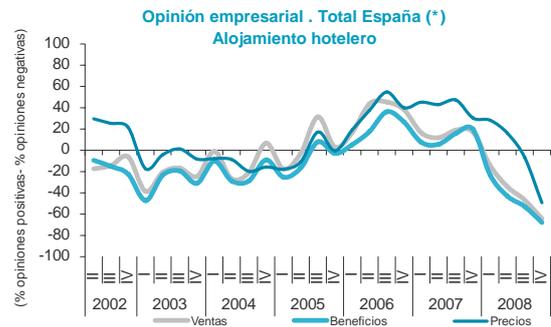
Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año Alojamiento hotelero



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La mayor parte de los empresarios cuantifican la reducción de las ventas en 2008 entre el 5 y el 10% (un 24,6%) o por encima del 10% (un 24,3%). El mayor impacto de la reducción de los indicadores oficiales de volumen de pernoctaciones sobre la venta se debe a la caída en los precios. Éstos han vuelto a ser utilizados como instrumento comercial para tratar de dinamizar las ventas desde que en el mes de julio ya se percibieran los

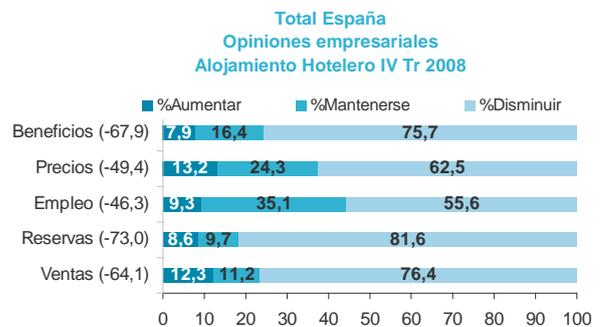
primeros síntomas claros de debilidad de la demanda. De hecho, un 62,5% de los empresarios acaba el año con precios por debajo de los que cobraba en los mismos meses de 2007.



Fuente: EXCELTUR

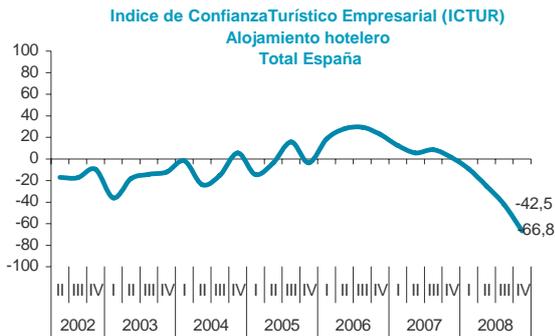
Y es que como ha sucedido en otros subsectores, *los hoteles españoles han vivido un año 2008 con dos períodos muy diferenciados*: el que se extiende de enero a junio, en el que la demanda se sostenía con un ligero crecimiento (de un 1,5% en el número de pernoctaciones, según el INE), y el que se empieza a vivir a partir del mes de julio en el que la demanda ha caído de manera acelerada. Las pernoctaciones en los hoteles españoles han descendido en la segunda mitad del año 2008 un 2,6%, según la EOH del INE, incrementándose la contracción hasta un descenso del 7,3% interanual en los dos últimos meses para los que se dispone de información oficial; octubre y noviembre de 2008.

De hecho la encuesta de EXCELTUR revela que en el cuarto trimestre, el 76,4% de los hoteles españoles han apreciado una caída en sus ventas, valorándola en el 42,3% de los casos como fuerte.



Fuente: EXCELTUR

Como consecuencia de ello los empresarios hoteleros españoles cierran el año 2008 con sus niveles de confianza en los niveles mínimos desde 2002, año que en Exceltur comenzamos a elaborar la Encuesta de Clima Turístico Empresarial. La rapidez e intensidad de la caída estos últimos meses y el bajo nivel de reservas que ha hecho que en el último trimestre del año 2008 crezcan las cancelaciones por encima de las nuevas reservas, explica que el indicador de confianza para ese subsector que trimestralmente estimamos en Exceltur, se situara al cierre de año en un valor de -66,8.

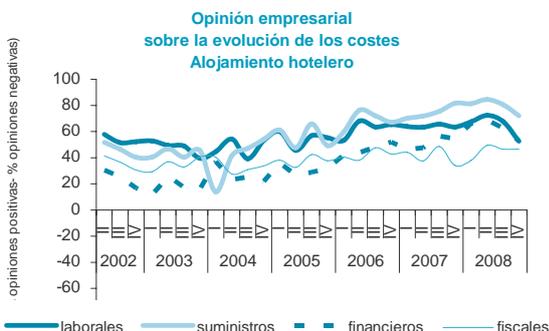


Este cambio de tendencia de la demanda se ha producido en el contexto de un nuevo incremento en el número de plazas. A pesar de las restricciones de crédito que han sufrido algunas empresas hoteleras y del cambio de ciclo del mercado inmobiliario residencial, nuevos proyectos hoteleros han visto aún la luz en 2008. Concretamente, en España se han abierto en este año más de 45 mil nuevas plazas hoteleras, lo que ha supuesto un crecimiento del 3,0%.

Este aumento de la oferta junto con la caída del 0,8% en el número de pernoctaciones, han reducido los niveles medios de ocupación hotelera en más de dos puntos de media en 2008, según la EOH del INE. Concretamente, *el 2008 cierra con una ocupación media del 53,4%, inferior al 55,7% de 2007 y muy lejos ya del 61,3% que se registraba en 1999.*



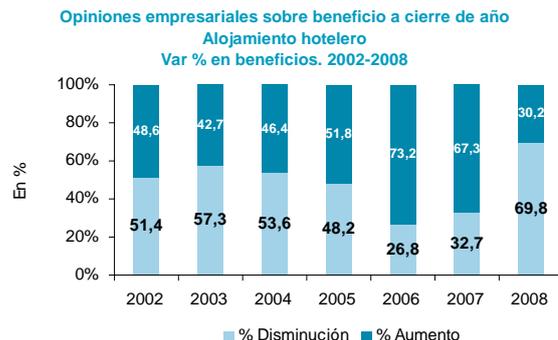
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

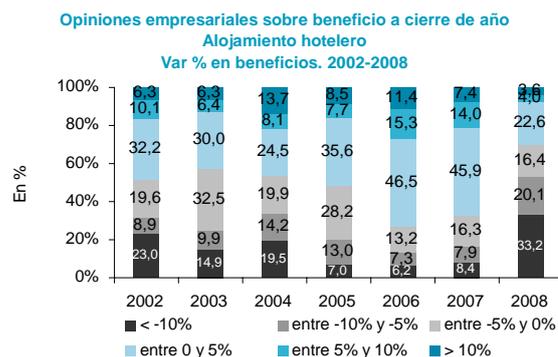
La caída en los niveles de ocupación y los ingresos junto con un escenario de continuo crecimiento en los costes alimenticios, laborales, energéticos y financieros que sólo han remitido algo a final de año, han provocado una sustancial caída de los beneficios empresariales. El 69,8% de los empresarios hoteleros han registrado en 2008 beneficios en España inferiores a los que registraron en

2007, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Si bien en años anteriores como los transcurridos de 2002 a 2004 la valoración empresarial de la evolución de la rentabilidad de los establecimientos hoteleros fue igualmente negativa, en este año 2008 destaca la intensidad de las caídas percibidas tan solo en una temporada por los empresarios. De los resultados de nuestra encuesta se deriva que en el 53,3% de los casos los beneficios de los hoteles españoles se han reducido más del 5% y en un 33,2% de ellos, las caídas han superado los dos dígitos.

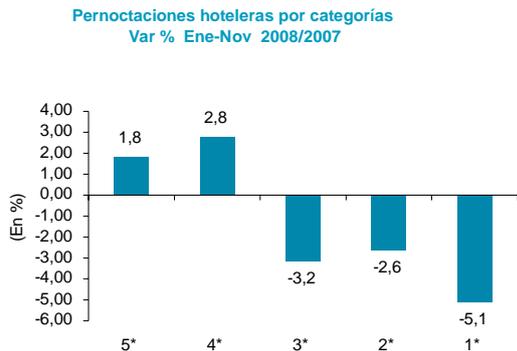


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El balance hotelero de 2008 en España no ha sido más negativo en términos de demanda por el *buen comportamiento de la oferta de mayor categoría o más diferenciada en todos los mercados incluido el español, y el sostén del turismo extranjero*, a pesar de la caída observada en los últimos meses. La hotelería española de cuatro y cinco estrellas ha conseguido cerrar el año con un nuevo crecimiento de la demanda, principalmente extranjera, del 2,7% en el acumulado hasta noviembre respecto a los mismos meses de 2007, un 1,8% la de cinco estrellas y un 2,8% la de cuatro estrellas. La demanda del resto de hoteles de menor categoría, sin embargo, ha visto como se ha reducido un 3,4%, consecuente con el mayor impacto que ha tenido la crisis sobre el turismo familiar y el asociado a rentas medias y bajas.

La reconocida ecuación calidad-precio de los hoteles españoles de gama media-alta y la apuesta por dotarlos de una oferta diferenciada para competir en un mercado crecientemente competitivo han permitido seguir atrayendo un volumen creciente de demanda interna y externa. Estos buenos registros en términos de demanda, sin embargo, no han permitido compensar los intensos crecimientos de la oferta de plazas en estas categorías (superiores al 6% en 2008), lo que ha generado según la

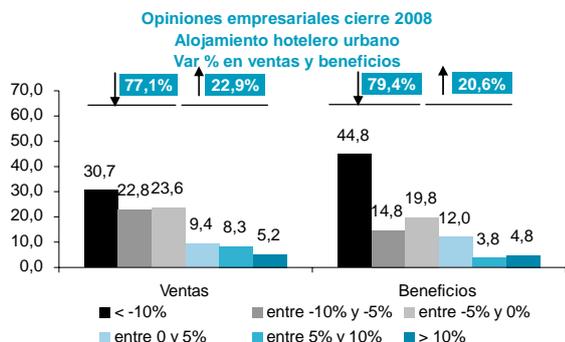
EOH del INE, caídas en 2008 entre el 3% y el 5% en los niveles de ocupación de los establecimientos de mayor categoría,



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

Dos señas de identidad adicionales marcan el devenir del comportamiento de los hoteles españoles en 2008. La primera tiene que ver con el *peor comportamiento en 2008 de los hoteles urbanos respecto a los hoteles de la costa*, por la ya mencionada caída de la demanda vacacional de fines de semana y períodos estivales. En ese sentido, los efectos asociados a la bonanza económica que estimulaban en el pasado una mayor propensión a organizar viajes cortos a ciudades españolas, favorecido por unas conexiones principalmente aéreas a precios bajos, se han reducido de forma ostensible en 2008, proceso que no parece se vaya a revertir, sino todo lo contrario acentuar, en 2009. Se trata de un importante cambio de tendencia por cuanto éste ha sido uno de los factores que ha permitido a los hoteles urbanos en España registrar unos muy positivos resultados desde 2004 a 2007.

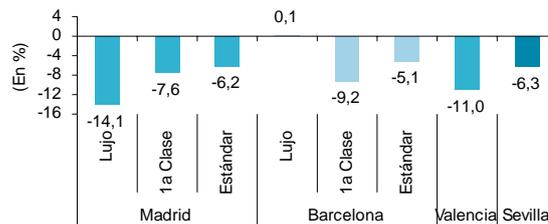
De hecho y de nuevo por primera vez desde que se elabora la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la valoración al cierre del año de los hoteles urbanos españoles es negativa tanto en su volumen de ventas como beneficios y de hecho más negativa que el de los hoteles vacacionales de costa. Concretamente, el 77,1% de los hoteles urbanos han experimentado una caída en sus ventas y un 79,4% en los beneficios, con un 44,8% de ellos para los que esta bajada ha superado el 10%.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

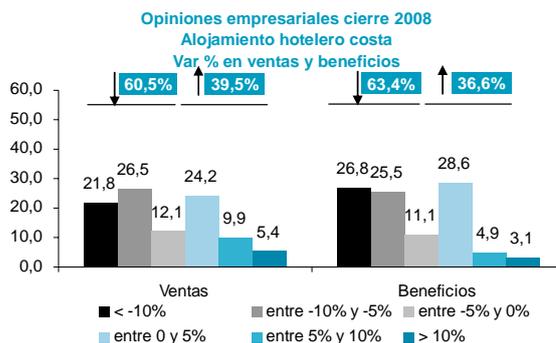
Por otro lado los datos de MHI Index relativos a Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla reafirman y certifican el mal comportamiento de los hoteles en esas ciudades en 2008. Salvo los hoteles de lujo en Barcelona, el resto de hoteles han registrado en el acumulado del año hasta octubre caídas superiores al 5,0% en sus ingresos por habitación disponible (REVPAR) respecto a los que percibían en 2007.

RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-oct 2008/2007



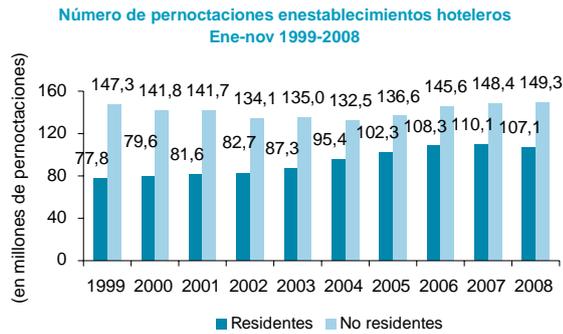
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de MHI Turismo

Si bien su balance tampoco puede considerarse positivo, *los hoteles vacacionales de la costa española cierran un 2008 con caídas en general más moderadas en sus ventas y beneficios*. El hecho de que en su temporada alta los efectos de la crisis todavía no se hubieran manifestado en toda su intensidad por la existencia de un notable volumen de venta anticipada, ha hecho que las bajadas en las ventas y beneficios hayan sido menos extendidas en ese periodo, afectando al 65,0% de los hoteles, y menos intensas que en los urbanos. La mayor parte (en torno al 26,0% de ellos) las cuantifica entre el -5% y el -10% e incluso hay un 28,6% de los hoteles vacacionales en España que han podido elevar sus beneficios respecto a los del ejercicio 2007.

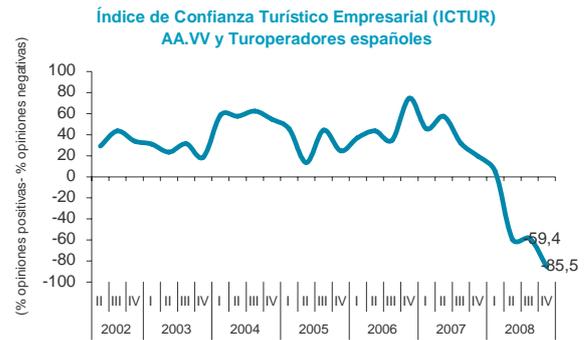


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La segunda se deriva del sostén de la demanda extranjera. Mientras el número de llegada de turistas extranjeros ha descendido en el acumulado hasta noviembre un 2,0%, según Frontur, sus pernoctaciones hoteleras se han incrementado un 0,8% hasta noviembre, según la EOH del INE, y esperamos que cierren el año con un crecimiento del 0,3%. Si bien es cierto que se han resentido en la segunda mitad del año con una evolución negativa, lo cierto es que *se va a cerrar el 2008 con el mayor volumen de pernoctaciones hoteleras de la demanda extranjera de la última década*.



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



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

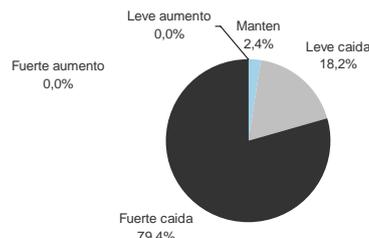
GRANDES GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES

Las agencias de viajes cierran el año 2008 con un último trimestre de fuertes y generalizadas caídas que ha afectado el conjunto de sus ventas y beneficios

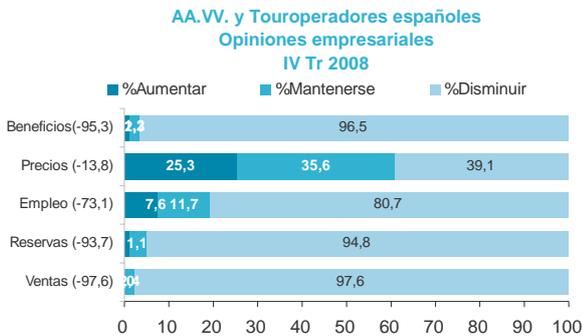
A medida que ha avanzado el año 2008, la reducción de la renta media de los españoles, el progresivo aumento del desempleo y la consecuente pérdida de confianza del consumidor español se ha dejado notar de manera acelerada en su consumo de servicios turísticos. Como resultado las agencias de viajes emisoras han visto como sus ventas se han debilitado en el primer semestre comenzando a caer en el verano para desplomarse en el cuarto trimestre de 2008. Sólo las agencias de viajes online han seguido aumentando sus volúmenes de facturación en 2008, aunque a ritmos inferiores a lo que lo venían haciendo hasta este año.

Esta situación se explica por la fuerte caída en las ventas que durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2008 certifican el 79,4% de las agencias de viajes españolas. En esta línea, *es la primera vez que casi la totalidad de agencias de viajes españolas (97,6%) manifiestan haber experimentado una caída en las ventas en un trimestre* en relación con el mismo período del año anterior, según la encuesta de Clima Turístico que elaboramos en Exceltur desde 2002.

Opinión empresarial sobre las ventas AA.VV. y Turoperadores españoles. IV Tr 2008



Fuente: EXCELTUR

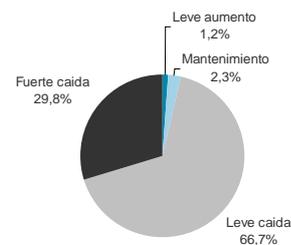


Fuente: EXCELTUR

Las políticas de contención de costes que a su vez han aplicado las agencias de viajes españolas han impedido que sus caídas en ventas se trasladasen en la misma intensidad a sus beneficios en el cuarto trimestre de 2008. Si bien la caída ha sido generalizada entre las distintas agencias, afectando al 96,5% de las mismas, el porcentaje más elevado de ellas (66,7%) aún la caracterizaba como leve, por un 29,8% que las había experimentado con mayor intensidad, según la encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Un calendario menos propicio que en 2007 para la organización de escapadas y viajes de corta duración y una mayor contracción y desintermediación de la esperada en el consumo turístico de los españoles, han provocado que se cierre el año 2008 con los niveles de confianza de los agentes de viajes españoles en su mínimo desde que Exceltur elabora su indicador de confianza empresarial. En concreto, el que corresponde a las agencias de viajes emisoras españolas se situaba en el cuarto trimestre de 2008 en -85,5, tras el -58,4 que alcanzó durante los tres meses de verano.

Opinión empresarial sobre los beneficios. AA.VV. y Turoperadores españoles. IV Tr 2008



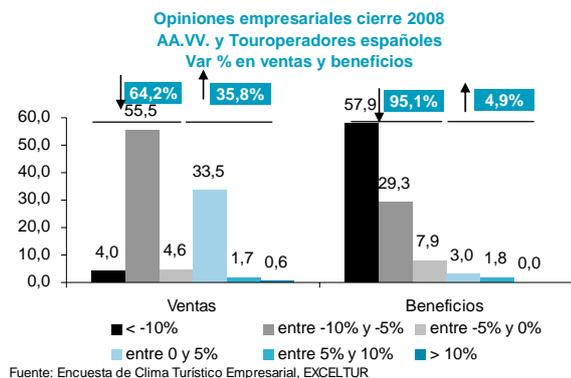
Fuente: EXCELTUR

Las agencias de viajes españolas cierran 2008 apelando a políticas de ajuste de plantillas para adaptarse a un mercado que se anticipa de menor actividad

La intensidad y rapidez de la caída en las ventas de las empresas españolas de distribución ha obligado a iniciar un proceso de ajuste de plantillas para adaptarse a un escenario de menores ventas. Como reflejo de este proceso el 80,7% de las agencias de viajes declaraban que en el cuarto trimestre ya habían reducido sus niveles de empleo respecto a los que tenían en el mismo periodo de 2007 y que ese proceso va a continuar en el primer trimestre de 2009.

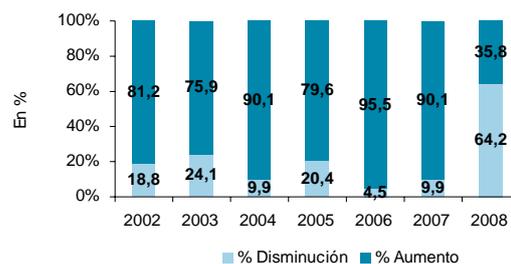
Las agencias de viajes cierran con un balance negativo la temporada de 2008, tras una década de continuos crecimientos

Las agencias de viajes españolas han sufrido de manera directa la contracción en el consumo de las familias españolas. A pesar del optimismo voluntarista que aún trata de vincular los viajes como un bien de primera necesidad e irrenunciable para las familias españolas, lo cierto es que en el momento que se han acusado más los efectos de la crisis, los españoles han reducido en paralelo sus gastos en turismo. Ello se ha traducido en una fuerte caída en las ventas de las agencias de viajes experimentada desde el verano.



Como resultado, se cierra un año 2008 con una caída en las ventas que ha afectado al 64,2% de las agencias de viajes, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Los viajes a los segmentos de mercado de menor capacidad de gasto dirigidos a los destinos de las costas peninsulares españolas y las escapadas a zonas urbanas se han mostrado como los más afectados por el recorte de gastos en 2008. Por el contrario, los viajes al Caribe y a Estados Unidos gracias a la debilidad del dólar y en el último trimestre los productos y destinos españoles relacionados con la nieve se han comportado positivamente.

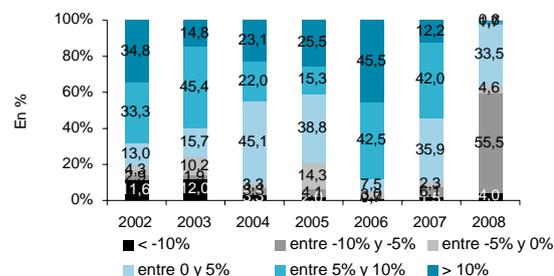
Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año
AA.VV. y Touroperadores españoles
Var % en ventas. 2002-2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El aumento en paralelo de la mayor parte de costes de las agencias y la necesidad desde el mes de julio de arrancar agresivas promociones y descuentos, han provocado que la caída de beneficios del conjunto de 2008 respecto a los niveles de 2007 sea generalizada entre las agencias, afectando al 95,1% de las mismas.

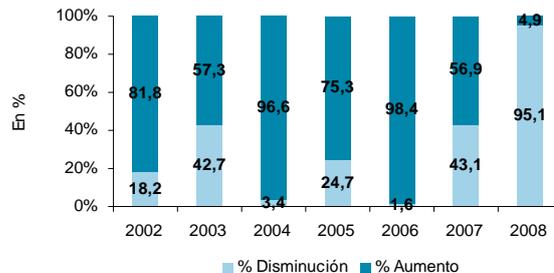
Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año
AA.VV. y Touroperadores españoles
Var % en ventas. 2002-2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Se rompe así con un período prolongado en el que las agencias han venido incrementando continuamente sus ventas y beneficios año tras año. De ahí que el año 2008 ha supuesto un punto de inflexión que, sin embargo, ha sorprendido por su intensidad. Si a comienzos de 2008 los gestores de agencias de viajes se mostraban aún cautos respecto al devenir de la temporada, lo que nadie esperaba es que finalmente la reducción de márgenes y beneficios fuera a ser tan intensa como ha sido. De hecho se cierra el año, con un porcentaje mayoritario de agencias del 57,9% que han alcanzado en 2008 unos beneficios inferiores en más de un 10% a los registrados en 2007 y otro 29,3% para los que la caída se ha situado entre el 5 y el 10%.

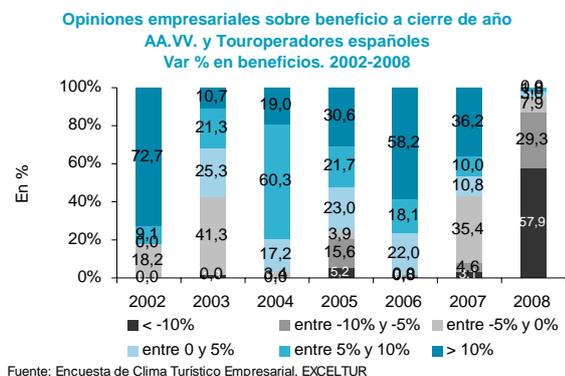
Opiniones empresariales sobre beneficio a cierre de año
AA.VV. y Touroperadores españoles
Var % en beneficios. 2002-2007



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La continuidad de esta tendencia para el año 2009 hace prever un nuevo y fuerte ajuste en el mercado de las agencias de viajes españolas que afectará al número de

establecimientos y a su posicionamiento diferencial. La aportación de valor en nichos más especializados, más tecnificados y más orientados en clave del consumidor, la consolidación como asesor de viajes o la pertenencia a grandes marcas con el consiguiente aprovechamiento de economías de escala en la gestión de costes y comercialización se plantean como las estrategias clave para superar los notables retos que dibuja la crisis económica en 2009.



TRANSPORTE DE PASAJEROS

Concluye 2008 con un balance negativo para las líneas aéreas y las compañías de alquiler de coches, mientras los trenes de alta velocidad y de larga distancia disfrutaron de un fuerte aumento de pasajeros

2008 se ha cerrado con una caída en el número de pasajeros en todos los medios de transporte, menos en los usuarios del tren para sus desplazamientos turísticos por España. Mientras las líneas aéreas españolas han sufrido una fuerte caída en el número de pasajeros tanto a destinos exteriores como en los vuelos domésticos en el acumulado del año, por la fuerte contracción de los últimos meses, las nuevas líneas de tren de alta velocidad y la mejora en los servicios del resto de trayectos de larga distancia introducidos por RENFE han permitido un fuerte aumento en las ventas y en los beneficios de la compañía.



Así lo constatan las estadísticas de tráfico de pasajeros de AENA y de transporte de viajeros interurbanos del INE. En concreto, para el acumulado del año hasta noviembre los viajeros transportados vía aérea en rutas internas

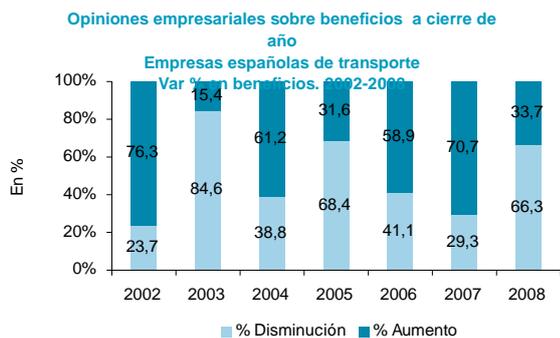
descendieron un 6,5% según el INE, mientras y el tráfico de pasajeros en los aeropuertos españoles en el mismo período cayó un 2,4% respecto a 2007, mientras los pasajeros transportados por el AVE y las rutas de larga distancia de RENFE han aumentado un 24,1%.



Las líneas aéreas, por su parte, han sufrido los sobre costes de un precio del petróleo en máximos hasta el verano, que se ha combinado desde entonces con la caída de la demanda, para propiciar ambos factores un cierre de 2008 con una intensa caída en sus ventas y sus beneficios respecto a los registros de 2007. Sólo las compañías que decidieron no asegurar el coste del carburante cuando estaba en sus valores máximos han acabado el año con una mejora en sus beneficios esta temporada al beneficiarse de la fuerte caída que ha registrado en los últimos dos meses el precio del petróleo.



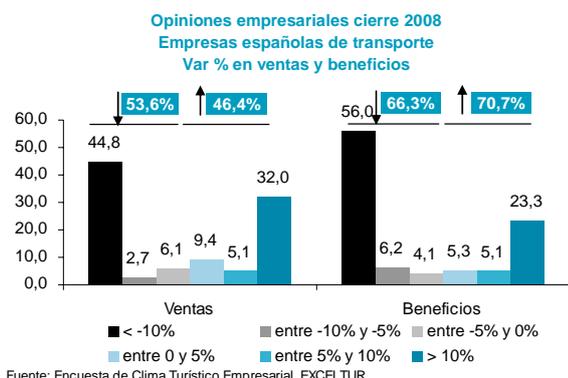
La contracción de la demanda de los últimos meses ha acelerado los procesos de reajuste de las capacidades aéreas que se venía observando en las últimas temporadas, lo que se ha traducido en políticas de redimensionamiento de la flota por parte de la mayor parte de compañías tanto nacionales como extranjeras para afrontar el año 2009. Este escenario impulsado por la tendencia del mercado provocará una caída en el número de conexiones y frecuencias, que está en consonancia con la contracción de la demanda turística en España, que los empresarios de este subsector esperan continúe durante el primer trimestre de 2009, según manifiestan en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur de cierre de 2008.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En este escenario *seguimos considerando clave la reducción de los costes administrativos* para la utilización de las infraestructuras aeroportuarias españolas, de manera que se alineen más con el contexto europeo y permitan aliviar la situación competitiva de las compañías que operan en España y seguir favoreciendo la accesibilidad de los diferentes destinos turísticos en 2009. Defender estos principios no significa que la situación actual deba servir de excusa para justificar intervenciones y ayudas financieras institucionales o de índole más política que pudieran romper las reglas de juego y/o generando agravios frente a terceros, primando o acudiendo al rescate de compañías cuya gestión no ha mostrado los grados de eficiencia suficientes para poder aguantar la crisis actual, con la excusa de contribuir al impulso y desarrollo de estrategias turísticas regionales.

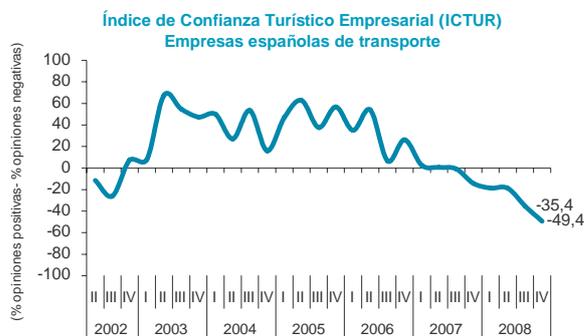
La dispar evolución de la demanda según los distintos medios de transporte y las distintas implicaciones de la evolución del coste del carburante dependiendo de la política de cada compañía aérea ya mencionada, explican las importantes diferencias de los resultados de transporte de las empresas españolas en 2008. Mientras la mayor parte de compañías aéreas y casi la totalidad de empresas de alquiler de coches han sufrido caídas en sus ventas y sus beneficios por encima del 10%, RENFE y las compañías que se han beneficiado y han sido capaces de trasladar en el mismo año 2008 los efectos favorables de la reciente caída en el precio del petróleo, han podido incrementar sus resultados en dos dígitos respecto a los de 2007.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

A pesar de los dispares resultados registrados en 2008, el consenso entre las distintas empresas de transporte sobre las dificultades del año 2009 y la caída en ventas para el primer trimestre del año es manifiesto. Las malas expectativas sobre las ventas para enero, febrero y marzo y los bajos niveles de reservas ya experimentadas en el mes de enero, en algunas compañías por debajo del 30% de las contabilizadas en el mismo período de 2007, han

vuelto a hacer caer el índice de confianza (ICTUR) de las empresas de transporte que en Exceltur calculamos trimestralmente. Concretamente, el ICTUR de las empresas de transporte se sitúa al cerrar el año 2008 en un valor de -49,4, el menor desde que en Exceltur venimos elaborando la Encuesta de Clima Turístico Empresarial.

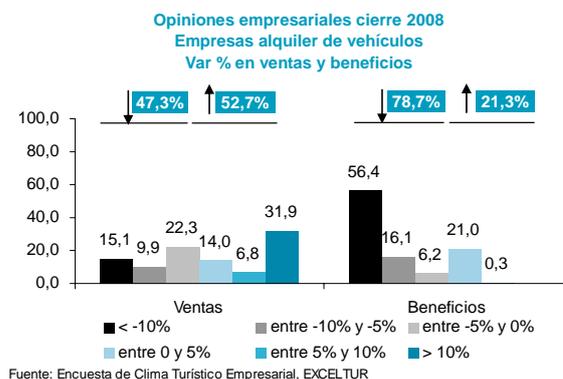


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Alquiler de Vehículos

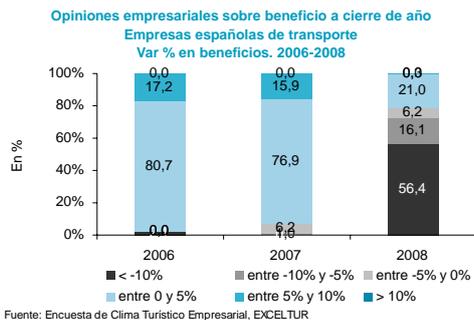
Fuerte caída en la rentabilidad de las empresas de alquiler de coches en 2008

Las empresas de alquiler de coches concluyen el año 2008 con un balance negativo de la evolución de sus beneficios. La caída en las ventas, intensificada a partir de la segunda mitad del año, y el fuerte aumento de los costes, algunos de ellos administrativos como el pago por uso de las instalaciones aeroportuarias, han provocado una generalizada e intensa reducción de beneficios en 2008 respecto a los niveles de 2007. El 78,7% de las compañías de alquiler de coches españolas cierran 2008 con beneficios inferiores a 2007, un 56,4% de las mismas sufriendo caídas de más del 10%, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

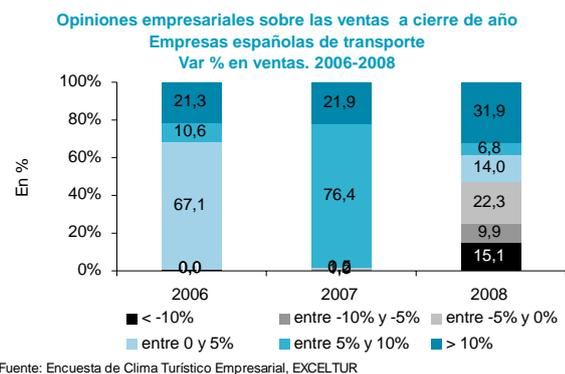


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

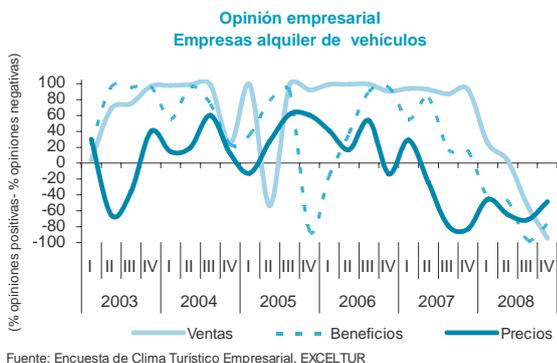
Los negativos resultados de las compañías se han alcanzado a pesar de la drástica política de contención de costes aplicada en muchas de ellas. De hecho, dichas medidas han condicionado su política de renovación de flotas, reduciendo las compras de nuevos vehículos, con un impacto muy directo sobre los malos resultados de ventas de coches en España.



El sector del *rent a car* español que en los últimos años y a medida que el viajero independiente se ha multiplicado, había sido uno de los eslabones cada vez más demandados dentro de la cadena de valor turística, requiere hoy más que nunca de medidas que permitan limitar el desfavorable impacto de la caída de su demanda tanto turística como la de negocios. En esta línea, las compañías de alquiler de coches debieran, al menos, beneficiarse de las ayudas del Plan de Renovación de instalaciones turísticas aprobado por la Secretaría de Estado de Turismo (u otras similares del mismo Ministerio de Industria) para entre otros objetivos, facilitar el acceso a financiación para poder renovar su flota y demás inversiones conexas.



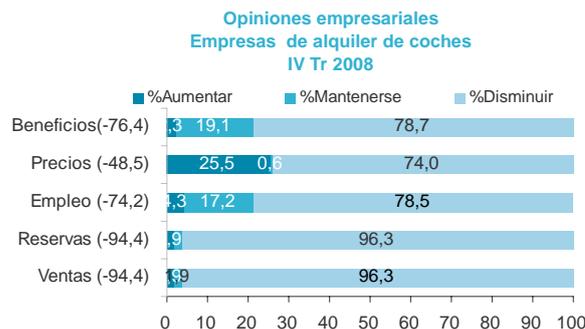
Las compañías de *rent a car* se han visto afectadas por una caída en las ventas que ha afectado al 47,3% de las mismas, si bien la mayoría 22,3% se sitúan por debajo del 5,0%. En 2008 se ha combinado un menor volumen de turismo independiente y de escapadas, que en los últimos años ha favorecido notablemente a ese subsector, con la reducción de los gastos de viaje de negocios y las contrataciones de gamas de automóviles más bajas por las empresas, lo que ha incidido directamente en esas compañías de alquiler.



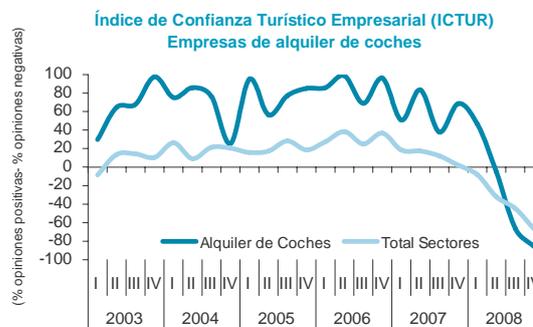
Las compañías de alquiler de coches cierran el cuarto trimestre de 2008, con

los niveles de confianza empresarial en mínimos

Esta tendencia, al igual que ha sucedido en el resto de subsectores turísticos se ha acentuado a medida que ha transcurrido el año 2008 hasta registrar un desplome de las ventas y beneficios en el cuarto trimestre del año, que ya ha comenzado afectar a los niveles de empleo del sector. La constatación de una menor demanda en los últimos meses de 2008 y las negativas expectativas para el primer semestre de 2009 ha obligado a las empresas a adecuar sus plantillas, lo que se ha traducido en unos menores niveles de empleados respecto al cierre de 2007.



Por todo ello, se cierra el año 2008 con los niveles de confianza de los empresarios de alquiler de coches en valores mínimos. Tras la intensa caída registrada a lo largo de 2008, en el cuarto trimestre el indicador de confianza ha registrado un valor -85,9 el peor de todos los subsectores turísticos y de toda la serie de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

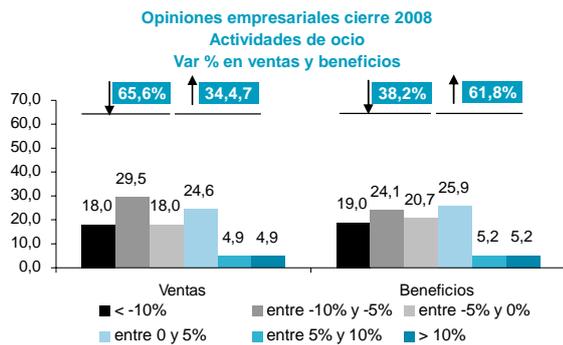


OCIO

La contracción en el consumo de las familias de 2008 se ha extendido a las actividades de ocio, que salvo las estaciones de esquí, cierran el año con una caída moderada en ventas y beneficios

Las actividades de ocio en España tampoco han podido evitar el impacto de la caída en el consumo de 2008. Si bien en general han sufrido menos que otras actividades el efecto de la crisis económica sobre sus ventas, lo cierto es que *cierran el año 2008 con niveles de*

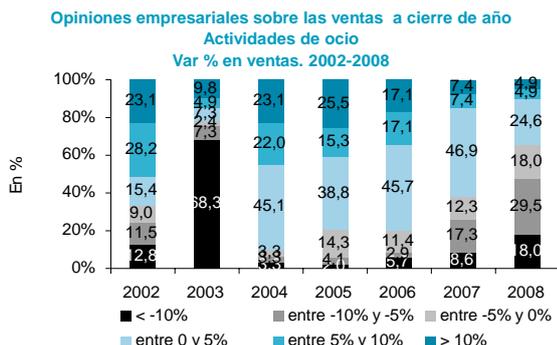
facturación y de beneficios, mayoritariamente por debajo de los alcanzados en 2007.



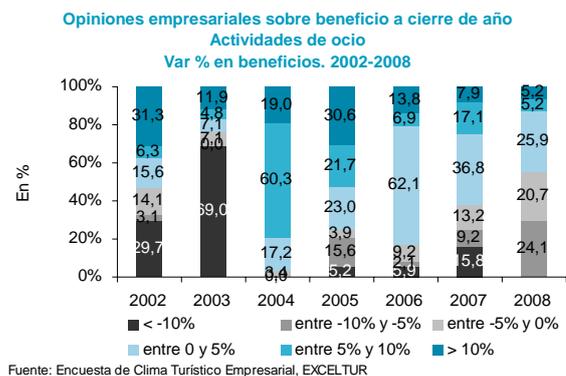
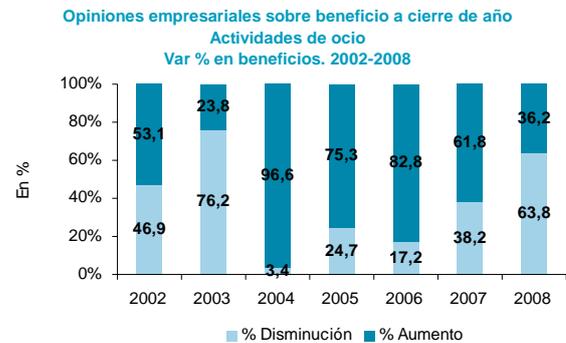
Las vinculaciones de algunos subsectores, como el de museos y monumentos, a la demanda extranjera, que ha sufrido menos que la nacional en 2008, y a segmentos de mayor capacidad adquisitiva, como el caso de las estaciones de esquí y del propio producto cultural, junto con las favorables condiciones climatológicas con pocas lluvias en verano y nieve en invierno que han favorecido a los parques de ocio y a las estaciones de esquí, respectivamente, explican el menor impacto que han tenido los condicionantes económicos de 2008 sobre el sector del ocio en España.



Según los resultados que recoge la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur del cuarto trimestre de 2008, el 65,6% de las empresas de ocio, donde se recoge la opinión de una muestra significativa de parques de ocio, museos y monumentos, campos de golf y estaciones de esquí españolas, vieron reducir sus ventas en 2008 respecto a las alcanzadas en 2007. Con estos resultados se cierra un período de cuatro años de continuo aumento de este subsector cada vez más determinante para potenciar las estrategias de diferenciación del conjunto de la oferta turística española.



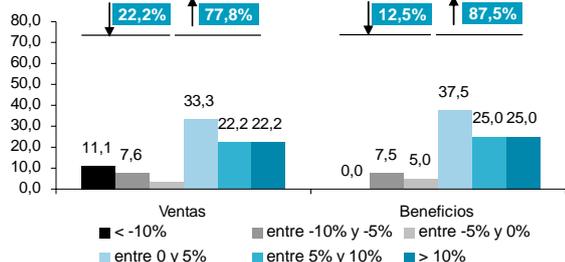
La caída en las ventas y el contexto de generalizado aumento en los costes al que se han tenido que enfrentar el conjunto de empresas turísticas españolas ha provocado también una reducción en los beneficios de las empresas de ocio en 2008 respecto a los resultados alcanzados en 2007. La explotación de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur cuantifica en el 63,8% las empresas que han visto reducir sus resultados en 2008, si bien la mayor parte se sitúa en la banda de caídas por debajo del 10% en relación con los registrados en 2007.



Como se ha mencionado, dentro de los subsectores relacionados con el ocio que mejores resultados han alcanzado en 2008 y que con mejores perspectivas encaran 2009 son las estaciones de esquí españolas. Gracias al adelantamiento de la temporada de invierno por las nevadas, las inversiones para mejorar las instalaciones y el menor impacto de la crisis sobre el perfil de cliente habitual de mayor capacidad de gasto, el año 2008 cerrará con mejoras en ventas y beneficios en la mayoría de estaciones de esquí españolas. Concretamente en el 77,8% de los casos han aumentado las ventas y en el 87,5% los beneficios, si bien la respuesta generalizada a la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur es que los aumentos se han concentrado por debajo del 10% en este año 2008.

Opiniones empresariales cierre 2008

Estaciones de montaña y esquí Var % en ventas y beneficios

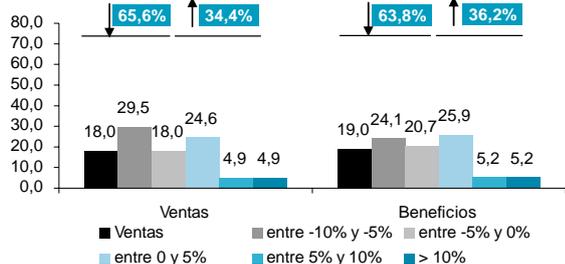


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En el caso de los museos y monumentos españoles, su balance de 2008 se ha visto afectado por el recorte de las escapadas a destinos urbanos que tanto la demanda española como la extranjera ha experimentado en 2008, así como en el recorte en los gastos en destino de los turistas. Si algunos de los principales museos de España han anunciado máximos de afluencia en 2008, muchos de los museos y monumentos en ciudades españolas medias se han visto afectados por estos menores viajes turísticos que se ha dejado notar en la afluencia a los mismos y sus resultados.

Opiniones empresariales cierre 2008

Museos y monumentos Var % en ventas y beneficios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Los datos de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur refleja una generalizada caída en las ventas producida en el 65,6% de los museos y monumentos españoles, lo que ha provocado una reducción en sus resultados en un 63,8% de los mismos. Cabe destacar que las caídas han sido de cierta magnitud, concentrándose en el rango del -5 al -10%.

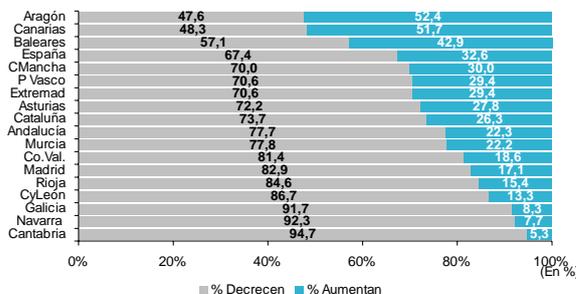
D. TENDENCIAS POR DESTINOS

DESTINOS

Aragón, gracias al tirón de la Expo de Zaragoza y la buena temporada de nieve del Pirineo así como Canarias, Extremadura y la Rioja que han podido sostener su demanda en términos de afluencia, son las únicas comunidades autónomas que cierran el año 2008 con un balance turístico positivo.

La caída de la demanda turística se ha extendido por la mayor parte de destinos turísticos españoles en 2008 hasta provocar una caída generalizada de los beneficios empresariales. Sólo cuatro comunidades autónomas han conseguido acabar el año 2008 con un nivel de pernoctaciones hoteleras por encima de los registrados en 2007, lo que ha permitido cerrar con un balance algo más positivo la temporada de 2008.

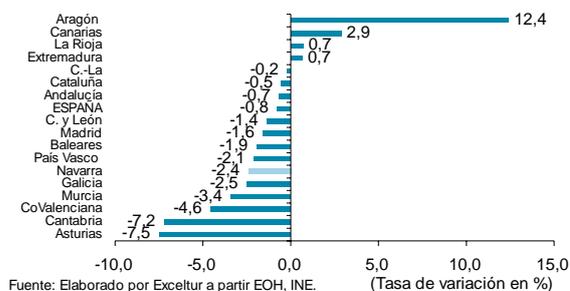
Opiniones empresariales a cierre de año Var % en Ventas 2008/2007



Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

A la cabeza de todas ellas se sitúa Aragón. La celebración de la Expo en los meses centrales del año en Zaragoza y la positiva campaña de nieve en Huesca han permitido un crecimiento generalizado de las ventas que constata el 52,4% de sus empresarios, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y que certifica el INE con un aumento hasta noviembre en el número de pernoctaciones hoteleras del 12,4%. Sólo Zaragoza de enero a noviembre ha incrementado el número de pernoctaciones un 27,8% según el INE, lo que supone 372 mil más que en 2008.

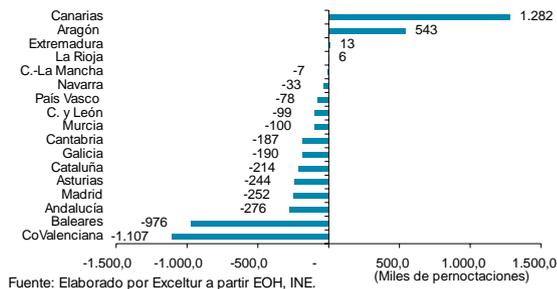
Pernoctaciones hoteleras del total de la demanda por CC.AA. de destino Var % Ene-Nov 2008/2007



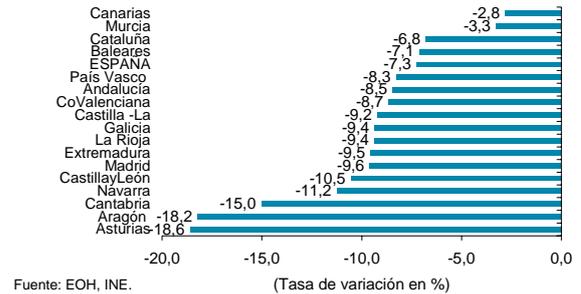
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE. (Tasa de variación en %)

El caso de Zaragoza se suma a los buenos resultados alcanzados un año más por la ciudad de Valencia (4,9% de crecimiento en pernoctaciones hoteleras, lo que supone casi 143 mil más que en 2007) gracias a la celebración del gran premio de Formula 1 en Verano y la mejora de la imagen derivada de la America's Cup del año anterior. Ambos casos ponen de manifiesto los excelentes resultados turísticos que la celebración de eventos de prestigio internacional genera sobre el aumento de la demanda y el reposicionamiento externo de los destinos españoles.

Pernoctaciones hoteleras del total de la demanda por CC.AA. de destino
Diff. Ene-nov 2008/2007



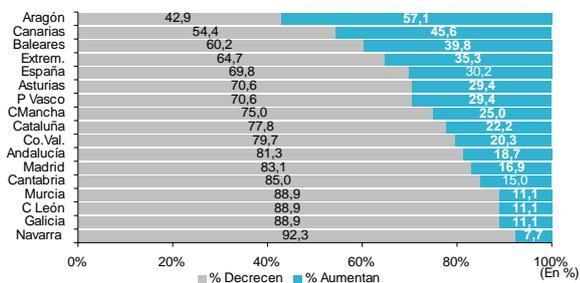
Pernoctaciones hoteleras del total de la demanda por CC.AA. de destino
Var % Oct-nov 2008/2007



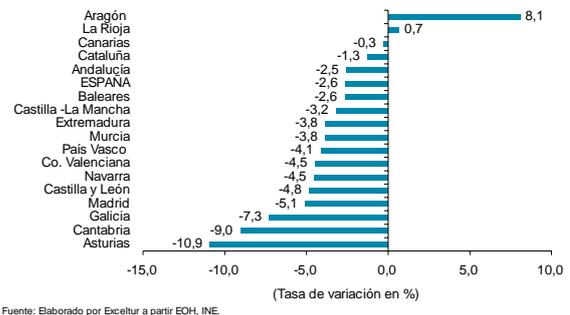
A pesar de partir con muchos elementos en contra, Canarias ha conseguido salvar un año 2008 con un balance razonablemente positivo. Con un euro en máximos respecto al dólar y la libra, la competencia de otros destinos del Mediterráneo Oriental y la demanda española en caída libre desde el verano, los destinos canarios, con Fuerteventura a la cabeza, han cerrado el año con un aumento en el número de pernoctaciones hoteleras del 2,9% (1,3 millones de pernoctaciones más que en 2007) y un 46% de empresarios han conseguido incrementar en 2008 sus beneficios respecto al año 2007. Detrás de estos resultados se encuentra una adecuada estrategia de marketing y la buena imagen de aquellos hoteles canarios de última generación y de los que se han sabido renovar, sin perjuicio que las islas tienen aún pendiente el urgente reto de la reconversión integral de sus destinos maduros de primera generación.

Por su parte las comunidades del mediterráneo peninsular han cerrado un año con ligeras caídas de demanda, que se han intensificado en términos de los beneficios empresariales por la caída de los precios y en paralelo a un fuerte aumento de sus costes. Este es el caso de Cataluña, donde la demanda se ha reducido levemente en la ciudad de Barcelona y en la Costa Brava, compensada en parte por el positivo devenir de los resultados en las costas Dorada y del Maresme. De hecho se cierra 2008 con una ligera caída del 0,5% en las pernoctaciones que según la encuesta de confianza de EXCELTUR han acusado un 73,7% de los hoteles catalanes y unos beneficios que han descendido de manera generalizada para un 77,8% de los mismos, con un 26,7% que los cifraba por encima del 10%.

Opiniones empresariales a cierre de año
Var % en Beneficios 2008/2007



Pernoctaciones hoteleras por CC.AA. de destino
Var % Jul-nov 2008/2007



Baleares ha cerrado el año con un balance negativo en términos de demanda (las pernoctaciones hoteleras han descendido un 1,9% hasta noviembre, lo que ha afectado al 57,1% de los empresarios) debido al fuerte deterioro que se ha producido en los últimos meses del año. Tras un verano moderadamente favorable donde una acertada gestión comercial y operativa permitió optimizar los márgenes (los precios han crecido un 4,6% de media en el año), desde el mes de septiembre la demanda no ha parado de caer hasta el punto de anticiparse el cierre de buena parte de la planta hotelera de las islas. Sólo en octubre y noviembre de 2008 las pernoctaciones hoteleras en Baleares han descendido un 7,1%. Como consecuencia de esta tendencia y de un fuerte aumento de los costes, especialmente de los laborales, el 60,2% de los empresarios han sufrido una reducción de los beneficios en el conjunto de 2008, siendo mayoritario el porcentaje que lo cifra por encima del 5%.

La caída en las ventas y los beneficios acaecida en 2008 en los hoteles catalanes y especialmente en los localizados en la ciudad de Barcelona se explica más por la intensa caída en los precios medios de venta que por la contracción de la demanda. La reducción de precios que se ha extendido entre los hoteles en la última mitad del año ha provocado una contracción de los repvar que han dañado los márgenes en un contexto de fuerte aumento de los costes

Situación parecida a Cataluña se ha producido en 2008 en Andalucía. El crecimiento en algunas zonas del litoral como la Costa del Sol, que ha superado con un aumento del 3,7% de las pernoctaciones los primeros embates de la crisis, o el aumento de la afluencia a ciudades como Almería o Málaga no han podido compensar los malos resultados de otros destinos de la comunidad, que en su conjunto ha cerrado el año con una caída del 0,7% en pernoctaciones hoteleras, algo inferior a la media de España.

En esa línea el 77,7% de los empresarios turísticos andaluces han notado los efectos de la caída de la demanda, si bien con mayor intensidad. Las ventas les han caído de manera generalizada entre el 5 y el 10%,

según declaran en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, por la caída de precios, que el IPH del INE cifra en el -1,6% de media en 2008 y que alcanzó el -4,2% en el mes de noviembre. Esta tendencia de caída en los ingresos junto con el generalizado incremento en los costes ha provocado que el 81,3% de los hoteles andaluces hayan cerrado el año con beneficios inferiores a los de 2007.

De entre los destinos vacacionales del litoral mediterráneo peninsular, la Comunidad Valenciana ha sido la que más ha sufrido en este año 2008 por su gran dependencia de los segmentos del mercado español más expuestos a la crisis económica. El notable tirón de la ciudad de Valencia ya mencionado no ha podido compensar la fuerte contracción de la demanda, especialmente española sufrida por la Costa de Castellón (-12,2%) y la Costa Blanca (-5,5%), así como algo más moderada en el resto de destinos urbanos. Como consecuencia de esta tendencia, el 81,4% de los hoteles de las provincias levantinas han visto reducir sus ventas y el 79,7% sus beneficios respecto a los alcanzados en 2007, con un 43,5% de los mismos que revelan que sus caídas han superado el 10%, según la última Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Se cierra un año de generalizadas e intensas caídas en los destinos del norte de España

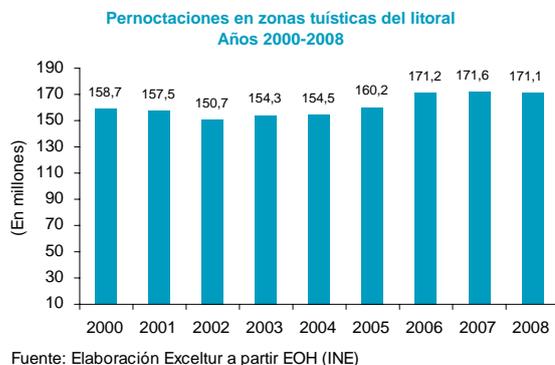
En todo caso, los destinos que más han sufrido en 2008 han sido los de la Cordillera Cantábrica y algunos de interior como la Comunidad de Madrid. Un generalizado balance turístico empresarial marcado por caídas en ventas y beneficios que certifican las encuestas del INE, se debe básicamente a la intensa caída del mercado español, que se empezó a acusar en los meses de verano y la menor propensión a la realización de escapadas tanto de los españoles como de los extranjeros, fuente principal de su crecimiento en los últimos años. En este contexto, los hoteles localizados en Asturias, Cantabria, Galicia, el País Vasco, Navarra, Castilla y León y Madrid cierran el año con caídas en las ventas y en los beneficios.

Los destinos de la costa española cierran 2008 con un balance más favorable que los urbanos



Con las excepciones anteriores y dentro de este panorama general, los destinos de las costas españolas especializados en el producto sol y playa han cerrado 2008 con un balance más favorable que los destinos urbanos. A pesar de los efectos de la crisis económica, el hecho de que parte de los consumidores extranjeros

hubieran comprado por anticipado sus vacaciones de verano y pospusieran sus decisiones de recorte de gastos, mayoritariamente a los meses de otoño, ha permitido que en general la demanda en los destinos del sol y playa se haya mantenido en los niveles del 2007. Concretamente el número de pernoctaciones hoteleras en los destinos de las costas de Andalucía, Baleares, Canarias, la Comunidad Valenciana, Cataluña y Murcia alcanzó los 171, 1 millones, solo 0,5 millones menos que en 2007.



En este comportamiento tiene mucho que ver el aumento de la demanda extranjera, que en su acumulado casi alcanza los niveles del año 2001 y el crecimiento de Canarias mantenido a lo largo del año.

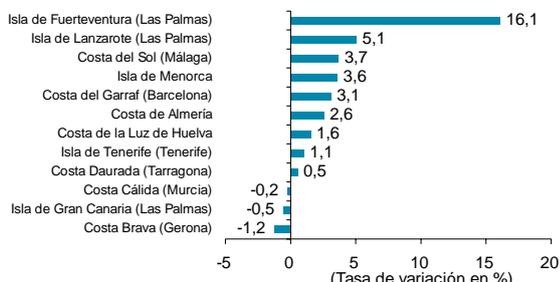


De hecho, casi todos los destinos canarios se sitúan en valores positivos respecto de la evolución del número de pernoctaciones hoteleras en 2008, con Fuerteventura a la cabeza gracias al aumento del 16,1% en el número de pernoctaciones hoteleras. Hay que analizar con cautela estos registros de demanda, en la medida en que se han conseguido gracias a una política de precios más bajos de los deseables para poder atraer un perfil de turista de menor capacidad adquisitiva procedente de las nuevas conexiones impulsadas con compañías aéreas de bajo coste. En este escenario es muy probable que el aumento de las noches de hotel no haya venido acompañado por una mejora de ingresos, en una isla que sigue incrementando su oferta de plazas; el año pasado un 19,0% de media según el INE.

Tras Fuerteventura, Lanzarote con un crecimiento del 5,1% es destinos con un mejor desempeño en término de pernoctaciones en 2008, con aumentos tanto de las realizadas por el mercado nacional como por el extranjero, tendencia a la que también se une Tenerife pero a ritmos inferiores del 1,1% y sólo por el tirón del turismo extranjero.

Junto a Canarias, la Costa del Sol ha conseguido salvar el año 2008 en términos de pernoctaciones hoteleras al igual que la Isla de Menorca, según el INE, con crecimientos acumulados por encima del 3,0% respecto a los valores de 2007.

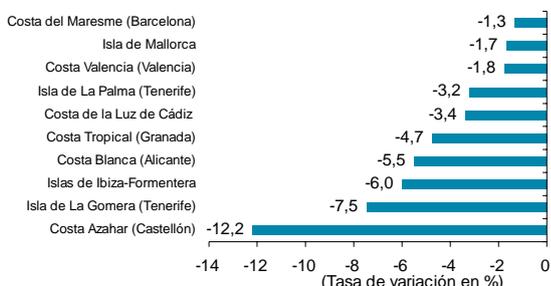
Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Ene-nov 2008 - 2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

A pesar del mejor comportamiento en términos de afluencia de los destinos de sol y playa y especialmente de los canarios, una buena parte del litoral español ha sufrido las caídas de la demanda con un impacto directo sobre la cuenta de resultado de las empresas. Los más afectados por la bajada en las ventas han sido los destinos con mayor presencia del turismo familiar español y del británico. En concreto, las caídas más intensas se han concentrado en la Costa de Castellón (-12,2%), en la Isla de la Gomera (-7,5%), en Ibiza y Formentera (-6,0%), en la Costa Blanca (-5,5%) y en la Costa Tropical de Granada (-4,7%).

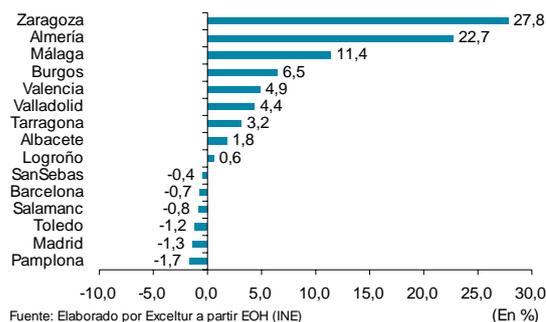
Pernoctaciones en hoteles del total de la demanda por Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas
Var % Ene-nov 2008-2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

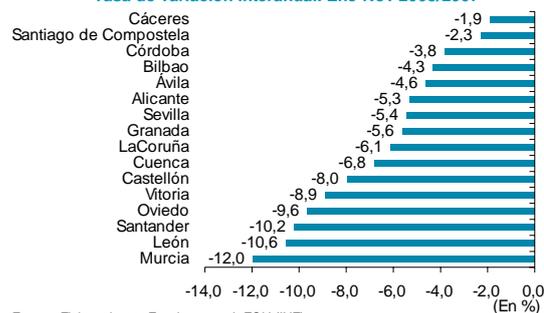
Aún cuando ha habido ciudades que han conseguido cerrar el año 2008 con niveles de demanda turística por encima de las de 2007, como antes señalábamos las caídas han sido generalizadas entre los destinos urbanos españoles, concentrándose e intensificándose en la última parte del año. Entre las ciudades más favorecidas, además de las citadas de Zaragoza por la celebración de la Expo y Valencia, Málaga ha contado con el tirón de la apertura del AVE y una adecuada política de promoción y mejora del destino lo que le ha permitido registrar un crecimiento del 11,4%, superior al crecimiento de Burgos (6,5%) o Valladolid (4,4%).

Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-nov 2008/2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Pernoctaciones en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Ene-Nov 2008/2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

La actual crisis global anticipa un muy incierto año 2009 para el sector turístico español

A. CONDICIONANTES GENERALES

La recesión mundial que confirman todas las estimaciones aún se mantendrá en buena parte del 2009 se dejará notar de forma intensa en la demanda turística

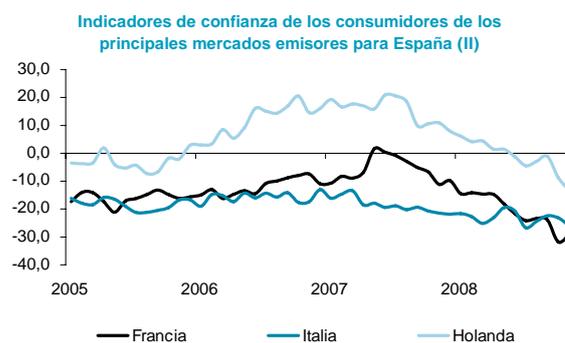
Las estimaciones actuales del consenso de analistas para el año 2009 descuentan un adverso escenario macroeconómico y de consumo, producto de la crisis económica y financiera. *Se espera que los principales mercados de origen de turistas para España se encuentren en recesión, al menos durante el primer semestre del año.* Las previsiones ya publicadas apuntan un descenso tanto del consumo como de la inversión en estos países, lo que supondrá tasas de crecimiento negativas de su PIB y un intenso aumento de las tasas de paro.



Elaborado por Exceltur a partir de Comisión Europea

Los condicionantes de la crisis económica y financiera encabezados por los problemas de liquidez y de destrucción de empleo afectarán significativamente a las familias europeas entre ellas las españolas, que verán como su renta y su capacidad de endeudamiento disminuyen en 2009, lo que reducirá su propensión o posibilidad de realización de viajes así como de su gasto asociado. Por ello *se espera una caída generalizada de la demanda turística en Europa que afectará desfavorablemente a los destinos españoles y a las actividades turísticas empresariales en nuestro país.* Cabe recordar que el año 2008 cierra igualmente con los niveles de confianza de los consumidores europeos en mínimos.

Con estos condicionantes, los destinos urbanos se van a enfrentar en 2009 a un recorte en el número de escapadas por la debilidad de la demanda y la reducción de la capacidad aérea. Mientras, es de esperar que en el segmento vacacional de sol y playa, la demanda de familias de menor capacidad de renta sea la más afectada por el desfavorable escenario macroeconómico esperado y en el caso de viajar se vea muy condicionada por el factor precio. Ello sitúa de nuevo en 2009 en una posición muy ventajosa a los destinos vacacionales del Mediterráneo Oriental, que han vuelto a crecer de forma intensa en 2008. En este escenario, una vez más es de esperar que la oferta española diferenciada y de más categoría, ubicada en destinos que hayan sabido preservar su entorno y el atractivo de sus espacios turísticos, debiera comportarse mejor, tal como ha sucedido ya en 2008.



Elaborado por Exceltur a partir de Comisión Europea

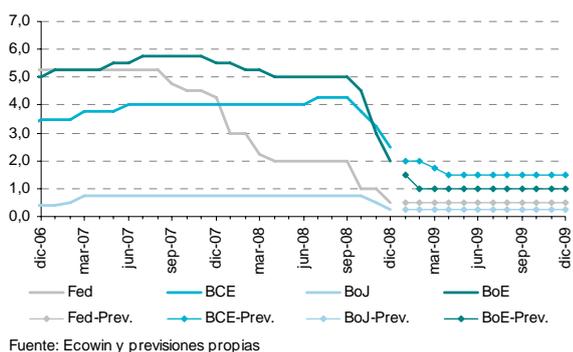
2009 se inicia con una alta incertidumbre en variables clave del desempeño turístico.

Algunos factores macroeconómicos que pueden ayudar a aliviar la situación de las familias y de las empresas turísticas españolas en 2009 y elevar su propensión al consumo presentan un alto grado de volatilidad que introduce una elevada incertidumbre en los resultados del sector turístico español. Los más importantes son:

1. *La reducción de los tipos de interés de referencia en la zona Euro, Reino Unido y Estados Unidos*, situándolos en niveles del 2,5% en la zona euro, tras la última reunión del BCE de primeros de diciembre, y del 1,5% en el Reino Unido y el 0,5% en EEUU, gracias a la caída en la inflación. Si bien el recorte de tipos continúa sin reactivar aún la situación económica y la inyección de liquidez realizada por los gobiernos aún sin ampliar el crédito a familias y empresas, entre las que se encuentran las turísticas, en los dos últimos meses de 2008 se ha asistido a una favorable caída del Euríbor.

El descenso del Euríbor debería reducir los costes financieros de las empresas turísticas españolas ya endeudadas, aliviando su cuenta de resultados, y abaratar las nuevas inversiones siempre y cuando *se garantice el acceso al crédito*, que por otro lado está siendo uno de los principales problemas a los que se están enfrentando las pymes en el actual escenario, tanto para financiar su circulante como para poder realizar nuevas inversiones productivas, circunstancia que el Gobierno tiene que ayudar a destrabar ante la Banca.

Tipos de interés observados y previstos para los principales Bancos Centrales



Fuente: Ecowin y previsiones propias

En este ámbito, son bienvenidas las facilidades de financiación brindadas a los empresarios del sector turístico español a través del Plan de Renovación de Instalaciones Turísticas, que cuenta para 2009 con 400 millones de euros - *un montante muy exiguo para poder abordar todos los retos de inversión* - para inversiones destinadas a la renovación del capital físico y tecnológico de los establecimientos de alojamiento, restauración, ocio y recreación, y agencias de viaje. No obstante, para que el citado plan responda a los objetivos propuestos se debe velar por el apoyo del propio sistema financiero de manera que la línea de crédito llegue finalmente a las empresas y pueda ampliarse su volumen si la demanda lo requiere.

Por otro lado, el menor gasto que tendrán que destinar las familias al pago de los intereses derivados de su endeudamiento a tipo variable por la caída del Euríbor, podría suponer una buena noticia para el sector, pues contribuirá a aumentar la renta disponible para el consumo, una vez se reduzca la incertidumbre de las familias sobre la situación económica, sin perjuicio que la bajada de precios de los inmuebles que en paralelo está sucediendo, puede traducirse en un menor efecto riqueza y condicionar las expectativas de gasto, entre ellos el turístico.

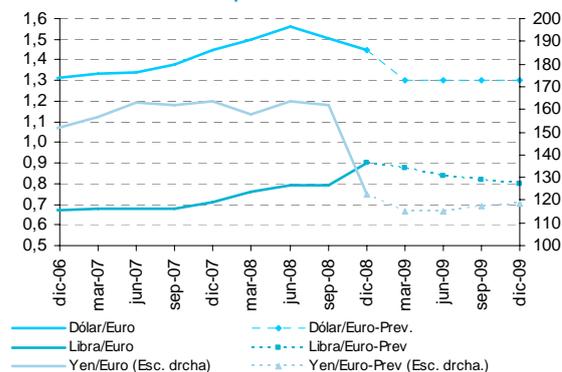
En todo caso, todavía es necesario ser cauteloso en la medida que, pese al descenso de tipos, el mercado interbancario sigue reflejando un *spread* de más de 75 puntos básicos en el Euríbor a 12 meses, sinónimo de que aún existen muchas incertidumbres en los operadores de los mercados monetarios sobre la salud del sistema financiero internacional y últimamente el nacional.

2. La ligera pérdida de fortaleza del euro. El comportamiento del dólar, que afecta a la posición competitiva de España frente a otros competidores y el atractivo de mercados alternativos como el americano, así como la débil paridad libra/ euro con un impacto muy directo sobre el mercado inglés, ha sido muy negativo para España en 2008. Tras la apreciación del dólar que llegó a situarse cerca de los 1,2 dólares por euro en diciembre, la moneda americana ha vuelto a sufrir, mermada por la drástica bajada de tipos en Estados Unidos, situándose a finales de ese mismo mes en el entorno de 1,4 dólares por euro. La libra ha seguido su tendencia a la depreciación, acercándose a una paridad con el euro.

2009 debiera ser testigo de una cierta relajación de la fortaleza del euro frente al dólar y la libra, pero dado lo difícil que es predecir en este escenario tan volátil, no se espera que sea muy intensa, por lo que los tipos de cambio no jugarán a favor de un mayor atractivo turístico

ni en una mejora de la competitividad-precio de los destinos españoles y sí beneficiarán de nuevo a la competencia de otros países fuera del Área Euro.

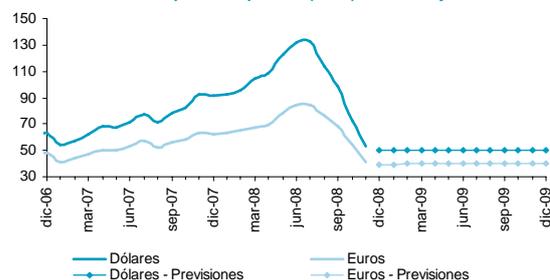
Tipos de cambio



Fuente: Elaborado por AFI para Exceltur y previsiones propias

3. La estabilidad del precio del petróleo. Para 2009 los analistas esperan un precio del petróleo algo más estable y en niveles inferiores a los de 2008, aunque en una banda aún difícil de predeterminar. El mantenimiento en niveles bajos del barril de crudo permitiría reducir la factura energética al conjunto de las economías de nuestros principales mercados de origen, pero sobre todo aligerar el principal elemento de coste para las líneas aéreas, lo que debiera ayudar a paliar los efectos negativos de la caída en el número de sus pasajeros.

Evolución del precio del petróleo (Brent) en Dólares y Euros



Fuente: Elaboración propia a partir de Ecowin y Consensus

No obstante, de confirmarse esta tendencia de precios contenidos no parece vaya a ser suficiente. De hecho las previsiones actuales apuntan a un nada despreciable recorte de rutas y conexiones aéreas durante 2009, muy en especial de líneas *low cost*, lo cual afectará negativamente al turismo español, especialmente a los destinos urbanos y a algunas islas. Por otro lado, aunque no se espera que vaya a tener un impacto al alza muy elevado, los recortes agresivos en la producción de petróleo que han decidido recientemente los países productores debieran incrementar algo el precio respecto a los niveles actuales de cierre de 2008.

B. PERSPECTIVAS MACROECONÓMICAS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Se espera una continuada contracción del mercado interno, el británico y el alemán para el conjunto de 2009

España

Las perspectivas socioeconómicas para los consumidores españoles de cara al año 2009 no auguran grandes alegrías, sino una más que probable nueva caída en su consumo turístico. A medida que avanzaba el último trimestre de 2008 han empeorado las perspectivas del comportamiento de la economía española para 2009. De hecho, según el Banco de España la economía española habría entrado ya en crecimiento negativo en el cuarto trimestre de 2008, donde se situará previsiblemente, al menos, hasta la segunda mitad de 2009. El consenso de las previsiones económicas de las diversas instituciones y casas de análisis continúan modificándose a la baja, hasta el punto que en Enero de 2009 ya hay organismos que estiman tasas de crecimiento del PIB español inferiores al 2% para el conjunto de este año.

El mayor y aún muy destacado peso de la construcción y la vivienda, que presentan un claro comportamiento negativo, la fuerte caída que en paralelo ha sufrido la producción industrial en 2008 y el elevado endeudamiento exterior de la economía española retroalimentan e intensifican internamente el impacto negativo de la crisis económica mundial. A tenor de todo ello, cabe esperar que el consumo privado se situará en tasas de crecimiento

negativas en 2009, muy condicionado por el aumento del desempleo que muchos analistas estiman puede alcanzar al 16,3% de la población activa. Este escenario de aumentos en el paro y descenso o estancamiento en el consumo se mantendrá, según los analistas, con una alta probabilidad hasta 2010.

En este contexto, debemos esperar que en 2009 continúe el recorte de los gastos turísticos de los españoles, lo que en términos generales se trasladará tanto a sus viajes al extranjero como al interior de España. Es presumible que la reducción del gasto turístico como consecuencia y respuesta a la crisis se plasme en un cambio en los hábitos de viajes de las familias españolas, cabiendo esperar un mayor uso de casas propias o de familiares y amigos como forma de alojamiento, del uso del coche como medio de transporte y un recorte de las escapadas y de los días de disfrute de vacaciones fuera de casa en 2009.

A este comportamiento de las familias hay que añadir el efecto de la crisis sobre la cuenta de resultados de las empresas que por otro lado tenderán a reducir drásticamente sus gastos, entre ellos la partida de viajes, reuniones e incentivos, con el consiguiente perjuicio para el sector turístico español especializado en el "business travel". Todo hace esperar que ambas tendencias desfavorables se mantengan hasta bien entrado 2009.

	Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2008-2009)									
	PIB (a)				Consumo privado (a)(b)				Tasa de Paro (c)	
	2008TIII	2008TIV (p)	2008 (p)	2009 (p)	2008TIII	2008TIV (p)	2008 (p)	2009 (p)	2008 (p)	2009 (p)
Alemania	0,8%	-0,2%	1,6%	-1,2%	-0,8%	-0,7%	-0,3%	0,0%	7,8%	8,2%
España	0,9%	-0,7%	1,1%	-1,8%	0,1%	-1,1%	0,6%	-2,6%	11,3%	16,3%
Francia	0,6%	-0,5%	0,9%	-0,6%	0,5%	-0,2%	0,9%	0,3%	7,5%	8,3%
Italia	-0,9%	-1,0%	-0,4%	-1,1%	-1,0%	-0,9%	-0,5%	-0,6%	6,9%	7,7%
Holanda	1,6%	-0,2%	2,0%	-0,4%	1,2%	0,4%	1,6%	-0,2%	4,2%	4,5%
Portugal	0,6%	-0,3%	0,5%	0,1%	1,7%	1,0%	1,3%	0,1%	7,7%	7,9%
Reino Unido	0,3%	-0,9%	0,8%	-1,5%	1,1%	0,0%	1,8%	-1,4%	2,9%	4,3%
Zona Euro	0,6%	-0,2%	1,0%	-0,9%	0,0%	-0,3%	0,3%	0,0%	7,5%	8,4%
EE UU	0,7%	-0,4%	1,2%	-1,3%	-0,2%	-1,5%	0,3%	-1,2%	5,7%	7,9%
China	9,0%	7,8%	9,4%	7,8%	19,0%	18,0%	20,0%	15,3%	4,0%	4,0%
Japón	-0,3%	-0,8%	0,4%	-0,9%	0,6%	0,2%	0,8%	0,3%	4,0%	4,6%

(a) Tasa de crecimiento interanual

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

(c) Porcentaje de la población activa

(e) Estimación; (p) Previsión

Fuente: AFI, Comisión Europea y Consensus Forecast (diciembre 2008)

Reino Unido

Nada del contexto macroeconómico previsto para 2009 permite alumbrar un mayor optimismo sobre el mercado turístico británico en 2009. Las estimaciones sobre la economía británica en 2009 sitúan caídas del PIB del 1,5% y del consumo del 1,4%, a consecuencia de la crisis económica, financiera e inmobiliaria del país. El deterioro de la situación económica podría llevar a la tasa de paro a situarse en el 4,3% en 2009, más de un punto porcentual por encima de la de 2008, pero todavía en valores reducidos.

Como se ha mencionado, los analistas esperan que la libra esterlina siga depreciada en 2009 frente al euro, lo que supondrá la principal barrera de los viajes de los británicos a los destinos de la Unión Monetario Europea y un incentivo para considerar la opción de otros destinos turísticos con monedas menos fuertes frente a la libra.

A estos elementos habría que añadir las estrategias de reajustes de capacidad que pueden volver a implantar algunos touroperadores y líneas aéreas que puedan acabar incidiendo en los flujos turísticos hacia España,

además de la mayor competencia por precio de destinos alternativos del Mediterráneo Oriental en el segmento familiar del producto de sol y playa. Si juntamos el hecho que los británicos optarán por realizar un menor número de viajes y con un gasto promedio inferior, que sus viajes a los países de la zona Euro serán relativamente más caros y que las opciones de visitar otros países se siguen multiplicando, las probabilidades que los indicadores de afluencia a España se sigan reduciendo en 2009 son muy altas.

Alemania

Si al comienzo de la crisis se esperaba que el mercado alemán sufriera con menor intensidad sus efectos durante 2008 y la primera mitad de 2009, las últimas previsiones sobre su economía elaboradas por distintas casas de análisis comienzan ya a situar la caída del PIB alemán algo por encima del 1% en 2009. Las mismas fuentes estiman que el paro aumente hasta situarse en el 8,2%, cuatro décimas por encima de la cifra para 2008, mientras que el consumo de las familias seguirá estancado.

Con estos condicionantes, la llegada de turistas alemanes a España y su gasto en destino debieran verse menos afectados a la baja que el mercado británico. Las dificultades para atraer a los turistas alemanes vendrán una vez más de la competencia por parte de otros destinos del mediterráneo y en especial Turquía o Egipto.

En este presumible escenario de demanda estancada o en un ligero retroceso de los turistas alemanes a España, se espera un recrudescimiento de la competencia por parte de estos destinos competidores. De hecho en los últimos meses, esos países ya han puesto en marcha un amplio número de acciones de marketing en el mercado alemán, sabedores que puede ser uno de los únicos que salve los resultados del año turístico ante la previsible caída del turismo procedente de UK

Francia

Las perspectivas macroeconómicas para Francia apuntan la presencia de recesión en el año 2009, una vez sorteada en 2008 gracias al crecimiento del tercer trimestre. Las perspectivas para la economía francesa en 2009 cuantifican la caída del PIB en el 0,6%, mientras se espera un aumento del consumo del 0,3%. En este contexto no es de esperar un gran comportamiento del turismo emisor francés, si bien la proximidad de los destinos españoles puede ayudar a mitigar el impacto de la atonía esperada en el consumo de los franceses en 2009.

Italia

La economía italiana sigue inmersa en el estancamiento, y tras caer en torno a un 0,4% en 2008, se espera que la crisis se intensifique y llegue a perder un 1,1% en 2009, incrementando la tasa de paro del 6,9% al 7,7%. Las consecuencias ya se han dejado sentir en el turismo hacia España en 2008 con un retroceso en el número de turistas italianos recibidos del 5,7% en los primeros once meses del año y de las pernoctaciones del 0,3%.

Holanda

La intensidad de la crisis económica se está dejando notar con menor intensidad en Holanda. A pesar de haberse visto perjudicada por los problemas del sistema financiero durante el último trimestre de 2008 con algunos de sus principales bancos recibiendo inyecciones de liquidez se espera que el PIB sólo disminuya en algunas décimas en 2009, tras cerrar 2008 con un crecimiento del 2,0%.

Esta situación ha permitido un crecimiento del mercado holandés en España durante 2008 en número de pernoctaciones hoteleras que no debiera resentirse demasiado en 2009, a pesar de la caída esperada en el consumo en general.

Otros mercados

A diferencia de lo ocurrido en 2008, es difícil esperar que el comportamiento de algunos mercados específicos, como los nórdicos o el irlandés, salve la temporada turística en 2009. La recesión económica se extenderá a lo largo de todos los principales países europeos. Se espera un descenso generalizado de los flujos turísticos de los europeos, especialmente intenso en el segundo trimestre del año, cuando sus economías estarán tocando fondo. Tan sólo los países del este de Europa se

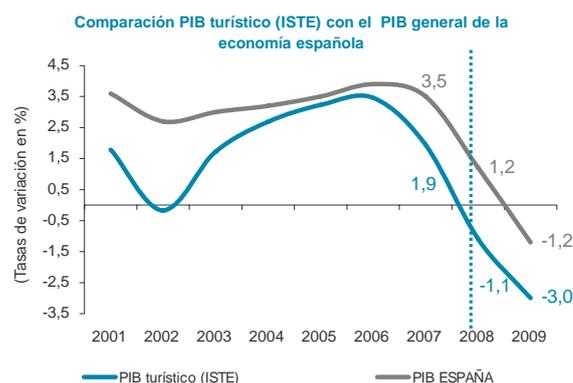
mantendrán en cifras positivas de crecimiento, aunque inferiores a las de 2008.

Fuera de Europa los ritmos de crecimiento de la economía mundial también se resentirán durante este 2009 hasta situarse en el 1,1% interanual de crecimiento del PIB, frente al 2,6% esperado para 2008. El crecimiento seguirá sustentándose en el comportamiento aún positivo de los países de Asia, Latinoamérica y Europa del Este. Tanto Estados Unidos como Japón disminuirán su PIB en 2009 alrededor del 1%, con un fuerte deterioro de sus economías en el primer semestre del año, lo que no hace prever que aliente un crecimiento en los viajes hacia Europa de los que se puedan beneficiar los destinos urbanos españoles.

C. PREVISIONES Y EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA EL AÑO 2009

El año 2009 será uno de los más difíciles de las últimas décadas para el sector turístico español, con una nueva caída estimada del PIB turístico del 3,0%

Las negativas expectativas económicas para el conjunto de consumidores de los dos principales mercados turísticos para España, el nacional y el británico, y la mayor sensibilidad a la baja que históricamente ha mostrado el consumo turístico en las fases de crisis económicas apuntan a un año 2009 con intensas caídas de la actividad turística en España. Las estimaciones que manejamos hoy con el escenario macroeconómico derivado del Consensus Forecast de diciembre para nuestros principales mercados apuntan a una **caída del PIB turístico en 2009 del 3,0%, más del doble de la contracción esperada por los analistas para el conjunto de la economía española, cifrada en el 1,2% para el cierre de ese mismo año**



Fuente: Exceltur, INE y Consensus

Esperamos para 2009 una contracción tanto en las pernoctaciones como en el gasto en destino de la demanda extranjera y de la demanda española

Las estimaciones del PIB turístico español de Exceltur para 2009 están construidas sobre la hipótesis de una **reducción de los ingresos reales procedentes del turismo extranjero que publica el Banco de España del 5,8%, algo superior a la caída del 4,1% con la que esperamos que cierre el año 2008, provocada tanto**

por una menor llegada y pernoctaciones de extranjeros del 3,8% como de un recorte de su gasto medio diario en destino. Por su parte las expectativas para el mercado nacional son igualmente desfavorables y apuntan una contracción de su consumo turístico que podría hacer caer en España sus pernoctaciones hoteleras un 5,0%.

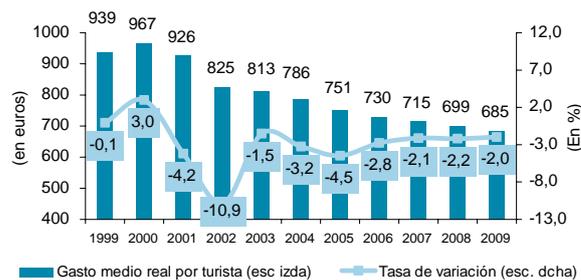
Ingresos reales por turismo de la Balanza de Pagos
2000-2009
(a precios de 2004)



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

De confirmarse estas previsiones los ingresos por cada llegada de un turista extranjero volverían a caer un 2,0% en 2009 hasta situarse en los 685 euros a precios de 2004, lo que supone una reducción de más de 250€ en términos reales durante esta última década.

Ingreso medio real por turista extranjero
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas extranjeros)



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

Se trata, en general, de unas estimaciones turísticas prudentes en base al escenario macroeconómico previsto por los analistas a cierre de 2008 para los diversos mercados de origen de turistas y que pudieran verse afectadas por nuevas desviaciones a la baja, si la situación económica y financiera global no se estabiliza en el primer semestre de 2009 y las medidas de rescate financiero e impulso económico que los diferentes gobiernos nacionales han puesto en marcha, no empiezan a dar sus frutos a corto plazo sobre la economía real.

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

	2004	2005	2006	2007	2008(p)	2009p)
	%	%	%	%	%	%
ISTE (PIB turismo)	2,4	2,9	3,5	1,9	-1,1	-3,0
Ingresos por turismo reales (*) (balanza de pagos-mill. euros)	-0,5	1,9	1,2	-0,8	-4,1	-5,7
Ingresos por turismo/ turistas reales (*) (euros)	-3,2	-4,5	-2,8	-2,1	-2,2	-2,0
Total llegada turistas extranjeros	2,9	6,6	4,1	1,3	-1,9	-3,8
Pernoctaciones hoteleras	2,9	4,6	6,4	1,8	-1,1	-4,0
Residentes en España	9,6	0,0	6,1	1,3	-3,0	-5,0
No residentes	-1,6	6,8	6,6	2,1	0,3	-4,4

(p) Previsiones Exceltur

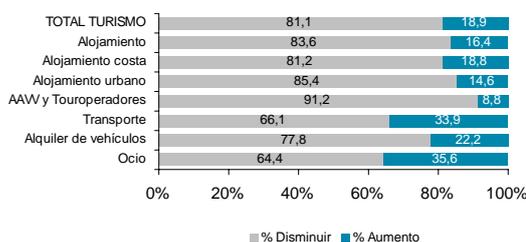
(*) Deflactada con la rúbrica de turismo del IPC

Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España

Los empresarios turísticos españoles esperan una 2009 con generalizadas e intensas caídas en ventas y beneficios

Las expectativas de los empresarios turísticos españoles que recoge la última encuesta de confianza empresarial de EXCELTUR (cerrada a principios de Enero 2009) para el año 2009 son muy consistentes con las previsiones macroeconómicas apuntadas. Una amplia mayoría de los mismos (un 81,1%) esperan en 2009 nuevas caídas en sus ventas y de mayor intensidad a las ya manifestadas para 2008. Un 53,1% espera que dichas ventas se reduzcan por encima del 5% y un 22,2%, que su caída llegue a superar los dos dígitos. La caída en ventas se verá determinada tanto por la menor demanda-afluencia como por la bajada en los precios que ya se ha empezado a notar en el último trimestre del año 2008, estrategia que de nuevo se está utilizando como arma comercial clave para dinamizar las ventas de unas actividades como las turísticas que proveen un servicio perecedero.

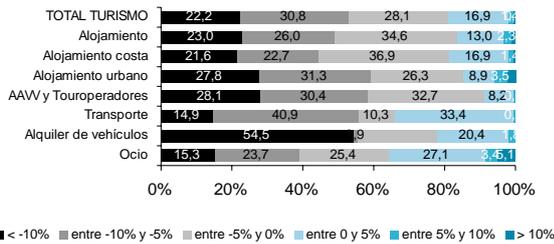
Opiniones empresariales sobre el crecimiento previsto de las ventas en 2009 respecto a 2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

A pesar de la bajada de los costes financieros por la reciente caída del euríbor y la reducción de los precios del carburante, que debe tener un impacto a la baja sobre los niveles de inflación de otros bienes y servicios, la magnitud de las caídas esperadas en ventas, explica las desfavorables expectativas sobre la evolución de los beneficios previstos para 2009. El 73,3% de las empresas turísticas españolas anticipan nuevas caídas en beneficios en 2009 tras las registradas en 2008, con un 25,3% de ellas que espera supere el 10%, aunque un porcentaje algo mayor (un 29,6%) es más optimista y limita la caída de beneficios a menos del 5%.

Opiniones empresariales sobre el crecimiento previsto de las ventas en 2009 respecto a 2008 por tramos de variación porcentual

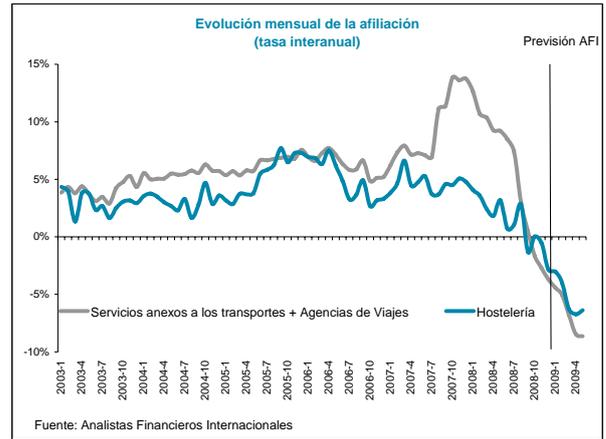


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

En todo caso, una de las claves que marcará el año 2009 y que si no se soluciona urgentemente puede condicionar la viabilidad de una parte de empresas del sector turístico español es el acceso al crédito. 2008 ha concluido con el recorte por parte del sistema financiero de las líneas de crédito que ha afectado tanto a la financiación del circulante como a la puesta en marcha de nuevos proyectos de las empresas turísticas españolas y muy especialmente de las pymes. A esta restricción se ha unido la ampliación en los plazos de pago aplicada por algunos clientes y touroperadores nacionales y extranjeros, que ha tensionado todavía más las necesidades de liquidez de las empresas, lo que puede acabar creando graves dificultades operativas.

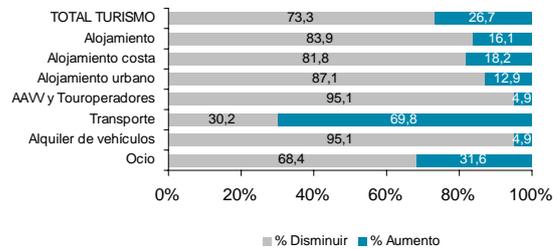
Más allá de los efectos que la crisis puede tener sobre la cuenta de resultados empresariales, es crítico que con la mayor celeridad se restablezca el acceso al crédito de forma que la falta de liquidez no acabe provocando un mayor ajuste del que las propias condiciones del mercado fueran a determinar y sin que ello signifique que en esta situación de incertidumbre pudieran verse favorecidas por ayudas o apoyos indebidos empresas que la crisis fuese a depurar por mala gestión o pérdida de viabilidad operativa.

Uno de los ajustes que es más que previsible que se vaya a producir con mayor intensidad en 2009 es el del empleo. Las empresas turísticas españolas han terminado 2008 aplicando de manera progresiva y discreta (ERES aún no) medidas de redimensionamiento de sus plantillas para adecuarse a las nuevas condiciones del mercado. Si hasta la fecha su traslación a las estadísticas oficiales ha sido aún muy limitada en comparación con otros sectores, se estima que en 2009 dicha tendencia se refleje de manera mucho más intensa. De hecho las previsiones actuales realizadas por AFI (Analistas Financieros Internacionales) estiman que para el mes de mayo de 2009 el número de afiliados en la hostelería esté cayendo por encima del 6,0%, que de confirmarse supondría casi 100 mil empleos turísticos menos que en 2008.



Aunque las perspectivas son desfavorables para todos los subsectores, las líneas aéreas esperan cerrar 2009 algo mejor que 2008 por la fuerte caída del coste del queroseno. Si 2008 ha sido un año de pérdidas generalizadas para ese subsector, con la excepción de aquellas aerolíneas más especializadas en el mercado emisor vacacional español y las que no contrataron coberturas del precio del petróleo y así se pudieron beneficiar de la fuerte caída de los últimos meses, en 2009 se espera mejorar los resultados a pesar de la caída de la demanda. Con alguna excepción, las principales compañías siguen optimizando sus flotas y mejorando sus niveles de eficiencia lo que les va a permitir con un precio del petróleo más bajo recuperarse del nefasto 2008.

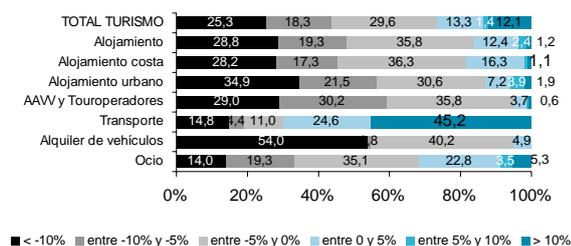
Opiniones empresariales sobre el crecimiento previsto de los beneficios en 2009 respecto a 2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Las empresas de los subsectores turísticos más perjudicados por la crisis en 2008 son los que de nuevo presentan las peores perspectivas para 2009. Casi la totalidad de las empresas de alquiler de coches (95,1%) y las agencias de viajes españolas (95,1%) y una amplia mayoría de los hoteles urbanos (87,1%) esperan nuevas caídas de sus beneficios en 2009. Lo más preocupante en el caso de las empresas de alquiler de coches y los hoteles urbanos es que la mayoría de sus empresarios, un 44,0% y un 34,9%, las cifran por encima del 10%, tras descensos similares ya registrados en 2008.

Opiniones empresariales sobre el crecimiento previsto de los beneficios en 2009 respecto a 2008 por tramos de variación porcentual



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Las empresas de ocio y especialmente los museos y monumentos y las estaciones de esquí son más optimistas para 2009, mientras los hoteles de la costa española esperan reducciones generalizadas en sus beneficios pero de menor intensidad que los hoteles urbanos. En concreto, un 81,8% de los empresarios descuentan una reducción de los beneficios, pero el mayor porcentaje (36,3%) se concentra entre los que la cifran por debajo del 5%. Estas expectativas de los hoteles vacacionales son consecuentes con lo acaecido en 2008, donde en general, los turistas han seguido disfrutando de sus vacaciones de verano, pero han recortado drásticamente el número de otros viajes y escapadas a destinos urbanos, tendencia que debiera mantenerse en 2009.