

## Valoración de resultados empresariales del verano (3º trimestre), previsiones para el 4º trimestre y cierre de 2009

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 22 de octubre de 2009

- Los meses de verano no han revertido la intensa y generalizada caída de ventas y resultados del sector turístico, donde un buen número de empresas bordean o han entrado en números rojos, en este último trimestre.
- Si bien se ha moderado algo la tasa porcentual de caída, el PIB turístico bajó en España un más que revelador -5,7% durante la temporada punta de verano, en comparación con el -6,6% del segundo trimestre.
- A costa de fuertes rebajas de precio y ofertas generalizadas para captar ventas de último minuto, la demanda interna ha respondido mejor que la externa, que ha vuelto a caer en especial la Alemana y Británica
- Dado los precios cada vez más difíciles de igualar, España sigue perdiendo cuota y posición competitiva en el segmento de Sol y Playa frente a competidores como Turquía, Túnez y Marruecos y cayendo nuestros ingresos.
- Gracias al mercado español las Comunidades del Cantábrico, La Rioja, Navarra y Cataluña han sufrido menos. Baleares y Canarias, por la caída extranjera y la de Madrid cierran con una mayor caída de resultados.
- Las expectativas para el cuarto trimestre son aún muy inciertas: Nos ratificamos en un cierre del año 2009 con una caída acumulada del -5,6% del PIB turístico, el dato más desfavorable de la década y por noveno año consecutivo con una aportación a la economía española, por debajo del promedio.
- A pesar de la negativa coyuntura internacional, las realidades de este informe exigen acelerar la aplicación de las medidas acordadas en el Consejo de Ministros monográfico de Turismo, intensificar la coordinación y eficiencia de las políticas de todas las administraciones públicas, para afrontar los urgentes cambios y reposicionamiento de gestión de nuestra oferta, promoción y logística de transporte aéreo, para salir reforzados y más competitivos de la crisis.

### A.- BALANCE DE LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DEL VERANO DE 2009 (TERCER TRIMESTRE)

- **Tal y como va veníamos anticipando en anteriores informes y en especial en el del mes de julio, los meses clave del verano de 2009 para las empresas turísticas españolas se cierran con fuertes y generalizadas caídas en sus resultados respecto a un verano de 2008 en el que se inició la desfavorable tendencia que en este ejercicio se ha acentuado.** La acelerada caída de resultados ha afectado al 88,3% de las empresas turísticas españolas de todos los subsectores. (donde un 53,5% revelan que dichas caídas han sido fuertes y afectan a un buen número de empresas que ya se encuentran o bordean los resultados negativos.) En términos generales, se trata de los registros empresariales más desfavorables de los 30 trimestres desde que EXCELTUR viene elaborando su Encuesta de Clima Turístico Empresarial.
- **Entre julio y septiembre de 2009 se han moderado muy ligeramente los ritmos de caída de la actividad turística, sin que aún se haya traducido en mejoras de ingresos o márgenes de las empresas por la intensificada “guerra de precios”** para tratar de reactivar la demanda de último minuto que ha imperado durante el verano en todos los subsectores turísticos, menos en el de alquiler de coches.
  - En la temporada punta de verano y según nuestras estimaciones, **el PIB turístico descendió en España un significativo -5,7%, aunque algo inferior -6,6%** registrada en el segundo trimestre del año. Igualmente **el Indicador de Confianza de las Empresas Turísticas Españolas (ICTUR)** que elabora EXCELTUR también **ha mejorado muy ligeramente al pasar de un valor de -64,5 en el segundo trimestre al -62,6** observado al término del mes de septiembre.
  - **La deflación de precios del sector que afecta al 80,3% de las empresas, se ha intensificado durante el verano y se sitúa por encima de la que sufre la economía española.** El Índice de Precios Hoteleros (IPH) se redujo el trimestre de verano un -5,8%, el IPC de transporte aéreo un -1,3% y el de viaje organizado un -2,0%, caídas más intensas que el -1,1% que registraba el IPC general en los mismos meses.
- **Las compañías aéreas y hoteles urbanos más vinculados al turismo de negocios, las agencias de viajes independientes y los hoteles localizados en destinos vacacionales más dependientes de la demanda extranjera son los que más han sufrido este verano. Por el contrario, las grandes empresas de alquiler de coches, gracias a la escasez de oferta de vehículos en el mercado, y los parques de ocio vinculados a la demanda española de proximidad han conseguido salvar sus resultados.**
- **El verano ha sido testigo de un repunte en volumen de la demanda nacional a destinos españoles de mayor proximidad por el recorte en el presupuesto de los viajes que se ha traducido principalmente en el predominio del vehículo privado como medio de transporte y la multiplicación de compras de último minuto para favorecerse de las sustanciales ofertas y descuentos.** Gracias a este repunte, las pernoctaciones de españoles en la oferta alojativa reglada durante julio y agosto (último dato disponible) se ha mantenido en los niveles del pasado año (-0,1%), mismo registro que el de los hoteles en el acumulado julio-septiembre con los datos que ha presentado hoy el INE. La

preferencia por destinos españoles, principalmente de la costa peninsular, ha provocado una *nueva caída de los viajes de los españoles al extranjero* (-11,1% en los pagos por turismo del Banco de España en julio).

- **La demanda extranjera hacia España no ha dado señales de reactivación en el tercer trimestre.** Los datos oficiales de llegada de turistas extranjeros muestran un descenso acumulado de un -8,0% (1,6 millones de turistas menos) de julio a septiembre de 2009 respecto al mismo trimestre de 2008, las pernoctaciones en hoteles un -8,8% (5,7 millones de pernoctaciones menos), con una caída de ingresos turísticos del exterior de -8,6% (dato de julio, último disponible de la Balanza de Pagos), que supone retroceder a los niveles del verano de hace cinco años.
- **España sigue perdiendo cuota de mercado y competitividad por precio frente a nuestros competidores del mediterráneo Oriental en el segmento de Sol y Playa.** Mientras en las comunidades autónomas españolas del mediterráneo y las islas la llegada de extranjeros ha bajado un -11,4% en el acumulado del año, Turquía, como principal competidor, ha elevado el flujo de turistas externos un 0,9%, Egipto ha sufrido más con una caída del -7,7% y los países del Magreb registran aumentos del 2,5% en el caso de Marruecos y del 0,9% en el caso de Túnez.
- **El mercado alemán y el británico siguen protagonizando por ese orden las mayores caídas en volumen de llegadas de turistas extranjeros, al que se han sumado este verano los procedentes de países del este (-22,9% en el acumulado de julio a septiembre).** Los alemanes hicieron en España casi 2 millones de pernoctaciones hoteleras menos de julio a septiembre de 2009 respecto a los mismos meses de 2008 y los británicos 1,7 millones. En sentido positivo, aunque en volúmenes absolutos aun reducidos, durante este verano de 2009 ha destacado el fuerte aumento porcentual del turismo procedente de Estados Unidos, con un aumento del 16,4% de sus pernoctaciones en hoteles.
- **Las comunidades autónomas de la Cordillera Cantábrica junto con La Rioja Navarra y Cataluña son las que han sufrido menos durante este verano de 2009, gracias al repunte del mercado español. Los empresarios de Baleares y Canarias, por la caída del turismo extranjero y los de la Comunidad de Madrid son los que cierran el verano con una mayor caída de sus resultados.**

## B.- EXPECTATIVAS PARA EL CUARTO TRIMESTRE Y CIERRE DEL AÑO 2009

- **Tras una desilusionante temporada alta y las aún muy débiles señales macroeconómicas y del mercado laboral procedentes de nuestros principales mercados, los empresarios turísticos españoles continúan sin ver claras luces de recuperación en 2009 y en general la salida de la crisis se observa todavía hoy incierta en el tiempo.** De cara al cuarto trimestre del año el 67,5% de ellos aún espera caídas de ventas respecto a un último trimestre de 2008 que ya experimentó una notable contracción. En un contexto de precios todavía a la baja el 81,3% de las empresas turísticas españolas está descontado una nueva caída de sus resultados en ese trimestre, que sólo será menos generalizada en las compañías de alquiler de coches y aquellas vinculadas al ocio (especialmente en los parques de ocio y los museos y monumentos).
- **Con estas perspectivas, no cabe esperar que varíen sustancialmente los ritmos de ajuste de costes, capacidades y plantillas observados en los últimos meses, tendencia que el 62,9% de los empresarios manifiestan se seguirá manteniendo en octubre, noviembre y diciembre.**
- **Durante el cuarto trimestre volverá a acusarse una menor propensión a las cortas escapadas propias de estos meses** ya observada en el segundo trimestre del año, a pesar de que el calendario laboral de puentes del otoño y el de las fiestas navideñas es más propicio para este tipo de viajes que el del pasado año. Sólo la comparación con un cuarto trimestre de 2008 que ya sufrió la fuerte contracción en el gasto turístico de los españoles amortiguará la intensidad de las tasas de contracción que hemos observado en los primeros nueve meses del año 2009.
- El verano se ha comportado en la línea que estimábamos en nuestro anterior informe, **lo que nos reafirma en la previsión de caída del PIB turístico del -5,6% para el conjunto de 2009**, que presentamos en el mes de abril y que reconfirmamos en julio. De cumplirse esta previsión 2009 será el año más desfavorable de la historia del turismo español desde que se dispone de estadísticas, pero lo que es más inquietante, se vuelve a constatar **un peor desempeño de la industria turística respecto al promedio de la economía española por noveno año consecutivo y sin que desde hace más de año y medio se pueda achacar al empuje de la construcción residencial, ese menor peso promedio del turismo**
- **Para el cierre del año revisamos ligeramente al alza las previsiones sobre el comportamiento del mercado nacional en sus viajes por España y a la baja el de los extranjeros.** A día de hoy esperamos que la caída de las pernoctaciones españoles para el conjunto del año 2009 sea algo más moderada (un -3,5%), mientras para los extranjeros estamos descontando una reducción del -9,2% al cierre del ejercicio, acompañada de una caída en los ingresos nominales del -8,5%.

## C.- SUGERENCIAS DE EXCELTUR ANTE LA ENCRUCIJADA COMPETITIVA EN LA QUE NOS ENCONTRAMOS

Desde la más absoluta confianza sobre las grandes oportunidades de futuro del Sector turístico español si sabemos reaccionar a tiempo para potenciar nuestros indudables recursos y atractivos y ganar posición competitiva diferencial por valor añadido, al margen de todos los condicionantes de la coyuntura socioeconómica internacional más negativa de nuestra historia reciente, el conjunto de actores públicos y privados que integran el sector turístico requieren abordar sin dilación medidas urgentes y una nueva hoja de ruta para anticiparse al escenario competitivo que bajo bases diferentes de las tradicionales, regirá cuando llegue la recuperación.

En ese sentido y en un contexto que a corto plazo observará menores recursos públicos y privados de los deseables, que exigirá de la mayor eficiencia y coordinación de medidas y actuaciones para mejorar nuestra competitividad, solicitamos:

1. **La más pronta convocatoria del Consejo Español de Turismo** para conciliar entre todas las áreas del Gobierno, Administraciones públicas, en especial las comunidades autónomas y el sector privado, una estrategia más innovadora, integral y coordinada de reposicionamiento competitivo de la oferta y marketing turístico. Se trata de ampliar la visión, alcance y prioridades de un Plan 2020 diseñado en un contexto muy distinto del actual y del nuevo – al que es más que presumible que nos enfrentemos - cuando salgamos de la crisis.

2. **La urgente puesta en marcha de todo el conjunto de medidas transversales aprobadas por el Consejo de Ministros monográfico de Turismo de Julio** y que implican a diversos Ministerios, contribuyendo a una mejora del marco competitivo para las empresas.
3. **Concretar las declaradas intenciones y prioridad del Gobierno en favor del turismo en sus próximas grandes iniciativas políticas**, para poder recuperar su papel esencial como motor de la economía española y asegurar un nuevo ciclo de prosperidad sostenible :
  - a. ***Incorporando al turismo como un sector piloto del nuevo modelo y medidas que desarrollará la Ley de Economía sostenible.***
  - b. ***Asegurando una prioritaria asignación de recursos para municipios y equipamientos turísticos en el Plan de Inversión Local para 2010.***
  - c. ***Asegurando*** en el marco del Presupuesto para 2010, las dotaciones de los diversos ministerios involucrados que hagan viable y ***puedan tomar fuerza con garantías de éxito, los ambiciosos planes piloto de reconversión integral de destinos maduros.***
  - d. ***Afrontar durante la próxima Presidencia Española de la Unión Europea nuevas iniciativas que faciliten el desarrollo del turismo a nivel europeo y por ende el receptivo español***, complementando la apuesta a favor del Turismo Social Europeo, ***acelerando la puesta en marcha de políticas tendentes a lograr “ un cielo único europeo “ con el consiguiente ahorro de costes y emisiones de CO2 .***
  - e. ***Asegurando que el turismo figure en los temas a tratar en la próxima reunión de Presidentes de Comunidades Autónomas*** con el objetivo de lograr una mejor coordinación y homogenización de las diversas Políticas y normativas Turísticas y entre ellas:
    - i. ***Propiciar una nueva política de apoyo al transporte aéreo que conjugue una visión más equitativa e integral de país y de los diversos intereses turísticos y nuevas políticas en juego a medio plazo.*** Es decir evitar subastas de incentivos “per se” entre Comunidades Autónomas o primar nuevos operadores sin considerar en toda su extensión el valor añadido y compromisos en el tiempo que aportan en los destinos, o una discriminación frente a las Compañías de red , o ante los Tour Operadores mas tradicionales que con su propia logística de transporte, han apoyado durante años nuestro desarrollo turístico, y que en éste ultimo caso dada su adquisición de múltiples servicios adicionales en los destinos vacacionales y por su capacidad de distribución externa, son aún claves para una buena mayoría de ellos.
    - ii. ***Promover una transposición homogénea por Comunidades Autónomas de la inminente Directiva Bolkestein*** aplicada a los servicios turísticos.
    - iii. ***Estimular medidas para reducir cargas y costes empresariales innecesarios , agilizando los procesos administrativos como contempla el último decreto turístico en Baleares y el mas reciente liberalizador de la Comunidad de Madrid.***
    - iv. ***Elevar la eficiencia en la gestión del gasto público a todos los niveles de las administraciones turísticas, transitando hacia modelos de gestión público privados que abarquen desde la concepción del producto turístico a sus acciones de promoción.***
    - v. ***Incentivar modelos y plataformas de integración empresarial que reduzcan las debilidades de nuestra gran atomización turística , ganando economías de escala, mayor eficiencia de gestión y mas capacidad de diversificación e internacionalización, para poder competir con mayores garantías en el nuevo escenario global.***
    - vi. ***Impulsar y consensuar nuevas políticas turísticas y estrategias de desarrollo mas sostenibles que entre otros incentiven y faciliten el depurar, absorber y/o reconvertir con las debidas garantías sociales, la sobreoferta actual en todos los subsectores empresariales turísticos, que se superpone a la de por si ya existente a nivel internacional.***