

Perspectivas Turísticas

**Valoración de resultados
empresariales del tercer trimestre
de 2009 y perspectivas para el
cuarto trimestre y el conjunto del
año**

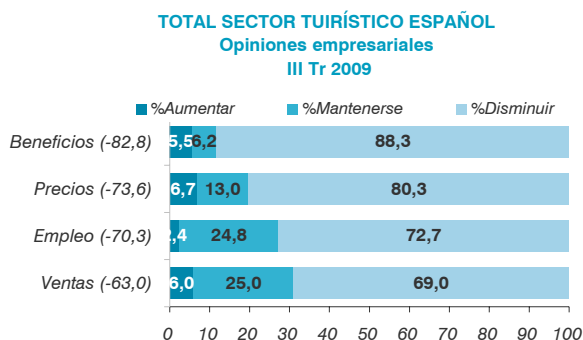
**Nº 30
22 de octubre de 2009**

El verano no revierte la intensa caída de ventas y beneficios en el sector turístico español

A. BALANCE DEL VERANO DE 2009 (TERCER TRIMESTRE)

La temporada alta se cierra para las empresas turísticas españolas con nuevas e intensas caídas en ingresos y beneficios

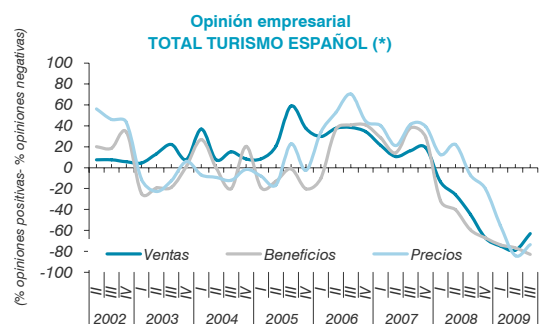
Tal y como anticipamos desde EXCELTUR en el mes de julio, los meses más importantes para las empresas turísticas españolas, que son los de verano, se han saldado con generalizadas caídas en las ventas y muy particularmente en los beneficios, por la guerra de precios que ha imperado en la práctica totalidad de subsectores relacionados con la actividad turística para tratar de captar una demanda de último minuto. El escenario de contracción económica imperante en nuestros principales mercados de turistas y su impacto sobre la realización de un número de viajes más reducido y un menor gasto en cada uno de ellos han continuado marcando a la baja el resultado de las empresas turísticas españolas en este complejo año 2009, en la que un buen número de ellas ya reflejan pérdidas.



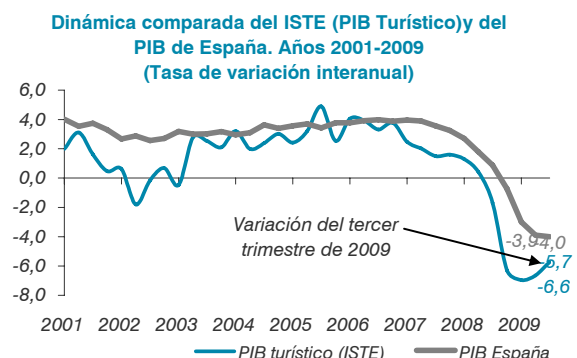
Concretamente y según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de EXCELTUR, el 69,0% de las empresas turísticas españolas han sufrido durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2009 una caída en sus ventas respecto a los mismos meses de 2008 en los que ya se empezaron a manifestar los primeros efectos de la actual crisis económica y financiera internacional.

Los ritmos de caída de la actividad turística en España se han moderado ligeramente durante el tercer trimestre

Un hecho relevante de este verano respecto al primer semestre del año 2009 ha sido la ligera menor intensidad con la que ha caído la actividad turística en España, gracias sobre todo al mejor comportamiento de los viajes de los españoles por España. Tal y como poníamos de manifiesto en el segundo trimestre, todos los indicadores disponibles reflejan que fue entonces cuando parece que el sector turístico tocó fondo, de manera que en los meses de julio, agosto y septiembre, a pesar de haberse producido crecientes y generalizadas caídas en la actividad, que se ha trasladado a las ventas de las empresas, éstas han sido algo menos intensas que las registradas de enero a junio.



Como ha sucedido en otros indicadores de otros sectores de la economía española, la comparación de los registros del tercer trimestre de 2009 con los mismos meses de 2008 en los que ya se comenzaron a observar caídas por los efectos de la crisis ha hecho que se aprecie una ligera ralentización en los ritmos de caída de la actividad. En el caso del turismo, el Indicador Sintético del Turismo de España (ISTE) que elaboramos en EXCELTUR apunta a que **durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2009 el PIB turístico descendió en España un -5,7%, lo que da muestras de la intensidad de la contracción, aunque algo inferior a la caída del -6,6% registrada en el segundo trimestre del año.**

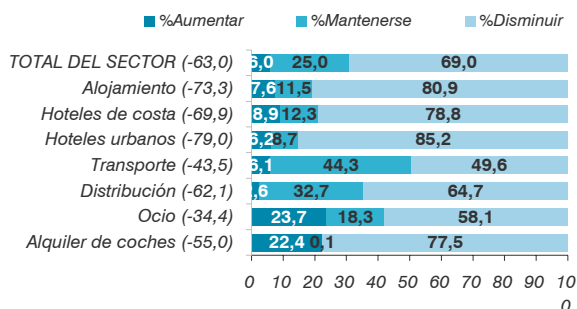


Se trata de una tendencia menos negativa que la que venía registrando en la primera mitad del año, pero todavía por debajo del descenso que registró el conjunto de la economía española en estos mismos meses del tercer trimestre, según el consenso de analistas. De cumplirse esta estimación un año más el turismo seguirá perdiendo peso

en la economía española y en este caso decreciendo por encima de la media.

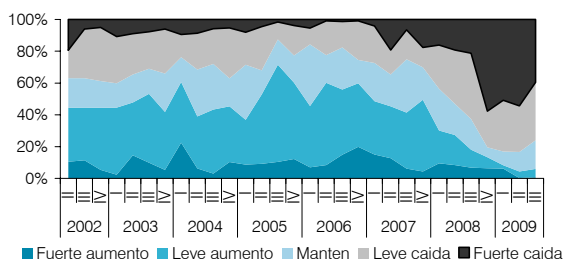
La evolución de las ventas del conjunto del sector turístico español así como los niveles de confianza empresarial reflejan igualmente la menor intensidad de caída de los volúmenes de demanda en España en los meses de verano. Concretamente, mientras en el segundo trimestre de este año el 54,3% de los empresarios turísticos españoles caracterizaron la caída de sus ventas como de fuerte, este porcentaje se ha reducido hasta el 39,5% en este tercer trimestre de verano.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas III Tr 2009

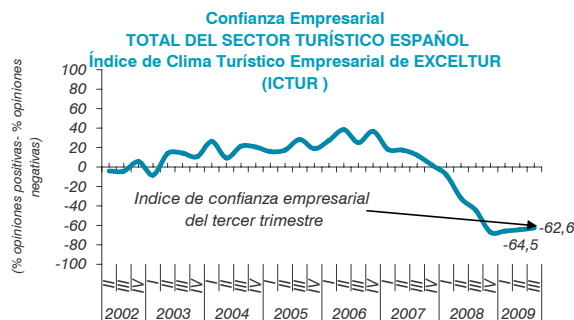


Dicho esto, no se debe perder de vista que la acumulación de caídas durante el verano de 2009, junto con las observadas ya en los mismos meses del pasado año sitúan los registros de los meses centrales de la temporada alta de 2009 por debajo de los niveles de 2005, como se refleja en términos del conjunto de pernoctaciones en alojamientos reglados (fuente INE). En otros indicadores como el de llegada de turistas elaborado por el Instituto de Estudios Turísticos, los datos de julio y septiembre se sitúan en los valores mínimos de último quinquenio.

TOTAL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL Evolución de las opiniones empresariales sobre los VENTAS 2002-2009



Por su parte, el Indicador de Confianza Empresarial de las empresas turísticas españolas (ICTUR) que elabora EXCELTUR también ha mejorado ligeramente al concluir este último trimestre correspondiente al verano algo por encima en relación con el valor que registraba en el mes de junio. El tenue incremento de la confianza de los empresarios turísticos se constata en el paso de un valor del ICTUR de -64,5 en el segundo trimestre al -62,6 registrado al término del mes de septiembre. A pesar de esta mejoría testimonial la confianza turística empresarial se sitúa dentro de los cuatro valores más bajos que ha registrado desde que comenzamos a elaborar el indicador en mayo de 2002.

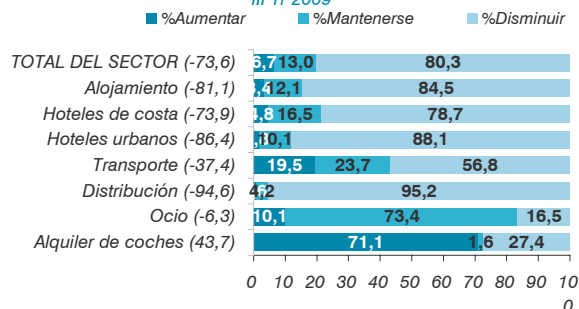


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

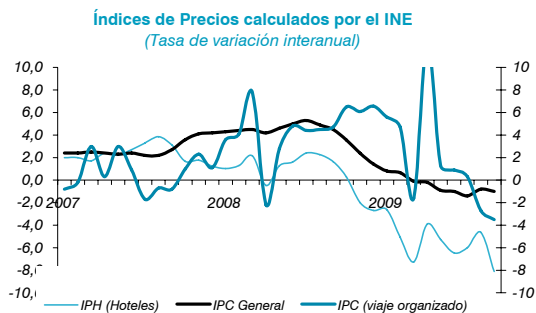
La fuerte reducción de precios para impulsar la demanda deteriora de forma generalizada e intensa los resultados empresariales en lo que son los meses más importante para las empresas turísticas

El escenario de "guerra de precios" para atraer a los turistas dispuestos a viajar que se había desatado en los meses previos al verano se ha intensificado todavía más en julio, agosto y septiembre, en todos los subsectores turísticos, salvo el de alquiler de coches, lo que ha dañado muy especialmente los márgenes y resultados finales de las empresas. El 80,3% de los empresarios declaraban a finales de septiembre haber tenido que bajar sus precios respecto a las tarifas que cobraban en el verano de 2008, con un 47,5% que declaraban estas caídas como fuertes.

Opinión empresarial sobre la evolución de los precios III Tr 2009

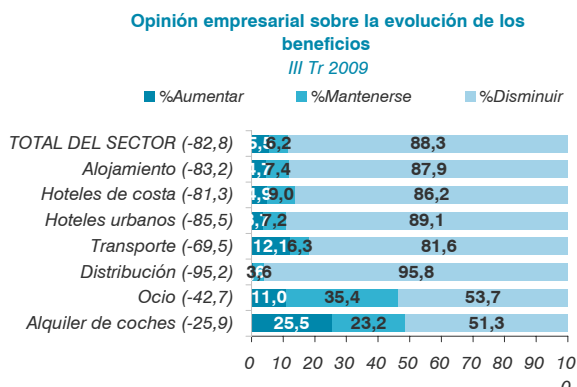


Los indicadores oficiales elaborados por el INE recogen claramente este hecho. El índice de Precios Hoteleros se reducía en el último trimestre de verano un -5,8%, mientras el IPC de transporte aéreo y de viaje organizado lo hacían a tasas del -1,3% y del -2,0%, respectivamente, en julio, agosto y septiembre. Se trata de un proceso deflacionista, el que ha vivido la industria turística, de mayor intensidad que el que ha experimentado durante estos meses la media de bienes de consumo en España. El IPC general en el tercer trimestre del año constata una caída del -1,1%, por debajo de la mencionada para las ramas directamente relacionadas con el turismo.

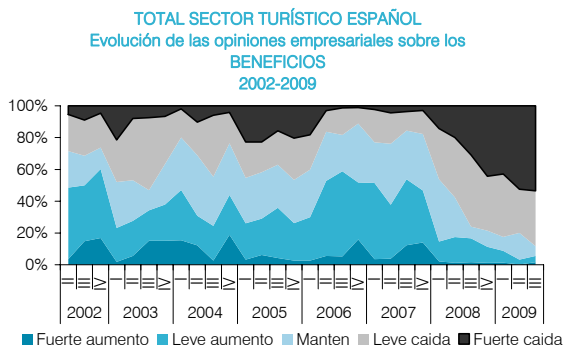


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPC e IPH, INE

Como consecuencia de ello, **los beneficios empresariales se han contraído de manera más intensa en estos meses de verano**, lo que es especialmente preocupante por cuanto es la temporada de mayor impacto en la cuenta de resultados de la mayoría de las empresas turísticas españolas. Según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico empresarial de EXCELTUR cerrada el pasado 2 de octubre, el 88,3% de las empresas turísticas españolas vieron reducir sus beneficios en el tercer trimestre de año respecto al mismo período de 2008, con un porcentaje creciente de ellas ya en números rojos.



Esta situación está en consonancia con la intensidad con la que se están resintiendo los resultados a medida que avanza el año. En los meses de verano correspondientes al tercer trimestre el 53,5% de los empresarios turísticos españoles caracterizaban como de fuerte la contracción de sus beneficios respecto al mismo período del año anterior, siendo el peor resultado desde que se elabora la encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.



Con estos resultados se justifica más que nunca la máxima atención y apoyo por parte de todas las administraciones

públicas, que en el caso de la administración central, se concretó en la positiva celebración de un Consejo de Ministros extraordinario sobre turismo a finales del mes de julio. Desde EXCELTUR ya manifestamos entonces el reconocimiento a esta señal de apoyo por parte del Gobierno al sector que, no obstante, debe venir acompañada con la mayor celeridad posible de la mayor concreción y puesta en marcha de los compromisos allí alcanzados por diversos ministerios de un gran impacto sobre la competitividad de la actividad turística.

Como prueba de ello, confiamos que la sensibilidad política que denotaba la celebración del Consejo de Ministros monográfico se plasme en las iniciativas legislativas y programas que a corto plazo se han anunciado. Concretamente esperamos que la nueva Ley de Economía Sostenible que se presentará en breve tome al turismo como sector piloto y que ello se plasme en medidas e incentivos concretos para facilitar e impulsar la adaptación a un mayor compromiso con la sostenibilidad económica, ambiental y social de nuestra industria y la evolución urgente de nuestros modelos, que desde EXCELTUR hemos venido defendiendo desde hace años.

Así mismo, desde estas páginas queremos reclamar la atención prioritaria y el mayor apoyo y visión a medio y largo plazo, así como solidaridad a corto, por parte de las comunidades autónomas, como verdaderos responsables de las competencias en materia turística y en especial las referentes a la oferta. Somos conscientes de las restricciones presupuestarias actuales en materia de gasto público, por lo que entendemos que es el momento de optar a corto plazo, por más medidas de carácter desregulatorio, que mejoren el entorno competitivo del sector y agilicen sus procesos de renovación al sector.

Medidas como el impulso a la consecución del cielo único europeo, aprovechando la presidencia española de la Unión Europea, o una transposición homogénea y con carácter liberalizador de la Directiva Bolkenstein de las comunidades autónomas, que rebajaría notablemente los costes de gestión de compañías aéreas y grupos de AA.VV, respectivamente, serían buen ejemplo de ello y podrían tener un impacto favorable para el sector aún mayor que las líneas financieras con una subvención de diferenciales de tipos de interés (Planes RENOVE – ICO).

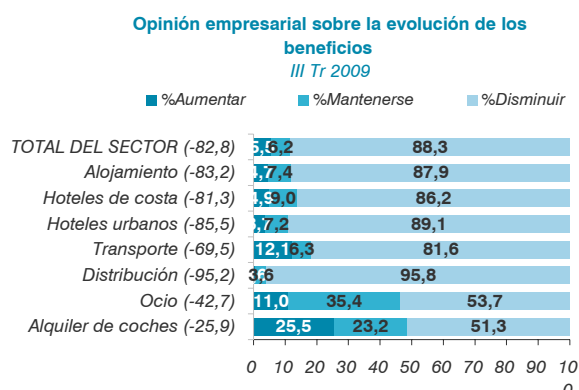
Así mismo entendemos que es el momento de impulsar iniciativas como el reciente Decreto aprobado en Baleares para dinamizar la inversión y propiciar la renovación de la planta hotelera para adaptarse a los nuevos requerimientos de la demanda sin tener que aumentar el número de plazas turísticas, en un momento donde la sobre oferta es una realidad creciente al ritmo que cae la demanda.

A más largo plazo, la situación de alta preocupación del sector debiera servir para iniciar procesos de debate y reflexión estratégica a escala autonómica sobre el posicionamiento competitivo de la oferta y los mejores modelos de gestión para llevarlos a cabo más soportados sobre nuevos esquemas de cooperación público privada. Entendemos que es el momento más oportuno para sustituir el modelo de crecimiento de la oferta que ha predominado en la última década por iniciativas más dirigidas a la revalorización de la misma a través de la inversión en nuevos atributos e instalaciones de ocio que acompañen la mejora de los espacios urbanos. Esperamos, en esta línea, que la orientación del nuevo Fondo de Inversión Local para 2010 no pierda la oportunidad de financiar estos proyectos en muchos de los municipios turísticos españoles que ya

sufren los endémicos problemas del actual sistema de financiación local.

Los hoteles urbanos, las agencias de viajes independientes y las empresas más enfocados al business travel han sido las que más han sufrido este verano

Dentro del análisis por subsectores, la caída del viajero de negocios y de la categoría de los servicios contratados como consecuencia de los drásticos programas de recorte de gastos aplicados por el conjunto de empresas españolas y europeas frente a la crisis ha **dañado especialmente los resultados de los hoteles urbanos y las compañías más dependientes de este perfil de cliente**. En el caso hotelero a esta caída se le ha unido el recorte de los gastos de escapadas por parte del turista extranjero, en mayor medida que el nacional, lo que ha provocado una bajada continuada de tarifas y una importante contracción de los ingresos y los beneficios. **Así el 89,1% de los hoteles urbanos españoles ha registrado menores beneficios que el pasado año, con un 58,6% que caracteriza de fuerte la caída**, a pesar de las políticas de contención de costes que se llevan aplicando desde finales del pasado año y que ha llevado aparejada en muchos casos el redimensionamiento de las plantillas.



Las agencias de viajes han sido las otras afectadas por el escenario de contracción del consumo de viajes. Como se analizará más en detalle en el siguiente capítulo y ya destacamos en el número de julio, la respuesta de los españoles a la crisis ha perjudicado los intereses de las empresas de distribución de viajes. El cambio de orientación hacia el disfrute de casa de familiares y amigos, el uso del coche y la preferencia por destinos de proximidad y de menor coste como los viajes de interior a zonas rurales y a las playas de la costa peninsular ha reducido la demanda de las agencias de viajes y, especialmente, de los viajes de mayor margen como los de larga distancia, las vacaciones en el Caribe, las escapadas a destinos urbanos y los viajes a los archipiélagos de Baleares y Canarias.

Como consecuencia de esta tendencia y de la generalizada guerra de tarifas que se ha vivido durante el verano por la incertidumbre provocada por el crecimiento exponencial de la venta de último minuto y la agresiva campaña de ofertas introducida por uno de los principales grupos de agencias de viajes españolas, **el 95,8% de los grandes grupos de agencias de viajes ha visto reducir sus beneficios respecto al verano de 2008**. En esta situación han comenzado a cerrar un número creciente de agencias, proceso de ajuste que se seguirá produciendo en los meses venideros y que provocará un descenso en el empleo en ese subsector.

Los hoteles de la costa y en especial los localizados en Baleares y Canarias y los más dependientes de la demanda extranjera han sufrido este verano más que los del mediterráneo peninsular, que aun con precios más bajos han limitado la caída en los ingresos gracias a unos volúmenes de demanda más cercanos a los del pasado año por la respuesta de última hora del mercado español. Como resultado, si bien la caída de los beneficios también ha sido generalizada afectando al 86,2% de los establecimientos, los que los han sufrido con mayor intensidad se han situado en el 47,6%, por debajo del 58,6% registrado en los hoteles urbanos, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.

Las compañías aéreas españolas han sufrido también las consecuencias de la menor demanda y de la reducción de las tarifas y, en consecuencia de los ingresos medios por pasajero. A pesar de las políticas de redimensionamiento de la flota por la menor demanda, que ha provocado la devolución de aviones en leasing y la posposición de la incorporación de aviones prevista, acompañada de recortes en frecuencias y rutas para concentrarlas en las más rentables, los beneficios se han reducido de manera muy importante, hasta el punto que la mayor parte de ellas ha presentado pérdidas. Sólo algunas de las especializadas en el segmento vacacional integradas en grandes grupos turísticos y las que decidieron no contratar coberturas por el precio del petróleo han podido capear el verano, llegando a registrar en algunos casos resultados mejores que los del pasado año.

Incluso **los resultados del transporte ferroviario de larga distancia**, que en lo que llevábamos de año había disfrutado del tirón de la apertura de nuevas conexiones, de la mejora de los servicios a bordo, el acortamiento de los tiempos de viaje y de la propia preferencia de la demanda como medio de transporte para trayectos peninsulares, **se han visto reducidos este verano**. En consecuencia el número de viajeros ha descendido, así como se han obtenido unos beneficios algo inferiores a los del tercer trimestre de 2008.

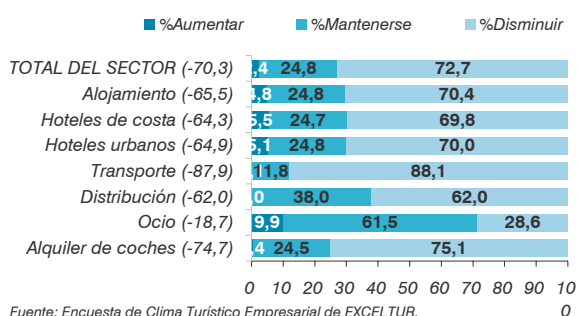
Las empresas de alquiler de coches han seguido condicionados por la atípica situación del mercado que la restricción del crédito y la contracción de la renovación de vehículos ya marcaron sus resultados en los meses de primavera. Los problemas de acceso a financiación por parte de las compañías de menor tamaño para la renovación de la flota han generado una situación de escasez de coches, que ha permitido a las de mayor tamaño y con marcas más reconocidas favorecerse de mejores precios, a pesar de la caída de la demanda. Como resultado, **el 25,5% de las empresas del subsector consiguió en este tercer trimestre de 2009 incrementar sus beneficios en relación con el mismo período de 2008**.

Un trimestre más las empresas de ocio son las que han registrado unos resultados algo mejores del conjunto del sector turístico español. Tal y como sucedió en primavera y de manera más intensa este verano, la propensión del turista español a disfrutar de sus vacaciones cerca de casa o en destinos peninsulares y el generalizado buen tiempo ha favorecido especialmente a los parques de ocio y los campos de golf, mientras los principales museos y monumentos han disfrutado de la creciente propensión del turista por complementar su estancia con visitas al patrimonio cultural cercano.

Las empresas turísticas españolas se han visto obligadas, dentro de la necesaria política de dimensionamiento a los niveles de demanda y de ingresos muy inferiores a los del

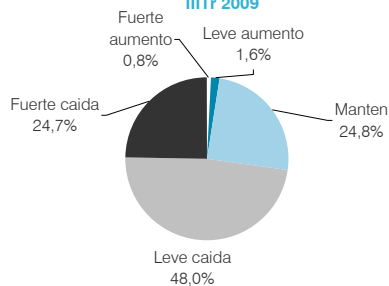
pasado año, a seguir ajustando sus plantillas. En concreto un 72,7% declaraban a la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur disponer de un nivel de empleados al cierre del mes de septiembre de 2009, por debajo del volumen de empleo que tenían por las mismas fechas el pasado año. Se trata de un porcentaje superior al 69,2% del segundo trimestre del año, lo que da muestras de la continuidad del deterioro de la actividad turística que se ha producido en este tercer trimestre.

Opinión empresarial sobre la evolución del empleo
III Tr 2009



Las cifras oficiales han recogido esta destrucción de empleo de las ramas más relacionadas con el turismo en línea con lo que desde EXCELTUR venimos alertando desde el mes de enero. Concretamente, el número de afiliados a la seguridad social en la hotelería española era en septiembre de 2009 un 7,4% inferior a la del mismo mes de 2008 y el de agencia de viajes un 5,9%, lo que supone en ambos casos ritmos de destrucción de empleo superiores al -3,4% de la media nacional.

Opinión empresarial sobre el EMPLEO
TOTAL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL
III Tr 2009



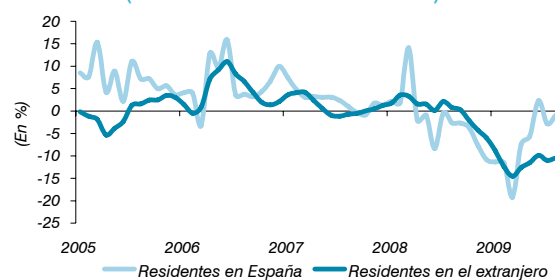
B. TENDENCIAS DE DEMANDA

Se confirma la mejor respuesta del mercado español en sus viajes por España y el mantenimiento de la contracción de la demanda extranjera en el tercer trimestre

Durante el verano se ha intensificado la tendencia que ya destacábamos en el informe del mes de julio sobre la intensa ralentización de los ritmos de caída de la demanda española en sus viajes por España y el mantenimiento de la caída de la extranjera a tasas cercanas al -10%. Como ya venimos apuntando desde el mes de abril, los meses de julio, agosto y septiembre se han visto todavía más condicionados por la

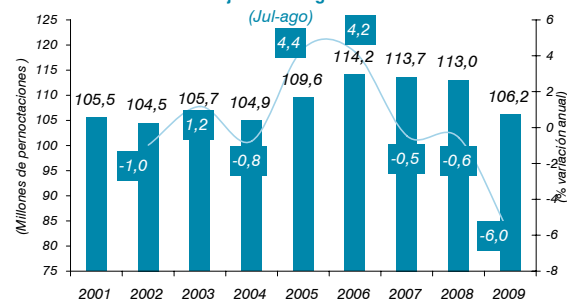
generalización en toda Europa de la tendencia a viajar a destinos interiores de proximidad o a lugares de menor coste, en respuesta a los efectos de la crisis. Como resultado, la demanda nacional medida a través de sus pernoctaciones en alojamientos reglados españoles en julio y agosto apenas ha descendido (-0,1%), mientras la extranjera ha caído un -10,7%, sin mostrar síntomas de mejoría.

Pernoctaciones en el conjunto de alojamientos reglados
2005-2009
(Tasa de variación interanual trimestral)

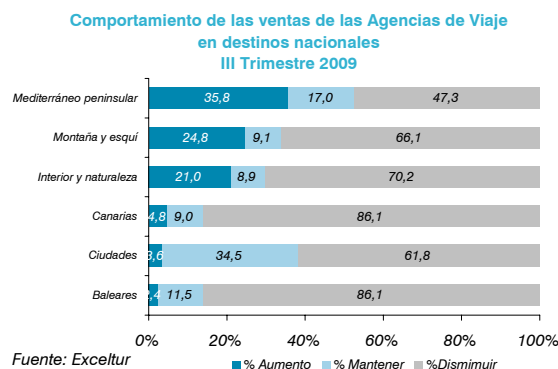
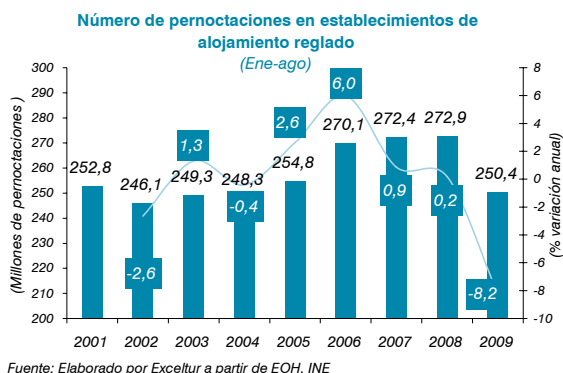


Con todo, en términos agregados la demanda turística en España se ha reducido de manera importante, según la información disponible de los indicadores oficiales. Para el conjunto de alojamientos reglados el número de pernoctaciones en el agregado de hoteles, apartamentos, campings y casas rurales ha descendido en julio y agosto un -6,0%, tasas inferiores al -9,8% de caída que registraba en el primer semestre, según el INE. Cabe Destacar, no obstante, que las 6,8 millones de pernoctaciones menos que se realizaron entre julio y agosto de 2009 en relación con los mismos meses de 2008, es casi la mitad de las 15,6 millones perdidas entre enero y junio, dado el elevado impacto que siguen teniendo estos meses de temporada alta en los resultados globales del año.

Número de pernoctaciones en establecimientos de alojamiento reglado



A pesar de algunas lecturas que tratan de justificar la intensidad de las caídas actuales al compararla con años supuestamente record en volúmenes de afluencia, el número de pernoctaciones en alojamientos reglados de este verano nos retrotrae a unos niveles algo superiores a los de 2004, valores en los que también se mantiene el acumulado del año, pero con volúmenes de oferta alojativa notablemente superiores.



B.1. Demanda española

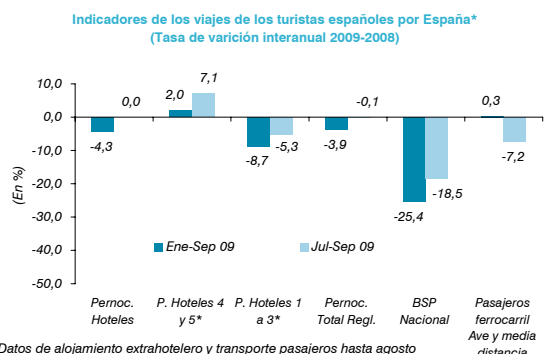
Los destinos españoles se han favorecido en verano de un cierto repunte de la demanda turística nacional que ha favorecido los viajes de proximidad y menor coste en el actual escenario de crisis

Tal y como predecíamos en julio y apuntaban las todavía escasas encuesta de hábitos de viaje disponibles en primavera, **los españoles dispuestos a viajar han elegido principalmente durante los meses de verano los destinos españoles y, dentro de éstos, los de menor coste.** Eso permite explicar la paulatina recuperación de los indicadores de volumen de demanda española a medida que se han alcanzado los meses centrales del verano. Como ya se ha mencionado, en julio y agosto sus pernoctaciones se han reducido un -0,1%, lo que supone igualar los niveles de 2008, si bien en dicho año ya había comenzado a descender la demanda nacional respecto al verano de 2007.

El repunte producido en estos meses, que según los datos de la Encuestas de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR y los datos de pernoctaciones hoteleras del INE (que reflejan una caída interanual en este mes del -3,1%) no se ha mantenido en el mes de septiembre, ha venido de la mano de la búsqueda de destinos más cercanos para limitar el impacto de los costes de transporte y reducir el presupuesto del viaje. Sólo así se explica que los destinos más favorecidos por la demanda española en este verano hayan sido las zonas de la costa peninsular y los destinos de montaña e interior en casas rurales (+0,7% en julio y agosto), mientras Baleares y Canarias han descendido un -3,1% y un -7,7% en julio y septiembre, respectivamente.

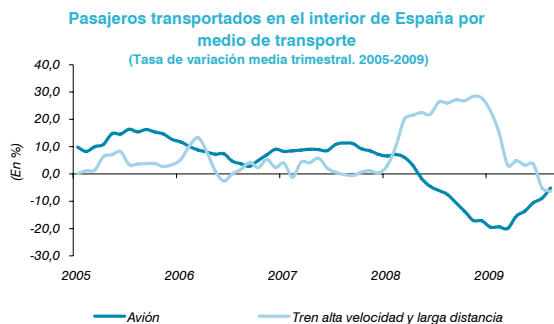
Estas cifras están en consonancia con la evolución de las ventas por destinos de los grandes grupos españoles de agencias de viajes, que recoge la Encuesta de Clima Turístico empresarial de EXCELTUR. Según esta, los productos españoles de mejor comportamiento para las agencias han sido los del mediterráneo peninsular y los de interior, mientras la ciudades y los paquetes a Baleares y Canarias han descendido de manera generalizada.

Los hoteles y dentro de estos los de mayor categoría, más relacionado con un perfil de cliente menos afectado relativamente por la destrucción de empleo y la caída de la renta disponible, son los que han absorbido la mayor parte de la demanda española. Ayudado por la ya comentada rebaja de tarifas como gancho comercial en un contexto de mayor oferta, las pernoctaciones de los españoles en los hoteles de cuatro y cinco estrellas se ha elevado un 7,1%, mientras los de categorías inferiores, se ha reducido -4,5% en los meses de julio y agosto, como consecuencia de un deslizamiento de la demanda a unas categorías superiores con precios más asequibles.



Los españoles han tendido a viajar a destinos peninsulares utilizando el principalmente el coche y aprovechando las ofertas de última hora de los establecimientos hoteleros de mayor categoría

El criterio de ahorro a la hora de viajar aplicado por los españoles y su traslación en viajes, principalmente por la península, ha venido acompañado también por un **uso mayoritario del vehículo particular para los desplazamientos.** Sólo así se explica que con una demanda similar a la del pasado año de alojamientos reglados y un mayor uso de las casas propias y de familiares y amigos, el número de pasajeros en viajes interiores tanto en ferrocarril como en avión han descendido, un -5,6% y un -3,3%, respectivamente.

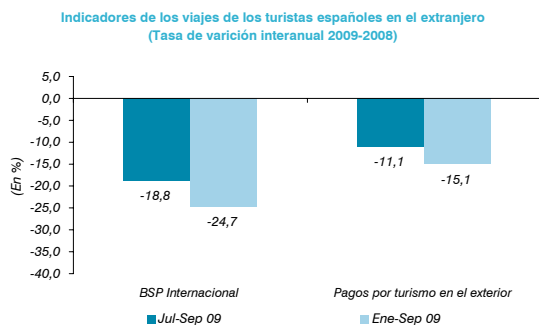


Fuente: Exceltur a partir INE

Con estos registros se ha moderado notablemente las caídas que venían registrando los pasajeros en avión durante el primer semestre del año, a lo que sin duda ha contribuido la bajada de precios, mientras por primera vez los trenes de largo recorrido empiezan a notar los efectos de la crisis. Y es que en los últimos cinco años los viajeros que han utilizado el tren en sus desplazamientos turísticos por España no han dejado de crecer, intensificándose en el último año, gracias a la apertura de nuevas líneas y conexiones de alta velocidad.

El español continúa reduciendo sus viajes al extranjero, aunque se moderan sus ritmos de caída durante el verano

La preferencia por destinos nacionales ha propiciado una intensa caída de la demanda española de viajes hacia el exterior. Todos los indicadores disponibles reflejan que el español dentro de que este verano ha viajado menos y ha gastado menos, lo ha hecho especialmente en los destinos internacionales. Tras años de fuerte aumento de la propensión a viajar fuera, el comienzo de la crisis provocó un recorte del gasto turístico y especialmente de los viajes al extranjero, tendencia que se ha mantenido durante el verano. Así el BSP (liquidación del billete aéreo) de vuelos internacionales descendió en julio y septiembre un -18,8%, mientras los pagos por turismo en el exterior con datos del Banco de España para el mes de julio (último dato disponible) se han reducido un -11,1%



Fuente: elaborado por Exceltur a partir AEDAVE y Banco de España.
(*) Pagos por turismo hasta el mes de julio

Al igual que sucede con otros indicadores, los meses de verano han servido para observar una moderación en los ritmos de caída respecto a los que registraba en el primer semestre del año. Sin embargo, esto se debe en gran medida a que se compara con un verano de 2008, donde el recorte de viajes al exterior ya comenzó a producirse. De hecho los valores de los gastos de los españoles en sus

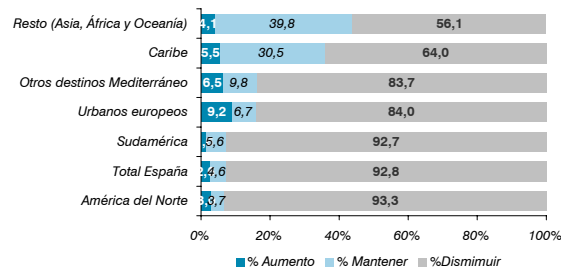
viajes al exterior con los datos oficiales hasta julio se sitúan en los niveles del año 2005.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Banco de España e IATA

Dentro de la caída generalizada de los viajes al exterior, han sido los viajes más exóticos a destinos de larga distancia (Oceanía, África o Asia), vinculados a un mayor gasto y protagonizados por estratos de población de mayor nivel de renta, lo que menos se han visto afectados. Esta es la realidad que se percibe de la información manifestada por los grandes grupos de agencias de viajes a la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur y que se puede observar en el siguiente gráfico.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos internacionales
III Trimestre 2009



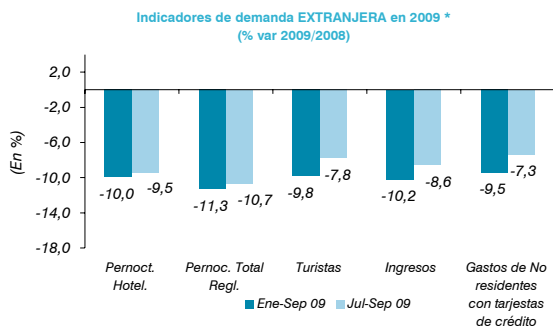
Fuente: Exceltur

La opinión derivada de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial que trimestralmente elabora Exceltur refleja cómo, salvo los viajes a destinos del Mediterráneo Peninsular, las caídas han sido generalizadas e intensas en la venta de paquetes a Canarias y Baleares, a un nivel similar a la contracción en las ventas de viajes a destinos del exterior.

B.2. Demanda extranjera

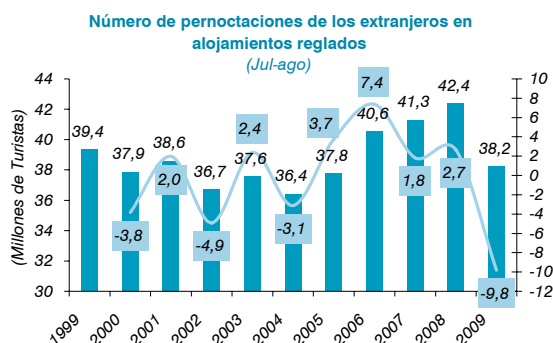
La demanda extranjera hacia España no da muestras de recuperación durante el verano

En un contexto de preferencia del turista europeo por viajes a destinos del interior, más cercanos a sus lugares de residencia, por países de un producto de menor precio como consecuencia de los efectos de la crisis sobre sus economías, los destinos españoles han salido claramente perjudicados. Todos los indicadores oficiales relativos al turismo extranjero en España han mostrado en los meses de verano fuertes caídas, sólo ligeramente más moderadas que las sufridas en los seis primeros meses del año.



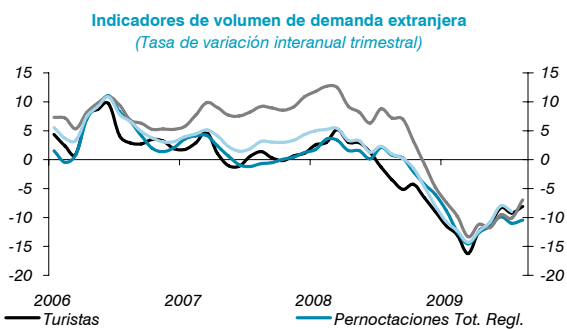
Fuente: elaborado por Exceltur a partir de INE, Banco de España, IET, SERMEPA y 4b
(* Datos de ingresos hasta julio y de alojamiento extrahotelero hasta agosto)

Tanto los niveles de volumen como de ingresos para España procedentes del turismo extranjeros se han seguido resintiendo en este tercer trimestre de 2009. Las llegadas de turistas han descendido con los datos disponibles del tercer trimestre un -7,8% mientras las pernoctaciones en el conjunto de alojamientos reglados lo han hecho un -10,7% en los meses de julio y agosto respecto al mismo período de 2008. Las cifras alcanzadas en ambos indicadores sitúan este verano de 2009 como el peor del último lustro. Por su parte, la caída de la afluencia del turismo extranjero se ha traducido en una caída de ingresos, que en el mes de julio (último datos publicado por el Banco de España) se elevaba hasta el -8,6%.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Encuestas de Ocupación del INE

La velocidad de caída de la demanda extranjera en España durante los meses de temporada alta apenas se ha ralentizado. A pesar del incentivo de las numerosas campañas de ofertas y descuentos aplicadas también a los mercados e intermediarios extranjeros, que sí ha jugado positivamente un papel en la dinamización de la demanda española, los ritmos de caída se han mantenido muy similares a los del segundo semestre, situándose todavía en torno a bajadas de dos dígitos.



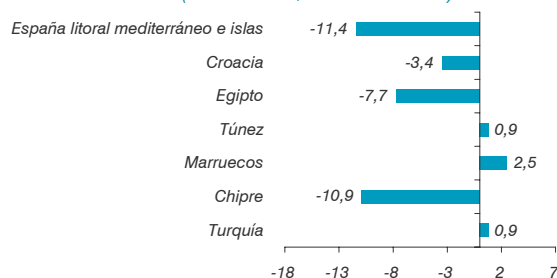
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, EOH y Balanza de Pagos.

El segmento de demanda familiar de menor renta muy sensible a la coyuntura económica ha sido, al igual que sucedió en el segundo trimestre del año, el que más ha caído en España. La tendencia a un ligero incremento de la estancia media que habíamos observado en el primer semestre del año, como vía para amortizar el mayor coste del transporte, se ha disipado durante los meses de verano, de forma que se ha recuperado la tendencia a la baja que ha venido mostrando en los últimos años. Concretamente, la estancia media en el conjunto de alojamientos reglados se ha situado en julio y agosto en 5,55 días por debajo de los 5,62 registrados en los mismos meses de 2008.

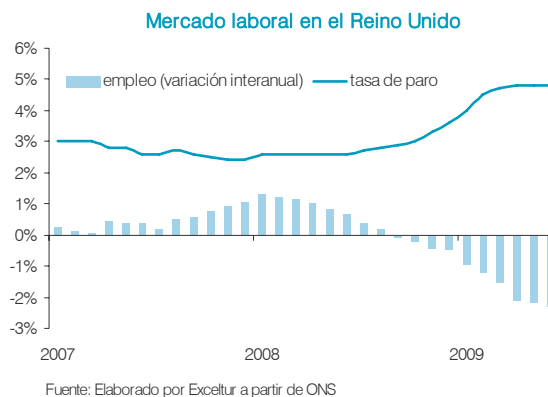
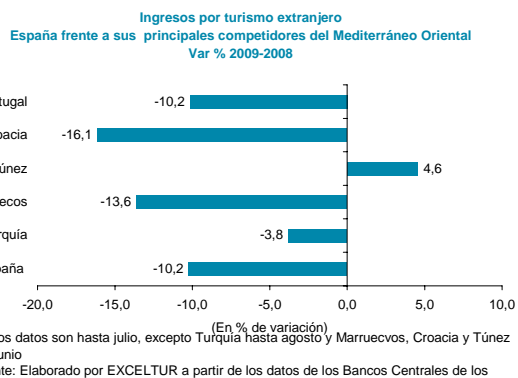
La competencia del mediterráneo oriental se comporta mejor que los destinos españoles especializados en el segmento vacacional

La mayor parte de los países mediterráneos que en esta temporada son competencia de los destinos del litoral español en el segmento vacacional se han vuelto a comportar algo mejor que los españoles en los meses de verano en términos de afluencia. La llegada de turistas a los destinos españoles del mediterráneo y los archipiélagos de Baleares y Canarias en lo que llevamos de año y con datos hasta septiembre acumula una caída superior a la que registran los países del Mediterráneo oriental para los que se dispone de información. Así, mientras en las comunidades autónomas españolas del litoral mediterráneo y las islas la llegada de turistas extranjeros ha descendido un -11,4%, Turquía, como principal competidor, ha visto aumentado el flujo de visitantes internacionales 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.

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo (% Crec. 2009/2008 acumulado*)

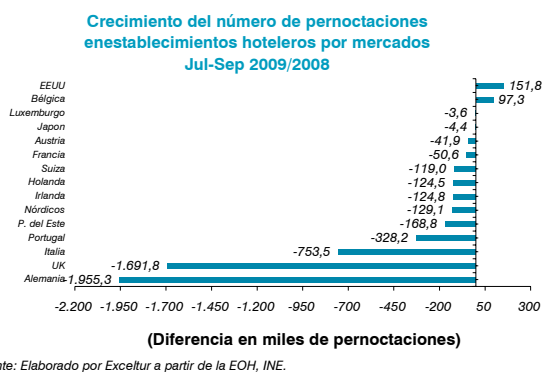


La pérdida de mercado de los destinos españoles en llegadas se reduce en términos de ingresos procedentes del turismo extranjero. Con la información de ingresos de las Balanzas de Pagos de estos países, la caída del -10,2% que acumula España se sitúa en niveles similares a los de Portugal, es algo más moderada que la de Marruecos (-13,6%) y Croacia (-16,1%), pero más intensa que la de Turquía (-3,8%) y Túnez (+4,6%).



La caída de la demanda extranjera se sigue concentrando en lo que a día de hoy son los dos principales mercados para el turismo español: Alemania y Reino Unido.

Alemania, seguida del Reino Unido, siguen explicando la mayor parte de la caída en volumen absoluto del turismo extranjero hacia España en los meses de verano. El descenso agregado de ambos mercados en julio y septiembre, por encima del -10% en ambos casos, ha supuesto la pérdida de 3,6 millones de pernoctaciones en los hoteles españoles, lo que supone más del 63% de la pérdida de demanda en estos tres meses de 2009, respecto al mismo período de 2008.



Reino Unido

La crisis económica sigue pesando sobre los resultados del turismo británico en España. La contracción del consumo de las familias británicas por el aumento del desempleo y la reducción de la renta disponible unido a la debilidad de la libra han acabado afectando a su gasto turístico. La evolución del mercado de trabajo británico refleja que se sigue destruyendo empleo (un -2,3% en junio) e incrementando la tasa de paro (en agosto aumentó una décima respecto al mes anterior, hasta el 4,9%).

Como resultado, un porcentaje elevado de ingleses ha preferido disfrutar de sus vacaciones en el propio Reino Unido, lo que se ha dejado notar en las cifras como mercado emisor. De hecho, de enero a junio de 2009, las salidas de los ingleses al extranjero ya se habían reducido un -15,6% respecto al año anterior. Los ritmos de caída en las salidas se han reducido algo en el último trimestre (-13,6%), lo cual no se ha percibido en sus volúmenes de gasto, que se han visto más afectados con un recorte del -19,8% de mayo a julio.

Viajeros y pernoctaciones hoteleras de turistas británicos

(Tasa interanual de la media trimestral)



En este contexto no sorprende que las pernoctaciones hoteleras en España hayan descendido un -10,5% interanual de julio a septiembre, cifra algo mejor que el -20,7% que acumulaban de caída en el primer semestre del año.

Viajeros y pernoctaciones hoteleras de turistas británicos

(Tasa interanual de la media trimestral)



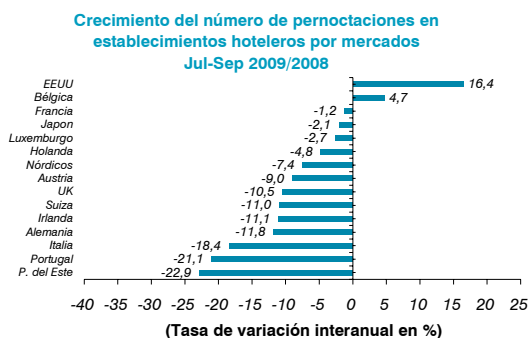
Alemania

La mala situación económica de Alemania ha seguido condicionando su comportamiento como mercado emisor y muy especialmente en este período. En el tercer trimestre la economía alemana descendió un -4,9%. Su traslación al gasto en viajes a destinos internacionales se refleja en el descenso del **-1,0% de los pagos por turismo en los meses de julio y agosto**.

La comparación este verano de la caída de los pagos por turismo con el comportamiento de los indicadores de afluencia hacia España apunta al efecto de "traslado" de alemanes hacia otros destinos más baratos. Si no, no se entiende que con una caída del gasto en viajes al exterior del -1,0% en el acumulado de julio a septiembre el número de pernoctaciones en hoteles españoles de los alemanes haya descendido un -11,8% y la llegada de turistas un -12,3%. La información de los pocos países de los que se dispone de información desagregada como es Turquía corrobora esta hipótesis. En el acumulado hasta agosto el turismo alemán se mantenía en los niveles del pasado año.

Resto de mercados

El turismo nórdico, que venía sosteniendo la afluencia en algunos destinos españoles, ha acabado viéndose afectado por la crisis y desciende un -7,4%, mientras los mercados del este con Rusia (-24,5%) a la cabeza caen han mostrado una fuerte contracción a tasas del -22,9%, según la EOH del INE.



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

En sentido positivo, aunque en volúmenes absolutos aún reducidos, durante este verano de 2009 ha destacado el fuerte aumento del turismo procedente de Estados Unidos, con un aumento del 16,4% en término de pernoctaciones hoteleras en España, que revierte así la caída del -14,9% que acumulaba hasta el mes de junio.

C. TENDENCIAS POR SECTORES

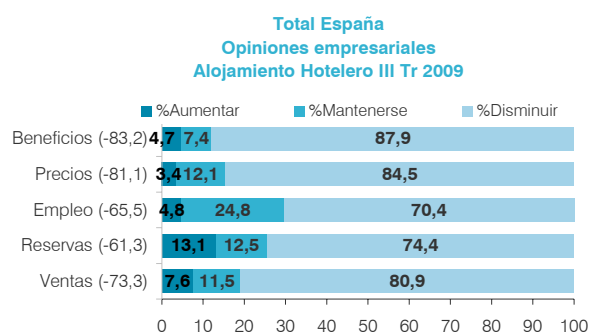
ALOJAMIENTO HOTELERO

Desfavorable balance en clave de facturación y rentabilidad empresarial en el tercer trimestre de 2009

Tal y como anticipaban los profesionales del subsector de alojamiento en el ecuador del año 2009, durante el tercer trimestre se ha prolongado la caída generalizada de los

niveles de ocupación, las ventas y la rentabilidad en los hoteles españoles, enlazando cuatro trimestres de retroceso de la facturación y márgenes empresariales lo que explica los bajos niveles de confianza entre los **empresarios hoteleros**.

El devenir de la actividad en los hoteles españoles ha estado condicionado por las adversas condiciones macroeconómicas de nuestros principales mercados emisores y en particular de los mercados alemán y británico (ver apartado de demanda). En efecto, el considerable deterioro del consumo y el gasto en servicios turísticos de nuestros mercados emisores y la caída de los precios para atraer una demanda en retroceso se ha concretado en una caída de **las ventas en el 80,9% de los hoteles españoles y un descenso interanual de los beneficios empresariales en el 87,9% de los mismos**, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur de este tercer trimestre.

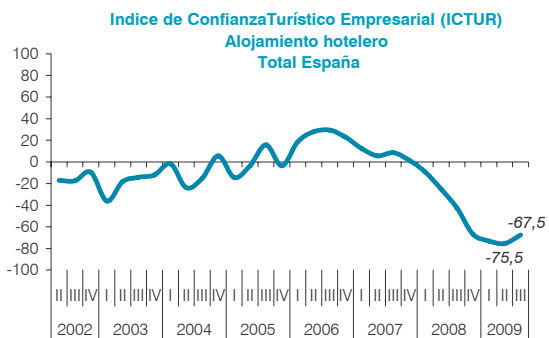


Fuente: EXCELTUR

El desfavorable balance empresarial del desempeño de los indicadores claves de seguimiento de negocio durante la temporada alta de la actividad turística en gran parte de los destinos turísticos españoles y el débil comportamiento que se anticipa de los mismos para el último trimestre de 2009 mantiene los niveles de confianza entre los profesionales del subsector hotelero en niveles muy desfavorables.

Sin perjuicio de lo anterior, se observa cierta mejora de los mínimos observados en el Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para el Alojamiento Hotelero en el primer semestre de 2009, pasando del -75,5 registrado en junio de 2009 al -67,5 en octubre del mismo año.

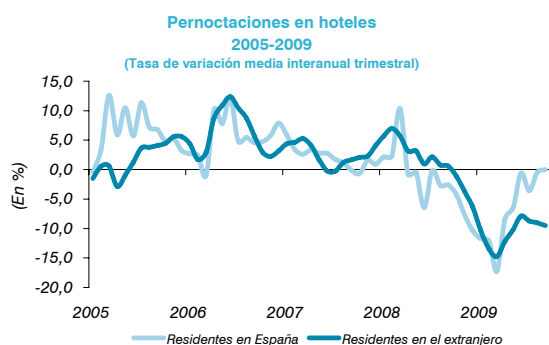
La menor intensidad en la caída de ventas y beneficios empresariales en el tercer trimestre de 2009, debido en parte a la comparación con un verano de 2008 donde ya se experimentó un desfavorable comportamiento de estas dos variables por el inicio de los primeros efectos de la crisis económica y financiera internacional sobre el consumo turístico, y la salida de la recesión económica en el corto plazo de alguno de nuestros principales mercados emisores (Alemania y Francia, ver perspectivas) explican la leve mejora de los niveles de confianza empresarial.



El retroceso de la demanda y ocupación, junto al descenso de tarifas, ha supuesto una fuerte y generalizada caída de la rentabilidad empresarial en la mayoría de los hoteles españoles en plena temporada alta turística

Ante la compleja tesitura macroeconómica imperante en todos nuestros mercados emisores en el tercer trimestre de 2009, tanto hogares como empresas han reducido el número de viajes y gasto asociado a los mismos, lo que para los hoteles en España ha supuesto una caída en la rentabilidad empresarial, en los meses de julio, agosto y septiembre, que representan para el conjunto de España el 38,0% del total de la demanda del año.

En concreto, y según los datos de la EOH del INE para el tercer trimestre, el número de pernoctaciones en estos tres meses ha sido 5,8 millones inferior a las registradas en el mismo período del año 2008 (-5,6% de caída interanual), lo que supone una caída de 16,8 millones de pernoctaciones en el acumulado anual hasta el mes de septiembre (-7,6%).

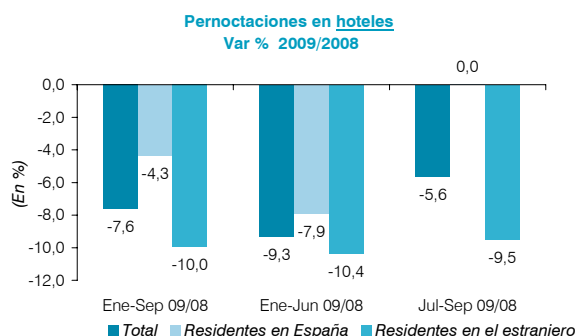


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Como se ha mencionado en el apartado de demanda las reservas de servicios hoteleros de los españoles han dado ciertos síntomas de recuperación en los meses de julio y septiembre de 2009 como se puede observar en el gráfico adjunto, sobre todo en las zonas turísticas del litoral peninsular mediterráneo y de la España Verde.

En concreto, los datos de la EOH del INE entre julio y septiembre evidencian un mantenimiento de las pernoctaciones hoteleras registradas en el tercer trimestre

de 2008 frente a la caída del -7,9% en el primer semestre de 2009.



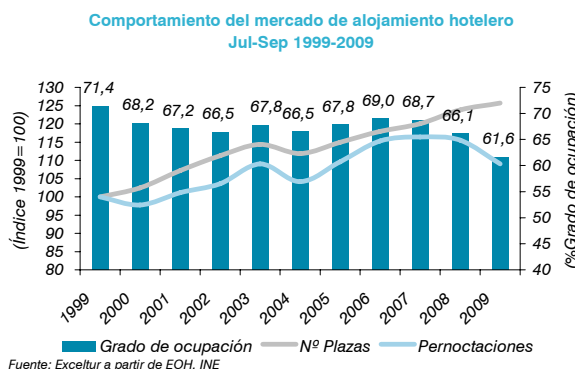
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

En lo que a las pernoctaciones hoteleras de extranjeros se refiere, se ha observado una intensa caída del -9,5% durante el período julio-septiembre de 2009 que se espera que vaya siendo cada vez menos intensa hasta finales del año debido a la comparación de unos niveles de demanda del año 2008 ya afectados por los primeros coletazos de la crisis económica en el cierre del año pasado.

Niveles mínimos de ocupación en los meses centrales del verano de 2009

Los meses de julio, agosto y septiembre de 2009 han experimentado una intensa caída en los niveles de ocupación registrando el mínimo de los últimos 10 años. En concreto, el grado de ocupación medio entre julio y septiembre de 2009 fue del 61,6%, lo que supone una caída de prácticamente 10 puntos respecto a los observados en el año 1999.

El retroceso anteriormente comentado de la demanda en el verano de 2009 junto a un 25,7% más de plazas que a comienzos de la década, 335 mil plazas más, explican este desfavorable resultado de los niveles de ocupación en los hoteles españoles.

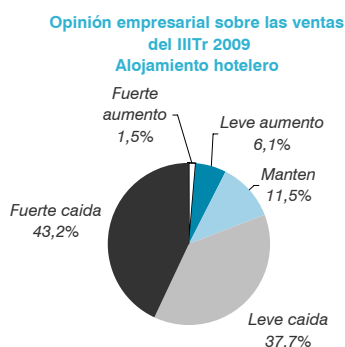


Fuente: Exceltur a partir de EOH, INE

En esta línea, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el tercer trimestre de 2009 evidencian una caída de la demanda de servicios hoteleros y de la ocupación en la mayor parte de los hoteles españoles.

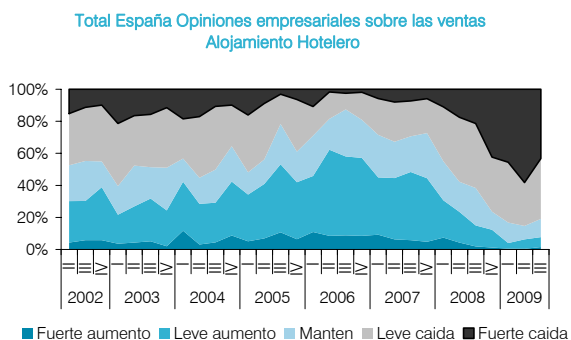
En efecto, el 43,2% y el 37,7% de los hoteleros españoles manifestaba haber sufrido fuertes y leves caídas,

respectivamente, de sus niveles de ventas entre julio y septiembre de 2009. Cabe hacerse notar que sólo en un 7,8% de los hoteles españoles se han observado ventas por encima de los niveles del tercer trimestre de 2008.



Moderación en los ritmos de caída de ventas y beneficios empresariales respecto al primer semestre de 2009

La opinión empresarial sobre el devenir de las ventas en los alojamientos hoteleros en el tercer trimestre de 2009 refleja, no obstante, una moderación en los ritmos de caída de las mismas respecto a los observados en el primer semestre de 2009, como se constata en el gráfico adjunto, confirmando los datos de pernoctaciones hoteleras de la EOH del INE. Concretamente, el porcentaje de hoteles que percibieron fuertes caídas en el tercer trimestre de 2009 fue del 43,2% frente al 58,3% del segundo trimestre del año.



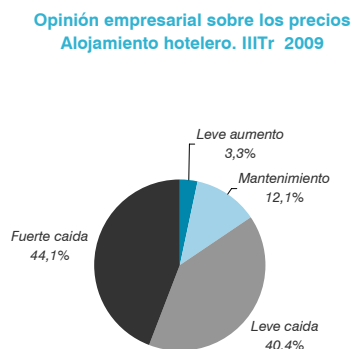
Parte de esta menor caída de la demanda entre julio y septiembre de 2009 ha sido resultado principalmente de las decisiones de contratación de servicios de última hora, sobre todo del turista español, ante las agresivas campañas de ofertas y descuentos.

Guerra de precios entre los hoteles españoles durante el verano como instrumento para garantizar ocupaciones

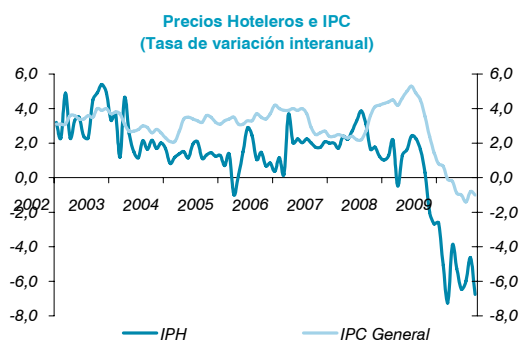
Estas estrategias comerciales para incentivar la demanda se han concretado en una intensa caída de los precios, que se ha dejado notar en los ingresos y finalmente en los beneficios empresariales durante el tercer trimestre de 2009, período que explican el grueso de la cuenta de resultados

del ejercicio, sobre todo en los hoteles vacacionales peninsulares y Baleares.

En este sentido, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revelan que los precios para el tercer trimestre de 2009 han sido inferiores a los del mismo período de 2008 en el 84,5% de los hoteles españoles, en el 44,1% de estos establecimientos estas caídas se han percibido como fuertes.

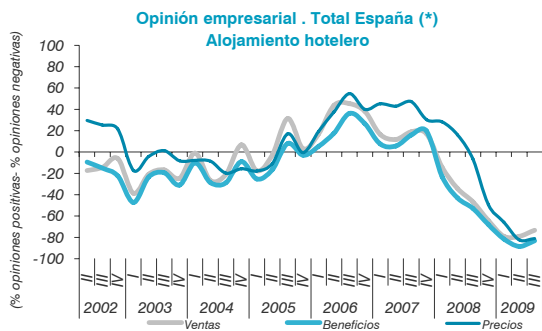


Estos resultados vienen corroborados por la evolución del Índice de Precios Hoteleros del INE en los principales meses del año turístico, julio, agosto y septiembre, que refleja una caída media interanual de los precios del -5,8%, más intensa incluso que la observada en el primer semestre el año (-5,1%).

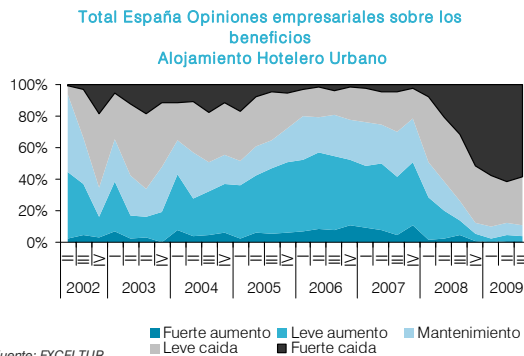


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPC, IPH (INE)

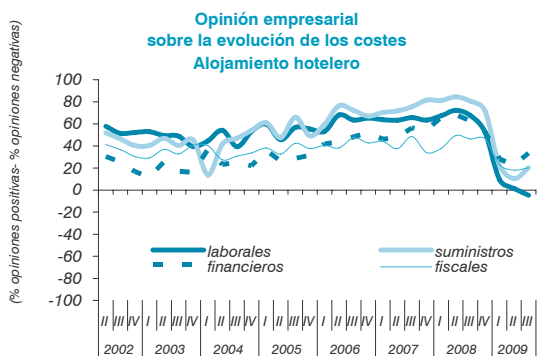
En este contexto, las intensivas políticas de contención de costes llevadas a cabo por los gestores de alojamiento hoteleros desde mediados del año 2008 no han podido paliar los menores niveles de demanda, ocupación y precios y se observa, en el tercer trimestre de 2009, una nueva reducción de los márgenes unitarios que ha propiciado una generalizada caída de los beneficios empresariales.



Fuente: EXCELTUR



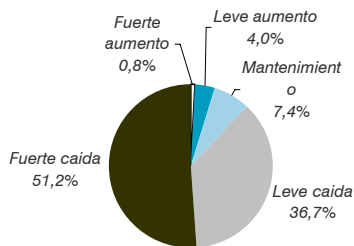
Fuente: EXCELTUR.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Así, los datos de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revelan que en el **87,9% de los establecimientos hoteleros han experimentado entre los meses de julio y septiembre de 2009 resultados inferiores a los registrados en el mismo período de 2008**. Este descenso ha sido percibido como fuerte en el 51,2% de los hoteles españoles.

Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento hotelero. III Tr 2009

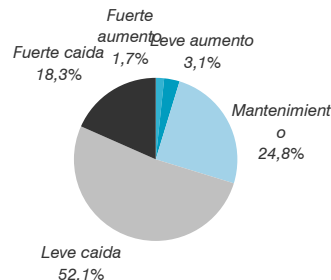


En este sentido se observa una leve moderación en los ritmos de caída de la rentabilidad empresarial que en el segundo trimestre de 2009 experimentó intensas caídas en el 62,8%. Parte de esta moderación se explica por la comparación interanual con un tercer trimestre de 2008 dónde ya se estaban registrando caídas del beneficio empresarial en el 70,2% de los establecimientos hoteleros españoles.

El retroceso observado en la actividad hotelera en el tercer trimestre de 2009 ha generado cierres anticipados de hoteles, como en Baleares, y nuevos ajustes en las plantillas y menores niveles de contratación que en años precedentes.

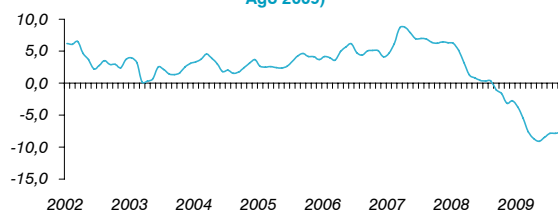
Concretamente, el empleo se ha reducido en el 67,1% de los hoteles españoles en el tercer trimestre de 2009 respecto a los niveles de los meses de julio, agosto y septiembre de 2008 según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Opinión empresarial sobre el empleo para el III Tr 2009 Alojamiento hotelero



Estos datos están en línea con la información que proporciona la EOH del INE sobre el personal ocupado en hoteles y los datos de afiliados en hoteles y otros alojamientos de Seguridad Social. En efecto, en temporada alta, período clásico de creación de empleo en el subsector hotelero, el número de personas empleadas en hoteles entre los meses de julio y septiembre de 2009 descendió un -6,3% y los datos de la Seguridad Social revelan una caída del -7,6% en el número de afiliados en esta rama de actividad en el mismo período de tiempo.

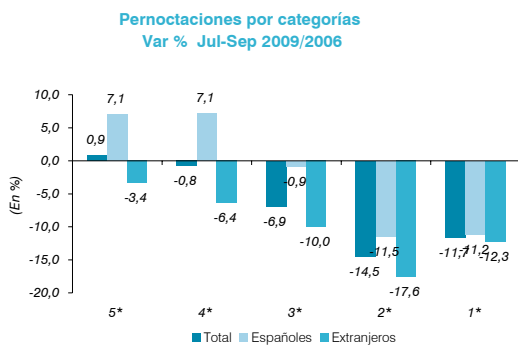
Trabajadores Afiliados a la Seguridad Social en Hoteles y Otros Alojamientos (Tasa de variación media interanual trimestral. Ene 2002- Ago 2009)



Fuente: Exceltur a partir IET

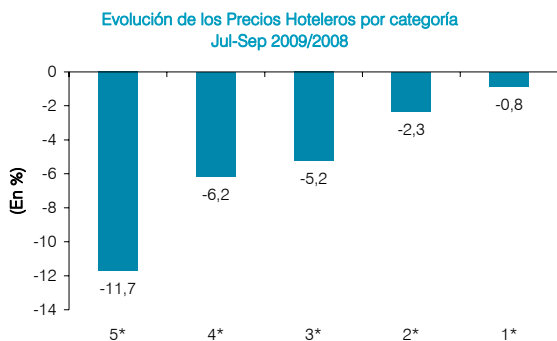
El balance empresarial ha sido más negativo en los alojamientos de inferior categoría

A tenor de la información de la EOH del INE detallada por categoría, las pernoctaciones hoteleras en alojamientos de cinco y cuatro estrellas han registrado una variación interanual del 0,9% y -0,8%, respectivamente entre julio y septiembre de 2009, debido a la demanda nacional. Mientras, los niveles de pernoctaciones en el resto de categorías han sido inferiores a los de los meses de julio y septiembre de 2008, y especialmente intensas en los de inferior categoría, como se observa en el gráfico adjunto.



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

Como ya poníamos de evidencia en el Informe Perspectivas del mes de julio y en el apartado de demanda del presente documento, este mejor desempeño de la demanda en los hoteles de categoría superior pone de manifiesto por un lado la política agresiva de precios, especialmente en los hoteles de elevada categoría, que sigue incentivando el trasvase de clientes hacia los mismos y que está mermando considerablemente sus márgenes empresariales, y por otro que son los hogares de clase media baja los que más intensamente están sufriendo la crisis y los que de manera más drástica están reduciendo su gasto turístico.



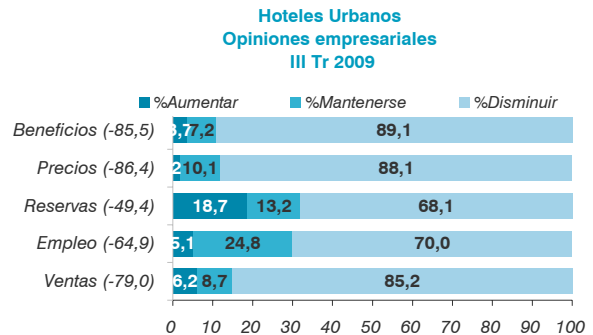
Fuente: EXCELTUR a partir EOH INE

HOTELES URBANOS

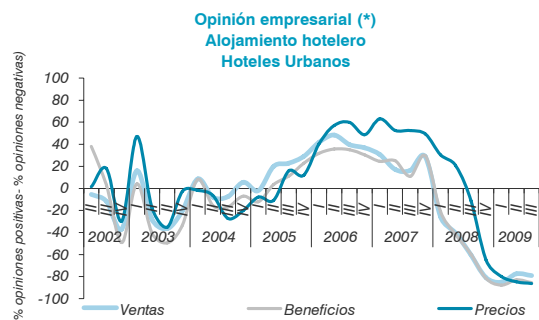
Se prolonga la moderación en los ritmos de caída de ventas en los hoteles en el tercer trimestre de 2009, sin percibirse

ninguna mejora en su rentabilidad empresarial

El balance empresarial en el tercer trimestre de 2009 de la actividad en la hotelería urbana española viene marcado por un nuevo debilitamiento de la rentabilidad. Así, en un escenario de sobreoferta en muchos de los principales destinos urbanos españoles, que ha destapado la caída de la demanda por los fuertes recortes de los presupuestos para de viajes de empresas y el menos número de escapadas del cliente particular, se ha concretado en una caída de la ocupación, de tarifas y de resultados.

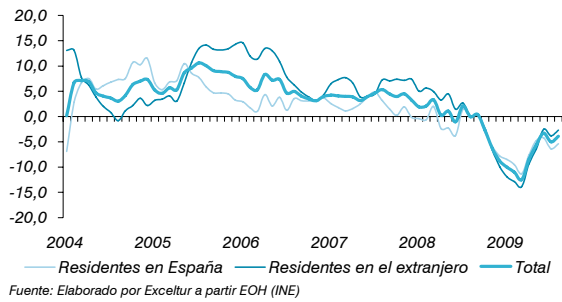


Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur cerrada el día 2 de octubre ponen de manifiesto un peor comportamiento de las ventas, la ocupación, márgenes y rentabilidad empresarial entre los meses de julio y septiembre trimestre de 2009. Sin perjuicio de lo anterior, **se observa una moderación en los ritmos de caída de las ventas sin que esto se haya trasladado en clave de rentabilidad empresarial debido fundamentalmente al desplome de precios y ocupación.**



Los datos de la EOH del INE para los destinos turísticos urbanos españoles corroboran la moderación en los ritmos de caída de la demanda nacional y extranjera en alojamiento hotelero urbano en España tal y como se aprecia en el gráfico adjunto.

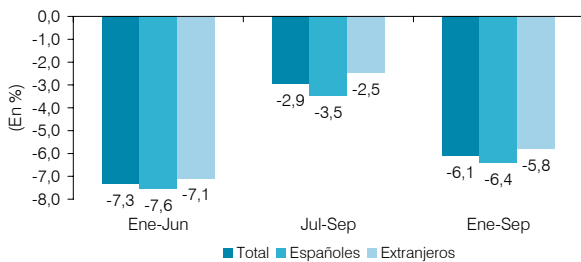
Pernoctaciones en alojamientos hoteleros capitales de provincia. Tasa de variación media trimestral. 2004-2009



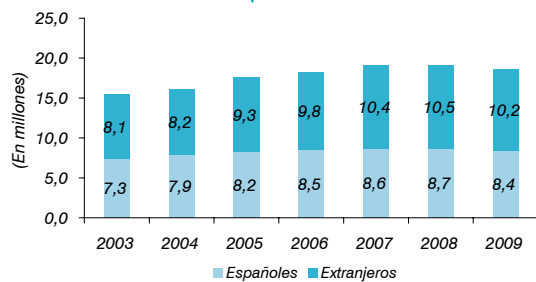
Así, las pernoctaciones hoteleras en las principales ciudades turísticas españolas han experimentado un retroceso del -2,9% entre los meses de julio y septiembre, que se aleja del descenso del -7,3% del primer semestre de 2009, pero que sigue evidenciando los efectos sobre la actividad hotelera de la reducción de las escapadas urbanas de los hogares españoles y europeos y la menor actividad del turismo de negocios, ferias y congresos.

Esta moderación en los ritmos de caída ha sido evidente tanto en la demanda española y como en la extranjera, que han pasado de tasas negativas del -7,6% y -7,1% en el acumulado anual hasta junio, al -3,5% y -2,5% en los meses de verano de 2009, respectivamente.

Pernoctaciones en alojamiento hotelero capitales de provincia Año 2009/2008



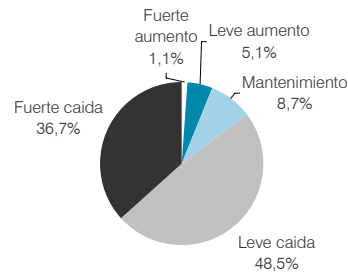
Pernoctaciones en alojamiento hotelero capitales de provincia Jul-Sep. Año 2003-2009



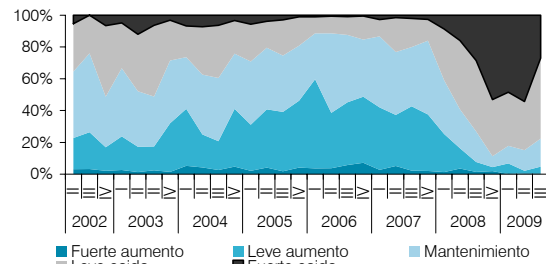
Esta continuidad en la senda de moderación de los ritmos de caída de la demanda iniciada en el segundo trimestre de 2009 ha supuesto que la valoración de las ventas del tercer trimestre de 2009 por parte de los gestores de establecimientos hoteleros urbanos sea sensiblemente mejor que la del primer semestre del año, siendo mayoritaria en cualquier caso las caídas respecto a los niveles de los meses de julio, agosto y septiembre de 2008.

Así, el 85,2% de los hoteles urbanos han registrado descensos interanuales de las ventas en el tercer trimestre de 2009, siendo estos descensos menos intensos que el registrado en los meses primaverales. De hecho, el 36,7% de los hoteles urbanos calificaban estas caídas como fuertes en el tercer trimestre de 2009, porcentaje inferior al 57% de media en el primer semestre del año, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

Opinión empresarial sobre las ventas. Alojamiento urbano. IIITr 2009



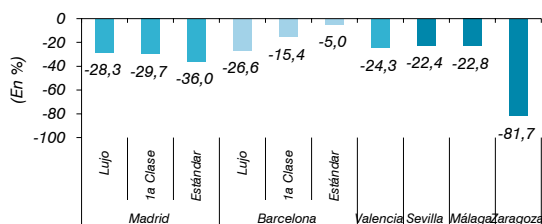
Total España Opiniones empresariales sobre las ventas Alojamiento Hotelero Urbano



Tal y como viene sucediendo desde el último trimestre de 2008, el retroceso de la demanda junto a la ya mencionada sobreoferta persistente en muchos de los destinos turísticos urbanos españoles ha propiciado una notablemente caída de los grados de ocupación en los alojamientos hoteleros urbanos y ha estimulado la drástica reducción de tarifas para intentar frenar la caída de los mismos, lo que en su conjunto ha empeorado los ya mermados ingresos unitarios por habitación.

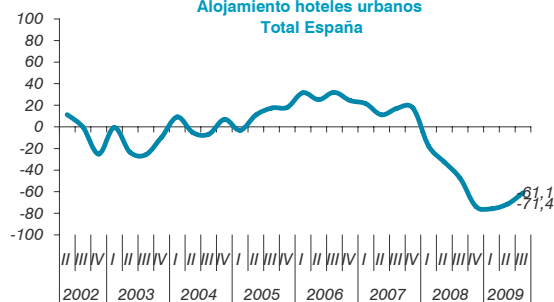
Esto se pone de evidencia igualmente con la evolución de los indicadores de precios, ocupación e ingresos por habitación disponible (REVPAR) elaborados por MHI Index para seis de las principales ciudades turísticas españolas (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Málaga y Zaragoza). En concreto, los bajos niveles de ocupación registrados respecto a los de los meses de julio y agosto de 2008 (11,8 p.p inferiores en media) y la caída de los precios (-21,6% en media) explican las intensas caídas en los ingresos medios por habitación (rentabilidad) en los hoteles de estas ciudades que se observan en el gráfico adjunto.

RevPAR: Ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos
Tasa de variación interanual. Jul-Ago 2009/2008



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir MHI Turismo

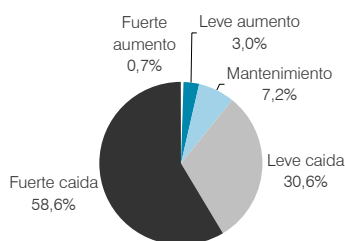
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Alojamiento hoteles urbanos
Total España



La explotación de la información de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR confirma y traslada el desfavorable desempeño de la rentabilidad hotelera de estas seis ciudades al conjunto de la hotelería urbana en estetercer trimestre de 2009. En concreto, el 89,1% de los gestores de hoteles urbanos manifiestan un descenso interanual del beneficio empresarial en el tercer trimestre de 2009, que fueron cuantificadas como fuertes en el 58,6% de los hoteles urbanos españoles.

Sin perjuicio de lo anterior, y en un escenario a medio plazo dónde siguen subsistiendo problemas de sobreoferta en los destinos turísticos urbanos españoles y ajustes presupuestarios para viajes de negocio y una menor propensión al gasto turístico de los hogares, se descuenta una nueva caída de tarifas para amortiguar el prolongado descenso de los niveles de ocupación, por lo que **no se visualiza un punto de inflexión en la senda de deterioro de los márgenes empresariales en los próximos meses.**

Opinión empresarial sobre los beneficios
Alojamiento urbano. III Tr 2009

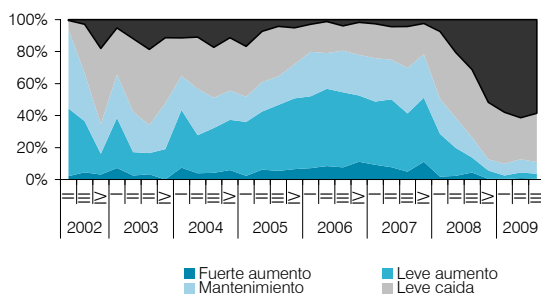


HOTELES VACACIONALES DE COSTA

Desfavorable comportamiento de los indicadores de negocio en la hotelería de costa en la temporada alta de la mayoría de los destinos vacacionales

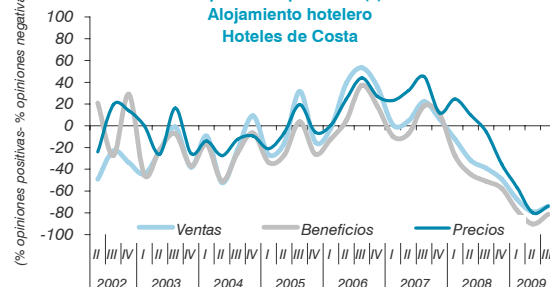
El devenir de la actividad turística en el tercer trimestre de 2009 en los principales destinos vacacionales españoles ha sido negativo. En este sentido, el balance empresarial de la actividad en el tercer trimestre de 2009 entre los gestores de alojamientos **hoteleros vacacionales es mayoritariamente desfavorable** debido a la caída por segundo año consecutivo de los niveles de demanda, la ocupación y los precios en plena temporada alta.

Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios
Alojamiento Hotelero Urbano



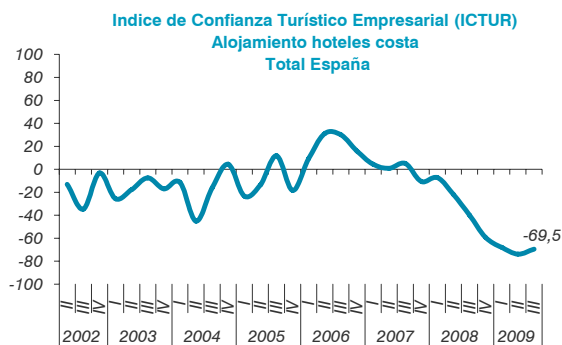
Los empresarios de la hotelería urbana española esperan que se prolongue la senda de ralentización de los ritmos de caída de la demanda en el cuarto trimestre de 2009 y en este sentido se observa cierto repunte en sus niveles de confianza empresarial. En efecto, **el Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) de EXCELTUR para el Alojamiento Hotelero Urbano a cierre del tercer trimestre de 2009 mejora su registro respecto a los de los tres trimestres anteriores.**

Opinión empresarial (*)
Alojamiento hotelero
Hoteles de Costa



La consecuente y generalizada caída de la rentabilidad empresarial en el tercer trimestre de 2009 marcará el cierre de un complejo año turístico, con un cuarto trimestre dónde no se anticipan notables mejoras en los comportamientos indicadores claves del seguimiento de la dinámica empresarial, que se concretan en unos negativos y deteriorados niveles de confianza empresarial que ya se han concretado en el cierre adelantado de hoteles de temporada.

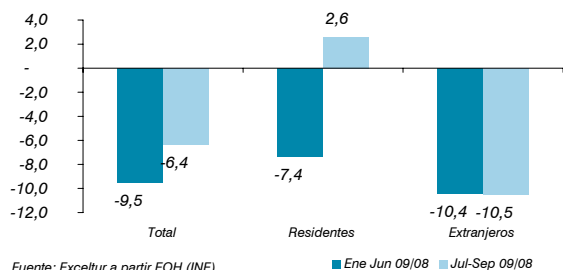
Así, el **Índice de Confianza Turístico Empresarial para los Hoteles de Costa en el tercer trimestre de 2009 se mantiene cerca del mínimo histórico** que registró en el ecuador de año.



Intenso retroceso de la demanda de servicios hoteleros en los hoteles vacacionales, especialmente en los dependientes de la demanda extranjera, en el tercer trimestre de 2009

La información de la EOH del INE para los principales meses de verano revela una caída el conjunto de pernoctaciones hoteleras en los mismos, a pesar de la recuperación de los niveles de demanda de los españoles en los destinos vacacionales del litoral peninsular, y fruto de una mayor intensidad en la caída del volumen de pernoctaciones de extranjeros. En concreto las pernoctaciones hoteleras totales en las zonas del litoral mediterráneo e islas entre los meses de julio y septiembre de 2009 descendieron un -6,4% respecto al mismo período del año 2008. El incremento interanual del 2,6% de la demanda nacional que se ha percibido en los destinos vacacionales de la península, no ha podido compensar el intenso descenso del -10,5% de la demanda extranjera.

Pernoctaciones hoteleras en zonas del litoral mediterráneo, Islas Baleares y Canarias. (En %. Tasa de variación interanual 2009/2008)

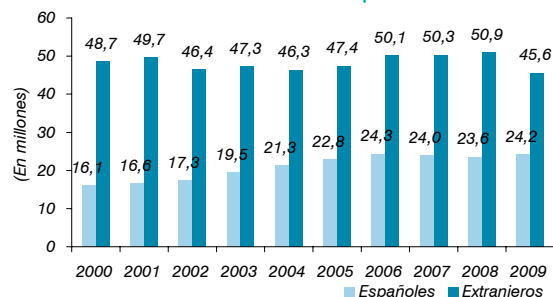


Fuente: Exceltur a partir EOH (INE)

Los 4,7 millones de pernoctaciones menos en los que resultan estas tasas vienen en gran parte explicadas por el retroceso de la demanda extranjera en las Islas Baleares y Canarias, que en agregado han registrado 3,5 millones de pernoctaciones de extranjeros menos este verano en relación a los registros de los mismos meses de 2008. En

este sentido los niveles de pernoctaciones de extranjeros en los hoteles vacacionales en España se sitúan en los mínimos observados en los últimos nueve años.

Pernoctaciones en zonas turísticas del litoral Años 2000-2009. Jul-Sep

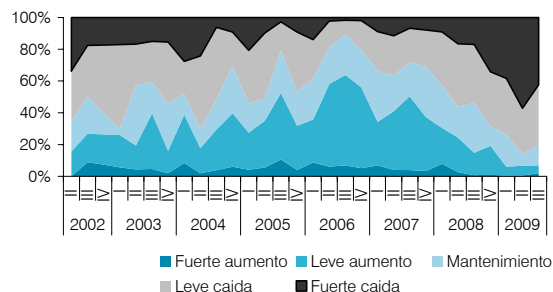


Fuente: Elaboración Exceltur a partir EOH

Mayoritario retroceso de la facturación y beneficio empresarial en los hoteles vacacionales de la costa

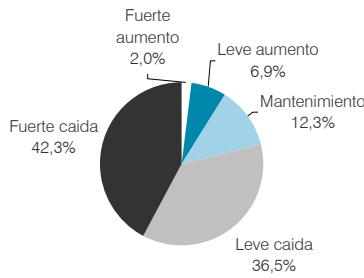
Este negativo desempeño de demanda ha resultado en una caída en los grados de ocupación en los hoteles de costa del litoral mediterráneo y archipiélagos canarios y balear y en un generalizado descenso de las ventas respecto a los niveles de los meses de julio, agosto y septiembre de 2009, lo que supone **el segundo año de caídas generalizadas de la facturación en los hoteles vacacionales de costa en la temporada clave para el cierre final del ejercicio.**

Total España Opiniones empresariales sobre las ventas Alojamiento Hotelero Costa



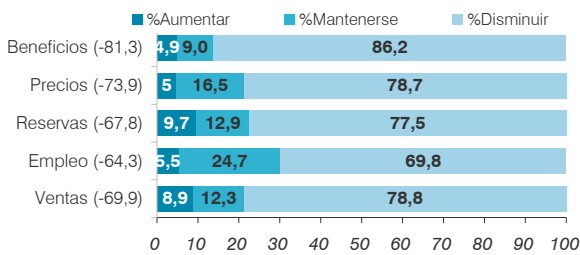
A tenor de los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur las ventas en el tercer trimestre de 2009 fueron menores que en los meses de julio, agosto y septiembre del año anterior en el 78,8% del total de establecimientos vacacionales españoles, con un 42,3% de los empresarios caracterizando estas caídas como fuertes.

Opinión empresarial sobre las ventas.
Alojamiento de costa. III Tr 2009



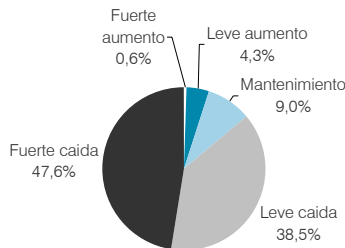
La respuesta a esta tendencia que se ha ido manifestando mes a mes ha sido la continua bajada de tarifas para garantizar ocupaciones y poder cubrir los costes fijos. Como resultados de este proceso el 78,7% de los gestores de hoteles vacacionales españoles manifestaban haber obtenido tarifas por debajo de las del verano de 2008. Este hecho se ha añadido a la propia caída de la demanda para provocar una generalizada caída de los beneficios empresariales, suponiendo para algunos de estos hoteles la entrada en pérdidas.

Hoteles de Costa
Opiniones empresariales
III Tr 2009

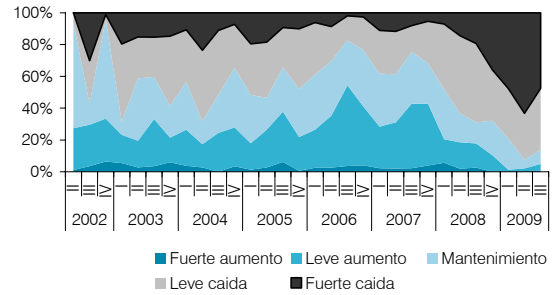


En concreto, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revela una caída de los resultados en el 86,2% de los hoteles de costa españoles, que han sido fuertes en el 47,6% de los mismos.

Opinión empresarial sobre los beneficios.
Alojamiento de costa. III Tr 2009



Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios
Alojamiento Hotelero Costa



GRANDES GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJE Y TOUOPERADORES

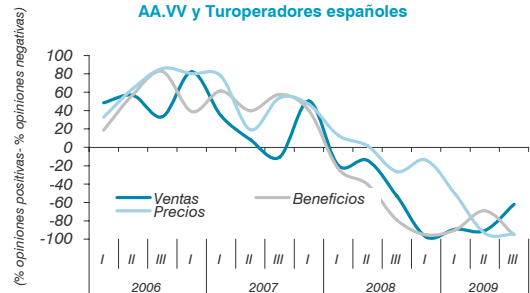
Las agencias de viajes sufren durante el verano la contracción del gasto turístico de los hogares españoles y el cambio en sus pautas de viaje como respuesta a la crisis

El complejo escenario macroeconómico en España y sus repercusiones sobre el consumo y muy especialmente sobre el empleo en el último año ha agudizado la caída de la propensión de los españoles al consumo de servicios turísticos en el verano de 2009.

En este marco, se consolida en el tercer trimestre de 2009 la tendencia observada en meses anteriores de una mayor preferencia por parte de los españoles por viajes internos y de proximidad y con menor coste como los viajes al interior, costas peninsulares y zonas rurales como respuesta a la crisis, intermediados en menor medida por las agencias, tal y como se ponía de evidencia en el apartado de demanda.

En este sentido, la caída de las ventas entre los meses de julio y septiembre de 2009 entre los grandes grupos y agencias de viajes ha sido intensa y generalizada, al igual que el uso de ofertas para comercializar el producto a última hora en plena temporada alta. Ambos factores han condicionado considerablemente a la baja la evolución de la rentabilidad empresarial de la distribución de viajes en España durante el tercer trimestre de 2009.

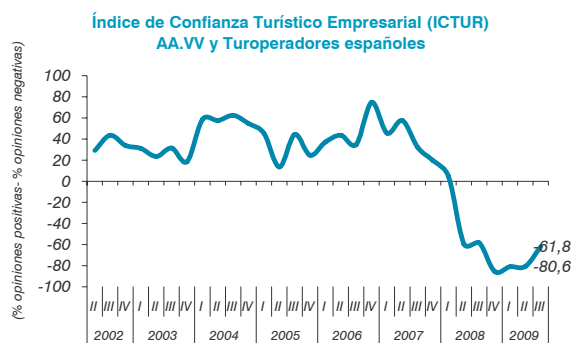
Opinión empresarial
AA.VV y Turoperadores españoles



Ante esta tesitura del mercado, las agencias han realizado durante este año 2009 fuertes políticas de reducción de costes y ajuste de capacidades, que ha determinado el cierre de múltiples oficinas y bajas del número de agencias, especialmente entre las PYMES independientes, junto a

reducciones de plantillas, y que para algunas empresas se traducirá en menores caídas en los márgenes empresariales para el cuarto trimestre.

En esta línea, los niveles de confianza empresarial en octubre de 2009 mejoran ligeramente respecto a los mínimos observados en el primer semestre del año manteniéndose aún en valores muy negativos. Así, el Índice de Confianza Turístico Empresarial de los grandes grupos de agencias de viaje y touroperadores españoles se situaba en -61,8 a cierre del tercer trimestre, lo que representa una mejora respecto al -80,6 registrado en el ecuador del año.



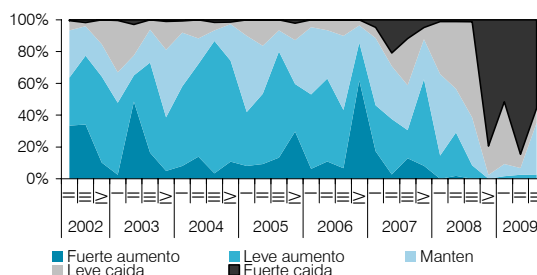
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Segundo año consecutivo de caída de las ventas de productos paquetizados de viajes a España y al extranjero

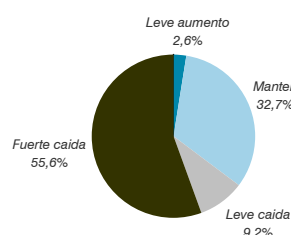
Como se ha apuntado ya, el menor número de viajes intermediados al extranjero y archipiélagos a favor de los viajes de proximidad, productos menos intermediados y con menor margen unitario asociado, ha marcado el cierre de las ventas del verano de 2009 en las grandes agencias de viajes y touroperadores.

En concreto, y a tenor de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el tercer trimestre de 2009, el 64,7% de las empresas del subsector de distribución de viajes español ha experimentado una caída interanual, la mayoría de ellas fuerte, en las ventas de los meses de julio, agosto y septiembre del año 2009 respecto los ya desfavorables resultados del mismo período de tiempo del año 2008, cerrando dos años consecutivos de caídas interanuales de los niveles de ventas en este subsector.

Total España Opiniones empresariales sobre las ventas
Grandes Agencias de Viajes y Touroperadores



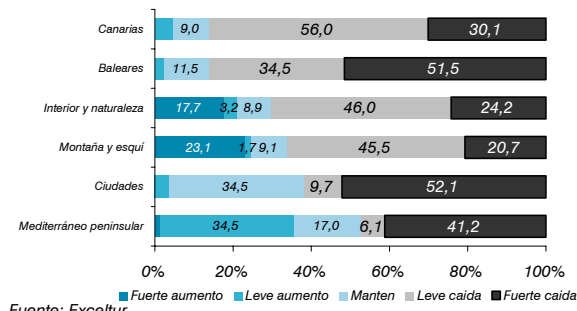
Opinión empresarial sobre las ventas
AA.VV. y Touroperadores españoles. IIIT 2009



La información detallada de las ventas por destinos de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur evidencia una fuerte caída de las ventas de las grandes agencias de viajes españoles entre julio y septiembre de 2009 en los viajes a destinos españoles insulares, escapadas a ciudades españolas y europeas y viajes al exterior de larga distancia.

El comportamiento de las ventas a destinos españoles ha sido especialmente desfavorable en las ciudades y los destinos insulares, sobre todo en Baleares. Mientras, los destinos peninsulares, más próximos y con menor gasto de transporte asociado han experimentado caídas generalizadas pero más leves en el caso de destinos de interior (naturaleza y montaña). En las ventas al mediterráneo peninsular se observa una elevada disparidad en la valoración del tercer trimestre predominando el incremento y mantenimiento de las mismas.

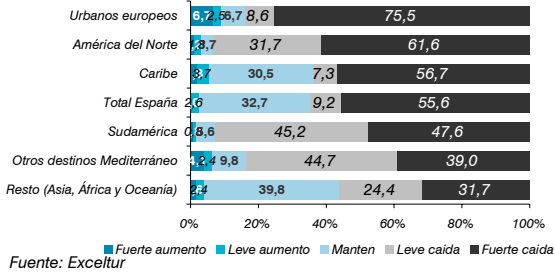
Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje
en destinos nacionales
III Trimestre 2009



En lo que hace referencia a los viajes al extranjero, el descenso de las ventas ha sido especialmente intenso en los destinos urbanos europeos. Mientras, se observa cierta ralentización en la caída de las ventas a destinos de larga distancia y más exóticos respecto a lo observado en la

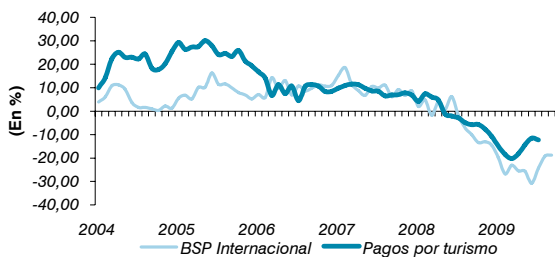
primera mitad del año, y que confirma que la contracción del gasto turístico en los perfiles de mayor capacidad adquisitiva ha sido inferior.

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje por destinos internacionales III Trimestre 2009



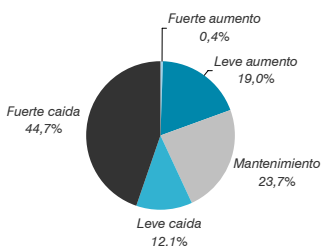
En este sentido, los pagos por turismo de los españoles en sus viajes al exterior la producción bruta de BSP como resultado de su intermediación en la venta de billete aéreo correspondiente a vuelos internacionales han experimentado una moderación en su senda de caídas. En concreto, los pagos por turismo en el mes de julio descendieron un -10,5% respecto al -16,0% observado en el primer semestre de 2009 y el BSP internacional ha pasado de una caída del -27,3% en el acumulado anual hasta junio a retrocesos del -18,8% entre julio y septiembre de 2009.

Indicadores de volumen de demanda nacional en el exterior (Tasa de variación interanual trimestral)



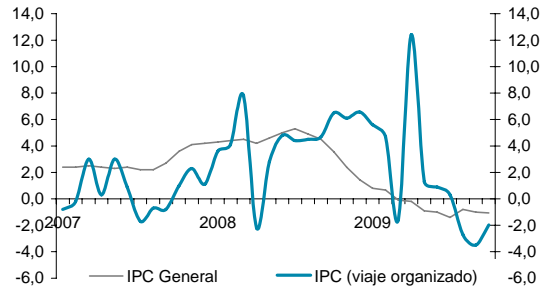
Gran parte de los volúmenes de ventas alcanzados en el verano de 2009 se han logrado por las **agresivas estrategias de descuentos y ofertas** para dinamizar la demanda fomentando **la venta anticipada y la venta de última hora**. De hecho, el 95,2% de los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles han bajado sus tarifas respecto a las del tercer trimestre de 2008, el 44,7% apuntan que la caída de los precios ha sido fuerte.

Opinión empresarial sobre los precios Empresas españolas de transporte. IIIT 2009



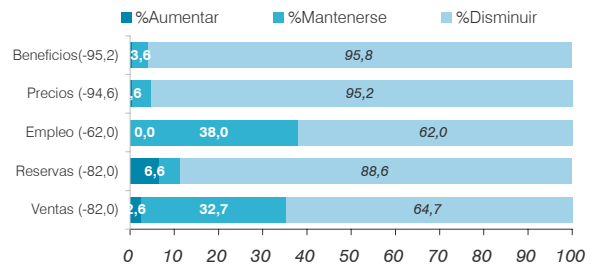
La evolución del IPC del viaje organizado que publica el INE corrobora esta tendencia y apunta a una caída media interanual del -2,7% de este índice entre los meses de julio y septiembre de 2009.

Índices de Precios calculados por el INE (Tasa de variación interanual)



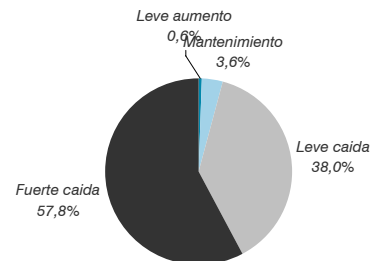
En este competitivo y complejo escenario marcado por la contracción de demanda y la generalizada caída de los precios el **deterioro de los márgenes empresariales en las grandes agencias de viajes y touroperadores españoles ha sido intenso y generalizado en el tercer trimestre de 2009.**

AA.VV. y Touroperadores españoles Opiniones empresariales III Tr 2009

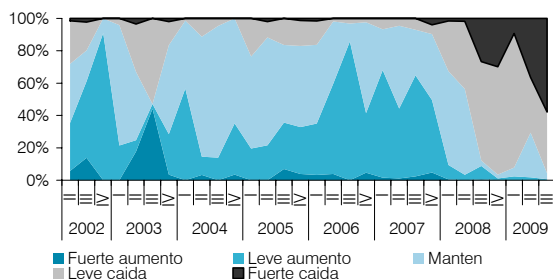


Según la Encuesta de Clima Empresarial Turístico de Exceltur el **porcentaje de los gestores de grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores que han percibido fuertes caídas de sus resultados entre los meses de julio y septiembre de 2009 ha ascendido al 57,8%.**

Opinión empresarial sobre los beneficios. AA.VV. y Touroperadores españoles. IIIT 2009



Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios
Grandes Agencias de Viajes y Touroperadores

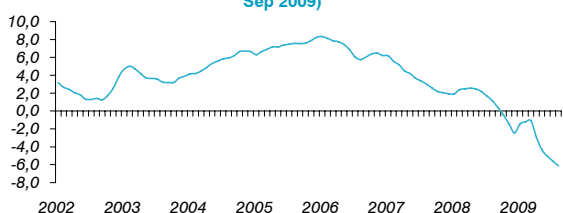


Como ya se ha apuntado, se espera que esta caída de resultados empiece a ser mitigada parcialmente por la prolongación del reajuste de oferta y capacidades en el subsector con el cierre de agencias y concentración en grandes grupos.

Este proceso de redimensionamiento del subsector se ha concretado según el Barómetro de Agencias de Viajes de Amadeus en 980 menos conectadas al sistema Amadeus, en el primer semestre de 2009, que suponen una caída interanual del -10,7%. Este descenso sitúa el parque de agencias en niveles cercanos a los de finales de 2004.

En este proceso de reajuste, el empleo en las agencias de viajes ha seguido disminuyendo en el verano de 2009. Así, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial revela una reducción del empleo en el 62,0% de las empresas del subsector en el tercer trimestre de 2009, lo que en términos de afiliados en Agencias de Viajes se ha traducido en una caída media del -6,2% entre los meses de julio y septiembre de 2009, según datos de la Seguridad Social.

Trabajadores Afiliados a la Seguridad Social en Agencias de Viajes
(Tasa de variación media interanual trimestral. Ene 2002- Sep 2009)

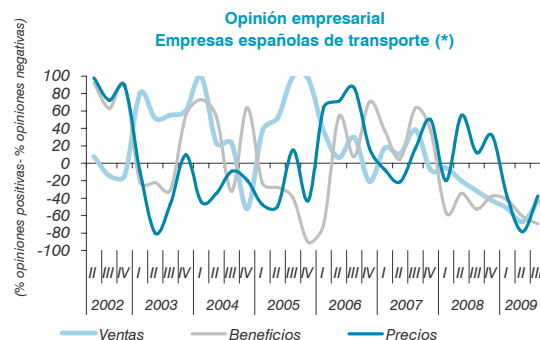


Fuente: Exceltur a partir IET

TRANSPORTE DE PASAJEROS

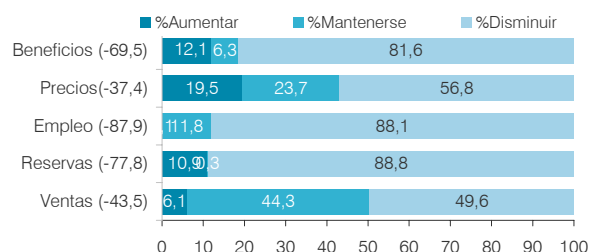
Se prolonga y acentúa el desfavorable balance empresarial en el tercer trimestre de 2009 para líneas aéreas y compañías de alquiler de coches, mientras el AVE y larga distancia de RENFE empieza a registrar caídas de demanda tras aguantar el primer semestre del año

El desfavorable desempeño de los indicadores de actividad de transporte de pasajeros y los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para el tercer trimestre de 2009 confirman la caída de la demanda de servicios de transporte de pasajeros colectivo en favor de un mayor uso del vehículo privado, que en los meses de verano ha comenzado a afectar también al tráfico de pasajeros de larga distancia y alta velocidad de RENFE.



Estos nuevos niveles de demanda prolongan en el tiempo los reajustes de capacidades en compañías aéreas y de alquiler de coches, que se trasladan de manera generalizada, y con la excepción de algunas empresas del subsector de alquiler de vehículos, en un nuevo descenso del beneficio empresarial en la temporada alta del año.

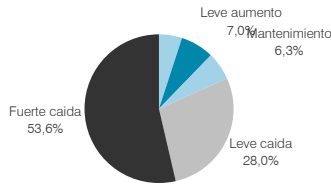
Opiniones empresariales
Empresas españolas de transporte
III Tr 2009



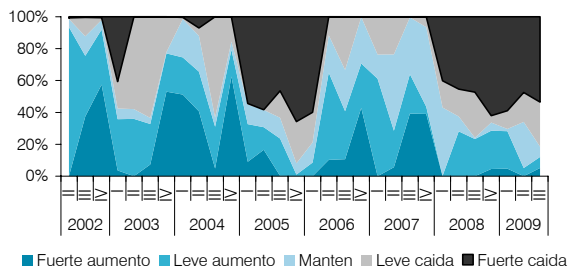
En efecto, el retroceso de la demanda, la reducción generalizada de tarifas, a pesar de los ajustes de capacidades, la menor presencia del turista business, debido a la caída en los presupuestos para viajes de las empresas, ha debilitado los ingresos medios unitarios y los márgenes en las empresas españolas de transporte de pasajeros, a pesar de las políticas de reducción de costes operativos.

Así, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revela una fuerte caída interanual de los beneficios empresariales en el tercer trimestre de 2009 en el 53,6% de las empresas de transporte españolas y una leve caída en el 28,0% de las mismas.

**Opinión empresarial sobre los beneficios.
Empresas españolas de transporte. IIIT 2009**



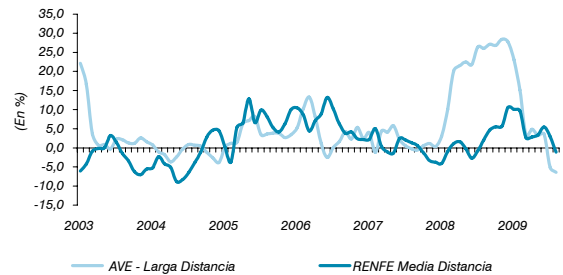
**Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios
Empresas de Transporte**



conexiones e incremento de frecuencias de alta velocidad y larga distancia, el enfriamiento del crecimiento de los pasajeros de larga distancia y alta velocidad, que ya destacábamos en el mes de julio, se ha concretado en una caída interanual de los mismos en los meses de julio y agosto de 2009.

Así, el transporte de pasajeros en trenes de alta velocidad y larga distancia en el verano de 2009 registró una caída interanual del -7,2% en el número de los mismos, lo que vuelve a poner de manifiesto la sustitución de este medio de transporte en época de crisis por el transporte de carretera, y más particularmente por el vehículo propio, en momentos de crisis.

**Demanda de transporte ferroviario. Viajeros transportados
Tasa de variación media trimestral. 2002-2009**

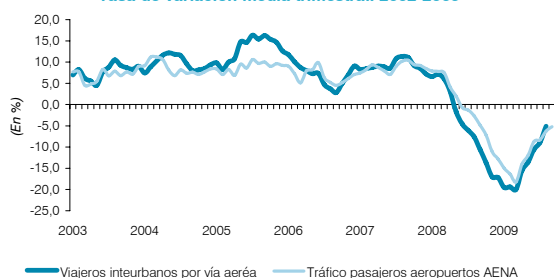


Fuente: Exceltur a partir INE.

El menor nivel de demanda de servicios de transporte se ha mantenido en los meses de verano de 2009. En el caso del transporte aéreo, los ritmos de caída se han atenuado debido a la comparación interanual de un tercer trimestre de 2009 que ya acumulaba caídas interanuales por los primeros efectos de la crisis.

Concretamente, los datos de AENA cifran la caída del tráfico aéreo en 3,2 millones de pasajeros menos en los aeropuertos españoles entre los meses de julio y septiembre de 2009. Esto supone una caída interanual del -5,2% respecto al tercer trimestre de 2008, resultado inferior a la caída interanual del -13,0% del primer semestre de 2009, debido a los niveles de partida del año 2008 que ya recogían una caída interanual del -4,9% para el tercer trimestre. Los datos del INE evidencian igualmente una caída del -3,3% en los del número de pasajeros aéreos transportados en el interior de España.

**Demanda de transporte aéreo
Tasa de variación media trimestral. 2002-2009**

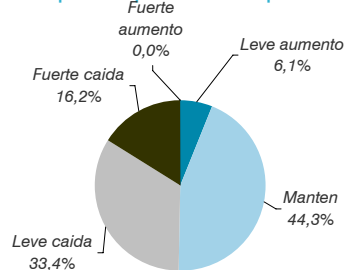


Fuente: Exceltur a partir INE y AENA.

Sin perjuicio de lo anterior, como ya se ha mencionado, se observa una menor velocidad en la caída de las ventas en el tercer trimestre de 2009 fruto de los ajustes capacidades realizados en los últimos trimestres por las aerolíneas españolas y empresas de alquiler de vehículos, la caída media de las tarifas aéreas y de unos niveles de comparación del verano de 2008 que ya registraban descensos interanuales.

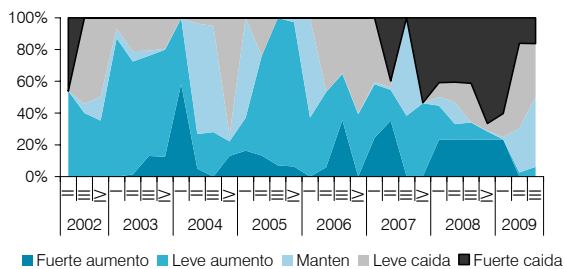
En concreto, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur la caída de las ventas entre las compañías de transporte de pasajeros españolas en el tercer trimestre de 2009 sigue siendo generalizada y leve en un mayor porcentaje (33,4%, destacando un 44,3% de empresas del subsector que han mantenido los niveles de ventas obtenidos en el tercer trimestre de 2008.

**Opinión empresarial sobre las ventas.
Empresas españolas de transporte. IIIT 2009**



Tras meses de notable crecimiento de los pasajeros de trenes por la optimización de servicios, apertura de nuevas

Total España Opiniones empresariales sobre las ventas
Empresas de Transporte

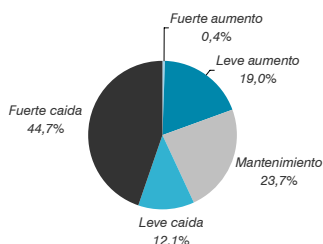


Para los últimos tres meses de 2009, sí bien se espera cierta continuidad en la paulatina senda de recuperación de la demanda, aunque queda un largo recorrido para volver a niveles similares a los de 2007, la menor presencia del turista de negocios y la elevada sensibilidad del cliente al precio, que ha supuesto un cambio en el hábito de compra de los pasajeros de clase premium y económica favoreciendo a los modelos low cost, debilita notablemente los márgenes unitarios y extiende en el tiempo la necesidad de seguir haciendo reajuste en términos de empleo para amortiguar parte de la caída de márgenes.

En este ámbito, entendemos que las ayudas al sector aéreo anunciadas recientemente por el Gobierno que consisten en la reducción de tasas aéreas dirigidas exclusivamente a aquellas empresas que garantizan un incremento en el número de pasajeros transportados apuestan y favorecen este modelo de transporte low cost debilitando y perjudicando la cadena de valor tradicional entre los actores del sector turístico, como los touroperadores, que garantiza mayores niveles de conectividad, competitividad y sostenibilidad económica y social en clave de actividad y empleo para el conjunto de los destinos vacacionales.

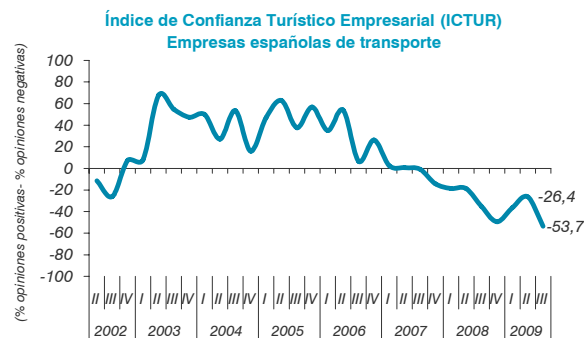
En un escenario económico donde los niveles de confianza de consumidores y empresas siguen sin recuperarse, con un elevado recorte del gasto turístico disponible y con una elevada sensibilidad a la variable precio, parte de la recuperación de la demanda ha estado favorecida por la reducción de los precios medios de las tarifas aéreas. En concreto, los precios en el tercer trimestre de 2009 estuvieron muy por debajo de los del mismo período del año anterior en el 44,7% de las empresas de transporte españolas.

Opinión empresarial sobre los precios
Empresas españolas de transporte. III Tr 2009



Bajo estas premisas, y amenazada la lenta recuperación de la demanda y el cambio de tendencia en el prolongado deterioro de márgenes unitarios y con presumibles nuevos

procesos de reajuste de capacidades en el subsector, el valor del Índice de Confianza Turístico Empresarial en el mes de octubre de 2009 para las empresas españolas de transporte de pasajeros registraba su nivel mínimo en -53,7 tras el repunte observado en el mes de junio.



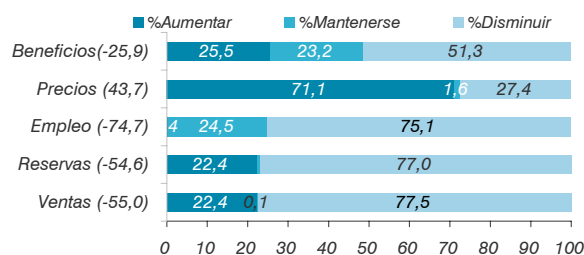
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

ALQUILER DE COCHES

Disímil balance empresarial del tercer trimestre de 2009 entre las empresas de alquiler de vehículos

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur para las empresas de alquiler de vehículos reflejan un generalizado retroceso de la demanda que en un contexto marcado por la falta de disponibilidad de vehículos en determinados destinos turísticos, debido los problemas de acceso a financiación de pequeñas compañías para la renovación de la flota, que ha beneficiado a las empresas de mayor tamaño que han alquilado sus vehículos con mayores márgenes unitarios que en el verano de 2008.

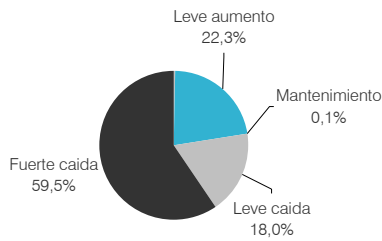
Opiniones empresariales
Empresas de alquiler de coches
III Tr 2009



Fuente: EXCELTUR

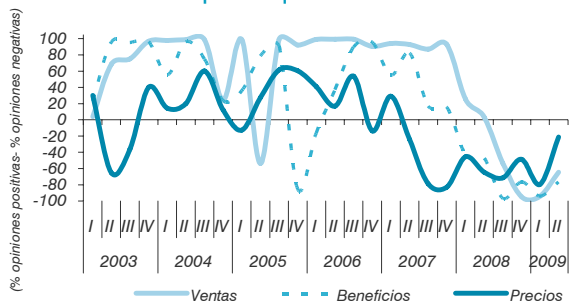
Sin perjuicio de lo anterior, el menor número de turistas en los destinos españoles y el recorte de gasto turístico observado en el verano de 2009 han provocado un retroceso interanual de las **ventas en el 77,5% de las empresas de sector entre los meses de julio y septiembre de 2009.**, que ha sido fuerte en el 59,5% de las mismas

Opinión empresarial sobre las ventas
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIIT 2009



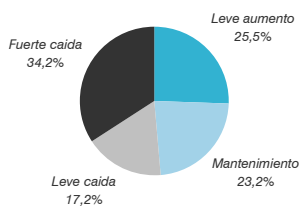
La falta de vehículos para las necesidades de la demanda anteriormente comentada ha propiciado un leve crecimiento de los precios de alquiler de vehículos en el tercer trimestre de 2009 que ha atenuado la caída del ingreso medio unitario en un porcentaje de las compañías del sector que han mantenido e incluso mejorado levemente la rentabilidad empresarial respecto a la del tercer trimestre de 2008.

Opinión empresarial
Empresas alquiler de vehículos

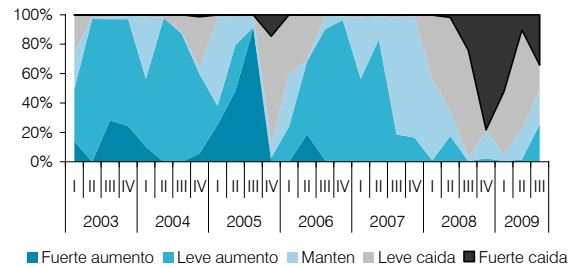


En concreto, los beneficios empresariales en el tercer trimestre de 2009 se mantuvieron en el 23,2% en niveles similares a los de 2008 y mejoraron ligeramente en el 25,5% de las mismas. En cualquier caso, existe un elevado porcentaje de empresas (51,3%) que no han tenido la capacidad, por falta de acceso a crédito, a redimensionar correctamente sus flotas que siguen registrando un desfavorable desempeño en clave de rentabilidad en el tercer trimestre de 2009.

Opinión empresarial sobre los beneficios
Empresas españolas de Alquiler de Vehículos. IIIT 2009

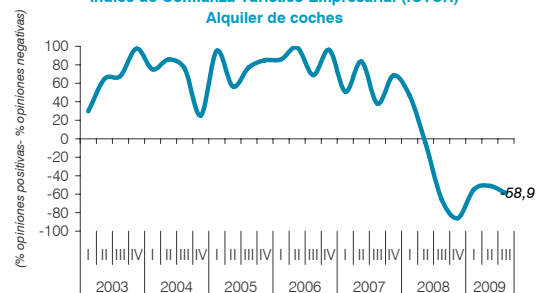


Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios
Empresas de Alquiler de Vehículos



Con un negativo comportamiento de la variable clave de negocio en temporada alta en un elevado porcentaje de las compañías y ante un cierre de ejercicio para el que no se espera una recuperación notable de la demanda de servicios de alquiler de vehículos por la contracción del gasto turístico de empresas y hogares, empeoran sensiblemente los ya negativos niveles de confianza empresarial entre los profesionales del subsector de alquiler de vehículos del primer semestre de 2009.

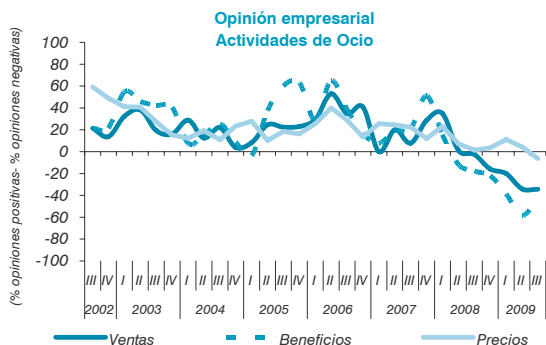
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR)
Alquiler de coches



OCIO

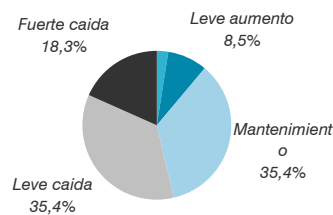
La actividad en las empresas relacionadas con el ocio se resienten en el verano de 2009

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur relativo al tercer trimestre de 2009 evidencian un empeoramiento de los principales indicadores de negocio en el subsector de ocio, sobre todo en el caso de campos de golf, y a su vez confirman la mayor resistencia los efectos de la crisis de las actividades relacionadas con el ocio, y en particular museos y monumentos y parques de ocio, favorecidos por el mayor número de viajes del turista español y por el efecto sustitución de las escapadas por el disfrute del ocio en su lugar de residencia.



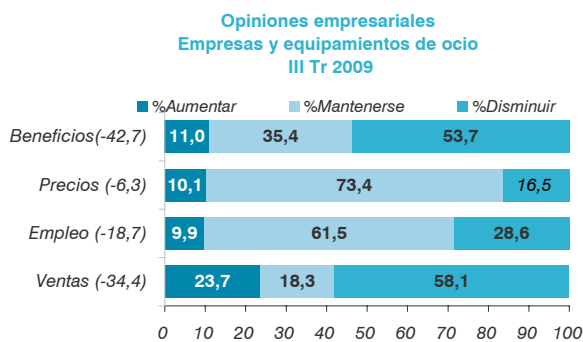
En concreto, los resultados para un porcentaje de empresas más orientadas al cliente extranjero, como son campos de golf y parques acuáticos localizados en el litoral, están en consonancia con el retroceso observado en la afluencia de llegada de turistas extranjeros y la caída de los ingresos generados por los mismos.

Opinión empresarial sobre los beneficios. Actividades de ocio. IIIT 2009



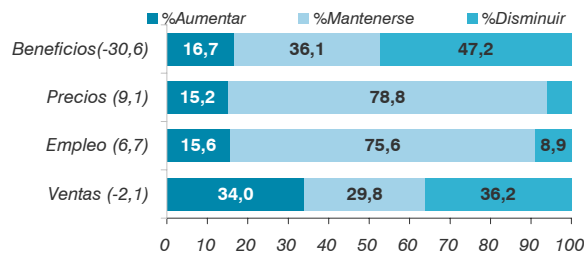
Más vinculado al mercado español y a la visita de proximidad, el segmento cultural se comporta mejor que determinados parques de ocio y campos de golf, que como ya hemos comentado han acusado notablemente el recorte del gasto turístico de los extranjeros.

En efecto, el balance de la actividad del tercer trimestre de 2009 en museos y monumentos españoles está marcado por un equilibrado balance sobre la evolución de las ventas que se torna a una caída generalizada, aunque leve del beneficio empresarial. Mientras, los campos de golf experimentan mayoritarias caídas en sus ventas y resultados respecto a los niveles del verano de 2008.

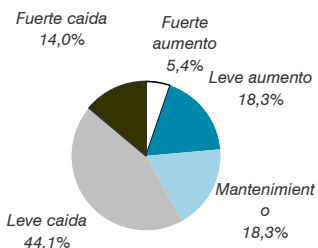


Este hecho explica la heterogeneidad en las valoraciones empresariales sobre el devenir de la actividad en el verano de 2009. Así, y con un mantenimiento generalizado precios, el 58,1% de los gestores de empresas y equipamientos de ocio revelan una caída de ventas y un 53,7% de la rentabilidad en el tercer trimestre o trimestre de 2009.

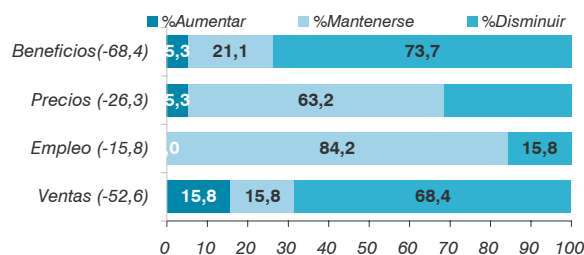
Opiniones empresariales Museos y Monumentos III Tr 2009



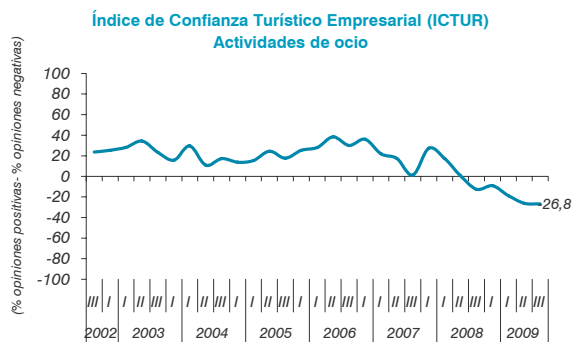
Opinión empresarial sobre las ventas. Actividades de ocio. IIIT 2009



Opiniones empresariales Campos de golf III Tr 2009

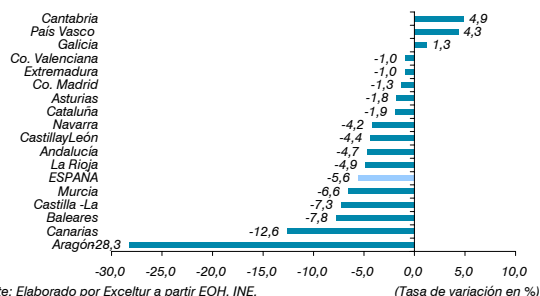


Las expectativas de cara al último trimestre de 2009 entre los profesionales del subsector de ocio se alinean con el sentimiento generalizado del conjunto del sector turístico y no anticipan que se revierta la contracción del gasto, y por tanto anticipan un generalizado y leve descenso de las ventas y beneficio empresarial en los meses de octubre, noviembre y diciembre. En esta línea, el Índice de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur para las actividades relacionadas con el ocio se reduce hasta el -26,8 en el mes de octubre del año 2009.



afirmaba haber incrementado sus beneficios en el tercer trimestre respecto a los registros de los mismos meses de 2008.

Pernoctaciones hoteleras del total de la demanda por CC.AA. de destino
Var % Jul-Sep 2009/2008



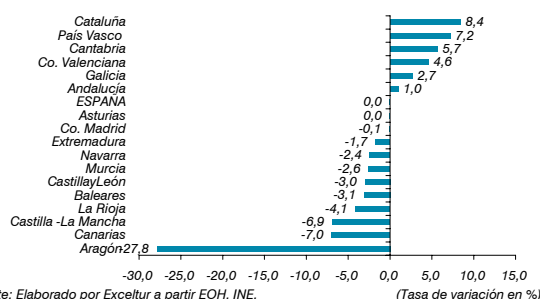
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE. (Tasa de variación en %)

D. TENDENCIAS POR DESTINOS

Las comunidades autónomas del norte junto con Cataluña son las que han sufrido menos durante este verano de 2009, gracias al repunte del mercado español.

Las comunidades de la Cordillera Cantábrica junto con Navarra y La Rioja se han beneficiado del repunte del viaje de los españoles durante el verano, gracias a su mayor dependencia del mercado nacional, lo que les ha permitido cerrar un tercer trimestre menos negativo de lo esperado. Los empresarios de Cantabria, Asturias, el País Vasco y Galicia se han visto menos afectados por la caída en sus ventas respecto a los destinos del litoral mediterráneo y las islas, así como el resto de destinos de interior. De hecho para las cuatro comunidades autónomas del cantábrico la EOH del INE refleja un aumento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros durante los meses de julio y septiembre, destacando Cantabria y el País Vasco con incrementos del 4,9% y del 4,3%, respectivamente.

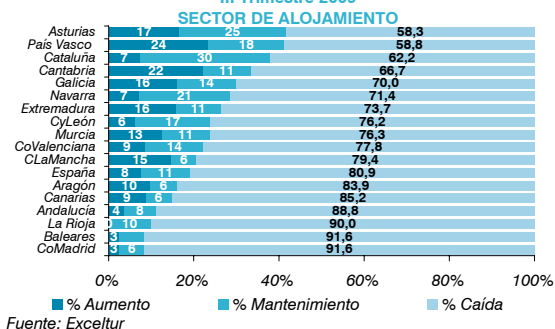
Pernoctaciones hoteleras de los ESPAÑOLES por CC.AA. de destino
Var % Jul-Sep 2009/2008



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

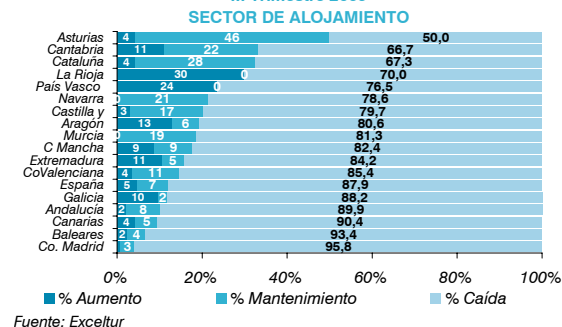
Baleares y Canarias cierran un verano con fuertes caídas en los resultados empresariales debido a la contracción de la demanda extranjera y la venta con descuento.

Opinión empresarial sobre las ventas
III Trimestre 2009



Fuente: Exceltur

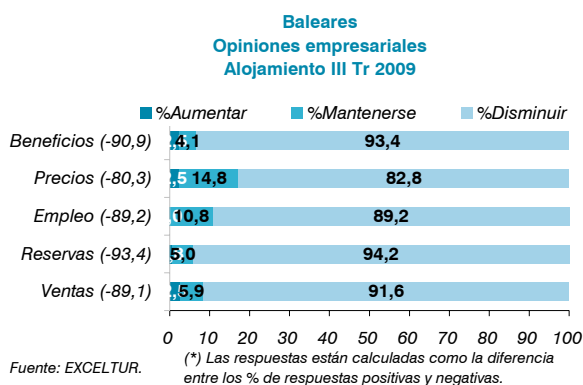
Opinión empresarial sobre los beneficios
III Trimestre 2009



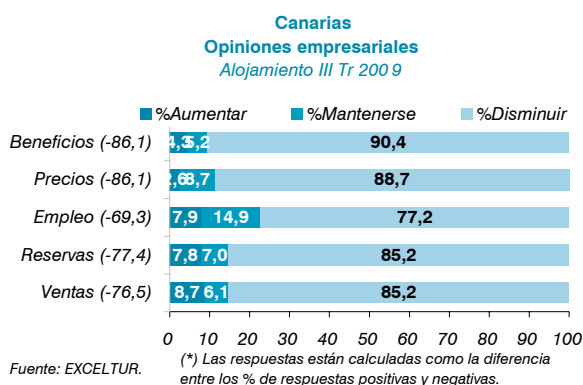
Fuente: Exceltur

De los destinos españoles de sol y playa, los peores resultados se han registrado en los archipiélagos. Baleares y Canarias han sufrido este verano los efectos de la fuerte caída del turismo extranjero (-8,4%, -1,9 millones de pernoctaciones y -15,2%, -1,5 millones de pernoctaciones, respectivamente entre julio y septiembre), acompañada de tarifas más bajas, lo que ha repercutido fuertemente a la baja en los resultados empresariales. De hecho en ambas comunidades los niveles de ocupación de los establecimientos hoteleros se han situado en mínimos históricos con precios de hace varias temporadas, factores que han provocado caídas en los REVPAR por encima del -

20,0% de media, que se han extendido por todas las islas, casi sin distinción.

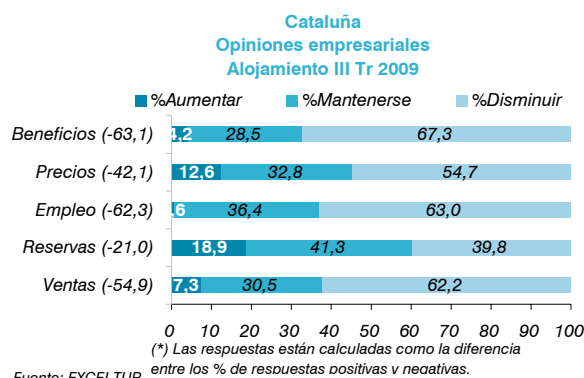


No es de extrañar que con estos condicionantes el 90,4% de los hoteles de Canarias y el 93,4% de los de Baleares hayan registrado en julio, agosto y septiembre una notable caída de sus resultados respecto a los ya malos resultados de 2008. Los ritmos de contracción han sido más intensos en Canarias que en Baleares, lo cual no deja de ser preocupante por cuanto son los meses sobre los que descansa la mayor parte de la cuenta de resultados del año para las empresas de Mallorca, Menorca e Ibiza, mientras en el caso canario todavía cabría la esperanza de recuperar parte de lo perdido en la temporada de invierno, de mostrar algún signo de mejoría la evolución de su demanda extranjera.

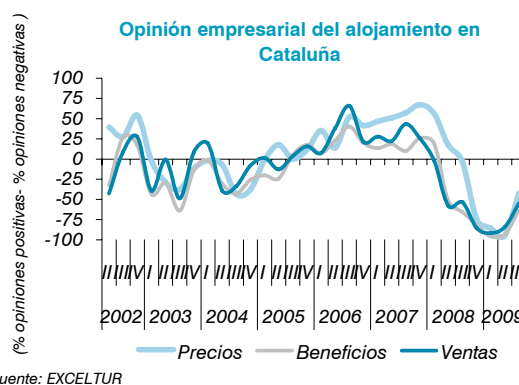


Cataluña y la Comunidad Valenciana han resistido algo mejor los meses de temporada alta por la respuesta del mercado español.

Las empresas turísticas catalanas cierran el verano muy influidas por la reducción de precios (-6,68% en media según el INE) que se han visto obligadas a aplicar para dinamizar las ventas, afectando especialmente a los hoteles urbanos y muy concretamente los localizados en Barcelona. Los destinos catalanes han sufrido menos que el resto de destinos españoles en términos de demanda, gracias a la respuesta de los viajes de los españoles, que se ha concentrado en los destinos del litoral y en la ciudad de Barcelona. Concretamente, la demanda española medida a través del número de pernoctaciones ha crecido un 8,4% en el tercer trimestre, con crecimientos por encima del 5,0% en la Costa Brava, la Costa Dorada y el Maresme.



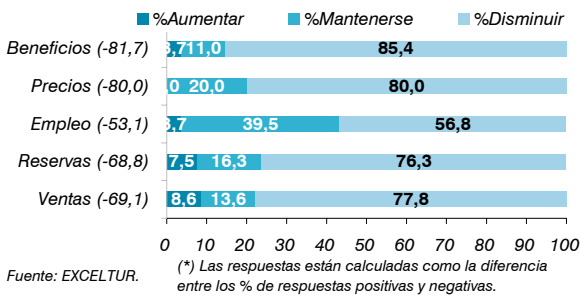
No obstante, la tradicional influencia del turismo extranjero durante los meses de verano de estas zonas y la fuerte caída registrada ha hecho que se observen caídas en el número de pernoctaciones totales de los hoteles de todos los destinos catalanes con la excepción de la ciudad de Barcelona en los meses de verano, cuyos resultados a la baja de estos meses estivales se han visto más condicionados por el estimado aumento de la oferta de plazas y la consecuente caída de tarifas para atraer demanda que se ha instaurado entre los empresarios.



La menor caída de la demanda observada en Cataluña por el ya mencionado crecimiento del turismo nacional ha permitido limitar el desfavorable impacto sobre los beneficios empresariales de este más que complejo verano de 2009. Concretamente, la reducción de resultados durante el tercer trimestre de 2009 en relación con los mismos meses del verano de 2008 ha acabado afectando al 67,3% de los establecimientos hoteleros localizados en Cataluña, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, siendo una de las comunidades autónomas que, comparativamente con el resto y dentro de unos negativos resultados, mejor ha salvado estos meses de verano.

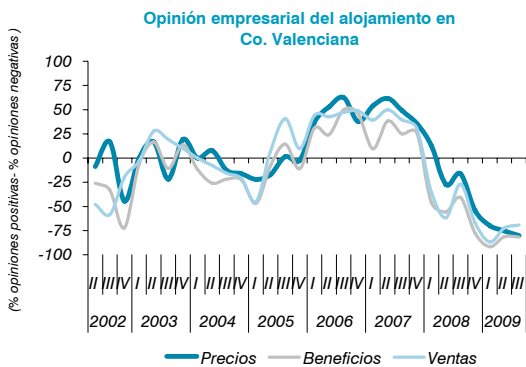
La Comunitat Valenciana ha aguantado igualmente algo mejor el verano por la respuesta del turismo nacional (+4,6% en pernoctaciones hoteleras durante julio, agosto y septiembre) a sus destinos más emblemáticos del litoral, lo que ha hecho que el conjunto de la comunidad registre un aumento de las pernoctaciones hoteleras de españoles. La Costa Blanca y dentro de ésta Benidorm ha registrado este verano de 2009 niveles de demanda algo inferiores (-1,2% entre julio y septiembre) a los del pasado año sin tener que haber reducido tanto los precios, según datos del INE.

Co. Valenciana
Opiniones empresariales
Alojamiento III Tr 2009



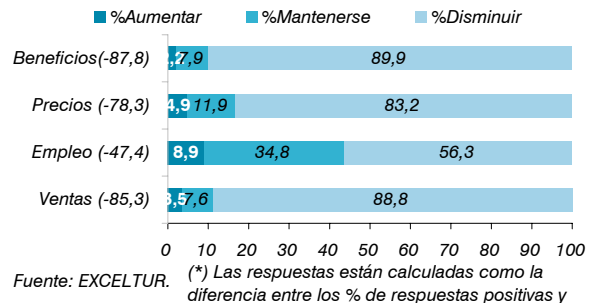
Por el contrario, las ciudades se han resentido más, con Valencia a la cabeza (-8,1%) en caída de la demanda, acompañado de una fuerte reducción de tarifas.

El menor impacto de la debilidad de la demanda no ha impedido, sin embargo, que el 85,4% de las empresas turísticas de la comunidad hayan sufrido una merma de sus resultados durante el tercer trimestre de 2009 en relación con el mismo período de 2008, según se desprende de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.

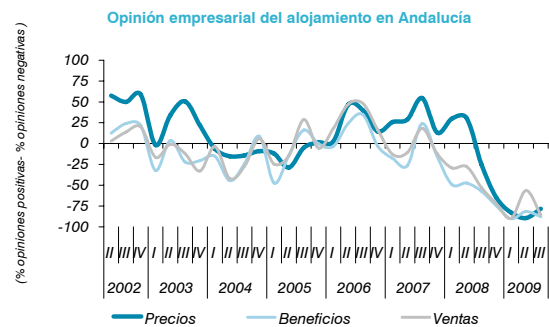


El balance del verano en Andalucía viene marcado por el razonable comportamiento de la demanda en las zonas del litoral, gracias al reiteradamente mencionado repunte del turismo español, muy inducido por rebajas en precios, en contraposición con los malos resultados registrados en sus destinos urbanos más emblemáticos. Según el INE, el número de pernотaciones en las zonas del litoral andaluz ha sido ligeramente inferior a los niveles del pasado año en julio, agosto y septiembre (-2,8%), con unos positivos resultados en Almería y Cádiz, con crecimientos del 2,1% y 0,1%, respectivamente en el número de pernотaciones hoteleras, si bien es cierto que en el caso de Almería a costa de fuertes bajadas en los precios. Por el contrario en la Costa del Sol el incremento del mercado español (+2,0%) no ha podido compensar la fuerte caída de la demanda extranjera (-12,2%), perjudicando notablemente los resultados empresariales de los hoteles localizados en su territorio.

Andalucía
Opiniones empresariales
Alojamiento III Tr 2009



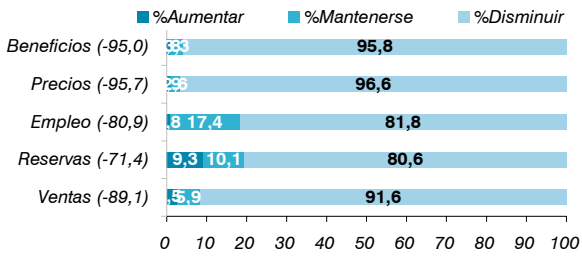
Por su parte, la evolución de los destinos urbanos andaluces en los meses estivales viene marcada por caídas generalizadas de la demanda (-11,1% en Córdoba, -5,4% en Sevilla, -3,3% en Granada o -1,7% en Málaga), acompañado de precios a la baja, que ha provocado unos beneficios muy por debajo de los de 2008 en este tercer trimestre.



El balance negativo de los destinos urbanos y de algunas zonas del litoral explica que el 89,9% de los empresarios turísticos de la comunidad hayan registrado una caída en sus niveles de beneficios en relación con los alcanzados en el tercer trimestre de 2008.

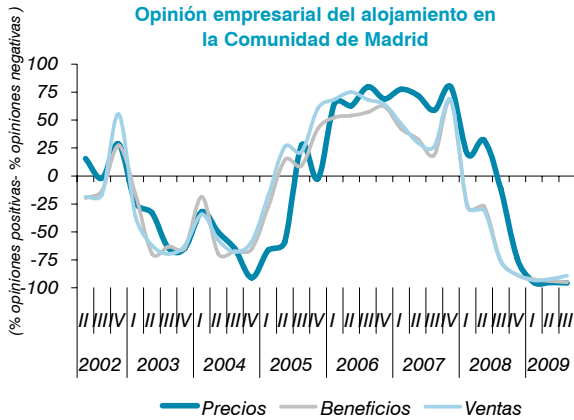
La Comunidad de Madrid ha sufrido especialmente en este tercer trimestre la contracción de las escapadas a destinos urbanos, así como la menor actividad de turismo de negocios, lo que se ha traducido en un fuerte deterioro de los resultados empresariales. Aún cuando la caída en volumen de demanda no ha sido muy intensa, un -1,9% en términos de pernотaciones hoteleras, está se ha producido al igual que en otras comunidades autónomas a costa de una fuerte reducción de precios. La muestra es que con una caída media del -11,4% según el IPH del INE, la Comunidad de Madrid encabezaba tras Aragón, muy afectada por la comparación con el pasado año en el que se celebró la Expo, el ranking de los destinos con mayor caída en los precios durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2009.

Comunidad de Madrid
Opiniones empresariales
Alojamiento III Tr 2009



Fuente: EXCELTUR. (*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Las implicaciones sobre los ingresos de esta generalizada tendencia explican que la práctica totalidad de hoteleros de la comunidad declarasen haber experimentado una reducción de sus beneficios en este tercer trimestre de 2009 en relación con los mismos meses de 2008, con un porcentaje del 83,4% que lo caracterizaba de fuerte.



Fuente: EXCELTUR

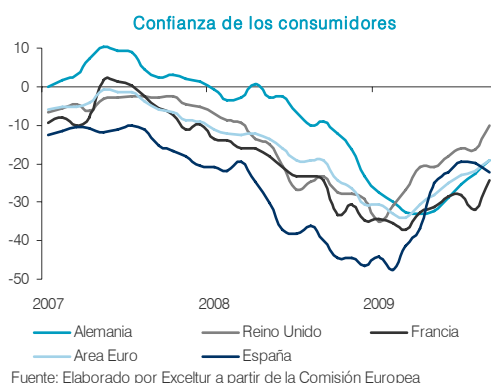
Visibilidad inexistente al día de hoy para el cuarto trimestre

A. CONDICIONANTES GENERALES

El escenario socioeconómico para el cuarto trimestre del año no permite atisbar aún una recuperación sostenible de la demanda turística

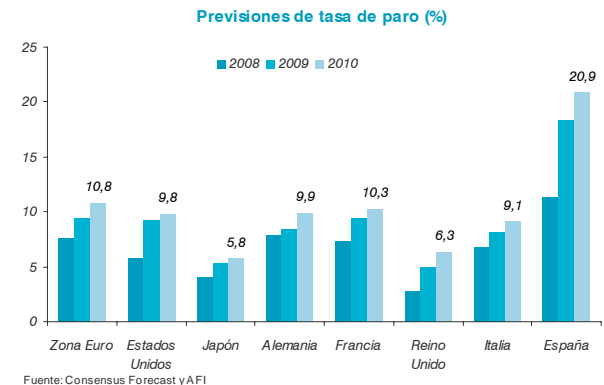
Las últimas actualizaciones realizadas por diversas instituciones sobre la evolución estimada del PIB para el cuarto trimestre de nuestros principales mercados emisores refuerzan la idea de que quizás lo peor de la crisis internacional pueda haber pasado ya. Este hecho es más probable en Alemania o Francia, donde se espera una moderación más intensa de las caídas de la actividad económica para lo que queda de 2009 e incluso en Estados Unidos los analistas descuentan un ligero crecimiento de su economía en este cuarto trimestre.

Buscando una lectura positiva, estos leves signos de salida de la crisis no implican, sin embargo, una traslación directa sobre la propensión a viajar y el gasto turístico por parte de los principales clientes del sector turístico español en este trimestre, que no es el más relevante, salvo sus últimos meses para Canarias. Si bien es cierto que los niveles de confianza de los consumidores alemanes, británicos y los propios españoles han tendido a mejorar en los últimos meses, existen factores que obligan a ser muy cautos sobre la evolución a corto y medio plazo de la demanda turística en España y que apuntan un futuro marcado por la complejidad y, hoy por hoy, de inexistente visibilidad.

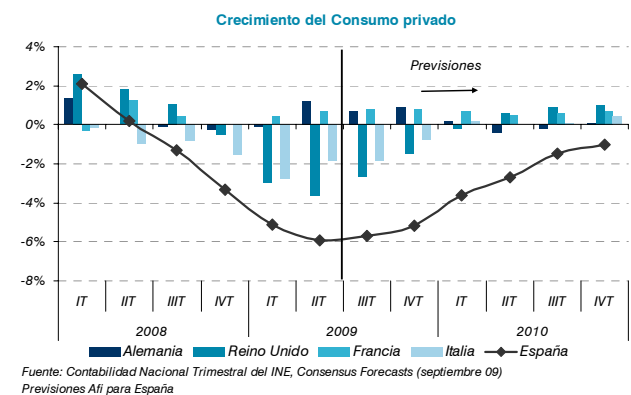


Por un lado, el consumo de los españoles, nuestro principal mercado, va a tardar en recuperarse más de lo inicialmente previsto, extendiéndose su debilidad hasta finales de 2010, lo que dificultará la recuperación de los resultados económicos de nuestro sector turístico. Por otro lado, la incertidumbre y los problemas del mercado de trabajo, una de las variables fundamentales determinantes del consumo

turístico, tendrán un efecto negativo sobre la renta disponible de las familias y las decisiones de gasto turístico de los europeos, por cuanto se espera en los principales mercados emisores un aumento del desempleo en lo que queda de año y la temporada de 2010, según el consenso de analistas a pesar de sus primeros síntomas de suave recuperación.

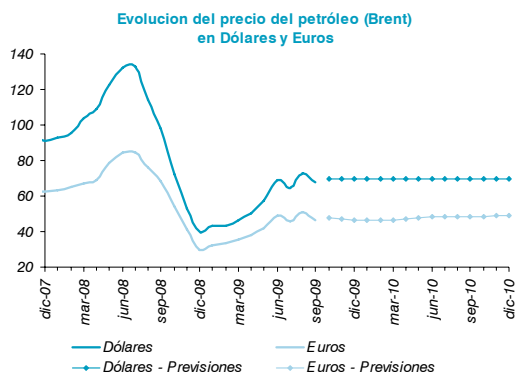


Bajo un creciente deterioro del mercado laboral, no se puede esperar grandes alegrías para el consumo turístico. La incertidumbre sobre la permanencia en el puesto de trabajo mantendrá la tasa de ahorro de las familias en niveles elevados, lo que unido a la reducción de viajes turísticos por aquella población que pasará a engrosar las filas del paro, seguirá afectando negativamente a las decisiones de viaje y a los niveles de gasto asignados al consumo turístico.

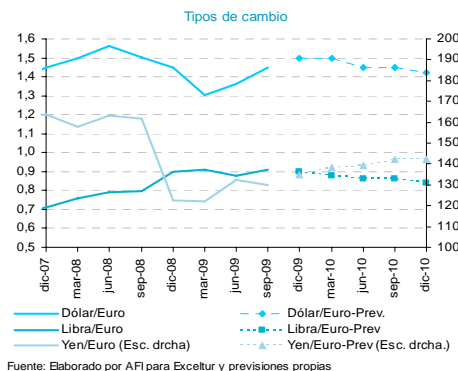


Dentro del escenario macroeconómico previsto para los próximos meses los hechos más reseñables de las variables que pueden tener un efecto sobre el comportamiento del sector se pueden resumir en:

- **La esperada estabilidad del precio del petróleo en línea con lo sucedido en estos tres últimos meses de verano.** A pesar de que el precio del petróleo está entre un 50% y un 70% por encima de lo que se pagaba a principios de 2009, las expectativas apuntan un mantenimiento del precio del crudo entre los 60\$ y 70\$ por barril en los que se ha mantenido en los meses recién transcurridos.



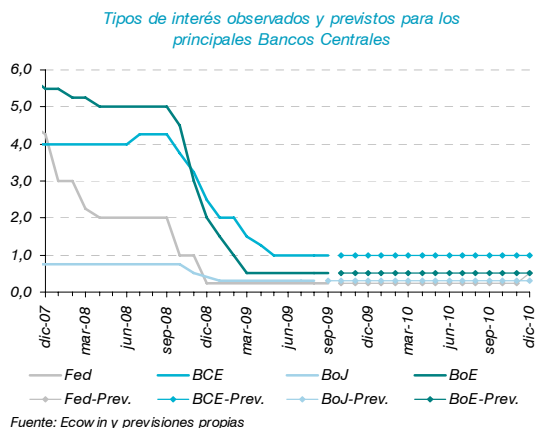
Fuente: Elaboración propia a partir de Ecwin y Consensus Forecast



Fuente: Elaborado por AFI para Exceltur y previsiones propias

- Los tipos de interés a corto plazo persistirán en niveles bajos gracias a que la inflación se mantendrá controlada. La política monetaria seguirá buscando una mejora y estabilización del sistema financiero, requisito indispensable para la recuperación de la liquidez crediticia y con esta de la reactivación económica.

Los bajos tipos de interés serán un factor que afecte positivamente al gasto turístico, al incrementar la renta disponible de las familias endeudadas, a la vez que suavice las tensiones sobre los costes de la inversión empresarial, siempre y cuando sus bajos niveles no se neutralicen, como está ocurriendo en muchos casos, aplicando "spreads" cada vez más altos.



Fuente: Ecwin in y previsiones propias

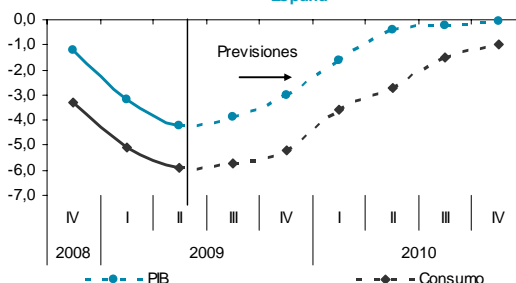
- Los analistas no esperan grandes variaciones en la relación de cambio entre el euro y las principales divisas mundiales. De cumplirse las estimaciones actuales en este cuarto trimestre no se producirá una recuperación del gap de competitividad nominal que España ha perdido con respecto a los países dolarizados y especialmente respecto al mercado emisor británico en las dos últimas temporadas. Esto supondrá un problema añadido a la debilidad esperada de los mercados y las ventajas cambiantes de la competencia de otros destinos de fuera del Área Euro (Caribe, Mediterráneo Oriental).

B. PERSPECTIVAS MACROECONÓMICAS Y TENDENCIAS DE DEMANDA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

España

Las previsiones actuales del consenso de analistas sobre el consumo de las familias en España para el cuarto trimestre del año apuntan severas caídas (próximas al -5%) por el aumento del desempleo, toda vez que se vayan agotando los efectos del plan de impulso de obra pública implementado por el Gobierno español. No esperamos que el repunte de la demanda española observado en los meses de julio y agosto se vaya a mantener en octubre, noviembre y diciembre, por cuanto la mayor parte del mismo se debió a la tendencia tradicional de los españoles a disfrutar de unas vacaciones en verano, aunque éstas hayan seguido pautas de gasto más austero.

Crecimiento interanual del PIB y del consumo privado de España



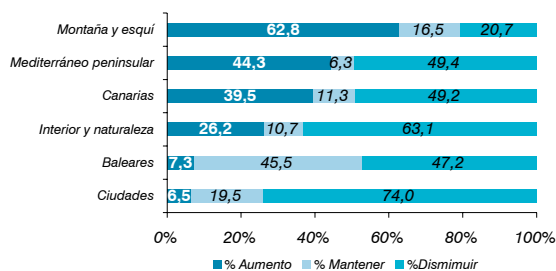
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la CNT (INE). Previsiones Afi

Es más probable que se vuelva a sufrir la menor propensión a la realización de viajes y escapadas propia de estos meses y 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 los 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 ejercerá de amortiguador de las tasas de caída que hemos observado en los primeros nueve meses del año 2009.

Nos esperan unos meses previos al cierre de 2009 caracterizados por menores volúmenes de viajes, una extrema sensibilidad al precio, el predominio de la compra de último minuto, una reducción de las estancias y la multiplicación de formas de viaje que supongan menores presupuestos por el uso del vehículo particular, formas de alojamiento más económicas y menores gastos comerciales y de ocio en los destinos.

La opinión de las agencias de viajes sobre la evolución de la demanda española está en esta línea. Se espera de nuevo un mejor comportamiento de las ventas a destinos nacionales que a los internacionales. Dentro de los nacionales los agentes de viaje anticipan un mejor comportamiento de los viajes de esquí y Montaña, si se repiten las condiciones de nieve del año pasado, así como de las zonas del Mediterráneo peninsular.

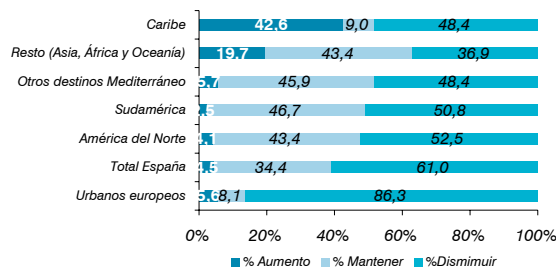
Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales IV Trimestre 2009



Fuente: Exceltur

En el caso de los destinos internacionales, el Caribe, muy ayudado por debilidad del dólar frente al euros, tiene buenas perspectivas para estos meses venideros, mientras para el resto de productos se esperan ventas iguales o por debajo de los registros del pasado año en la mayor parte de los casos.

Ventas previstas de las Agencias de Viaje en destinos internacionales IV Trimestre 2009



Fuente: Exceltur

	Previsiones macroeconómicas en España y los principales mercados emisores (2008-2009)									
	PIB (a)				Consumo privado (a)(b)				Tasa de Paro (c)	
	2009TIII (p)	2009TIV (p)	2008 (p)	2009 (p)	2009TIII (p)	2009TIV (p)	2008 (p)	2009 (p)	2008 (p)	2009 (p)
Alemania	-4,9%	-2,1%	1,6%	-5,0%	0,7%	0,9%	-0,3%	0,6%	7,8%	9,9%
España	-3,9%	-3,0%	1,1%	-3,6%	-5,7%	-5,2%	0,6%	-5,5%	11,3%	18,3%
Francia	-2,1%	-0,3%	0,9%	-2,2%	0,8%	0,8%	0,9%	0,6%	7,4%	9,4%
Italia	-5,1%	-2,9%	-0,4%	-5,0%	-1,8%	-0,8%	-0,5%	-2,0%	6,8%	8,2%
Holanda	-4,7%	-3,7%	2,0%	-4,3%	-2,6%	-3,0%	1,6%	-2,6%	4,2%	5,0%
Portugal	-3,6%	-3,4%	0,5%	-3,7%	-1,3%	-1,1%	1,3%	-1,3%	7,7%	9,1%
Reino Unido	-4,5%	-2,3%	0,8%	-4,3%	-2,7%	-1,5%	1,8%	-2,8%	2,8%	5,0%
Zona Euro	-4,0%	-1,8%	1,0%	-3,9%	-0,8%	-0,4%	0,3%	-0,9%	7,6%	9,5%
EE UU	-2,5%	-0,6%	1,2%	-2,6%	-0,4%	0,5%	0,3%	-0,8%	5,8%	9,4%
China	8,7%	10,2%	9,4%	8,3%	15,5%	16,0%	20,0%	15,4%	4,0%	4,5%
Japón	-5,4%	-1,6%	0,4%	-5,7%	-0,9%	-0,2%	0,8%	-1,1%	4,0%	5,3%

(a) Tasa de crecimiento interanual

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

(c) Porcentaje de la población activa

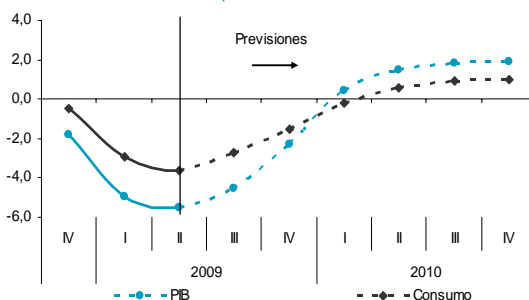
(e) Estimación; (p) Previsión

Fuente: AFI, Comisión Europea y Consensus Forecast (junio 2009)

Reino Unido

Las perspectivas para el cuarto trimestre de 2009 apuntan a que la evolución de la demanda hotelera de los británicos en España seguirá siendo negativa, aunque con una ligera moderación en el ritmo de descenso, no sólo por la leve recuperación de la actividad económica prevista, sino también porque los datos del último trimestre de 2008 ya empezaban a mostrar al mercado británico muy deteriorado por la crisis, lo que hace que la comparación interanual modere las tasas de la caída.

Crecimiento interanual del PIB y del consumo privado de Reino Unido precios constantes



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Ecow in y Consensus Forecasts septiembre.

Los principales condicionantes económicos comienzan a reflejar que la fase recesiva de esta economía podría haber llegado a su fin, con crecimientos intertrimestrales positivos desde el tercer trimestre de 2009, atenuando el descenso interanual del cuarto trimestre del PIB y del consumo privado hasta el -2,3% y -1,5%, respectivamente. Los indicadores de demanda comienzan a mostrar una cierta recuperación del gasto de los hogares y por el lado de la oferta se observa mayor actividad. No obstante, sobre la decisión de los británicos de realizar viajes turísticos pesan

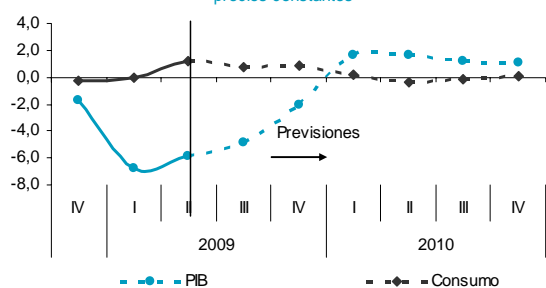
más los problemas asociados al elevado endeudamiento hipotecario, la caída de la actividad y la renta, y la incertidumbre existente en el mercado de trabajo, factores que hacen que la gente aumente su ahorro frente a decisiones de consumo y que siguen dificultando la recuperación del gasto británico en España versus otros países fuera del área euro.

En este sentido, otro factor negativo para la evolución de este mercado es la dinámica de la libra frente al euro, que ha vuelto a depreciarse hasta superar las 0,90 libras por euro, lo que vuelve a dañar la competitividad de nuestro destino. De mantenerse estos niveles para el último trimestre, seguirá siendo caro para los británicos acudir a España frente a otros destinos del mediterráneo oriental, lo que incidirá en su gasto turístico, a la vez que hará más atractivo los viajes culturales a Reino Unido frente a los destinos urbanos españoles.

Alemania

La intensa caída del número de turistas alemanes recibidos puede haber tocado fondo en este segundo y tercer trimestre del año, si atendemos a las perspectivas de crecimiento del PIB, que sitúan el comienzo de la recuperación de la actividad en Alemania para el último trimestre del año 2009, con una tasa interanual del -2,1%. La mejora de las previsiones de crecimiento ha tenido un importante influencia sobre la confianza de los consumidores, que viene creciendo desde el mes de mayo, y que se espera lo siga haciendo, espoleada, más si cabe, por los datos de las elecciones generales en Alemania. Como para otros mercados europeos, tan sólo el comportamiento del mercado de trabajo, con un incremento de la tasa de paro podría dañar los efectos positivos sobre el gasto turístico de la reactivación económica prevista para el último trimestre.

Crecimiento interanual del PIB y del consumo privado de Alemania
precios constantes



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Ecwin y Consensus Forecasts septiembre.

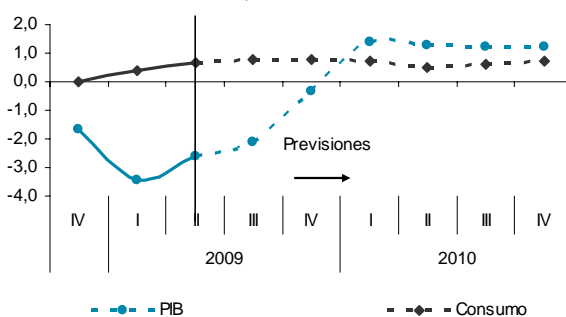
Por otro lado, el aumento de las rutas aéreas y las frecuencias en viajes a destinos españoles en compañías como Lufthansa, Germanwings o Air Berlín, es un buen síntoma de la recuperación que puede tener este mercado emisor en la temporada de invierno, aunque la cautela en las previsiones de este mercado recae en la creciente competencia de otros destinos como Turquía que siguen condicionando la demanda turística hacia España. El Tipo de Cambio real de la lira turca frente al euro acumula en agosto de 2009 un apreciación del 13,2% frente al mismo mes de 2008, lo que supone un encarecimiento relativo de los destinos españoles respecto a los turcos. De mantenerse esta tendencia se espera una mayor pérdida de competitividad de nuestro destino español frente a Turquía, si bien los próximos meses la presión competitiva de

Turquía se reduce por no ser los meses en los que sus destinos compiten mayormente con los nuestros.

Francia

Francia ha mostrado mejores resultados que los dos principales mercados emisores, Reino Unido y Alemania, durante el verano. La importante recuperación del mercado emisor francés se anota principalmente a las ofertas de precio en los destinos españoles, la recuperación de la confianza del consumidor y el turismo de proximidad que se ha vuelto también una alternativa en ese país ante el recorte de gasto de las familias. Asimismo, los planes de estímulo fiscal del gobierno y las ayudas para activar la demanda han impulsado el consumo privado, vislumbrando algunos signos positivos para la evolución de la demanda turística hacia España.

Crecimiento interanual del PIB y del consumo privado de Francia
precios constantes



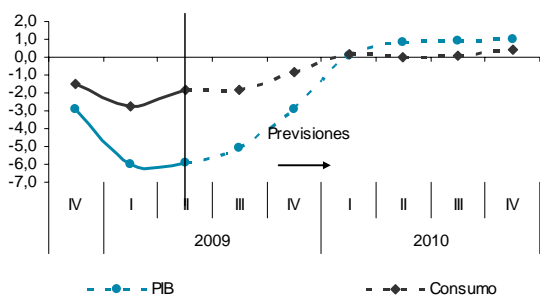
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Ecwin y Consensus Forecasts septiembre.

Así, las previsiones para este mercado son algo más optimistas, conforme los condicionantes que han favorecido la llegada de turistas franceses en los meses de verano continuarán y mejorarán en el cuarto trimestre de 2009. No obstante, el riesgo de este mercado para el turismo en España radica en la duración de los efectos positivos de los estímulos fiscales del gobierno francés y en la evolución del mercado laboral. Los últimos datos disponibles muestran el deterioro del mercado de trabajo en este país, con caídas en el empleo cada vez más pronunciadas e incrementos en el número de parados que continuarán para lo que resta del año.

Italia

La afluencia turística de Italia hacia nuestro país ha mantenido una evolución descendente durante este verano y se prevé que se mantenga para el cuarto trimestre, mientras los condicionantes económicos sigan mermando la capacidad de gasto de los italianos en turismo. A pesar de que las previsiones del PIB y del consumo privado para el cuarto trimestre reflejan un menor pesimismo respecto a trimestres anteriores, un -2,9% y -0,8% interanual, respectivamente, la evolución de la demanda turística hacia España no es tan clara.

Crecimiento interanual del PIB y del consumo privado de Italia
precios constantes



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Ecwin y Consensus Forecasts septiembre.

La recuperación del consumo ha estado impulsada principalmente por los estímulos del gobierno dirigidos a la compra de automóviles y de bienes de consumo. La situación de las familias sigue siendo desfavorable, sobre todo por el creciente desempleo experimentado en este mercado emisor lo que sigue generando el recorte del gasto en turismo.

Países nórdicos

Respecto a los países nórdicos, las perspectivas positivas vienen del mercado finlandés, el cual ha mostrado un comportamiento muy favorable durante el primer semestre del año y se espera que continúe para el resto de 2009. A pesar de que la actividad económica de este mercado sufre los avatares de la crisis financiera internacional, otros factores como el aumento de los enlaces low cost con España y las acciones promocionales del gobierno de las Islas Baleares han incidido positivamente en la demanda turística hacia España, esperando que sigan beneficiando el turismo procedente de este mercado, que además se verá impulsado por la recuperación económica prevista para los siguientes trimestres. El resto de países nórdicos no vislumbra buenos resultados para lo que resta del año, aunque sí una moderación de la caída de la demanda de hotelera que debería venir de la mano de la mejora de la actividad económica.

Países del Este

En general, la evolución de la demanda turística hacia España por parte de estos países no será positiva para el conjunto del año 2009. Los condicionantes económicos les han sido muy desfavorables para este año. Aunque el segundo semestre muestra signos de que lo peor ha pasado ya, la recuperación económica será lenta y no se vislumbrarán crecimientos positivos anuales hasta el 2010, sobretudo en Rusia República Checa y Polonia. En los países bálticos (Letonia y Lituania, principalmente) y Hungría, en donde ha sido mayor el deterioro económico, se descuenta que comenzarán a experimentar crecimientos positivos no antes del 2011. El debilitamiento del consumo privado de estos países continuará sobre todo espoleado por el crecimiento del desempleo.

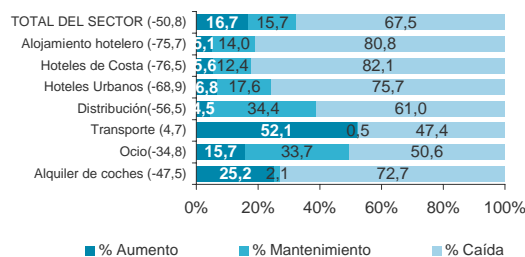
C. PREVISIONES Y EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA EL CUARTO TRIMESTRE

El cuarto trimestre será aún muy complejo a los efectos de observar claros signos de recuperación en los resultados empresariales de las empresas turísticas.

Tras una temporada alta, tal y como predijimos, decepcionante y con los condicionantes macroeconómicos comentados, el sector turístico español continúa sin ver claramente la luz al final del túnel, de manera que, en general, la visibilidad sobre la salida de la crisis es hoy todavía muy cuestionable. La posición de las reservas a finales de septiembre y los volúmenes contratados hacen prever un último trimestre de 2009 marcado de nuevo por las caídas en ventas y beneficios, aunque a ritmos inferiores a los de los nueve meses precedentes. La comparación con un cuarto trimestre de 2008 donde la crisis se manifestó con especial virulencia, va a suavizar los ritmos porcentuales de caída de la mayor parte de ratios empresariales, sin que esto suponga, de momento, una mejora en sus valores absolutos.

De esta forma, **el cuarto trimestre estará de nuevo marcado por la caída en las ventas en el 67,5% de las empresas turísticas españolas**, según se desprende de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR. Sólo algunas empresas de alquiler de coches y compañías aéreas esperan incrementar algo el volumen de ventas en los últimos tres meses del año. Se trata de una previsión que también mostraban para los meses de verano al finalizar el segundo trimestre y que finalmente no se vio correspondida por la demanda. En todo caso, a pesar de la esperada mejora en las ventas, a día de hoy no se espera que se traduzca en una mejora de beneficios (el 86,7% esperan resultados aún peores este cuarto trimestre de 2009 que los registrados durante el mismo trimestre de 2008).

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el cuarto trimestre de 2009



Las empresas turísticas españolas anticipan un último trimestre del año de moderación en los ritmos de caída de sus resultados, más por la comparación con un último trimestre de 2008 que ya fue malo y por los ajustes en costes que por la recuperación de sus ventas y márgenes.

Los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores españoles descuentan un cuarto trimestre de 2009 muy

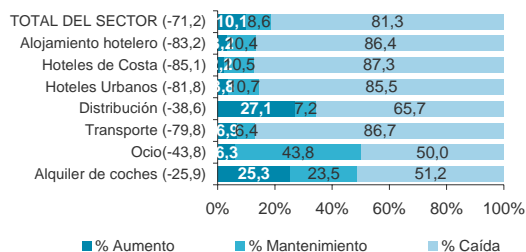
complicado. A pesar de que el 34,4% de las empresas anticipan al menos repetir los niveles de ventas del cuarto trimestre del pasado año, un 61,0% todavía descuenta nuevas caídas. De nuevo el efecto de los precios afectará a los resultados de las agencias, con caídas generalizadas en los beneficios para el 65,7% de las mismas. Solamente aquellas compañías que anticiparon la magnitud de la contracción y aplicaron drásticas medidas de reducción de costes (el 27,1%) y de oferta esperan para los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2009 mejorar los resultados alcanzados durante los mismos meses de 2008.

Los hoteles serán de nuevo los que más sufran el actual escenario de crisis económica, según se desprende de su propia valoración, donde el 80,8% descuentan nuevas, aunque menos intensas bajadas en sus volúmenes de ventas, con un 86,4% con resultados inferiores también a los del pasado año. No parece que la guerra de precios vaya a desaparecer en octubre, noviembre y diciembre, sino todo apunta a su agudización, lo que impedirá que las menores caídas en los volúmenes de clientes se trasladen a los ingresos y beneficios. La atonía de septiembre ha provocado, de hecho, que se vuelvan a anticipar cierres en los hoteles de temporada en muchos destinos de Baleares y la costa catalana.

El esfuerzo del Gobierno por generar demanda a través del incremento de la oferta de plazas del Programa del IMSERSO para invierno y paliar en parte esta situación no se traducirá en una ayuda para los hoteles de mayor categoría por los bajos precios con los que se retribuyen las plazas de este programa.

En un escenario de contracción del propio gasto público, que se acelerará en 2010, es el momento de innovar en las políticas dirigidas a fomentar la competitividad del sector y la mejora de su operativa. Desde EXCELTUR pensamos que se abre una ventana de oportunidad en la modificación de la legislación turística para lograr la mayor homogenización entre administraciones públicas, y especialmente entre comunidades autónomas, así como para la agilización de los trámites administrativos, cuyos retrasos suponen un elevado coste para el sector. El Govern Balear recientemente y la Comunidad de Madrid así lo han contemplado y, a través de sendos decretos y con distintos matices, han dado un paso en la agilización de los procedimientos administrativos a los que se ve sometidas las empresas turísticas, lo que puede ser una buena palanca para reducir sus costes y fomentar la inversión.

Opinión empresarial sobre la evolución de los BENEFICIOS PREVISTOS para el cuarto trimestre de 2009



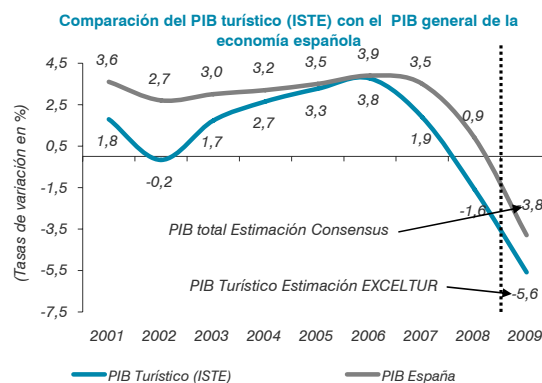
Por otro lado, las empresas de ocio se unen a la convicción de que el cuarto trimestre no servirá para experimentar un cambio de tendencia. Sólo algunos parques de ocio localizados en los centros urbanos y muy dependientes del turismo nacional de proximidad anticipan una ligera mejora o el mantenimiento de sus ventas y beneficios respecto a

los alcanzados en el mismo trimestre de 2008. Por el contrario, la mayor parte de campos de golf (73,7%), un elevado porcentaje (42,9%) de museos y monumentos, y entre estos los más vinculados a la demanda de turistas extranjeros, anticipan bajadas en sus beneficios para el último trimestre del año, lo que da muestras del generalizado recorte de gastos conexos en destino que está aplicando el consumidor en todo lo relacionado con sus viajes.

D. PREVISIONES Y EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA EL CONJUNTO 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

Lamentablemente los resultados empresariales del verano se han situado tanto en volúmenes como en ingresos en la línea que ya preveíamos y anunciábamos en el mes de julio. Esto hace que en términos generales mantengamos el cuadro de previsiones que hicimos público en el mes de abril. De seguir la misma tendencia en el último trimestre para el que esperamos una moderación en los ritmos de caída de las principales magnitudes turísticas y con tres cuartas partes del año cubiertas, **el PIB turístico este año 2009 descendería un -5,6%, según nuestras estimaciones.**



De cumplirse estas previsiones, se cierra el peor año de la historia del sector turístico español desde que se dispone de cifras estadísticas, pero lo que es más preocupante, se vuelve a constatar el peor desempeño de la industria turística respecto al conjunto de la economía española. Y es que el -5,6% del PIB turístico en 2009 supone casi 2 puntos más de la caída que el consenso de analistas está descontando para el decrecimiento del PIB del conjunto de la economía española (-3,8%).

No se trata, en todo caso, de algo nuevo. Año tras año desde 2000 la Cuenta Satélite del Turismo Español que elabora el INE reafirma de manera oficial el peor desempeño del turismo en relación con la economía española. Con los últimos datos disponibles de dicha fuente referidos al

período 2000-2007, el PIB turístico habría crecido un 1,6% de media anualmente respecto al 3,3% que registró el conjunto de la economía española.

Desde EXCELTUR hemos venido alertando de que datos como éstos son signos evidentes de los problemas de competitividad estructural de parte de la oferta turística española, que no son solo el resultado de la crisis actual, aunque ésta los puede acelerar. Es por ello que seguimos reclamando una mayor prioridad de todas las administraciones públicas que de manera más coordinada impriman una visión estratégica a medio y largo plazo donde estén comprometidas y, muy especialmente, las comunidades autónomas.

La magnitud de la crisis y el nuevo escenario de futuro que dibuja han dejado en buena parte obsoletas, por insuficientes, las medidas que contemplaba el Plan Horizonte 2020 elaborado en 2007. Es el momento de asumir con verdadera ambición y corresponsabilidad entre administraciones y el sector privado el reto de reposicionamiento del sector a través de una nueva propuesta de destinos más sostenibles, con mayor gama de productos y de mayor rentabilidad socioeconómica. La crudeza de la crisis debe ejercer de reclamo e impulso para abordarlo, ya que cuanto más tiempo pase, más oportunidades estaremos perdiendo para que la recuperación no nos coja con el pie cambiado.

El último Consejo de Ministros monográfico sobre turismo celebrado el pasado mes de julio es una señal que debe materializarse en acciones más ambiciosas coordinadas e integradas en una nueva propuesta estratégica más concreta, en la que es imprescindible que se integren las comunidades autónomas. De momento algunas de las

medidas aplicadas, como la reducción de tasas aéreas a las compañías que aumenten los flujos no ha ido dirigida en la dirección mas correcta y sólo ha servido para impulsar el tráfico de algunas pocas compañías, afectando negativamente y canibalizando a las compañías presentes en los destinos y que hoy por hoy generan la mayor parte del tráfico ya existente.

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, tras los resultados del verano

Por último, en la caída del PIB turístico que prevemos para 2009 cabe destacar un cierto cambio en su composición por mercados. El repunte de la afluencia de los españoles a destinos nacionales y los peores resultados del turismo extranjero en España durante el verano nos ha obligado a revisar las previsiones de pernoctaciones de los españoles y de los extranjeros, al igual que los ingresos de éstos últimos. Así 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%) tras el repunte del verano, 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%, lo que supone una caída real del -10,1% teniendo en cuenta la inflación de la rúbrica de turismo del IPC.

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

	2004	2005	2006	2007	2008	2009p)
	%	%	%	%	%	%
ISTE (PIB turismo)	2,7	3,3	3,8	1,9	-1,6	-5,6
Ingresos por turismo reales (*) (balanza de pagos-mill. euros)	-0,5	1,9	1,2	-1,0	-4,8	-10,1
Ingresos por turismo/ turistas reales (*) (euros)	-3,2	-4,5	-2,8	-2,4	-1,9	-2,1
Total llegada turistas extranjeros	-2,8	-2,8	-2,8	0,8	-2,5	-8,2
Pernoctaciones hoteleras	2,9	4,6	6,4	1,8	-1,0	-8,8
Residentes en España	9,6	0,0	6,1	1,3	-2,8	-3,5
No residentes	-1,6	6,8	6,6	2,1	0,4	-9,2