



*Alianza para
la excelencia turística*

Valoración empresarial del año turístico 2009

y

Perspectivas para 2010



*Alianza para
la excelencia turística*

Balance empresarial de 2009

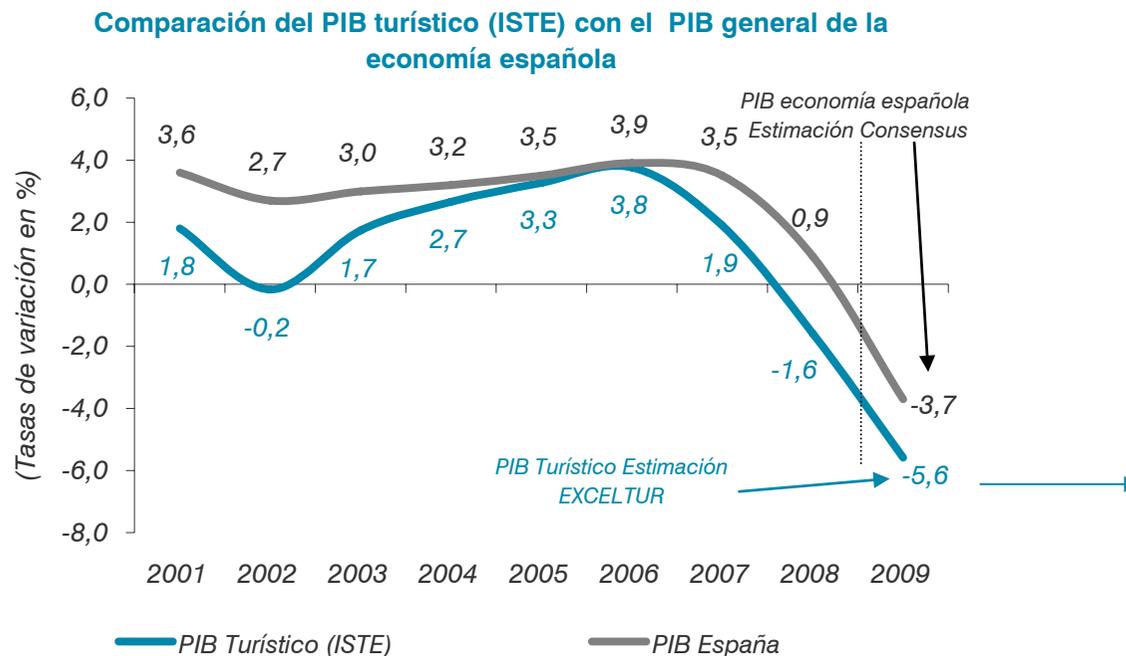
PIB Turístico

• Como ya anticipamos desde EXCELTUR en el mes de enero del pasado año, al cierre de 2009 se constata que **el turismo ha sufrido con mayor intensidad que la media de la economía española la caída de la actividad por los efectos de la crisis.**

Según las estimaciones que realizamos trimestralmente en EXCELTUR, **el PIB turístico en España habría descendido en 2009 un -5,6%, lo que supone una pérdida de 6.380 millones de euros respecto a los niveles de 2008.**

• Esta caída del PIB turístico del -5,6% en 2009, es casi **2 puntos superior a la del conjunto de la economía española, situada en el -3,7%**, según el Consenso de Analistas.

De confirmarse este dato, son ya 9 años consecutivos en los que el turismo se comporta peor que el conjunto de la economía española.



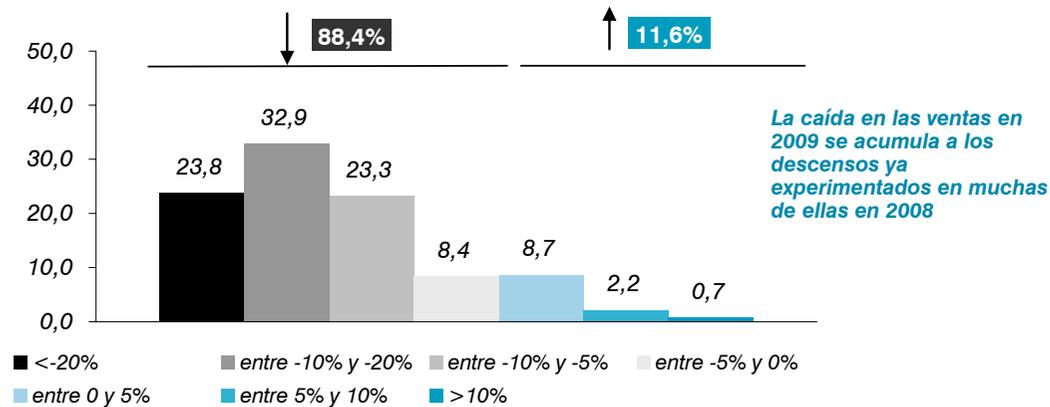
**6.380 millones de €
menos de actividad
económica generada
por el turismo en 2009
respecto de 2008**

VENTAS

Este descenso de la actividad se ha trasladado con **mayor intensidad sobre las ventas** de las empresas turísticas españolas por la **feroz guerra de precios** que ha imperado en el sector a lo largo de todo el año 2009.

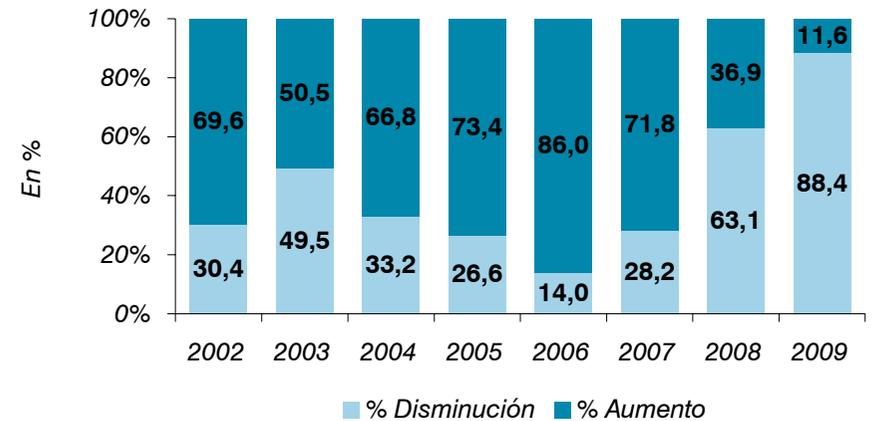
El 88,4% de las empresas turísticas españolas han visto descender sus volúmenes de ventas en España durante 2009, con un 56,8% registrando bajadas de más del 10%, que también se vuelven a sumar a las sufridas en 2008 por el 63,1% de las empresas del sector.

Balace de la evolución de las VENTAS en 2009
Total Sector Turístico
% Var ventas



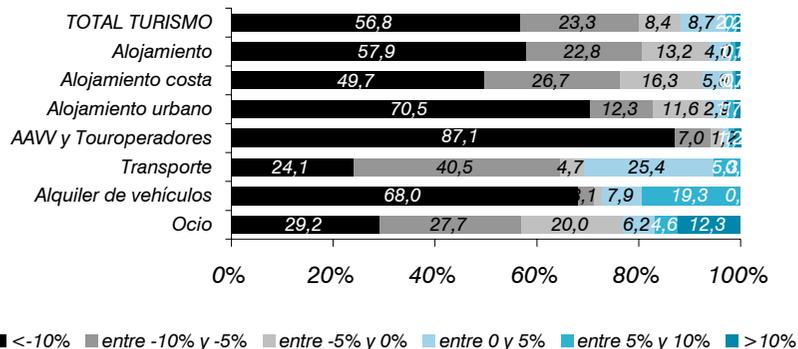
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año
Total Sector Turístico
Var % en ventas. 2002-2009



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre el crecimiento de las ventas en 2009
Var % en ventas. 2009/2008



• Las agencias de viajes españolas, los hoteles urbanos y las pequeñas compañías de alquiler de coches son los que más han sufrido en este año 2009.

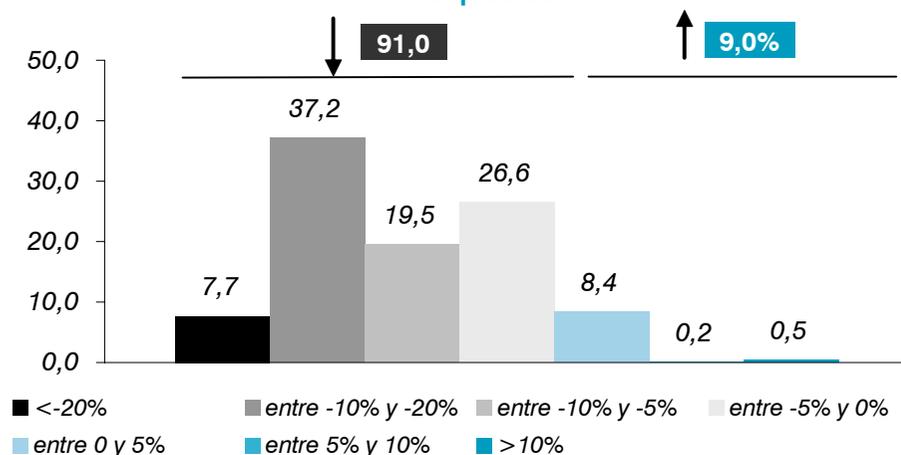
• RENFE, las grandes empresas de alquiler de coches, las estaciones de esquí y los museos y monumentos han aguantado mejor los avatares de la crisis en 2009.

PRECIOS

2009 ha estado caracterizado por una **guerra de precios en el sector para propiciar ventas**, que ha provocado que se acabe con una **deflación más intensa que en el resto de la economía española**.

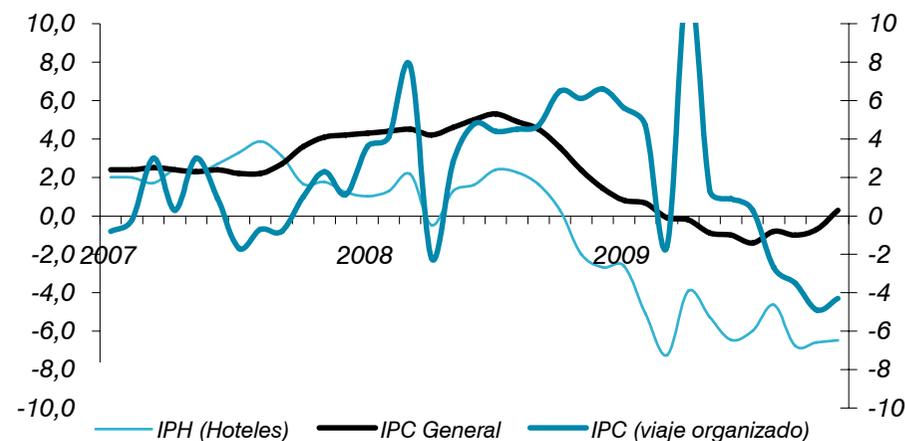
El 91,0% de los empresarios turísticos manifiestan haber reducido sus precios medios en 2009, respecto a los niveles de 2008, con un 44,9% con caídas de sus tarifas superiores al 10%.

Balance de la evolución de las PRECIOS en 2009
Total Sector Turístico
% Var precios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

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



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

Los propios datos de precios del INE reflejan la intensidad del recorte en precios y su mayor profundidad en relación a la media de otros bienes de consumo en España.

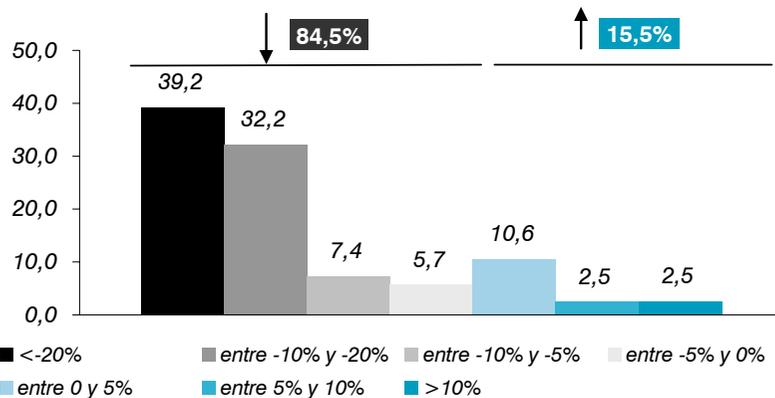
El Índice de Precios Hoteleros desciende en media un -5,5% en 2009, los paquetes turísticos y el transporte aéreo un -1,3% y un -1,2%, respectivamente en los meses centrales de verano, mientras el IPC general sitúa la deflación media en España en el -0,4%.

BENEFICIOS

Las empresas turísticas españolas cierran 2009 con **caídas generalizadas de más de dos dígitos en sus márgenes y beneficios, colocando a un número creciente de ellas en situación de pérdidas**, a pesar de los drásticos planes de ahorro de costes aplicados.

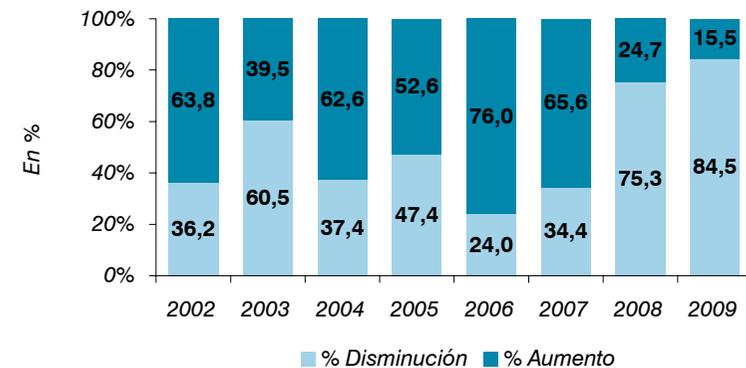
El 84,5% de las empresas turísticas españolas han experimentado un descenso en los beneficios, según los resultados de la Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR. Las **caídas han sido superiores al 10% en el 71,4% de las mismas, con un 39,2% en las que el descenso incluso ha superado el 20%.**

Balance de la evolución de las BENEFICIOS en 2009
Total Sector Turístico
% Var beneficios



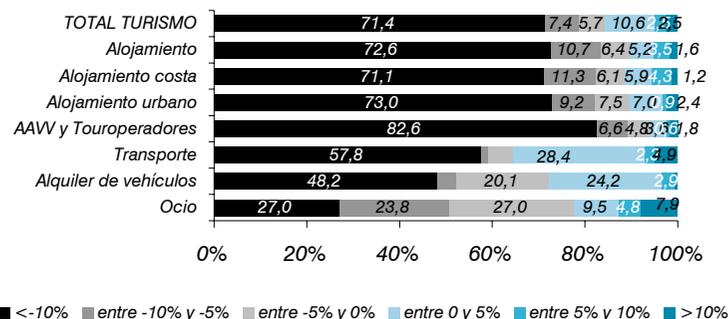
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre beneficio a cierre de año
Total Sector Turístico
Var % en beneficios. 2002-2009



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre el crecimiento de los beneficios en 2009
Var % en beneficios. 2009/2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

• **Todas los subsectores de la cadena de valor del turismo, salvo RENFE, alguna compañía aérea y de las de mayo tamaño de alquiler de coches, las estaciones de esquí y los museos y monumentos, registran un fuerte deterioro de sus resultados en 2009.**

TENDENCIAS DE DEMANDA

El consumo turístico se ha contraído de forma intensa en España durante 2009, afectando con mayor fuerza a la demanda extranjera que a la española en sus viajes por los destinos españoles.

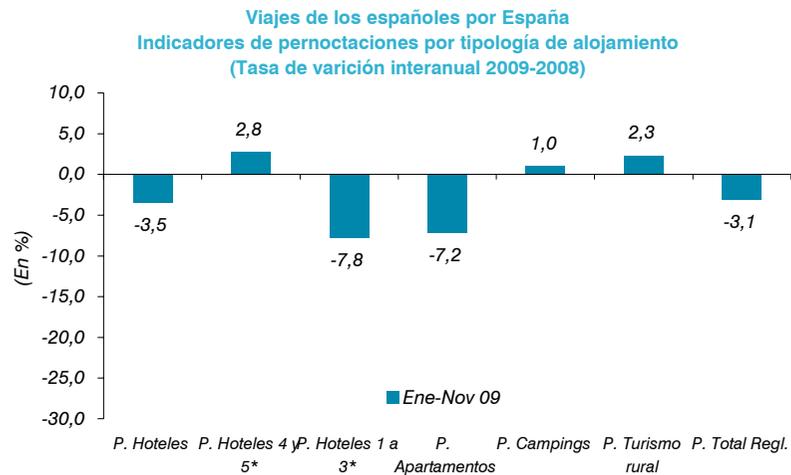
La respuesta a la crisis por parte del turista europeo, incluido el español, en 2009 se ha traducido en una hipersensibilidad al precio y el recorte en los presupuestos de viaje manifestado en:

- ***La elección preferente de **destinos de proximidad** para reducir el gasto en transporte y el coste final del viaje.***
- ***El predominio de los **desplazamientos en coche propio**.***
- ***La búsqueda de **alojamientos más económicos, multiplicándose el uso de casas propias de familiares y amigos y casas rurales** a diferencia de los reglados de mayor precio.***
- ***La sustancial **reducción de los gastos en restauración, recuerdos y ocio en los destinos**.***
- ***La **compra de último minuto** en todo tipo de servicios turísticos para tratar de aprovecharse del mejor precio.***
- ***El recorte de las **escapadas de fin de semana** y la **concentración del gasto turístico en los meses de verano**.***

DEMANDA ESPAÑOLA

Los españoles han reducido drásticamente su gasto turístico en 2009. El efecto del aumento del paro ha hecho que un menor porcentaje de personas hayan podido viajar en 2009 y que, las que lo han hecho, su número de viajes y su gasto hayan sido muy inferiores a los de 2008.

Viajes por España



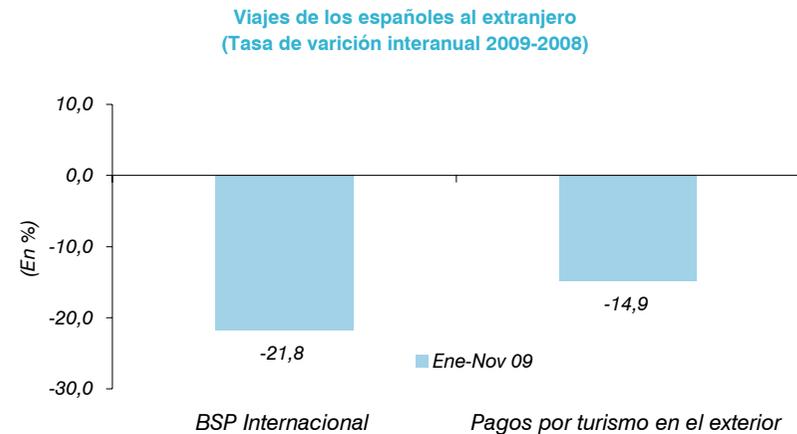
Fuente: Exceltur a partir Encuestas Ocupación del NE



* Datos de transporte de pasajeros hasta octubre

Fuente: Exceltur a partir de BSP (UNAV) y transporte de pasajeros del INE

Viajes al extranjero



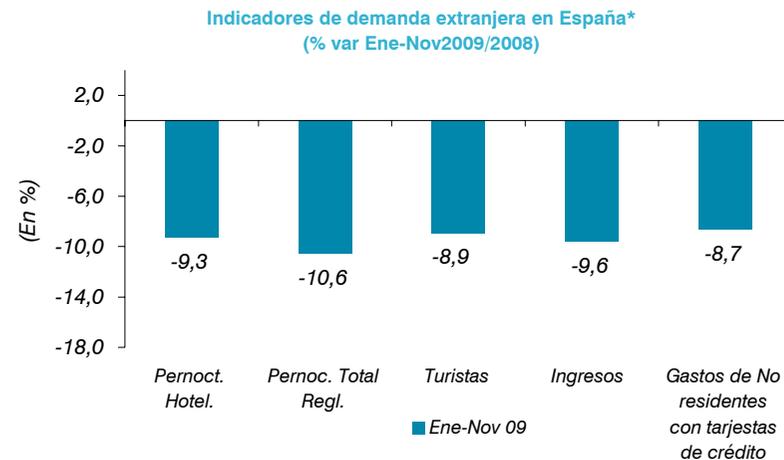
Fuente: elaborado por Exceltur a partir AEDAVE y Banco de España.

(*) Pagos por turismo hasta el mes de octubre

Los españoles han respondido a la crisis primando viajes domésticos peninsulares, en los meses de verano y alentados por ofertas y descuentos, mientras han recortado de manera drástica sus viajes exteriores y el número de escapadas, afectando especialmente a las agencias de viaje y las compañías aéreas.

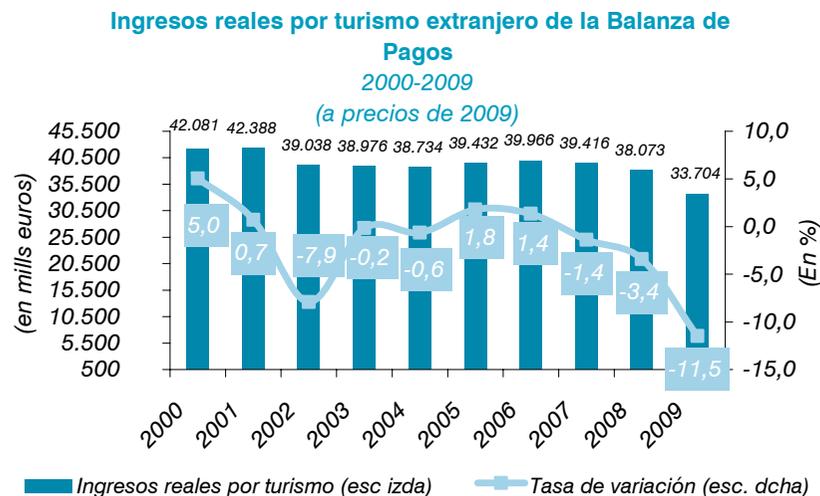
DEMANDA EXTRANJERA

El turismo extranjero hacia España ha sufrido la mayor contracción en 2009, cercana al 10% en todos los indicadores oficiales disponibles.

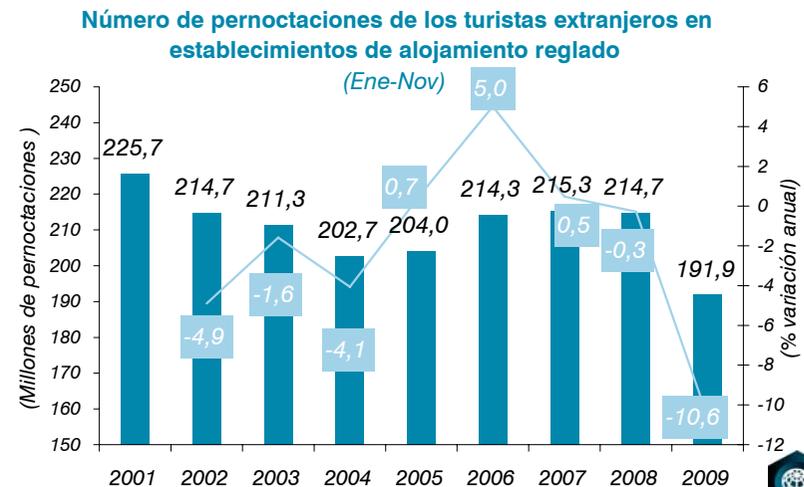


(*) Datos de ingresos hasta octubre y de tarjetas hasta diciembre
Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE, Banco de España, IET, SERMEPA y 4b

Los ingresos reales por turismo extranjeros y sus pernoctaciones en alojamientos reglados se sitúan al cierre de 2009 en valores mínimos de la década.



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

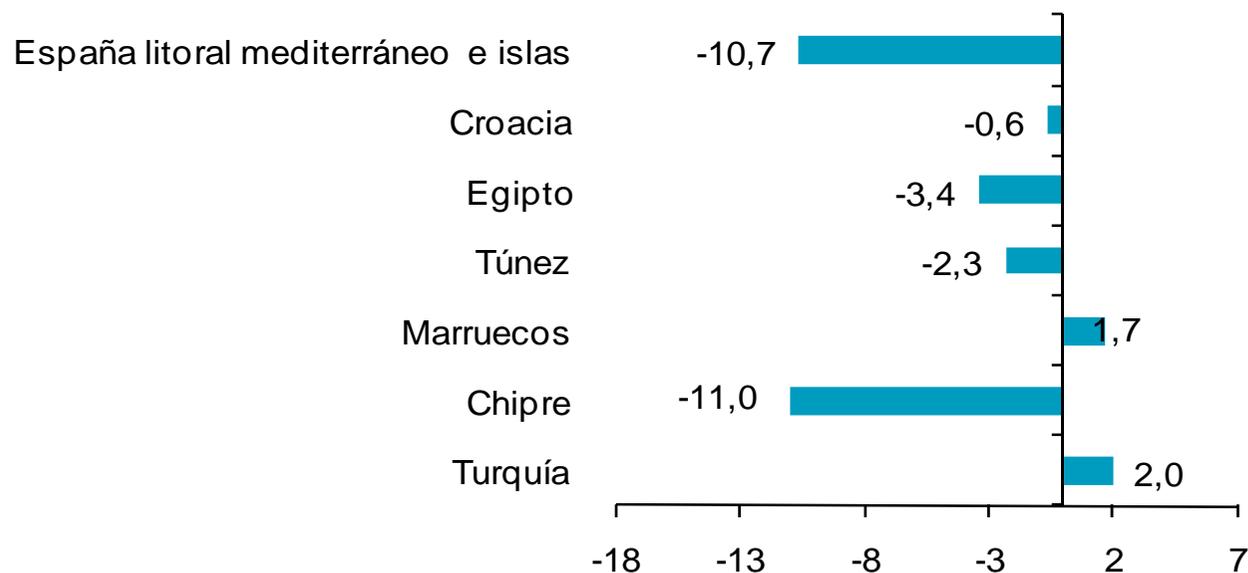


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, INE

En términos de afluencia de turistas extranjeros los países del mediterráneo oriental han aguantado mejor los efectos de la crisis que los destinos españoles competidores en la misma línea de producto, a pesar del esfuerzo realizado por los empresarios reduciendo sus precios.

Mientras en las comunidades autónomas españolas del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias la llegada de turistas extranjeros ha descendido un -10,7% hasta noviembre, **Turquía, como principal competidor, ha visto aumentado el flujo de visitantes internacionales un 2,0% en 2009**, Egipto ha sufrido una caída del -3,4%, Croacia apenas ha reducido sus volúmenes de demanda extranjera (-0,6%) y Marruecos ha conseguido aumentar el número de llegadas de extranjeros un 1,7%.

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

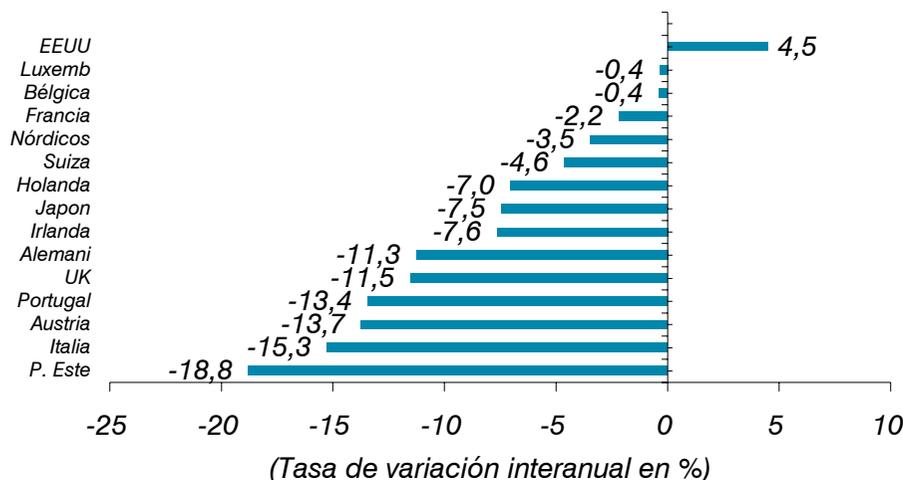


Fuente: IET e Institutos de Estadística Nacionales. *Datos para Chipre, España y Egipto hasta noviembre, Turquía, Marruecos y Túnez hasta octubre y Croacia hasta septiembre.

La caída del turismo extranjero en España ha estado **explicado por la fuerte contracción de lo que son los dos principales mercados para España: Alemania y Reino Unido.** Entre ambos países, que han perdido a partes iguales más de 4,5 millones de pernoctaciones hoteleras, explican el 68,0% del total del descenso que se ha producido en España en 2009.

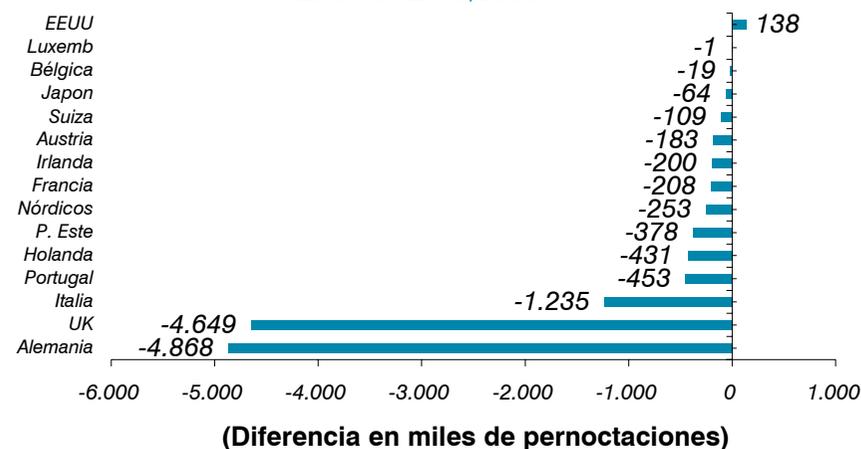
A esta contracción se ha sumado el menor flujo turístico de los Países del Este (-18,8%) que venía creciendo en los últimos años de forma notable y de Italia (-15,3%), en ambos casos muy afectado por el impacto de la crisis sobre sus economías.

Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Nov 2009/2008



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

Variación del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-nov 2009/2008



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

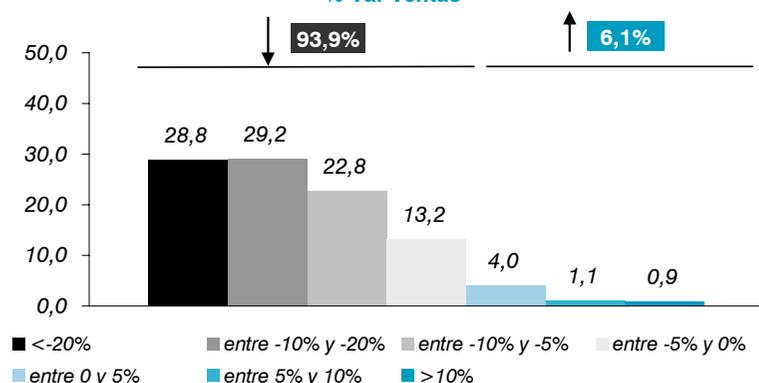
Al finalizar el año **sólo se atisban signos de mejoría del turismo en España del mercado norte americano**, que acaba el año un 4,5% por encima de las cifras de 2008, merced al aumento del 15,4% registrado en la segunda mitad del año.

SECTORES: ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

La actividad hotelera en España en el año 2009 ha sufrido de manera profunda los efectos de la crisis económica. La caída del consumo turístico de particulares y empresas, y la perjudicial espiral de guerra de tarifas para propiciar ventas, se ha concretado a cierre del año 2009 en caídas interanuales generalizadas e intensas en las ventas, de los hoteles españoles, que los lleva a niveles del año 2005.

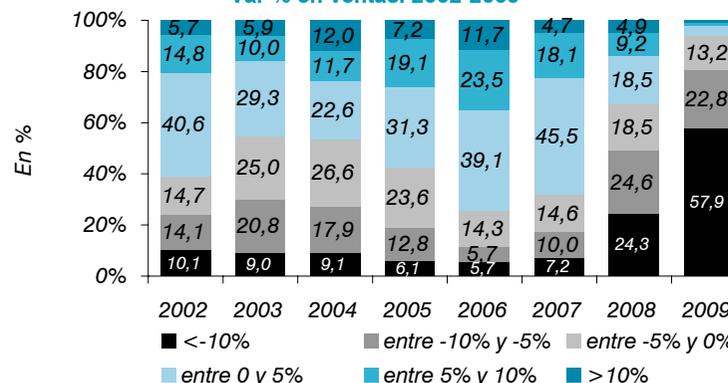
Las ventas ha descendido en el 93,9% de los hoteles españoles, con caídas por encima del 10% en el 57,9%, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

Balace de la evolución de las VENTAS en 2009
Alojamiento Hotelero
% Var ventas



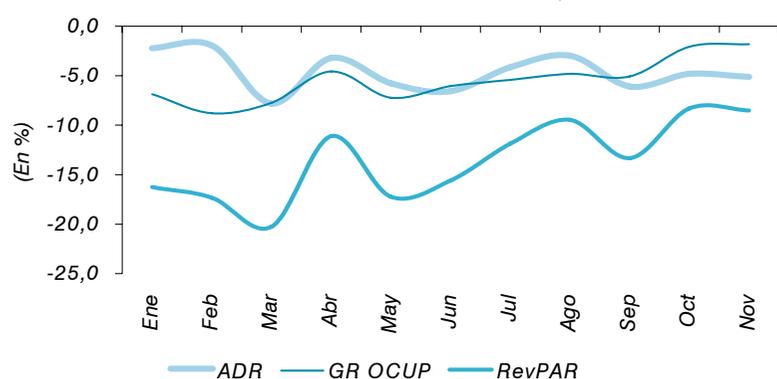
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre las ventas a cierre de año
Alojamiento hotelero
Var % en ventas. 2002-2009



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Evolución ocupación-ADR-RevPar
Tasa de variación interanual 09/08



Fuente: Exceltur a partir INE

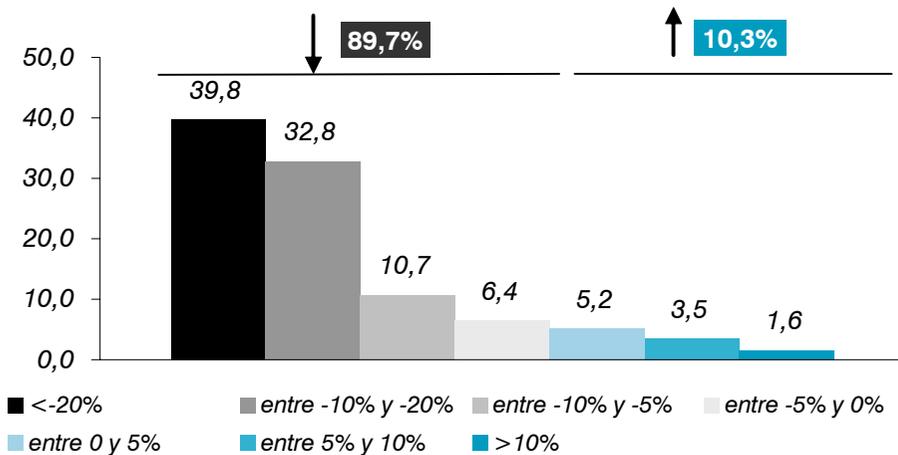
La debilidad de la demanda y la fuerte competencia, con apertura de nuevas plazas en numerosos destinos, ha llevado a vender en ocasiones a precios de saldo vía promociones de último minuto. La bajada de las tarifas medias por habitación (ADR) y del grado de ocupación se ha concretado en una caída del Ingreso Medio por Habitación Dipsonible (RevPar) del -13,3% en el acumulado anual hasta noviembre, según los datos del INE.

A pesar de sus drásticos planes de recorte de gastos para mejorar la eficiencia en la gestión de costes durante 2009, **se ha generalizado el descenso de los beneficios o un aumento de las pérdidas de los hoteles localizados en destinos españoles, afectando al 89,7% de los mismos, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.**

Esta caída se une a la ya acontecida en 2008, pero con una intensidad inusitada. **En el 72,6% de los hoteles el descenso en 2009 ha sido superior al 10%.**

Balance de la evolución de los BENEFICIOS en 2009

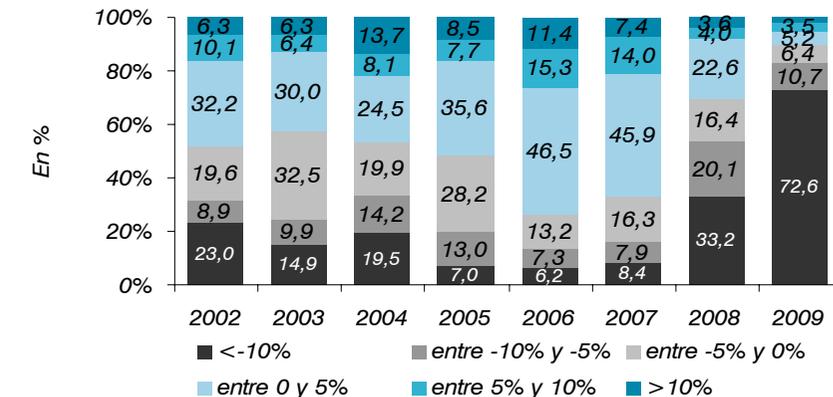
Alojamiento Hotelero
% Var beneficios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre beneficio a cierre de año

Alojamiento hotelero
Var % en beneficios. 2002-2009

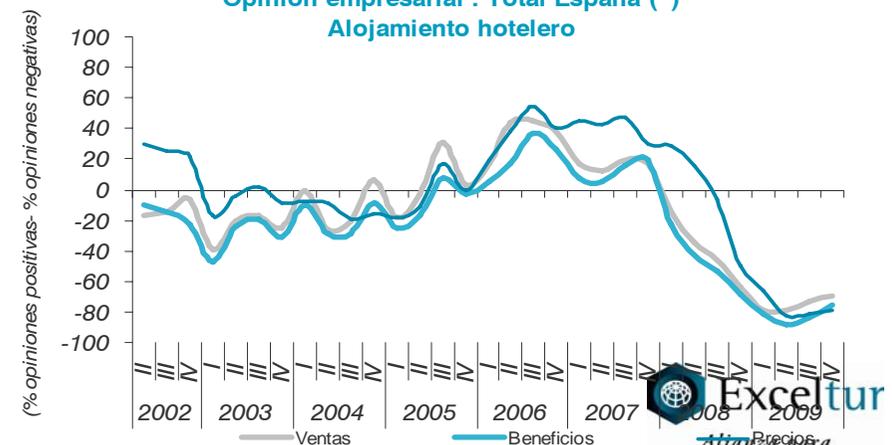


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Si bien la caída del volumen de demanda se ha suavizado en el segundo semestre del año, particularmente la española, ésta se ha conseguido gracias a una fuerte contracción en los precios, lo que no se ha dejado todavía notar en términos de su una recuperación de ventas y beneficios al inicio de 2010.

Opinión empresarial . Total España (*)

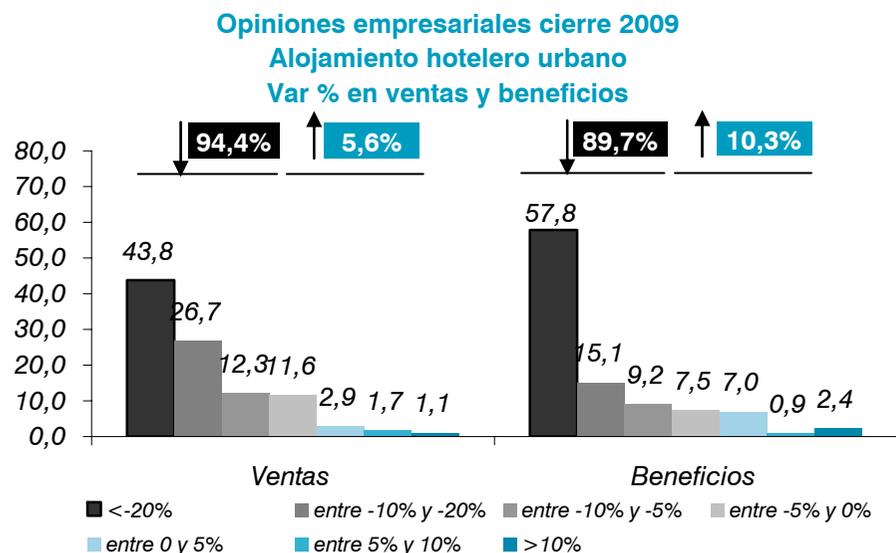
Alojamiento hotelero



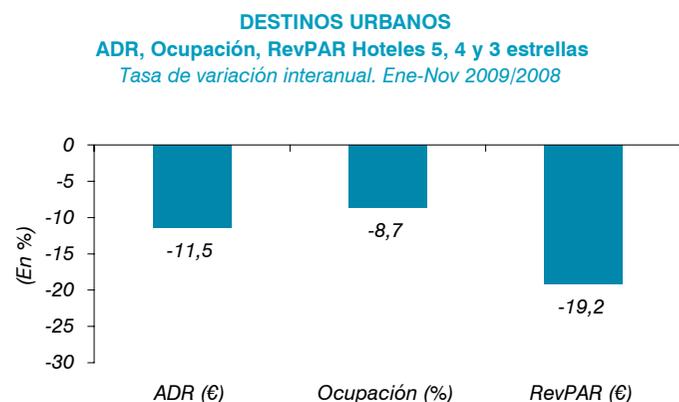
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de

El balance hotelero de 2009 en España ha sido más negativo en los hoteles urbanos que en los vacacionales, por el desplome de los viajes de negocio, el recorte de escapadas de fin de semana y la apertura de nuevos establecimientos en numerosas ciudades españolas que ha acentuado más la sobreoferta existente.

Hoteles urbanos

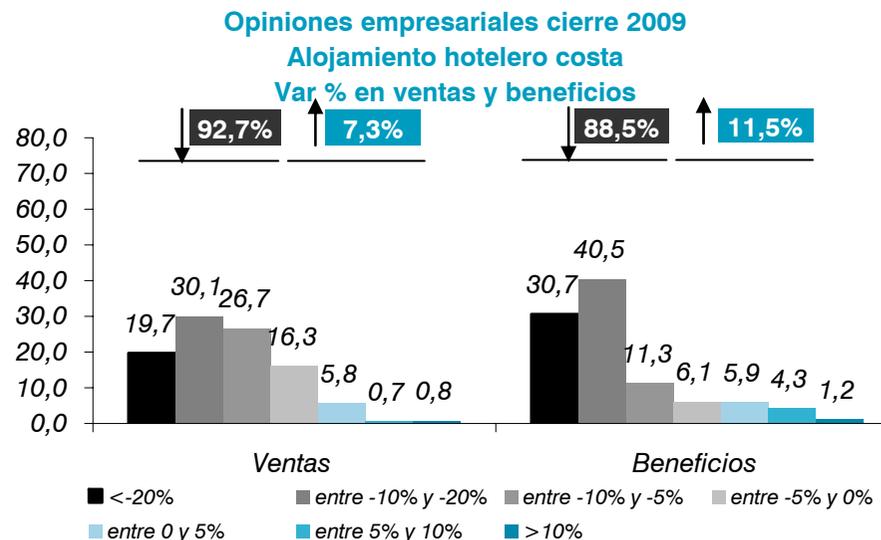


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

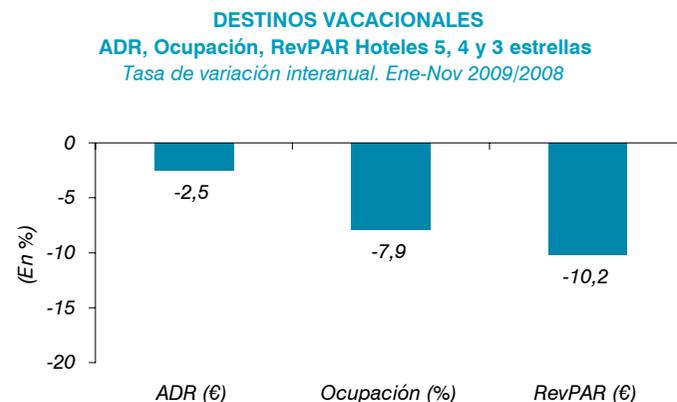


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

Hoteles vacacionales de costa



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



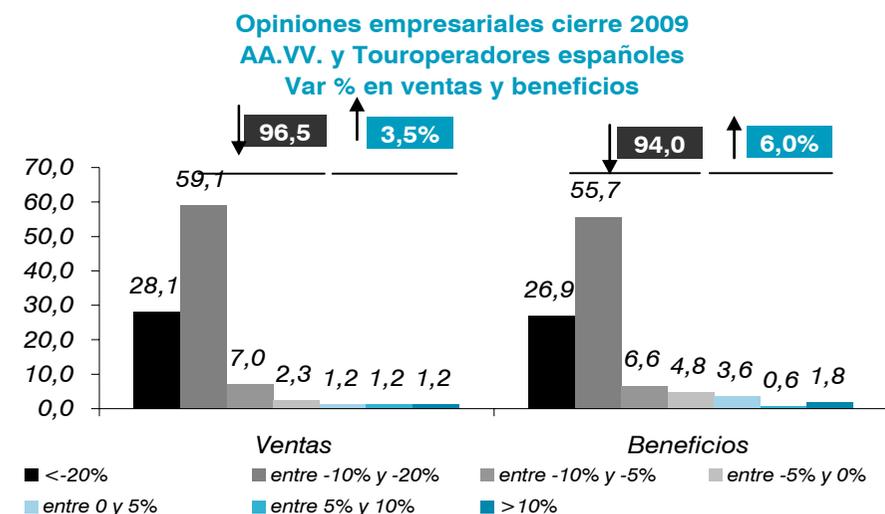
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir INE

GRANDES GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES

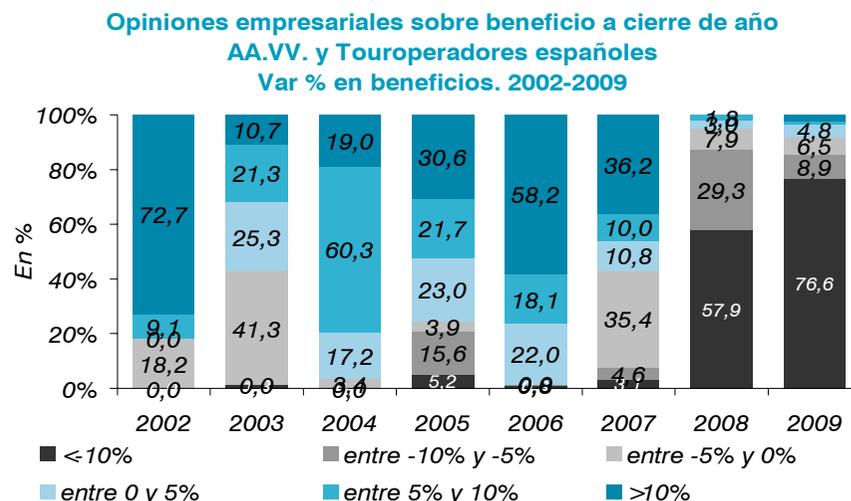
Las agencias de viajes cierra el año 2009 sufriendo de manera intensa el recorte del consumo turístico de los hogares españoles, la reducción del número de viajes, su presupuesto medio y duración, y el cambio en sus hábitos hacia desplazamientos no intermediados.

En este escenario, el 96,5% de las agencias han visto descender sus ventas y el 94,0% sus beneficios, en una magnitud superior al 10% en el 82,6% de los casos.

El duro contexto vivido en 2009 ha provocado la desaparición de casi 1000 puntos de venta, el cierre de empresas y tensiones en la liquidez de los grupos de tamaño medio y de las pequeñas agencias individuales, con el consiguiente efecto sobre el empleo.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

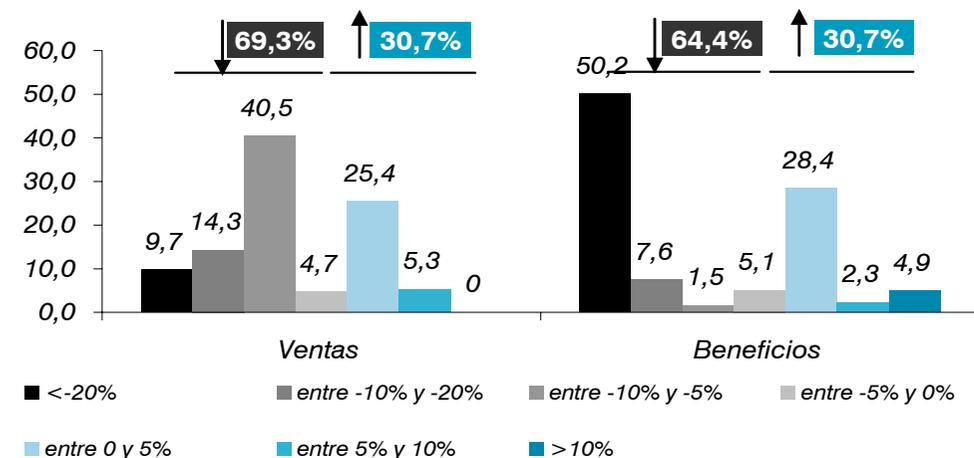
EMPRESAS DE TRANSPORTE

Concluye 2009 con un balance empresarial negativo para la mayoría de líneas aéreas y compañías de alquiler de coches, mientras RENFE y algunas de las empresas de alquiler de coches de gran tamaño acaban 2009 por encima de los resultados de 2008.

La actividad de este subsector ha estado condicionada por el retroceso en el número de pasajeros debido a la **reducción del número de viajes** vacacionales y de negocios, la **preferencia del coche** como medio de transporte preferido en los desplazamientos turísticos de particulares y la **reducción generalizada de tarifas** a pesar de los procesos de ajustes de capacidades.

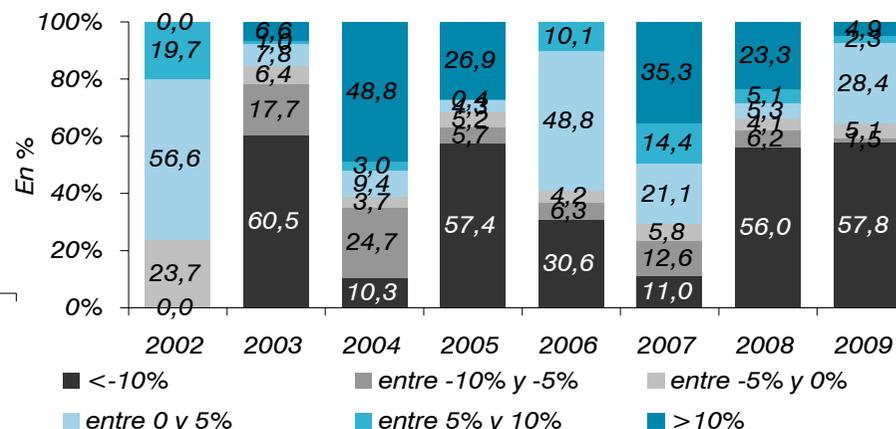
El 50,2% de las empresas de transporte de pasajeros experimentaron en 2009 caídas interanuales en el beneficio empresarial superiores al -20%. Se ha constatado una fuerte caída de los ingresos medios unitarios y de los márgenes en las empresas españolas de transporte de pasajeros, a pesar de las políticas de reducción de costes operativos llevadas a cabo en los últimos años.

Opiniones empresariales cierre 2009
Empresas españolas de transporte
Var % en ventas y beneficios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre beneficio a cierre de año
Empresas españolas de transporte
Var % en beneficios. 2002-2009



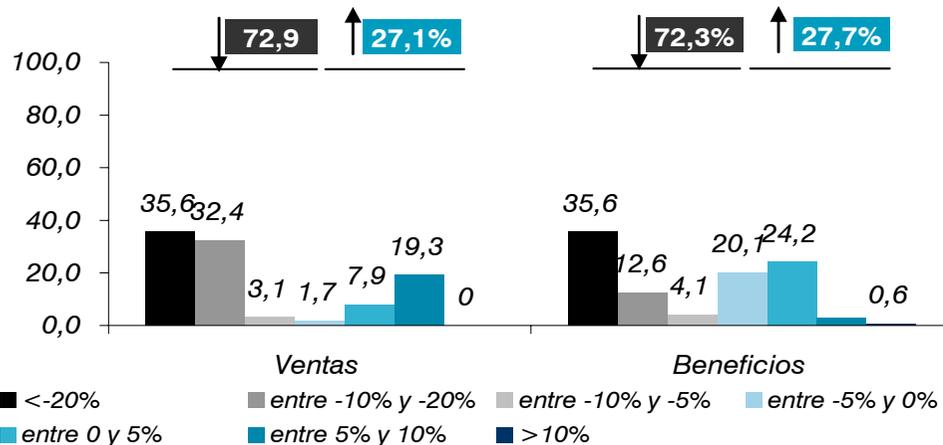
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

ALQUILER DE VEHÍCULOS

Balance dual entre las compañías de alquiler de coches en 2009; drástica caída en las ventas y beneficios de las PYMES, acuciadas por la falta de acceso al crédito para renovación de flotas, y mejoras en algunos de los grandes grupos por la reducción de la oferta de coches en el mercado.

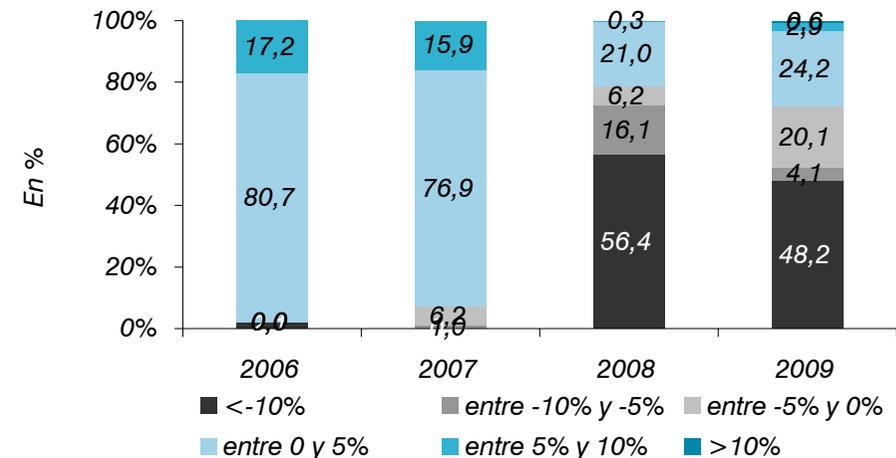
De forma general, el 72,9% de las empresas de rent a car han visto caer sus ventas (un 68,0% por encima del 10%) y el 72,3% los beneficios (48,2% superiores al 10%), mientras un 27,7% ha mejorado sus resultados respecto al año 2008.

Opiniones empresariales cierre 2009
Empresas alquiler de vehículos
Var % en ventas y beneficios



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre beneficio a cierre de año
Empresas alquiler de vehículos
Var % en beneficios. 2006-2009



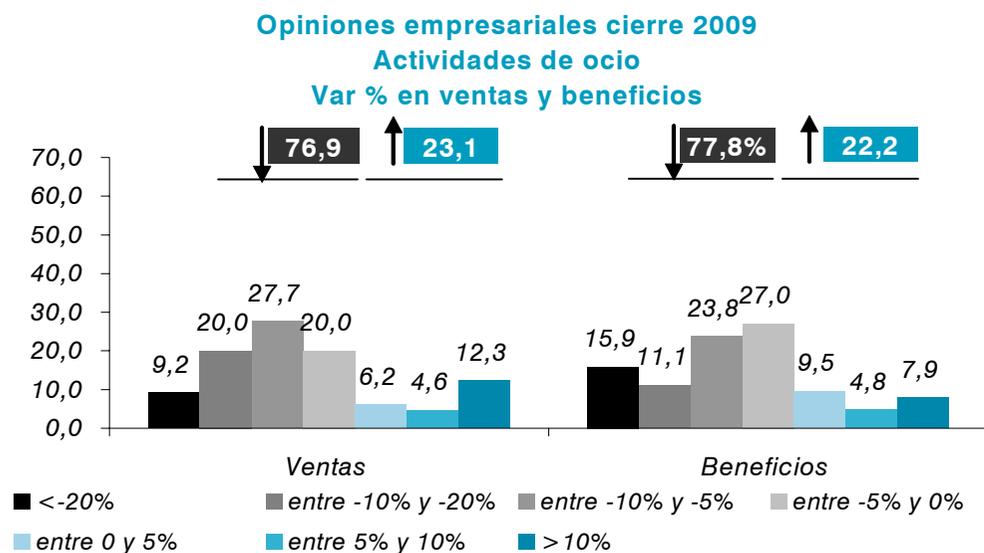
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

EMPRESAS DE OCIO

La actividad empresarial de las empresas relacionadas con el ocio en 2009 también se resiente ante la crisis económica, aunque de manera más tenue.

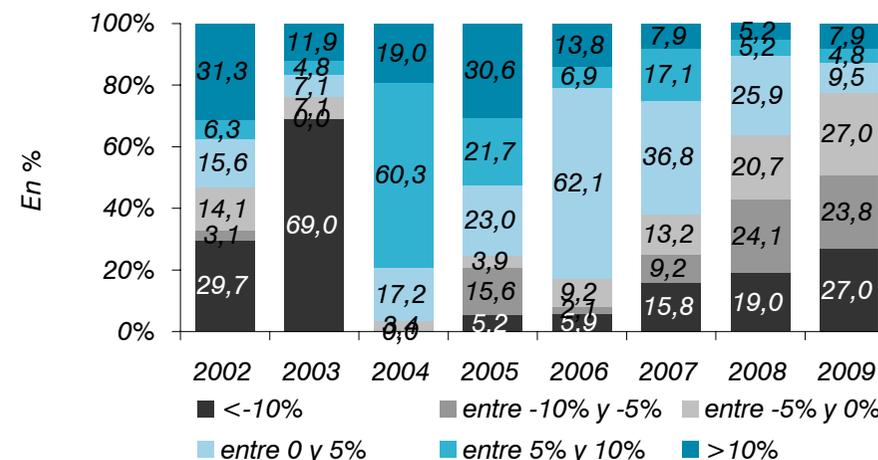
Los resultados de la Encuesta de Exceltur revelan un **peor comportamiento** de los principales indicadores de negocio de los **campos de golf y algunos parques temáticos**, más relacionados con la demanda extranjera.

Por el contrario, el mayor aguante a los efectos de la crisis lo muestran los **museos y monumentos, los parques de ocio más orientados a la demanda nacional, y sobre todo, las estaciones de esquí**, favorecidas por la abundancia de nieve en el año 2009 y las inversiones previas realizadas en sus instalaciones para rentabilizarla.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre beneficio a cierre de año
Actividades de ocio
Var % en beneficios. 2002-2009



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

RESULTADOS POR DESTINOS

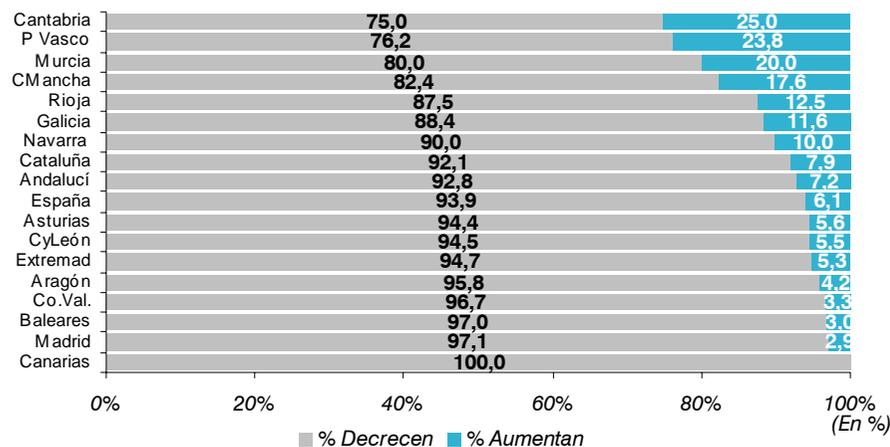
Los empresarios de las comunidades autónomas del norte (La Rioja, Cantabria, Galicia, País Vasco y Navarra) sufren algo menos los efectos de la crisis, por la respuesta de la demanda española, especialmente durante los meses de verano.

La grandes ciudades (especialmente Valencia, Madrid y Barcelona) protagonizan las mayores caídas en rentabilidad por el aumento de las plazas y la bajada del turismo de negocios, unido a Zaragoza, muy afectada por la comparación con 2008 en el que se celebró la Expo.

Dentro de los destinos vinculados al sol y playa, los insulares y especialmente Canarias experimentan las caídas más intensas en las ventas y los beneficios de los empresarios hoteleros, mientras los peninsulares aguantan algo mejor gracias al mercado español.

VENTAS

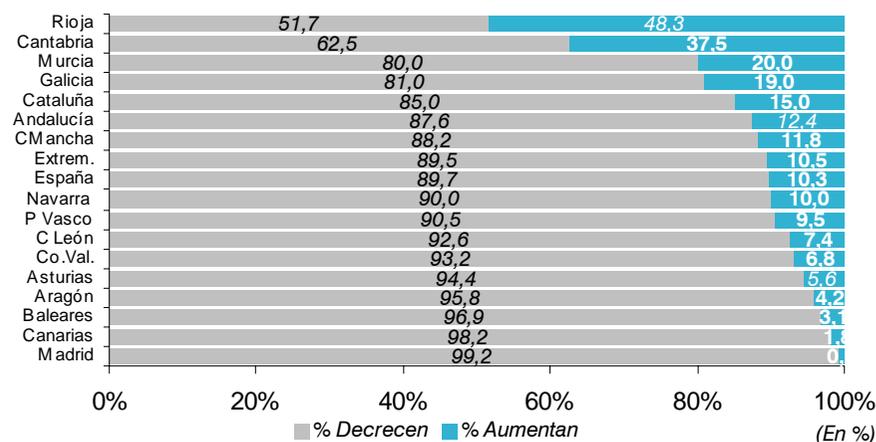
Opiniones empresariales a cierre de año
Var % en Ventas 2009/2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

BENEFICIOS

Opiniones empresariales a cierre de año
Var % en Beneficios 2009/2008



Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

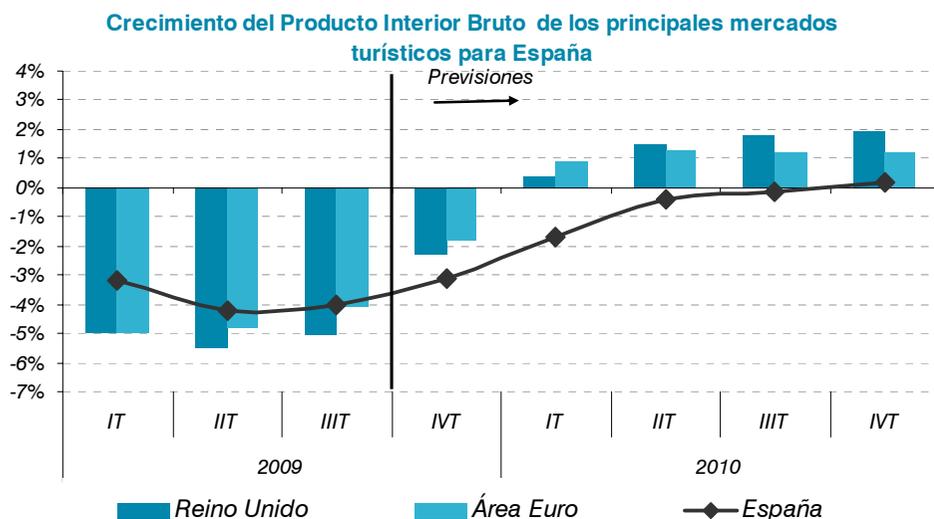
Perspectivas empresariales para 2010

***Un año complejo que exige
una intensa y renovada
reflexión a medio y largo plazo***

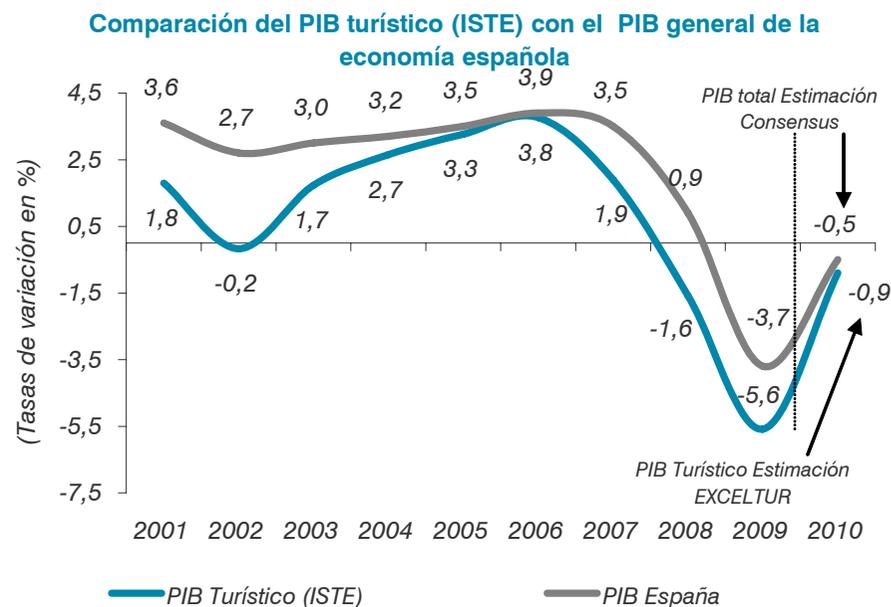
CONTEXTO TURÍSTICO PREVISTO PARA 2010

2010 seguirá marcado por la complejidad, aunque esperamos una notable moderación de los ritmos de caída de la demanda turística en España, tanto de turismo vacacional como de negocios, por la profundidad en la que ya se ha manifestado la crisis en 2009.

El tímido crecimiento del consumo de las familias esperado para nuestros principales mercados emisores europeos y la continuidad de la respuesta del mercado español de proximidad prevista para 2010 nos hace esperar un desaceleración en los ritmos de caída del PIB turístico en España en 2010. **En concreto, prevemos que en 2010 el PIB turístico descienda en España un -0,9%.**



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Contabilidad Nacional Trimestral del INE, Consensus Forecasts (noviembre 09) y previsiones Afi para España



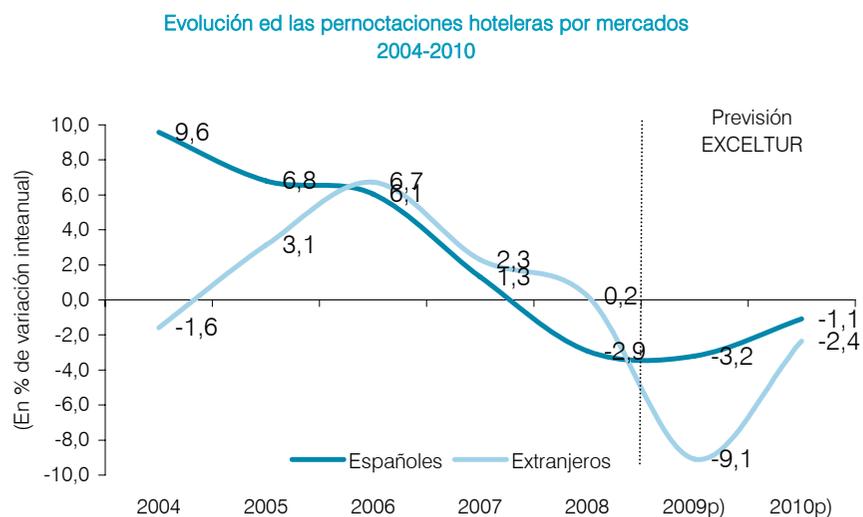
Fuente: Exceltur, INE y Consensus

Todo lo más, en el segundo semestre del año 2010 podríamos asistir a una estabilización de los niveles de demanda turística, con algún crecimiento a ritmos que hoy se estiman todavía débiles

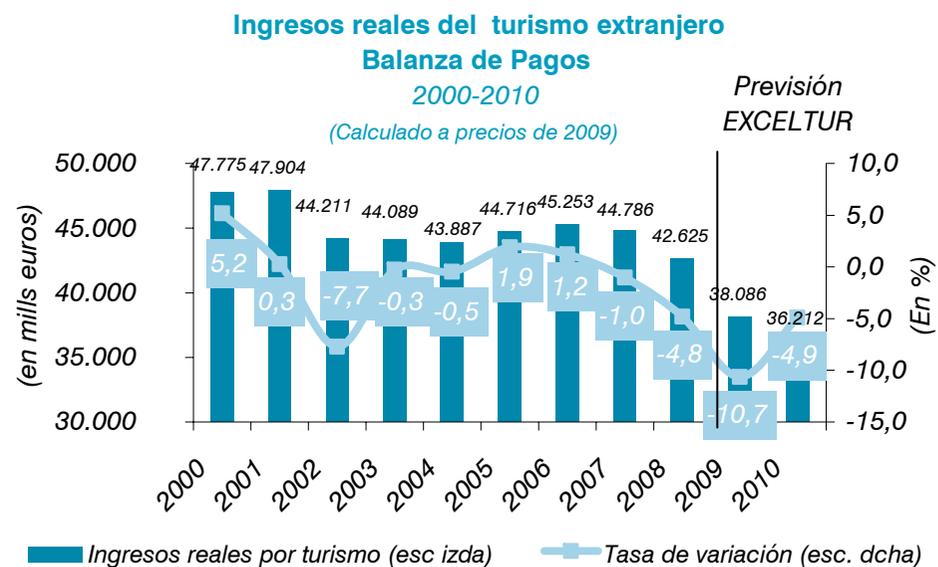
Nuevamente la demanda española de interior debería responder mejor que la extranjera en 2010.

No hay grandes cambios en los condicionantes del comportamiento de la demanda previstos para 2010 más allá de la moderación en sus ritmos de caída, una vez que la extensión del paro entre los ciudadanos de los principales mercados para España, esperada por los analistas, seguirá condicionando la debilidad del consumo y propiciado una extremada sensibilidad al precio.

Su traducción en términos de **pernoctaciones en hoteles por mercados para 2010 apunta una caída del -1,1% para la demanda española, por un descenso del -2,4% de la extranjera. En términos de ingresos reales que revierten a nuestro país (Balanza de Pagos) , esperamos que en 2010 los derivados de la demanda extranjera vuelvan a caer en España un -4,9%, moderando la caída del -10,7% estimada en 2009.**



Fuente: Exceltur y EOH (INE)



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

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2010

Las empresas turísticas españolas afrontan el año 2010 con un ligero mayor optimismo respecto a la evolución de sus beneficios en 2009, no tanto por una recuperación de la demanda sino por:

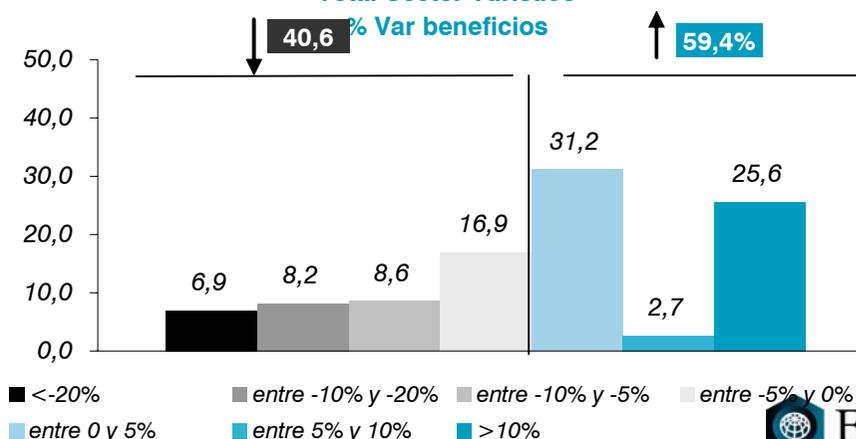
- Los resultados de las políticas de contención de costes y ganancia en eficiencia en las operaciones que llevan aplicando desde 2008
- Los ajustes de capacidades introducidos en 2009.
- La reducción de la competencia por el proceso de reestructuración y desaparición de empresas que se están produciendo en algunos subsectores, como el de agencias de viajes y compañías aéreas.

En el devenir de los resultados empresariales de 2010 serán claves:

1. La persistencia o no, de problemas de acceso al crédito, las dificultades para refinanciar préstamos y el alargamiento en las condiciones de pago de los clientes corporativos, asociado a un aumento preocupante de la morosidad dentro del propio sector que exigirá un atento seguimiento de los riesgos.
2. Los procesos de alianzas, fusiones y/o adquisiciones entre compañías de los diversos subsectores turísticos por los problemas de solvencia o dificultad de poder afrontar los nuevos retos de gestión en ciernes .

Con estos condicionantes, un 59,4% de los empresarios turísticos españoles esperan que en 2010 se produzca una mejoría de sus resultados, en términos de mayores beneficios o menores pérdidas que en 2009.

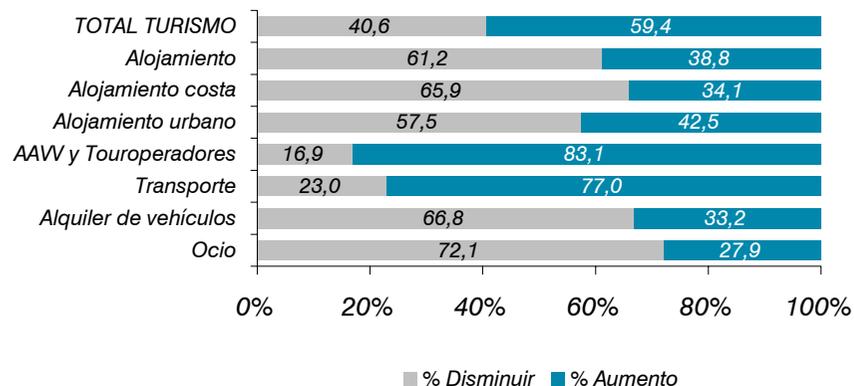
Previsiones empresariales sobre la evolución de los BENEFICIOS en 2010
Total Sector Turístico



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

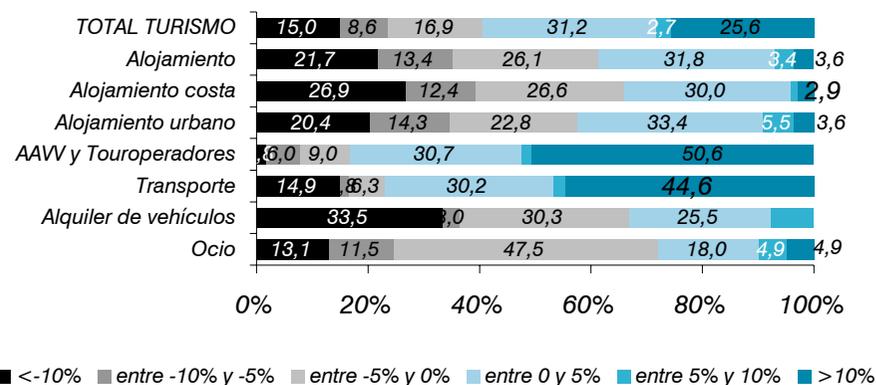
La mejoría de resultados para 2010, además de en el sector ferroviario, se concentra en las compañías del sector del transporte aéreo y de las agencias de viajes y touroperadores, que es en los que más se ha notado la reestructuración por la desaparición de empresas o puntos de ventas y el redimensionamiento en el mercado.

Opiniones empresariales sobre el crecimiento previsto de los beneficios en 2010 respecto a 2009



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opiniones empresariales sobre el crecimiento previsto de los beneficios en 2010



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Las expectativas de recuperación de beneficios a lo largo de 2010 en el sector hotelero, tanto urbano como en el vacacional son, sin embargo, aún muy limitadas, como sucede también entre las empresas de alquiler de coches y de ocio.