

# Valoración turística empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2010 y expectativas para el segundo trimestre y el conjunto de 2010

COMUNICADO DE PRENSA - Madrid 21 de abril de 2010

## BALANCE TURISTICO DEL PRIMER TRIMESTRE Y LA SEMANA SANTA DE 2010

- Alta volatilidad del consumo turístico durante el primer trimestre, dentro de una tendencia de leve mejoría, gracias al impulso de los viajes de los españoles, más en afluencia de turistas que en gasto.
- Las empresas en sectores afectados por fuertes reajustes de capacidades como líneas aéreas, agencias de viajes y alquiler de coches y/o que han mejorado sus costes, cierran con un balance algo más positivo este trimestre, dentro de una nueva guerra de precios por la generalizada sobreoferta.
- Balance positivo de la Semana Santa amparado en una mayor afluencia interna de la prevista, que ha inducido una mejoría de los niveles de confianza de los empresarios turísticos.
- Los destinos del Valle del Ebro (La Rioja, Aragón y Navarra), Galicia, Canarias y las principales ciudades, gracias al repunte del turismo de negocios mejoran levemente sus resultados, mientras los destinos del litoral mediterráneo sufren caídas en estos meses de temporada baja.

## EXPECTATIVAS TURISTICAS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2010 Y EL CONJUNTO DEL AÑO

- El conjunto del sector turístico español sufre hasta el momento un duro golpe de 252 millones de euros (aparte del sufrido por las líneas aéreas) en seis días de impacto de la nube de ceniza: 42 MM€ al día. Cuando se abrían algunos claros intermitentes, el horizonte se ha vuelto a ensombrecer por la nube.
- Los empresarios esperaban antes de aparecer la nube volcánica una mejoría en el segundo trimestre, entre otros, por un adelanto de compra de viajes de los españoles para el verano para evitar la subida del IVA, que pudiera conllevar un peor comportamiento de ventas nacionales en el 3<sup>er</sup> trimestre.
- Aunque se ha frenado la caída del PIB turístico en el 1<sup>er</sup> trimestre, dada la volatilidad existente no variamos las previsiones del PIB turístico de caída del -0,9% para el conjunto del año 2010.

## **Balance empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2010**

- Los primeros meses de 2010 han estado marcados por una **elevada volatilidad de la demanda turística** debida a la debilidad del mercado y los efectos de las distintas condiciones climatológicas; mal tiempo en el mes de febrero y mejoría a finales de marzo hasta el final de la Semana Santa.
- La **incertidumbre** que sigue predominando en el mercado agravada por la sobreoferta, **ha derivado en nuevas reducciones de los precios** como principal instrumento para la dinamización de las ventas, que ha hecho que, **mientras la economía española ha salido de la deflación, en el turismo se haya intensificado**. En el 56,5% de las empresas turísticas españolas los precios descendieron durante el primer trimestre de 2010 respecto a los mismos meses de 2009, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Los precios en los hoteles vuelven a caer un -5,4% en enero y febrero según el IPH del INE, los de los paquetes turísticos de las agencias de viajes un -5,7% con datos del acumulado enero-marzo y los billetes aéreos un -0,3%, a pesar del aumento de los precios del petróleo.
- Con el impulso de menores precios y debido a las ventas de última hora, el **inicio de 2010 ha mostrado unas primeras señales de leve mejoría en los indicadores de afluencia de demanda turística, y no tanto aún en términos del gasto en destino**. Como consecuencia, **el PIB turístico habría descendido en el primer trimestre un -1,0% según las estimaciones de Exceltur**, lo que supone una notable desaceleración de sus ritmos de caída desde los registros en los que se situaba en el año 2009.

- **La leve mejoría de los indicadores de volumen de demanda se explican por el mejor comportamiento de los viajes de los españoles, que han comenzado 2010 en positivo.** Las pernoctaciones en alojamientos reglados de enero y febrero de 2010 que recoge el INE se situaban un 3,5% por encima de las del pasado año, con un crecimiento de las hoteleras de la misma intensidad, y con un aumento de los pasajeros aéreos del 6,4% y los ferroviarios de larga distancia del 2,3%. Los resultados empresariales del trimestre apuntan su continuidad en el mes de marzo y la Semana Santa. El gasto de los españoles, sin embargo, sigue sin recuperarse, los pagos por turismo en el exterior descienden un -4,6% en enero.
- Por el contrario, **la demanda extranjera hacia España no acaba de recuperarse y en el primer trimestre continua con caídas en la mayor parte de indicadores disponibles,** a pesar de que el mes de marzo parece que ha mejorado su comportamiento. Con los datos oficiales, la llegada de turistas extranjeros se redujo un -1,5% en enero y febrero, las pernoctaciones en alojamientos reglados un -1,8% y los ingresos por turismo recogidos por la Balanza de Pagos para enero un -2,2%, respecto a las caídas que ya se produjeron en los mismos meses de 2009.
- **La demanda extranjera crece levemente a destinos urbanos** por el incremento de las escapadas y la mejoría del business travel, **mientras cae en los destinos del litoral, salvo en Canarias,** comenzando el año por debajo de sus competidores, que, con Turquía a la cabeza, vuelve a crecer en este inicio de 2010. Las pernoctaciones de extranjeros en ciudades se elevaron un 8,6% en enero y febrero, mientras descendieron un -10,9% en los destinos del litoral mediterráneo y Baleares, aunque se trata de destinos en temporada baja. Por el contrario, Marruecos y Turquía han visto incrementada la demanda extranjera en este inicio de 2010 un 6,3% y un 6,9%, respectivamente.
- **El mercado inglés sigue sin reaccionar, mientras se observa cierta recuperación del turismo procedente de los países nórdicos, Rusia, USA, Italia y Francia** en términos de sus pernoctaciones en hoteles españoles, que crecen en este inicio de 2010 respecto a los registros de los mismos meses de 2009.
- ***Velocidades distintas: Dualidad de escenarios de resultados en el primer trimestre dentro de una tendencia de leve mejoría:***
  1. **En las empresas turísticas más dependientes del gasto final en los destinos y/o presentes en subsectores que no han ajustado su sobrecapacidad, las ventas y los beneficios siguen cayendo en el primer trimestre** de 2010 por la fuerte presión sobre unos precios que vuelven a descender en este inicio de año. **Este es el caso de los hoteles y las empresas de ocio** (principalmente los parques de ocio, campos de golf, estaciones de esquí con buena nieve pero con condiciones climáticas adversas), donde para todavía un 49,0% y un 44,9% de las empresas las ventas en este primer trimestre estaban por debajo del primer trimestre de 2009, con una traslación sobre el deterioro de los resultados en el 54,9% de los hoteles y el 48,5% de las empresas de ocio.
  2. **En los subsectores más relacionadas con la demanda española y donde la crisis ha provocado cierres de oficinas, empresas y reajustes de cuotas de mercado como en el caso de las AAVV y los rent a car, el primer trimestre ha sido testigo de leves mejoras en las ventas y los beneficios en las empresas que han seguido operando.** Así, el 91,2% de las agencias de viajes mejoraron levemente sus ventas y un 55,7% sus beneficios en el primer trimestre de 2010, respecto a la situación de 2009, mientras esta mejora afectó al 59,4% de las empresas de alquiler de coches en sus ventas y al 42,6% en sus beneficios.
- Los apuntes de mejoría de la demanda turística en España han tenido su mejor exponente en los resultados de la Semana Santa. **El 55,9% de los empresarios turísticos españoles manifestaban un balance de los días de pascua de este 2010 mejor que los que se vivieron en 2009,** debido a la compra de última hora impulsada por la ofertas dirigidas al mercado español.
- **Los empresarios turísticos españoles experimentan en el primer trimestre una mejora de sus niveles de confianza** como consecuencia de las señales positivas de la demanda tras la Semana Santa. El Índice de Confianza del Sector Turístico español ICTUR que elabora EXCELTUR trimestralmente se sitúa en un valor de 5,0, por encima del -40,9 que registraba al concluir el año 2009.
- **El año abre con un aumento de ventas de las empresas turísticas en los destinos del Valle del Ebro (La Rioja, Navarra y muy especialmente Aragón), en Galicia por efecto del Xacobeo, las ciudades (donde destaca Madrid, Barcelona Valencia y Zaragoza) y Canarias, que no se manifiesto en la misma intensidad en beneficios por el escenario de precios a la baja.** Las comunidades de la España verde (Cantabria, Asturias y País Vasco) con un clima desfavorable, y los destinos vacacionales del litoral mediterráneo peninsular y Baleares, continúan sufriendo la contracción de la demanda en estos primeros meses de 2010.
- **La Semana Santa ha confirmado unos buenos resultados en las ciudades (especialmente Barcelona y Madrid), de los destinos canarios, de las estaciones de esquí y del litoral catalán junto con algunas zonas de interior, como La Rioja, Extremadura y Castilla y León.**

## **Expectativas empresariales y tendencias turísticas previstas para el segundo trimestre de 2010 y el conjunto del año**

- **El bloqueo del espacio aéreo europeo desde el pasado 15 de abril por la erupción del volcán islandés genera hasta el martes 20 de abril una pérdida de 252 millones de euros en ingresos sobre el conjunto del sector turístico español, que trastocará a la baja los resultados del segundo trimestre.** Los destinos más dependientes de la llegada de turistas extranjeros por vía aérea en esta época, los archipiélagos de Canarias y, en menor medida, Baleares y las ciudades de mayor intensidad del turismo de negocios con Europa, son las más afectadas por la cancelación de vuelos. El impacto sobre la movilidad de los españoles es más reducido por la posibilidad de utilización de otros modos de transporte.
- Previo a la erupción del volcán islandés (la encuesta de expectativas de Exceltur se cerró el 9 de abril), **los empresarios turísticos españoles se mostraban moderadamente esperanzados** respecto a la evolución de sus ventas (un 45,8% esperan que sean mejores que en 2009) y, en menor medida, de sus resultados (el porcentaje de mejora disminuye al 38,4% de los empresarios turístico) de cara al segundo trimestre aunque cuando se tenga el impacto definitivo de las cenizas, variara notablemente esta percepción. De nuevo las condiciones del mercado en las agencias de viajes y las empresas de alquiler de coches, generan un mayor optimismo sobre sus resultados para los meses de abril, mayo y junio de este 2010.
- **La anunciada subida del IVA a partir del 1 de julio puede provocar una anticipación de compras y realización de viajes, que suponga una mayor dinamización en este segundo trimestre y una nueva ralentización en los meses de verano.**
- A tenor del comportamiento del primer trimestre en línea con lo que estimábamos, **mantenemos nuestras previsiones de un descenso del PIB turístico en España del -0,9% para el conjunto del año 2010, superior a la caída del PIB esperada para el conjunto de la economía española y en línea con lo sucedido los últimos 9 años.**

## **Reflexiones derivadas del balance del primer trimestre, del impacto de la nube de cenizas y las perspectivas para el conjunto del año**

- Los cierres de aeropuertos europeos han estancado la senda de recuperación de resultados del sector turístico español ya muy afectado por la crisis en 2009. Una vez se normalicen totalmente los vuelos y evaluados en detalle las pérdidas incurridas, el conjunto del sector requiere de las instituciones públicas un plan de medidas de apoyo específico, prioritario y proporcional a las que en la UE ya se atisban para las Líneas Aéreas.
- Al margen del desfavorable impacto coyuntural de las cenizas y a pesar de los leves destellos en afluencia que se atisban para el 2º trimestre, no se puede bajar la guardia ante las urgentes reformas estructurales y mejora de la competitividad que requiere el sector turístico español para afrontar los próximos años con mejores perspectivas de crecimiento sostenible.
- Antes de las cenizas, el reciente Consejo Español de Turismo (CONESTUR) había marcado un claro punto de inflexión en la determinación política de abordar conjuntamente y sin dilación entre Gobierno, autonomías y actores sociales, soluciones a los múltiples retos competitivos del sector y de los destinos de sol y Playa. Las circunstancias reafirman aún más la necesidad de intensificar ese compromiso en paralelo a la búsqueda de la mayor convergencia y armonización de políticas turísticas Inter autonómicas posibles, que esperamos se materialice en iniciativas concretas en los próximos meses.