



*Alianza para
la excelencia turística*

***Balance empresarial del primer
trimestre
y de la Semana Santa de 2010 y
perspectivas para el segundo
trimestre y el conjunto del año 2010***



*Alianza para
la excelencia turística*

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

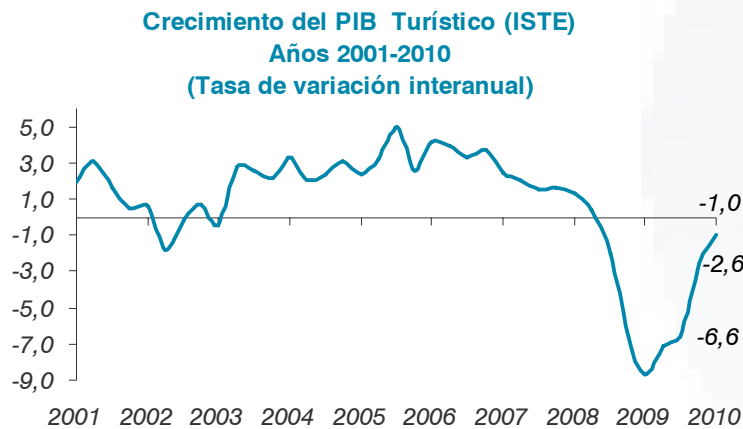
PIB Turístico y confianza empresarial

Durante un primer trimestre marcado por la volatilidad, se ha producido una intermitente desaceleración en los ritmos de caída de la demanda turística en España en términos de afluencia, principalmente por el repunte de los viajes del mercado español, que se ha acentuado en el mes de marzo y los días de Semana Santa.

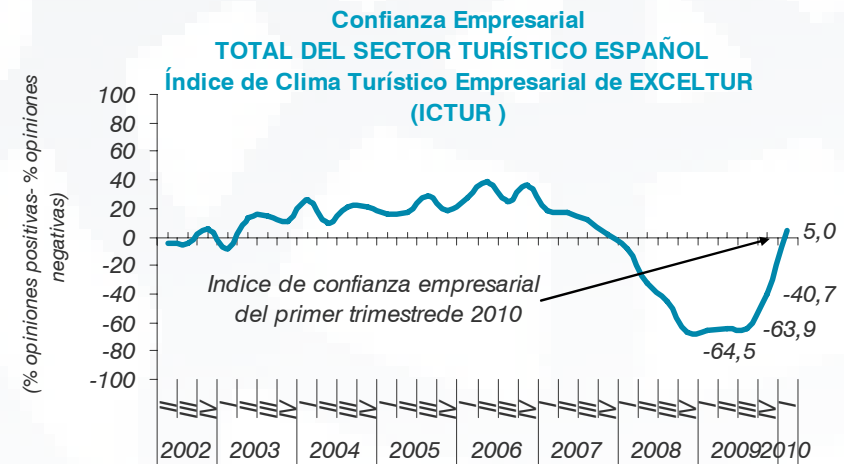
El PIB turístico habría descendido en España durante enero, febrero y marzo un -1,0%, según el Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) de Exceltur, algo más de la mitad del -2,6% de caída que se registró en el cuarto trimestre de 2009.

A pesar de la compleja realidad del mercado, muy especialmente en términos de márgenes y resultados, las leves luces de recuperación de la demanda han inducido mejoras en los niveles de confianza empresarial

El Indicador de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) se sitúa al concluir el primer trimestre de 2010 en un valor de 5,0, notablemente por encima del -40,7 del cuarto trimestre de 2009 y en niveles previos al inicio de la crisis.



Fuente: Exceltur



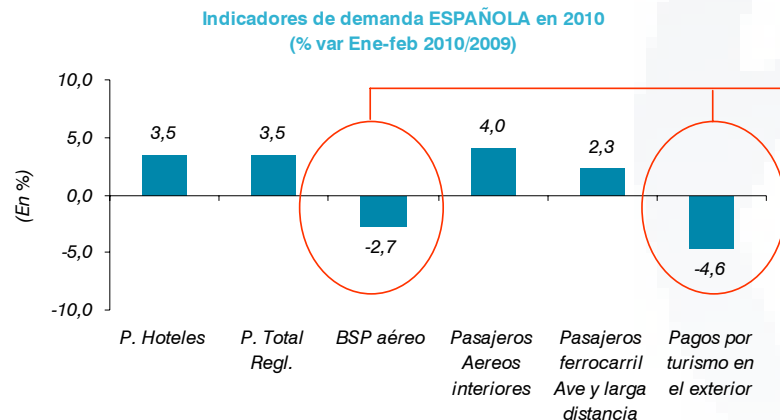
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

DEMANDA ESPAÑOLA

Los volúmenes de demanda española han crecido durante el primer trimestre de 2010 más en afluencia que en gasto, que continua bajando e impulsando caídas de la derrama en los destinos.

Tres factores se encuentran detrás de la mejora de los viajes de los españoles:

1. Las intensificación en forma de nuevas ofertas y descuentos (2X1, niños gratis, % de descuento, etc.) de los servicios turísticos, dentro de una situación del mercado donde se mantiene la guerra de precios para captar la demanda acentuándose la tendencia a la compras de último minuto, que se han multiplicado exponencialmente en estos meses.
2. El mal tiempo peninsular que ha impulsado los viajes a lugares de clima más cálido, con Canarias como gran favorecido (Las pernoctaciones españolas en hoteles canarios durante enero y febrero han aumentado un 15,3%, tendencia que se ha mantenido en marzo y en los días de Semana Santa).
3. El repunte del business travel y de los viajes de los estratos de población con mayor renta, que no han perdido su puesto de trabajo, favorecido por un corrimiento de la demanda a establecimientos de mas categoría aprovechando la fuerte caída de sus precios (La demanda española en hoteles de 4 y 5 estrellas se incrementa un 9,9%).



Los indicadores de gasto siguen cayendo mientras los de mero volumen de demanda crecen en el primer trimestre de 2010

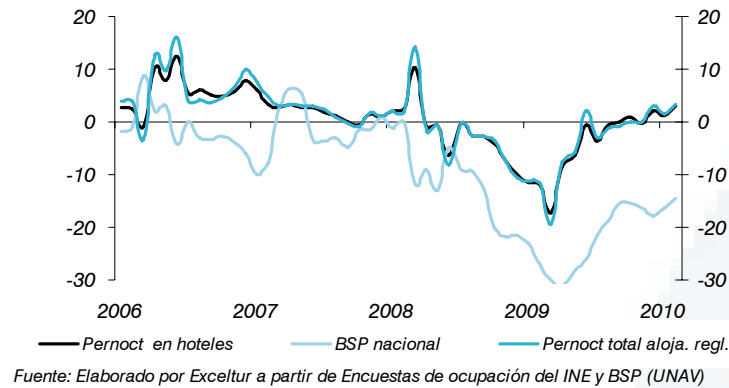
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE), Banco de España, IET
(* Todos los datos son del acumulado de enero a febrero menos pagos por turismo que son del mes de enero)

DEMANDA ESPAÑOLA

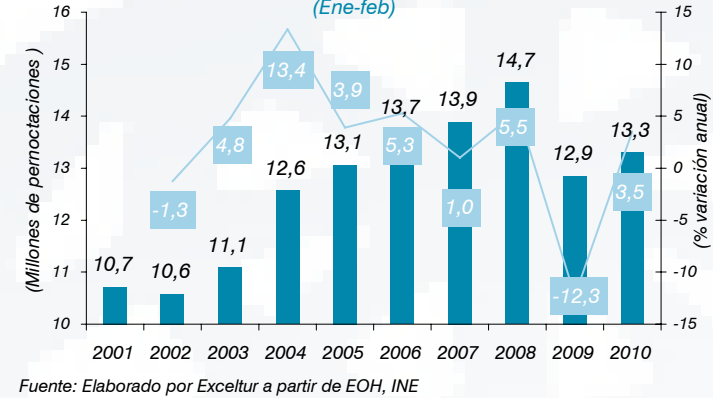
Viajes por España

La propensión a primar los viajes de proximidad de menor coste han situado en el primer trimestre los indicadores de demanda española en tasas positivas, aunque todavía por muy debajo de las previas a la crisis.

Indicadores de Demanda Española por España
(Tasa de variación interanual trimestral)



Número de pernoctaciones de los turistas españoles en establecimientos de alojamiento reglado (Ene-feb)



Viajes al extranjero

El gasto de los españoles en sus viajes al exterior siguen cayendo en el inicio de 2010, pero menos que el año pasado, manifestando una cierta reactivación corroborada por la opinión de las agencias de viajes

Viajes y gasto de los españoles en el extranjero
(Tasa de variación interanual trimestral)

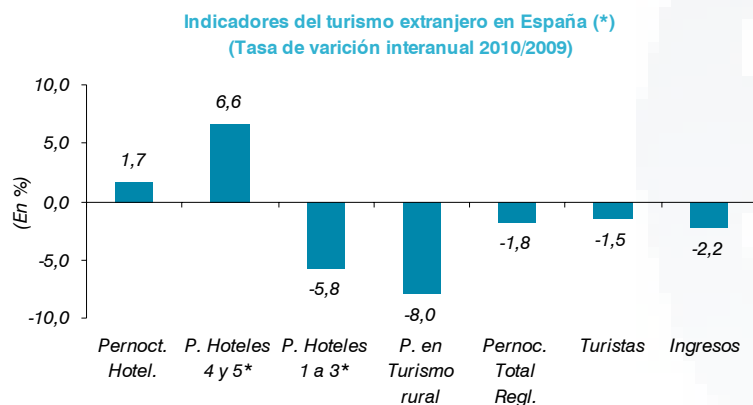


DEMANDA EXTRANJERA

La demanda extranjera hacia España no acaba de recuperarse y en el primer trimestre continua con caídas en la mayor parte de indicadores disponibles, si bien menos pronunciadas que en 2009, gracias al mejor comportamiento de afluencia estimada para el mes de marzo.

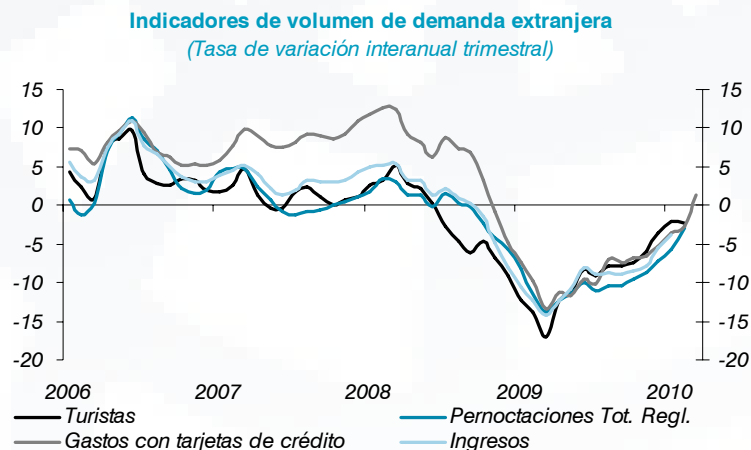
La llegada de turistas extranjeros desciende un -1,5% y las pernoctaciones en alojamientos reglados un -1,8% en enero y febrero de 2010 respecto al mismo período de 2009, que ya registro notables descensos. Los ingresos por turismo extranjero que revierten a España y contempla la Balanza de Pagos se contraen un -2,2% interanual en enero y solo mejora la demanda hotelera, gracias al incremento en 4 y 5 estrellas, que por otro lado es donde más están cayendo los precios, por encima del -5,0%.

La mayor parte de indicadores de extranjeros siguen en negativo...



Fuente: Exceltur a partir Encuestas Ocupación INE y Banco de España
(*) Ingresos datos hasta el mes de enero

... aunque es evidente la desaceleración de sus ritmos de caída que previsiblemente ha continuado en el mes de marzo



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

DEMANDA EXTRANJERA

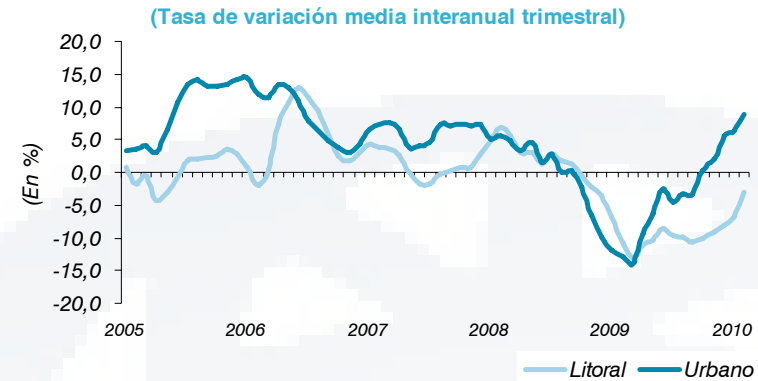
Comportamientos por destinos

Se aprecia un mejor comportamiento de la demanda extranjera a destinos urbanos, con un impacto principalmente en las grandes ciudades, tanto por el leve incremento de las escapadas como por una mejoría del business travel.

Dentro de los destinos vacacionales españoles sólo Canarias consigue volúmenes de demanda extranjera en enero y febrero por encima del pasado año (+2,6% en pernoctaciones hoteleras)

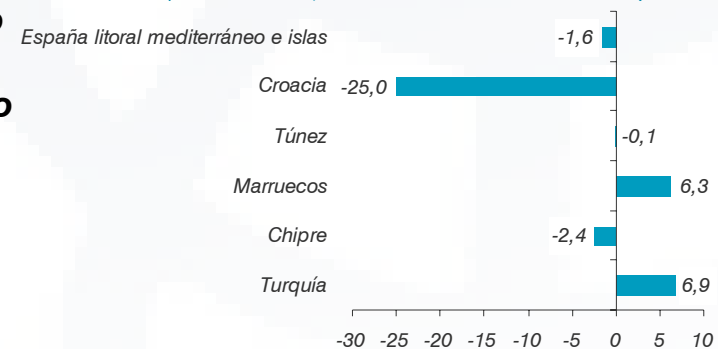
En general el año vuelve a comenzar con registros de estas zonas del litoral por debajo de los principales competidores del sol y playa (salvo Croacia y Chipre, para los cuales no son los meses más relevantes)

Pernoctaciones de extranjeros en hoteles de las zonas turísticas del litoral y destinos urbanos. 2004-2010



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo
(% Crec. 2010/2009 acumulado enero-febrero)



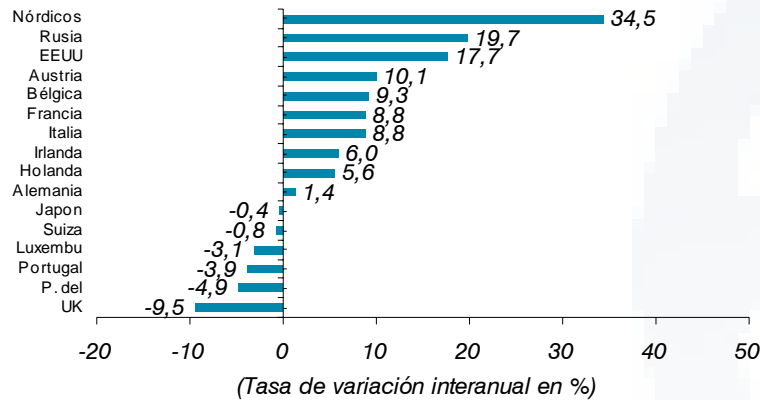
Fuente: IET e Institutos de Estadística Nacionales. *Datos para Chipre, Turquía, Marruecos, España y Túnez hasta febrero y Croacia hasta enero.

DEMANDA EXTRANJERA

Evolución por países de origen

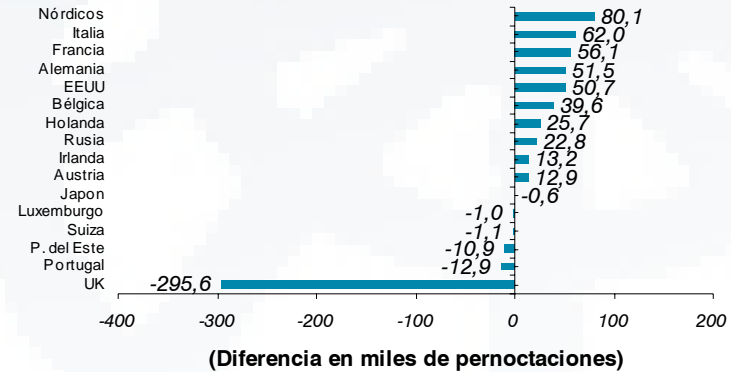
El mercado inglés sigue sin reaccionar en la medida de lo deseable, mientras los países nórdicos, Rusia, USA, Italia, Francia y, en menor medida Alemania están en variaciones positivas en términos de sus pernoctaciones en hoteles españoles durante el primer trimestre de 2010 respecto al mismo período de 2009.

Variación % del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Feb 2010/2009



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

Variación en volumen del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Feb 2010/2009



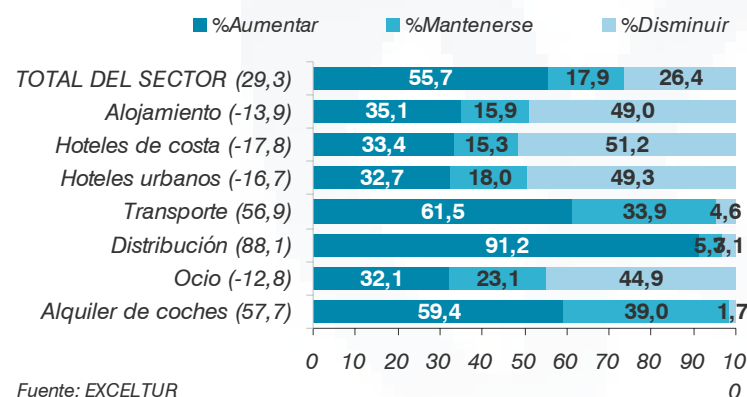
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

VENTAS EMPRESARIALES

Dualidad de escenarios de resultados en el primer trimestre con una tendencia de leve mejoría:

1. Las empresas turísticas más dependientes del gasto final en los destinos y/o presentes en subsectores que no han ajustado su sobrecapacidad, las ventas siguen cayendo en el primer trimestre por la fuerte presión sobre unos precios que vuelven a descender en este inicio de 2010. 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.**
2. En subsectores turísticos más relacionadas con la demanda española como las AAVV y donde la crisis ha provocado cierres de oficinas, empresas y reajustes de cuotas de mercado entre grupos, ha permitido a las que siguen operando incrementar sus ventas en el primer trimestre del año. **Así, la mayoría de grandes grupos de agencias de viajes, las compañías de transporte de pasajeros y los rent a car cierran el primer trimestre de 2010 con niveles de ventas ligeramente por encima de las de 2009**

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas
I Tr 2010



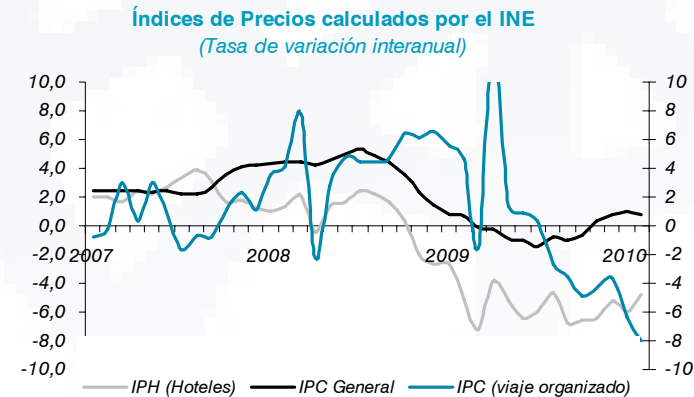
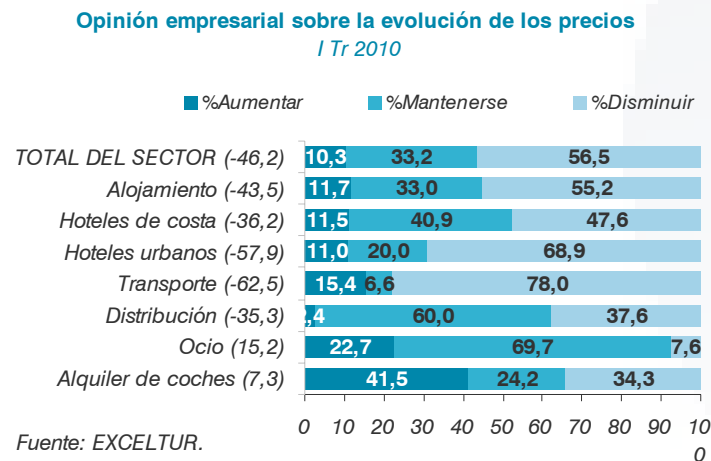
PRECIOS

El sector turístico español sigue inmerso en una guerra de precios que afecta a la mayor parte de los subsectores que componen la cadena de valor de los destinos.

La aún débil demanda y volatilidad del consumo turístico ha hecho que en este primer trimestre se haya vuelto a multiplicar las campañas de promociones y descuentos en prácticamente todos los subsectores turísticos.

Así, para 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.

Por su parte el Índice de Precios Hoteleros del INE reflejaba una caída media del -5,4% en enero y febrero de 2010 en relación con el mismo período de 2009, los precios de las agencias de viajes han descendido un -5,7% incorporando el mes de marzo y los billetes aéreos un -0,3% en los tres primeros meses de 2010, a pesar del aumento de los precios del petróleo, según la información del IPC.



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

Mientras la economía española sale de la deflación, se intensifica en el sector turístico

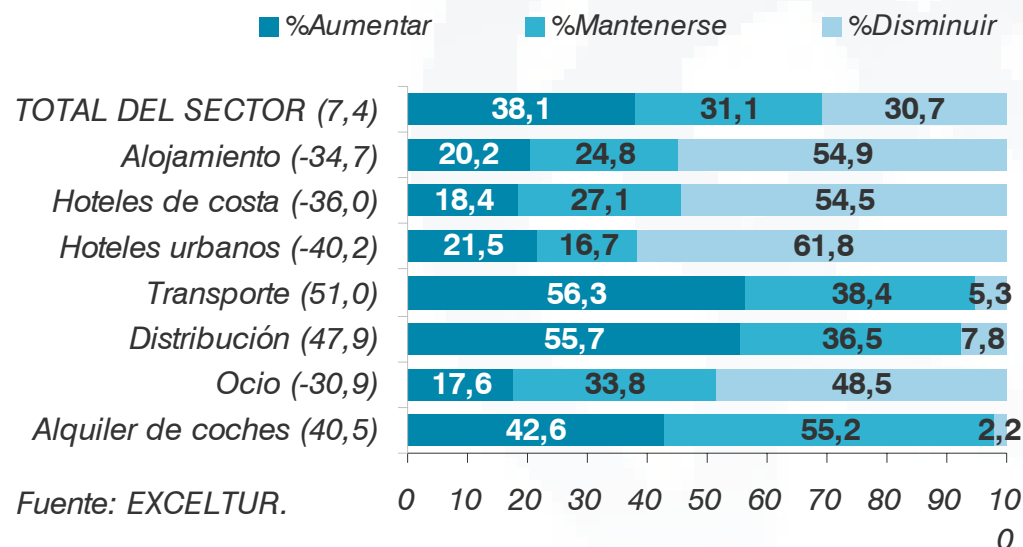
BENEFICIOS

Los márgenes y resultados no acaban de consolidar su recuperación entre las empresas turísticas, salvo de forma leve en algunos grandes grupos de agencias de viajes, ciertas empresas de transporte de pasajeros y alquiler de coches, tras año y medio de fuertes ajustes en sus costes y capacidades.

Para el 30,7% de las empresas turísticas españolas los resultados seguían descendiendo durante el primer trimestre de 2010, mientras en un 38,1% de los casos éstos se situaban algo por encima de los de 2009.

De nuevo los hoteles y las empresas de ocio (principalmente las estaciones de esquí, los campos de golf y los parques de ocio) son los que más han sufrido, experimentando un descenso de sus márgenes y beneficios en este inicio de 2010.

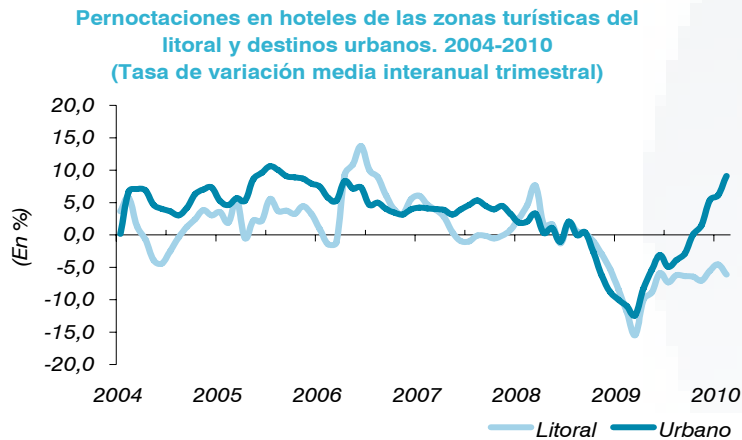
Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios I Tr 2010



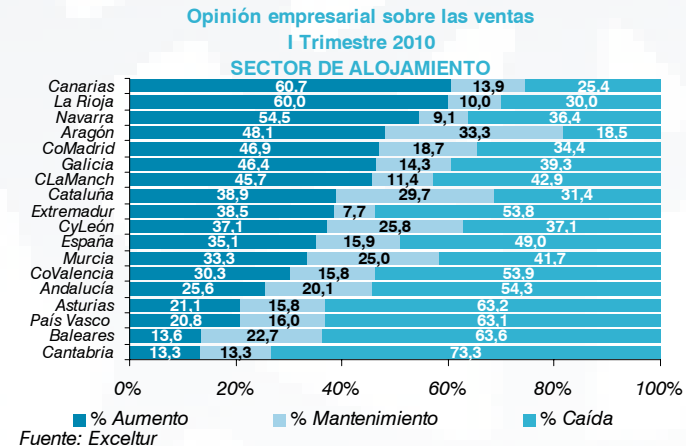
RESULTADOS POR DESTINOS: Ventas

El año comienza con un mejor comportamiento de las 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, en Canarias y en las ciudades (donde destaca Madrid, Barcelona Valencia y Zaragoza), sólo lastrada 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 y de Baleares continúan sufriendo la contracción de la demanda en estos primeros meses de 2010.



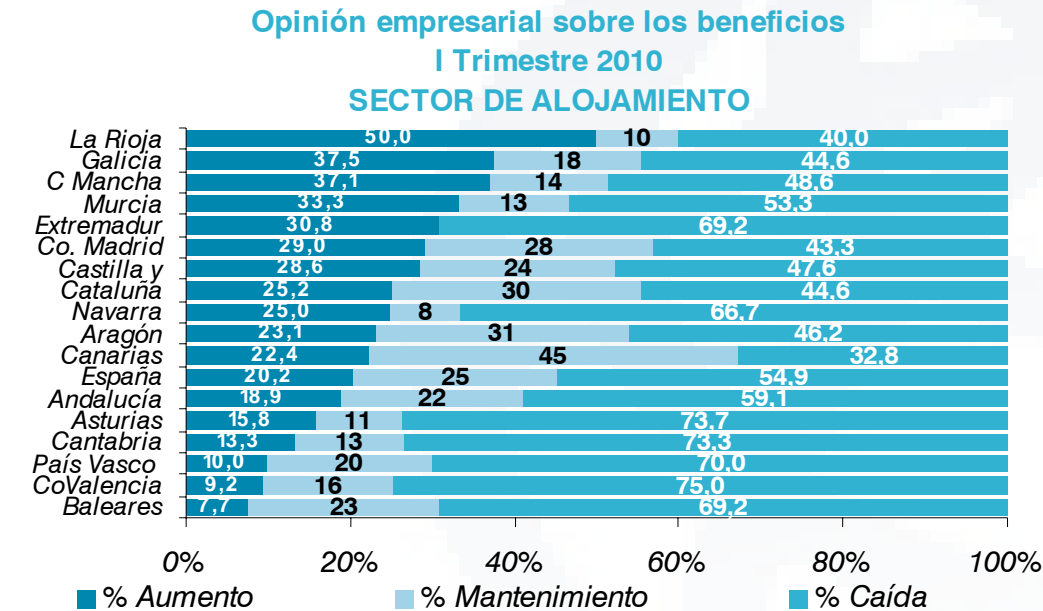
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)



RESULTADOS POR DESTINOS: Resultados

La Rioja, Galicia (impulsado por el Xacobeo) y Castilla-La Mancha muestran incrementos de la rentabilidad de las empresas turísticas más generalizadas en eprimer trimestre, gracias a los buenos resultados obtenidos por sus productos mas diferenciados.

En Canarias así como en las principales ciudades españolas como Barcelona, Madrid, Zaragoza y Valencia, la mejoría observada en los niveles de demanda no se ha correspondido con un incremento de los beneficios como consecuencia de las continuas campañas de descuentos y promociones derivadas entre otros del exceso de oferta alojativa.



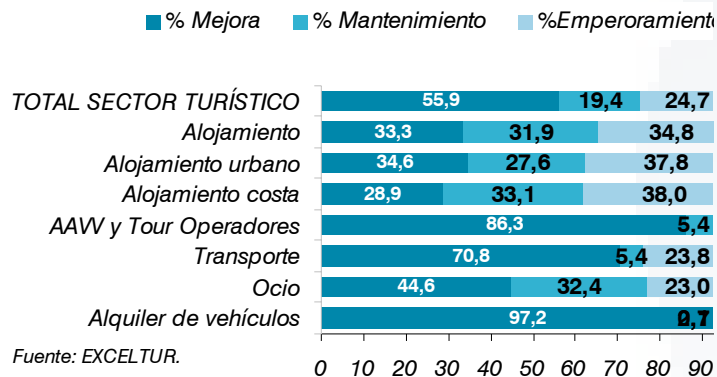
Fuente: Exceltur

VALORACIÓN DE LA SEMANA SANTA DE 2010

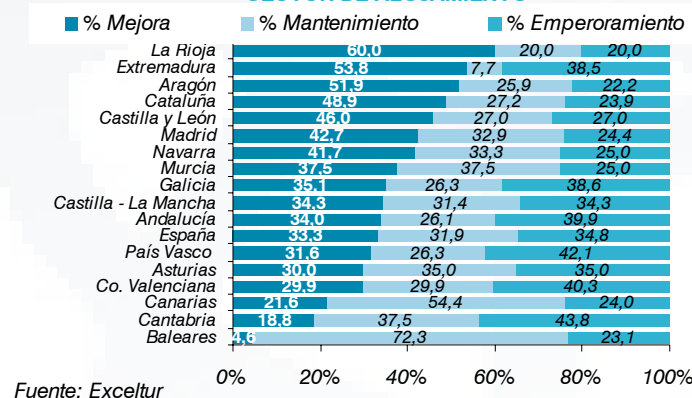
Como resultado de una consulta específica realizada en nuestra última encuesta de confianza empresarial, **el balance empresarial de la Semana Santa de 2010 es favorable para el 55,9% de las empresas turísticas españolas respecto a la de 2009**, lo que muy probablemente se pondrá de manifiesto en los indicadores oficiales correspondientes al mes de marzo. Este balance se explica por:

- Las compras de último minuto, principalmente de la demanda española impulsado por las rebajas en precios.
- Unas mejores perspectivas meteorológicas.
- La actitud que sigue demostrando la demanda española en los periodos punta y más tradicionales de disfrute de las vacaciones (verano, navidades y Semana Santa) tal y como sucedió en 2009.

Opinión empresarial sobre la comparación de la SEMANA SANTA de 2010 respecto a la de 2009



Opinión empresarial sobre la comparación de la SEMANA SANTA de 2010 respecto a la de 2009
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Las zonas de interior y el turismo urbano (La Rioja, Extremadura, Aragón, Cataluña, Castilla y León, la Comunidad de Madrid y Navarra) registran el mejor balance de la Semana Santa de 2010 en consonancia con su comportamiento de enero a marzo.



*Alianza para
la excelencia turística*

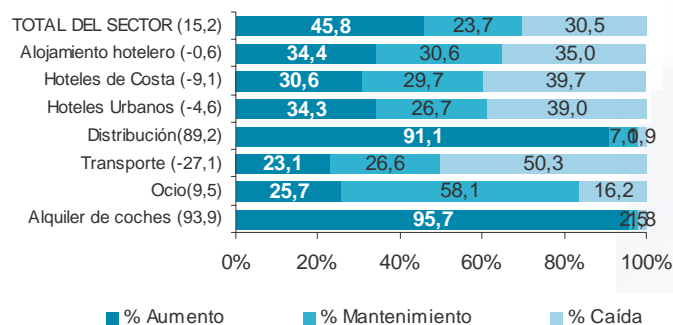
Perspectivas para el segundo trimestre y el conjunto del año 2010

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2010

Hemos estimado que el bloqueo del espacio aéreo europeo desde el pasado 15 de abril por la erupción del volcán islandés ha generado hasta el martes 20 una pérdida de 252 millones de euros en ingresos (42 Millones diarios adicionales a las pérdidas de las Aerolíneas) sobre el conjunto del sector turístico español , que trastocará a la baja los resultados del segundo trimestre (supone un 15,6% respecto a los ingresos medios de los meses de abril de años anteriores).

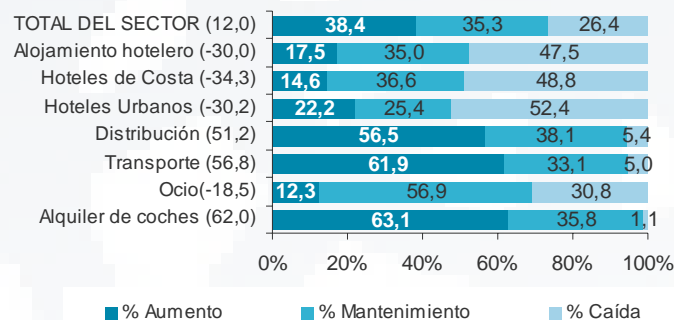
A expensas del impacto final que pueda generar por el efecto en cancelaciones, **los empresarios turísticos españoles se mostraban antes de su erupción moderadamente esperanzados respecto a la evolución de sus ventas y, en menor medida, de sus resultados de cara al segundo trimestre.**

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el primer trimestre de 2010



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

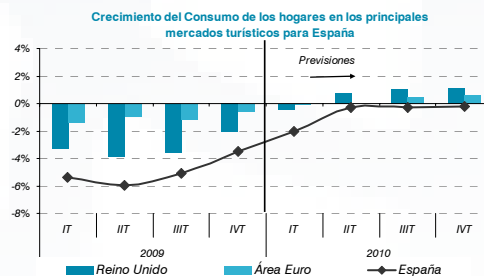
Opinión empresarial sobre la evolución de las BENEFICIOS PREVISTOS para el primer trimestre de 2010



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La mejoría prevista es consecuente con las previsiones que manejan los analistas de menor contracción del consumo de las familias entre abril, mayo y junio.

Cabe destacar que en el caso español es probable que asistamos también a un mejor comportamiento de las ventas por la posible anticipación de compras ante la subida del IVA que entrará en vigor el 1 de julio, que se vea acompañado por un cierto parón en los meses de verano.



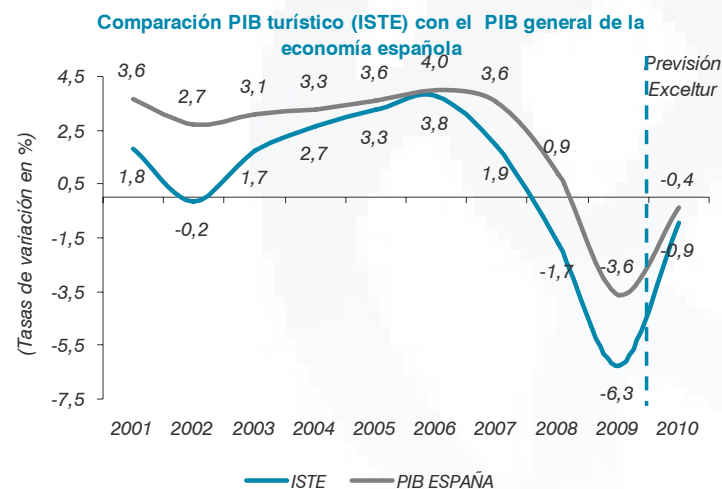
Fuente: Contabilidad Nacional Trimestral del INE, Consensus Forecasts (marzo 10) Previsiones Ali para España

PREVISIONES PARA EL CONJUNTO DEL AÑO 2010

A tenor del comportamiento del primer trimestre en línea con lo que estimábamos y en un contexto macroeconómico y del consumo aún tan volátil, mantenemos nuestras previsiones de un descenso del PIB turístico en España del -0,9%, para el conjunto de 2010, superior a la caída del PIB esperada para el total de la economía española.

Mantener esa estimación de descenso del PIB turístico se justifica por la atonía esperada del gasto turístico en destino, tanto para la demanda española como para la extranjera, a pesar del ascenso que se pueda producir en los indicadores de afluencia de turistas.

En este contexto, una posible mejoría de los resultados empresariales vendrá más por nuevas reducciones de costes, reajustes de cuotas de mercado en los subsectores ya mencionados de la distribución, transporte y alquiler de coches, que por una clara recuperación de precios y ventas, que será algo más intensa en las actividades relacionadas con el business travel.



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts