

Valoración turística empresarial del segundo trimestre y expectativas para el verano (tercer trimestre) y el conjunto de 2010

COMUNICADO DE PRENSA - Madrid 20 de julio, 2010

BALANCE TURISTICO DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2010

- Repunta la actividad turística en términos de afluencia, alentada por ofertas y descuentos sin traducirse en mayores ingresos empresariales. El PIB turístico cae un -0,2% en el segundo trimestre, frente al -0,9% registrado en el primero.
- Los resultados empresariales acusan una leve mejoría por reducción de costes, ajuste de capacidades y desaparición de competidores, más que por aumento de las ventas en un contexto de intensa volatilidad. Las agencias de viajes mejoran resultados, Los hoteles de la costa y las empresas de ocio sufren los efectos de la contención del gasto turístico.
- Los viajes de los españoles y el repunte del turismo de negocios avivan la actividad turística en el segundo trimestre, mientras el turismo extranjero sigue bajando en ingresos y llegadas, salvo a las ciudades. La demanda Inglesa y Alemana sigue sin recuperarse.
- Los destinos vinculados al año Xacobeo (Galicia, País Vasco y Navarra), algunas ciudades (entre las que destaca Madrid) y Canarias mejoran en el segundo trimestre de 2010, frente a las caídas de los destinos de interior, Asturias, Cantabria y especialmente los de las zonas vacacionales del mediterráneo.

EXPECTATIVAS TURISTICAS PARA EL VERANO (TERCER TRIMESTRE) Y CONJUNTO DEL AÑO 2010

- No caben alegrías para una temporada punta más corta y con precios “mas que tristes”. Se prevén más movimientos turísticos con presupuestos muy contenidos, sin elevar el gasto en destino ni la rentabilidad empresarial. Turquía crece a dos dígitos y su rebose turístico induce ventas de ultima hora para España.
- La aún débil demanda obliga a las empresas turísticas españolas a asumir el 61% de la subida del IVA, que se eleva por encima del 75% en el caso de las líneas aéreas y los hoteles vacacionales de la costa. Se espera cerrar 2010 con una leve recuperación de la caída del PIB prevista en Enero: de -0,9 % al -0,6% pero aún en recesión
- El sector turístico censura el nuevo conflicto de los controladores con AENA que bajo diversas argucias afectan el legítimo derecho de los ciudadanos a tomarse vacaciones sin retrasos ni sobresaltos. Las bajas reiteradas causan muy graves daños a las empresas e imagen turística de España. Se acentúan las negativas alertas de EUROCONTRL para volar en verano a nuestro país
- En un escenario aún cogido con alfileres, el sector turístico desea ser locomotora de una recuperación sostenible para España y **urge al Gobierno, Partidos y CCAA, en especial las de “sol y playa”, el máximo consenso y compromiso político para liderar su inaplazable reestructuración competitiva**, en línea con la prioridad de cambio del modelo productivo país al que se aspira.

A. Balance empresarial del segundo trimestre de 2010

- El segundo trimestre mantiene la tónica del inicio del año; **repunte de los indicadores de afluencia, sin que apenas se traduzca en ingresos y rentabilidad empresarial, por la espiral de ofertas y descuentos** que sigue instaurada entre las empresas turísticas españolas. Según el INE el sector hotelero lleva 19 meses consecutivos bajando precios y las agencias de viajes 11 meses.
- **El repunte de demanda se sostiene en el mayor movimiento interno de los españoles y el repunte del turismo de ciudad.** Las pernoctaciones de españoles en el conjunto de alojamientos reglados crecieron en primavera un 4,0% respecto a 2009, mientras los ingresos por habitación disponible en hoteles urbanos crecieron un 4,6% de marzo a mayo de 2010 respecto a los mismos meses de 2009.
- **El español sigue pautas de comportamiento propias de una economía de crisis:** espera a la oferta de último minuto para comprar, prima viajes de proximidad, utiliza más el coche y las casas de familiares y amigos, pautas que previsiblemente continuaran en el verano.
- **La demanda extranjera no acaba de recuperarse, salvo a ciudades, con nuevas caídas en las costas por la fuerte presión de los destinos del Mediterráneo Oriental.** Turquía crecía a tasas de un 10,3% y Egipto un 22,3% en la llegada de turistas extranjeros de enero a mayo, mientras las costas españoles descienden un -2,4%. Como consecuencia de esta tendencia, **la estancia media de los extranjeros en hoteles españoles alcanza los mínimos de la década, y se acentúa la estacionalidad en las zonas de la costa.**
- Al no materializarse el repunte de afluencia en más gasto en destino, **vuelve a caer el PIB turístico en el segundo trimestre de 2010, un -0,2% interanual**, sobre unos mismos meses de 2009 que ya acusaron una gran contracción, sin perjuicio de la mejoría

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org

que según nuestras estimaciones representa la desaceleración de la caída sobre el -0,9% con que cerró el PIB turístico, el primer trimestre de 2010.

- **La fuerte volatilidad e incertidumbres del mercado no mejoran los niveles de confianza empresarial.** A pesar de la desaceleración en la caída del PIB turístico, el Índice de Confianza del Sector Turístico español (ICTUR) que elabora EXCELTUR apenas mejora ante la temporada punta. Se sitúa en un valor de 7,0 a inicios de julio, tan sólo dos puntos por encima del 5,0, alcanzado en el primer trimestre.
- **En el segundo trimestre sigue pendiente la recuperación de la demanda extranjera de Reino Unido y Alemania, que vuelve a caer, mientras sube proporcionalmente con fuerza, el turismo de Estados Unidos, países nórdicos y los de Europa del Este.**
- **Se mantiene la disparidad de resultados y velocidad de unos repuntes muy divergentes entre empresas diferenciadas del mismo subsector durante el segundo trimestre, en un contexto donde la tónica de leve mejoría, lo es más por reducción de costes y el reajuste de capacidades en algunos subsectores (AAVV) que por mayores ingresos.**
 1. **En las empresas turísticas más dependientes del gasto final en los destinos y/o presentes en subsectores que no han ajustado todavía su sobrecapacidad, las ventas y los beneficios siguen cayendo en el segundo 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 en especial los vacacionales y las empresas de ocio** (principalmente los parques de ocio y los campos de golf), donde para aún un 48,0% y un 38,8% de las empresas, las ventas en este primer trimestre estaban por debajo del primer trimestre de 2009, empeorándoles los resultados en el 55,3% de los hoteles y el 57,1% de las empresas de ocio.
 2. **En los subsectores más relacionados con la demanda española y donde la crisis ha provocado el cierre de puntos de venta y/o la inactividad de empresas con los consecuentes reajustes de cuotas de mercado, como en las AAVV y los alquileres de coches, el segundo trimestre ha atestiguado leves mejorías en ventas y los beneficios en las empresas activas.** Así, el 92,4% de las agencias de viajes mejoraron sus ventas y un 84,6% sus beneficios en el primer trimestre de 2010, respecto de 2009. Para las empresas de alquiler de coches esta mejora afectó al 71,1% en sus ventas y al 33,9% en sus beneficios.
 3. A pesar del impacto negativo de la nube de cenizas, el sector **aéreo mejora sus resultados por la reducción de costes, el aumento en la eficiencia en el uso de la flota y el incremento en los ingresos en los vuelos de larga distancia**, frente a la sobrecapacidad existente en España y **los reiterados problemas en el control del tráfico aéreo.**
- **Favorable balance en los destinos vinculados al año Xacobeo (como Galicia, País Vasco y Navarra), en las ciudades (entre las que destaca especialmente Madrid) y en Canarias.** Las empresas localizadas en Cantabria y Asturias, los destinos de interior asociados al turismo rural así como en los destinos vacacionales del litoral mediterráneo, todos ellos afectados por un clima desfavorable en estos meses, continúan evidenciando generalizadas caídas en sus ventas y sus beneficios en el segundo trimestre de 2010.

B. Expectativas empresariales y tendencias turísticas previstas para el VERANO (tercer trimestre) de 2010 y el conjunto del año

- **Se espera un verano con algo más de afluencia turística (de último minuto) que en 2009, sin traducirse aún en mejoras en la rentabilidad empresarial por un generalizado hábito “low cost” entre los turistas y la presión de precios a la baja que causa la sobreoferta estructural en muchos subsectores.** Los españoles van a querer viajar más que en 2009 pero con el menor gasto posible, en un contexto de menor renta por la subida del IVA, mientras los extranjeros deberían crecer algo en afluencia y no tanto en gasto.
- **Los empresarios mantienen su cautela respecto a la evolución de ventas y beneficios, de cara a unos meses centrales del verano no exentos de riesgos e incertidumbres sobre su cartera de reservas.** Como tirón de ventas siguen confiando en las ofertas y descuentos que permitirían al 45,3% de las empresas incrementar levemente su facturación respecto al verano de 2009. En resultados el 52,0% del sector descuenta ligeras mejorías, más derivadas del ajuste de capacidades y recorte de costes, que del incremento en ingresos.
- **El 61% de la subida del IVA será asumido por las empresas turísticas reduciendo aún más sus márgenes** al no poder repercutirla al consumidor. Las empresas de transporte, en especial las líneas aéreas tienen los mayores problemas para repercutir el IVA y los hoteles de costa con precios cerrados con los operadores antes de anunciarse la subida, y las empresas de ocio.
- **Estimamos que el PIB turístico al cierre de 2010 recuperará tres décimas, pero aún seguirá en tasas negativas -0,6%**

C. El turismo: Un sector clave para la recuperación y prioritario en el nuevo modelo productivo y de economía sostenible que el Gobierno desea para España

Al margen de la sucesión de factores adversos que en 2010 han incidido sobre la convulsa situación del turismo: Crisis, cenizas volcánicas, IVA y huelgas encubiertas de controladores, **el sector turístico español, muy especialmente el del “sol y playa” del Mediterráneo, Baleares y Canarias, requiere de un notable impulso y reposicionamiento competitivo abordando una profunda reestructuración de sus modelos de gestión** para ser la gran locomotora de desarrollo y de recuperación económica, de empleo y de generación de divisas.

Urge una gran apuesta país con el mayor liderazgo, compromiso y consensos del Gobierno, Partidos Políticos y Comunidades Autónomas, inserto en el nuevo modelo productivo y sostenible que se desea para España, en el que el Turismo debe ser clave y prioritario

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org