

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

COMUNICADO DE PRENSA - Madrid 19 de octubre, 2010

BALANCE TURISTICO DEL VERANO (TERCER TRIMESTRE) DE 2010

- **El sector turístico español experimenta un notable repunte de la afluencia en los meses de verano, a costa de nuevas caídas en tarifas y teniendo que asumir la subida del IVA.** Frente a la gran caída del PIB turístico del -4,9% en el aciago verano de 2009, ese indicador se eleva en el tercer trimestre de 2010 a un 1,7%, impulsado por unos muy atractivos precios para el consumidor, que llevan cayendo 22 meses consecutivos en los hoteles y 15 en las agencias de viajes españolas.
- **E se singular aumento de la afluencia extranjera ha sido el revulsivo para redinamizar parcialmente la actividad turística y toma el relevo al tirón de otras épocas, que suponían los viajes de españoles por España (que se han ralentizado).** La demanda extranjera se ha favorecido de la progresiva recuperación económica en nuestros principales países emisores, y a su vez de la inesperada redirección de afluencia convencional de paquetes turísticos en agosto por sobreventa ("overbooking") desde países competidores como Turquía y Egipto y el positivo efecto sobre la imagen de España de la victoria de la selección de fútbol en el mundial aprovechada por una ágil y acertada estrategia de comunicación posterior por parte de Turespaña.
- **Las empresas turísticas españolas mejoran levemente sus expectativas de resultados con una gran disparidad de ritmos e intensidades por subsectores y por empresas, algunas de ellas aún en pérdidas.** No se puede olvidar que la mejoría percibida lo es en comparación con un año 2009 muy negativo donde la actividad turística se desplomó muy por encima que la de muchos otros sectores salvo la construcción. Siguen bajando en este tercer trimestre de 2010 los resultados de las empresas del litoral vinculadas al gasto final de los turistas en destino y su oferta complementaria (hoteles, campos de golf y parques de ocio, etc.), mientras mejoran las de los hoteles urbanos, las empresas de transporte aéreo (por reajustes de frecuencias, impacto de tráfico de larga distancia y la menor factura de carburante por la paridad €/US\$) y los grandes grupos de agencias de viajes y las empresas de alquiler de coches por el reajuste de la oferta debido a los problemas de importantes compañías de estos dos subsectores.
- Las empresas turísticas de **la Comunidad de Madrid, Galicia (gracias al tirón del Xacobeo), País Vasco y Cataluña consiguen incrementar sus resultados respecto al verano de 2009** gracias a un notable aumento de la afluencia, mientras Baleares y Canarias continúan lastradas por la fuerte contracción en los precios y las comunidades autónomas de interior sufren especialmente por la mayor debilidad de la demanda española.

EXPECTATIVAS TURISTICAS PARA EL CUARTO TRIMESTRE DE 2010

- **Los empresarios turísticos descuentan un cuarto trimestre de 2010 con crecimientos más moderados de la demanda respecto del 2009** debido a la mayor debilidad prevista del consumo de los españoles, mientras hay una mayor confianza en la demanda extranjera dirigida a ciudades (no tanto a destinos de litoral) y la actividad vinculada al turismo de negocios, lo que puede favorecer nuevos repuntes para los hoteles urbanos y compañías de transporte.
- **Corregimos al alza la previsión de evolución del PIB turístico para el cierre del año hasta un crecimiento del 0,6%, por primera vez superior desde hace años al crecimiento esperado de la economía española,** tras haber caído casi el doble que ésta en 2009. Ello demuestra que de recibir más prioridad política, atención y apoyos institucionales para ganar una competitividad, no basada solo en precio, el turismo puede estimular notablemente el crecimiento de la economía y el empleo en España, sin obviar que esa tasa estimada de crecimiento del PIB turístico para el cierre de 2010, no será sostenible en el tiempo sin una pronta recuperación de precios y rentabilidades y la mejora implícita de nuestra posición competitiva que ello exigirá.

A. Balance empresarial del tercer trimestre de 2010

- **La actividad turística experimenta en España un repunte durante el tercer trimestre cifrado en una elevación PIB turístico del 1,7% respecto al verano de 2009.** Se trata de un crecimiento que no se observaba desde el segundo trimestre de 2007, si bien se explica por su comparación con un trimestre de verano del año pasado donde la actividad turística descendía a ritmos cercanos al 5,0%. Gracias a este aumento el indicador de confianza empresarial de EXCELTUR mejora y se sitúa en este mes de octubre de 2010 en un valor de 14,9, por encima del 7,0 registrado en julio.
- **El aumento de la demanda experimentado en verano se ha producido a costa de las numerosas ofertas y descuentos, que ha obligado a las empresas a asumir la subida del IVA desde el mes de julio.** Como prueba de este hecho, el sector hotelero lleva 22 meses consecutivos bajando precios, las agencias de viajes 14 meses, a pesar de la desaparición de más de 2000 puntos de venta desde el inicio de la crisis, y los billetes aéreos 11 meses de los últimos 16, en los tres casos con caídas en los precios medios desde que subió el IVA en julio de este año, según el INE.
- **El turismo extranjero atraído por los precios de la oferta hotelera, entre ella la de mayor categoría de los destinos urbanos y de los archipiélagos, y en este caso también por el redireccionamiento de paquetes desde algunos destinos del mediterráneo oriental en situación de overbooking,** explican la mayor parte del crecimiento agregado de la demanda durante el verano. Las pernoctaciones de los extranjeros en el conjunto de la oferta reglada en el acumulado de junio a agosto de 2010 han aumentado un 9,1%, la llegada de turistas un 2,6% y los ingresos que mide el Banco de España un 4,8%, en este caso con datos hasta julio, respecto a los mismos meses de 2009, con incrementos del 19,4% en los hoteles urbanos, del 17,1% en los hoteles de Canarias y del 11,5% en los de Baleares.

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

- El mercado ruso, el británico y, en menor medida, el alemán, que fueron los que cayeron con más intensidad en 2009, lideran en volumen el repunte de la demanda extranjera en estos meses de verano de 2010, acompañados por Francia, Italia y la recuperación de importantes mercados de larga distancia para España como el norteamericano y el japonés.
- Paradójicamente, los destinos españoles se han beneficiado en estos meses de los llenos registrados en los destinos competidores del mediterráneo oriental, que vuelven a crecer más durante este verano de 2010. Así, mientras la llegada de turistas extranjeros a las comunidades del litoral del mediterráneo español y las islas acumulan hasta agosto un crecimiento del 1,6%, en Egipto el aumento es del 18%, en Marruecos es del 10,4% y en Turquía del 5,1%.
- En este escenario, el 53,6% de las empresas turísticas españolas han experimentado un incremento en sus ventas durante el tercer trimestre de 2010 en relación con el mismo período de 2009, si bien un 41,7% lo califican todavía de leve aumento, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR. Todavía un 31,6% ha vuelto a sufrir caídas en este verano de 2010 respecto al difícil tercer trimestre de 2009.
- La mejoría de las ventas no se traslada aún a los beneficios en la mayor parte de empresas turísticas localizadas en la costa. En el 51,2% de los hoteles vacacionales del litoral, el 63,6% de los campos de golf y el 42,9% de los parques de ocio los resultados finales del tercer trimestre de 2010 se sitúan por debajo de los del mismo período de 2009, en los que se generalizaron las pérdidas.
- Los resultados de explotación mejoran en los hoteles urbanos españoles, en las compañías aéreas, gracias a los reajustes de oferta y rutas, la reducción del coste de carburante por la favorable paridad €//\$ y el incremento de los ingresos en sus rutas de larga distancia y en los grandes grupos de agencias de viajes y las empresas de alquiler de coches, principalmente por el acceso a una mayor cuota de mercado derivada de la desaparición de compañías.
- El verano de 2010 se cierra con un balance empresarial positivo en la Comunidad de Madrid, en Galicia gracias al tirón del Xacobeo, en el País Vasco y Cataluña, mientras las zonas del interior sufren la pérdida de dinamismo de la demanda española y las islas mayores de los archipiélagos la contracción de los precios. De manera particular, Marbella y Estepona en la Costa del Sol, la Costa Dorada, la isla de Ibiza en Baleares, y la de Fuerteventura en Canarias, registran importantes aumentos en los ingresos turísticos en los meses de verano.

B. Expectativas empresariales y tendencias turísticas previstas para el cuarto trimestre de 2010 y el conjunto del año

- Los empresarios turísticos descuentan un cuarto trimestre de 2010 con un menor dinamismo de la demanda por el comportamiento de los españoles y donde consigan mejorar levemente sus resultados, lo serán más por reducción de costes y ganancias en eficiencia. Por el contrario la ligera mejoría en los niveles de consumo de nuestros principales mercados extranjeros y el repunte del turismo de negocios debiera situar los volúmenes de demanda por encima de los del año pasado, traduciéndose en mejores resultados en el segmento de hoteles urbanos y en las empresas de transporte.
- El notable tirón de la demanda extranjera durante este tercer trimestre de 2010, que es el que más pesa en el conjunto del año, nos lleva a corregir nuestra previsión de evolución del PIB turístico español para el cierre de 2010 hasta situarlo en un incremento del 0,6%. Este crecimiento debe ser analizado con cautela por cuanto el turismo aunque crecería algo más que la economía española, se compara con un año 2009 en el que sufrió con mucha más intensidad que otros sectores la caída por la crisis, además de lograrse gracias a unos descuentos en precios que es insostenible a medio plazo.

C. El turismo un sector clave para la recuperación y prioritario en el nuevo modelo productivo que debiera tener reflejo en los presupuestos del Gobierno para 2011 y los programas que rijan las previstas elecciones autonómicas

- Tras la sucesión de sobresaltos que en 2010 han incidido sobre el sector: crisis aún latente, cenizas volcánicas, subida del IVA, huelgas de controladores, recorte de la Secretaría de Estado, quitas de proveedores externos etc. el sector turístico muy especialmente el del “sol y playa del Mediterráneo, Baleares y Canarias”, al margen del claro repunte de actividad turística de este verano, requiere para poder aspirar a una recuperación estable a medio plazo, de un notable impulso institucional y reposicionamiento competitivo, abordando en profundidad los problemas estructurales y de reconversión que siguen pendientes y la revisión de los modelos de gestión públicos y privados, para volver a ser la locomotora de desarrollo, creación de empleo y generación de divisas, que más que nunca, precisa España.

Por ello resulta clave asumir y recoger estas prioridades y actuaciones transversales en los próximos presupuestos del Gobierno y programas de los diversos grupos políticos que regirán las próximas elecciones autonómicas, así como impulsar un renovado espíritu de coordinación del Gobierno con las comunidades autónomas, para asegurar las máximas sinergias de las políticas turísticas a nivel nacional y regional, asegurando al máximo, en épocas de restricciones económicas, la mayor eficiencia de los recursos que puedan destinarse al turismo.

- A pesar de los esfuerzos a realizar para elevarlo, en un contexto como el actual donde la sensibilidad al precio es aún mayor que nunca, el sector turístico español no aguantará los efectos de la subida de tasas aeroportuarias prevista por AENA en el proyecto de Presupuestos Generales del Estado. De no corregirse la propuesta de subida del 12% de las tasas aeroportuarias en el debate parlamentario en curso sobre los presupuestos, podría llegar a suponer cerca de 1,2 millones de turistas que desistiesen de volar a aeropuertos turísticos españoles en el 2011, con todos los efectos económicos y de empleo inducidos para el conjunto del sector turístico español por esa menor afluencia, que podría primar los tráficos y desplazamientos a otros países de la competencia.