

Valoración turística empresarial del año 2010 y expectativas para 2011

COMUNICADO DE PRENSA - Madrid 18 de enero, 2011

BALANCE TURÍSTICO DEL AÑO 2010

- **El turismo rebota en 2010 en comparación con el peor año turístico de la década: 2009** y puntualmente vuelve a crecer por encima de la media de la economía española (-0,2 estimado por los analistas al cierre de 2010).
- **Elevamos del 0,6% al 1,0% nuestra anterior previsión de crecimiento del PIB turístico para 2010.** Supone un cambio de tendencia respecto de la caída del -8,3 % para 2009, presentada en diciembre por el INE. (Exceltur estimó en enero de 2010, esa caída del PIB turístico en el - 5,6 % y que posteriormente el INE acaba de corregir a la baja).
- **A pesar de este positivo rebote, la actividad turística todavía se encuentra casi 10 puntos por debajo de los niveles que presentaba en 2007, lo que supone una pérdida acumulada de 8 mil millones reales (descontada la inflación).**
- **El crecimiento se debe a una mayor afluencia, esencialmente externa y a costa de sacrificar rentabilidad empresarial:** Cerca de un 40 % de empresarios turísticos no han mejorado ventas ni beneficios en 2010 (especialmente los hoteleros, bares y restaurantes y empresas de ocio; estaciones de esquí, campos de golf, parques de ocio y museos y monumentos).
- **Los grandes grupos de agencias de viajes (por redistribución de cuotas de mercado), Galicia, Canarias, Madrid, Barcelona y las ciudades del País Vasco, los principales ganadores del año.**

EXPECTATIVAS TURÍSTICAS PARA 2011

- **Gran volatilidad y aún muchas incertidumbres exógenas para 2011:** Con todas las cautelas esperamos un crecimiento similar del 1,0% para 2011, aun débil para consolidarse como tendencia y para estimular reactivación de empleo y actividad económica inducida.
- Un 76% de los empresarios confían en mejorar ventas y un 60,3% sus resultados, si bien se espera una nueva contención de márgenes por los crecientes rebotes inflacionarios. **Los empresarios no esperan recuperar los resultados de 2007 antes de 2013.**
- **El turismo una oportunidad de oro para acelerar la recuperación española: podría llegar a crecer al 3% en promedio en el próximo quinquenio si recibe la máxima prioridad y apoyo institucional,** de lo contrario nos esperan años venideros con exigüos crecimientos en torno al 1,5%. que no aseguran una clara reactivación .
- **EXCELTUR SOLICITA UN GRAN "PACTO DE ESTADO POR EL TURISMO"** para aspirar a ese crecimiento del 3% en el periodo 2011-2015, que pasa por el gradual reposicionamiento del sector, **para poder elevar en promedio anual el gasto que revierte a España un 1,5% y la estancía otro 1,5%.** , lo que permitiría aspirar a triplicar la actual tasa de crecimiento.

A. Balance empresarial del AÑO 2010

- **El turismo ha rebotado en 2010 y superado mejor que otros sectores un escenario aún muy complejo,** condicionado por la debilidad económica y acontecimientos imprevistos de efectos puntuales pero muy nocivos para el sector (*nube de cenizas, huelga de los controladores, temporales de nieve en Europa, etc.*). Aún a pesar de ello, y según nuestras estimaciones, **el PIB turístico en España habría crecido finalmente en 2010 un 1,0%, por encima del comportamiento estimado del -0,2% del conjunto de la economía española.**

Este rebote se debe:

- **Al efecto comparación con 2009, el peor año de la historia del sector y en el que el PIB turístico cayó más del doble que la economía española.** El INE en la Cuenta Satélite del Turismo cifra en el 8,3% el descenso de la actividad turística en 2009, mucho más intensa que la del 3,7% que registró la economía española.
- **Al sacrificio de las empresas del sector reduciendo precios para garantizar ingresos, llegando a asumir incluso la subida del IVA introducida en el mes de julio.** De hecho, el sector turístico se ha mantenido técnicamente en "deflación" durante 2010, mientras en el resto de sectores de la economía española los precios ya han crecido en media un 1,7%, según los datos del INE. Los propios índices de precios del INE de los hoteles acumulan 25 meses consecutivos en tasas negativas, 17 meses los de los paquetes de las agencias de viajes y 18 los de los servicios de ocio y cultura.
- **A la recuperación de la demanda extranjera hacia el alojamiento hotelero,** por la mejoría de algunos mercados de larga distancia y de mayor gasto, junto a la redirección de flujos vacacionales hacia España desde otros países competidores del mediterráneo oriental, que tuvieron sobreventa durante los meses de verano.

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

- **A una mayor actividad de los viajeros de negocios conforme la economía y el comercio internacional han ido mostrando síntomas de cierto mayor dinamismo.**
- **Se acentúan las asimetrías en los resultados de las empresas turísticas españolas durante 2010. Un 57,7%**, incluidas aquellas con productos diferenciados, en destinos atractivos o implicadas en adecuadas estrategias de comercialización, amparadas en economías de escala y refuerzo de marca, **han recuperado ventas en 2010, aunque de manera moderada, con crecimientos por debajo del 5%, mientras todavía un 42,3% experimentan bajadas de ventas, acumulando tres años consecutivos de caídas de ingresos.**
- **En aquellos sectores en los que se ha producido un fuerte ajuste del mercado** por la desaparición de empresas **como es el caso de las agencias de viajes y el alquiler de coches, las grandes empresas** se han beneficiado de su mejor posición e imagen de marca para ganar cuota de mercado, **incrementando su facturación en 2010 por encima del 10%**. Por el contrario, **los hoteles y las empresas de ocio (tanto parques de ocio, estaciones de esquí, campos de golf y museos)**, subsectores más dependientes del gasto en destino, y donde han caído más los precios, **han experimentado nuevas caídas en sus ventas, en el 52,6% y en el 71,0% de las empresas, respectivamente**. Los bares y restaurantes también se ven afectados por la atonía del gasto, reduciendo un 2,8% sus ventas en España, por encima de la caída media producida en Europa.
- **El moderado incremento en las ventas por el continuado sacrificio en los precios y, sobre todo, las drásticas medidas de reducción de costes han permitido al cierre de 2010 una cierta recuperación de los resultados de un número relevante de empresas turísticas**, respecto del pésimo ejercicio 2009. **El 68,4% de las empresas turísticas españolas han registrado una mejoría de resultados en 2010**, según se desprende de la Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR. **Compañías aéreas**, debido al descenso del precio medio del petróleo en € en los tres primeros trimestres del año y a la mejoría del tráfico internacional, **los grandes grupos de agencias de viajes y las compañías de alquileres de coches, (no así las pequeñas)** por la absorción de cuota de mercado de terceros, **revelan un aumento de sus resultados por encima del 10%. La mayoría de hoteles, bares, restaurantes y empresas de ocio cierran el año 2010 con resultados incluso inferiores a los de 2009.**
- **La demanda turística repunta en 2010 gracias al tirón de los mercados extranjeros, recuperando sólo parte de los perdido en 2008 y 2009 y todavía lejos de los niveles previos a la crisis.** Las pernoctaciones en alojamientos reglados de los turistas extranjeros se incrementaron un 7,0% en el acumulado de enero a noviembre de 2010 respecto a 2009 y las realizadas en hoteles un 9,2%, en estos mismos meses.
- **Crece por primera vez en 9 años el gasto real del turismo extranjero en España (un 2,2%)**, gracias al aumento de turistas de mercados de mayor gasto promedio (ruso, japonés y americano), la recuperación de los viajeros internacionales de negocio y el estancamiento de los turistas familiares de menor renta. Sube más la afluencia de los extranjeros a ciudades que a destinos vacacionales, donde se vuelve a perder cuota de mercado, salvo en Canarias.
- **Lo demanda española muy contenida y condicionada por las ofertas de último minuto ha visto solo la recuperación de los segmentos de demanda más altos que incrementan sus viajes, que no tanto su gasto, en 2010, de la mano de un mayor dinamismo de viajes al exterior y a ciudades.** Las pernoctaciones a precios muy contenidos, en el conjunto de la oferta alojativos reglada se han incrementado un 2,5% en el acumulado enero-noviembre de 2010 respecto al mismo período de 2009 y las realizadas en hoteles un 3,1%, recuperando buena parte de lo perdido en 2009. Los pagos al exterior que recoge el Banco de España suben el 4,7%.
- **Balance positivo en el devenir turístico de Galicia**, gracias a la celebración del año Xacobeo. El rebote se ha manifestado más **en Canarias** que venía de 4 años de caídas, por el redireccionamiento de flujos turísticos desde competidores y el despertar del mercado alemán en los últimos meses. En destinos urbanos **Madrid y Barcelona se han favorecido igualmente del rebote tras varios años difíciles junto con otras grandes ciudades como Valencia y San Sebastián** gracias a la reactivación del Business Travel y las escapadas culturales. **Los destinos de interior sufren con mayor intensidad los condicionantes negativos de 2010.**

B. Expectativas empresariales y tendencias turísticas previstas para 2011

- Si ninguno de los riesgos latentes que pueden complicar aún más la situación económica se produce, **el PIB turístico debiera volver a crecer en 2011 en España a una tasa estimada del 1,0%, repitiendo la registrada en 2010**. Este resultado permitiría recuperar un punto adicional respecto a los más de 10 puntos en que se redujo la actividad turística entre 2008 y 2009 en España, según el INE. De cumplirse **el sector turístico volvería a comportarse por segundo año consecutivo algo mejor que la economía española, para la que el consenso de los analistas espera hoy que su crecimiento alcance el 0,6 en el año 2011..**
- **En 2011, se espera un crecimiento más intenso de la demanda extranjera** y especialmente de la procedente de Alemania, Francia, los países nórdicos, Rusia y mercados de larga distancia, **mientras no se pueden anticipar alegrías del mercado nacional y el británico en 2011**, los dos principales para España.
- **En este escenario, el 75,2% de Los empresarios turísticos españoles descuentan un moderado crecimiento en el volumen de ventas durante 2011 respecto a los registros alcanzados en 2010, si bien la mayor parte (un 46,5%) de una intensidad inferior al 5%.**
- **Un 60,3% de las empresas turísticas españolas confían en que el aumento de las ventas sirva para mejorar sus resultados en 2011**, a pesar del fuerte aumento en los costes. **Se trata de sólo un leve paso hacia la recuperación de los niveles de rentabilidad previos a la crisis, que el 76,1% de los empresarios turísticos españoles no esperan poder alcanzar antes de 2013.**
- **Compañías aéreas y de alquiler de coche** por el impacto de la subida del petróleo y **las empresas e instituciones relacionadas con la gestión de instalaciones de ocio**, para las que sigue pesando el contexto de debilidad del consumo, **se muestran más pesimistas respecto al devenir de sus resultados en 2011, descontando un escenario de caídas, mientras hoteles, de forma moderada, y el sector de los grandes grupos de agencias (que no las pequeñas) espentan una 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