

Valoración turística empresarial de 2011 y perspectivas para 2012

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 16 de enero de 2012

Valoración turística empresarial de 2011

- El turismo es el principal motor de la economía española en 2011, con un crecimiento del 2,6% del PIB (2.678 millones de euros reales más) y una generación media de 17 mil puestos de trabajo adicionales.
- La evolución de rentabilidad empresarial no se apareja con esas tasas de crecimiento de PIB turístico. Salvo casos y destinos concretos, el 55,2% de las empresas turísticas han mermado sus estrechos márgenes y en muchos casos entrado en rentabilidad negativa.
- La mayor actividad turística agregada se debe únicamente al atípico e imprevisto tirón de demanda externa, muy favorecida por los turistas prestados del Norte de África, que por sí solos, explican 1,6 puntos (60%) del crecimiento del PIB turístico. El consumo turístico de los españoles decayó en 2011.
- La evolución de actividad, es a su vez muy dispar por subsectores y destinos. Buen año para los hoteles vacacionales, empresas de ocio y de alquiler de coches localizadas en las islas y el litoral, y para grandes grupos de AA.VV., mientras hoteles urbanos y Líneas aéreas cierran un año 2011 desfavorable.

Perspectivas para 2012

- El turismo seguirá siendo sostén clave de la economía española en 2012. Prevemos que el PIB turístico crezca un 0,2%, una tasa si bien contenida, muy por encima de la caída prevista por el consenso de analistas para el conjunto de la economía en éste año.
- Aún en un escenario muy complejo el conjunto de empresarios turísticos reflejan cierto optimismo de cara a 2012; un 67,6% anticipan un leve crecimiento de ventas, y un 61,2 % de ellos esperan traducirlas en mejores resultados. Resultados que de nuevo esperan mejorar las empresas dependientes de la demanda externa de sol y playa, que en menor medida seguirá favoreciéndose de infortunios ajenos.

Balance empresarial de 2011

- 2011 se cierra con un notable incremento de la actividad turística en España; el PIB turístico se habría incrementado en 2011 un 2,6% en términos reales según estimaciones de Exceltur, creando casi 17 mil empleos medios. Con este registro, el turismo habría crecido en 2011 casi cuatro veces más que el conjunto de la economía española (un 0,7%, según estima el consenso de analistas), consolidándose como el único de los grandes sectores de la economía española que ha generado empleo.
- El sector turístico encadena dos años consecutivos de crecimiento real por encima de la economía española, si bien sólo ha servido para recuperar parte de la intensa pérdida de actividad sufrida en 2008 y 2009. Al concluir 2011, el PIB turístico real se sitúa un 5,4% por debajo de los valores que alcanzaba en 2007, lo que supone 6.075 millones de euros reales menos, mientras el conjunto del PIB español es sólo un 2,3% inferior al de entonces.
- Intenso avance de la demanda extranjera en 2011 favorecida por la leve mejoría del escenario económico en Europa en la primera mitad del año, pero principalmente por la inestabilidad social en Túnez y Egipto. Todos los indicadores, reflejo de los viajes de los extranjeros en España, se sitúan en el acumulado del año hasta noviembre en crecimientos muy intensos próximos al 10% (7,7% los turistas, 9,2% los ingresos y 11,2% las pernoctaciones en establecimientos reglados), mientras la llegada de turistas desciende en estos dos países un 34,4% y un 34,7%, respectivamente. Este efecto explica 1,6 puntos del crecimiento del 2,6% del PIB turístico en 2011.
- Turistas rusos y nórdicos de mayor capacidad de gasto y, de forma menos intensa, franceses e italianos, tradicionalmente más vinculados con los destinos del Norte de África, han mostrado una mayor preferencia por los destinos españoles en 2011. Sube igualmente la afluencia de turistas de Reino Unido y Alemania, de perfil paquetizado y menor gasto medio diario en destino en caso de los británicos.
- El consumo turístico de los españoles se contrae en 2011, muy condicionado por la pérdida de poder adquisitivo de las familias españolas. La gran mayoría de indicadores de la demanda turística de los españoles, que suponen un 50% del consumo turístico realizado en España, se sitúa en caídas cercanas al 2,0%, intensificándose en el cuarto trimestre del año.

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 64,1% de las empresas turísticas españolas han elevado sus ventas gracias al avance de la actividad turística en 2011.** La mejora percibida en facturación **no** se ha traducido en una **clara mejoría de resultados** empresariales, sólo el 44,8% empresas turísticas españolas han mejorado beneficios respecto 2010, casi en su totalidad con incrementos inferiores al 10%, debido al **fuerte aumento de los costes y la presión sobre los precios (un 55,2% refleja nuevas caídas en 2011).**
- La dualidad en el comportamiento de la demanda por mercados de origen explica los **disparos resultados de las empresas turísticas obtenidos en España durante 2011, tanto por destinos como por subsectores.**
- Los **hoteles de costa en destinos más especializados en el "sol y playa" y más dependientes de la demanda extranjera cierran 2011 con el mejor balance,** gracias a notables subidas generalizadas en ventas, lo que les permite, aunque en menor medida, mejorar sus resultados. **La hotelería urbana,** salvo los alojamientos localizados en Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla y Madrid **presentan un balance del conjunto del año negativo,** con retrocesos generalizados en facturación y resultados.
- Los resultados de los **grandes grupos de agencias de viajes son moderadamente positivos,** gracias al acceso a una mayor cuota de mercado por el continuado cierre de agencias individuales y de pequeños grupos, así como del efecto comparativo hasta mayo del cierre de Marsans.
- Del mayor volumen de demanda extranjera y de una ganancia de cuota de mercado también se han visto favorecidas en 2011 las **empresas de coches de alquiler** de mayor dimensión, lo que no ha tenido una traslación clara a resultados por la elevada presión sobre los precios en un entorno muy competitivo y el incremento de los costes operacionales. **Las empresas españolas de transporte de pasajeros, y en concreto las compañías aéreas, cierran con un balance negativo sus operaciones y** resultados en España en 2011, fruto del estancamiento de la demanda interna, la sobrecapacidad, las peores condiciones competitivas, las dificultades operacionales y el fuerte aumento de los costes.
- **Heterogéneo balance entre los prestadores de servicios de ocio.** Las empresas localizadas en las zonas del litoral con elevada presencia de demanda extranjera (parques de ocio y campos de golf) y los museos y monumentos en los destinos urbanos más posicionados en los mercados exteriores cierran un favorable 2011. Estaciones de esquí y otros prestadores de servicios en zonas más dependientes de la demanda nacional y de su capacidad de gasto revelan peores resultados.
- **Baleares, Canarias y, en menor medida, los destinos del litoral de Cataluña, la Costa del Sol, Barcelona, Madrid, Valencia y las principales ciudades de Andalucía** concentran los mayores aumentos en facturación y resultados empresariales en 2011. **Los destinos de interior y de la España Verde (especialmente Galicia y Cantabria), acusan el peor desempeño en 2011.**

Expectativas empresariales y previsiones turísticas para el conjunto de 2012

- En valores absolutos el PIB turístico en España reflejará similares niveles de actividad que los registrados en el año 2011. Estimamos que el PIB Turístico crezca en 2012 un 0,2% en términos reales, de nuevo por encima de la caída estimada por los analistas para el conjunto de la economía española. La mayor capacidad de crecimiento vendrá explicada principalmente por el **mantenimiento del efecto de los factores atípicos vinculados al trasvase de turistas desde el mediterráneo oriental, aunque de una intensidad muy inferior,** en un contexto macroeconómico muy complejo.
- Las mejores noticias por mercados provendrán del turismo ruso, junto con una resistencia del nórdico, en Europa, y del tirón de algunos de larga distancia, como el americano y latinoamericano, favorecidos por la depreciación esperada del euro frente al dólar. **Los ingresos de turistas alemanes, franceses, británicos y holandeses podrán mantenerse** más por el efecto de la inestabilidad del mediterráneo oriental y norte de África. **Las expectativas para el mercado español e italiano son pesimistas.**
- Los **empresarios turísticos** manifiestan un **optimismo muy moderado, descontando un 2012 con resultados levemente superiores a los de 2011.** El 67,6% de los empresarios turísticos españoles esperan mejoras de sus niveles de ventas y el 61,2% de los mismos prevén mejoras en sus beneficios (la mayoría de ellos, 35,4% y 37,1%, respectivamente, entre el 0% y 5%).
- Los **grandes grupos de agencias de viajes y empresas de alquiler de coches** debido al fuerte y continuado ajuste de la oferta esperan **incrementos generalizados en sus ventas y menos intensos en sus resultados,** por la presión en los precios. Los **hoteles de costa anticipan igualmente un favorable ejercicio 2012, aunque con tasas de crecimiento mucho más modestas** por el menor dinamismo esperado del turismo extranjero. Por su parte, **la hotelería urbana española prevé cierto margen de mejora tras los negativos resultados de los cuatro últimos años,** al albur de la deseada reactivación del tráfico de negocios y del reposicionamiento internacional de algunos de los principales destinos urbanos españoles.
- **Las empresas de transporte de pasajeros, fundamentalmente aéreas, descuentan un negativo 2012 por debilidad demanda y presión sobre costes del precio del petróleo en euros.** Expectativas dispares entre los prestadores de servicios de ocio, aquellos localizados en zonas con fuerte presencia del mercado extranjero y los culturales y parques de ocio, en destinos de proximidad para el español, esperan que en 2012 los niveles de ventas y beneficios asciendan levemente respecto 2011. Perspectivas menos favorables para campos de golf y estaciones de esquí, más dependientes del gasto en destino y de unas condiciones meteorológicas, que hasta la fecha no están favoreciendo a estas últimas.
- **Repiten como destinos con mejores expectativas para 2012: Canarias y Baleares en los vacacionales y, dentro de los urbanos, Madrid y Barcelona y otras ciudades de tamaño medio como Valencia, Málaga y Sevilla.** Los más dependientes de la demanda interna como son la España Verde y los destinos del litoral valenciano, andaluz y murciano Murcia, auguran un nuevo y complejo año 2012.