

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del primer trimestre y Semana Santa y perspectivas para el segundo trimestre de 2012

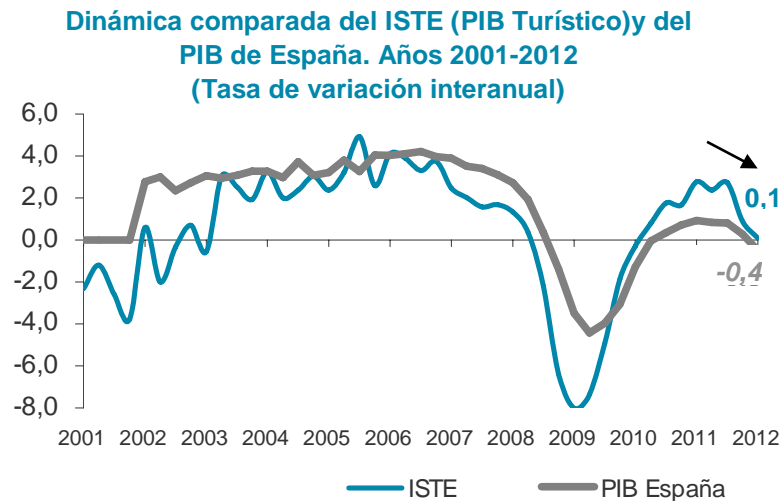


Balance empresarial del primer trimestre de 2012

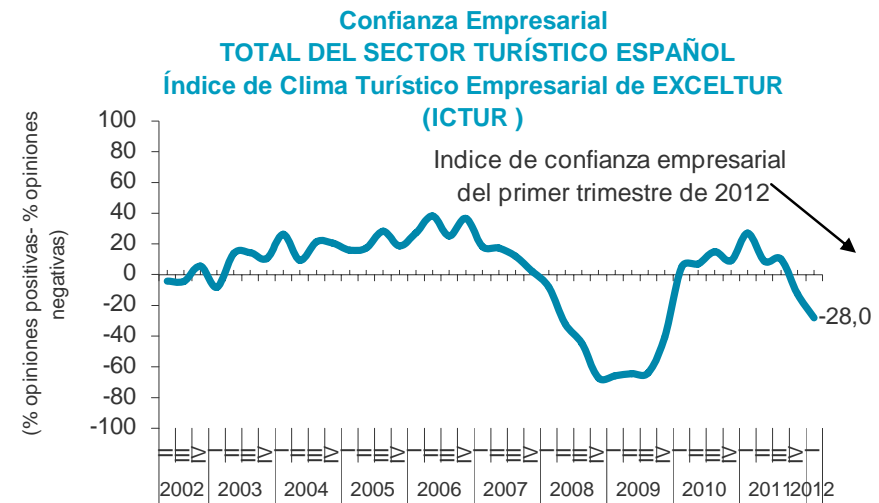
Actividad turística en el 1^{er} trimestre de 2012

A pesar de que la actividad turística se ha desacelerado en el primer trimestre de 2012 aún mantiene una aportación positiva al crecimiento de la economía española, con un incremento del 0,1% del PIB turístico en términos nominales. La desaceleración es debida sobre todo a la caída del consumo de los españoles (Ej. 462 mil pernoctaciones hoteleras menos en el primer trimestre) y el menor dinamismo de la demanda extranjera, al suavizarse desde febrero de 2012 el efecto de los turistas redirigidos de los destinos del Norte de África.

- El PIB Turístico se desacelera en el primer trimestre de 2012 hasta el 0,1%, desde el 0,9% del último trimestre del año 2011, aunque manteniendo una aportación positiva a la economía española, para la que el INE publicó el lunes una caída del -0,4% interanual.



- El menor dinamismo de la actividad reduce los niveles de confianza empresarial para el conjunto de la industria turística hasta el -28,0, especialmente en aquellos subsectores y destinos más dependientes de la demanda española.

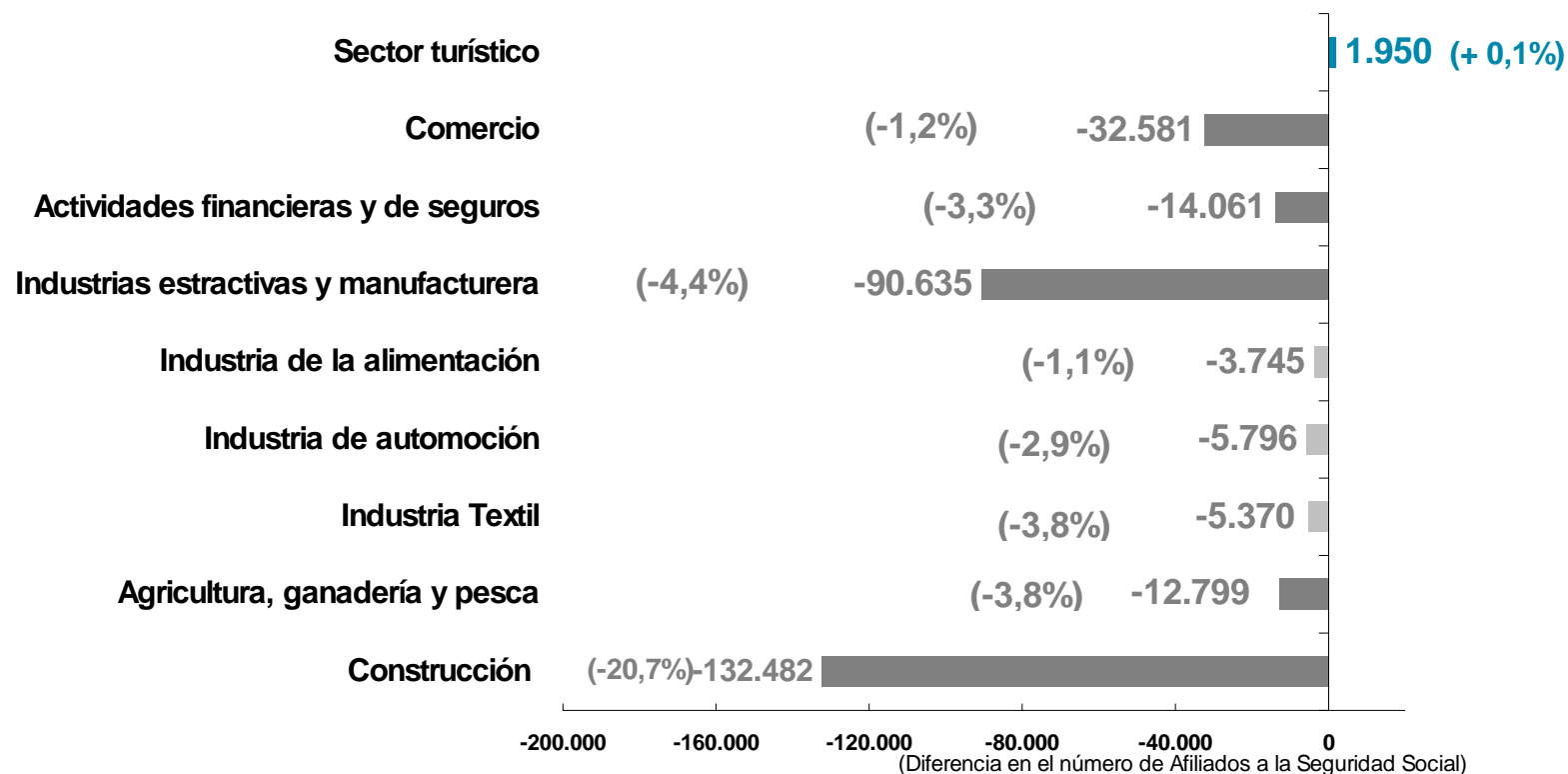


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Actividad turística en el 1^{er} trimestre de 2012

El crecimiento observado en la actividad turística en el primer trimestre de 2012 ha permitido mantenerse cómo el único gran sector de la economía española creador de empleo, según los datos de afiliación a la Seguridad Social

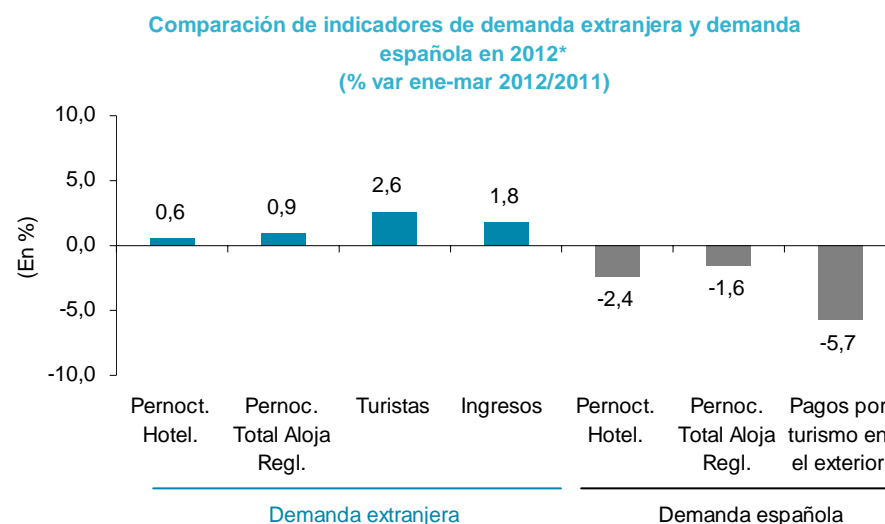
Comportamiento del empleo en España por Sector de Actividad
Variación interanual (IT 2012/IT 2011)



En estos primeros meses de 2012 se ha mantenido la fuerte disparidad de comportamientos entre la demanda extranjera y la española. El turismo extranjero sigue siendo la única fuente de incremento de la actividad turística en España, aunque con menor intensidad que la observada en el año 2011, mientras que la tendencia contractiva de la demanda española se agudiza en los tres primeros meses

■ Los indicadores que recogen las tendencias de viajes de los extranjeros en España, se sitúan en el acumulado del año hasta marzo en crecimientos positivos (2,6% en turistas, 1,8% en ingresos nominales y 0,9% en sus pernoctaciones en alojamientos reglados), pero más modestos que los atípicos incrementos de 2 dígitos registrados en 2011.

■ Los indicadores que recogen las tendencias de la demanda turística de los españoles, que suponen un 50% del consumo turístico realizado en España, se sitúan en caídas cercanas al 2,0% (462 mil pernoctaciones hoteleras menos en el acumulado enero-marzo) en sus viajes dentro del país y superiores al 5,5% en sus viajes al exterior (104 millones de euros menos de gasto en la suma de enero y febrero).



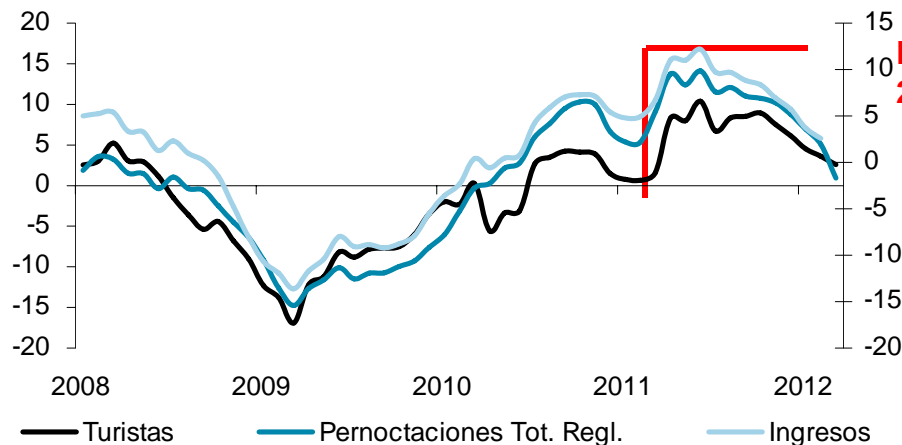
(*) Datos de ingresos de extranjeros y pagos exteriores de españoles hasta febrero, Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE, Banco de España, IE

Actividad Turística 1^{er} Trimestre 2012. Principales factores explicativos

La demanda extranjera hacia España sigue creciendo en el primer trimestre de 2012, aunque más moderada y concentrada en Cataluña, (*en particular en Barcelona*), en algunas zonas del litoral levantino, y también aunque a diferencia del año pasado, en menor medida en Canarias durante su plena temporada alta, que se sigue beneficiando de la inestabilidad geopolítica de Egipto y no tanto de Túnez que comienza a mostrar signos de recuperación.

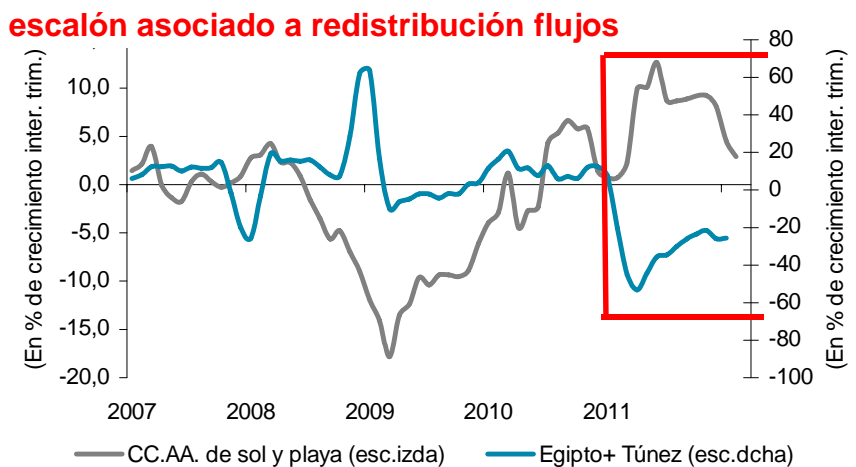
■ En el primer trimestre se ha observado una moderación en los ritmos de avance de los principales indicadores de la demanda extranjera, una vez superado el efecto escalón que supuso la súbita recepción de los importantes flujos de turistas prestados de los competidores del Norte de África desde el mes de febrero de 2011.

Indicadores de volumen de demanda extranjera
(Tasa de variación interanual trimestral)



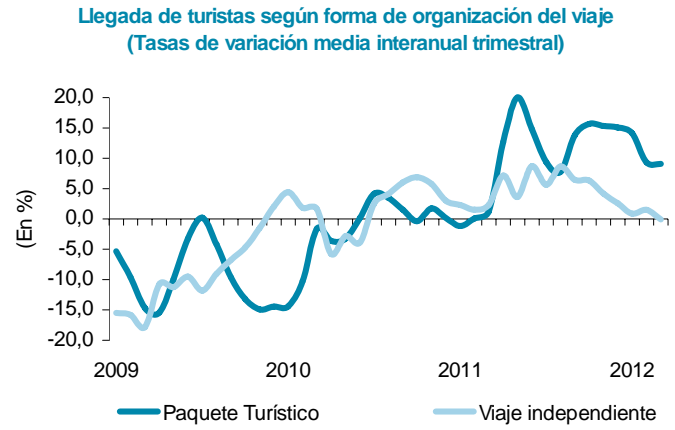
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, EOH y Balanza de Pagos.

Comparativa llegada de turistas extranjeros en las comunidades autónomas de Sol y playa respecto a Túnez - Egipto

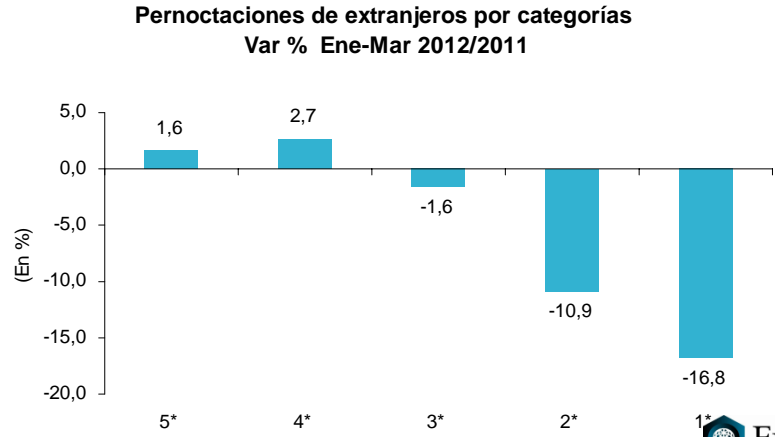


Los Tour Operadores han seguido siendo los principales protagonistas del crecimiento del turismo extranjero en España que ha vuelto a verse favorecido por los paquetes asociados al trasvase de turistas prestados de países competidores del Mediterráneo Oriental, beneficiándose más en los destinos urbanos los hoteles de 4 y 5 estrellas, aunque con precios muy contenidos por la situación de sobre oferta

- En estos primeros meses del año se mantiene la tendencia al alza de la llegada de turistas paquetizados, mientras se desacelera con intensidad el incremento del viajero independiente
- Los hoteles de 4 y 5 estrellas, los más beneficiados del avance de la demanda extranjera, explicando el 70% de la mejora en el nivel de pernoctaciones hoteleras registrado en el acumulado de enero a marzo de 2012.



Fuente: EXCELTUR a partir de la información de Frontur, IET.



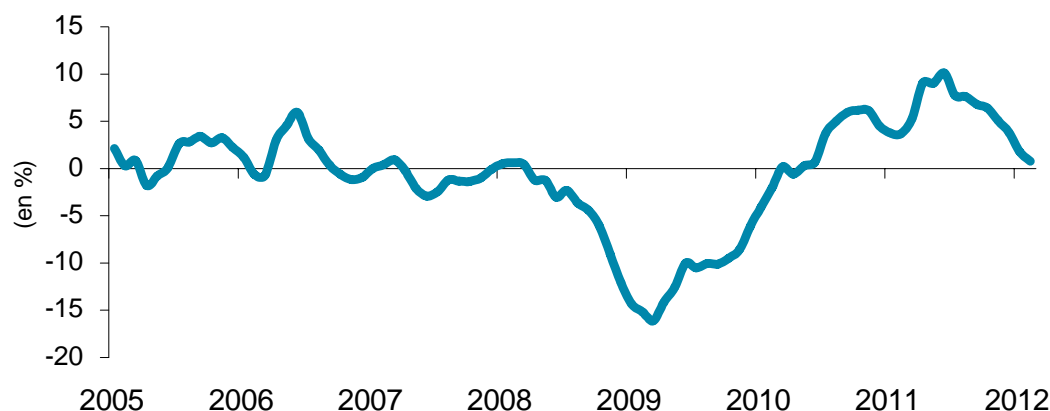
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

Los ingresos por turismo extranjero en los destinos españoles han continuado subiendo durante los tres primeros meses del 2012, pero no han sido ajenos a la desaceleración que registran todos los indicadores de demanda extranjera

Los ingresos por turismo extranjero que recoge la Balanza de Pagos (*sólo los que se generan en España descontando los de origen y los del transporte*) aumentaron en el acumulado de enero y febrero un 1,8% (apenas un 0,1% descontando la inflación) desde los ritmos cercanos al 10% registrados en 2011. Su comparación con el incremento de la llegada de turistas del 2,7% en estos mismos meses apunta una nueva caída de los ingresos por turista extranjero del -0,9% nominal y del -2,6% real.

Ingresos reales procedentes del turismo extranjero

Tasa de variación interanual

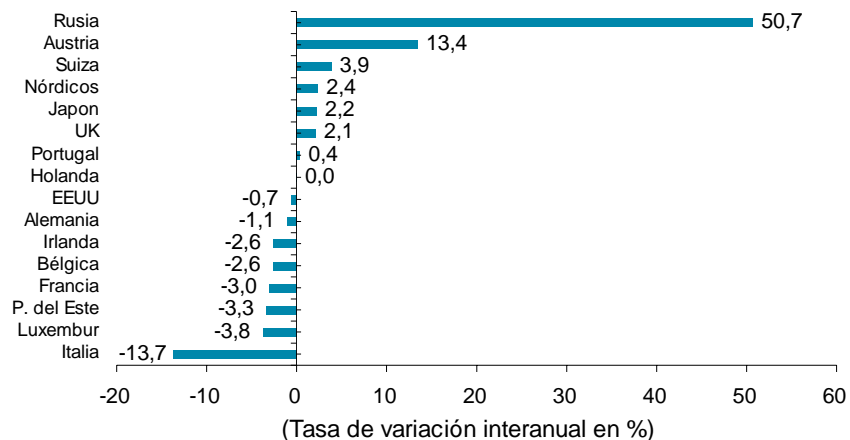


Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Balanza de Pagos (Banco de España)

Fuerte disparidad en el comportamiento del turismo extranjero por mercados. La demanda extranjera en España crece por el tirón de los turistas procedentes de Rusia, los países nórdicos y del centro de Europa, que se muestran como los más dinámicos en sus viajes a España durante el inicio de 2012

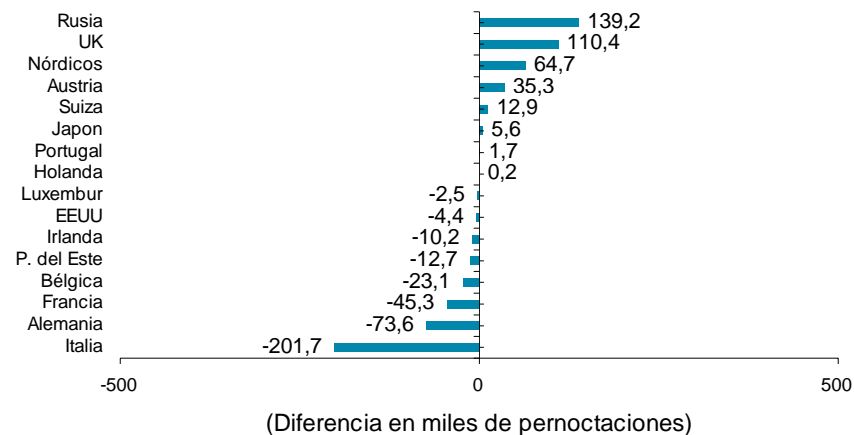
- El mercado británico, por su parte, muestra síntomas de leve mejoría, mientras que el mercado alemán y francés caen en el arranque del año. El mercado italiano, muy condicionado por la frágil situación de su economía, retrocede con intensidad en el primer trimestre del año, acompañado por un flojo comienzo del año del mercado alemán y francés.

Variación % del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Marzo 2012/2011



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

Variación en volumen del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Mar 2012/2011

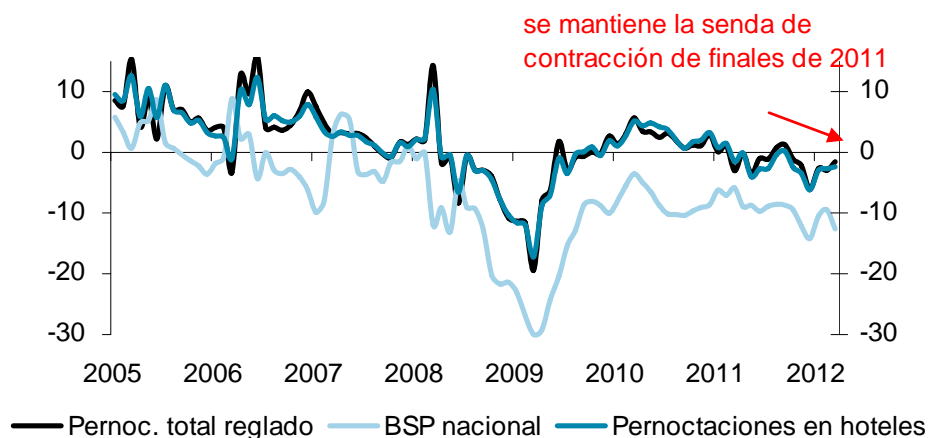


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

Sigue la tendencia de retroceso del consumo turístico de los hogares y empresas españolas en el primer trimestre de 2012, de nuevo muy condicionada por la caída del consumo en general debido a la pérdida de poder adquisitivo de las familias españolas y la desaceleración de la

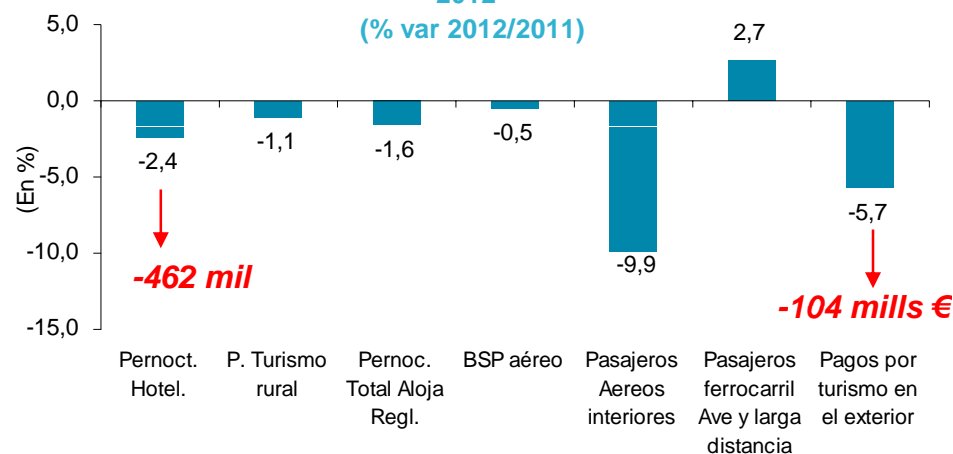
- **La disminución de la renta disponible, el incremento del desempleo en España y los bajos niveles de confianza de familias y empresas siguen condicionando el retroceso la demanda de productos y servicios turísticos de los españoles. La acentuación de la tendencia de caída de la demanda española refleja su máximo exponente en los malos resultados turísticos de la Semana Santa a lo largo de España, si bien afectados, a su vez, por las adversas condiciones climatológicas**

Indicadores de volumen de demanda española
(Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOTR, EOAP, EOAC, , INE.

Indicadores de demanda española en I Trimestre de 2012*
(% var 2012/2011)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE), Banco de España, IET
(*) Datos de pagos por turismo en el exterior hasta el mes de febrero.

Balance empresarial I Trimestre 2012. Facturación

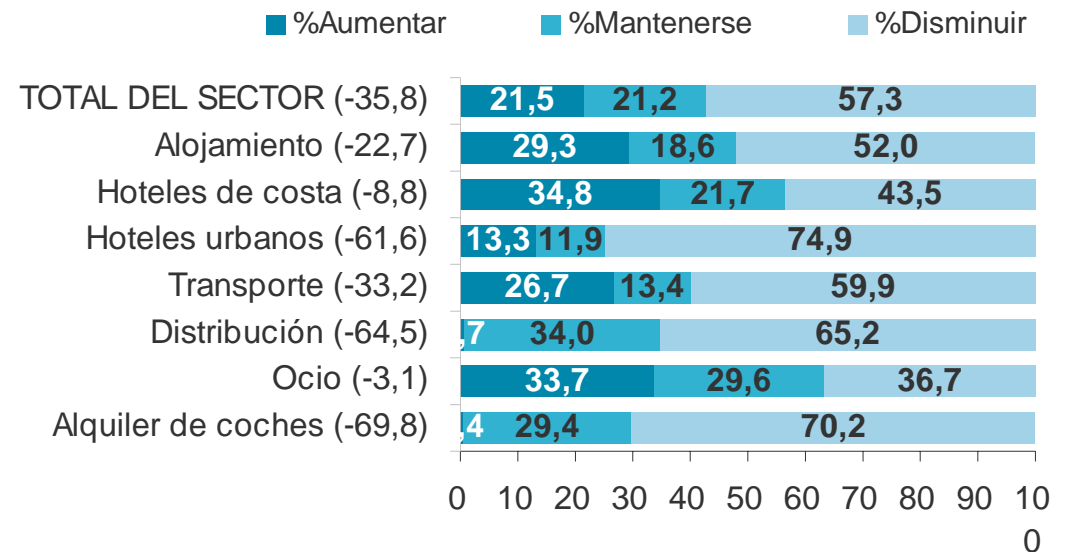
Retroceso generalizado en los niveles de ventas de las empresas turísticas en los tres primeros meses del año 2012, con dispar balance de resultados entre los distintos subsectores de la cadena de valor turística

- Un 57,3% de las empresas turísticas españolas han experimentado una caída interanual en sus niveles de ventas en España durante el primer trimestre de 2012, especialmente aquéllas más dependientes de la demanda interna, por tan sólo un 21,5% que reflejan mejoras.

Un porcentaje muy elevado de los hoteles urbanos (74,9%), de las agencias de viaje (65,2%), de las empresas de transporte (59,9%) y del alquiler de coches (70,2%) sufren una disminución de sus ventas durante el primer trimestre de 2012, si bien todavía moderada, salvo en el caso de las compañías aéreas.

En los hoteles de la costa, y muy especialmente los canarios en su temporada alta, y en las empresas de ocio las caídas en las ventas son menos generalizadas e intensas. La inestabilidad en Egipto y la mayor propensión a disfrutar de su ocio en su lugar de residencia por parte de los españoles explican esta mayor resistencia.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas
I Tr 2012

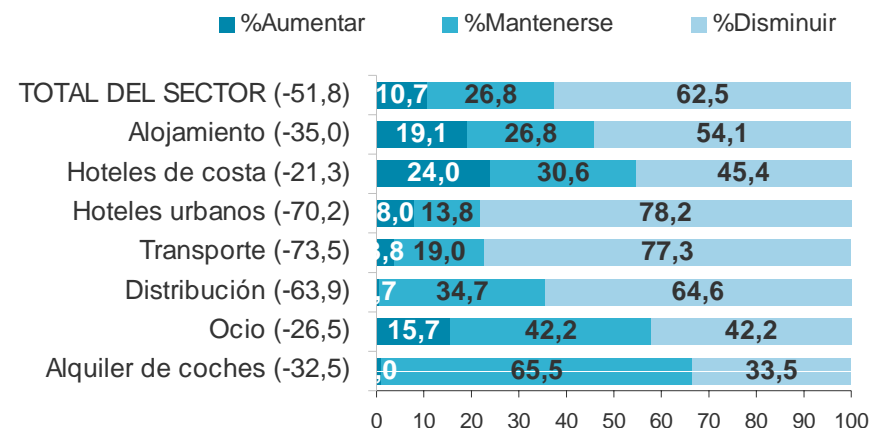


En términos generales, sigue la tendencia de caída de la rentabilidad empresarial. La bajada generalizada de ventas, junto a la presión sobre los costes en las empresas turísticas españolas, elevan al 62,5% el porcentaje de las mismas con caídas interanuales en sus resultados en el primer trimestre de 2012

En todos los subsectores los resultados se ven afectados por el doble efecto de la caída en las ventas y el incremento en los costes. Las **más afectadas han sido las compañías aéreas por la fuerte subida del carburante, que ha alcanzado máximos históricos en marzo, y las injustificadas huelgas de parte de su plantilla, junto con los hoteles urbanos**, donde los precios se han vuelto a reducir fuertemente por la debilidad de la demanda y una gran sobre oferta de plazas.

Las **empresas de alquiler de coches han aguantado mejor**, por la reducción de su capacidad, **al igual que los grandes grupos de agencias de viajes**, sector donde siguen cerrando pequeñas agencias minoristas tradicionales. **Empresas de ocio y hoteles de costa se ven por último igualmente menos afectados por la bajada de resultados en este comienzo del año.**

Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios
I Tr 2012

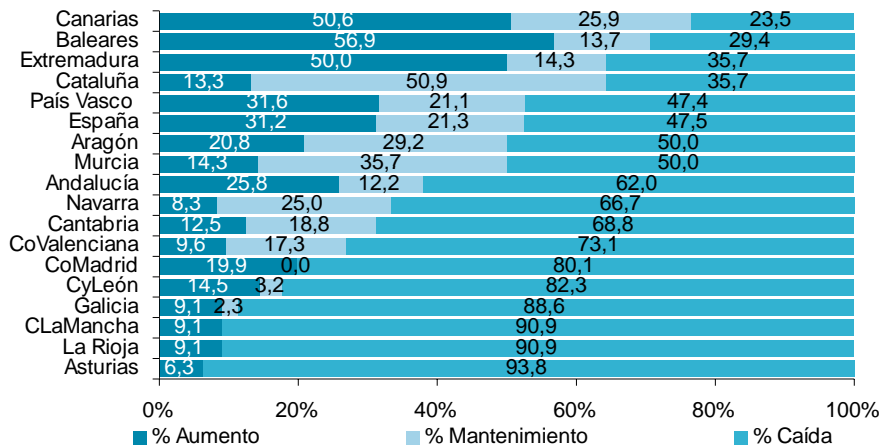


Balance empresarial 1er Trimestre 2012. Tendencias por destinos

Los empresarios de Canarias, de los escasos establecimientos abiertos en Baleares y de Barcelona y su área de influencia, junto con algunas zonas de costa de Andalucía y Levante son los únicos que manifiestan mejoras en sus ventas y beneficios en el primer trimestre de 2012.

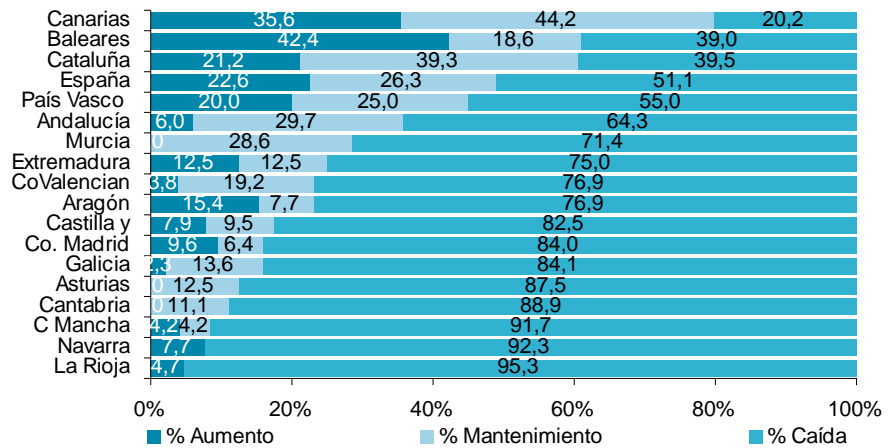
Por contra, la mayoría de destinos de interior y de la España Verde, muy dependientes de la demanda interna, y los vinculados a las actividades en la nieve, con escasez de precipitaciones en este invierno, registran un comienzo del año en negativo tanto en sus niveles de ventas como en sus resultados.

Opinión empresarial sobre las VENTAS para el I Trimestre 2012
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur

Opinión empresarial sobre los BENEFICIOS para el I Trimestre 2012
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur

Balance Semana Santa 2012

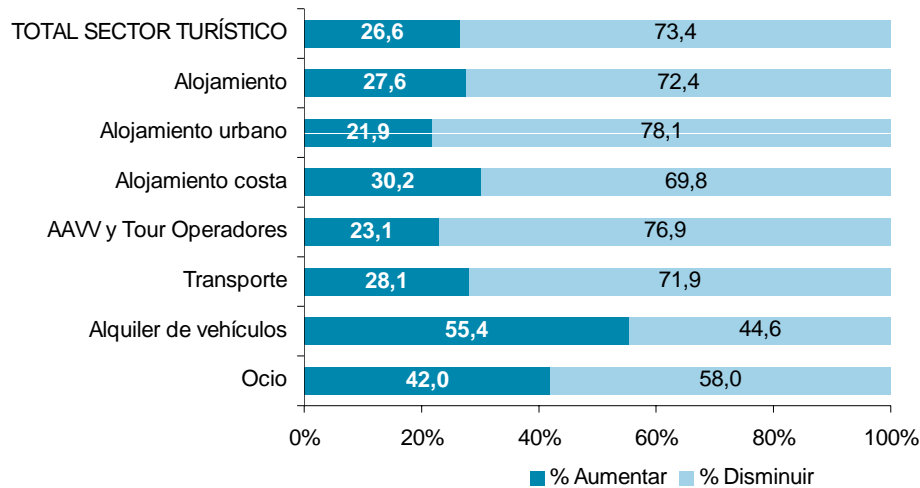
Balance Empresarial Semana Santa 2012

Generalizado balance empresarial negativo de la Semana Santa de 2012

El deterioro constante de los niveles de confianza de los hogares españoles, su mermada capacidad adquisitiva y las desfavorables condiciones meteorológicas, han condicionado intensamente el devenir de los principales indicadores de negocio (ventas y beneficios) de los diversos subsectores de la cadena de valor turística en la Semana Santa de 2012.

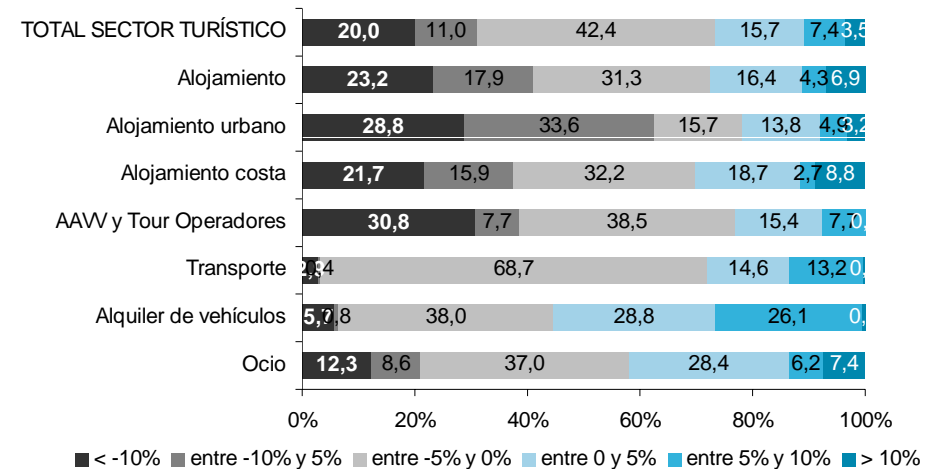
Los sectores más afectados han sido las grandes agencias de viajes españolas (un 30,8% experimentó caídas en ventas por encima del 10%), y los hoteles urbanos (con un 28,8% con caídas superiores al 10%). Mientras, los prestadores de servicios de ocio y las empresas de alquiler de vehículos mantuvieron niveles de actividad similares a los de la Semana Santa del año 2011.

Comportamiento de las ventas en la Semana Santa de 2012 respecto a la de 2011



Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur

Comportamiento de las ventas en la Semana Santa de 2012 respecto a la de 2011 por porcentajes de variación



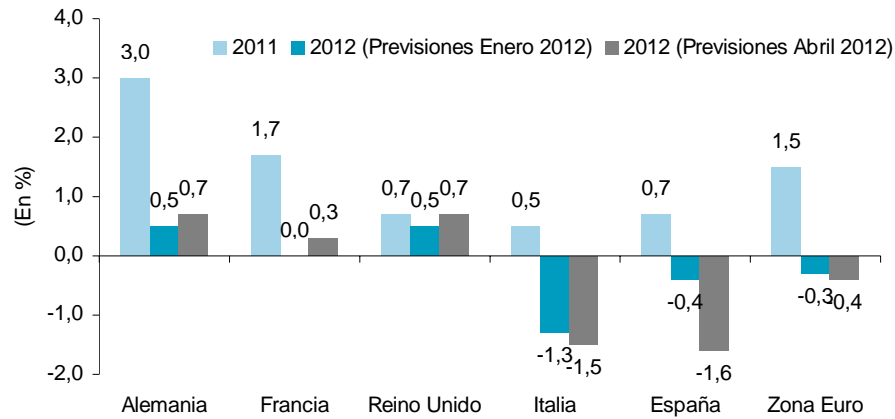
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur

Expectativas turísticas para el segundo trimestre y el conjunto del año 2012

ESCENARIO TURÍSTICO PREVISTO PARA 2012

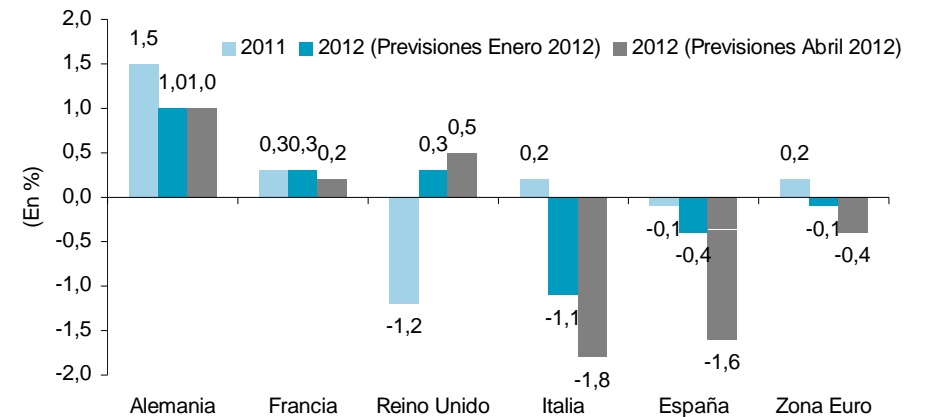
En un contexto macroeconómico aún extremadamente incierto y volátil, los analistas mantienen las mismas previsiones de enero sobre la debilidad de la demanda en los principales mercados turísticos europeos, salvo para España que han ajustado en más de un punto a la baja, por el fuerte deterioro del consumo

PIB previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos 2011-2012. Tasa de variación interanual



Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast

Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos 2011-2012. Tasa de variación interanual



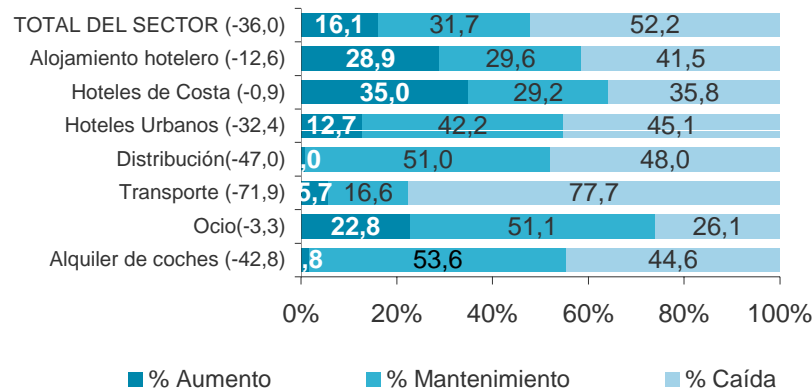
Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2º Trimestre de 2012

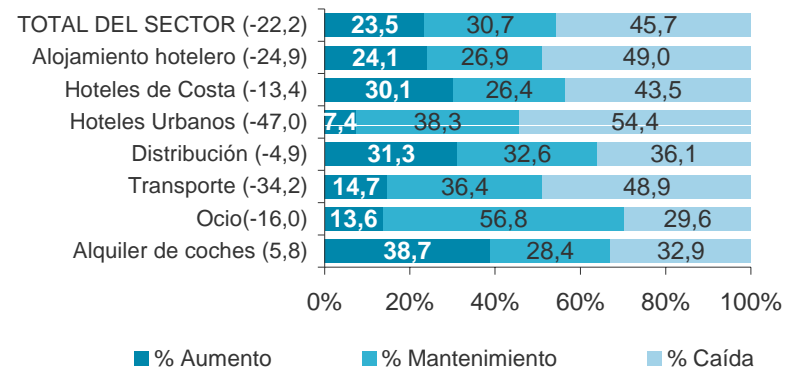
Los empresarios turísticos no anticipan mejoras en el devenir de los principales indicadores de su negocio en el segundo trimestre (el 52,2% espera caídas en ventas y el 45,7% en resultados), con situaciones dispares por subsectores, de nuevo en función de los mercados (interno o externo) en los qué están posicionados y de sus condicionantes competitivos

- La mayor afluencia esperada de demanda extranjera se dejará notar en las ventas y en los beneficios empresariales de los **hoteles de costa y empresas de ocio, y en el alquiler de coches**, aunque con menor intensidad que en 2011. Los alojamientos localizados en **destinos urbanos de mayor presencia internacional** y las instalaciones y empresas de **turismo cultural** también esperan cierta mejora en sus variables claves de negocio.
- Por el contrario, las **empresas de transporte de pasajeros, y en particular las aéreas**, esperan un retroceso generalizado en sus ventas y beneficios en el segundo trimestre de 2012, debido a la debilidad de la demanda, la presión sobre sus costes por la escalada del precio del petróleo, tasas aeroportuarias y el clima de conflictividad laboral. Así mismo, **los grandes grupos de agencias de viajes** anticipan aún con poca visibilidad ,un muy incierto segundo trimestre del año por el menor gasto turístico de los españoles.

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el SEGUNDO trimestre de 2012



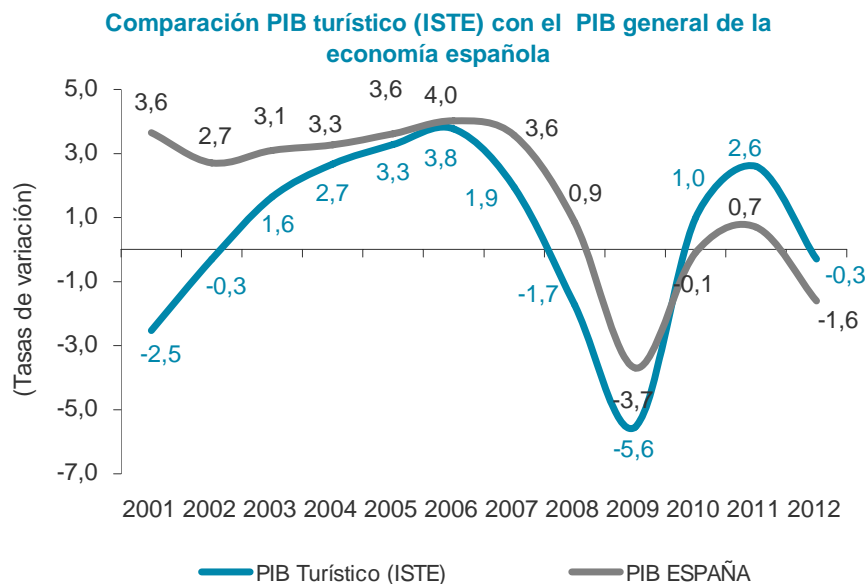
Opinión empresarial sobre la evolución de las BENEFICIOS PREVISTOS para el SEGUNDO trimestre de 2012



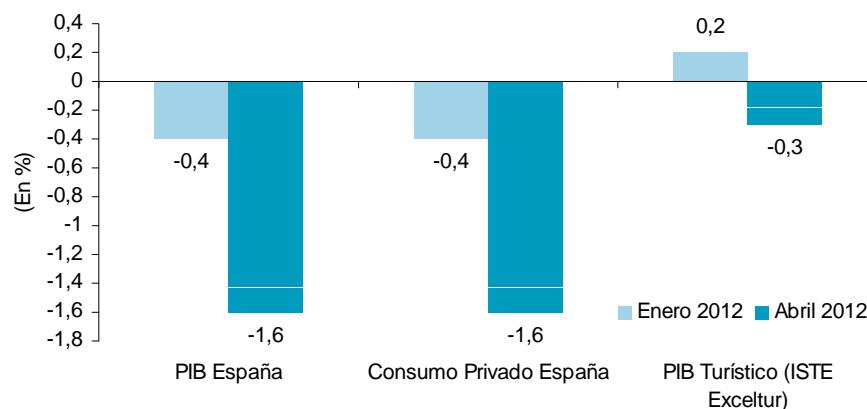
PREVISIONES PARA EL PIB TURÍSTICO PARA EL CIERRE DEL 2012 19

Basado fundamentalmente en la desfavorable coyuntura socioeconómica que atraviesa España y que anticipa mayores caídas de la demanda turística interna, revisamos la estimación de crecimiento del 0,2 % del PIB turístico que a principios de este año habíamos calculado, a un nuevo crecimiento del -0,3% para el cierre de 2012. Gracias al esperado mantenimiento de la demanda externa, esta nueva tasa, si bien ligeramente negativa, sigue demostrando el notable contrapeso y efectos positivos que representaría una recuperación más estable del turismo para el conjunto de la economía, cuya caída del PIB estima el propio Gobierno que caerá el -1,7% al cierre de 2012

Esta estimación contempla un mercado doméstico en retroceso (en línea con indicadores tan reconocidos como los de la OACI que estima una caída de 9 millones de viajes interiores en avión de los españoles en 2012) y un mercado extranjero que se mantendrá en 2012 en valores positivos, pero en ritmos notablemente inferiores a los registros observados en 2011. En este marco, la magnitud de la revisión de medio punto en la previsión de actividad turística para el conjunto del año 2012 es notablemente inferior a los 1,2 puntos en que el propio Gobierno ha revisado el PIB de España, hasta el -1,7%.



Magnitud revisión previsiones para la economía española y PIB Turístico 2012-2011. Tasa de variación interanual



Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast

(1) Esta estimación de PIB Turístico no contempla los posibles efectos a la baja sobre los niveles de actividad turística que supondría una eventual subida de las tasas aeroportuarias como la contenida en el proyecto de PGE para 2012.