

# Perspectivas turísticas

Balance empresarial del  
segundo trimestre de 2012 y  
perspectivas para el verano  
(tercer trimestre) y el  
conjunto del año 2012

Nº 41 – Julio 2012



---

# Balance empresarial del segundo trimestre de 2012

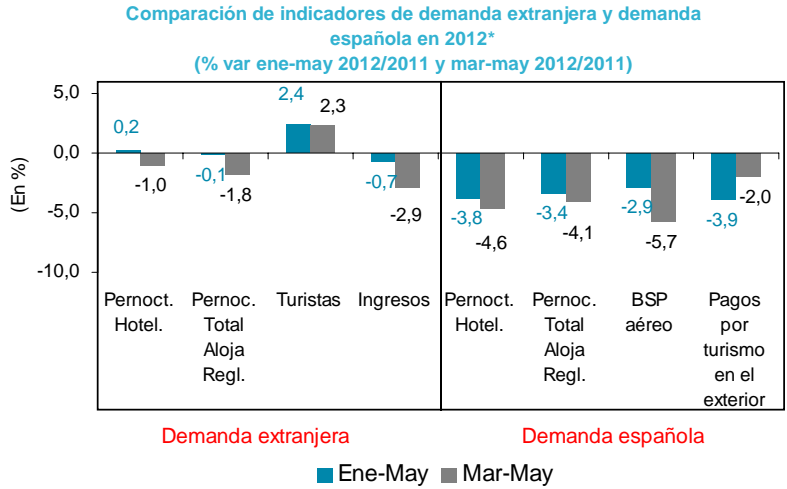
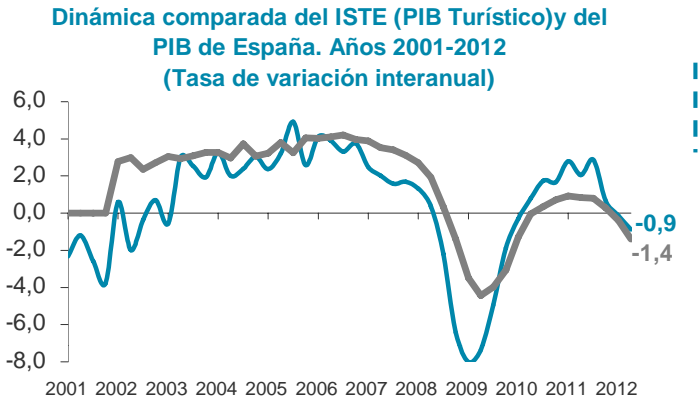
# PIB Turístico

La actividad turística en España ha continuado perdiendo fuerza durante el segundo trimestre de 2012. En los meses de abril, mayo y junio, el PIB turístico ha comenzado a desacelerarse progresivamente a un ritmo del -0,9% interanual.

Esta evolución del PIB se explica principalmente por la intensificación en los ritmos de caída del consumo turístico de los españoles y el menor empuje de la demanda extranjera, por la recuperación de los países del Mediterráneo Oriental, en un contexto de elevada incertidumbre económica y financiera en España y el resto de Europa.

El PIB Turístico registra un descenso interanual del -0,9% en los meses de abril, mayo y junio de 2012, si bien reflejando un desempeño mejor que el resto de la economía española, para la que los analistas estiman un caída del -1,4% en este mismo segundo trimestre.

Todos los indicadores de demanda tanto del mercado extranjero, como del español se han comportado algo peor en este segundo trimestre de 2012, respecto al comienzo del año.



(\* Datos de ingresos de extranjeros y pagos exteriores de españoles hasta abril,



— PIB Turístico (ISTE)  
— PIB España

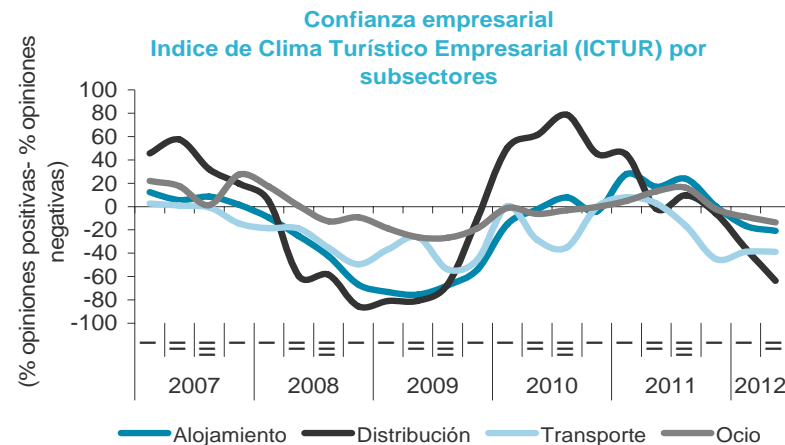
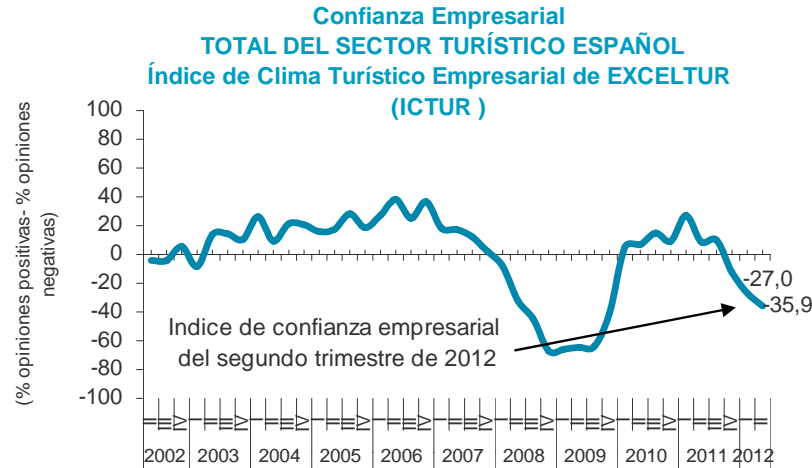


El descenso de la actividad turística y la creciente preocupación a corto plazo para el sector derivada del incremento de las tasas aeroportuarias y de una posible subida del IVA, se ha traducido en un deterioro de los niveles de confianza de los empresarios turísticos españoles.

Con la respuesta de más de 2.000 unidades de negocio turístico en este segundo trimestre de 2012, el Indicador de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR (ICTUR) pierde con respecto al mes de marzo casi 9,0 puntos hasta situarse en un valor de -35,9.

El Índice de confianza turística empresarial para el conjunto de la industria turística desciende hasta un valor de -35,9 al concluir el mes de junio de 2012, desde los -27,0 del primer trimestre, situándose muy próximo a los niveles del verano de 2008.

Todos los sectores que componen la cadena de valor turística experimentan un deterioro de sus niveles de confianza en este segundo trimestre del año, que es más intenso en el caso de los grandes grupos de AA.VV.

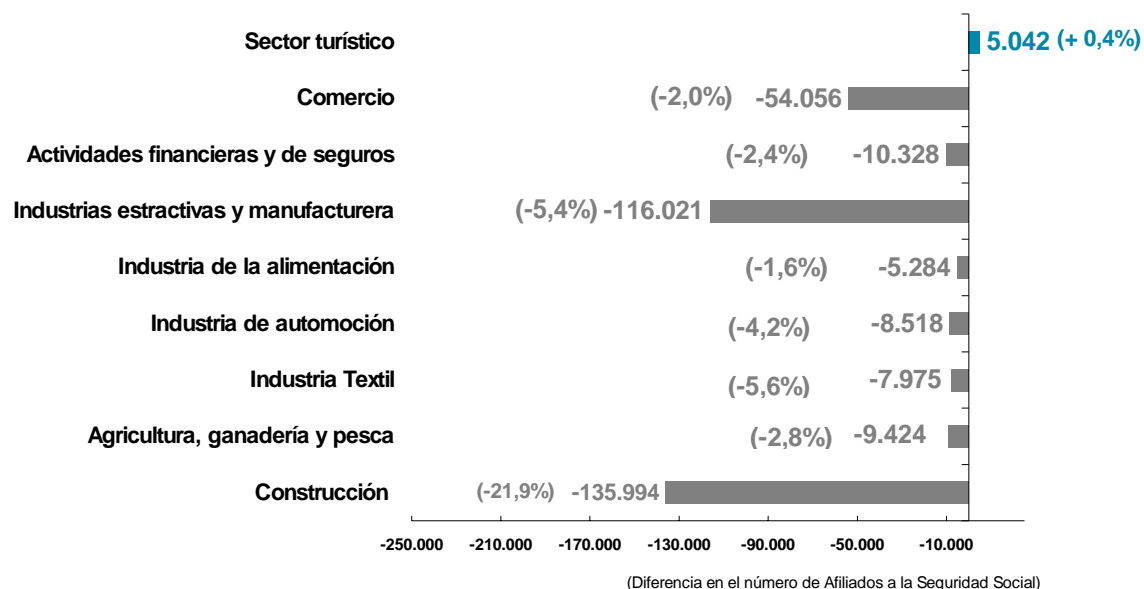


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

A pesar de la caída en la actividad turística del segundo trimestre, el sector turístico no sólo ha vuelto a ser capaz de generar empleo (5.042 nuevos puestos de trabajo) sino que se muestra como el único de los grandes sectores de la economía española que en junio de 2012 tenía un mayor volumen de afiliados a la Seguridad Social que en 2011.

- El número de afiliados a la seguridad social de la hostelería y las AA.VV del mes de junio se situaba un 0,4% por encima de los niveles del pasado año por las mismas fechas. La creación de 5.042 puestos de trabajo contrasta con la destrucción que todavía sufren el resto de los grandes sectores de la economía española (Ver gráfico adjunto)

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

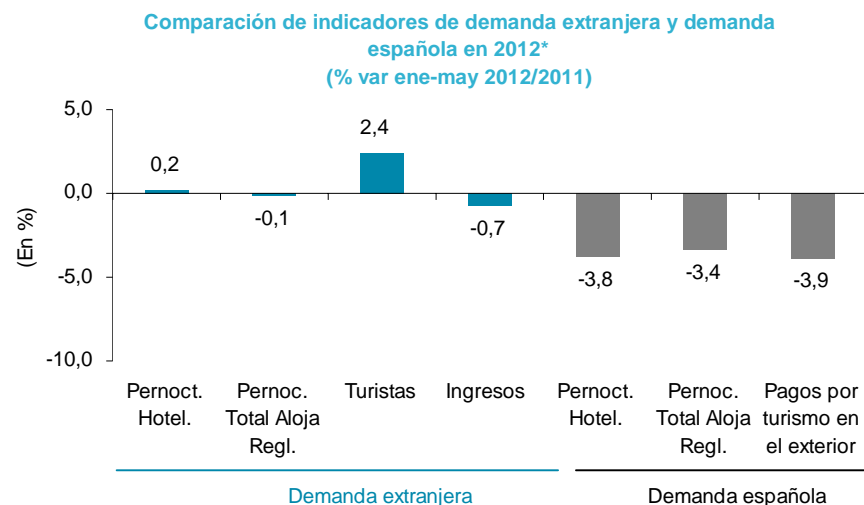


Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de datos de la Seguridad Social

El turismo extranjero continua siendo el principal sostén del sector turístico español, incluso registrando en lo que llevamos de año volúmenes de afluencia, que no de gasto, algo por encima de los alcanzados en la atípica y muy positiva temporada de 2011.

Mientras, la demanda española mantiene una tendencia contractiva, condicionando los resultados de las empresas, subsectores y destinos más dependientes del comportamiento

Todos los indicadores de demanda española se sitúan en valores negativos en el acumulado de enero a mayo de 2012 con descensos superiores al 3,0%, mientras los de demanda extranjera consiguen mantenerse en los positivos registros de 2011. Sólo los ingresos por turismo extranjero del Banco de España caen con datos hasta abril, aunque el buen comportamiento de mayo debería equilibrar esta situación.

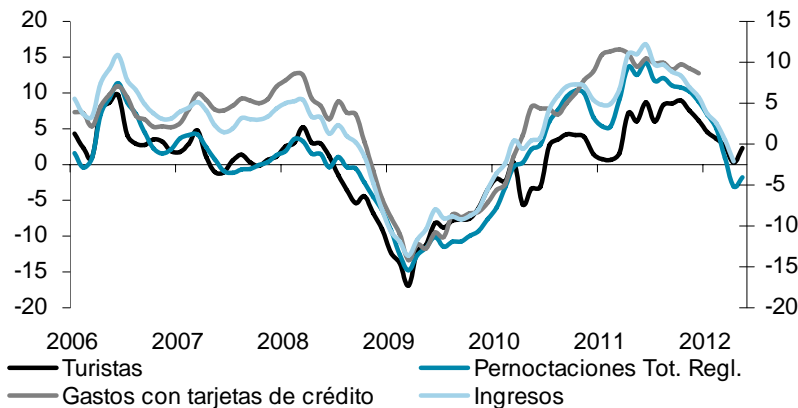


(\*) Datos de ingresos de extranjeros y pagos exteriores de españoles hasta abril, Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE, Banco de España, IE

La demanda turística extranjera ha ralentizado sus ritmo de crecimiento en el segundo trimestre del año, pero se mantiene en unos volúmenes de afluencia muy elevados similares a los previos a la crisis gracias al ligero mejor comportamiento del consumo en Europa, el tirón del mercado ruso y el aprovechamiento de las rentas de seguridad de España, a pesar de las primeras señales de recuperación paulatina de Egipto y, en mayor medida, de Túnez.

Todos los indicadores de demanda extranjera disponibles experimentan una desaceleración en sus ritmos de crecimiento en el segundo trimestre, con un ligero repunte en mayo, coincidiendo con el rebrote de inestabilidad en Egipto ante el proceso electoral

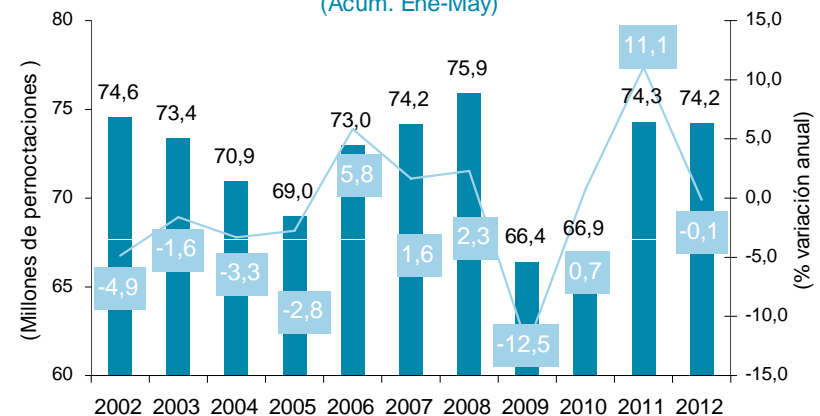
Indicadores de volumen de demanda extranjera  
(Tasa de variación interanual trimestral)



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

Los niveles de demanda extranjera en alojamientos reglados de la demanda extranjera, medido a través de las pernoctaciones, se mantienen en los niveles de 2011, tras el fuerte y atípico aumento experimentado, lo que le sitúa en valores muy similares a los de antes de la crisis

Pernoctaciones de los turistas extranjeros en establecimientos de alojamiento reglado en España  
(Acum. Ene-May)

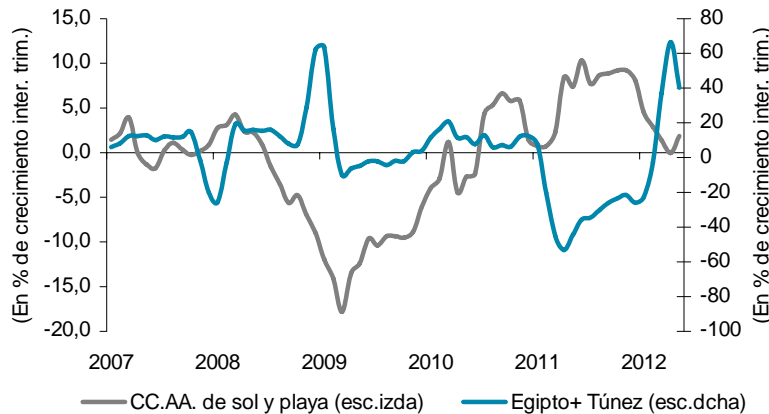


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE

La afluencia de turistas extranjeros, su perfil y su nivel de gasto siguen muy marcados por la situación económica en Europa y la capacidad de recuperación de los competidores del Mediterráneo Oriental. A medida que durante los primeros meses de 2012 la situación en Túnez ha tendido a normalizarse frente al consumidor europeo y en menor medida la de Egipto, estos países han comenzado a recuperar parte de los turistas extranjeros perdidos, lo que se ha dejado notar en los destinos vacacionales españoles (sobre todo en Canarias)

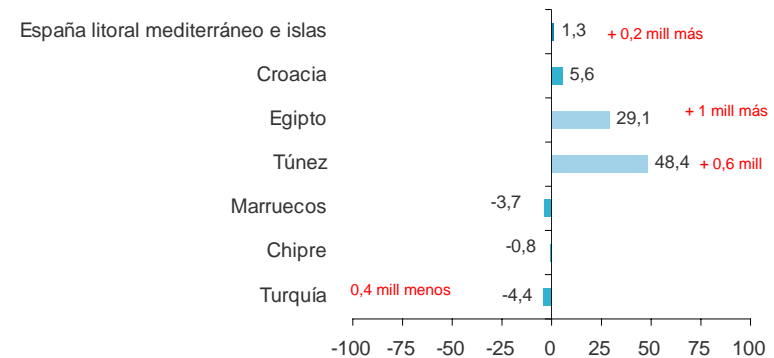
Como se puede observar en el gráfico, con datos hasta el mes de marzo, la recuperación de la demanda extranjera en Egipto y Túnez ha hecho mella en los destinos españoles del mediterráneo y de las islas.

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



Los destinos españoles del litoral mediterráneo y las islas han aguantado mejor la recuperación de Egipto y Túnez, que otros competidores y, en especial, que Turquía en este comienzo del año.

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo (% Crec. 2012/2011 acumulado enero-may)



Fuente: IET, OMT e Institutos de Estadística. \* Datos para Marruecos y Croacia hasta abr12

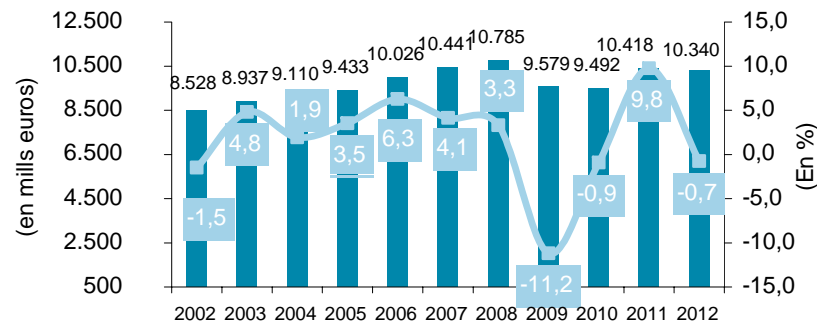


Los niveles de gasto en España de la demanda extranjera se han resentido más que los volúmenes de afluencia durante los meses de primavera de 2012, en gran parte explicado por la reducción de la estancia media. Como consecuencia de ello, los ingresos por turismo extranjero del Banco de España acumulan un descenso hasta abril en términos nominales del -0,7%, lo que supone una caída del -1,9% en términos reales.

En términos nominales, los ingresos por turismo extranjero hasta abril se mantienen muy próximos a los de la temporada de 2011 y cercanos a los niveles previos a la crisis.

En términos reales, sin embargo, los ingresos por turismo extranjero mantienen la preocupante tendencia decreciente de los últimos años, acumulando en lo que llevamos de 2012 una caída del -1,9% que reitera y demuestra la urgencia de abordar nuevas políticas de reposicionamiento de la oferta turística española para atraer un turista de mayor gasto en destino.

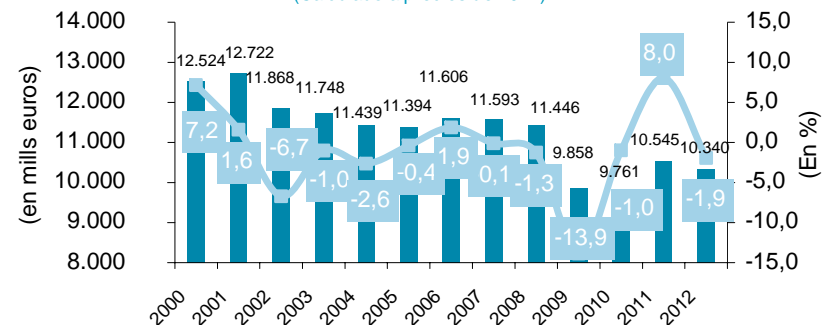
**Ingresos nominales del turismo extranjero**  
Balanza de Pagos  
Ene-Abr 2000-2012



■ Ingresos nominales por turismo (esc izda) — Tasa de variación (esc. dcha)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

**Ingresos reales del turismo extranjero**  
Balanza de Pagos  
Ene-Abr 2000-2012  
(Calculado a precios de 2012)

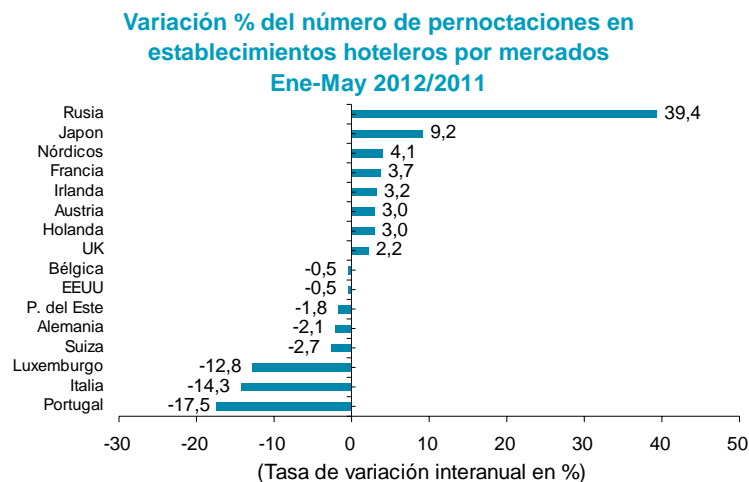


■ Ingresos reales por turismo (esc izda) — Tasa de variación (esc. dcha)

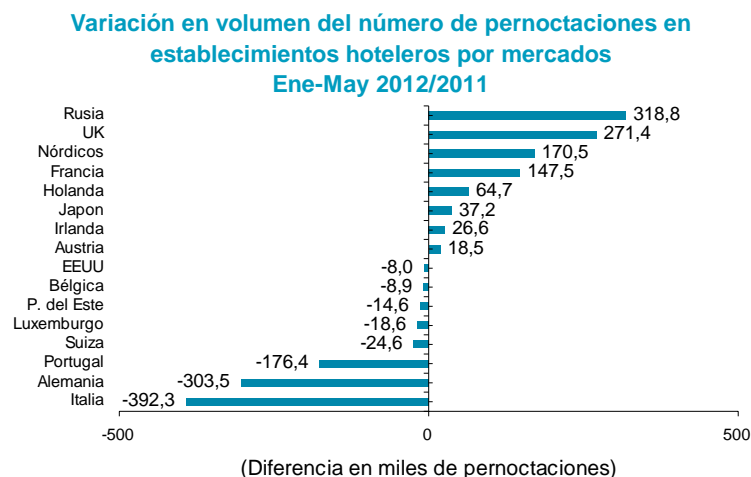
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

El mercado ruso protagoniza en términos porcentuales, al igual que sucediera en 2011, el crecimiento de turistas por mercados en España durante los cinco primeros meses de 2012, con un incremento del 39,4% en el número de pernoctaciones hoteleras. En estos meses destaca el buen comportamiento de Japón (+9,2%) de los países nórdicos (+4,1%), Francia (+3,7%) y Reino Unido (+2,2%).

Los turistas de países más afectados por la crisis, como Italia y Portugal, sufren caídas de dos dígitos de enero a mayo (-14,3% y -17,5%, respectivamente), mientras el mercado alemán



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



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

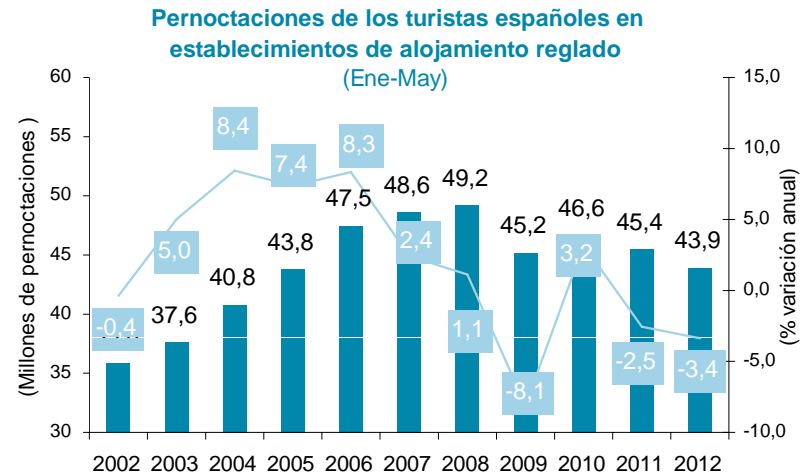
El mayor mercado para la empresas turísticas española, el nacional, ha intensificado su caída en los meses de primavera, como consecuencia de la pérdida de renta disponible para el gasto y la contracción del consumo por motivo precaución, ante las incertidumbres varias de carácter laboral y las generadas por la situación económica de España y las medidas

La contracción del consumo turístico de los españoles se manifiesta en todos los indicadores disponibles, que han intensificado ligeramente su descenso durante los meses del segundo trimestre.



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

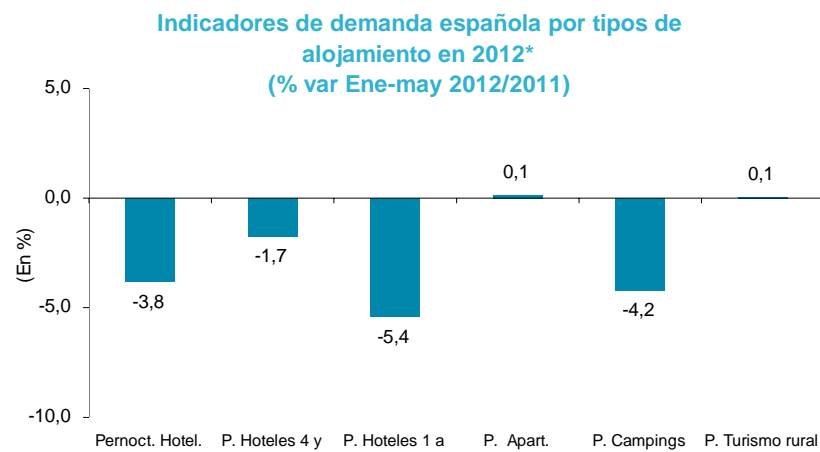
Los volúmenes de demanda interna en los alojamiento reglados españoles se sitúa en el acumulado de los cinco primeros meses de 2012 en los niveles del año 2005



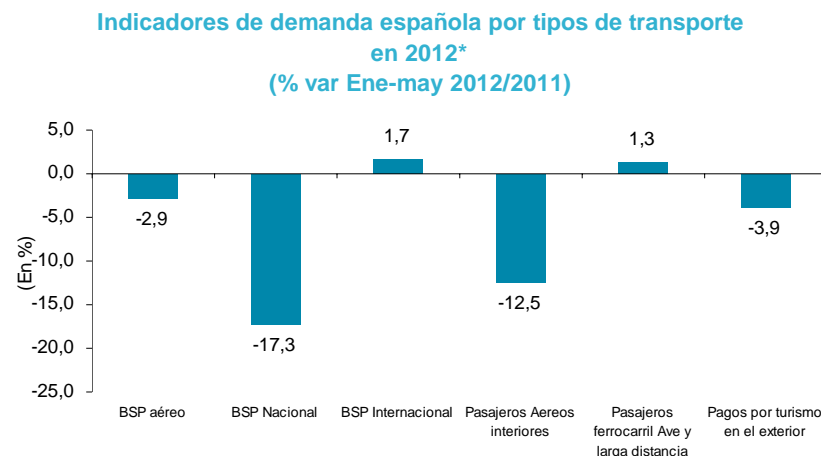
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE

Los españoles han viajado menos, con estancias más cortas y con presupuestos más bajos, optando por los servicios de menor coste y concentrando sus viajes en los momentos tradicionales de sus vacaciones. Dentro de esta tendencia generalizada para todos los estratos de población, los mayores descensos en la demanda se concentran en los servicios de los estratos de población de menor renta, que coincide con aquellos que más están

Las mayores caídas en los indicadores de demanda española en lo que llevamos de año se producen en los hoteles de menor categoría (-5,4% en los de 1 a 3 estrellas) y en los campings (-4,2%), además de en los viajes interiores en avión (-12,5% los pasajeros y -17,3% el BSP), mientras crecen ligeramente los realizados en tren (+1,3%).



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE),



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE), Banco de España, IET

(\*) Datos de pasajeros y de pagos por turismo en el exterior hasta el mes de abril

## Balance empresarial por subsectores: ventas

13

En este contexto, durante el segundo trimestre de 2012 un 53,7% de las empresas turísticas españolas vieron descender sus ventas con respecto a 2011. La debilidad de la demanda y la sobreoferta estructural en algunos subsectores ha vuelto a afectar a la baja a los precios de venta intensificando el descenso en la facturación. En este contexto, cualquier subida del IVA supondría un duro golpe para las empresas turísticas por su dificultad para trasladarlo al consumidor final y

**Las agencias de viajes son las que más han sufrido** en el segundo trimestre por la debilidad de la demanda española (un 95,5% experimenta caídas en sus ventas, aunque de carácter moderado).

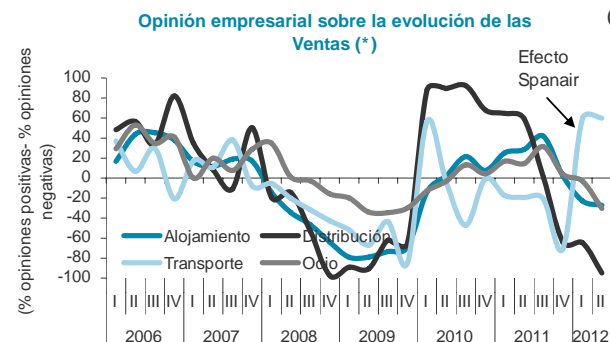
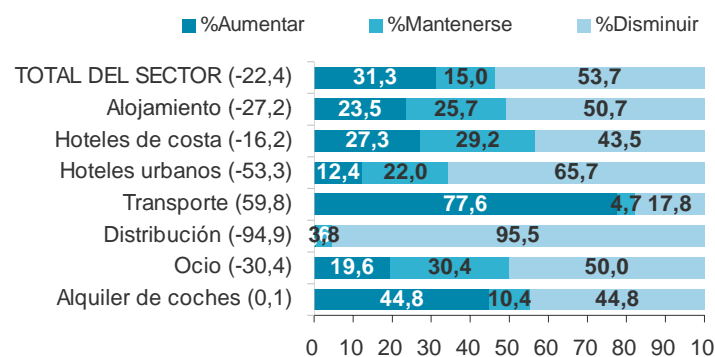
**Las caídas en las ventas son generalizadas entre el 65,7% de los hoteles urbanos**, condicionados por el descenso de las escapadas de fin de semana y la contracción del turismo de negocios, en un mercado afectado por la sobre oferta, que sigue presionando los precios a la baja (en el 60,1% de los casos).

**Los hoteles vacacionales aguantan mucho mejor este segundo trimestre de 2012**. La mayoría ha conseguido mantener los niveles del pasado año (29,2%) o incrementar sus ventas (27,3%), gracias a una mayor capacidad de negociar precios al alza con los touroperadores extranjeros (un 37,9% los mantiene y un 28,56% los ha mejorado).

A pesar de un mercado a la baja, **una parte significativa de las compañías aéreas españolas ha registrado un aumento en las ventas** gracias a la ganancia de cuota de mercado por la desaparición de Spanair. Las que caen son las especializadas en el segmento de negocios y en los viajes a destinos vacacionales. **Disparidad de ventas entre las empresas de rent a car**.

**Las empresas e instituciones de ocio no han sido ajenas al descenso en el gasto turístico**. Las que mejor superan este período son los museos con un patrimonio diferencial y con un posicionamiento internacional, mientras los parques de ocio sufren especialmente el descenso del gasto de los españoles.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas  
II Tr 2012



(\*) Los valores se calculan como diferencia entre el % de respuestas positivas y negativas.

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

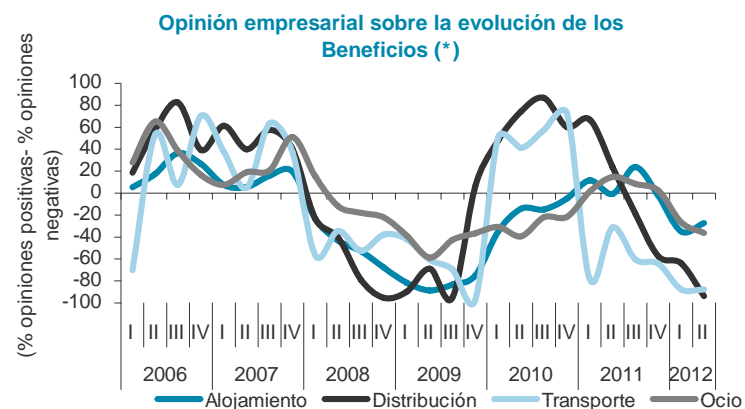
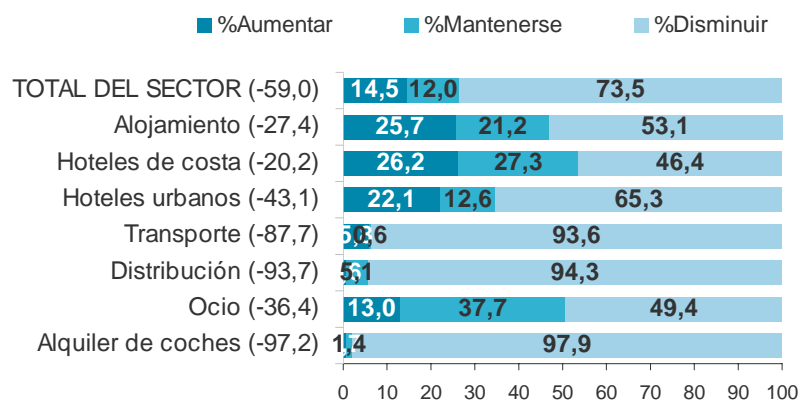
La combinación de unas menores ventas con un incremento en los costes, sobre todo de los energéticos, ha provocado que el 73,5% de las empresas turísticas españolas hayan sufrido un deterioro de sus márgenes y resultados finales en este segundo trimestre de 2012 respecto al mismo periodo de 2011, situando a un número creciente en pérdidas.

A pesar de la caída en los resultados, ésta ha sido moderada, salvo en los hoteles urbanos y algunas compañías aéreas, tal y como recoge la Encuesta de Clima Turístico de EXCELTUR.

**Los hoteles urbanos**, situados en ciudades medias y muy afectados por una sobreoferta ya estructural, y la caída en la demanda doméstica, **las compañías de transporte, y especialmente las líneas aéreas**, por el incremento del carburante, y **las agencias de viajes son las que más han sufrido el descenso en los resultados.**

**Los hoteles de la costa y los museos y monumentos** dentro de la oferta de servicio de ocio, **se han visto menos afectados por** los condicionantes adversos del segundo trimestre.

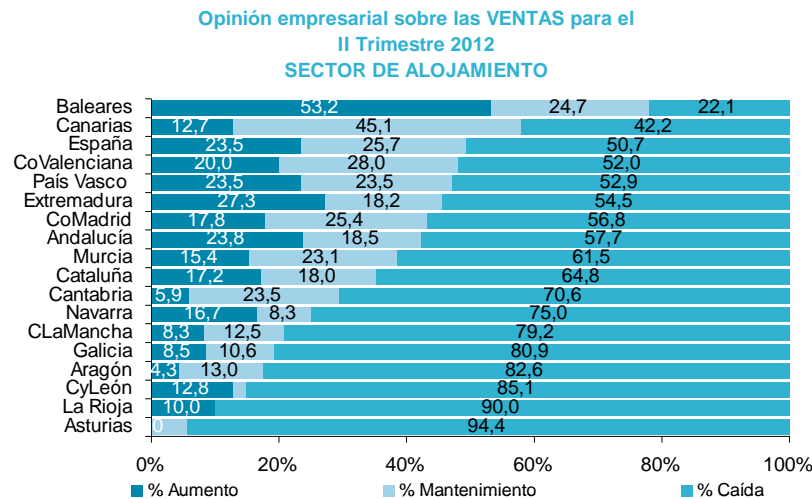
Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios II Tr 2012



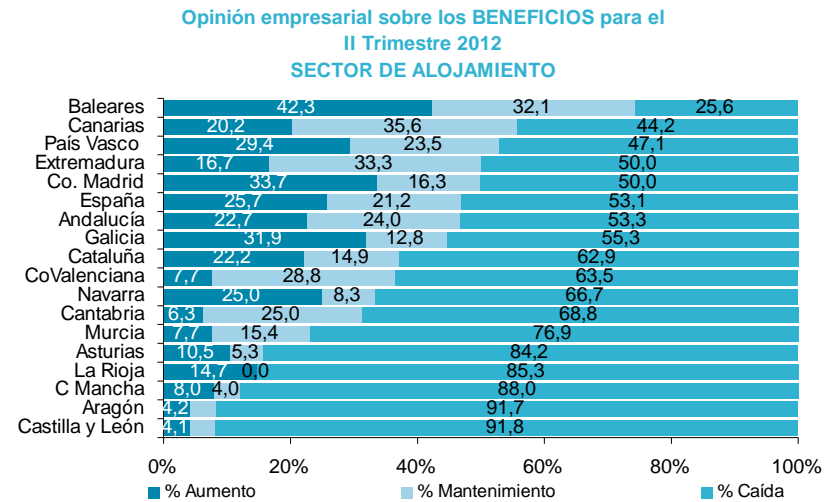
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Los empresarios de establecimientos abiertos en Baleares con elevada presencia de cliente internacional touroperizado son los únicos que manifiestan ligeras mejoras en sus ventas y, en menor medida, en sus resultados en el segundo trimestre de 2012, gracias al mayor nivel de afluencia de extranjeros. Un relevante número de empresarios canarios, también posicionados en producto paquetizado, revelan mantener los registros alcanzados en los meses primaverales del año 2011, a pesar de haber caído la demanda. Barcelona sigue destacando cómo la ciudad española con el desempeño más favorable en sus indicadores de rentabilidad y facturación empresarial entre abril y junio de 2012.

La mayoría de zonas turísticas y ciudades de interior, la España Verde y las zonas turísticas del litoral mediterráneo más dependientes de la demanda interna, prolongan la senda de caída interanual de sus ventas



Fuente: Exceltur



Fuente: Exceltur

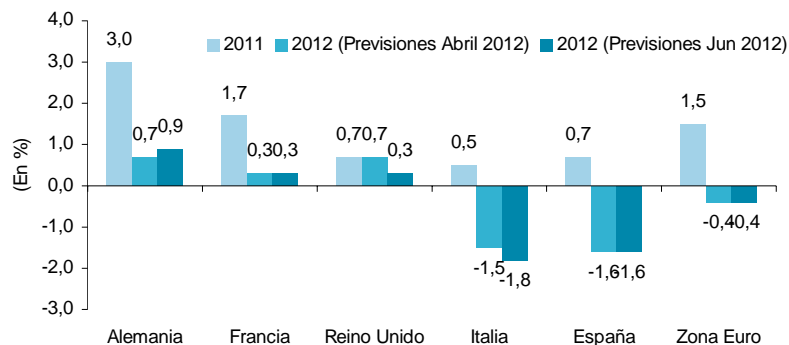
# Perspectivas para el tercer trimestre (verano) y el conjunto del año 2012



Los fundamentos macroeconómicos no han cambiado sustancialmente respecto a los de hace un trimestre, si bien se mantiene un escenario extremadamente atípico, incierto y volátil, vinculado a los nuevos ajustes a adoptar en Europa y España para resolver los problemas económicos y financieros que les afectan. Los casas de análisis mantienen sus previsiones de caída del consumo en España e Italia, y de crecimiento en Alemania, UK y Francia.

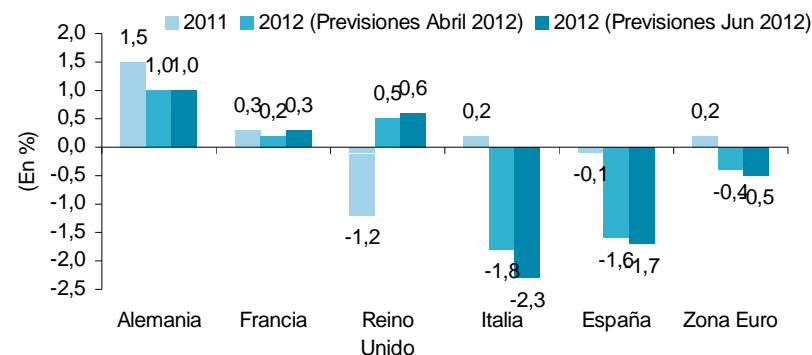
La incertidumbre se agrava en el caso español por el ritmo de recuperación de países competidores como Egipto, tras las elecciones democráticas, y el efecto sobre Turquía de las tensiones en la frontera con Siria.

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



Fuente: Exceltur a partir Consensus Forecasts (junio 2012)

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



Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (junio 2012)

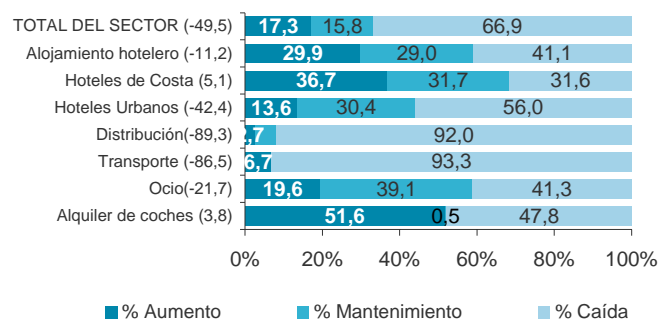
## EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 3er Trimestre de 2012

En este contexto, un 66,9% de los empresarios turísticos españoles anticipan de manera generalizada un verano 2012 con menores niveles de facturación que los alcanzados en 2011 y un descenso en los márgenes y resultados (en el 46,1% de las empresas), a pesar de las medidas del reajuste y reducción de capacidades. Las expectativas empresariales siguen muy condicionadas por el comportamiento de la demanda según sus mercados de origen (nacional ó extranjera) con diferencias notables por subsectores, empresas y destinos.

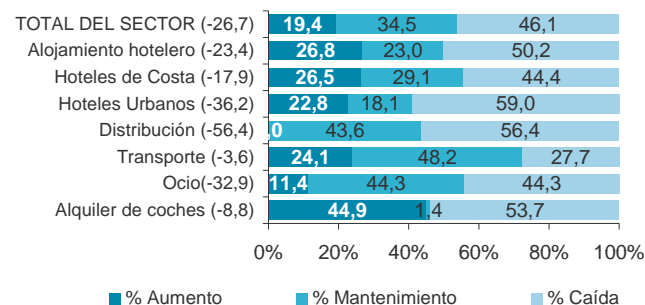
Los hoteles de costa, junto a las empresas de ocio y alquiler de coches localizados en destinos dependientes del turismo extranjero, esperan un verano favorable con aumentos leves pero generalizados en ventas y beneficios. Los museos y monumentos iconos de destinos turísticos con posicionamiento internacional esperan también cierta mejora para este verano de 2012.

Las empresas de transporte de pasajeros, y en particular las aéreas, no anticipan que los meses de verano permitan romper la tendencia de caída de ventas y resultados experimentada desde la segunda mitad de 2011, debido a la debilidad de la demanda interna, la presión sobre sus costes por los elevados niveles del precio del petróleo y la subida de tasas aeroportuarias desde el 1 de julio de 2012. Los grandes grupos de agencias de viajes también esperan descensos en sus ventas por la caída del consumo y gasto turístico de los españoles, aunque algunas empresas mantendrán niveles de rentabilidad empresarial por nuevos ajustes en capacidades.

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



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

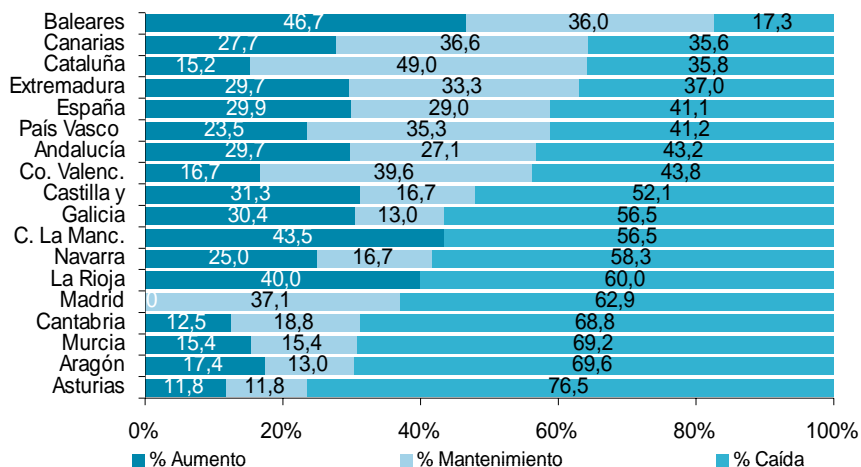


# ESCENARIO TURÍSTICO PREVISTO PARA LA SEGUNDA MITAD DE 2012

Los empresarios de Baleares y Canarias esperan mantener de forma generalizada los resultados del pasado año o incrementarlos ligeramente en los meses de verano. Las expectativas para mantener los resultados del verano de 2011 son generalizadas en Cataluña, en gran medida por el tirón de Barcelona, y aquéllos destinos en la Comunidad Valenciana (en especial en la Costa Blanca) y en la costa andaluza (Costa del Sol) más dependiente de la demanda extranjera.

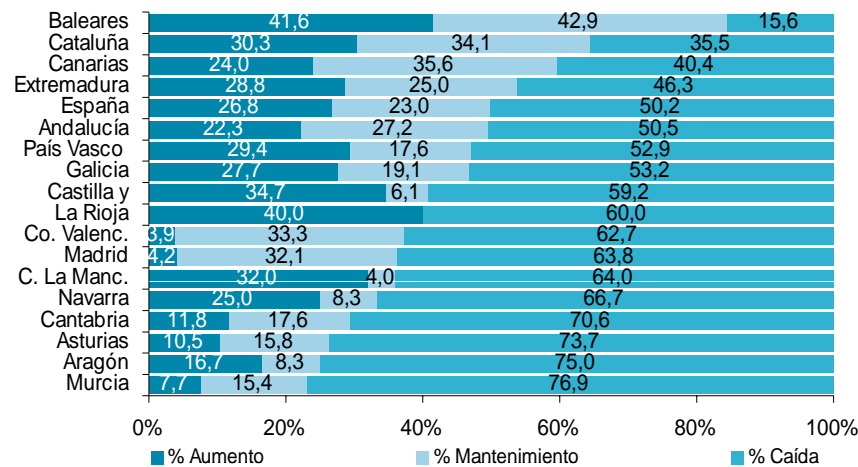
Los empresarios del norte de España, de las zonas de interior y de las ciudades esperan un verano más complejo que el del año 2011, con nuevos descensos generalizados en sus ventas y en los resultados.

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



Fuente: Exceltur

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



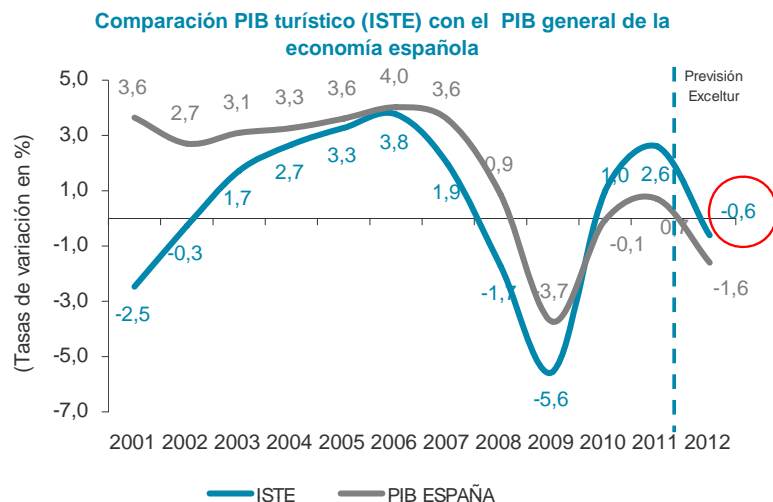
Fuente: Exceltur

# PREVISIONES PARA EL PIB TURÍSTICO PARA EL CIERRE DEL 2012 20

Sin la subida del IVA anunciada por el Gobierno y derivado de la mayor caída esperada de la demanda nacional y la pérdida de impulso de la extranjera, la previsión de comportamiento del PIB turístico para 2012 que hicimos pública en abril, cifrada en una caída del -0,3%, es revisada a la baja hasta el -0,6%(\*).

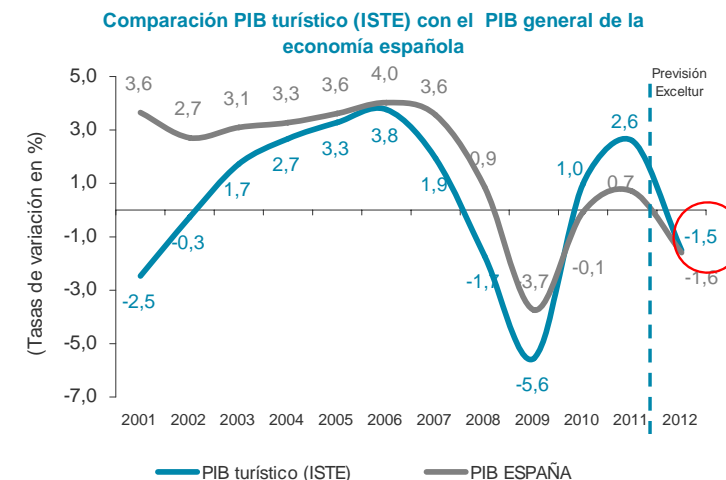
Por cada punto de subida del IVA que se aplique en este momento de plena temporada alta y donde muchas compras de último minuto están por concretarse, supondría una caída adicional máxima de -0,45 puntos porcentuales en el PIB turístico. Ello significa que, si finalmente el Gobierno sube el IVA de los servicios turísticos en 2 puntos, el descenso del PIB turístico en España en 2012 se elevaría a un máximo del -1,5%

## Sin subida de IVA



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

## Con subida de IVA



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts