

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2013 y perspectivas para el segundo trimestre del año



Balance empresarial de la Semana Santa y del conjunto del primer trimestre de 2013

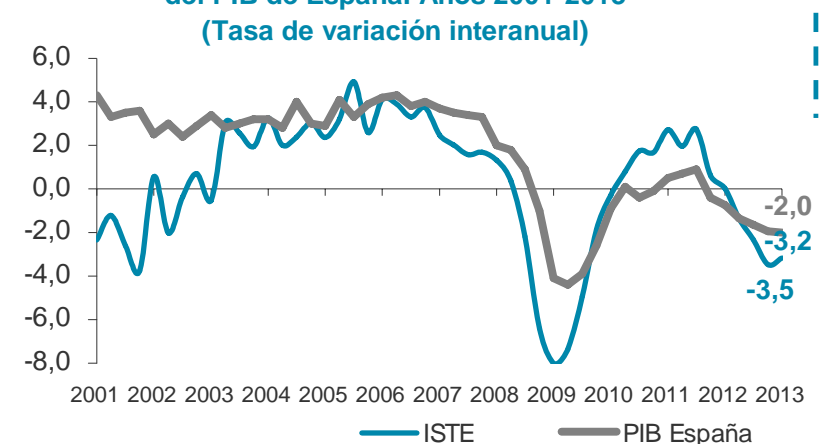
El primer trimestre de 2013 se cierra con una notable caída de la actividad turística en España, debido esencialmente a la contracción de la demanda interna, mientras la demanda extranjera resiste en un contexto socio económico muy volátil y complejo.

El PIB turístico habría descendido en los primeros tres meses de 2013 un -3,2% interanual, algo mejor que el -3,5% de caída que registró en el último trimestre de 2012, lo que ha servido para que los niveles de confianza empresarial mejoren algo al cierre del primer trimestre.

■ La desaceleración en los ritmos de caída del PIB observada durante el primer trimestre de 2013 y las previsiones para el resto del año nos hacen pensar que **la parte más profunda de esta segunda fase de la recesión que ha impactado sobre el turismo se produjo en el cuarto trimestre de 2012.**

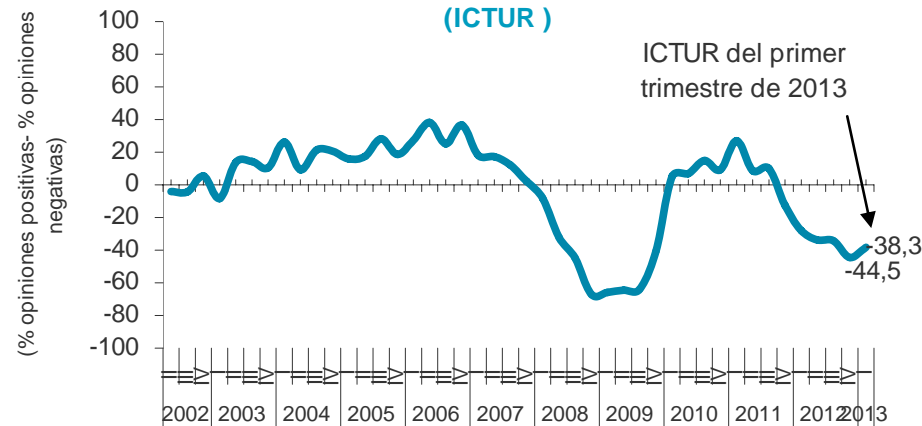
■ La ligera desaceleración en los ritmos de caída de la actividad turística se ha traducido en una **leve mejoría del Índice de Confianza Empresarial de EXCELTUR, que recupera 6 puntos** desde el valor de -44,5 que registraba en el cuarto trimestre de 2012, al -38,3 con que se cierra el primer trimestre de 2013.

Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España. Años 2001-2013 (Tasa de variación interanual)



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

Confianza Empresarial TOTAL DEL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL Índice de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR (ICTUR)



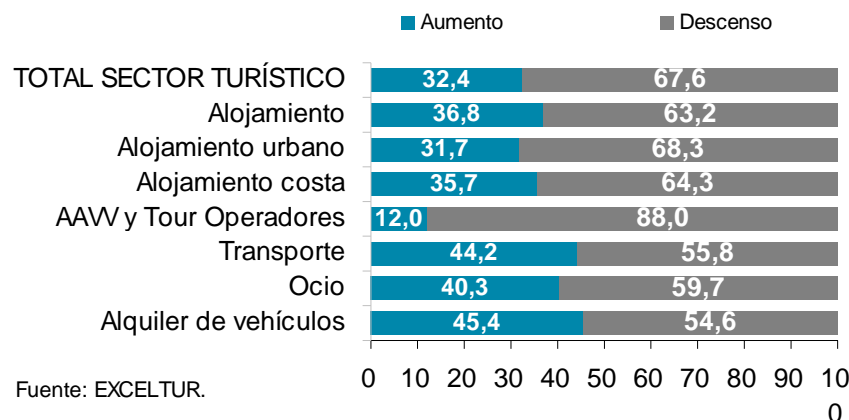
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

La tendencia de caída de la actividad turística en los tres primeros meses del año 2013 se ha visto corroborada por el mal comportamiento de la Semana Santa, perjudicada por unas fechas tempranas, unas adversas condiciones meteorológicas en la mayor parte de destinos nacionales y, sobre todo, por la contracción del consumo de los españoles. El 67,6% de los empresarios turísticos vieron como las ventas en estos días de Pascua se situaron por debajo de las de Semana Santa de 2012, con un 66,6% con sus resultados también a la baja.

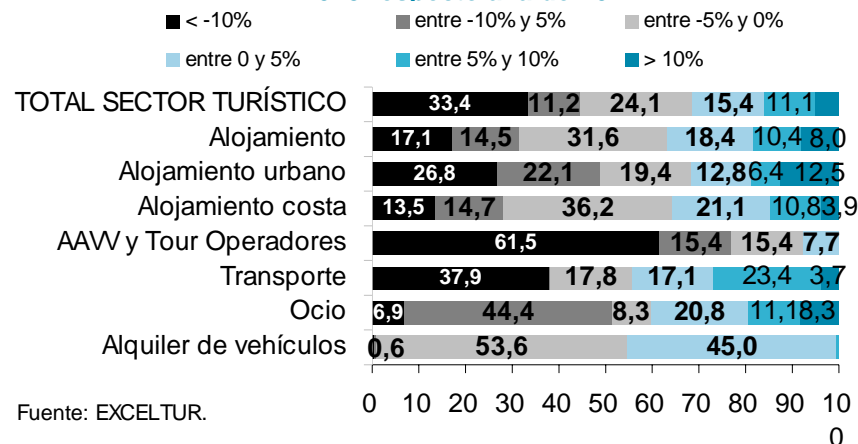
- El Balance sobre la Semana Santa es negativo en todos los subsectores de la cadena de valor turística, con especial incidencia sobre el sector más dependiente de la demanda interna como es el de las agencias de viajes, a pesar del nuevo paso en el proceso de ajuste y reestructuración del mercado que ha supuesto el cese de actividad de Orizonia.

Los hoteles urbanos y las empresas de ocio (salvo las estaciones de esquí gracias a la abundancia de nieve) sufren igualmente con especial intensidad el recorte en los gastos turísticos de los españoles.

Opinión empresarial sobre el comportamiento de las VENTAS de la SEMANA SANTA de 2013 respecto a la de 2012



Opinión empresarial sobre la comparación de las VENTAS empresariales en la SEMANA SANTA de 2013 respecto a la de 2012

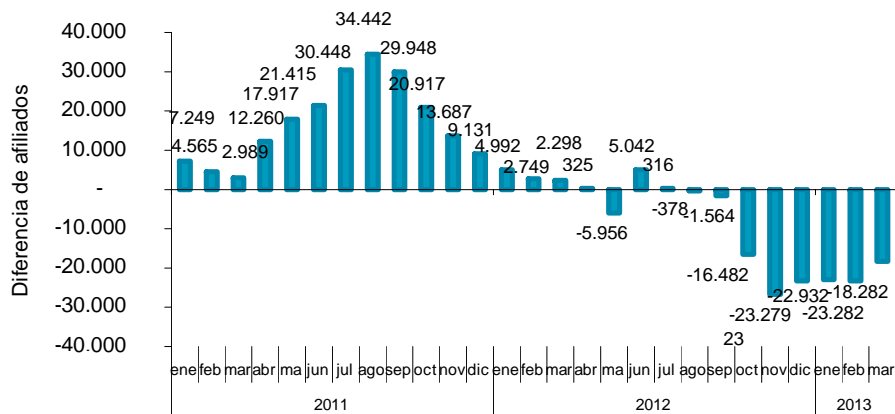


El descenso de la actividad ha continuado impactando en la capacidad de generación de empleo de los distintos subsectores turísticos. En estos meses se han seguido sucediendo los ERES, prejubilaciones, bajas incentivadas y cierres de empresas turísticas, que explican que en el mes de marzo de 2013 hubiera en las ramas turísticas 18.282 afiliados menos a la seguridad social que en marzo de 2012, a pesar de la contratación de la Semana Santa.

Las empresas turísticas han mantenido sus políticas de ajuste de plantillas al menor nivel de facturación, reducción de márgenes y empeoramiento de resultados, que se viene observando desde el mes de octubre de 2012.

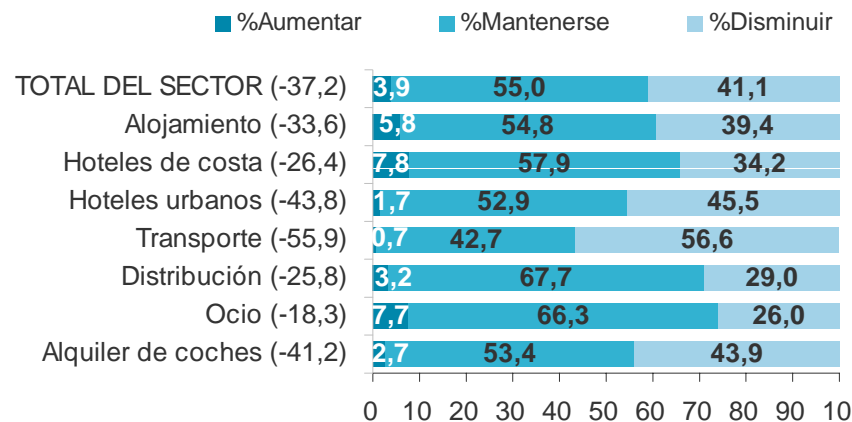
De las empresas turísticas abiertas durante el primer trimestre de 2013, un 41,1% manifestaban haber reducido el número de trabajadores respecto a los niveles del mismo período de 2012.

Capacidad de creación de empleo del turismo
(Diferencia de afiliados a la seguridad social en volumen 2011-2013)



Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social

Opinión empresarial sobre la evolución del empleo
I Tr 2013

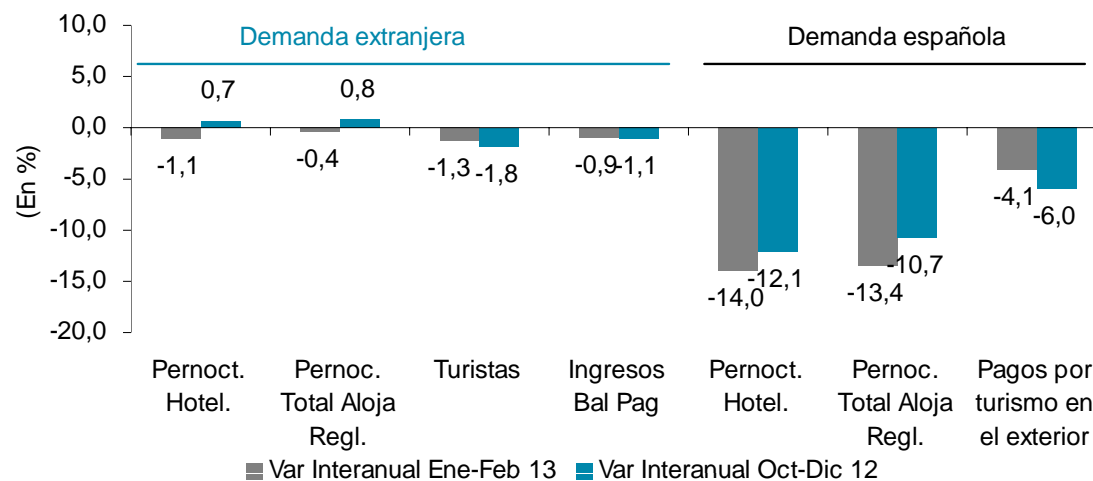


Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.

Se hace cada vez más palpable la fuerte dicotomía y diferencia de velocidades entre una demanda interna que ha intensificado sus ritmos de caída a medida que ha avanzado el año 2013 y una demanda externa que aguanta, aunque con un ligero descenso, tanto en términos del volumen de afluencia turística extranjera, como de los ingresos turísticos que realmente revierten a España, en un contexto económico tan complejo como el actual.

- La demanda turística extranjera sigue ejerciendo en este comienzo de 2013 de leve sostén del sector turístico español en aquellos destinos donde tiene una mayor presencia, aunque con niveles de afluencia, pernoctaciones e ingresos ligeramente por debajo de los registrados durante el mismo periodo del año 2012.
- El deterioro de los condicionantes económicos de los hogares españoles se ha trasladado desfavorablemente sobre su gasto en servicios turísticos, que con los datos cerrados de los dos primeros meses del año caen con mayor intensidad que lo que lo hacían en 2012.

Comparación del crecimiento de los indicadores de demanda extranjera y demanda española en el inicio de 2013 respecto al último trimestre de 2012 (% var interanual)

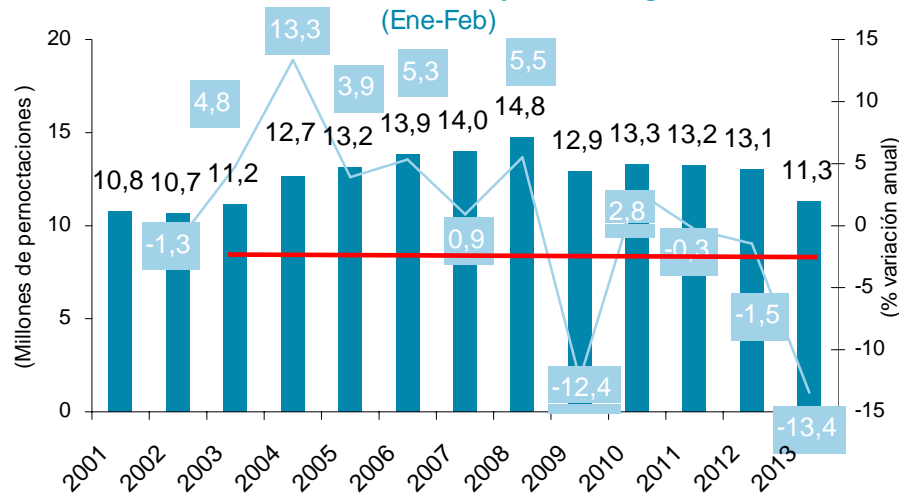


(*) Datos de ingresos de extranjeros con estimación de EXELTUR del mes de febrero y pagos exteriores de españoles de enero
 Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE, Banco de España, IE

La demanda española aún no muestra signos de mejoría y explica casi en su totalidad la caída de la actividad turística observada durante el primer trimestre del año en España. Los indicadores de volumen de viajes turísticos de los españoles se sitúan a comienzos del año 2013 en los niveles de hace una década, debido a las caídas acumuladas en los dos últimos años y que en este comienzo de 2013 se han intensificado hasta ritmos del -13,4% en términos de pernoctaciones del conjunto de la oferta alojativa reglada.

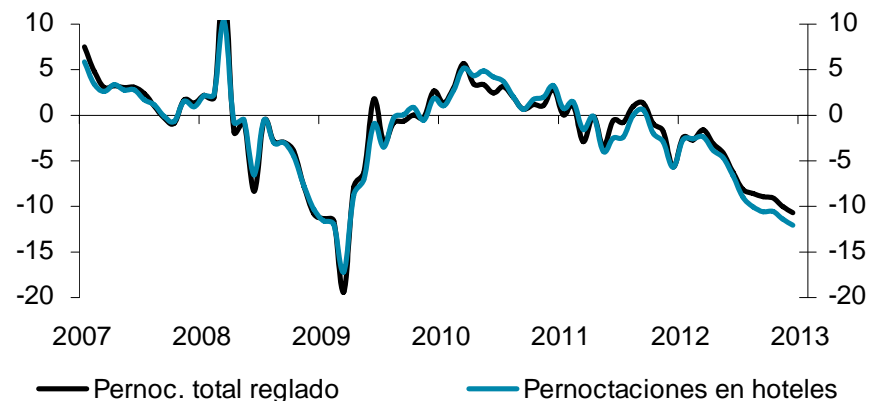
- El total de pernoctaciones en alojamientos reglados descienden en los dos primeros meses un -13,4% y en hoteles se elevan al -14,0%, lo que supone en ambos casos un retroceso a los niveles que registraban en el año 2003, dentro de una tendencia cada vez de mayores caídas iniciada a comienzos de 2011.

Número de pernoctaciones de la DEMANDA NACIONAL en establecimientos de alojamiento reglado (Ene-Feb)



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

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



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

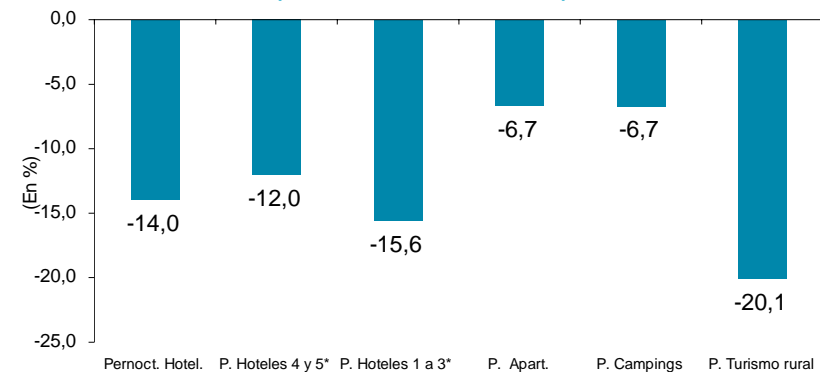
La debilidad del consumo turístico de los españoles se está dejando notar con especial intensidad en:

■ Los hoteles de menor categoría que registran una caída de las pernoctaciones de los españoles del -15,6% interanual en los dos primeros meses del año y en los alojamientos de turismo rural donde el descenso alcanza el -20,1%.

■ El sector aéreo, incrementado por el efecto de la subida de las tasas aéreas y el IVA, junto con los días de huelga sufridos por Iberia (*a pesar que en 2012 Spanair cerró sus operaciones a principios de febrero*) y el reciente abaratamiento de las tarifas de RENFE.

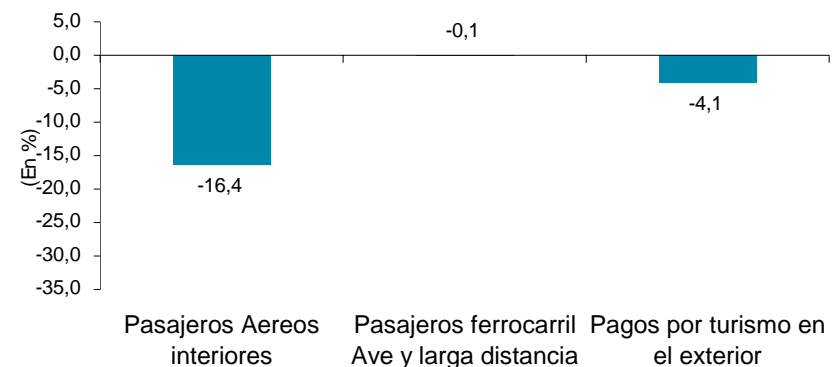
Como consecuencia de todo ello los pasajeros en vuelos interiores descendieron un -16,4% en enero y febrero.

Indicadores de demanda española por TIPOLOGÍAS DE ALOJAMIENTO REGLADO en 2013* (% var Ene-Feb 2013/2012)



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

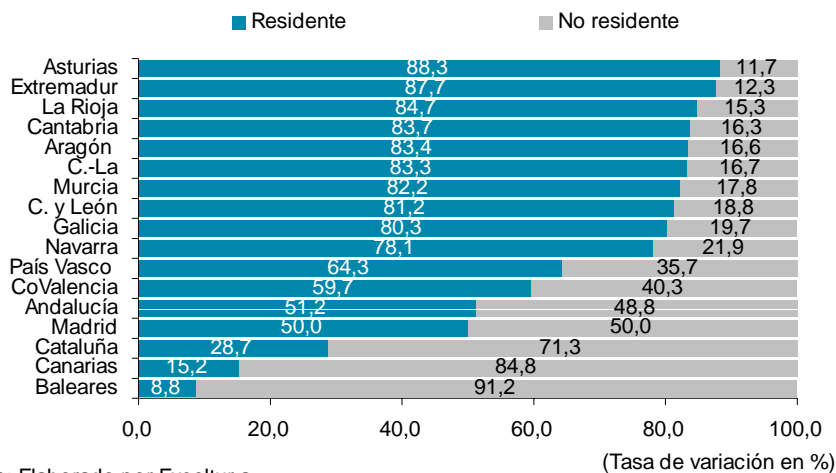
Indicadores de demanda española por MEDIOS de TRANSPORTE en 2013* (% var Ene-Feb 2013/2012)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Estadística de Transporte de Viajero (INE) y Banco de España

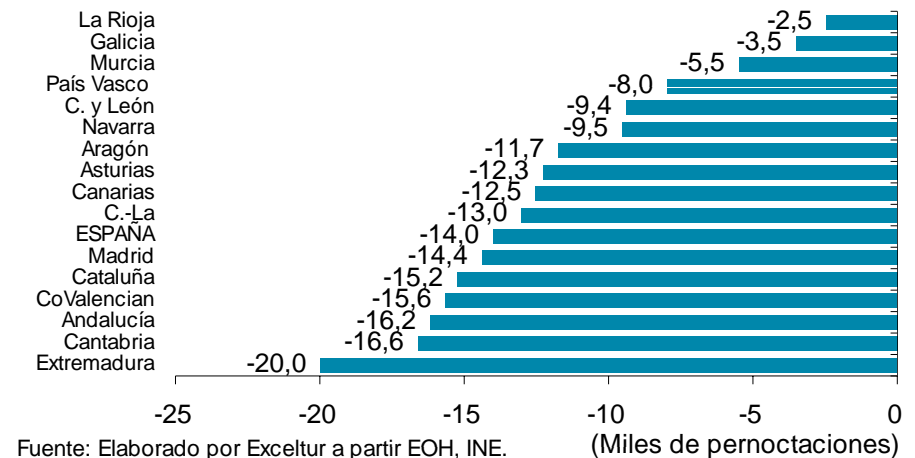
La caída de la demanda nacional impacta desfavorablemente con mayor intensidad en los destinos con bajo peso de la demanda extranjera. Este es el caso de las comunidades autónomas de interior y de las ciudades por la caída de las escapadas urbanas, mientras los archipiélagos se ven además afectados por el efecto de las tasas aeroportuarias sobre la reducción de capacidades aéreas que han abordado diversos operadores.

Distribución de la cuota de mercado entre residentes y no residentes en hoteles por CC.AA. Año 2012



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

Pernoctaciones hoteleras de la demanda española por CC.AA. de destino
Diferencia Ene-Feb 2013/2012



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

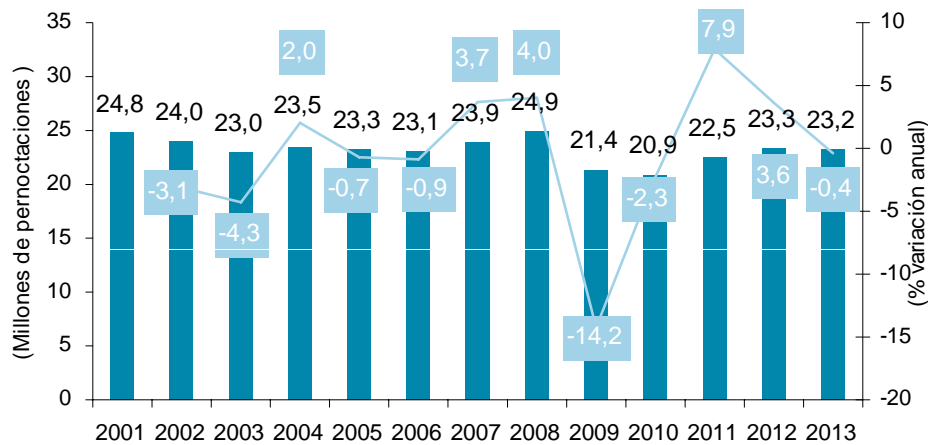
La demanda extranjera resiste ligeramente el complejo escenario del inicio de 2013, con niveles menores pero cercanos a los del año 2012, con ligeras caídas en los indicadores de afluencia, pernoctaciones e ingresos, que, no obstante, han ayudado a sostener la actividad turística en aquellos destinos en las que tiene una mayor presencia.

Las señales de leve recuperación de los países del mediterráneo oriental (Egipto y Túnez están ligeramente en positivo y Turquía crece a dos dígitos) y el negativo efecto de la subida de las tasas aéreas en España en un contexto económico que sigue siendo muy volátil y complejo, explican la ligera caída que han registrado los indicadores de volumen de turismo extranjero en el inicio de 2013.

■ El total de pernoctaciones en los alojamientos reglados desciende en enero y febrero un -0,4%, con una caída de la llegada de turistas para el mismo período del -1,3%.

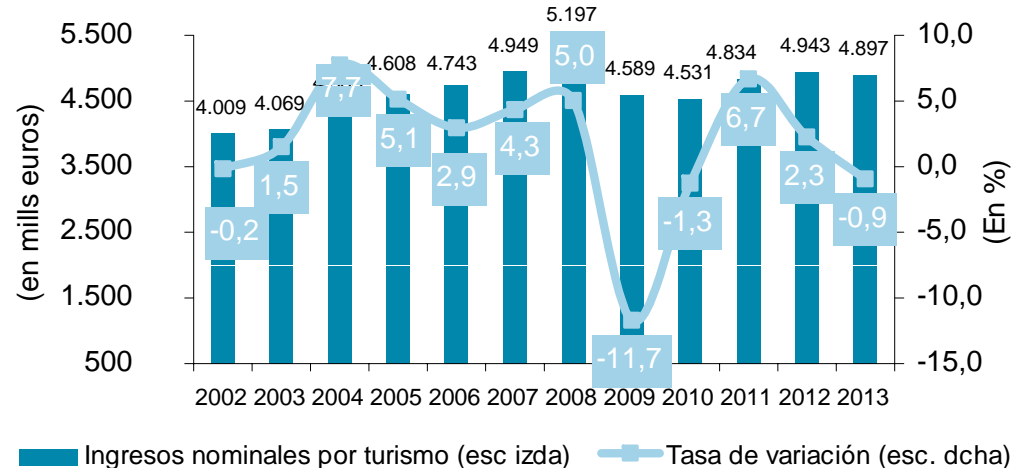
■ Los ingresos por turismo extranjero que realmente revierten a España y calcula el Banco de España descienden un -0,9% en los primeros dos meses del año (febrero es estimado), lo que sitúa su evolución en términos reales en una caída del -1,8%.

Número de pernoctaciones de la DEMANDA EXTRANJERA en establecimientos de alojamiento reglado (Ene-Feb)



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

Ingresos nominales del turismo extranjero Balanza de Pagos Ene-Feb 2000-2013



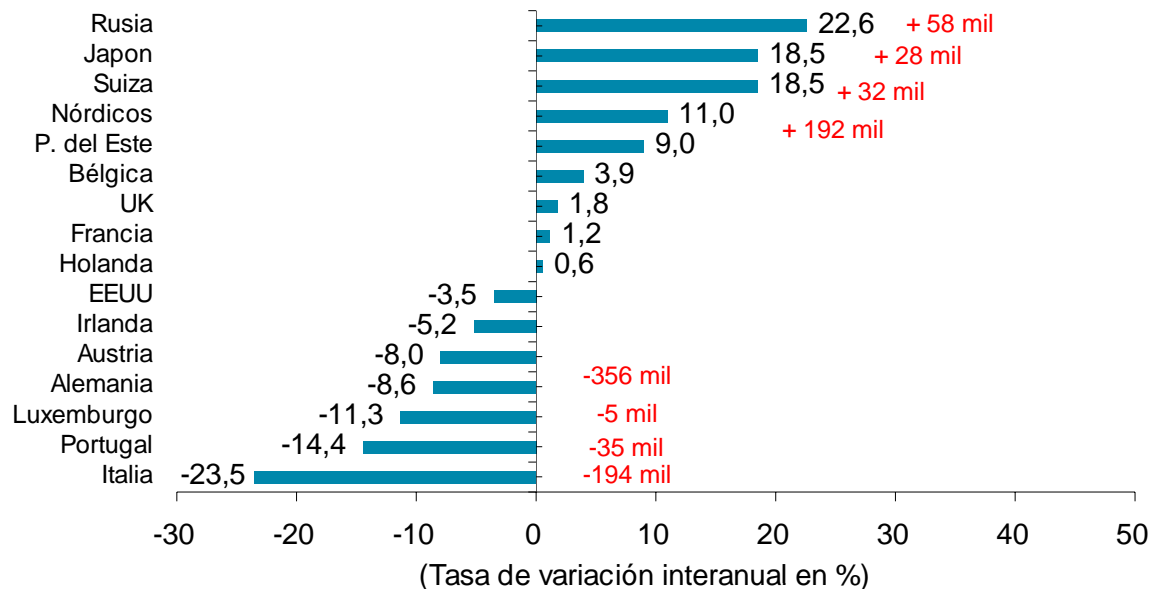
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España. Febrero de 2013 estimación.

DEMANDA EXTRANJERA. Análisis por mercados

El turismo ruso comienza el año como el mercado más dinámico, confirmando las expectativas puestas en ese país por muchos destinos para compensar el descenso de otros mercados. El crecimiento del 22,6% del mercado ruso todavía es limitado traducido en términos de cifras absolutas en estos dos primeros meses de 2013 (+58 mil pernoctaciones hoteleras en enero y febrero), situándose aún por encima el crecimiento de los mercados nórdicos (+192 mil pernoctaciones hoteleras).

A pesar de las buenas previsiones para el verano, si bien hoy por hoy muy concentradas en Baleares, la demanda alemana ha comenzado el año con un notable descenso (-8,6%), que se suma a las nuevas caídas del mercado italiano (-23,5%) y portugués (-14,4%), con unos niveles de consumo muy afectados por la situación de sus economías.

Variación % del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Feb 2013/2012

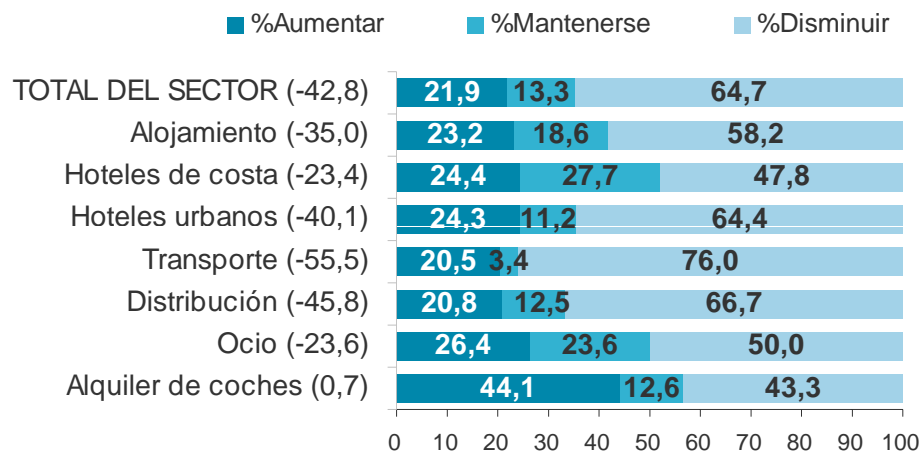


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

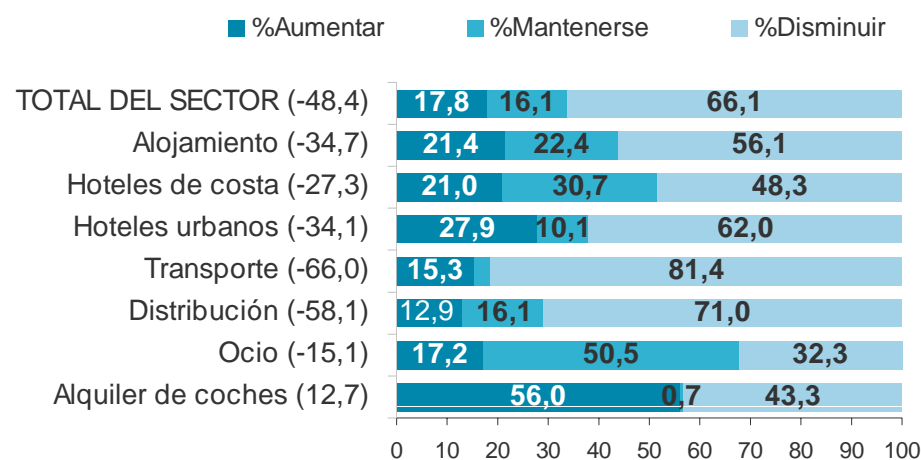
La debilidad del conjunto de la demanda turística continua lastrando tanto las ventas (les caen a un 64,7% de las empresas en el primer trimestre de 2013) como los resultados empresariales (un 66,1% refleja descensos), en un escenario donde se ha acelerado el ajuste por cierres de empresas y reducción de capacidades en la mayor parte de subsectores turísticos, muy afectados además por la subida del IVA y otros impuestos locales y los menores flujos aéreos por la subida de sus tasas.

Las ventas de las empresas turísticas en España han continuado descendiendo de forma generalizada en el primer trimestre de 2013, muy concentrado en los productos y sectores más dependientes de la demanda española. Las decisiones de reducción de capacidades para tratar de incrementar los ingresos unitarios y los márgenes junto con el cierre de algunas empresas (con Orizonia como principal exponente) y la no apertura de establecimientos (como es el caso de numerosos hoteles vacacionales de temporada) no ha sido suficiente para compensar la caída del consumo turístico, lo que explica el deterioro de los resultados en el 66,1% de las empresas turísticas.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas
I Tr 2013



Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios
I Tr 2013

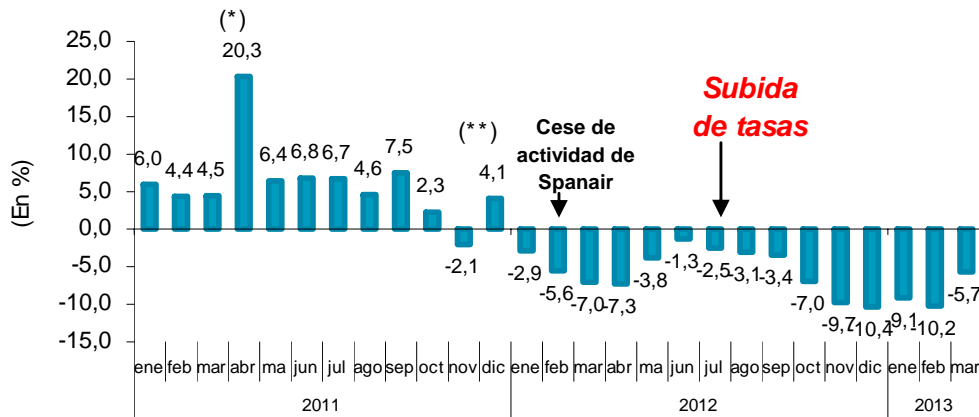


- **HOTELES DE COSTA:** A pesar de ser temporada baja en la mayor parte de destinos del litoral, salvo en Canarias y que además han permanecido más establecimientos cerrados que en 2012, los hoteles vacacionales de costa abiertos en el primer trimestre de 2013 (fundamentalmente los canarios y algunos de la costa mediterránea) son los que registran el mejor balance en este arranque del año (el REVPAR sube en enero y febrero un +3,3%). Por otro lado la mayor capacidad de aguante de la demanda extranjera, junto a la falta de una recuperación sostenida de Egipto (principal destino competidor de Canarias en estos meses) ha limitado el contexto de atonía del consumo, permitiendo que en algo más de la mitad de hoteles abiertos no hayan descendido las ventas ni los resultados en este primer trimestre (en un 21,0% crecen y en el 30,1% se mantienen).
- **RENT A CAR:** Las compañías de alquiler de coches más posicionadas en el turismo receptor extranjero cierra un balance algo más alentador en el primer trimestre. Un 44,1% incrementaron moderadamente sus ventas y un 56,0% sus resultados en relación con el primer trimestre de 2012.
- **HOTELES URBANOS:** el descenso de la demanda de escapadas nacionales y del turismo de negocios derivado a su vez de la ralentizada actividad empresarial, ha vuelto a provocar un nuevo deterioro de las ventas y resultados de los hoteles de ciudad, que empiezan a no poder aguantar los avatares del mercado, generalizándose la tendencia de márgenes menguantes unido a problemas de liquidez. En el primer trimestre un 64,4% de los hoteles urbanos volvieron a ver reducir sus ventas (un 26,4% de forma fuerte, plasmado en un descenso del REVPAR del -4,8%), con caídas adicionales en sus resultados (en el 62,0%), marcado por unos precios a la baja (en el 74,4% de los establecimientos) y unos costes al alza.
- **AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES:** Las agencias de viajes españolas cierran un primer trimestre con fuertes caídas en sus ventas y sus resultados. Ni el efecto adelanto de la Semana Santa, que ha terminado con un balance negativo, ni el nuevo reajuste de capacidades en el mercado, provocado por el cese de actividad de un mayor número de agencias (con el grupo Orizonia a la cabeza), han podido evitar que el 66,6% de las agencias de viajes hayan visto reducir sus ventas (un 33,3% de forma fuerte), ni el 71,0% sus resultados de enero a marzo de 2013, respecto a los mismos meses de 2012.
- **EMPRESAS E INSTITUCIONES DE OCIO:** Salvo la mayor parte de estaciones de esquí, que se han beneficiado de unas extraordinarias condiciones de nieve que han permitido extender la temporada y explotar sus instalaciones durante todo el trimestre, el resto de actividades de ocio (campos de golf, parques de ocio y museos y monumentos) cierran un trimestre con caídas generalizadas en ventas y resultados, muy afectadas por la menor propensión al gasto de los españoles, acentuada por la subida en 13 puntos del IVA (el IPC de ocio y cultura sube a una tasa media del 10,0% desde el mes de septiembre) y el mal clima que ha impactado especialmente en la demanda de campos de golf y parques de ocio. En estos dos subsectores el balance es especialmente negativo con un descenso de las ventas en el 75,0% y en 83,0% de las empresas, respectivamente.

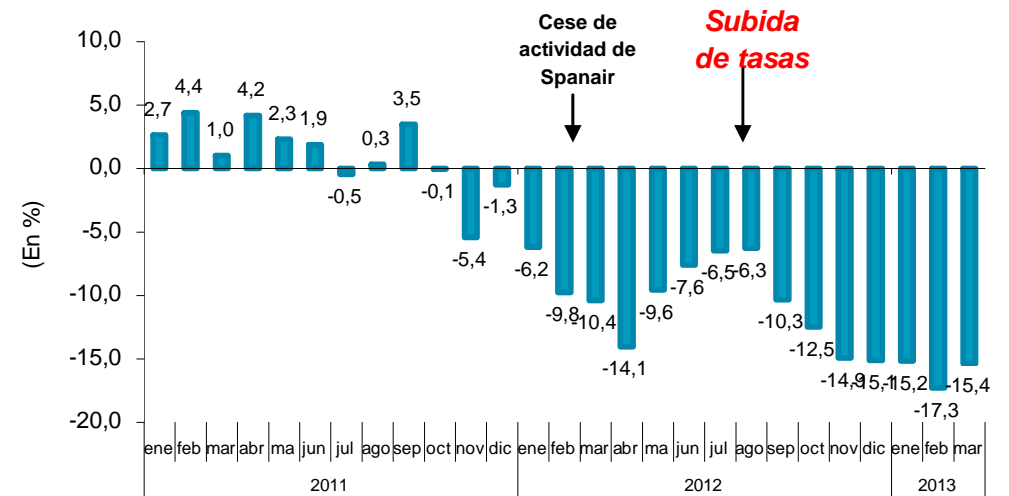
EMPRESAS DE TRANSPORTE: la estrategia de reducción de capacidades para incrementar los ingresos ha permitido a algunas compañías aéreas mejorar en este trimestre los resultados del año pasado, en un mercado muy condicionado asimismo en estos meses por la fuerte subida de las tasas aéreas y la conflictividad laboral sufrida por Iberia, materializada en 15 días de huelga, que han afectado a sus resultados y a las compañías dependientes de alimentar su red.

En general, el menor número de pasajeros transportados condicionado por la debilidad de la demanda y por la subida de tasas aéreas e impuestos diversos ha incidido adicionalmente y de manera muy negativa sobre toda la cadena de valor de otros prestadores de servicios turísticos en los destinos, tal y como ya anticipábamos en EXCELTUR en abril de 2012. Desde el mes de julio el descenso acumulado en los pasajeros ha sido del -6,0% (9 millones de pasajeros) y del doble (un 11,9%) en capacidades, lo que supone 182 mil vuelos menos con sus consecuentes menores efectos multiplicadores socioeconómicos en los destinos.

Tráfico de pasajeros en aeropuertos españoles
(Tasa de variación interanual. 2011-2013)



Número de vuelos en aeropuertos españoles
(Tasa de variación interanual. 2011-2013)



Fuente: Exceltur a partir de AENA

(*) Dato atípico por efecto de comparación de semana santa y frente a abril 2010 con crisis en el espacio aéreo europeo por lluvia cenizas volcan Eyjafjalla

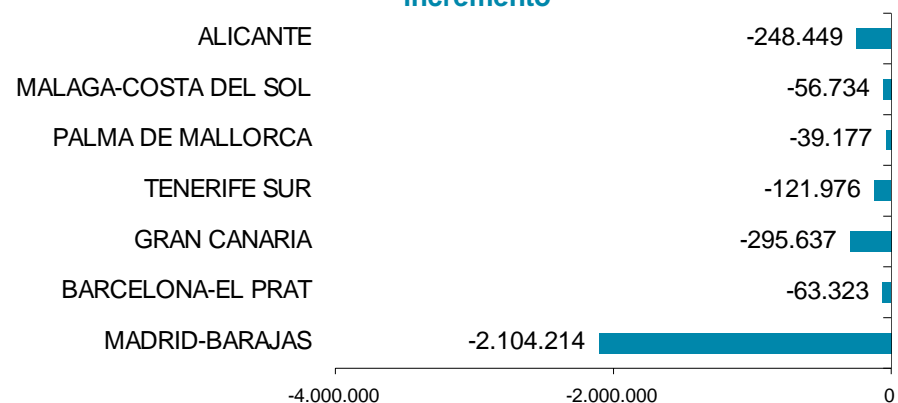
(**) Dato atípico por efecto comparación con dic 2010 afectado por cierre parcial espacio

Fuente: Exceltur a partir de AENA

Se reconfirma la desfavorable repercusión de la subida de las tasas aéreas sobre el conjunto de la cadena de valor turística ya anunciado por EXCELTUR en 2012.

Si bien inserto en un contexto de debilidad de la demanda, unido a subidas del IVA y de algún otro impuesto local, las estimaciones de EXCELTUR que hicimos en abril de 2012 sobre el desfavorable impacto y las posibles caídas en los tráficos aéreos que podrían derivarse de la subida de las tasa y que entonces ciframos en 2,87 millones menos de pasajeros en el primer año de aplicación para los 7 principales aeropuertos (Madrid, Barcelona, Gran Canaria, Tenerife Sur, Palma de Mallorca, Málaga y Alicante), llegados al mes de marzo de 2013, es decir el noveno mes desde la subida de dichas tasas, ya se ha superado esa caída de pasajeros. Los datos acumulados desde su introducción a los últimos publicados del mes de marzo revelan una pérdida en estos aeropuertos de 2,9 millones de pasajeros, con la mayor concentración en el Aeropuerto de Madrid y otros tres turísticos, sobre todo los Canarios en su época punta.

Pérdida de llegada de pasajeros desde la introducción de la subida de tasas aéreas(*) en los 7 principales aeropuertos españoles donde se ha producido el mayor incremento



(*) Julio2012-Marzo2013

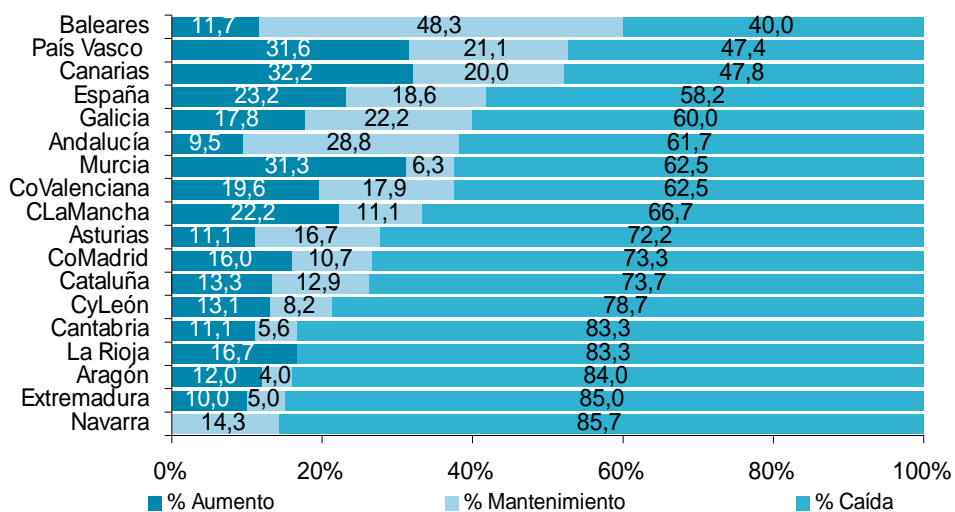
(Número de llegada de pasajeros aéreos)

Fuente: Exceltur a partir de datos de AENA

Desfavorable comienzo del año turístico 2013 en la mayoría de los destinos españoles. Tan sólo Canarias, el reducido número de establecimientos abiertos en Baleares y los destinos urbanos del País Vasco, junto con algunos destinos de la costa levantina y costa cálida, beneficiados por una Semana Santa con condiciones climatológicas favorables, evidencian en un porcentaje relevante un mantenimiento o cierta mejora en sus ventas y resultados en el primer trimestre de 2013.

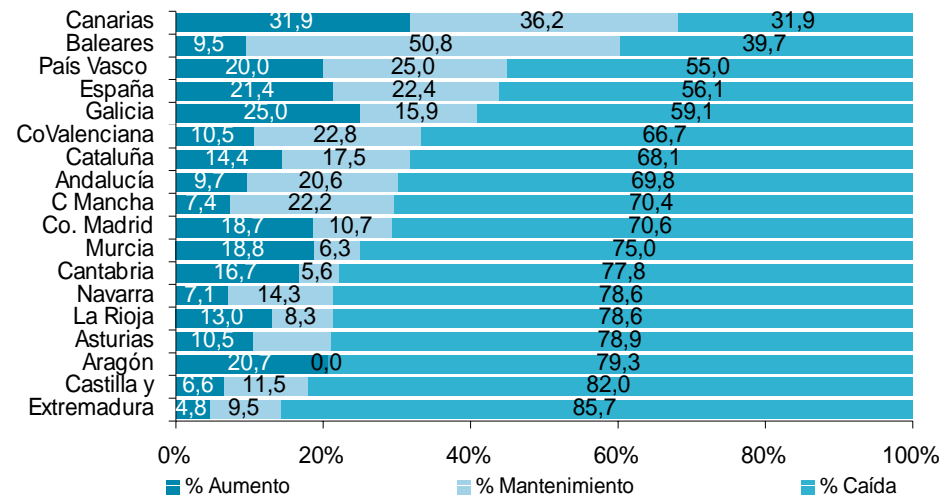
La mayor parte de los destinos urbanos, las zonas turísticas de interior y la España Verde, salvo Galicia y el País Vasco, cierran el primer trimestre del año 2013 en negativo tanto en sus niveles de ventas, como en sus resultados, muy condicionados por su fuerte especialización en una demanda nacional a la baja. En el caso de la ciudad de Barcelona los establecimientos alojativos se han visto afectados por unos menores niveles de ocupación y rentabilidad empresarial que coincide en el tiempo con la implantación de su tasa a las pernoctaciones.

Opinión empresarial sobre las VENTAS del I Trimestre 2013
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur

Opinión empresarial sobre los BENEFICIOS del I Trimestre 2013
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur

Expectativas turísticas para el segundo trimestre de 2013

Principales variables macroeconómicas que afectarán al devenir del turismo español en el segundo trimestre de 2013.

De signo +

- Leve recuperación prevista del consumo privado y renta disponible de familias alemanas y mantenimiento en Reino Unido y Francia.

De signo -

- El crecimiento esperado del desempleo en España y su reflejo sobre el deterioro de la renta de los hogares y la caída en sus niveles de consumo.
- Nuevos recortes de capacidad de las compañías aéreas ante la debilidad de la demanda y la subida de las tasas aeroportuarias.
- Incremento de los precios finales de los billetes aéreos ante la menor oferta disponible en el mercado.
- Encarecimiento de los servicios turísticos por la subida del IVA, especialmente intensas sobre actividades de la oferta de ocio.
- Posible recuperación gradual de los turistas perdidos por otros mercados competidores afectados por problemas de inestabilidad geopolítica, especialmente Túnez y Egipto.

- Nuevos procesos de cierre de empresas y/o de concentración (fusiones, adquisiciones) por problemas de liquidez y/o de viabilidad o necesidad de ganancias de escala y poder de distribución para afrontar la crisis.

Los empresarios turísticos anticipan de manera generalizada un nuevo descenso en las ventas en el segundo trimestre de 2013 (un 52,3%) y en sus resultados (un 50,3%) para el segundo trimestre de 2013, sí bien la mayor parte de éstos empresarios confía en que estas caídas sean de menor intensidad que las observadas en trimestres anteriores.

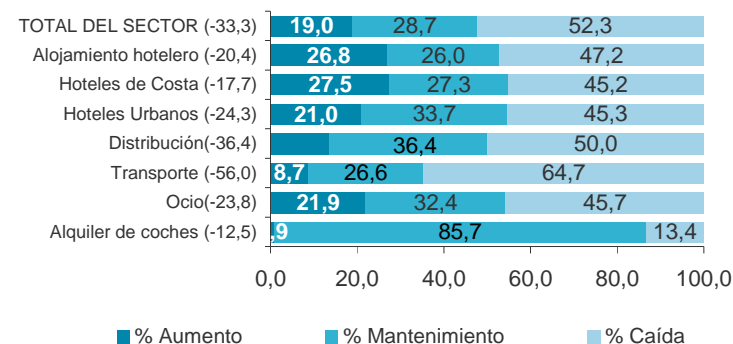
Los subsectores de la cadena de valor turística más dependientes del gasto turístico de los españoles, el **alojamiento de las zonas de interior y las ciudades medias**, los **grandes grupos de agencias de viajes**, a pesar de los reajustes de capacidades por la desaparición de grandes grupos y pequeñas agencias, y las **empresas de transporte de pasajeros, en particular las aéreas**, muy afectadas además y entre otros por la subida de tasas aeroportuarias, esperan un retroceso generalizado en sus ventas y beneficios en el segundo trimestre de 2013.

Los resultados de los **prestadores de servicios de ocio**, especialmente los culturales, campos de golf y parques temáticos, seguirán muy condicionados en los meses primaverales de 2013 por la debilidad del gasto en destino de los españoles y el notable impacto sobre los precios de la subida del IVA, en estos casos al 21%.

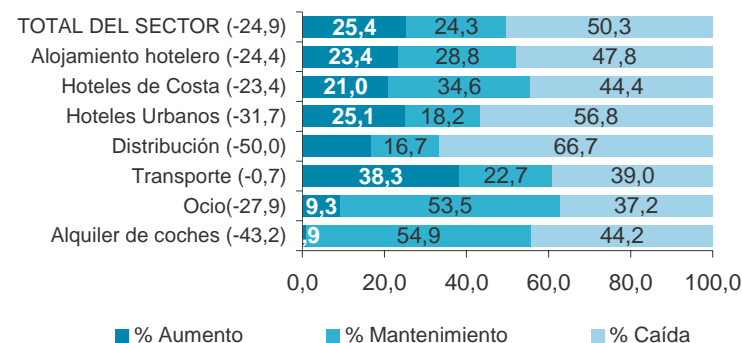
La leve recuperación prevista de la demanda extranjera volverá a permitir a los destinos vacacionales de la costa más posicionados en esos mercados, superar mejor el complejo escenario económico, beneficiándose de un mejor desempeño de sus ventas y resultados los **hoteles, especialmente en Baleares, las empresas de ocio y las compañías de alquiler de coches** (que se verá limitado en el caso de las localizadas en Baleares por la discriminación y el negativo impacto de una nueva tasa medioambiental que no tiene más objetivo que cubrir déficit presupuestarios ajenos al sector).

Las **estaciones de esquí** esperan una mejora en sus ventas y resultados ante las favorables condiciones de nieve, que permitirán prolongar en alguna de ellas la temporada hasta las primeras semanas de mayo.

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el SEGUNDO trimestre de 2013



Opinión empresarial sobre la evolución de las BENEFICIOS PREVISTOS para el SEGUNDO trimestre de 2013





Para más información visite la web

www.exceltur.org