



*Alianza para
la excelencia turística*

***Balance empresarial del tercer
trimestre de 2011 (meses de verano) y
perspectivas para el cuarto trimestre
y el conjunto del año 2011***



*Alianza para
la excelencia turística*

***Balance empresarial del tercer
trimestre de 2011
(meses centrales del verano)***

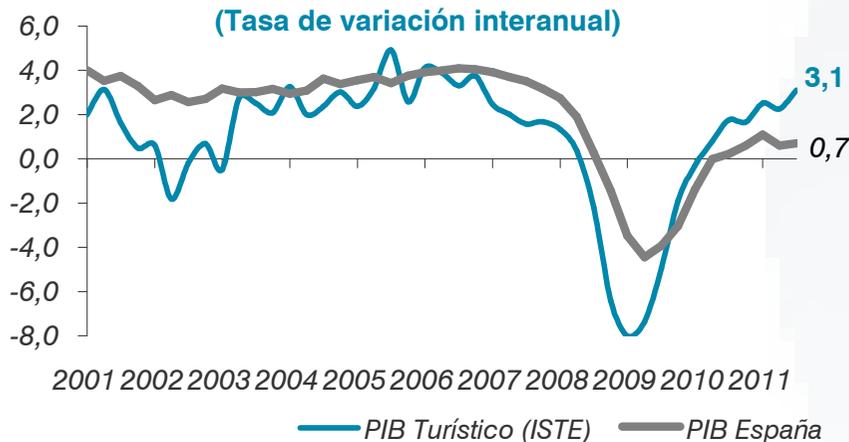
PIB Turístico y confianza empresarial

Durante los meses centrales del verano de 2011 se ha intensificado la tasa de crecimiento del PIB turístico en España hasta el 3,1%, al continuar y acentuarse el fuerte tirón de la demanda extranjera prestada de países árabes -con crecimientos redirigidos de dos dígitos-, y por la menor desaceleración de la demanda española, en sus períodos más tradicionales de vacaciones de verano.

El intenso crecimiento de la afluencia de turistas extranjeros permite mejorar ligeramente los niveles de confianza del promedio de los empresarios turísticos (*muy especialmente los del litoral que dependen de ella*), aunque todavía se sitúa lejos de los valores previos a la crisis, por la incertidumbre que genera el carácter de esa atípica mayor afluencia extranjera, percibido como coyuntural

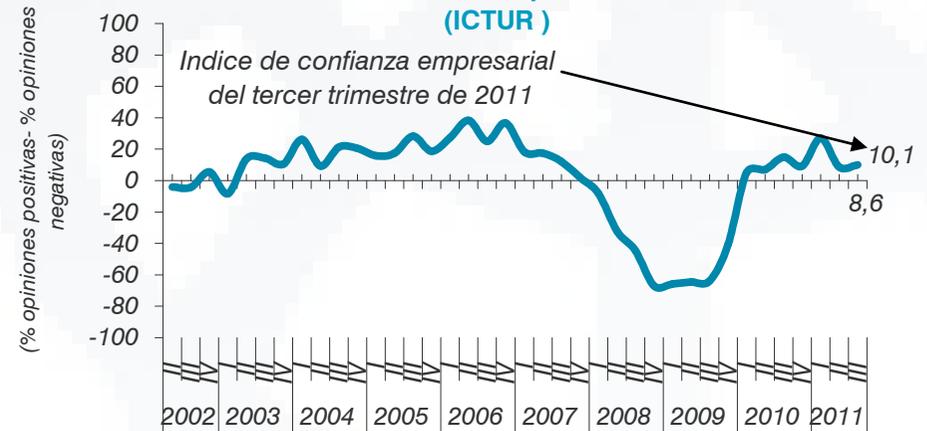
El Indicador de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) para el conjunto de subsectores turísticos españoles sube ligeramente y se sitúa al concluir el tercer trimestre de 2011 en un valor de 10,1.

Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España.
2001-2011



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecast

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



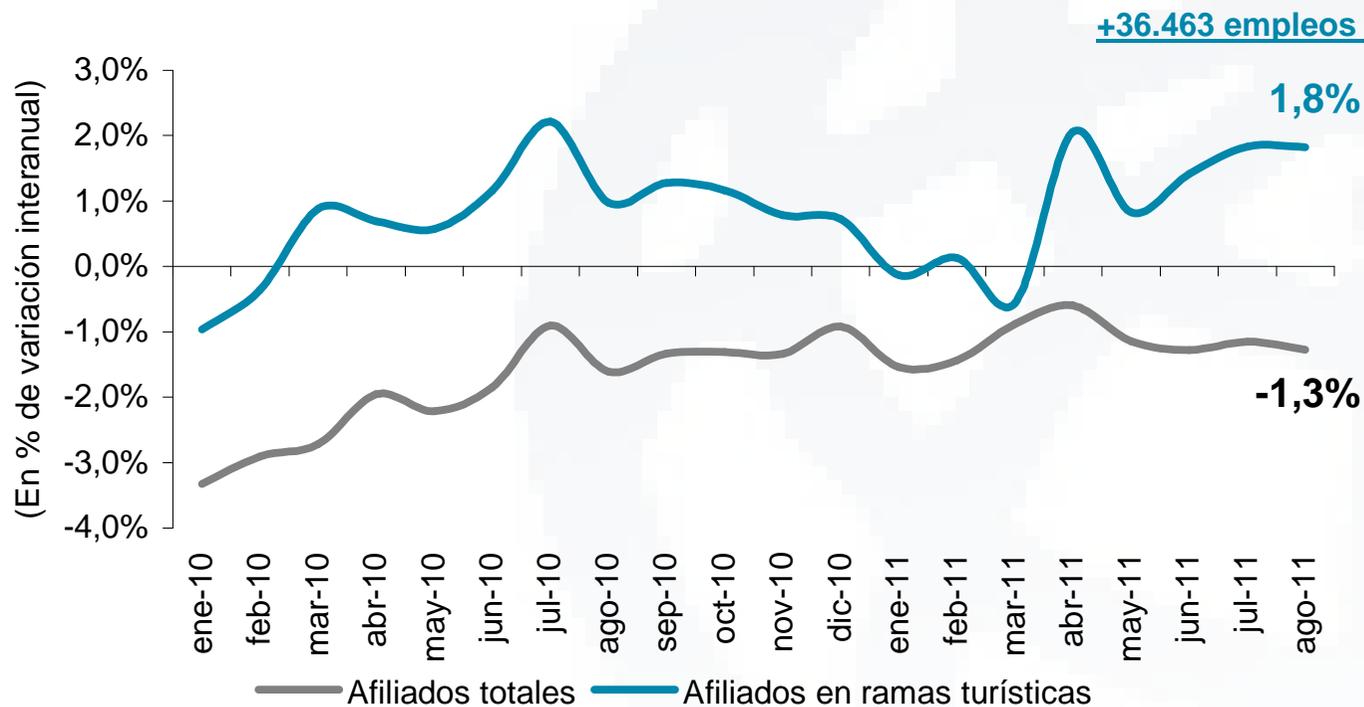
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Empleo

Según datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET), el notable crecimiento de la actividad turística en 2011 se traduce en la creación hasta agosto de 36.463 nuevos empleos en ramas turísticas, lo que supone un 1,8% más que el empleo existente en el sector en ese mismo mes de 2010.

El turismo se consolida como el sector con mayor capacidad de generación de empleo en España, mientras en el resto de la economía se siguen destruyendo puestos de trabajo a ritmos del -1,3%.

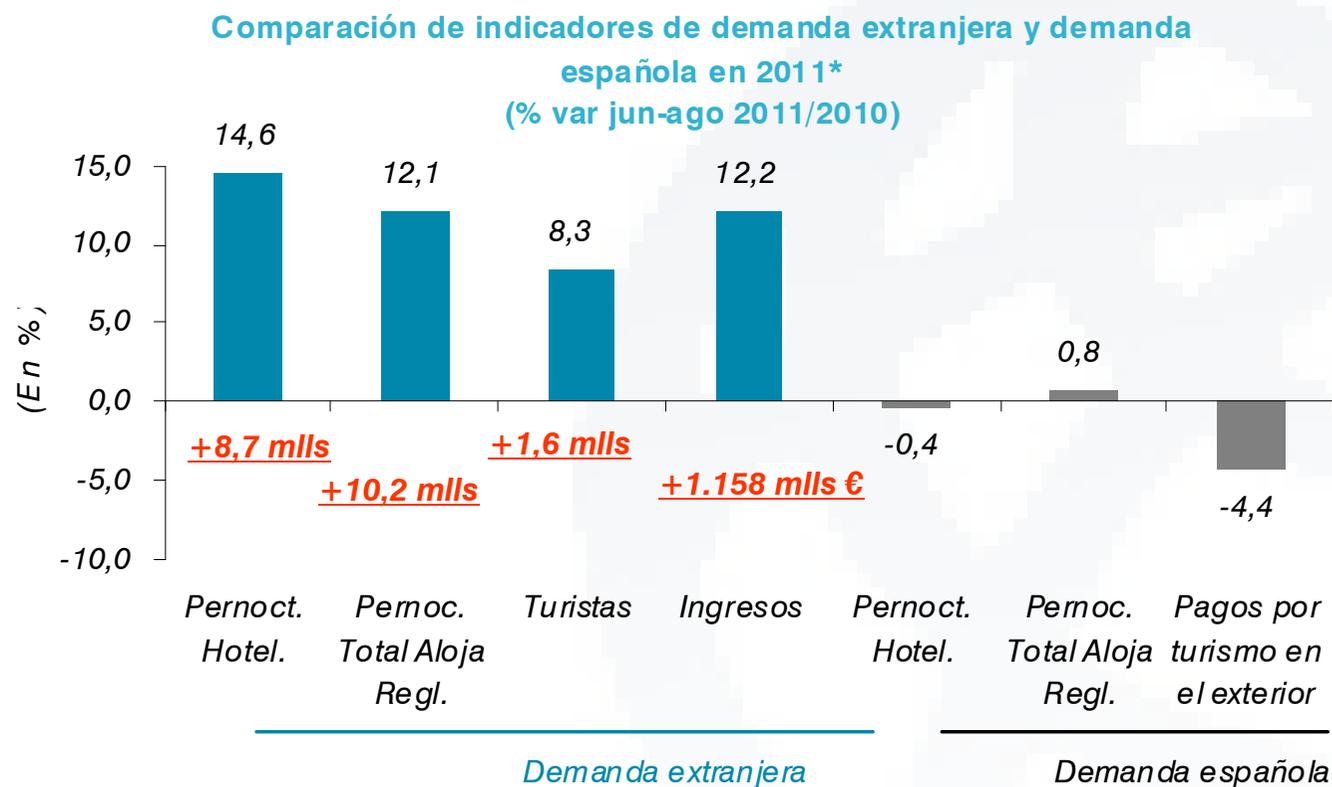
Comparativa de la evolución del empleo turístico con el total del empleo en España desde enero de 2010



Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de datos del

Demanda turística agregada

Se mantiene la **profunda disparidad y comportamiento dual de la demanda turística en el verano: en el turismo extranjero el volumen de facturación en divisas se dispara al acentuarse el redireccionamiento de flujos turísticos desde países competidores del Norte de África, al mantenerse la percepción de los consumidores europeos sobre su inestabilidad, mientras cae la demanda española, aunque a ritmos inferiores a los del primer semestre.**



(*) Datos de ingresos de extranjeros y pagos exteriores de españoles hasta julio

Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE, Banco de España, IE

Demanda extranjera

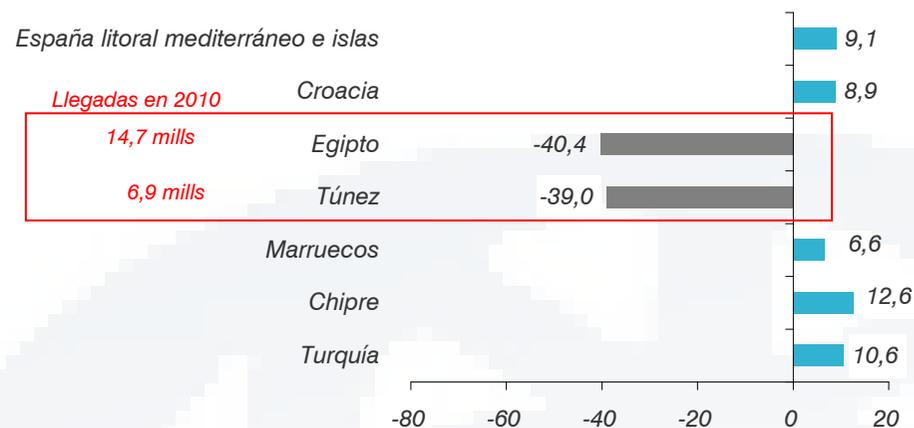
El curso de los meses de verano ha reconfirmado la enorme incidencia coyuntural y favorable entre otros para Turquía y España de la inestabilidad política en Egipto y Túnez, a lo que también se ha podido sumar las desfavorables repercusiones turísticas y de imagen para Grecia de las huelgas y tensiones sociales en ese país

En clave del impacto para España, tres hechos corroboran esa tendencia que EXCELTUR ya había anticipado:

1. La coincidencia del fuerte incremento de la demanda extranjera a España con el inicio de las revueltas a mediados del mes de enero.

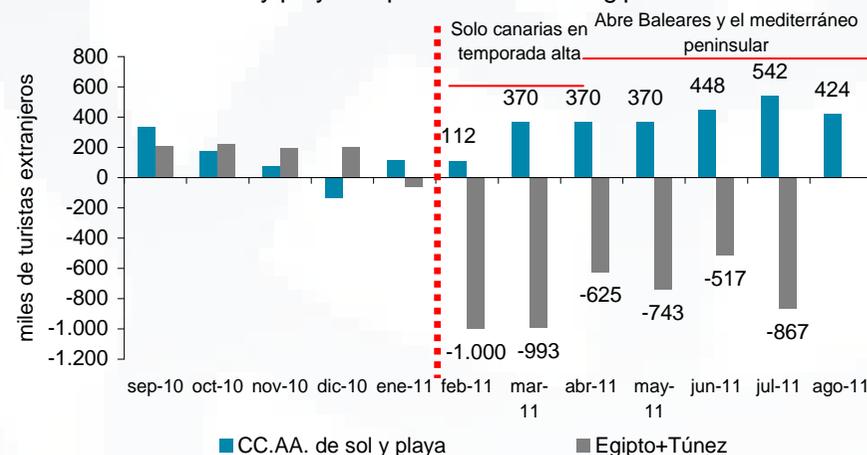
Es a partir del mes de febrero de 2011 cuando las estadísticas de llegadas de turistas, pernoctaciones e ingresos procedentes del turismo extranjero en España se han acelerado hasta alcanzar tasas de dos dígitos, primero hasta marzo de una manera limitada y concentrada casi exclusivamente en Canarias por ser el único destino abierto, para intensificarse a partir de abril, al resto de ciertos destinos del litoral en la medida en que se han ido abriendo los del mediterráneo peninsular y los de Baleares, tal y como refleja el gráfico contiguo.

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo (% Crec. 2011/2010 acumulado enero-jul)



Fuente: IET, OMT e Institutos de Estadística. *Datos para Marruecos y Egipto hasta junio

Comparativa del crecimiento del volumen de turistas extranjeros (en miles) en las comunidades autónomas de Sol y playa respecto a Túnez - Egipto



(*) para los meses de marzo abril y mayo se ha introducido los crecimientos medios en la medida en que su comparación con 2010 está afectada por el efecto del distinto calendario de la Semana Santa y de la nube de ceniza sufrido en mayo.

Demanda extranjera

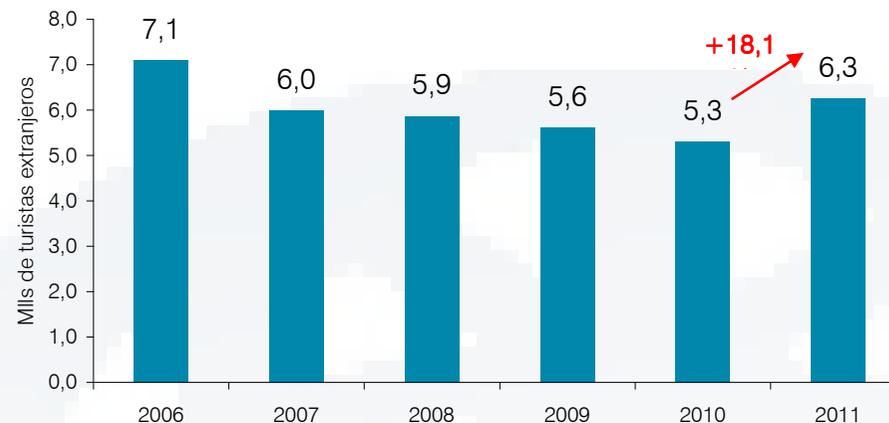
2. El perfil de cliente que explica el crecimiento turístico extranjero en España es idéntico al que visitaba esos países: mayoritariamente usuario de paquete convencional, vinculado a la contratación de hoteles de 3 y 4 estrellas localizados en la costa mediterránea y, sobre todo en las islas de Baleares y Canarias.

-La llegada de turistas con paquete turístico ha crecido un 18,1% (1 millón más) en el acumulado de junio a agosto, respecto a los registros de 2010 y rompiendo la continua tendencia a la baja desde hace más de 5 años

- El mayor volumen en el crecimiento de la llegada de turistas extranjeros se ha concentrado en los hoteles y dentro de éstos en las categorías de 3 y 4 estrellas

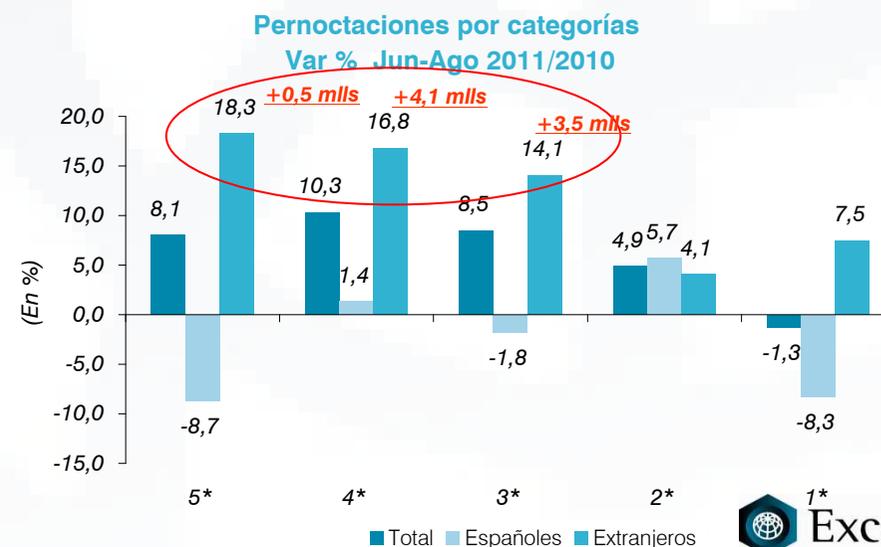
Más turistas de paquete

Número de turistas extranjeros llegados a España con paquete turístico (Jun-ago)



Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur, IET.

Demanda en hoteles de mayor categoría



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

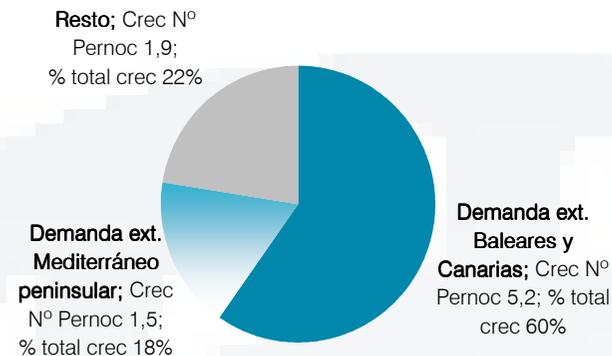
Demanda extranjera

El 78% del crecimiento de las pernoctaciones de extranjeros este verano en hoteles en España se han concentrado en las zonas de sol y playa.

3. Una muy escasa correlación entre la gran mejoría de afluencia turística extranjera a España en este verano, con la evolución económica de los principales países emisores europeos que ha ido menguando

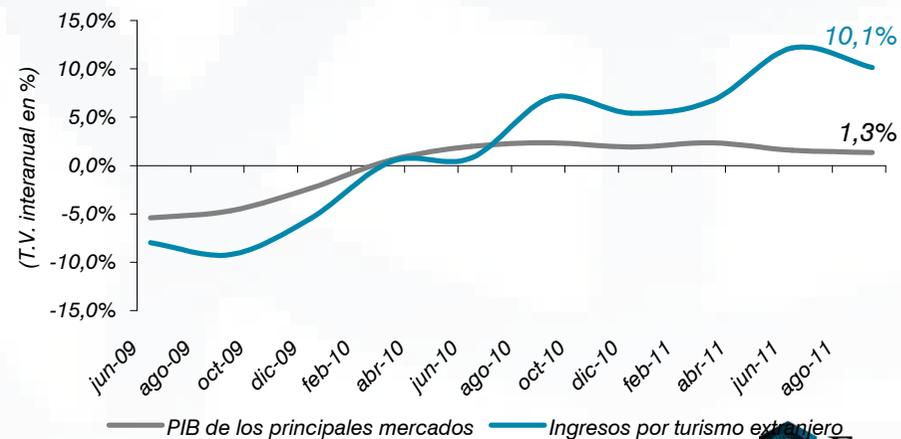
La economía de los cinco principales mercados para España se ha desacelerado desde el primer trimestre de 2011, coincidiendo con las turbulencias económicas y financieras que han caracterizado a Europa en los últimos meses y muy intensamente durante este verano, mientras todos los indicadores oficiales disponibles de demanda turística extranjera hacia España han seguido creciendo de forma atípica e intensa a ritmos de dos dígitos,

Distribución del crecimiento de la demanda turística (pernoctaciones hoteleras) por destinos Jun-ago 2011/2010



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

Dinámica comparada del crecimiento en los principales mercados emisores europeos con los ingresos por turismo extranjero en España



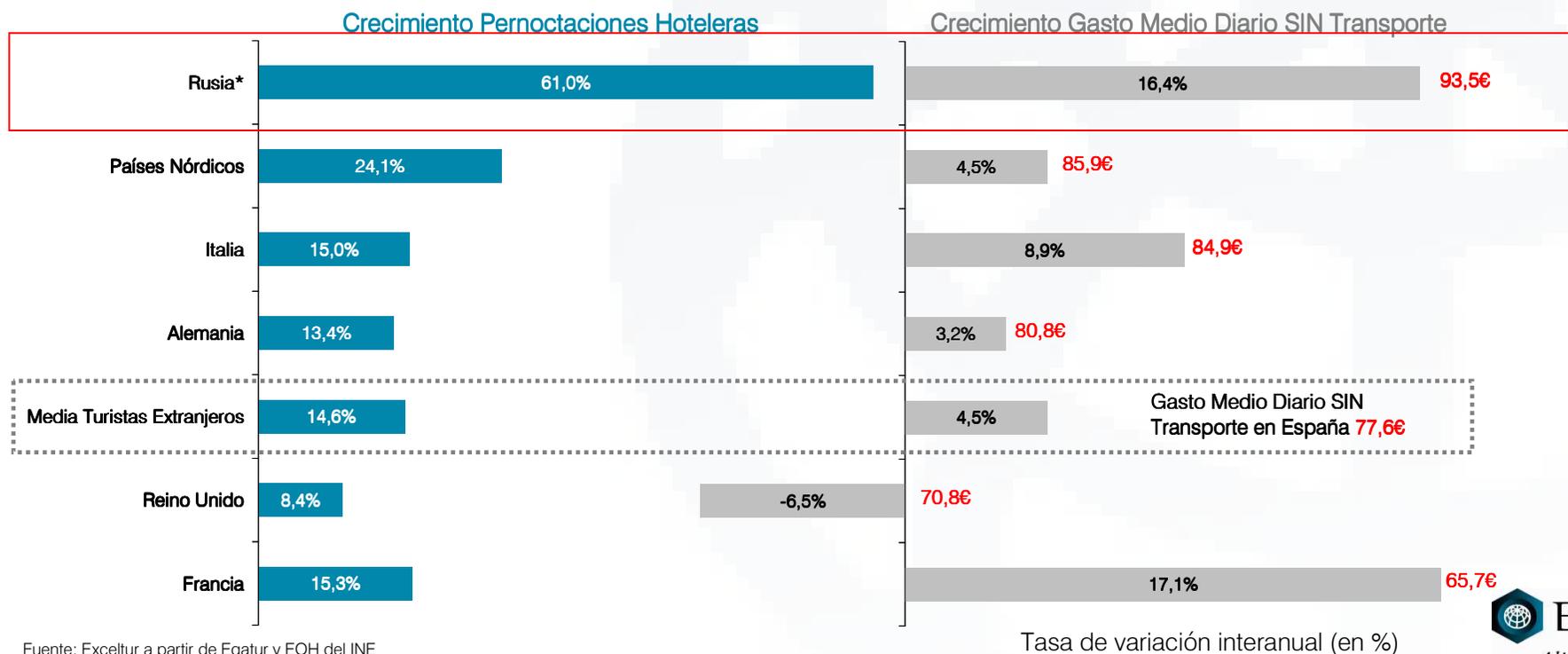
Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de Consensus Forecasts y Banco de España

DEMANDA EXTRANJERA

La facturación en divisas por turismo extranjero se eleva intensamente este verano básicamente por el mayor volumen de afluencia, y no por un gradual reposicionamiento hacia segmentos de turistas de más capacidad de gasto, especialmente en mercados tradicionales como UK que cae.

La masiva llegada de turistas rusos de mayor gasto promedio, al agilizarse la concesión de visados en origen, junto con el perfil de los turistas paquetizados y desviados, de los mercados Francés e Italiano, permiten incrementar el promedio de gasto medio en destinos Españoles.

Comportamiento de la Demanda Extranjera por Mercados Emisores
Tasa de variación interanual trimestral (Jun-Ago 2011/2010)
(Ordenado de mayor a menor gasto medio diario sin transporte)



Fuente: Exceltur a partir de Egatur y EOH del INE

* El dato de gasto medio diario sin transporte de Rusia incluye Países del Este de Europa

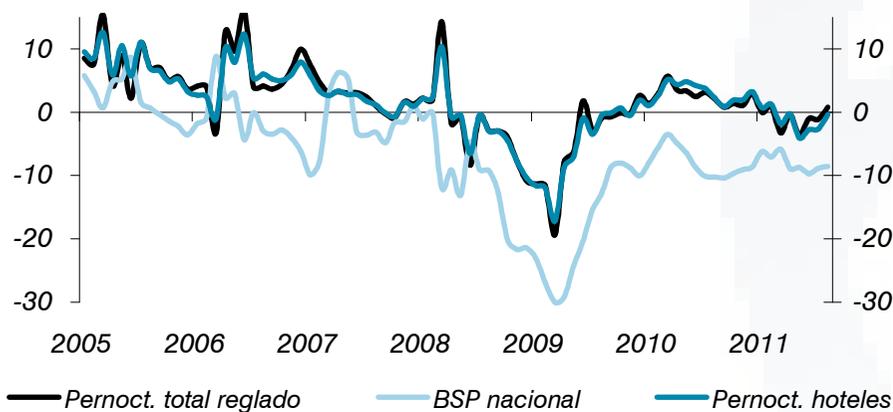
Tasa de variación interanual (en %)

DEMANDA ESPAÑOLA

El consumo turístico de los españoles se ha seguido mostrando mas que débil, a pesar de haberse observado en los meses centrales del verano una menor desaceleración por la tendencia de los españoles a concentrar sus viajes en esos meses tradicionales de vacaciones.

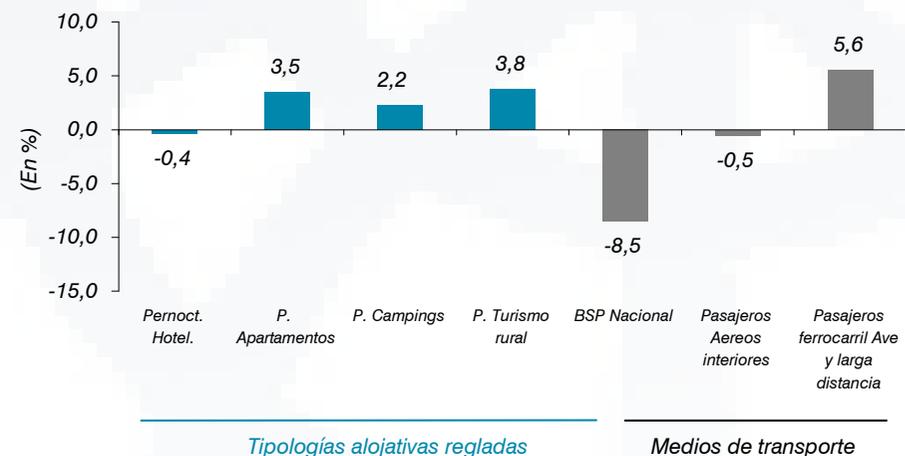
La escasez de renta disponible ha mermado la propension en general al consumo de los españoles y entre ellos se ha visto afectado el turístico. De ahí que respecto de los que se dispone de información oficial, sólo los servicios turísticos de menor presupuesto, han crecido durante este verano de 2011. En el caso del alojamiento, mientras las pernoctaciones de los españoles en hoteles han descendido un 0,4% (las de 5 estrellas un -8,7%), las realizadas en campings crecen un 2,2%, las de apartamentos reglados un 3,5% y las de turismo rural un 3,8%. En el caso del transporte, el uso del avión para los desplazamientos interiores se ha reducido un 0,5% en términos de pasajeros, traducido en un descenso del 8,5% del BSP, mientras los pasajeros en tren han crecido un 5,6%.

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



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

Indicadores de demanda española en 2011*
(% var jun-ago 2011/2010)



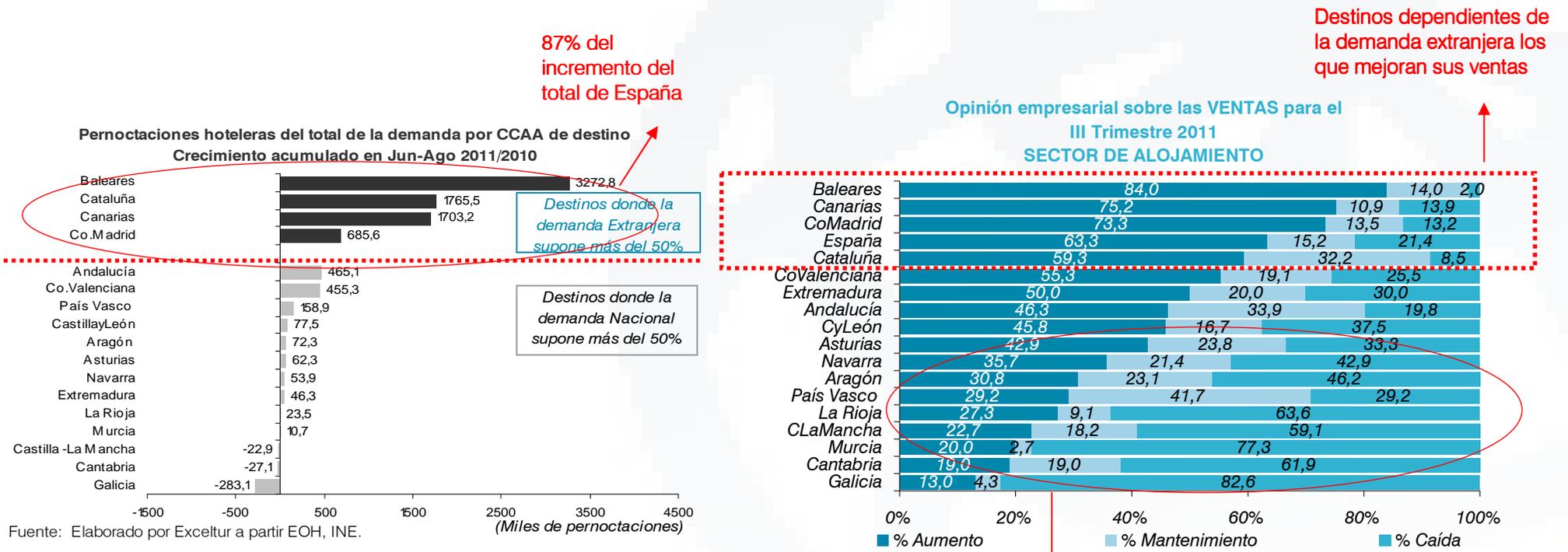
(*) Datos de pasajeros hasta junio, BSP hasta septiembre
Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE

RESULTADOS POR DESTINOS

Los destinos vacacionales de sol y playa, junto con Madrid debido a los peregrinos extranjeros por la visita del Papa, y Barcelona favorecida por el tirón de los cruceros, absorben y explican casi en exclusiva la gran afluencia adicional de turistas extranjeros a España durante el verano con sus correspondientes impactos económicos y notable mejoría de ingresos por divisas para la balanza de pagos

Las islas (con Mallorca e Ibiza, en Baleares, a la cabeza seguidas de Tenerife, Lanzarote y Gran Canaria en Canarias), algunos destinos vacacionales de "sol y playa" del litoral Mediterráneo (Salou, Lloret de Mar, Benalmádena y, en menor medida, Benidorm), junto con ciudades con unos atractivos e imagen turística bien posicionada internacionalmente (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Granada y San Sebastián) son los destinos que, gracias al casi exclusivo tirón de la demanda extranjera, han registrado mayores incrementos en sus resultados empresariales este veranos.

Por el contrario, la actividad turística en los destinos de interior y de la España Verde, más cuasi dependientes de la demanda nacional, han continuado resintiéndose como consecuencia de la debilidad del consumo turístico de los españoles.



87% del incremento del total de España

Destinos donde la demanda Extranjera supone más del 50%

Destinos donde la demanda Nacional supone más del 50%

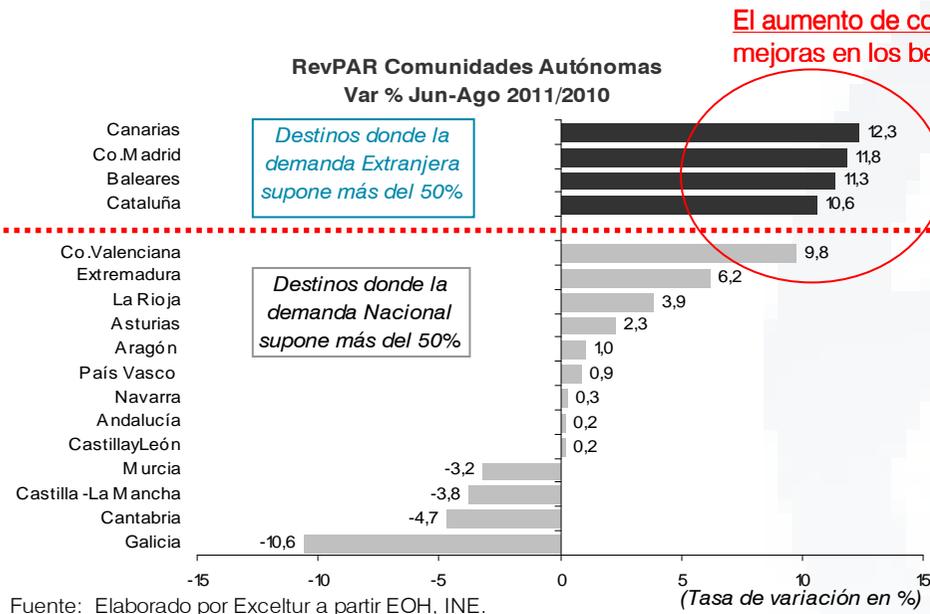
Destinos dependientes de la demanda extranjera los que mejoran sus ventas

Destinos de interior y norte de España, con baja demanda extranjera, acumulan nuevos resultados desfavorables

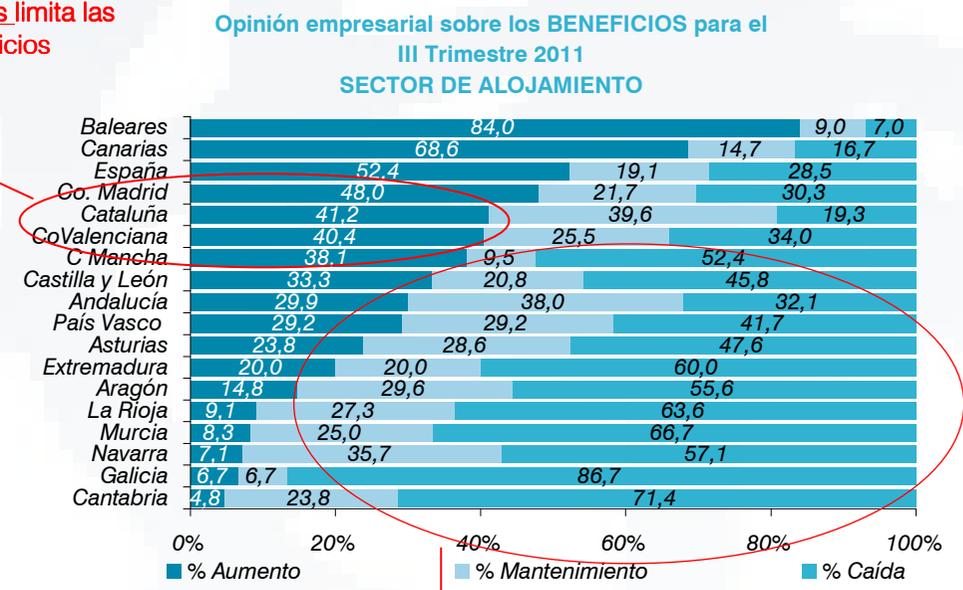
RESULTADOS POR DESTINOS

Los destinos de Baleares y Canarias son los únicos que registran una mejoría generalizada en sus beneficios empresariales en este trimestre de verano 2011

Si bien el incremento de la demanda extranjera ha permitido a determinados destinos de sol y playa y a Madrid lograr en el verano de 2011 mayores niveles de facturación, ello se ha debido más al crecimiento de afluencia que a una mejoría de precios. Este hecho ha condicionado el ritmo y los niveles de recuperación de beneficios dado el continuo aumento en paralelo de sus costes operativos (laborales, fiscales, energéticos, financieros.etc.) que ha limitado la capacidad del conjunto de las empresas turísticas de mejorar sus márgenes unitarios de rentabilidad.



El aumento de costes limita las mejoras en los beneficios



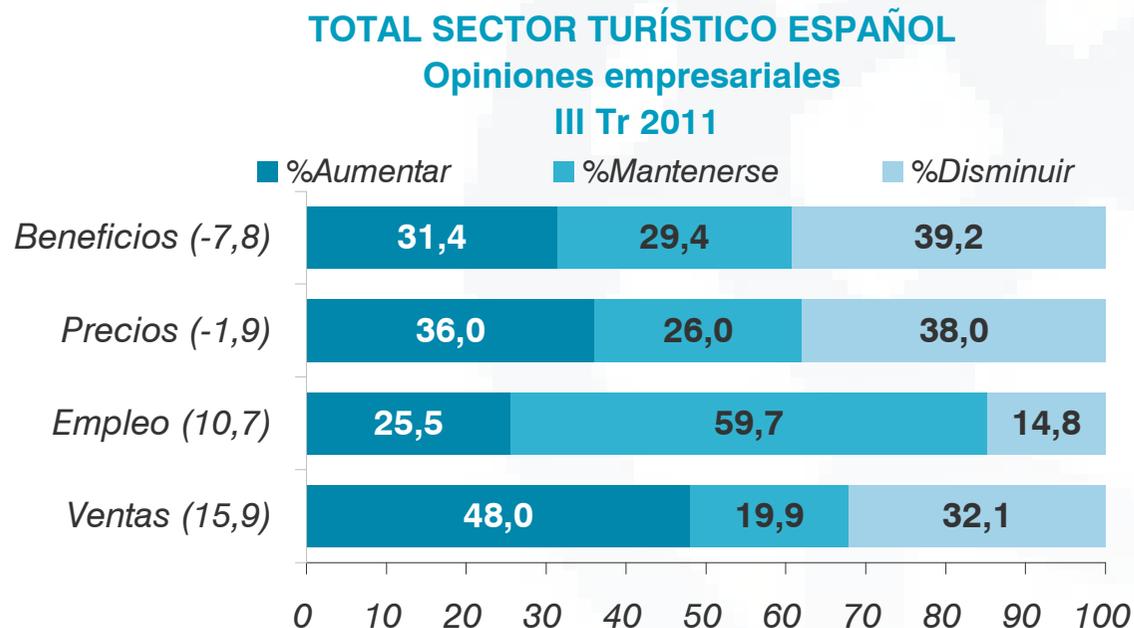
Caídas generalizadas en beneficios de destinos dependientes de la demanda nacional

VENTAS Y BENEFICIOS EMPRESARIALES

Las ventas de las empresas turísticas españolas se elevan durante el verano, sin que se traduzca en una mejora generalizada de márgenes por el fuerte aumento de los costes.

Un 48,0% de las empresas turísticas españolas experimentaron un crecimiento en sus ventas durante el tercer trimestre de 2011 en relación con los mismos meses de 2010, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR, mientras tan solo un 31,4% mejoran sus resultados, con un 39,2% a las que le siguieron cayendo a lo largo del verano.

El modelo imperante durante el verano basado en incrementos de facturación por más afluencia extranjera de carácter coyuntural, con un perfil en general, salvo el ruso, de menor gasto, que no ha permitido mejorar los márgenes unitarios, ha ralentizado una mayor creación de empleo de la deseable, sin perjuicio de haberse generado 36.463 nuevos puestos de trabajo hasta Agosto de 2010 (en el 75,5% de empresas turísticas las plantillas se han mantenido en los mismos niveles que en 2010).



(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

RESULTADOS POR SUBSECTORES

• Los hoteles vacacionales y, en menor medida, las instalaciones de oferta lúdica (campos de golf y parques de ocio) localizadas en las zonas de mayor consumo del turismo extranjero, son los mayores beneficiarios de los atípicos rasgos de la demanda extranjera este verano, con crecimientos tanto en ventas como en resultados.

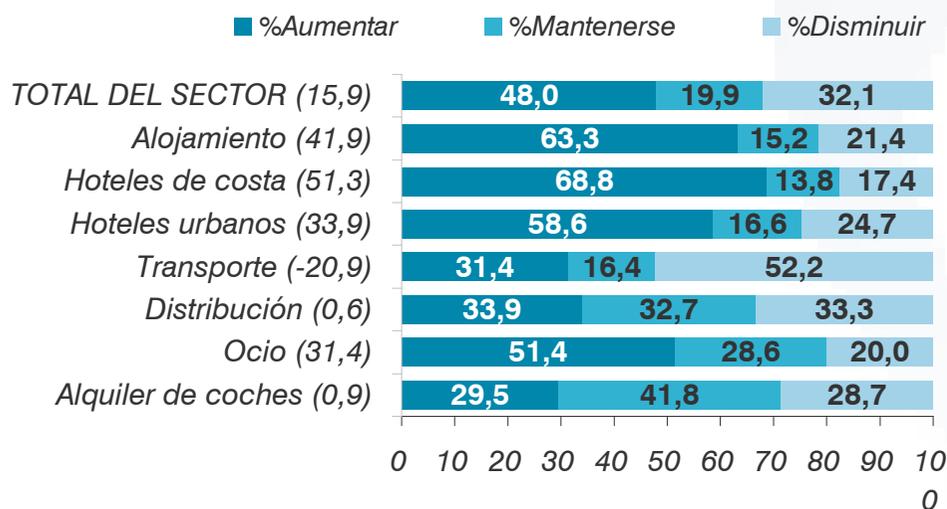
• Los hoteles urbanos localizados en grandes ciudades con unos atractivos turísticos diferenciales e imagen reconocida internacionalmente y/o con un mejor posicionamiento en el turismo de negocios, productos con han cerrado un balance positivo tanto en ventas como en resultados, mientras en las ciudades medias, más dependientes de la débil demanda española, han seguido sufriendo reducciones en ambos indicadores de su negocio, en un contexto generalizado de contención de precios por el efecto añadido de la gran sobreoferta existente.

• Los grandes grupos de agencias de viajes se han visto afectados por la atonía del consumo de los españoles, que además y en general han acentuado sus compras de última hora en las gamas de productos con precios más ajustados. Por todo ello y al haber cesado el efecto redistribución de demanda tras el cierre de Marsans, han visto ralentizada la mejoría de sus ventas y resultados.

• Las compañías aéreas y de alquiler de coches ven lastrados sus resultados por la caída en los precios, debido eminentemente a la fuerte competencia de las empresas low cost y sobreoferta aun existente, y el alto coste en euros del carburante.

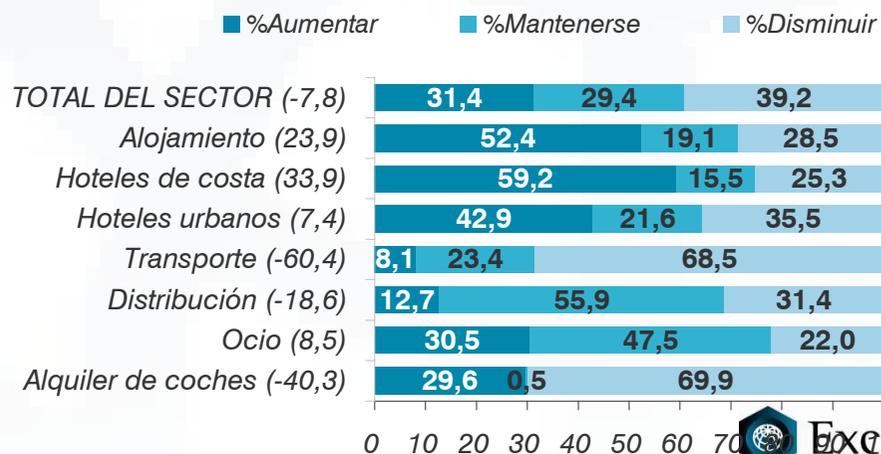
Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas

III Tr 2011



Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios

III Tr 2011





*Alianza para
la excelencia turística*

Perspectivas para el cuarto trimestre y el conjunto del año 2011

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA EL CUARTO TRIMESTRE DE 2011

En un contexto de importante deterioro y volatilidad de las economías europeas en los meses de verano y de los niveles de confianza de los agentes económicos, los empresarios turísticos descuentan un cuarto trimestre de 2011 con peores resultados que en el tercer trimestre de 2011, por la progresiva reducción de los márgenes empresariales unitarios y la continuada debilidad que se anticipa de la demanda interna y una posible desaceleración del tráfico de negocios .

La Encuesta de Clima Turístico de EXCELTUR revela que el conjunto de las empresas turísticas de los diversos subsectores **no esperan se mantenga en el cuarto trimestre de 2011 el atípico e intenso repunte de la demanda extranjera** que se ha producido el trimestre de verano de 2011.

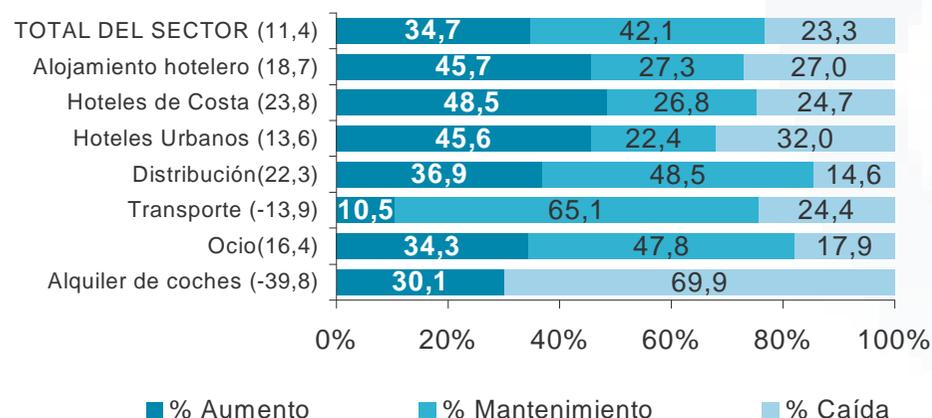
Los alojamientos hoteleros vacacionales de costa, sobre todo los localizados en Canarias y aquellos de Baleares que han alargado su temporada, anticipan un nuevo crecimiento de la demanda y de los beneficios empresariales, aunque de menor intensidad al del verano.

En **hotelería urbana** si bien esperan una leve mejora de la demanda, no esperan poder trasladarla a una mejoría simétrica de resultados por la presión sobre precios que pudieran verse afectados, si se contrae el crecimiento de las economías europeas y con ello el tráfico de negocios a nivel europeo .

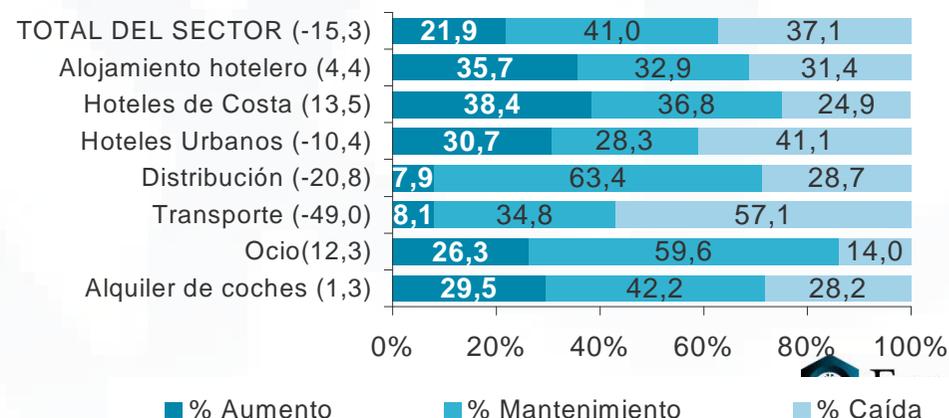
La leve mejoría esperada de las ventas en los **grandes grupos de agencias de viajes**, se debe a un calendario propicio para las escapadas, que sin embargo no repercutirá en mejora de sus resultados por el empeoramiento de los márgenes unitarios vinculados a una demanda interna aún muy débil.

Las compañías de **transporte** pudieran verse afectadas en este último trimestre de 2011 de seguir el deterioro generalizado de las economías europeas tanto en la vertiente de viajes de ocio (menor predisposición al viaje de familias), como de negocio (ralentización del crecimiento de la actividad económica).

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el CUARTO trimestre de 2011



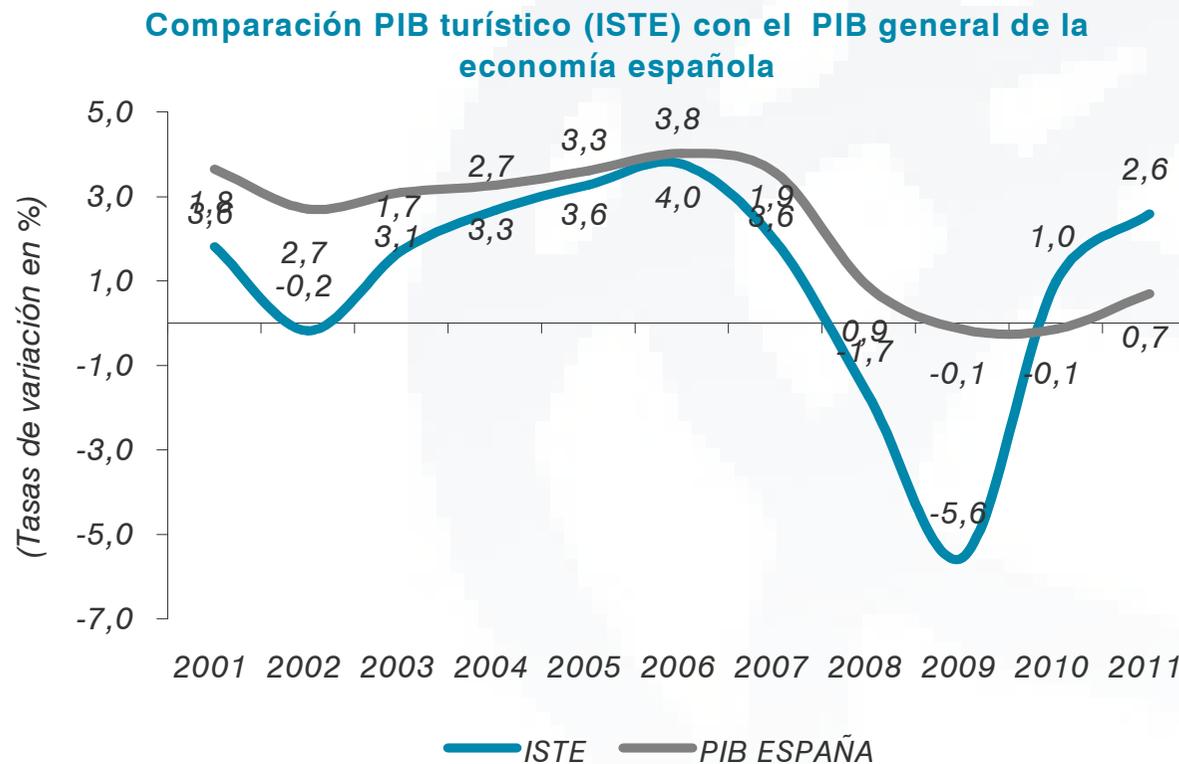
Opinión empresarial sobre la evolución de las BENEFICIOS PREVISTOS para el CUARTO trimestre de 2011



PREVISIONES PARA EL CONJUNTO DEL AÑO 2011

La intensidad del repunte de la demanda turística extranjera durante el verano 2011, bastante mayor del que en EXCELTUR anticipábamos en el mes de julio, y el aún lento proceso por el que están transitando los países competidores del Norte de Africa, durante el cuarto trimestre de 2011 (*que es previsible se alargue durante el 2012*) para recuperar su imagen turística y estabilidad geopolítica, nos lleva a modificar de nuevo al alza la estimación del crecimiento del PIB turístico en España para el cierre del conjunto de 2011, aún pesar del peor comportamiento de la demanda interna.

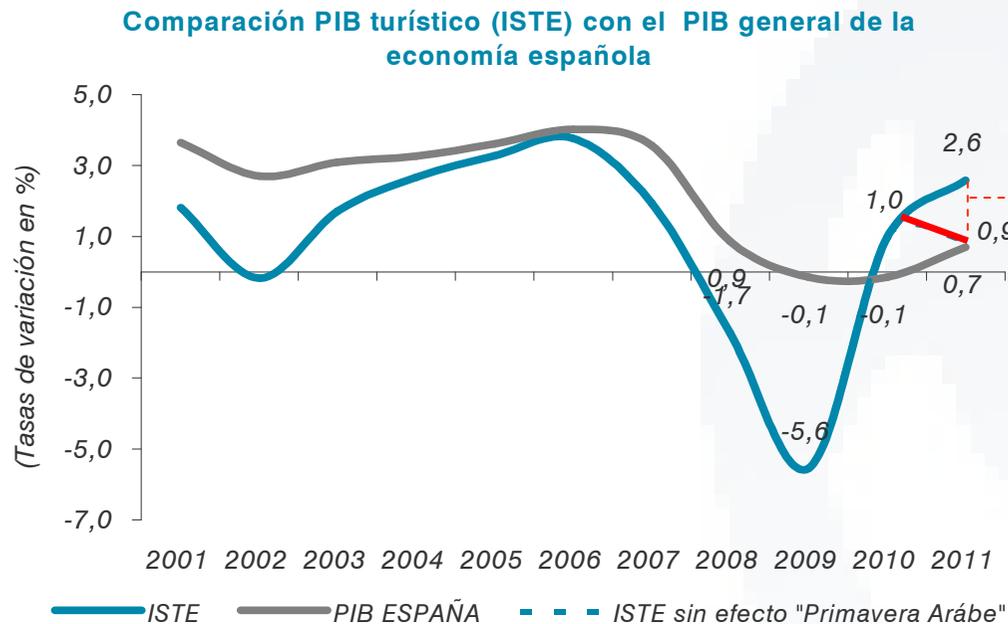
Con los datos oficiales cerrados hasta agosto estimamos que el PIB turístico cierre el año 2011 con un crecimiento agregado del 2,6% (2.806 millones de € adicionales a los 108.000 millones de € generados en 2010 por el sector).



PREVISIONES PARA EL CONJUNTO DEL AÑO 2011

De ese crecimiento estimado del PIB turístico en 2011 no se puede en ningún caso extrapolar una tendencia de mejora competitiva de carácter estructural, por cuanto un 65% del crecimiento de actividad turística (1.835 millones de los 2.806 millones de € ingresados de más en 2011) se debe exclusivamente al usufructo coyuntural de las ya mencionadas cuotas de demanda de turistas extranjeros prestados desde los destinos competidores mediterráneos afectados por su inestabilidad geopolítica y/o social.

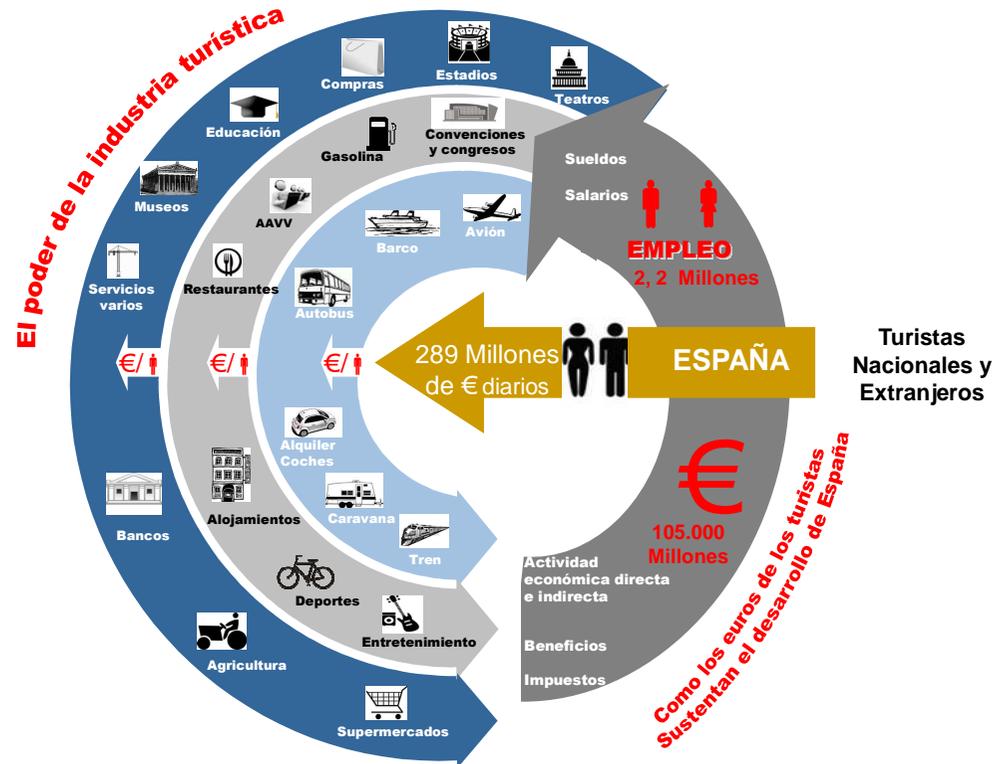
De hecho, sin esos imprevistos infortunios ajenos, y con la volatilidad de los condicionantes macroeconómicos, que en promedio han afectado desfavorablemente al conjunto de nuestros principales mercados emisores (sobre todo al Reino Unido), el PIB Turístico en 2011 hubiese crecido en España apenas un 0,9%.



1.835 millones de euros reales de crecimiento adicional en 2011, **solo** por la inestabilidad geopolítica en mercados competidores que nos ha favorecido coyunturalmente.

NUEVA LEGISLATURA : 2011-2014

Turismo: El sector clave para acelerar la recuperación y el empleo



¿Espectadores o promotores de cambios estructural es para ganar competitividad y crecer por reposicionamiento?

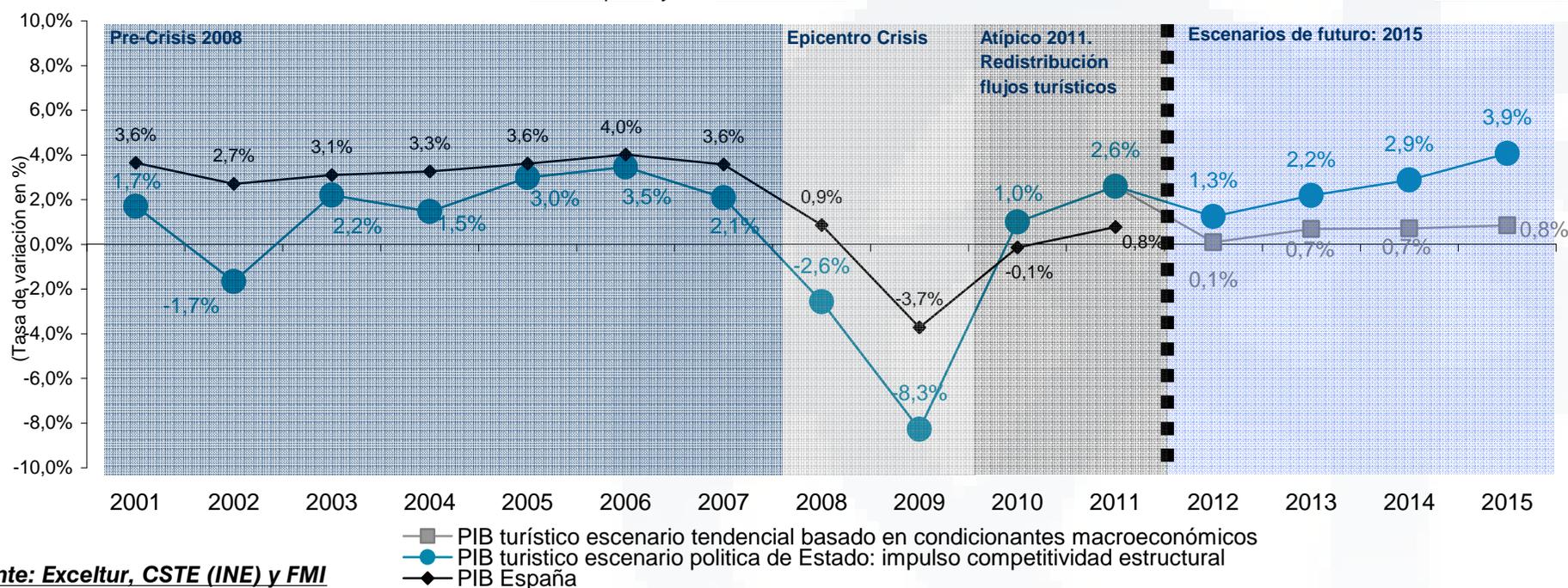
OBJETIVOS TURISTICOS DESEABLES PARA LA NUEVA LEGISLATURA 2012-2015

Una gran apuesta país/ política de Estado para aspirar a un crecimiento promedio del 2,6% anual (2.939 millones más de €/año) y crear 35.000 nuevos empleos/año.

Comparativa de prosperidad generada por el sector turístico en España en la última década 2001-2011

TV% del PIB España y del PIB Turístico

Escenario Tendencial (seguir como hasta ahora)- Escenario Política de Estado en favor del turismo. TV% PIB Turístico



Fuente: Exceltur, CSTE (INE) y FMI

Supuestos para el cálculo de los dos escenarios tendenciales e hipótesis sobre la posible velocidad de recuperación turística de los países competidores afectados por la "Primavera Árabe":

1. Las principales variables macroeconómicas estimadas para los mercados emisores que condicionaran el consumo turístico hasta 2015, parten del último informe del FMI (Septiembre de 2011)

2. Para calcular el menor impacto de actividad turístico que en ambos escenarios tendrá para España la gradual recuperación de las cuotas de demanda prestadas por los países competidores afectados por su inestabilidad geopolítica, se ha estimado que la recuperación de la demanda turística externa para esos países, será progresiva desde el 2012 hasta 2015 (40% en 2012, 60% en 2013, 85% en 2014; 100% en 2015)

Síntesis de sugerencias de EXCELTUR para hacer del turismo el deseado motor de crecimiento sostenido y generación de empleo en la legislatura 2011-2015

1. Gran apuesta prioritaria país/política de Estado a favor del turismo como gran locomotora que acelere la recuperación, con una nueva gobernanza y modelos de gestión mixtos que conjuguen y optimicen recursos presuntamente más escasos, eliminen duplicidades y sobrecostes, mejoren la estructuración y comunicación de la oferta a los clientes más deseables, e impulsen la mayor coordinación y cooperación interinstitucional y la gradual cogestión público-privada.

- a. Como mínimo, **de no poder ser un Ministerio, bajo el paraguas de una Secretaría de Estado exclusiva y con medios suficientes** para reforzarse y reorganizarse y que le permita con visión de medio y largo plazo, garantizar una capacidad de gestión interinstitucional y transversal al máximo nivel.
- b. Celebrar una **conferencia monográfica en el inicio de legislatura sobre políticas turísticas prioritarias a implementar entre Gobierno y Presidentes de CCAA + Comisiones Interministeriales** con carácter semestral : Replicar ese modelo a nivel interconsejerías en CCAA.
- c. **Transformar TURESPAÑA y el IET (Instituto de Estudios Turísticos) en organismos mixtos** para facilitar la mayor implicación, cooperación y recursos adicionales, al integrar en sus órganos decisorios a las 17 CCAA y el sector privado: Replicar ese modelo de cogestión a nivel de CCAA y entes locales.

2. Impulsar políticas y medidas estructurales para activar el reposicionamiento competitivo de la oferta y demanda turística, acelerando la recuperación económica y la creación de empleo

- a. **De carácter laboral** : Abordar en profundidad una **Reforma del mercado laboral** que vincule más el salario a productividad, se adecue mejor a la flexibilidad que demanda el mercado turístico y reduzca el absentismo, para avanzar hacia la creación de un mayor y un mejor empleo a medio plazo.
- b. **De carácter Fiscal : un IVA preferencial /reducido** para impulsar la actividad de todos los subsectores turísticos (además de hotelería y restauración) **Nueva Ley de Haciendas Locales** acorde a las necesidades financieras de los municipios turísticos, **incentivos a la reinversión de beneficios.....**
- c. **De carácter legislativo :Armonizar al máximo las legislaciones turísticas de las CCAA** para favorecer la mayor unidad de mercado. Igualmente y para corregir el desamparo, distorsiones y/o competencia desleal que generan al sector: **Reformar las Leyes de Costas, Arrendamientos Urbanos, Propiedad Intelectual y la Ley de Huelga** que entre otros casos, afecta a subsectores y servicios conexos al transporte y movilidad ciudadana.
- d. **Para la regeneración/ reposicionamiento de la oferta/destinos turísticos más maduros y/o indiferenciados: Asumir y desarrollar las bases del Plan Litoral Siglo XXI** aprobado por el Consejo Español de Turismo, como hoja de ruta de reposicionamiento de la oferta turística del sol y playa.
- e. **Para acelerar la recuperación y maximizar los efectos multiplicadores del turismo sobre el tejido socio-económico** : Conjuguar el doble impacto locomotora de la construcción con el de una oferta turística más competitiva: **Primar e incentivar obras de rehabilitación de destinos turísticos**
- c. **Para favorecer una estrategia “Transporte y Turismo” a nivel país más integral y consensuada”** que dote de más consistencia y visión turística a las posibles acciones del Gobierno y de las CCAA para estimular la conectividad, procure la gestión más viable de nuevas inversiones e infraestructuras existentes, evitando subidas de costes o tasas injustificadas, incentivos para generar flujos turísticos de limitada contribución socioeconómica..etc..
- d. **Para favorecer el refuerzo y evolución del tejido empresarial turístico y apoyo a las PYMES** incluyendo incentivos fiscales para ganar tamaño, ahorros de costes y economías de escala, promoviendo la evolución cultural y de modelos de gestión para mejorar la eficiencia e innovación a través de programas formativos “ ad hoc “ y procurar mejores condiciones de financiación públicas (ICO) y privadas.