

# Claves del Trimestre



## Evolución del segundo trimestre del 2004

**Los productos y destinos turísticos del litoral mediterráneo español y las islas vuelven a mostrar síntomas de retroceso en términos de rentabilidad socioeconómica**

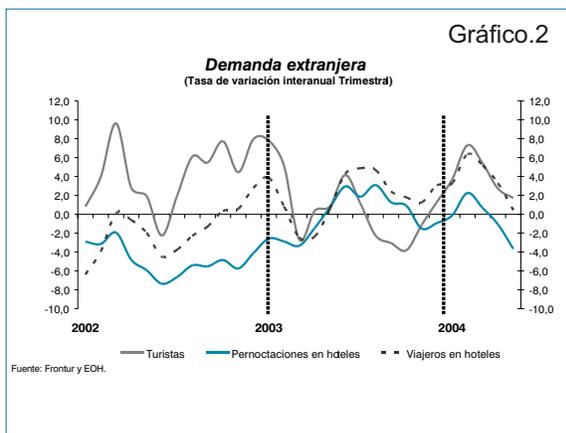
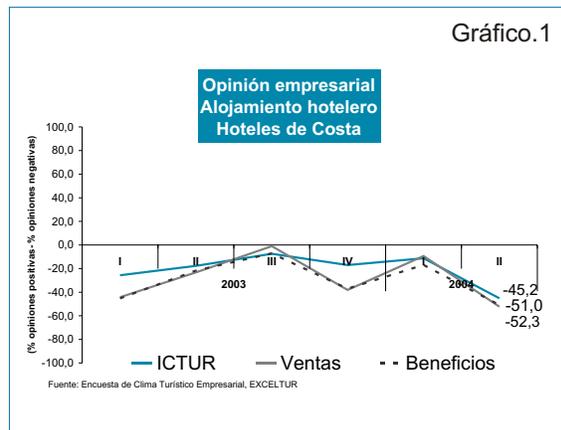
➤ **El segundo trimestre de 2004 sigue evidenciando los problemas estructurales que cada día más están sufriendo algunos destinos y productos del litoral español de sol y playa principalmente de cara a los mercados exteriores,** y la cada vez más urgente necesidad de consensuar a todos los niveles, nuevas estrategias y la adopción de medidas dirigidas a la mejora y reposicionamiento de su oferta turística.

➤ En el contexto de una generalizada recuperación de los flujos turísticos internacionales, con un crecimiento acumulado hasta el mes de abril por encima del 10%, según los datos del último Barómetro Turístico de la OMT, **es ya muy difícil achacarle a factores exógenos del ciclo económico la caída en ventas y beneficios que se ha vuelto a producir** en muchos de los principales destinos y empresas turísticas del litoral durante los meses de abril, mayo y junio por el peor comportamiento de la demanda externa.

➤ Asimismo, cabe destacar las **sombrias perspectivas de los empresarios de estas Comunidades Autónomas insulares y del litoral que en general revelan** en sus respuestas a la tradicional encuesta de confianza empresarial realizada trimestralmente por EXCELTUR de cara a este próximo verano de 2004 en cuanto a la rentabilidad empresarial esperada del turismo externo, **los indicadores de expectativas de ventas y beneficios más bajos para ese mismo periodo desde que iniciamos nuestra encuesta en el mes de Julio del 2002.**

➤ El origen de esta continuada tendencia a la caída en las ventas y beneficios de establecimientos hoteleros del litoral y las islas procede fundamentalmente de los nuevos perfiles de clientes extranjeros y de una caída de demanda en algunos mercados externos, que según datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE se ha reducido en términos de pernотaciones entre los meses de abril y mayo en un 5% en esas Comunidades Autónomas y en términos de Frontur una reducción del -1,4% en la llegada de turistas a esas comunidades durante el segundo trimestre del 2004.

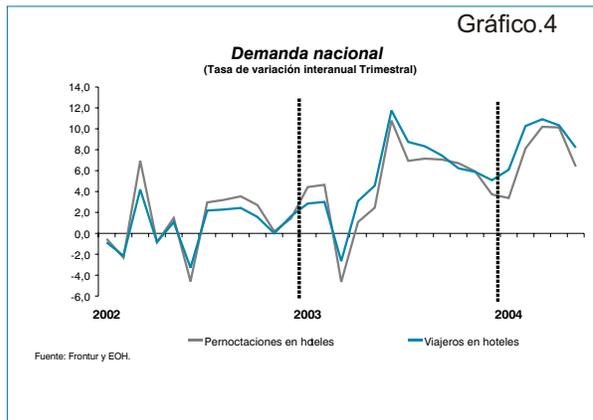
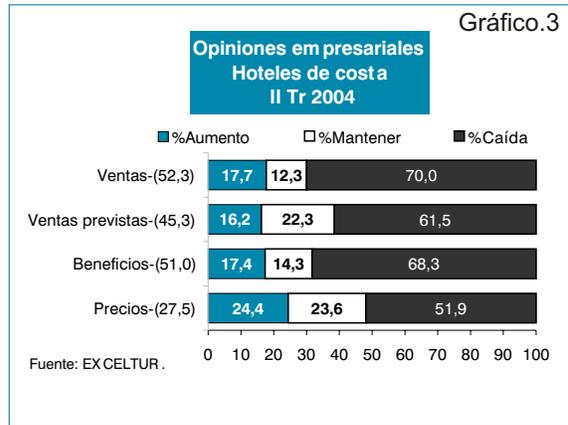
➤ Lo anterior representa en solo dos meses más de un millón de pernотaciones menos que el pasado año, tendencia que desde EXCELTUR estimamos que se puede ampliar igualmente en otra cifra similar para el mes de junio, con lo que el segundo trimestre del 2004, arrojaría uno de los inicios de temporada mas flojos de los últimos años.



➤ Los diversos subsectores, en los destinos costeros mal denominados como de la oferta complementaria (restauración, pequeño comercio, actividades lúdicas varias etc.), han acusado muy especialmente en Canarias y Baleares un notable impacto negativo de actividad y rentabilidad económica, debido a esos cambios en la estructura y ralentización de la demanda externa. Este hecho se ve agravado en ciertos destinos por una pérdida de competitividad bien por precio y/o por una oferta en claro proceso de obsolescencia, que requiere de una urgente transformación integral.

➤ Coherente con las estadísticas oficiales anteriores, los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur relativas a los meses de abril, mayo y junio, que son meses intermedios aunque claves para permitir a las empresas turísticas del litoral y las islas obtener un buen resultado consolidado anual, reafirman el hecho de que **el 70% de los empresarios encuestados de esas comunidades han experimentado una caída en sus ventas con respecto al mismo segundo trimestre del 2003 y un 68,3% una caída en sus beneficios.**

➤ Esa tendencia de resultados a la baja del segundo trimestre del 2004 ha generado un importante deterioro de las expectativas empresariales, que se habían elevado a raíz de la leve mejoría experimentada en el primer trimestre del año. **Por ello y aun a pesar de las posibles ventas de último minuto, no cabe esperar a estas alturas que en el litoral español del Mediterráneo y las islas se alcancen, en términos de rentabilidad unos buenos resultados durante este verano.** El Indicador de Clima Turístico (ICTUR) para establecimientos de costa que adelanta estas expectativas se sitúa en un valor negativo de -45,2 desde el -11,3 del trimestre pasado, y el indicador de las ventas previstas en un nivel de -45,3.



➤ **Esta situación vuelve a evidenciar la gran dicotomía existente con la evolución de nuestro propio mercado interno, dado el excelente comportamiento que a diferencia del extranjero está mostrando la demanda nacional,** sostenida por el continuo tirón de las variables que afectan a sus decisiones de gasto, entre los que destaca el continuo crecimiento del empleo en España. Según la EOH durante abril y mayo, las pernoctaciones de españoles en las regiones del litoral mediterráneo y las islas se incrementaron un 3,1%, por un 5,5% para el conjunto de España.

➤ No obstante, como se puede ver en los gráficos siguientes, en algunos destinos del litoral el efecto compensador de la demanda nacional es muy limitado tanto por la estructura del mercado como por su elevada dependencia de la demanda

extranjera, como por el hecho que esa debilidad del turismo externo se ha traducido, a su vez, en fuertes estrategias de reducción de precios que se han extendido tanto a los mercados externos como a los propios internos, en este último caso en clave de ofertas y/o rebajas en la mismísima temporada punta.

➤ Así, no es casualidad que **las principales caídas en las pernoctaciones que acusan los empresarios del sector se hayan producido en los diferentes destinos de Canarias, Baleares, Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y, en menor medida, Madrid,** que, por otro lado, son las regiones más turísticas de España. Esta tendencia se acentúa a medida que nos aproximamos a los meses punta del verano.

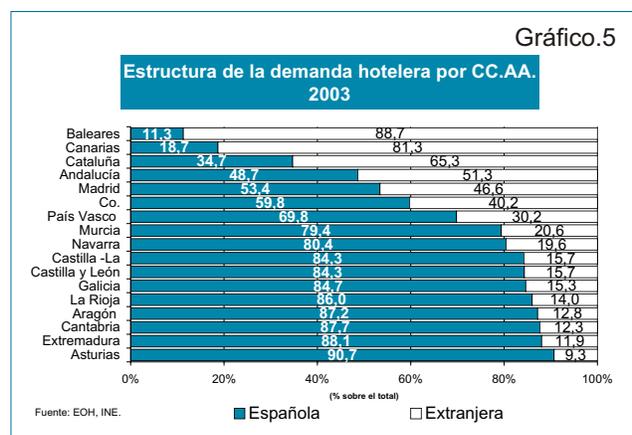


Gráfico.6

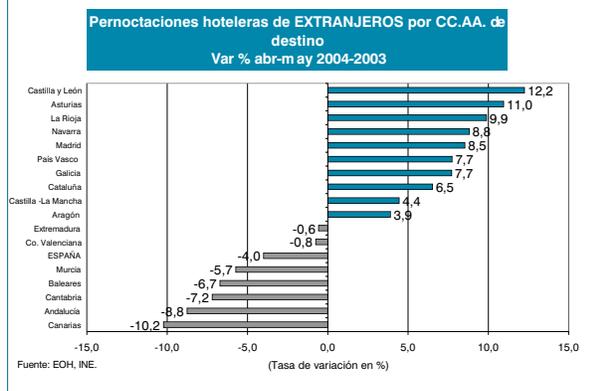


Gráfico.7

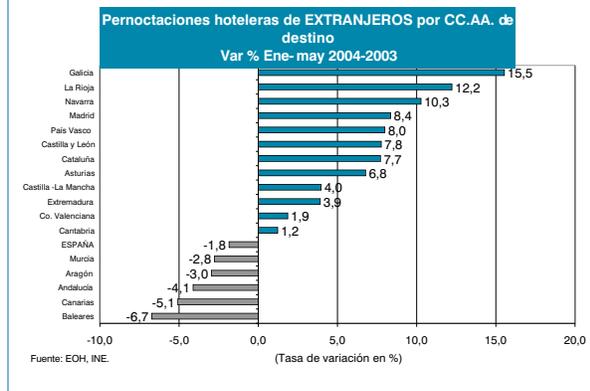


Gráfico.8

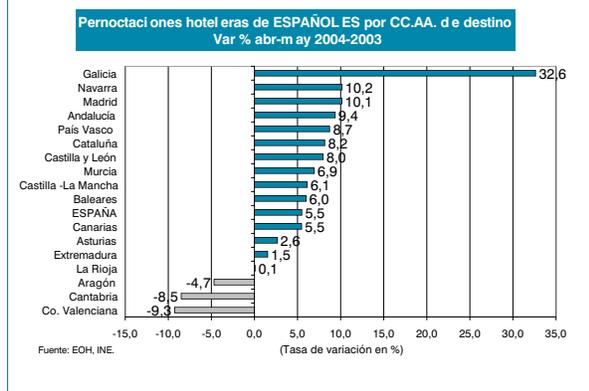
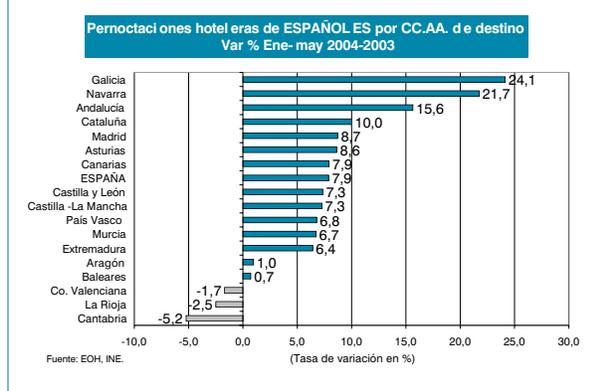
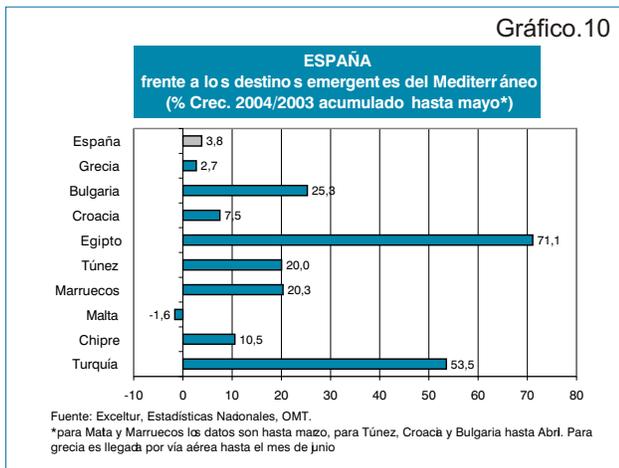


Gráfico.9

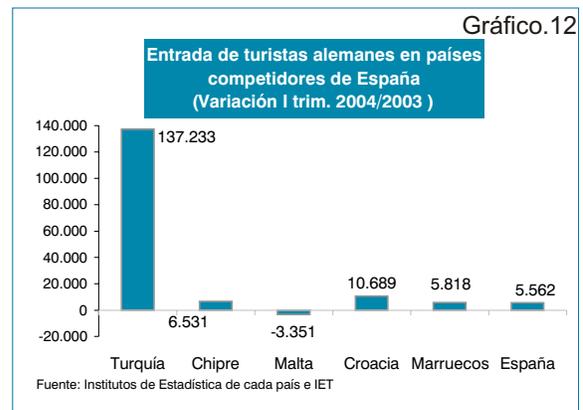
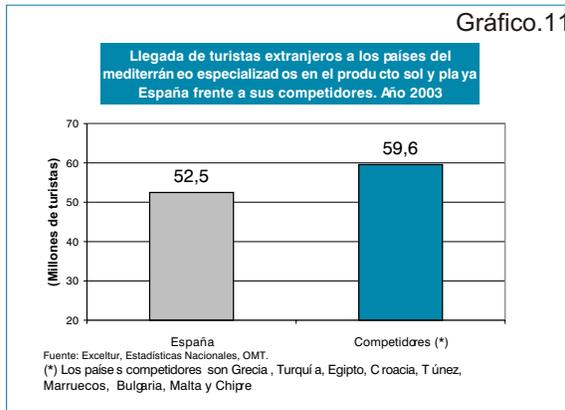


- Esta situación y la tendencia que viene siguiendo España desde hace ya varios trimestres se hace más inquietante cuando en puros términos de llegadas de turistas extranjeros, se **observa por contra el extraordinario comportamiento que a lo largo de estos dos primeros trimestres del 2004 han tenido los principales países competidores de España del mediterráneo oriental en el producto de sol y playa.**
- La comparación de la evolución de las zonas del litoral español con los países del mediterráneo oriental refleja la progresiva fase de madurez en la que se encuentran algunos de los principales destinos españoles especializados en estas líneas de producto y/o nuestra progresiva pérdida de competitividad por precio.
- Esas elevadas tasas de crecimiento en términos de llegadas de turistas extranjeros en el 2004 con respecto a los mismos meses del 2003 y en comparación con la española, hay que situarlas, no obstante, en el contexto de la inestabilidad geopolítica que a principios del 2003 afectó tanto a Turquía, como a Egipto, Túnez, Marruecos y, en menor medida, a Bulgaria.
- No obstante tampoco puede olvidarse que **en el 2003 estos países ya recibían en total a 60 millones de turistas** y, por tanto, esas mayores tasas de crecimiento que se evidencian en el, acumulado de este primer semestre del 2004 no pueden desdenarse ya que repercuten claramente y en volúmenes de turistas cada día más sustanciales, en una **pérdida progresiva de cuota de mercado para España entre nuestros principales mercados emisores europeos.**

Gráfico.10

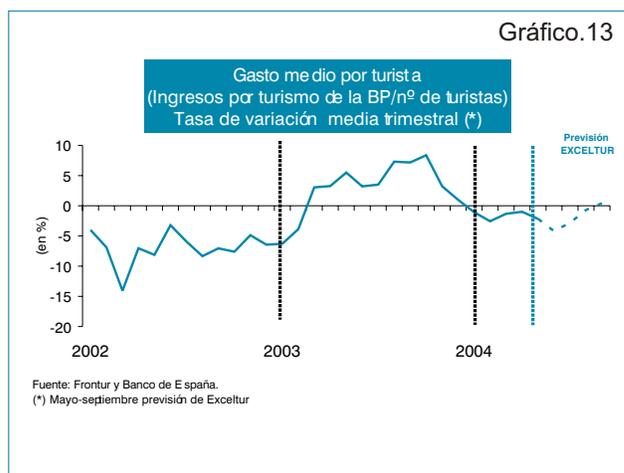


- Esta situación es especialmente relevante en el mercado alemán y muy particularmente con referencia a Turquía que, de mantener esta tasa de crecimiento a lo largo de lo que resta de año, cerraría el 2004 con un incremento de más de 7.000.000 de turistas con respecto a los más de 14.000.000 que ya recibió en el 2003 que fue un año todavía geopolíticamente adverso para ese país.

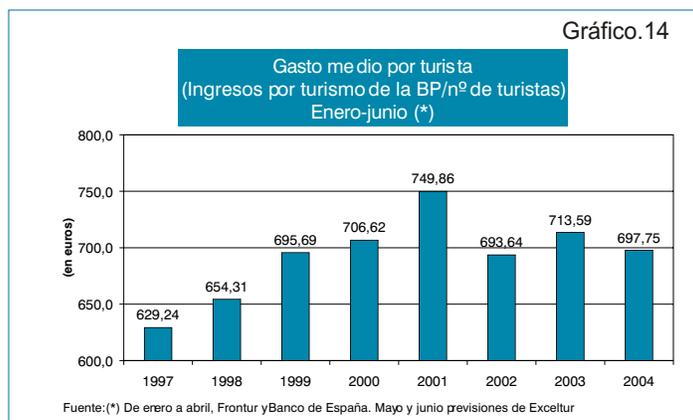


**Seguimos condicionados por la llegada de un perfil de turista extranjero de menor gasto promedio**

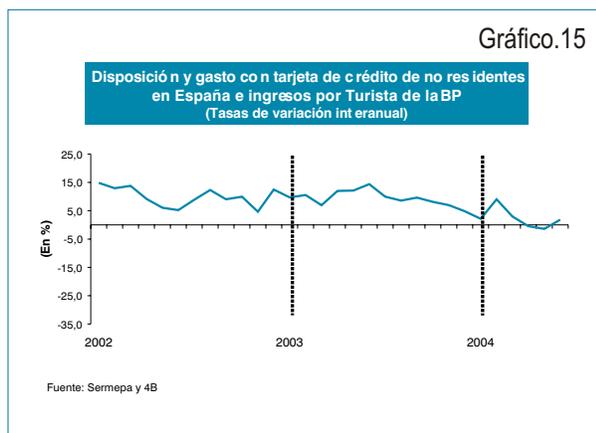
- Alcanzados los niveles de desarrollo turístico españoles, la pérdida progresiva de cuota de mercado externo, en puros términos de volumen de turistas, no debería constituir una gran preocupación de mantenerse y/o elevarse bien la estancia promedio o el gasto promedio de cada turista o ambos factores a la vez.
- Sin embargo y durante un trimestre más, la caída de resultados y expectativas empresariales se produce en paralelo a un contexto en el que de nuevo suben tímidamente un 0,3% el número de turistas extranjeros llegados a España, intensificándose en este segundo trimestre del 2004 la propensión a la llegada de un tipo de turista que genera un menor gasto promedio en los destinos y, en consecuencia, de menores efectos multiplicadores sobre el conjunto del tejido socioeconómico de los destinos.
- De hecho, con la información elaborada por el Banco de España y disponible sobre los ingresos por turismo y viajes de la Balanza de Pagos hasta el mes de abril y la estimación realizada por Exceltur para los meses de mayo y junio, **el gasto por turista extranjero en España se redujo en los seis primeros meses del año un -2,2% en términos nominales, y un -5,9% si se descuenta la inflación**, que tendería a recuperarse moderadamente a finales del año.



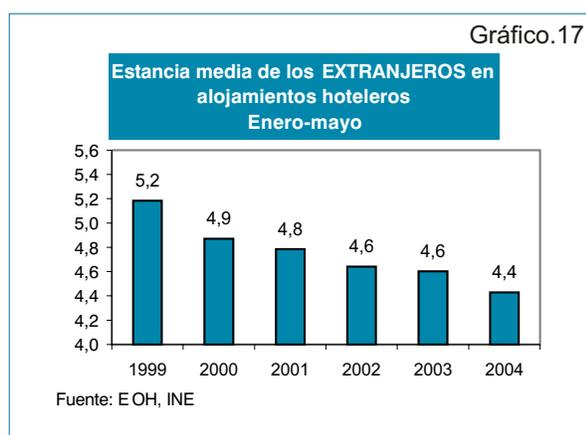
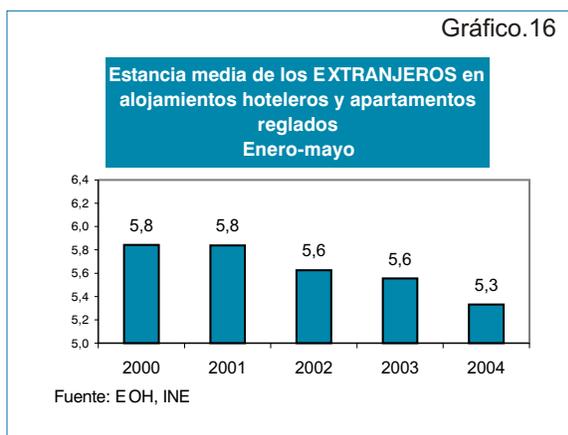
- Con este dato se rompe la senda de tímida recuperación que se había observado en el año 2003, por lo que la evolución **en el nivel de gasto medio por turista de estos seis primeros meses del 2004 se ha situado en 697,75 euros, lo que supone situarse apenas por encima de los niveles del año 1999**, o lo que es lo mismo seguimos acogiendo cada año un mayor número de turistas extranjeros que en términos reales tienen en promedio una menor propensión al gasto.



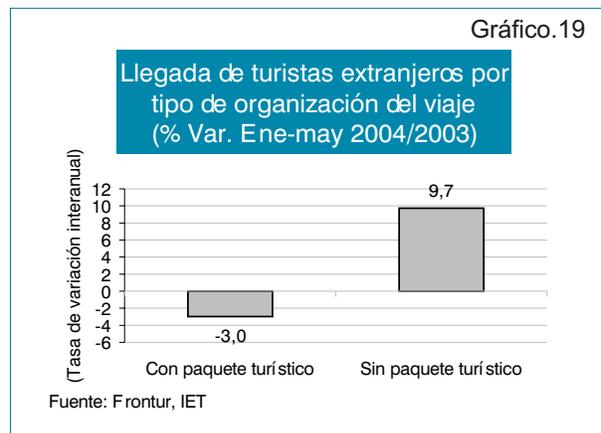
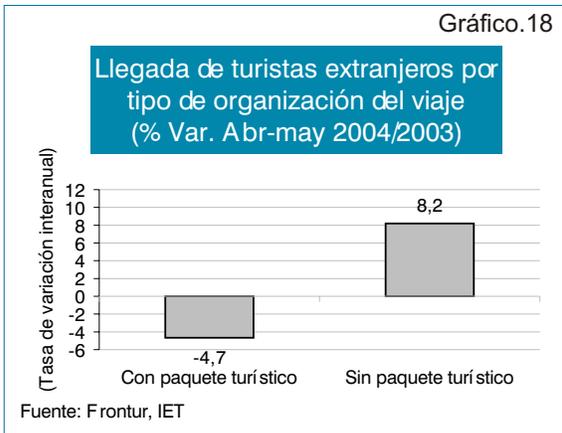
- El mantenimiento de esta tendencia para el conjunto del segundo trimestre del año se ve por otro lado confirmado por la evolución durante los meses de abril, mayo y junio de los pagos y la disposición de efectivo con tarjetas Visa y Mastercard de los turistas extranjeros en nuestro país.
- La información disponible de las sociedades Sermepa y 4B, que gestionan en España la compensación de pagos de estas tarjetas, es igualmente coherente y prueba por otro lado que en lo referente a estos dos conceptos de gasto a cargo de los no residentes en España, se han mantenido en este período los mismos niveles del 2003, con una tasa de crecimiento cero, lo que supone una importante desaceleración del gasto con tarjetas frente a la tasa de crecimiento del 12,9% que por estas mismas fechas presentaban el 2003 con respecto al 2002 y del 6,7% en este mismo trimestre del 2002 con respecto al 2001.



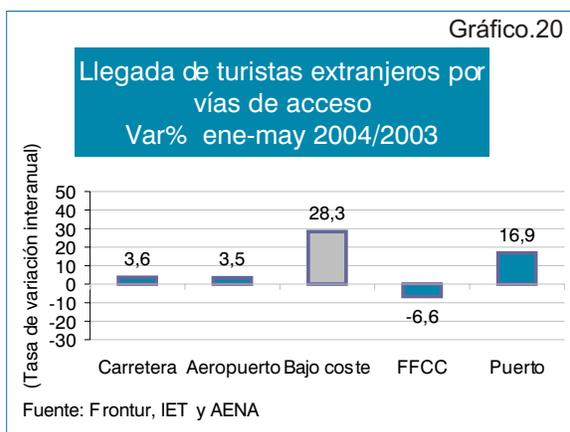
- Al margen de la posible variación en la tipología de nuestros clientes y/o sus hábitos de consumo, otro de los principales factores que se encuentra detrás de ese descenso del gasto promedio por turista extranjero es que **sigue acelerándose la tendencia de caída de la estancia media de esos turistas en nuestro país.**
- Con los datos oficiales actualizados para las tipologías de alojamiento hotelero y de apartamentos reglados (se desconocen los de la oferta no reglada), los resultados de la estadística EOH y de la EOAP del INE reflejan que **en los cinco primeros meses del 2004 la estancia media volvió a caer en 0,3 días respecto a los niveles del pasado año,** acumulando una reducción de 0,5 puntos en apenas cuatro años, y 0,8 días si se analiza el alojamiento sólo hotelero.



- Si bien algunos pudieran desdeñar la relevancia que tiene una caída de este nivel para la economía turística española, cabe señalar que **tan sólo las tres décimas de bajada en los cinco primeros meses del 2004 supone dejar de ingresar 76 millones de Euros (12.600 millones de pesetas)**, si se tiene en cuenta que para el año 2003, el nivel de gasto medio diario en destino que realiza un turista que va a un alojamiento hotelero es de 41€ y a un apartamento alquilado de 29€, según los datos de la estadística Egatur del Instituto de Estudios Turísticos recientemente publicados. De ahí que si esta caída de la estancia media se mantuviera para todo el conjunto de 2004, lo que se dejaría de ingresar se elevaría a casi 263 millones de euros (43.758 millones de pesetas)
- Siguen intensificándose y consolidándose aceleradamente **los turistas extranjeros que vienen de forma independiente y se auto organizan su viaje que crecían en abril y mayo un 8,2%, mientras el turista clásico que viene a través de un paquete turístico vuelve a caer un 4,7%.**

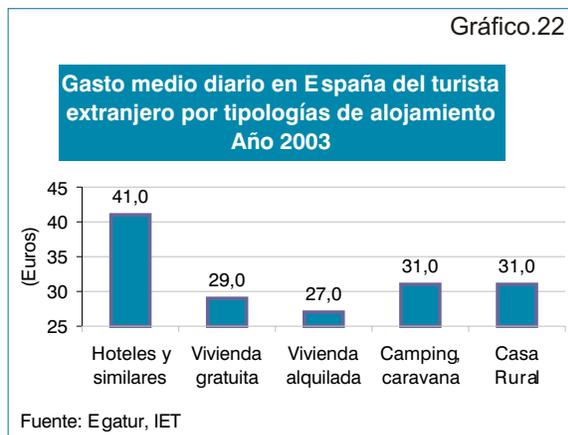
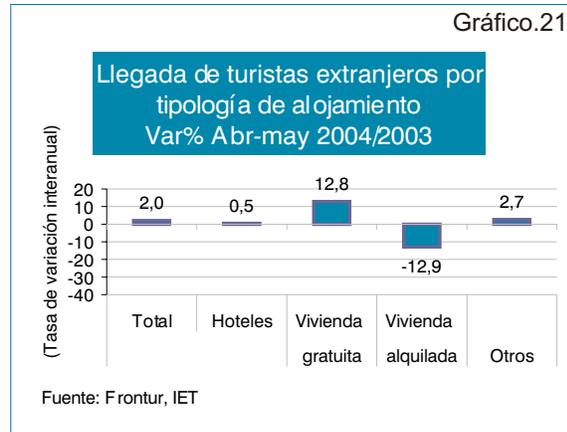


- Esto ha provocado, según los datos de Frontur, que en **apenas 3 años y en el acumulado enero-mayo el número de turistas independientes hayan aumentado en casi 2,5 millones, mientras el número de turistas con paquetes se ha reducido en 1,1 millones.**
- La creciente organización del viaje de forma independiente sigue impulsando con fuerza en este segundo trimestre los cambios en dos elementos clave de la industria turística, como son el transporte y el modo de alojamiento utilizado. En el caso del transporte, la apertura de nuevas rutas y mayores frecuencias hacia aeropuertos españoles por parte de las compañías aéreas de bajo coste extranjeras durante el comienzo del año 2004 junto con la respuesta de la demanda sigue impulsando el fuerte crecimiento de la llegada de pasajeros por vía aérea.
- Hasta el mes de mayo, el número de turistas que accedían por vía aérea se elevaba un 3,5%, con un crecimiento reducido del 0,5% en el período abril-mayo, **mientras el número de pasajeros en compañías aéreas de bajo coste se incrementaba un 23,8% en los primeros cinco meses del año:** nos encontramos ante tasa de crecimiento algo más moderadas que las del pasado año, pero alcanzando ya una cuota de mercado del 28,3% en este período, según un reciente informe elaborado por el IET.

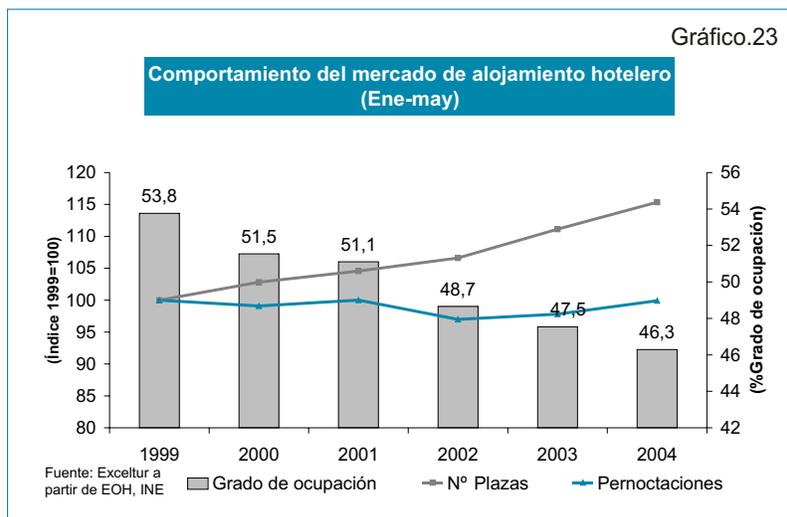


- El otro elemento cada día mas revelador de la dinámica del turismo extranjero en las zonas costeras durante estos dos primeros trimestres vuelve a ser **el crecimiento en el uso de la oferta residencial**, con un cada día mas cuestionable impacto en términos generales en cuanto a su generación de empleo y según la encuesta EGATUR en cuanto a sus efectos económicos multiplicadores a medio plazo.
- Durante los meses de abril y mayo el número de turistas que utilizaron las casas propias o de familiares y amigos se elevó un 12,8% y en el acumulado del año un 8,5%. Esto supone que en España hoy vienen 1,7 millones de turistas más durante los meses de enero a mayo a este tipo de establecimientos que los que lo hacían en 1999.

- De hecho [los resultados de la encuesta EGATUR demuestran que el gasto medio diario en los destinos españoles por persona de los turistas usuarios de establecimientos residenciales durante el año 2003 era de 29€ diarios, un 30% inferior al gasto de aquellos turistas que se alojaban en establecimientos hoteleros.](#)
- Pendiente de contrastes y análisis mas profundos, causan igualmente a priori cierta inquietud algunas previsiones y fuentes que observan la posibilidad de construir en el horizonte 2004-2008 un promedio anual de 100.000 viviendas residenciales para uso turístico a lo largo de las Comunidades Españolas con costas, [lo que supondría la preocupante cifra de 1,5 millones de nuevas plazas de potencial uso turístico por encima de las aproximadamente 6.000.000 ya existentes,](#) y en un contexto de clara desaceleración de la demanda extranjera.

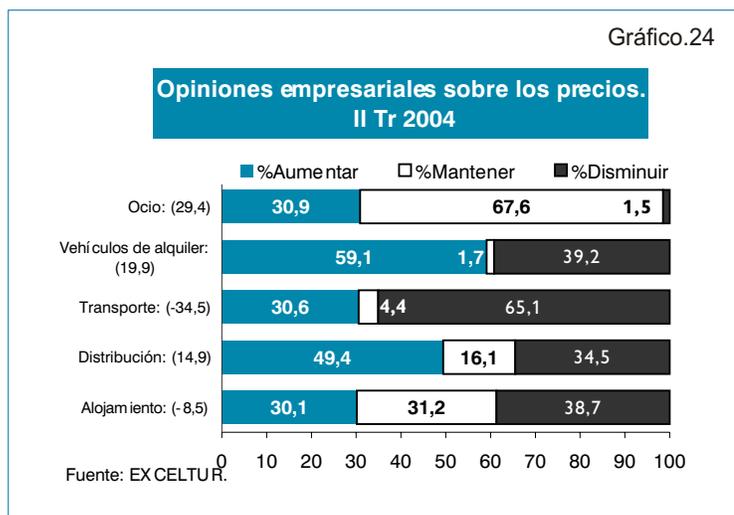


- Por ultimo, la introducción excesiva de nuevas plazas de alojamiento residencial produciría a su vez mayores desequilibrios y una elevación del riesgo de su posible posterior comercialización ilegal, en un contexto donde, por otro lado, son a su vez [cada día mas patentes y sorprendentes los niveles de sobreoferta alojativa tanto en ciudades como en zonas vacacionales](#) reiteradamente denunciados por Exceltur en el 2003 y cuya brecha en la asimetría oferta-demanda ha seguido acrecentándose en términos generales durante estos dos trimestres del 2004.

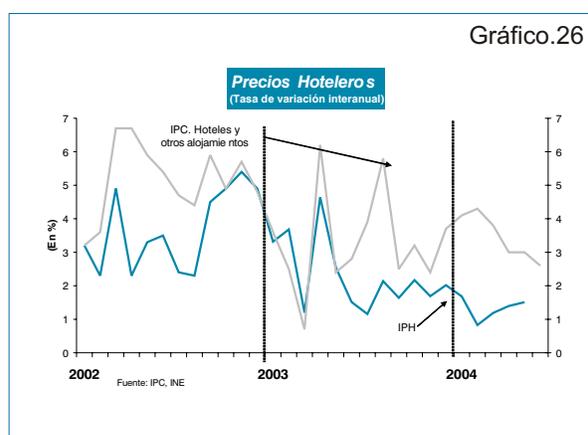
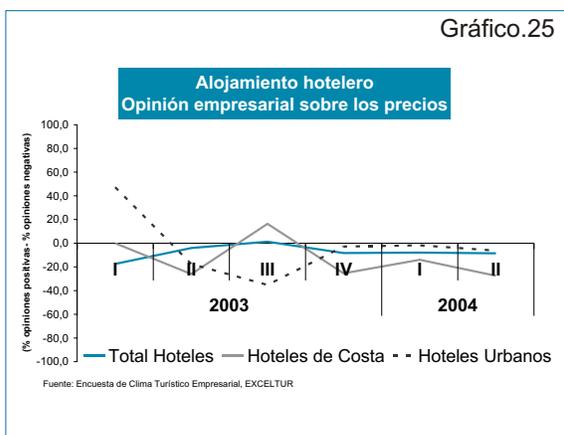


- Tan solo en el sector hotelero y a lo largo de los cinco primeros meses del 2004 el número de plazas abiertas se habían incrementado en general en un 4,8%, mientras las pernoctaciones han crecido tan solo un 2,1%. Este desfase ha provocado una nueva caída del grado de ocupación que se sitúa en los primeros meses del año en una media del 46,3%, 1,2 puntos por debajo de la ocupación media durante ese mismo período en el año 2003.

- La concentración del esfuerzo inversor en alojamientos de mayor categoría explica que sea en éstos donde se produzcan las mayores caídas de la ocupación a pesar del crecimiento de la demanda. En España durante los cinco primeros meses de este año 2004 se han abierto un 20,9% de nuevas plazas de alojamientos de cinco estrellas y un 14,5% de cuatro estrellas, lo que ha provocado que los grados de ocupación se reduzcan en 3,1 puntos en el caso de los primeros y en 1,3 en el de los segundos.
- **La situación generalizada de sobreoferta y la falta de respuesta de la demanda han vuelto a inducir un escenario proclive a la bajada de precios con su consecuente caída de márgenes empresariales en el subsector del alojamiento** como estrategia de dinamización, con lo que ya llevamos tres años inmersos en esta espiral sin que en términos generales se vea todavía un claro proceso reversivo de esta tendencia.



- En el conjunto de los hoteles españoles se atestigua la opinión generalizada de haber seguido una estrategia de reducción de tarifas en el 38,7% de los empresarios encuestados por Exceltur (29,1% manifestaban una leve caída), mientras para un 31,2% los precios se sitúan en los mismos niveles del pasado año. Esta situación se corresponde con los indicadores oficiales elaborados por el INE. Así, el Índice de Precios Hoteleros (IPH) ha registrado de media en el segundo trimestre un crecimiento del 1,5%, por el 2,9% del IPC de hoteles en sus niveles más bajos de los últimos años, en ambos casos por debajo del crecimiento medio de los precios en España cifrado en el 3,2%.



- Sin embargo **es de nuevo en los empresarios de los destinos turísticos de las islas y del litoral mediterráneo donde más se acusan las bajadas de precios y rentabilidades**. Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur la opinión mayoritaria de esos empresarios (52,0%) es que han tenido que bajar los precios respecto al mismo trimestre del pasado año, y tan sólo un 24,0% los que declaran haberlos podido incrementar aunque muy moderadamente.

Gráfico.26

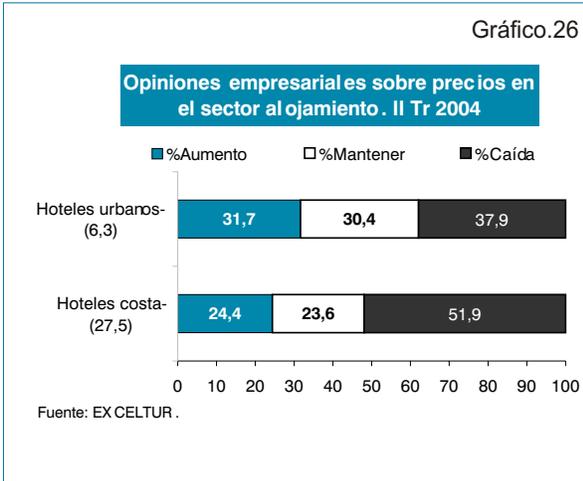
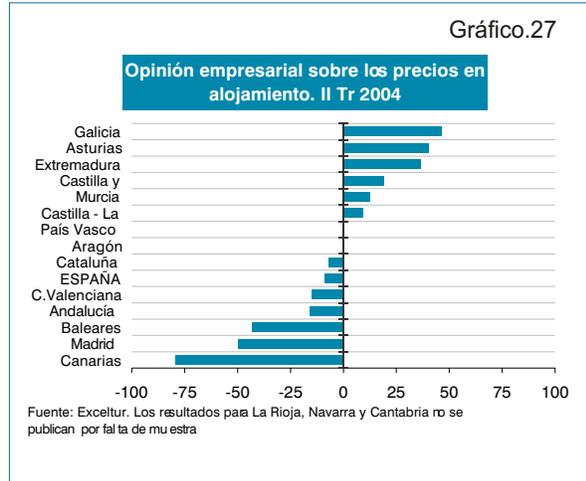


Gráfico.27



- Esta tendencia casa con la información estadística del IPH del INE que resalta el que en este segundo trimestre las comunidades del litoral mediterráneo salvo Cataluña- no logran situar sus crecimientos de precios por encima del 1,5%, e incluso algunas como Baleares reflejan nuevas caídas en sus precios (-0,6%), lo que se confirma en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial, donde se percibe un consenso generalizado sobre la reducción de precios en Canarias, Madrid, Baleares y en menor medida en Andalucía y la Comunidad Valenciana.

**El turismo urbano y de interior se muestran menos sensibles a la desaceleración de la actividad turística del segundo trimestre con Galicia y el País Vasco como las regiones de mejor comportamiento en el segundo trimestre del 2004**

- Frente a la situación del litoral, **la actividad de los establecimientos urbanos** aun a pesar de sufrir igualmente de una creciente situación de sobre oferta, **ha tenido un mejor comportamiento durante este segundo trimestre**. La desaceleración de la actividad económica que se esperaba y poníamos de manifiesto en el anterior Informe Perspectivas Turísticas ha sido más limitada, y ha afectado más a los beneficios que a las ventas debido al efecto de reducción de los precios.

Gráfico.28

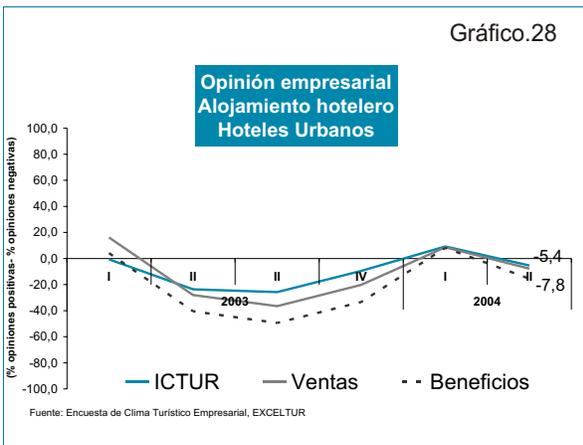
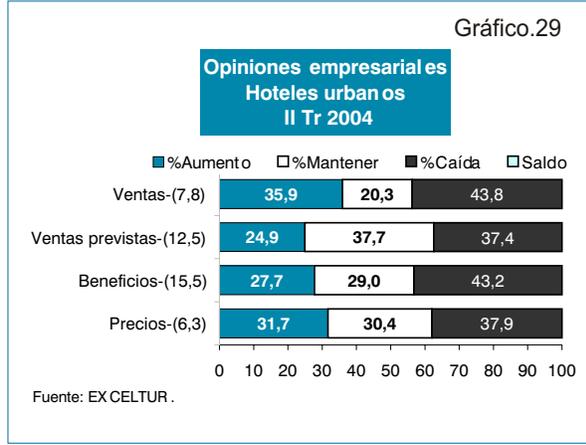
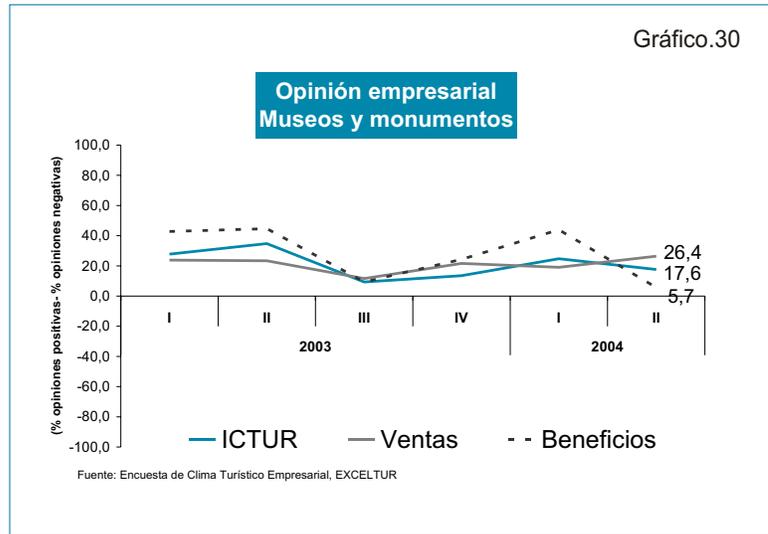


Gráfico.29

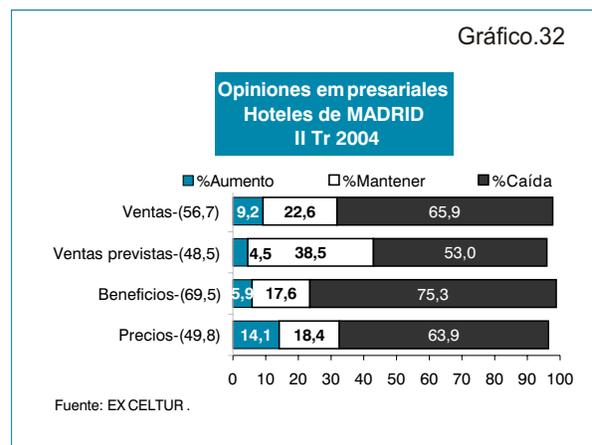
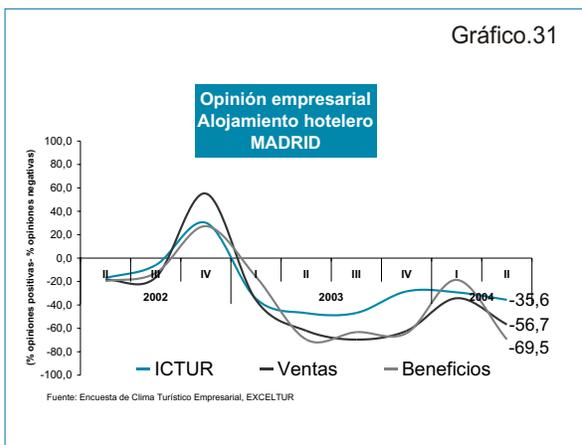


- En todo caso, esa desaceleración tras tres trimestres consecutivos de una tendencia de todos los indicadores al alza pudiera tener su origen en la ralentización de la actividad empresarial y de negocios tras la inicial incertidumbre generada por el cambio de gobierno y las eventuales consecuencias del 11 M, que se espera se corrijan en el segundo semestre del año.
- Por otra parte, **se sigue observando el gran efecto locomotora a efectos turísticos de las inversiones en equipamientos y eventos culturales, manifestada un trimestre más en una opinión positiva de los gestores de museos y monumentos** recogida en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

- Para el 47,2% de los encuestados durante este segundo trimestre la afluencia de visitantes era superior a la del pasado año, mientras apenas un 20,8% observaban una leve caída, dentro de una moderada tendencia al alza frente a la situación del primer trimestre.

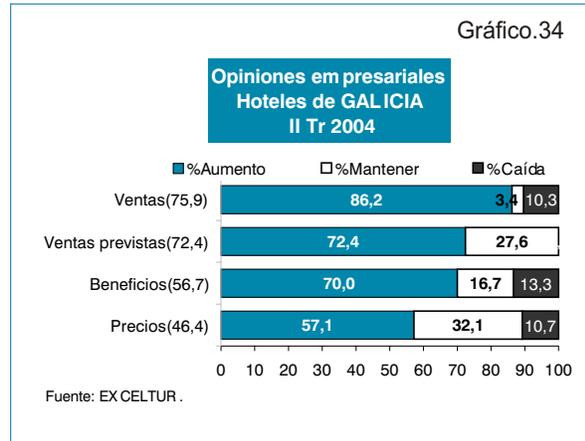
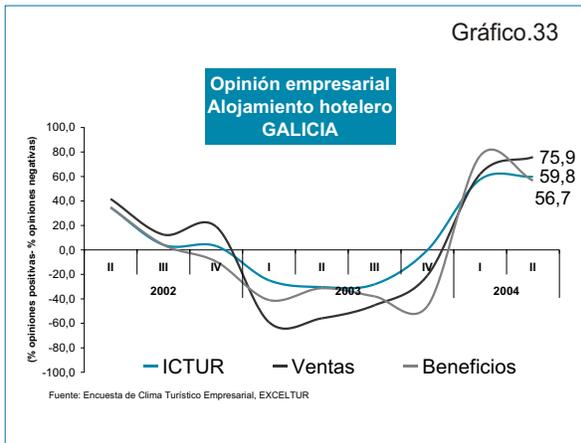


- **Por destinos urbanos, dentro del panorama de las diversas ciudades españolas las condiciones más adversas se identifican en Madrid.** Tras unos efectos limitados de los tristes acontecimientos del 11-M, aunque todavía inmersos en una percepción negativa que se extiende desde el pasado año, el 65,9% de los empresarios madrileños de alojamiento declaraban haber experimentado una nueva caída de las ventas y el 75,3% en sus beneficios durante este segundo trimestre del 2003.
- La dinámica de Madrid sigue influida por el estímulo continuado de sus autoridades a la apertura de nuevas plazas de alojamiento que a corto plazo acentúa el notable problema de sobre oferta, junto a la todavía insatisfecha aspiración empresarial de que se pueda materializar definitivamente una nueva estrategia de marketing turístico, con una visión integral a largo plazo que defina claramente el posicionamiento deseado, y el nuevo modelo de gestión mixto público-privado que asegure la mayor eficacia operativa.
- Ello permitiría, entre otros, coordinar mejor las acciones entre el Ayuntamiento y la Comunidad, e integrar y comprometer en mayor medida al sector privado, elevando la dotación de medios y recursos actuales y optimizando las sinergias y simbiosis que debe regir entre la promoción de los atractivos turísticos de la ciudad y los de su entorno de influencia.

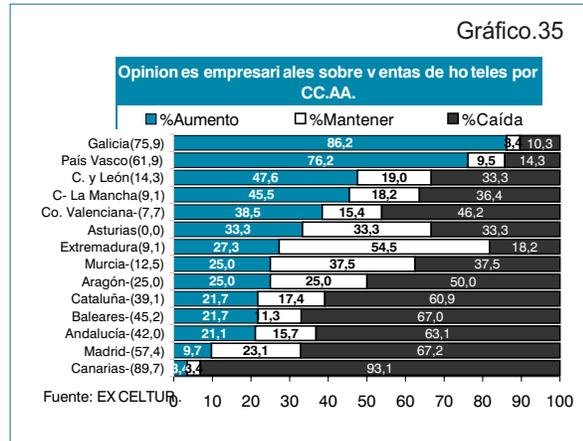
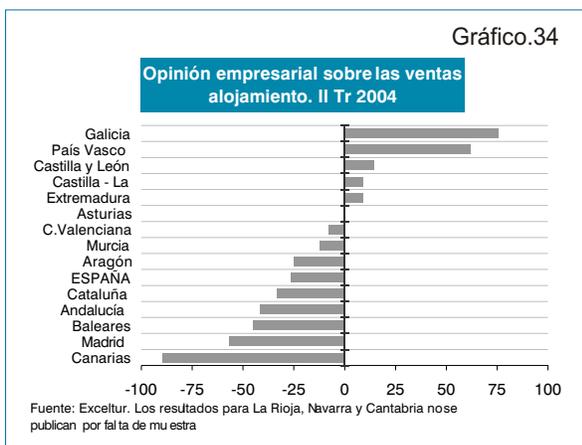


- **Las Comunidades Autónomas del litoral cantábrico, Galicia y el País Vasco registran excelentes resultados durante este segundo trimestre de 2004.** La celebración del año Santo una vez más ha servido de estímulo y revulsivo para el sector turístico gallego, especialmente tras el infortunio de imagen para el turismo que supuso en el 2003 el Prestige y donde hay una práctica unanimidad entre los empresarios encuestados en cuanto al positivo impacto del Xacobeo sobre las ventas y los beneficios.

- De los empresarios que en este segundo trimestre respondieron a la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, el 86,2% experimentaban un crecimiento en sus ventas y un 70,0% en sus beneficios, principalmente explicado por el crecimiento del turismo nacional que se incrementó un 32,6% en los meses de abril y mayo.
- Las perspectivas para el verano son a su vez de un claro optimismo con un indicador ICTUR elaborado por EXCELTUR que se sitúa en un valor de 59,8, el mas alto desde que iniciamos estas encuestas de clima empresarial hace tres años



- **Igualmente las Comunidades Autónomas de la meseta peninsular Castilla y León, Castilla La Mancha y Extremadura, afrontan el año 2004 con buenos resultados**, manteniendo la tónica experimentada en los tres últimos años a pesar del ciclo económico adverso.
- Su apuesta por nuevas formas turísticas, la recuperación y puesta en valor de su patrimonio histórico y cultural y la mejora de los establecimientos, unido a un apoyo público manifestado en crecientes presupuestos de promoción han favorecido este proceso de crecimiento de la demanda, con un protagonismo cada vez mayor de la demanda extranjera. En el caso castellano leonés la apertura de nuevas conexiones aéreas de Bajo Coste con el centro de Europa desde Valladolid ha abierto una nueva oportunidad para un impulso adicional, que pudiera llegar a replicarse en Castilla La Mancha de abrirse el aeropuerto de Ciudad Real a este tipo de tráficos.

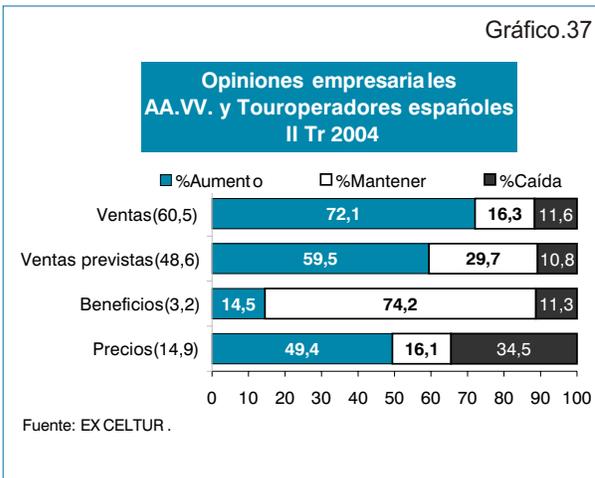
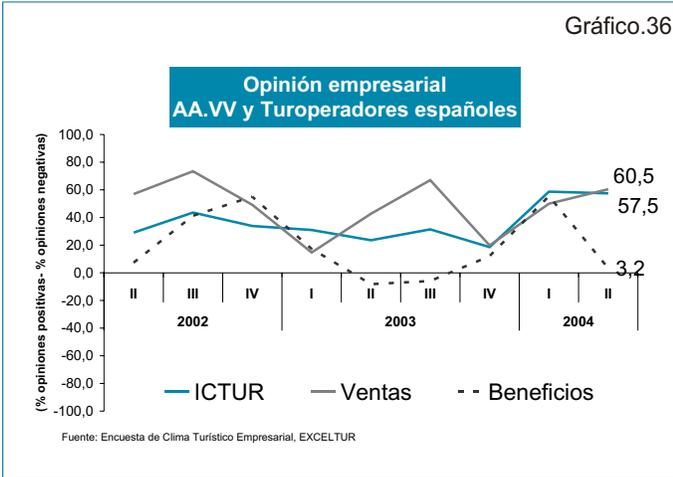


**Las Agencias de viajes españolas mantienen un fuerte dinamismo en las ventas con un mantenimiento de los márgenes**

- La proximidad del verano y la confianza del consumidor español en nuestra propia economía avalada por el crecimiento del empleo han vuelto a explicar el dinamismo de la adquisición de viajes y servicios turísticos durante el segundo trimestre.

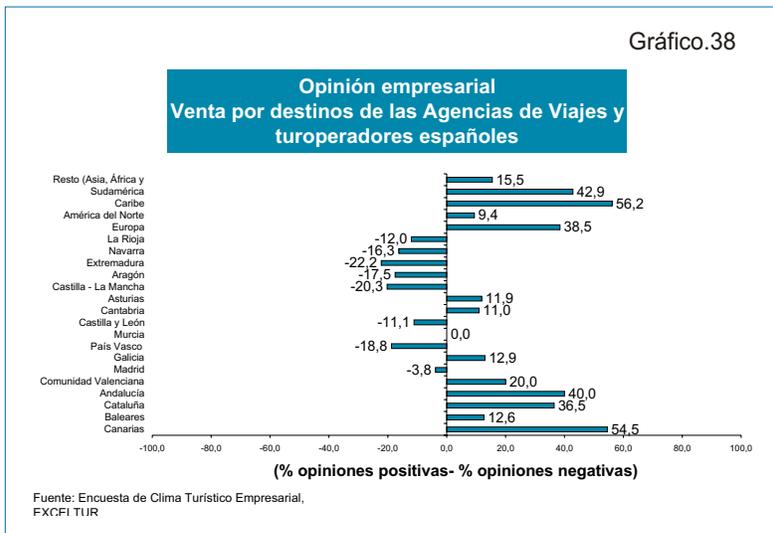
➤ En este contexto, **la red de agencias de viajes de los principales grupos españoles han vuelto a experimentar notables crecimientos en sus ventas respecto al pasado año en el que ya se registraron excelentes comportamientos de ese parámetro.**

➤ Según La Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, **el 74,1% de las agencias encuestadas experimentaron incrementos en sus ventas** durante el segundo trimestre del 2004, con buenas perspectivas para que esta dinámica siga manteniéndose en julio, agosto y septiembre para el 59,5% de sus gestores.



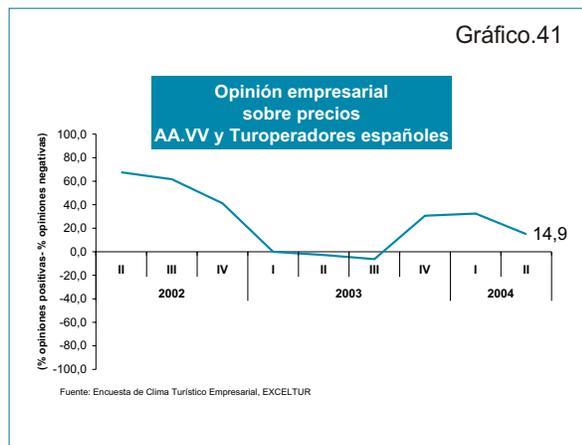
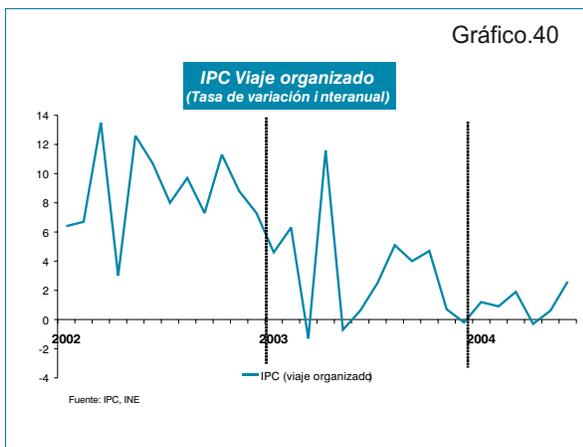
➤ Dos aspectos merecen la pena ser destacadas durante este trimestre. El primero es **el excelente comportamiento de las ventas hacia destinos fuera de España y entre los que se destacan el Caribe y Sudamérica muy favorecidos entre otros por los precios tan competitivos a los que se están vendiendo dado el favorable efecto cambiario € / US\$**, con un consenso generalizado sobre unas tasas de crecimiento por encima del resto de destinos españoles salvo, Canarias y Andalucía.

➤ Estos datos se ven confirmados por el fuerte crecimiento del BSP internacional (7,0%) hasta el último dato disponible del mes de abril, con elevaciones de la venta de billetes a América del 16,5%, y sobre todo por el positivo comportamiento de los pagos al exterior por turismo de la Balanza de Pagos, que con datos del Banco de España hasta el mes de mayo han crecido igualmente un 20,6%. con respecto al año pasado.



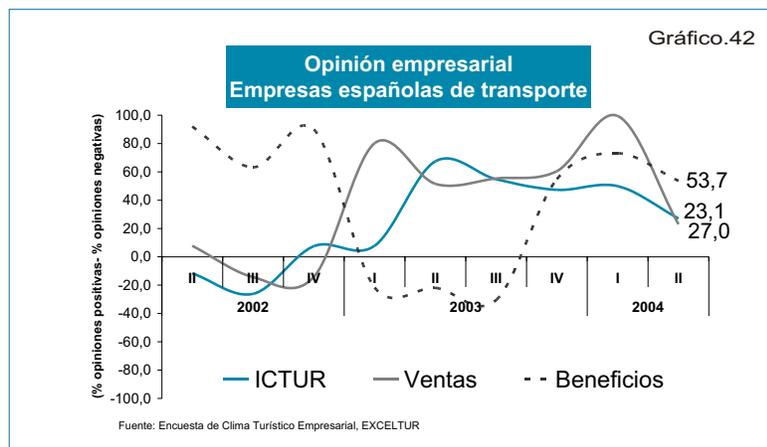


- Por otro lado, cabe igualmente señalar la creciente demanda española de la que se están favoreciendo los cruceros con las tasas de crecimiento proporcionalmente más elevadas de entre las diversas líneas de productos.
- El segundo aspecto **es el mantenimiento de la rentabilidad de las agencias de viajes en los niveles del pasado año, según declaran el 74,2% de ellas en un contexto de mantenimiento de los precios medios**. El indicador de precios de la Encuesta de Clima se situaba en 14,9, por debajo del valor de 32,5 del primer trimestre, mientras el IPC de viaje organizado del INE en la media de abril, mayo y junio registraba un leve aumento del 1,0%, por debajo del 3,8% del mismo periodo del pasado año.



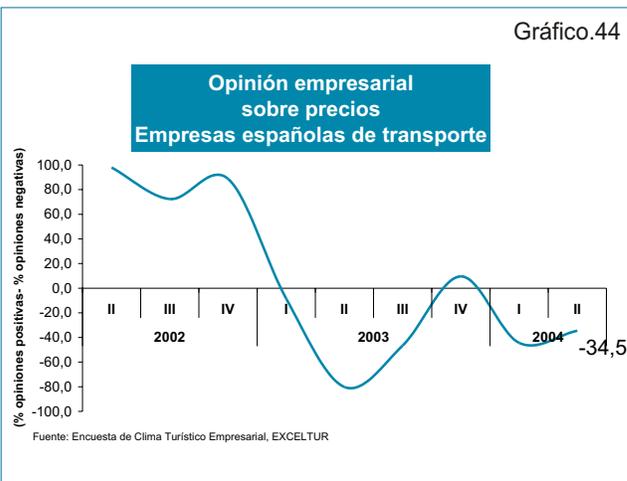
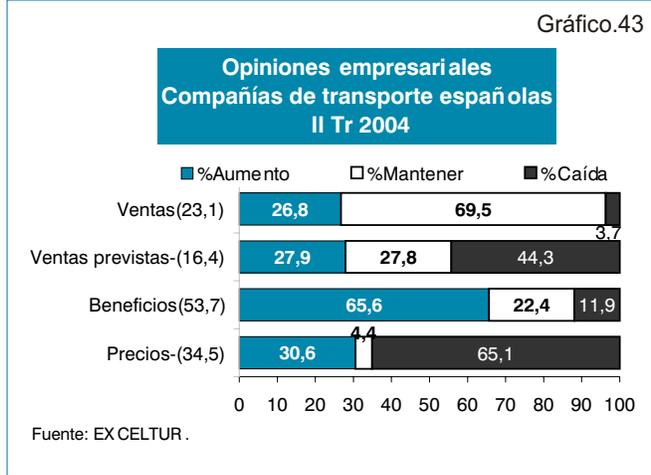
**Las compañías de transporte mantienen un crecimiento en los beneficios a pesar de la moderación de las ventas**

- **Las compañías de transporte españolas han mantenido durante el segundo trimestre la dinámica de crecimiento de sus ventas** que se viene observando desde comienzos del pasado año 2003 asociado al dinamismo del mercado español.
- Los mayores crecimientos se aprecian en los indicadores de tráficos de pasajeros por vía aérea --con un aumento del 9,2% hasta mayo--, mientras el transporte por carretera se ha resentido con un descenso del 3,7%, al igual que el transporte ferroviario (-1,9%). En este contexto, la opinión mayoritaria entre el 69,5% de los empresarios es la de un mantenimiento de las ventas durante el segundo trimestre de 2004 respecto al mismo período del pasado año.



➤ Este menor dinamismo de las ventas que se observa en promedio, sin embargo, no ha afectado a los beneficios gracias a los resultados de los planes de recorte de gastos aplicados durante 2003 y el primer semestre de 2004, especialmente por las compañías aéreas. Al escenario de ralentización de la demanda salvo en el caso aéreo- las empresas de transporte se han tenido que enfrentar adicionalmente a un contexto de mayor competencia y en el que igualmente se evidencia en algunos subsectores una capacidad excedentaria de oferta, lo que ha vuelto a inducir a estrategias de reducciones de precios.

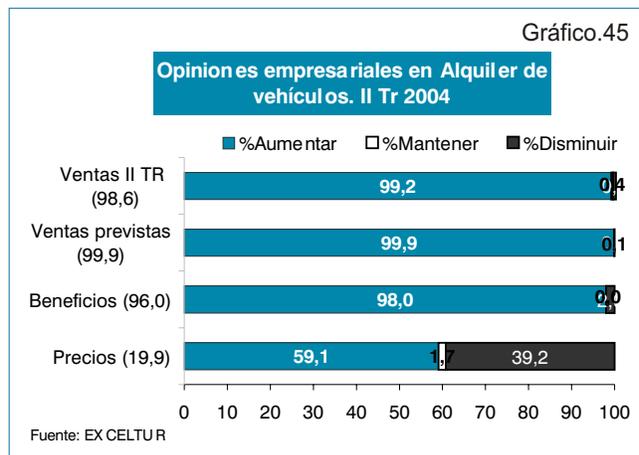
➤ Un 65,1% de los empresarios encuestados, se han visto afectados por el aumento de los costes del petróleo, con un impacto que se ha visto limitado bien por las coberturas de riesgo contratadas y/ o la traslación al precio final introducida a mediados del mes de mayo. A pesar de estos factores **el 65,6% de los empresarios manifiestan haber incrementado sus beneficios, por sólo el 11,9% que experimenta una caída de esta variable.**



➤ **El sector aéreo sigue condicionado por el proceso de competencia en precios introducido por la creciente penetración en conexiones punto a punto y frecuencias de las compañías aéreas de bajo coste,** al que han respondido con agresivas campañas de ofertas las empresas españolas.

➤ La opinión de los gestores de las compañías aéreas españolas de red es prácticamente unánime respecto a la fuerte caída de las tarifas medias en relación al pasado año, dado que **las compañías de bajo coste extranjeras ya controlan un 28% de la cuota de mercado de la llegada de viajeros a España por vía aérea,** con un aumento del 28,3% de enero a mayo de este año.

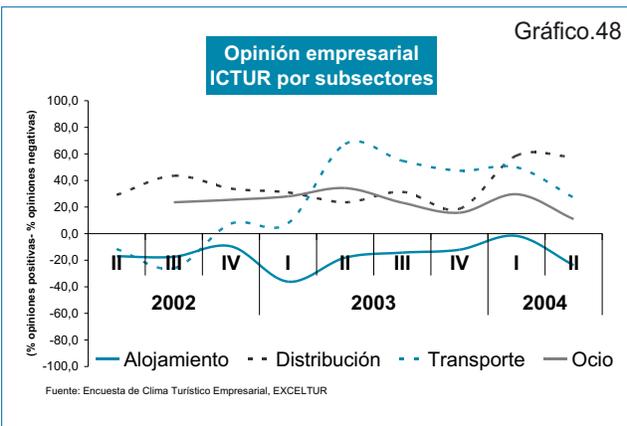
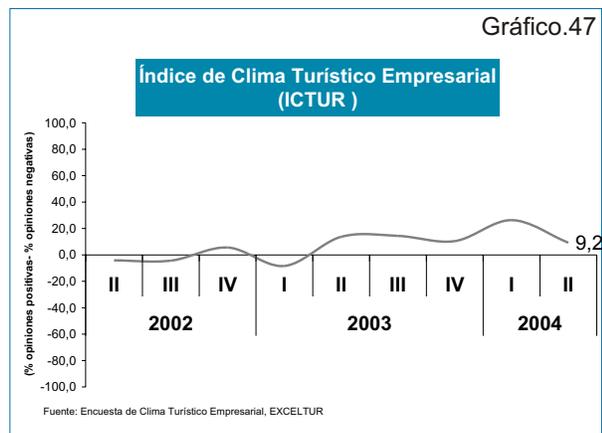
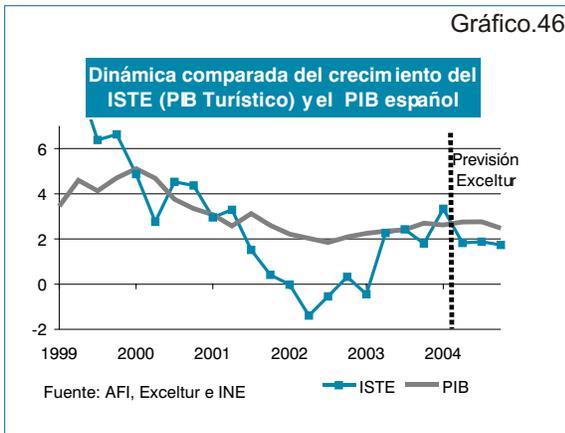
➤ **En el caso de las empresas de alquiler de vehículos, los resultados siguen siendo muy positivos,** si bien se percibe una moderación entre las empresas del sector respecto a la evolución de las ventas, donde la opinión generalizada es la de un leve aumento tanto de esta variable como de los beneficios. Los resultados de la Encuesta reflejan un peor comportamiento relativo de las pequeñas empresas de alquiler localizadas en el litoral, afectadas por la caída de la demanda extranjera con una menor propensión al gasto antes apuntada.



**El comportamiento agregado de la industria turística se resiente en este segundo trimestre con una desaceleración del crecimiento del PIB turístico hasta un 1,8%, explicado en exclusiva por el dinamismo de la demanda española.**

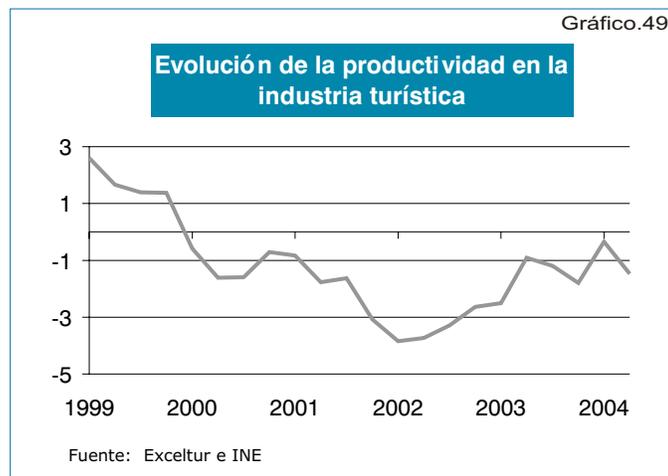
➤ Como resultado de las diversas tendencias de demanda y los diferentes comportamientos subsectoriales de las empresas turísticas, **el ISTE: Indicador que Exceltur elabora trimestralmente y que refleja el crecimiento real del PIB turístico, ha reducido en el segundo trimestre su ritmo de crecimiento hasta un 1,8%,** tras el 3,3% que había alcanzado en el primer trimestre.

- Esta evolución es consecuente con la caída a su vez **del Índice de Clima Turístico de Exceltur (ICTUR) que mide las expectativas y que experimenta una reducción hasta un valor del 9,2, desde el 26,3 del trimestre anterior,** volviendo a los niveles del segundo trimestre del pasado año.



- **El deterioro de las expectativas empresariales es compartido por primera vez por los gestores del conjunto de todas empresas relacionadas con la actividad turística.** El ICTUR en el segundo trimestre del 2004 ha caído tanto en el subsector del alojamiento como en el del transporte en el de Agencias de Viajes y Turoperadores y en el del ocio y la cultura con respecto a los niveles del primer trimestre.

- La ralentización de la actividad turística no ha afectado sin embargo a la creación de empleo. No obstante, el aumento del 3,7% en el número de afiliados de la seguridad social, por debajo del crecimiento del PIB turístico (1,8%) estaría poniendo de manifiesto **una nueva y preocupante caída de la productividad, muy condicionada por el sobredimensionamiento de empleo debido a la apertura de nuevos establecimientos que no se han visto acompañados por el crecimiento de la actividad.**

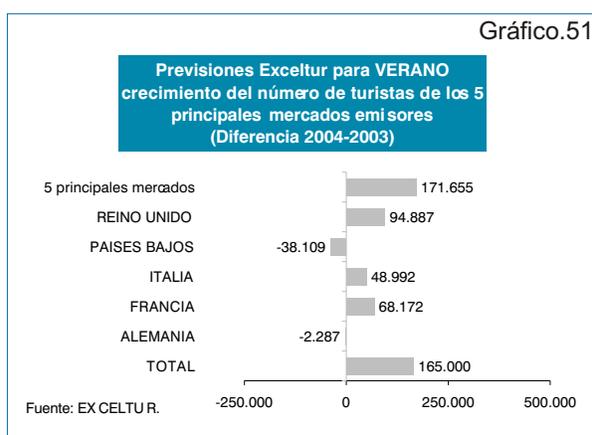
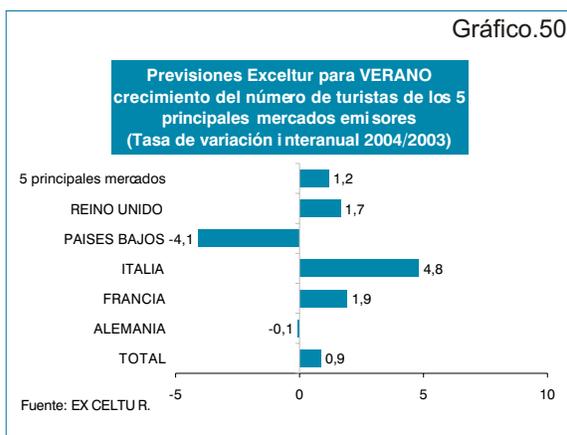


# Perspectivas para los meses de julio, agosto y septiembre y el cierre del año 2004

## PREVISIONES VERANO 2004

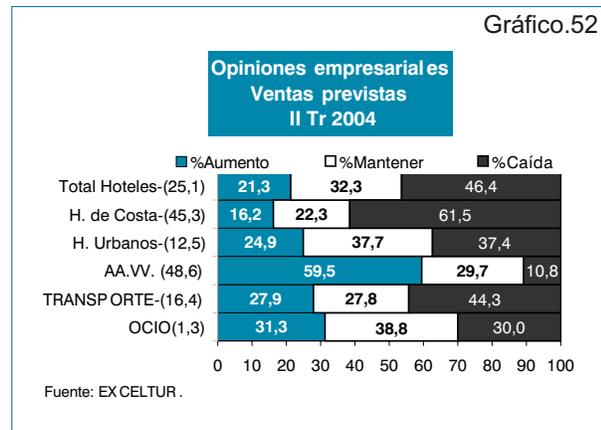
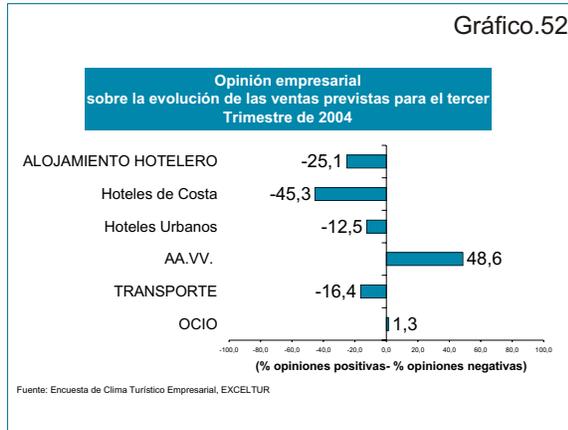
➤ La opinión que se deriva de la Encuesta de Clima Empresarial y las previsiones de las principales variables determinantes de la dinámica turística no permiten augurar un buen verano de 2004 en términos de ventas y de rentabilidades empresariales.

➤ Los mayores problemas seguirán viniendo de la mano de la demanda extranjera para la que estimamos un tímido crecimiento del 0,9% en la llegada de turistas en los meses de Julio Agosto y Septiembre. No obstante, este crecimiento no puede valorarse de forma positiva ya que hay que recordar que el verano pasado el número de turistas cayó un 3,0% en los meses de julio agosto y septiembre y además el escenario actual viene marcado por una tendencia de moderada recuperación económica y de los flujos turísticos internacionales.

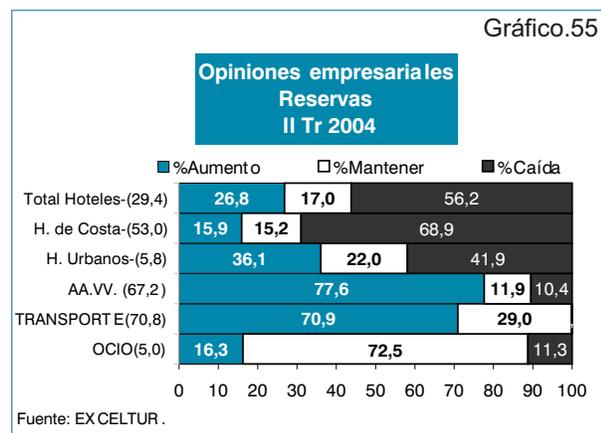
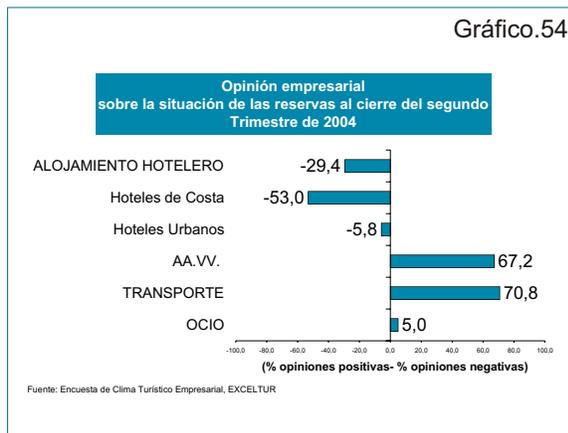


- La moderada subida de turistas extranjeros que pudiera darse en julio, agosto y septiembre volverá a concentrarse en los cinco principales mercados donde España aglutina más del 70% de la demanda extranjera. El Reino Unido seguirá siendo el que aporte un mayor crecimiento en número de turistas, si bien esperamos una desaceleración en sus ritmos de crecimiento relativo ante la apreciación de su moneda y los elevados niveles de turistas ya alcanzados.
- En el caso alemán, nuestras previsiones sitúan la llegada de turistas en los mismo niveles que el pasado año, siendo el mercado italiano el que esperamos un mejor comportamiento relativo con un crecimiento en el número de turistas del 4,8% respecto al tercer trimestre del pasado año.
- Según nuestras valoraciones la presumible mayor llegada de turistas extranjeros estimamos que vendrá acompañada de un ligero incremento nominal del gasto promedio por turista del 0,3%. Cuando se compara este aumento con las previsiones de inflación las conclusiones no pueden ser de nuevo demasiados optimistas ya que supondría consolidar durante un trimestre más la caída en los ingresos promedio en términos reales para cada turista extranjero en este caso del 4,0%.
- Por contra, las previsiones para el mercado nacional son muy positivas de manera que se espera que de nuevo sea la demanda interna la que pueda salvar los resultados en los destinos y empresas españolas, si bien con un impacto diferencial en función de su estructura de mercado.
- En concreto, esperamos para el verano que la afluencia de los españoles a los hoteles crezca un 4,8%, medida en número de pernoctaciones, que es cada día más el único indicador fiable y de relevancia para medir la dinámica del sector en términos de volumen.
- Las previsiones señaladas son consecuentes con el pesimismo reinante entre las empresas turísticas españolas de cara a los próximos meses punta de la temporada del verano que se deriva de la Encuesta elaborada por Exceltur. Así la diferencia entre el porcentaje de los empresarios que esperan para entonces un aumento en sus ventas frente a los que prevén una caída es favorable a esta última en todos los subsectores salvo en el de los grandes grupos de agencias de viajes españolas y, en menor medida, del ocio y la cultura.

- Esta diferencia es especialmente significativa en los hoteles de la costa e islas españolas, donde el 61,5% espera una caída en las ventas frente a apenas un 16,2% que es optimista respecto al crecimiento de este indicador para los meses de julio, agosto y septiembre.



- Esta situación es coherente con los niveles de reservas con los que cerraban el segundo trimestre del año. Sólo en el caso del transporte se observa una discrepancia sobre la positiva evolución de las reservas al concluir el segundo trimestre y las ventas esperadas para el tercer trimestre.



- Con este comportamiento del verano se espera cerrar un ejercicio anual que no responde a las favorables aunque prudentes expectativas que se habían suscitado a comienzos del año. Por tanto el 2004 volverá a ser un año flojo para el conjunto los intereses del sector turístico, español muy especialmente para aquellos vacacionales de Sol y playa y en particular para los que mas dependen de la demanda extranjera.
- Ello merece en esta ocasión un reflexión estratégica en mayor profundidad por el hecho que esta continuada ralentización se produce esta vez en un escenario de recuperación internacional de los flujos turísticos, que la OMT ha estimado para todo el mundo del 5%, y por tanto con una menor excusa a la apelación de factores exógenos que pudieran explicar nuestras circunstancias.

**PREVISIONES CIERRE DE AÑO 2004**

- A tenor de todas los resultados y consideraciones anteriores, a través del ISTE, indicador que elabora EXCELTUR (homologable al PIB turístico) estimamos que **el turismo español cerraría el año 2004 con un crecimiento del 2,2%**, todavía por debajo del 2,8% esperado para el conjunto de la economía española. La negativa dinámica de este segundo trimestre y su traslación al verano nos han aconsejado a reducir la estimación de cierre del año desde el 2,5% presentado a comienzos del año.

- Este crecimiento vendría acompañado de un incremento del **1,4% en el número de turistas extranjeros**, lo que supone una modificación a la baja de las estimaciones que presentamos a comienzos del año.
- **El ligero aumento en el número de turistas extranjeros vendrá explicado por el crecimiento del turismo británico acumulado en el primer semestre del año, y en menor medida por un mejor comportamiento del mercado italiano y francés.**
- **Los desfavorables datos del segundo trimestre nos ha obligado a modificar nuestra estimación sobre el gasto medio por turista, para el que ahora esperamos una negativa caída del -0,7% para el conjunto del 2004, lo que supondría a final del año 2004 una reducción del -3,7%** de este indicador descontando la inflación.

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL							PREVISIONES EXCELTUR					
	2000		2001		2002		2003		Verano 2004		Total 2004	
	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº
<b>ISTE (PIB turismo)</b>	4,3	2,8	-0,2	--	1,7	--	1,8		2,2	--		
<b>Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)</b>	11,0	8,5	-3,0	35.543,4	3,7	36.871,0	1,2	12.141,2	0,7	37.139,8		
<b>Ingresos por turismo/ turistas (euros)</b>	8,4	3,8	-6,1	679,3	4,1	706,9	0,3	621,6	-0,7	702,2		
<b>Total turistas extranjeros</b>	2,4	5,1	3,4	52.326.767	-0,3	52.161.174	0,9	19.531.760	1,4	52.892.283		
<b>5 principales mercados europeos</b>	1,6	5,3	4,3	37.999.594	0,8	38.294.090	1,2	14.765.716	1,1	38.717.091		
Turistas alemanes	-3,6	-2,6	-6,2	10.211.494	-3,9	9.817.032	-0,1	3.335.108	-0,5	9.765.565		
Turistas británicos	8,7	5,2	4,0	14.697.387	9,0	16.026.245	1,7	5.840.652	2,8	16.482.625		
Turistas franceses	-0,9	17,8	19,7	8.143.463	-5,5	7.693.542	1,9	3.629.610	1,0	7.773.741		
Turistas italianos	2,9	1,8	3,8	2.532.055	-5,9	2.381.540	4,8	1.068.201	3,4	2.462.352		
Turistas holandeses	-3,7	8,5	11,3	2.415.193	-1,6	2.375.730	-4,1	892.144	-6,0	2.232.809		

Fuente: IET, EXCELTUR