

Entorno y Expectativas

1. Escenario Macroeconómico
2. Clima turístico
3. Precios
4. Perspectivas



Entorno y Expectativas

1. Escenario macroeconómico relevante para el turismo español

1.1. Entorno y expectativas

Las perspectivas económicas comienzan a dar tímidas señales de mejoría dentro de un contexto generalizado de mayor dinamismo en los sectores más cíclicos. Como tal, **el sector turístico podrá beneficiarse de un entorno algo más propicio tanto en términos de actividad, como en la generación de condiciones más favorables para una recomposición gradual de los márgenes empresariales.** No obstante, el ciclo actual sigue caracterizado por patrones atípicos, con ritmos de recuperación de la actividad muy lentos que no permiten anticipar una capacidad de generación de empleo elevada y por lo tanto, tampoco mejoras nítidas de la demanda. **Parece poco previsible, por lo tanto, que vayan a producirse cambios notables en lo que resta de año, y no será hasta avanzado el primer trimestre de 2004 cuando se constate un aumento del consumo en las principales economías de la Europa continental.**

El ciclo económico internacional está dando muestras cada vez más evidentes de haber iniciado una fase de recuperación sostenible, superando una crisis que se ha extendido en los últimos tres años, aunque con pautas muy desiguales según las áreas geográficas. Los importantes estímulos económicos introducidos por la administración de la principal economía del planeta, la estadounidense, han servido para reanimar la demanda externa y la actividad productiva, y en especial de aquellas economías más exportadoras, que además coinciden en ser algunas de las más representativas como mercados emisores para el sector turístico español.

A esta mejoría **han sido sensibles las encuestas de confianza de los agentes económicos y los mercados financieros,** como ha quedado puesto de manifiesto con el comportamiento alcista de las bolsas. De hecho, los índices de confianza de los consumidores han retornado a los niveles previos a la guerra de Irak e incluso en algunos países hay que remontarse al otoño pasado, como en España e Italia. En definitiva, **la percepción de riesgo (tanto sobre el ciclo, como sobre el contexto geopolítico) se ha ido reduciendo de forma paulatina, aunque aún dista un margen considerable respecto a lo que podría considerarse una situación de normalidad o de media histórica.**

De hecho, el pulso actual de la economía sigue muy condicionado por factores que atenazan a la demanda interna, sobre todo en el Área Euro. **La destrucción neta de empleo en las dos locomotoras tradicionales del contexto europeo, Alemania y Francia, que son además dos de los mercados emisores de turistas más representativos para nuestro país, están limitando el ritmo de crecimiento del consumo privado** a tasas muy por debajo del potencial. Prosiguen las políticas de ajuste en las empresas para adecuar las capacidades de producción a la demanda, y aunque los planes de aumento de plantilla han mejorado en Alemania, Francia e Italia desde los mínimos de mayo-junio, de momento no lo suficiente como para alcanzar cotas que puedan identificarse como de expansión económica.

Tabla I.1.1

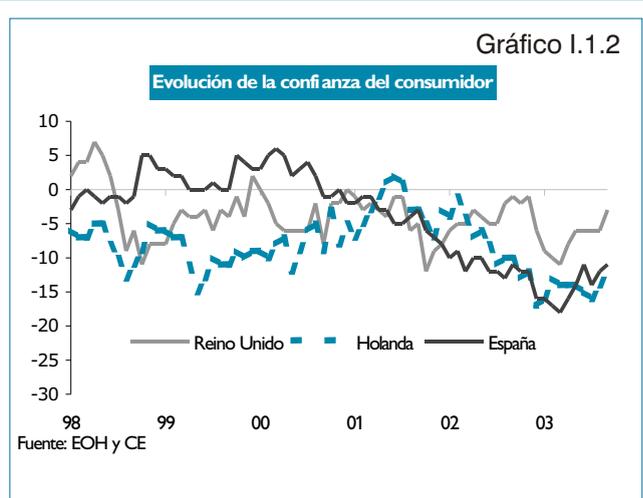
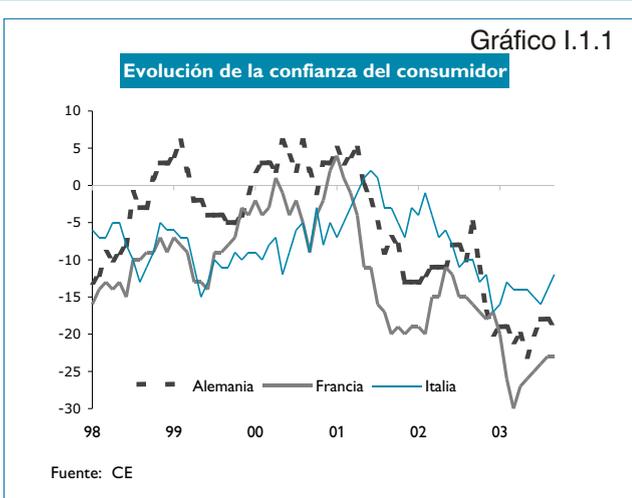
Crecimiento del PIB en los principales países emisores de turistas a España

	tasas de variación media anual					
	1999	2000	2001	2002	2003(p)	2004(p)
PIB						
España	4,2	4,2	2,7	2,0	2,3	2,7
Alemania	1,9	3,1	1,0	0,2	0,0	1,6
Reino Unido	2,9	2,4	3,1	2,1	1,8	2,6
Francia	3,2	4,2	2,1	0,9	0,4	1,7
Italia	1,7	1,7	3,3	1,7	0,5	1,6
Países Bajos	4,0	3,3	1,3	0,2	-0,4	1,3
USA	4,1	3,8	0,3	2,4	2,5	3,3

Fuente: Consensus Forecast Inc., Comisión Europea

(p) Previsiones

El lento saneamiento empresarial al que aún estamos asistiendo (y que aún podría prolongarse hasta el primer semestre del próximo año) permitirá un crecimiento más sostenible a medio plazo. Sin embargo, en el horizonte más inmediato resta potencial de crecimiento a la economía, lo que ha obligado **a los gobiernos europeos a reorientar sus políticas económicas con un giro más heterodoxo y expansivo que alivie los temores a mayores restricciones económicas.** En este sentido hay que interpretar la flexibilidad que pretende introducir la iniciativa franco-germana al Pacto de Estabilidad y Crecimiento, pese a superarse en ambos casos el límite máximo establecido al déficit público del 3% sobre el



PIB. A pesar de estos serios desajustes de las cuentas públicas, las medidas anunciadas para el próximo año tendrán una lectura expansiva para las decisiones de consumo de las familias previstas. Parece razonable que deberían servir de revulsivo para que la actividad económica se acelere desde tasas casi nulas a mitad de este año a cifras entre el 1,5% y el 2,0% en 2004. Desde luego, **estas constituyen previsiones alentadoras después de tres años de crisis, y es razonable que el aumento de renta disponible que generarán las políticas presupuestarias repercutan en un mayor gasto vacacional y en ocio de las familias francesas y alemanas.** En todo caso, las pautas de incertidumbre que aún caracterizan la actual fase de recuperación económica y su lenta plasmación en el mercado laboral no permitirán que los **estimulos fiscales anunciados por las dos administraciones (francesa y alemana) vayan a tener la eficacia y el alcance de los incorporados en Estados Unidos** desde mediados del actual ejercicio, porque la propensión a ahorrar puede ser mayor.

Tabla I.1.2

Crecimiento del consumo en los principales países emisores de turistas a España

	tasas de variación media anual					
	1999	2000	2001	2002	2003(p)	2004(p)
Consumo						
España	4,7	3,9	2,5	3,3	3,3	3,2
Alemania	3,6	1,6	1,6	-1,0	0,6	0,9
Reino Unido	4,5	5,2	4,1	3,8	2,7	2,1
Francia	3,5	2,9	2,9	1,5	1,6	2,0
Italia	2,6	2,7	1,0	1,1	1,5	2,1
Países Bajos	4,7	3,6	1,2	0,9	0,8	1,8
USA	4,9	4,3	2,5	3,1	3,3	1,1

Fuente: Consensus Forecast Inc., Comisión Europea y Exceltur
(p) Previsiones

Con mayores garantías de crecimiento afronta el cierre de ejercicio la economía británica, siendo la más saludable entre los mercados europeos representativos para nuestro sector turístico. La recomposición en la estructura por nacionalidades de los turistas producida este verano se ha visto sesgada por la resistencia frente a la crisis de esta economía, que incluso está mostrando algunos síntomas de recalentamiento de la demanda interna por el lado del consumo. La **capacidad adquisitiva del turismo británico**, reflejo de una tasa de paro en mínimos históricos y de niveles de crecimiento del consumo cercanos al 3%, **ha continuado atenuando la caída de otros mercados emisores** que continúan presentando una coyuntura doméstica frágil. Aunque el posible efecto adverso de la apreciación gradual del euro frente a la libra se había convertido en un elemento de preocupación para el sector, sobre todo en la economía española por sus mayores tasas de inflación, durante la campaña estival ha coincidido una etapa con depreciaciones del euro que ha suavizado este efecto generando condiciones más propicias que en el segundo trimestre, en el que se habían alcanzado los máximos históricos de fortaleza del euro frente a la divisa británica. En cualquier caso, más allá de que este comportamiento cambiario de la libra haya podido ser provisionalmente más benigno, **parece irreversible una tendencia hacia niveles que equiparen su poder adquisitivo con el Área Euro** en los próximos meses/años, y que estimamos entorno a 0,76 libras por euro (un 10% más débil que las cotizaciones actuales). No es este un factor que vaya a favorecer el aumento de la demanda turística por parte de este mercado, **que difícilmente va a seguir creciendo a los ritmos que lo ha hecho en los dos últimos ejercicios, aunque en lo que resta de año puede seguir siendo el mercado emisor más dinámico para nuestra industria por el mayor empuje de su economía.**

Tabla I.1.3

Tasa de paro en los principales países emisores de turistas a España						
	1999	2000	2001	2002	2003(p)	2004(p)
Tasa de paro						
España	12,8	11,3	10,6	11,4	11,3	11,1
Alemania	10,5	9,6	9,4	9,8	10,7	10,7
Reino Unido	5,9	5,4	5,0	5,1	3,2	3,2
Francia	10,7	9,3	8,5	8,7	9,6	9,7
Italia	11,3	10,4	9,4	9,0	8,9	8,7
Países Bajos	3,2	2,8	2,4	2,7	5,3	5,3
USA	4,2	4,0	4,8	5,8	6,1	5,9

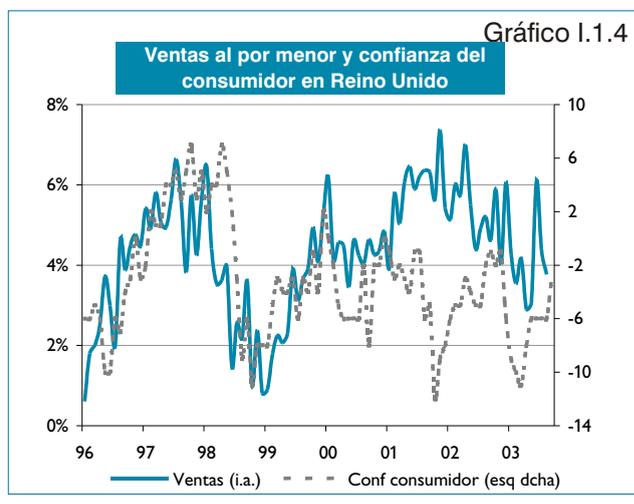
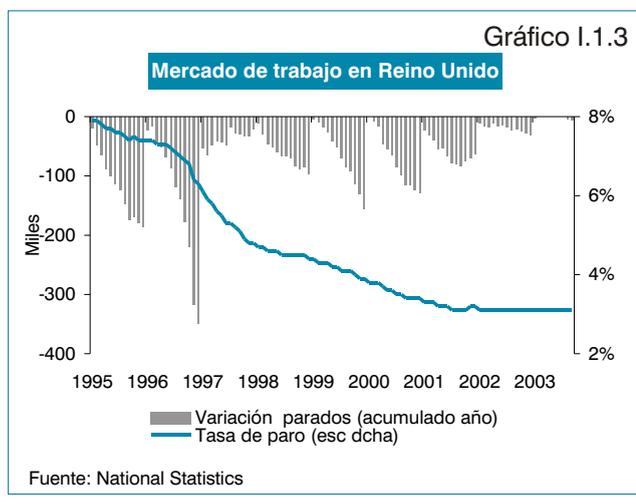
Fuente: Comisión Europea y Consensus Forecast Inc.
(p) Previsiones

También con síntomas positivos **encara la economía española un año que a priori ofrecerá resultados más favorables que el actual, permitiendo un crecimiento próximo al 2,7% en 2004**, casi medio punto más que el 2,3% previsto para este año. La mejora del contexto internacional debería trasladarse por una doble vía a nuestra economía. En primer lugar, reanimando la industria exportadora y en segundo lugar, dinamizando el gasto de las familias en un sector tan cíclico como es el ocio y el turismo. No obstante, **los efectos expansivos para el consumo privado doméstico que ha supuesto la contribución positiva de la bajada de impuestos directos a las familias se van a ir agotando**, para difuminarse a lo largo del próximo ejercicio. La evolución del mercado laboral, con una aceleración en el ritmo de creación de empleo desde tasas interanuales del 1,6% a 2,5%, vendría a garantizar el sostenimiento del consumo privado por encima del 3% en los próximos meses.

En términos relativos, el **protagonismo que han mantenido para la demanda turística el mercado nacional y el británico a lo largo de este año (y que seguirá caracterizando el último trimestre) puede reducirse a favor de otros mercados europeos, como el francés o el alemán, en el próximo ejercicio**. Ni en la economía española ni en la británica es probable que podamos asistir a crecimientos del consumo privado por encima de los registrados en 2003. La aceleración de sus economías vendrá liderada más por la inversión y el sector exterior, que por la aportación de las familias, muy endeudadas además por el aumento en la adquisición de vivienda en ambos países. En este sentido, **representa una oportunidad para el sector el entorno de mayor crecimiento en las dos economías centrales del Área Euro, Alemania y Francia, gracias al apoyo de las rebajas fiscales** que entran en vigor el 1 de enero, aunque su continuidad dependerá del éxito de las reformas estructurales que están introduciendo en las pensiones y en el mercado laboral.

Reino Unido

Los datos de crecimiento del PIB en el segundo trimestre mostraron un mayor dinamismo de la economía (0,3% en tasa trimestral frente al escaso 0,1% del trimestre anterior), principalmente por el empuje del consumo privado, que seguirá siendo el motor de esta economía en el último cuarto del año. Después de la ralentización observada en los primeros meses de 2003, las ventas minoristas han recuperado una senda más favorable (el mayor avance trimestral desde finales de 2001), favorecidas por **unas condiciones de financiación más relajadas y por el mantenimiento de la evolución positiva del mercado laboral**. El nivel de desempleo se ha situado en registros mínimos de los últimos 25 años, lo que ha contribuido de forma significativa a sostener la capacidad adquisitiva de las familias, en un contexto en el que el mercado inmobiliario, aunque con algunas muestras de ralentización, continúa manteniendo una percepción de riqueza elevada en las economías domésticas, más aún considerando el cambio a una tendencia más positiva de los mercados bursátiles.



Las perspectivas para el conjunto de la economía durante el próximo ejercicio son también favorables. Sin embargo, **es probable que la aportación del consumo privado sea ya más limitada** y deba ser la demanda externa y la inversión los componentes que permitan un mayor crecimiento, **por lo que no puede esperarse un comportamiento tan favorable como en los dos últimos años de este mercado emisor**. Por un lado, **las probables subidas de los tipos de interés** en esta economía (la primera que endurezca su política monetaria) frenarán el impulso del consumo de las familias, muy endeudadas como consecuencia del impulso del mercado inmobiliario. Y por otro, **el tipo de cambio podría ser un elemento que encarecerá progresivamente nuestra economía para los turistas británicos**. Aunque las apreciaciones coyunturales que desde la primavera ha registrado la libra ha permitido **mejorar la capacidad de compra de los británicos**, lo que, sin duda, está teniendo un efecto positivo sobre la disposición a viajar a países dentro del Área Euro, la divisa británica se encuentra inmersa en una tendencia de ajuste de su tipo de cambio a los fundamentales de su economía. De hecho, lo más probable es que la depreciación de la libra siga siendo una constante durante el próximo ejercicio.

Tabla I.1.4

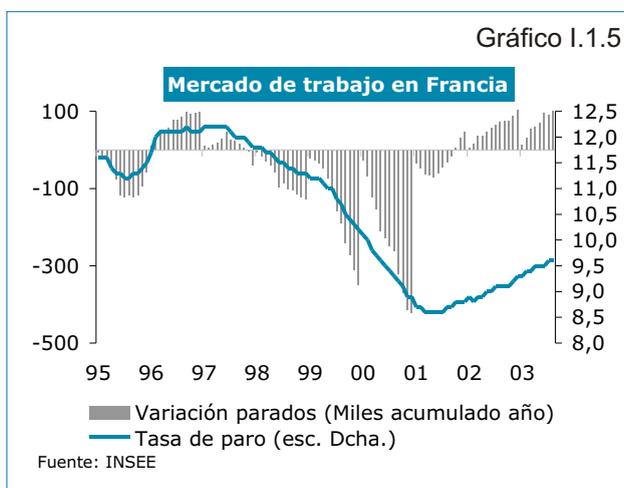
PIB trimestral y componentes en Reino Unido

	2001		2002		2003				
	media anual	IV T	I T	II T	III T	IV T			
PIB	2,1	1,9	1,9	1,4	1,8	2,3	2,3	2,2	2,2
Consumo Privado	3,1	3,6	4,7	3,6	4,2	3,3	3,2	2,8	2,4
Consumo Público	2,5	3,3	4,6	5,2	3,9	2,8	1,6	2,5	4,9
FBCF	1,0	-1,0	-5,0	-3,4	-1,5	-0,3	1,4	1,3	0,2
Variación de inventarios (1)	-0,7	0,0	-0,4	-0,1	-1,0	0,1	1,0	0,0	1,3
DEMANDA NACIONAL (1)	2,6	2,8	2,3	2,7	2,1	2,8	3,7	2,6	4,0
Exportaciones	0,9	-0,9	-4,6	-5,3	0,3	2,4	-0,7	0,9	-5,3
Importaciones	2,3	2,1	-2,5	-0,9	1,6	4,0	3,7	2,6	1,7
DEMANDA EXTERNA (1)	-0,6	-1,1	-0,6	-1,5	-0,6	-0,8	-1,7	-0,7	-2,5

(1) Aportación al crecimiento del PIB

Francia

El retroceso del consumo privado en el segundo trimestre ha dado buena muestra de la debilidad cíclica por la que atraviesa la economía francesa, en la que hay pocas señales favorables para la segunda mitad de 2003, si bien comienza a percibirse alguna mejoría. **La situación del mercado laboral continúa siendo muy negativa**, tal y como ha mostrado la vuelta de la tasa de paro a niveles superiores al 9,5%, así como unas expectativas empresariales muy cerca de mínimos, que inspiran una mayor ambigüedad que, por ejemplo, en la economía germana. El sentimiento en el sector productivo se muestra poco optimista, por lo que no se anticipa una inversión inmediata de la tendencia de debilitamiento en el mercado de trabajo, contexto en el que la capacidad adquisitiva de las familias francesas podría seguir resintiéndose en los próximos meses.



En consecuencia, **las perspectivas del turismo procedente de Francia no resultan hoy mucho más satisfactorias que hace unos meses**. No obstante, la reactivación de otras economías en el contexto internacional, como las anglosajonas o las asiáticas, podrían permitir que se reanimara la actividad en algunos sectores más abiertos al exterior, a la espera de un mejor tono de la demanda interna. **En este sentido, parece probable que las medidas de estímulo fiscal destinadas a las familias podrían dar mayores indicios de impulso a la economía**, aunque para ello habrá que esperar a la temporada próxima. Pocos cambios, por lo tanto, en lo que resta de año, pero existen factores más propicios para que esta economía pueda recuperarse en 2004.

PIB trimestral y componentes en Francia

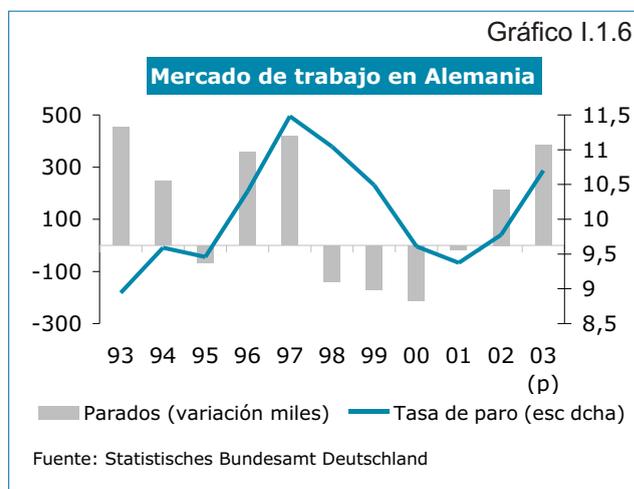
Tabla I.1.5

	2001		2002		2003				
	media anual		IV T	I T	II T	III T	IV T	I T	II T
PIB	2,1	1,2	0,7	0,8	1,5	1,3	1,4	1,0	0,0
Consumo Privado	2,7	1,5	2,6	1,5	1,6	1,2	1,5	1,8	1,1
Consumo Público	2,9	4,1	2,9	3,9	4,6	4,0	4,1	2,8	1,6
FBCF	2,1	-1,4	-0,8	-1,3	-0,7	-1,5	-2,1	-1,9	-1,8
Variación de inventarios (1)	-0,7	-0,4	-1,9	-0,6	-1,1	-0,1	-0,2	0,0	0,2
DEMANDA NACIONAL (1)	1,9	1,1	0,6	1,0	1,0	1,2	1,2	1,2	0,8
Exportaciones	1,8	1,3	-4,8	-2,8	1,9	2,5	3,8	0,3	-2,6
Importaciones	1,4	0,8	-5,3	-2,1	0,3	2,2	3,0	1,3	0,1
DEMANDA EXTERNA (1)	0,0	0,0	0,1	-0,3	0,5	0,1	0,3	-0,3	-0,8

(1) Aportación al crecimiento del PIB

Alemania

El panorama macroeconómico resulta todavía hoy marcadamente negativo, ya que el PIB retrocedió por segundo trimestre consecutivo, y **las perspectivas hasta final de año no resultan aún muy favorables**. Es cierto que se han empezado a observar señales algo más positivas, pero han aparecido especialmente en el componente de expectativas de los agentes, mientras que la actividad y la demanda dibujan por el momento una senda de recuperación más lenta en el corto plazo. La reactivación en el sector industrial continúa muy penalizada por la fortaleza del euro y la debilidad cíclica de sus principales socios comerciales, mientras que **el mercado laboral sigue inmerso en un proceso de deterioro**, que mina progresivamente la capacidad adquisitiva de las familias. En este sentido, el consumo y el gasto vacacional van a seguir estancados en el corto plazo y no parece previsible que las familias alemanas vayan a dinamizar la industria turística europea, al menos hasta el próximo ejercicio.



Sin embargo, como en el caso de Francia, **los recortes fiscales previstos para 2004 apoyarán la recuperación progresiva del consumo privado**, desde los niveles de práctico estancamiento que muestra en la actualidad, y deberían empezar a manifestarse en nuestro mercado turístico a partir de la primavera. Mientras el empleo no muestre mayores visos de recuperación los crecimientos no pueden ser muy significativos, pero las reformas estructurales anunciadas en este país y la probable reactivación de los sectores industriales (es una de las economías más sensibles a la mejoría de la demanda externa) probablemente favorecerán un reanimación del empleo desde mediados del próximo año.

PIB trimestral y componentes en Alemania

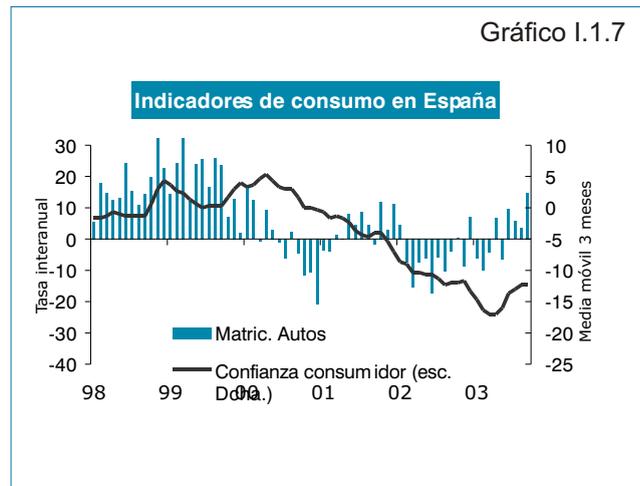
Tabla I.1.6

	2001		2002		2003				
	media anual		IV T	I T	II T	III T	IV T	I T	II T
PIB	1,0	0,2	0,5	-0,1	0,1	0,4	0,5	0,1	-0,2
Consumo Privado	1,5	-1,0	1,3	-0,9	-1,2	-1,2	-0,6	0,8	0,6
Consumo Público	1,0	1,7	1,7	1,4	2,3	2,9	0,2	0,2	1,1
FBCF	-3,9	-6,5	-6,0	-6,4	-7,9	-6,4	-5,1	-4,4	-1,1
Variación de inventarios (1)	-0,8	0,1	-1,3	-0,7	0,2	0,3	0,7	1,1	0,3
DEMANDA NACIONAL (1)	-0,7	-1,6	-1,6	-2,4	-1,7	-1,2	-0,7	0,7	0,7
Exportaciones	6,1	3,4	0,1	1,0	2,8	4,6	5,4	4,0	-0,4
Importaciones	1,2	-1,6	-6,2	-5,8	-2,7	0,0	2,1	6,8	2,3
DEMANDA EXTERNA (1)	1,7	1,7	2,1	2,2	1,8	1,6	1,2	-0,6	-0,9

(1) Aportación al crecimiento del PIB

España

El consumo privado ofreció en los dos primeros trimestres un comportamiento muy positivo (por encima del 4% anualizado en ambos casos), y volvió a ser, junto a la inversión en construcción, el componente más dinámico del crecimiento de nuestra economía. Los cuatro factores fundamentales que habrían apoyado esta evolución positiva de nuestro mercado habrían sido la rebaja del IRPF, unas condiciones de financiación favorables, la revalorización de la riqueza de las familias vía encarecimiento de la vivienda y un comportamiento más dinámico del mercado laboral. La sostenibilidad de la capacidad adquisitiva de los hogares no plantea excesivos riesgos en los próximos meses, dado que no se espera que ninguno de los elementos anteriores sufra cambios significativos hasta muy avanzado el ejercicio que viene.



Además, la recuperación económica sigue ofreciendo señales positivas en el tercer trimestre, tal y como han mostrado los índices de confianza de los consumidores y de los empresarios y es poco probable que vaya a interrumpirse en el último trimestre del año. El mercado nacional, por lo tanto, seguirá sostenido por el aumento de renta disponible que ha propiciado la rebaja fiscal y el aumento de la contratación laboral, por lo que parece previsible que el gasto vacacional mantengan su comportamiento positivo hasta el cierre del ejercicio. El único elemento adverso continúa siendo la inflación, que tras mostrar una evolución más favorable en el primer semestre de 2003, ha entrado en una fase de estabilización ligeramente por debajo del 3%. En cualquier caso, el marco para el turismo de origen nacional presenta un diagnóstico positivo y susceptible de mejorar a lo largo del próximo año, aunque probablemente con menores crecimientos que otros mercados centroeuropeos que parten de niveles más reducidos y que en mayor medida han acusado la crisis económica que comienza a superarse.

PIB trimestral y componentes en España

Tabla I.1.7

	2001		2002		2001		2002		2003	
	media anual		IV T	I T	II T	III T	IV T	I T	II T	
PIB	2,7	2,0	2,3	2,0	2,0	1,8	2,1	2,1	2,3	
Consumo Privado	2,5	1,9	2,8	2,4	1,8	1,6	1,9	2,1	3,2	
Consumo Público	3,1	3,8	3,4	3,7	3,4	3,9	4,2	4,3	3,6	
FBCF	3,2	1,4	1,5	0,8	1,0	1,5	2,4	2,9	3,4	
Variación de inventarios (1)	0,0	0,1	0,5	0,2	0,0	0,0	0,3	0,3	-0,1	
DEMANDA NACIONAL	2,7	2,2	3,0	2,4	1,9	1,9	2,8	3,0	3,2	
Exportaciones	3,4	1,4	-2,2	-2,8	-1,6	4,2	5,9	5,5	7,7	
Importaciones	3,5	2,2	0,1	-1,4	-1,8	4,3	7,7	-2,0	10,1	
DEMANDA EXTERNA (1)	-0,1	-0,3	-0,7	-0,4	0,1	-0,1	-0,7	-0,9	-1,0	

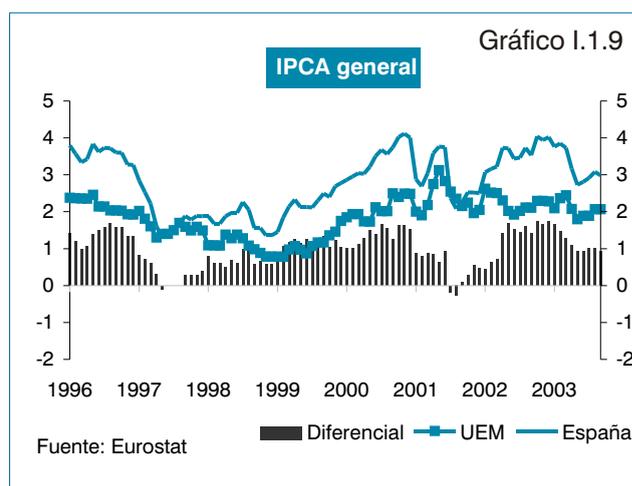
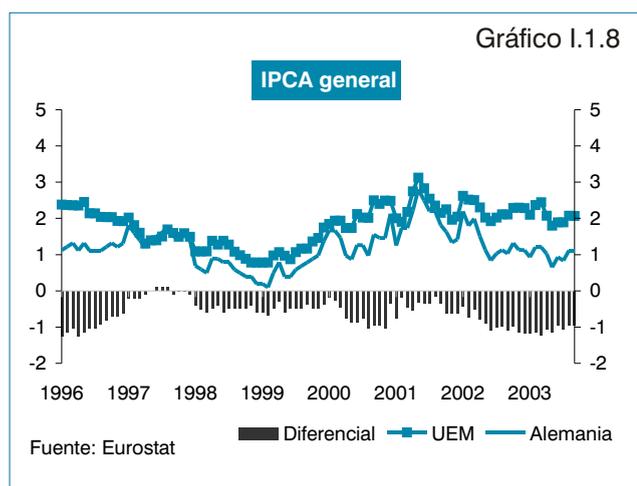
(1) Aportación al crecimiento del PIB

1.2 Comportamiento de la inflación en el Área Euro y España

El encarecimiento del petróleo producido entre marzo y agosto **ha truncado la senda de moderación exhibida durante la primera mitad del año por la inflación en el Área Euro**, dando paso a ligeros repuntes, que han encontrado también respaldo en el crecimiento de los precios de los alimentos. De esta forma, los riesgos de deflación, protagonistas de la actualidad económica y financiera a lo largo de gran parte de los primeros meses de 2003, se han disipado de forma casi total, ayudado también por unas expectativas más favorables de la actividad y demanda en la región.

En **Alemania**, la debilidad cíclica no permite anticipar subidas notables de los niveles actuales de inflación (1,1%), prácticamente inalterados desde comienzos del pasado ejercicio. El diferencial con respecto al Área Euro también ha mostrado una evolución relativamente estable, situándose de forma sistemática entre el 1% y el 1,2%. En términos más desagregados, **este diferencial negativo es incluso superior en hoteles, cafetería y restaurantes**, situándose por encima del 2% en los últimos meses.

En **España**, el diferencial positivo con respecto al Área Euro se ha reducido de forma significativa en 2003, aunque **la mejoría observada se ha estancado en los últimos meses**, manteniéndose los registros en torno al 1% desde mayo. Sin embargo, **el diferencial en hoteles, restaurantes y cafeterías ha venido creciendo de forma continuada** en el segundo y tercer trimestre, alcanzando niveles más cercanos al 1,5% que al 1%. Las expectativas en el corto plazo no resultan muy favorables, ya que la sensibilidad de nuestra inflación a un mayor dinamismo de la economía es a priori más elevada, y la recuperación se está dando con mayor anticipación que en otros países. Por lo tanto, aunque probablemente no está siendo el elemento determinante en la evolución del sector, mucho más explicada por la debilidad cíclica de los principales mercados emisores, no termina de corregirse la pérdida de competitividad por precio de nuestra economía frente a ellos.



1.3 Tipos de interés y tipos de cambio

1.3.1. Tipos de cambio

Al ser la industria turística española una de las más abiertas al exterior, está expuesta no sólo a los cambios en el ciclo internacional sino a cualquier factor precio que puede alterar la demanda externa. Las apreciaciones del euro, que llegó a alcanzar a principios del verano los máximos de apreciación desde que se constituyera la Unión Monetaria Europea, tienen una doble lectura. La más inmediata para nuestro mercado se deriva de la pérdida de competitividad frente a otros mercados competidores, pero como veremos más adelante no ha sido en los últimos meses un elemento determinante y **tan sólo han sido significativas las apreciaciones del euro frente a los destinos de larga distancia y algún país mediterráneo como Egipto. Tampoco ha sido tan pernicioso el comportamiento del euro reciente para nuestros principales mercados emisores** en la medida en que la libra ha corregido parte de las cesiones experimentadas en la primera mitad del año (de los cinco primeros, el resto provienen del Área Euro). Sin embargo, **el impacto ha sido más favorable porque ha reducido la factura energética, especialmente sobre el sector de transporte, cuyo impacto se traslada de forma directa al precio de los paquetes vacacionales.** A pesar del repunte en las cotizaciones del petróleo hacia referencias preocupantes de 30 dólares por barril, su cotización en euros ha descendido más de un 10% respecto al pasado año. Este puede seguir siendo uno de los condicionantes favorables sobre las compañías europeas de transporte, que están padeciendo una reestructuración continua desde septiembre de 2001, como consecuencia de las políticas de estrechamiento de márgenes que está obligando a la competencia en el sector.

Gráfico I.1.10

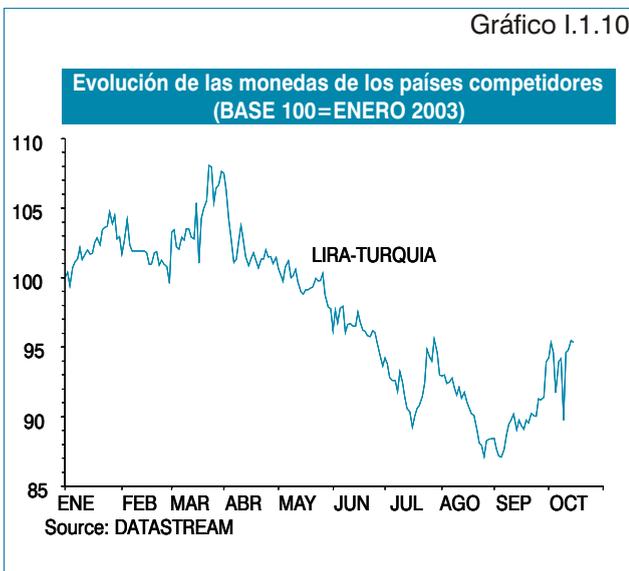


Gráfico I.1.11

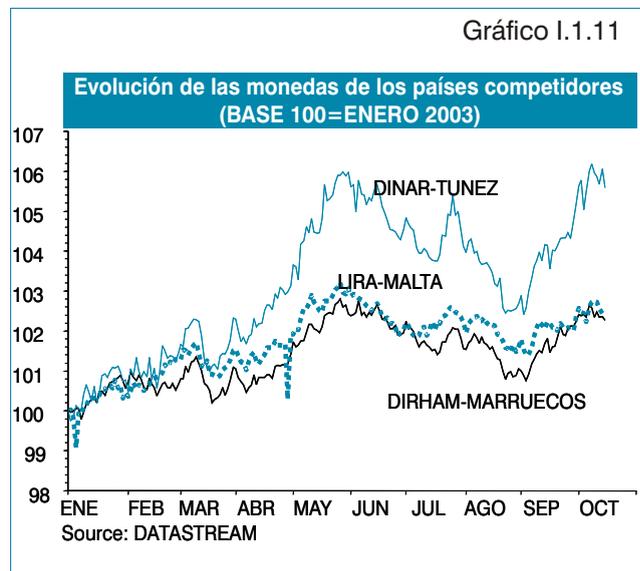


Gráfico I.1.12

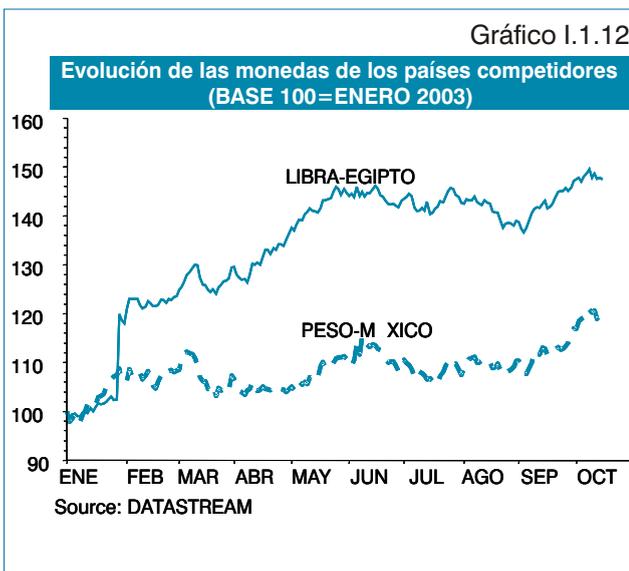
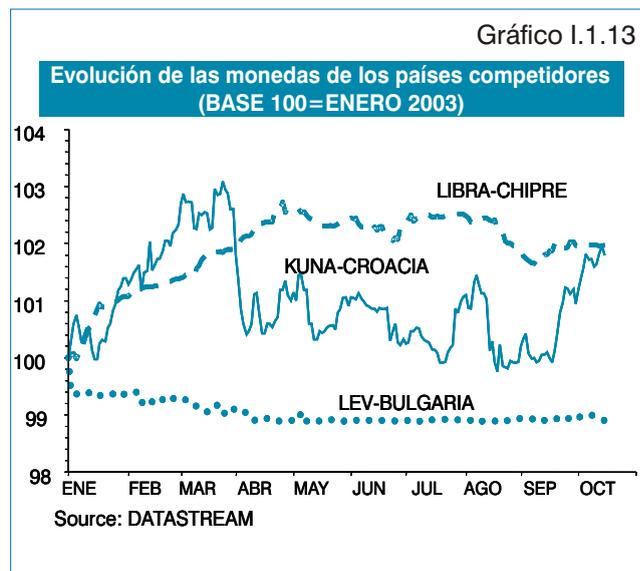


Gráfico I.1.13



Los próximos meses seguirán caracterizándose por la volatilidad de los tipos de cambio y las fluctuaciones protagonizadas por el dólar en los mercados de divisas. Después de varios años en los que la divisa estadounidense había capitalizado su mayor potencial de crecimiento frente a otras áreas geográficas, como las asiáticas o las europeas, las autoridades de las siete principales economías del planeta han coincidido en la necesidad de un dólar más débil. En primer lugar, para favorecer un crecimiento más equilibrado en las diferentes zonas y en segundo lugar, para ajustar los fuertes desequilibrios de las balanzas por cuenta corriente, sobre todo de la estadounidense. El comportamiento del euro ha sido sensible a estas modificaciones con apreciaciones frente a la divisa norteamericana hacia la banda entre 1,15 y 1,20 dólares por euro, que representan cotizaciones cercanas a nivel de equilibrio y que sólo ha perdido de forma puntual a lo largo del verano.

Sin embargo, como ya se ha mencionado, las movimientos que se han producido en los mercados de divisas a lo largo del verano han suavizado, las consecuencias en términos de pérdida de competitividad cambiaria. De hecho no puede decirse que el área euro haya perdido competitividad por tipo de cambio durante el verano. **Desde finales de mayo hasta hoy, la divisa europea ha cedido posiciones en términos netos frente a la mayor parte de monedas**, de forma que ha sido una de las divisas más débiles del mercado de divisas. No sólo aún no ha vuelto a tocar los máximos anuales con el dólar, por encima de 1,19, sino que ha cedido un 8% con el yen, un 3% con la libra y la corona sueca y en torno a un 5% frente a diferentes divisas OCDE del área dólar, como el canadiense o el australiano, y tan sólo se ha apreciado ligeramente con el franco suizo y la corona noruega. En este sentido, **ha aumentado el potencial de atracción sobre el turista de larga distancia, y en especial, sobre los mercados asiáticos, mientras que sobre el turista británico, cuya importancia estratégica para el sector turístico español es incuestionable, no ha sido tan desfavorable por el momento como podría esperarse a comienzos de año.**

El ajuste de los mercados de divisas en el segundo semestre, por lo tanto, no se está originando tanto frente al euro como frente al yen y a las divisas asiáticas, con las que el euro está ganando competitividad. Incluso la lira turca ha ganado posiciones frente a la divisa europea, compensando las fuertes depreciaciones en los últimos años de esta divisa. **Tampoco en el contexto mediterráneo en el que pueden enmarcarse los competidores más directos del mercado español por la captación de visitantes está siendo el elemento cambiario un factor determinante**, ni entre los destinos del norte de África ni entre los países emergentes del Este de Europa, como Croacia o Bulgaria, que gozan también de atractivo en el segmento de “sol y playa”.

En todo caso, **hay que destacar la competencia que introducen los destinos de larga distancia más vinculados al área dólar** (sobre todo en el primer semestre), como el Caribe y México, cuya divisa se está depreciando de forma continuada a lo largo del año. Algo más cercano **hay que considerar el efecto depreciador de la libra egipcia**, que se ha depreciado cerca de un 50% en los últimos doce meses.

Tabla I.1.10

Tipo de cambio de las divisas frente al euro

País	Divisa	21/10/2003		Variación (*)	Últimos doce meses		
		cotización	dic-02		Máximo	Mínimo	Medio
Bulgaria	Lev	1946,22	1960,00	-0,7%	2290,90	1904,17	1945,89
Chipre	Libra	0,584	0,573	1,9%	0,589	0,571	0,582
Croacia	Kuna	7,600	7,47	1,8%	8,990	7,350	7,600
Egipto	Libra	7,600	4,829	57,4%	8,990	7,350	7,600
Malta	Libra	0,430	0,42	2,9%	0,490	0,420	0,430
Marruecos	Dirham	10,83	10,643	1,8%	12,21	10,32	10,82
México	Peso	13,01	10,81	20,3%	13,23	11,56	13,01
Túnez	Dinar	1,48	1,402	5,6%	1,640	1,450	1,480
Turquía	Lira	1665654	1713247	-2,8%	2065900	1573020	1681967

(*) Apreciaciones del euro (+) / Depreciaciones del euro (-)

1.3.2. Tipos de interés

El control sobre la inflación (y no solamente en Europa) está permitiendo mantener líneas de política monetaria muy estables, más comprometidas que en años anteriores con la recuperación económica. **El previsible cumplimiento del objetivo de inflación del Banco Central Europeo (inferior al 2%) durante todo el próximo ejercicio aleja temporalmente el riesgo de un ajuste al alza de los tipos de interés oficiales en el Área Euro hasta el tercer trimestre de 2004.** Aunque es posible que algunas de las economías anglosajonas pudieran adelantar algo este calendario, sobre todo por parte del Banco de Inglaterra al mostrar su demanda algunos síntomas de recalentamiento, las autoridades monetarias, incluidas las estadounidenses han dejado clara su intención de no arriesgar una recuperación en ciernes y sustentada sobre bases aún muy frágiles, con una subida prematura de los tipos de interés.

Sin embargo, y a diferencia de los meses anteriores, las señales que se están combinando en el escenario económico comienzan a generar expectativas más convincentes de recuperación ante las cuales los mercados han descontado ya un endurecimiento de la política de los bancos centrales a lo largo de 2004. Parece bastante probable que, aún lejano en el tiempo, **el próximo movimiento de los tipos de interés deba ser al alza** y tan sólo cabría la posibilidad de una bajada si la recuperación volviera a retrasarse como consecuencia de la falta de creación de empleo y una apreciación brusca del euro sobre el conjunto de divisas más representativas (libra, yen y dólar).

Muestra añadida de estas **condiciones monetarias más expansivas es la reducción de las primas de riesgo que los mercados están exigiendo a las empresas** en sus operaciones de financiación y sobre todo el **clima más propicio de los mercados bursátiles**, donde ya se suceden siete meses consecutivos de revalorizaciones encadenando el período más extenso de plusvalías desde que se iniciara el ajuste de la burbuja bursátil en marzo de 2000.

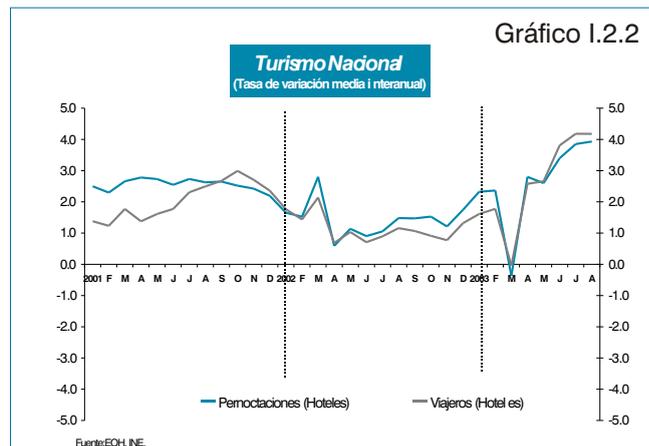
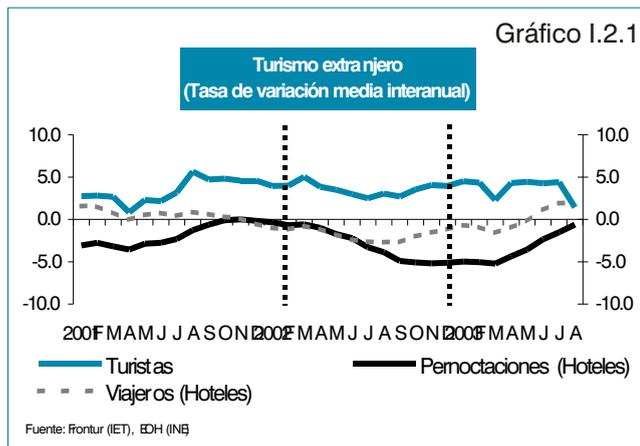
2. Clima Turístico

2.1 Tendencias generales

Los meses de julio, agosto y septiembre han confirmado los rasgos de leve recuperación de la demanda identificados en los meses previos a la temporada de verano y expuestos en el número anterior del Informe Perspectivas Turísticas de Exceltur, que, sin embargo, con las excepciones de algunos de los grandes grupos españoles con marcas consolidadas, **no permiten concluir que la de 2003 haya sido todavía una buena temporada de verano para la industria turística española en su conjunto, debido a una situación generalizada que todavía no observa una clara tendencia de recuperación de los márgenes empresariales.** No obstante, durante estos meses se percibe una importante recuperación de la actividad y la rentabilidad de las empresas localizadas en los destinos vacacionales del litoral mediterráneo y las islas frente al deterioro que presentan las zonas urbanas.

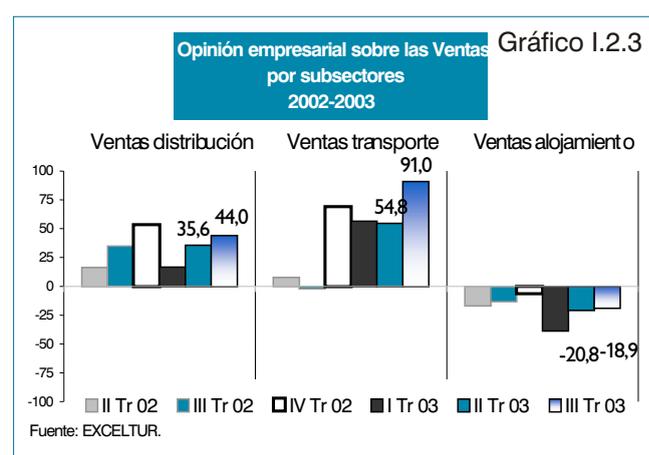
Y es que **el leve aumento de la demanda vivido durante los meses de verano se ha visto en gran medida impulsado por la estrategia de reducción en los precios** finales aplicada por los empresarios de todos los subsectores turísticos españoles, con una contrapartida en su merma de beneficios. Esta situación ha vuelto a venir marcada por la atonía de la demanda internacional impuesta por el estado de recesión en algunos de los principales países europeos y mercados turísticos para España, y las condiciones de sobre capacidad presente en la oferta de alojamiento de algunos de los principales destinos vacacionales y urbanos españoles, donde además sigue creciendo la oferta tanto reglada como la no reglada.

En este escenario, **un trimestre más se vuelve a poner en evidencia la necesidad de introducir elementos que adecuen los ritmos de crecimiento de la oferta a unos parámetros más realistas de aumento de la demanda, y su combinación con actuaciones que fomenten nuevas líneas de productos más relacionados con las motivaciones emergentes y sobre los que incidir en las estrategias de marketing y promoción de agentes públicos y privados.**

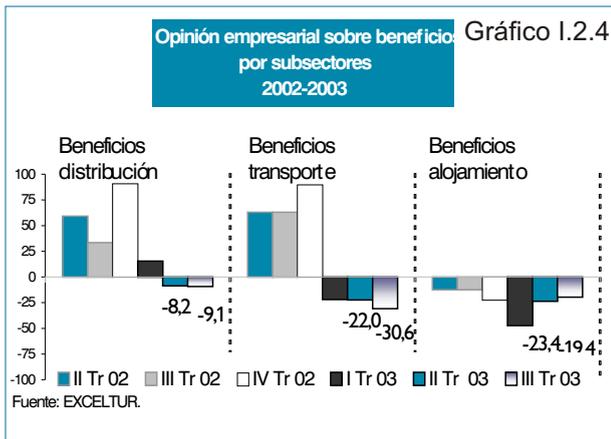


La práctica totalidad de los indicadores disponibles coinciden en apuntar un **leve crecimiento en el volumen de demanda durante este verano respecto a la temporada de 2002, protagonizado casi en exclusiva por la combinación de un dinámico comportamiento del mercado británico, y muy especialmente por el aumento del turismo nacional.** Los datos de mejora en las ventas experimentados durante el verano se recogen en todos los principales subsectores en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur¹.

El indicador que refleja la dinámica de ventas de los meses centrales de verano, calculado como la diferencia entre el porcentaje de los empresarios que perciben un aumento en relación con el mismo período del año anterior frente a los que han experimentado una caída, mejora en todos los subsectores analizados respecto a la situación del segundo trimestre del año. En concreto, en el sector de alojamiento hotelero este indicador alcanza un valor de -18,9 en los meses de verano frente al -20,8 del segundo trimestre, mientras en el sector del transporte se pasa de un valor de 54,8 en los meses de abril, mayo y junio al 91,0 de verano, muy favorecido por el buen comportamiento de las compañías de alquiler de vehículos, y en el caso de la distribución de 35,6 a un 44,0 en el mismo período.



¹La Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur muestra la opinión de los gestores de empresas turísticas españolas sobre la dinámica de sus principales variables de actividad durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2003 en relación con los mismos meses del pasado año.



Como se ha destacado, los buenos registros en términos de ventas no se han traducido en una mejora de beneficios, por segundo trimestre consecutivo. Al contrario, para la mayor parte de empresarios, durante el verano se ha producido un deterioro de los márgenes en relación con los mismos meses de julio, agosto y septiembre del pasado año, dentro de una tendencia negativa respecto a los valores del indicador recogidos en el segundo trimestre. En este sentido, tanto en el sector de transporte como de distribución la opinión empresarial vuelve a generar un indicador negativo de -30,6 y -9,1, respectivamente, algo peor que los valores del segundo trimestre del año, mientras el sector de alojamiento hotelero registra un valor de -19,4, lo que si bien aún dentro de una percepción negativa sobre la evolución de los beneficios que se extiende ya durante seis trimestres consecutivos, muestra una tendencia de mejoría en relación con el comienzo del año que se hace mucho más evidente para las cadenas y/o grandes marcas hoteleras.

Desde la perspectiva del turismo extranjero, el incremento durante los meses centrales de verano (julio y agosto) de la demanda, recogido por la mayor parte de fuentes de información disponibles, tanto de viajeros y pernoctaciones hoteleras de las estadísticas del INE, como de pasajeros transportados por vía aérea derivados de los datos de AENA, no se ha visto reflejado en las estadísticas de llegada de turistas extranjeros del Instituto de Estudios Turísticos, que se reduce un 2,8% en este período respecto a los mismos meses del año 2002. La explicación a esta aparente paradoja, que tiene su exponente más marcado en la caída del 6,8% en el número de turistas en el mes de agosto (335.000 turistas), se debe asociar a **una vuelta a la normalidad en los patrones de comportamiento turístico en el uso de medios de transporte para acceder a España, en relación con el carácter atípico que marco la temporada de 2002, muy influida por los acontecimientos del 11-S.**

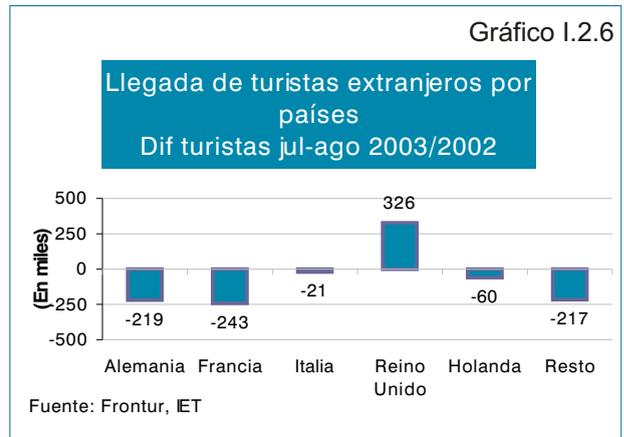
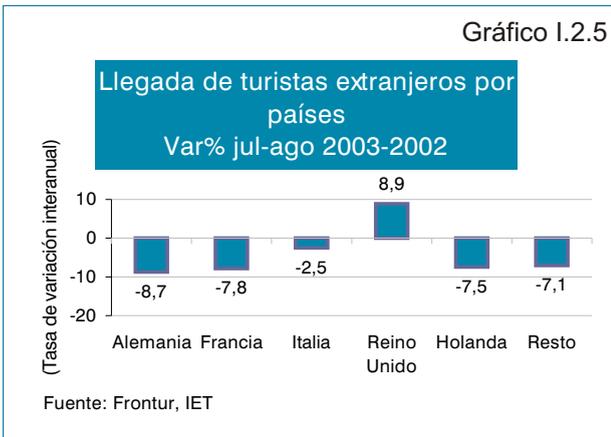
Así, durante los meses de julio y agosto de 2003 se ha producido **una profunda caída en la llegada de turistas por carretera (17,6%)**, concentrada en los dos mercados que protagonizaron un importante crecimiento el pasado año -los franceses llegados por este medio se han reducido un 9,2%, y los alemanes un 49,3%-, **mientras que se ha producido una recuperación del avión (6,8% de aumento)** como medio de transporte empleado en el acceso a los destinos españoles.

La magnitud de la caída de turistas llegados por carretera (965.784 en apenas dos meses, según Frontur) no deja de sorprender e introducir ciertas dudas sobre los registros del pasado año, aun a pesar de haber podido influir en estos meses de 2003 factores como el buen tiempo en los países de origen, el efecto del calor en los desplazamientos por carretera y los incendios que han afectado a las grandes rutas de acceso a España, tanto en territorio francés como en el propio noreste español.

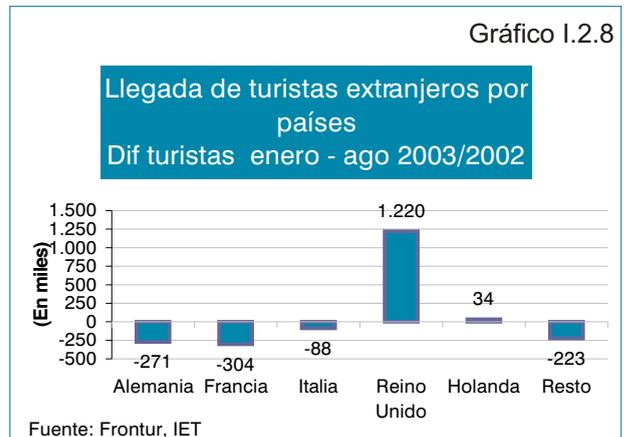
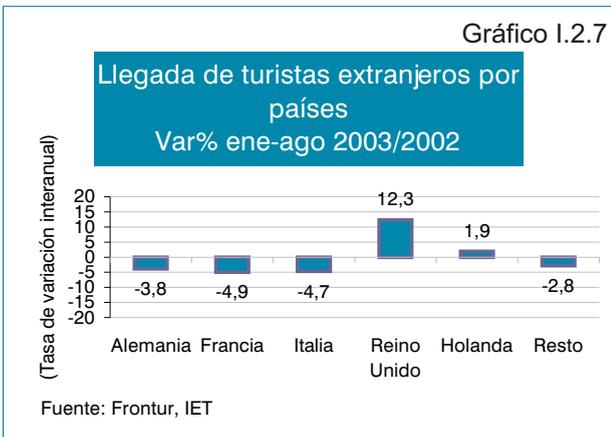
El verano de 2003 ha vuelto a consolidar la cuasi dependencia de nuestro crecimiento en el número de turistas extranjeros, del mercado británico, de manera que sin el aumento en la llegada de turistas 8,9% de ese país disfrutada en los meses de julio y agosto, el número de turistas extranjeros que nos visitan habría caído un 6,7% en este período en relación con el pasado año.

Impulsado de manera coyuntural por el dinamismo del consumo privado y la ligera apreciación de la libra esterlina durante los meses de verano, y de forma estructural, por una creciente adquisición de viviendas en España que se ha multiplicado en los últimos años, los británicos se han consolidado como el principal mercado turístico emisor para España, con el 28,1% del total de la demanda extranjera, por encima del 20,1% que representa el mercado francés y el 16,2% del alemán.

Temporada de Verano



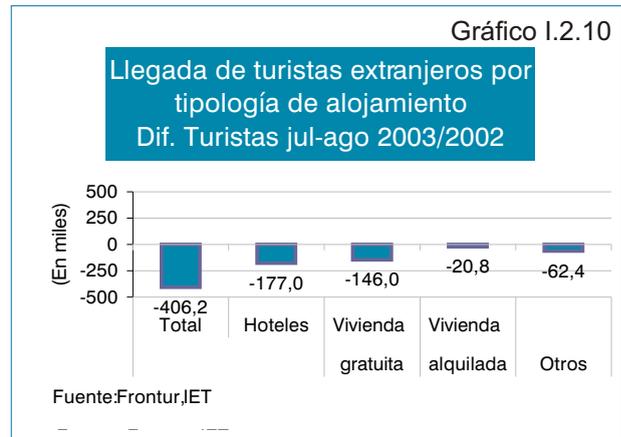
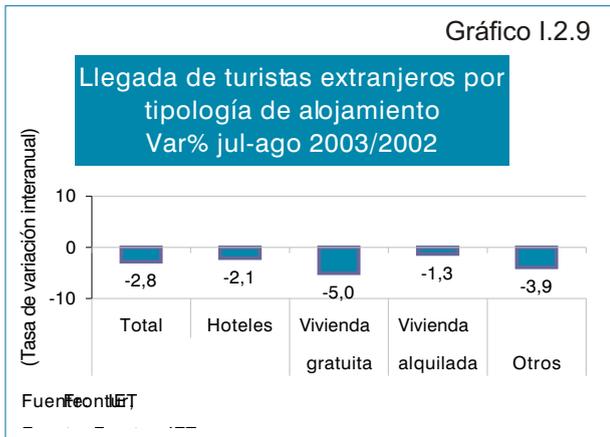
Conjunto de año



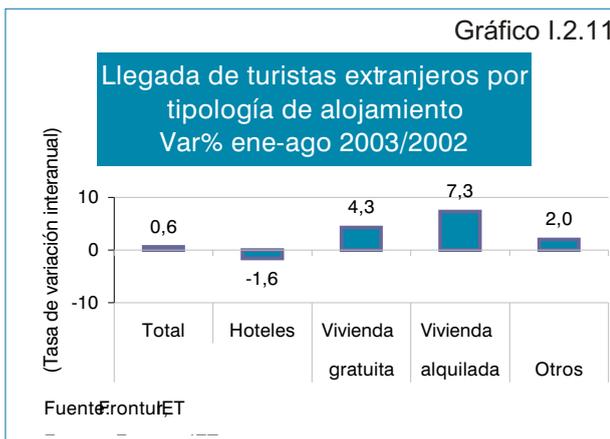
Por su parte, **durante los meses de verano parece haberse frenado el proceso de crecimiento de la demanda de alojamientos residenciales en los viajes de los turistas extranjeros, mientras se percibe una leve recuperación de los turistas alojados en establecimientos hoteleros**, concentrado en zonas vacacionales. En estos meses se ha producido una caída del perfil de turista que accede por carretera y usa la oferta residencial, que caracterizó los crecimientos en la llegada de turistas del pasado año. Según Frontur, los turistas extranjeros dirigidos a viviendas de familiares y amigos y viviendas de alquiler descendieron un 5,0% y un 1,3% en julio y agosto frente al año pasado, dato que se corrobora por la caída en el número de viajeros y de pernoctaciones de no residentes en la Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos del INE. Por el contrario, este verano se ha producido una cierta recuperación de las pernoctaciones hoteleras durante los meses de julio y agosto, que la Encuesta de Ocupación hotelera del INE cifra en un crecimiento del 2,1%, sin que lo haya recogido la estadística Frontur.

Los datos del acumulado del año, donde sigue creciendo más la demanda que utiliza la oferta residencial que la hotelera, hace que sea **prematura identificar un cambio de tendencia sobre esta cuestión**, máxime cuando continua el ritmo de construcción de nueva oferta residencial en los destinos vacacionales del litoral.

Temporada de Verano



Conjunto de año



La recuperación de la demanda hotelera se ha visto acompañado por una intensificación de la tendencia a la organización individual del viaje, que sigue creciendo durante el verano. Según los datos de la estadística Frontur en los meses de julio y agosto el número de turistas que llegaron a España a través de un paquete turístico descendía un 4,3%, acumulando para el conjunto del año una caída del 2,0%, mientras el viaje autoorganizado se ha incrementado un 3,0%, lo que debe servir de **estímulo para seguir avanzado en la estrategia de inversión en e-tourism por parte de las administraciones públicas y empresas**, algunas de las cuales han alcanzado durante este verano excelentes resultados en el volumen de ventas.

Cabe destacar que uno de los elementos clave de los efectos multiplicadores de la actividad turística, **el gasto medio por turista, sobre el que todavía pesan numerosos interrogantes derivados de sus fórmulas de aproximación y cálculo, parece comenzar a mostrar signos, todavía no concluyentes, de recuperación** tras dos años de importantes caídas. En este sentido, tanto los Ingresos por Turismo y Viajes de la Balanza de Pagos española, como la información disponible sobre el pago con tarjeta de crédito de no residentes describen según avanza el año una senda de crecimientos positivos, todavía moderados y no exentos de rasgos que introducen cierta cautela en su tratamiento y análisis (ver cuadro adjunto).

Explicaciones técnicas sobre la metodología actual de cálculo y análisis del Gasto Turístico:

El gasto por persona y día representa el indicador clave para valorar los resultados de la dinámica turística y sus efectos multiplicadores. El conocimiento de esta variable, verdadero indicador de la rentabilidad de la actividad turística frente a la llegada de turistas, supone un elemento fundamental del sistema estadístico del turismo español, especialmente en un momento donde comienza a extenderse la percepción de dirigir actuaciones para transformar un modelo que favorezca el crecimiento en el gasto por persona y día más que el aumento en el número de turistas.

En el caso del gasto de los turistas extranjeros, hasta la entrada en vigor del euro dicha información se aproximaba de forma razonablemente precisa, suponiendo que no se producían en el corto plazo grandes cambios en la estancia media, por los Ingresos por Turismo y Viajes de la Balanza de Pagos española, que se construía principalmente a partir de las operaciones de cambio de moneda y del pago con tarjetas de crédito de los no residentes.

La entrada en circulación física del euro en enero de 2002 supuso la pérdida de buena parte de esta información, que ha tratado de ser compensada por la puesta en marcha en 2001 de una nueva Encuesta de Gasto Turístico en frontera (EGATUR) realizada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), dentro de un grupo de trabajo formado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Banco de España.

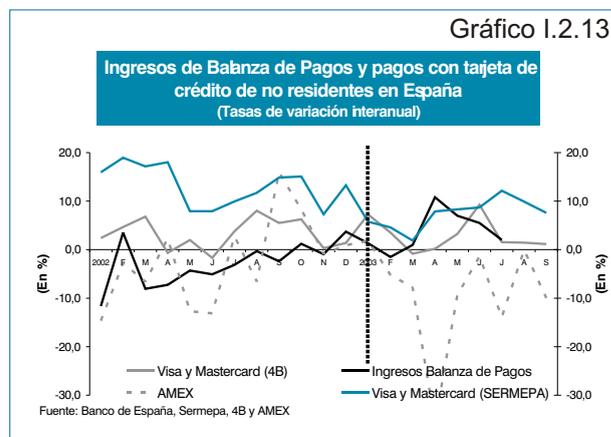
Hasta la fecha, la información de esta nueva y fundamental estadística no ha trascendido a la opinión pública, siendo utilizada todavía de forma parcial tanto por el Banco de España para el cálculo de los Ingresos por Turismo de la Balanza de Pagos como por el INE para los cálculos de la Contabilidad Nacional, dentro de un sistema mixto que además considera e integra la información de precios y pernoctaciones que se derivan de la Encuesta de Ocupación Hotelera realizada por el INE.

Las dificultades, en algunos meses, para entender y poder conciliar la evolución de los ingresos por turismo de la Balanza de Pagos, sobre todo de forma comparada con la senda de crecimiento del número de turistas de la estadística Frontur, junto con la falta de la publicación de una serie que supere la perspectiva estática actual de EGATUR introducen muchas cautelas a la hora de valorar en estos momentos los indicadores disponibles sobre la evolución del gasto turístico promedio de los extranjeros.

Por coherencia con números anteriores, en este número 6 del Informe Perspectivas se mantiene la publicación del gasto medio por turista calculado con esa metodología, es decir, por el cociente entre los Ingresos por Turismo y Viajes de la Balanza de Pagos y el número de turistas de Frontur. Con el objeto de enriquecer el análisis se vuelve a aportar, como elemento de contraste, la información de la evolución de los pagos con tarjetas de crédito de no residentes, aunque puedan estar afectados por el creciente aumento en su uso por parte de los consumidores en sus viajes al extranjero.

La situación de incertidumbre actual debiera ser superada a través de una mayor coordinación entre las distintas administraciones implicadas en su cálculo, de manera que se generara un sistema de estadísticas de turismo consistente con una única evolución de la realidad, cosa de la que hoy en día se carece. Una vez alcanzado este objetivo, el siguiente reto debiera consistir en estudiar los patrones de gasto y la evolución de los turistas españoles, los grandes olvidados de nuestro sistema de estadísticas de turismo.

Desde el mes de mayo y hasta el mes de julio, como último dato disponible, los Ingresos por Turismo de la Balanza de Pagos española han comenzado a presentar tasas de crecimiento interanual positivas, superando el crecimiento en el número de turistas y denotando, por tanto, un aumento en el gasto medio por turista del 2,4% en este período. Este dato rompe la tendencia de caídas continuadas experimentada el pasado año pero a ritmos muy moderados sin que se hayan todavía alcanzado los niveles nominales del año 2001.



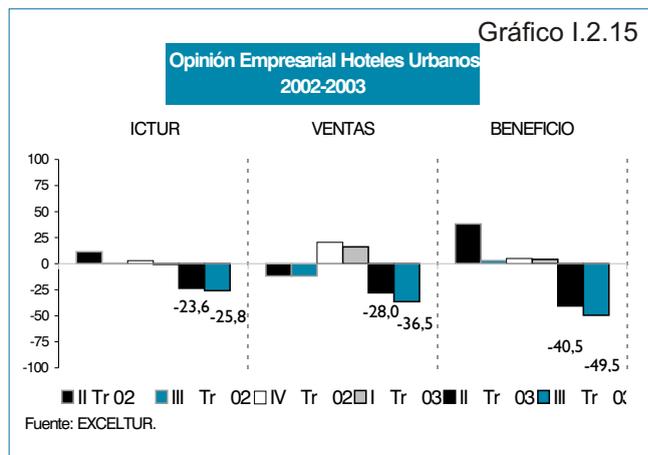
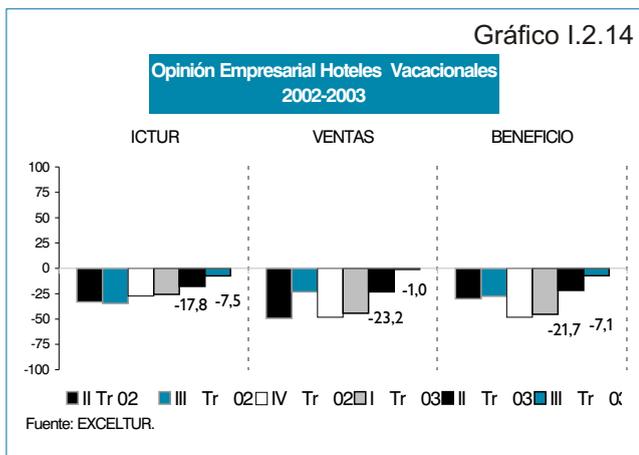
Cabe decir que el aumento en términos nominales que se percibe en estos meses quedaría prácticamente compensado en términos reales por el incremento en los precios.

El turismo español ha salvado en gran medida la temporada turística de las empresas de los destinos vacacionales. El crecimiento del consumo privado en España y el acceso a una oferta a precios muy atractivos ha provocado un crecimiento muy intenso de la demanda nacional, por encima del turismo extranjero. El reflejo de esta situación se observa en el comportamiento de las agencias de viajes españolas donde un 75,0% de las encuestadas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial manifestaban haber incrementado sus ventas en los meses de julio, agosto y septiembre respecto a los mismos meses del pasado año, así como en las compañías aéreas españolas que han experimentado un crecimiento en las ventas de billetes desde las ciudades españolas a los destinos vacacionales de la costa. El incremento de la demanda nacional se ha dejado notar igualmente sobre el negocio hotelero, que ha experimentado en julio y agosto un aumento del 6,5% de las pernoctaciones hoteleras de españoles, según la EOH elaborada por el INE.

Otro de los rasgos que ha marcado los meses de julio, agosto y septiembre es el distinto comportamiento y evolución de la actividad turística de destinos vacacionales frente a la actividad de zonas urbanas, hecho que se refleja en la opinión de los empresarios hoteleros. Los distintos determinantes de ambos mercados y su diferencial evolución se encuentran detrás de este hecho.

Así, mientras en el ámbito vacacional el dinamismo en el consumo de las familias españolas y británicas, que entre las dos se acerca al 60% de la demanda de los destinos de la península y las islas, han permitido impulsar la demanda, en el caso urbano los indicadores reflejan una importante reducción de las ventas y un deterioro de la confianza. La falta de recuperación de los beneficios empresariales, los efectos de las políticas de ajustes de costes aplicadas sobre los viajes de negocios por las empresas y el retraso en la programación de eventos generado por la incertidumbre de la guerra iraquí se encuentra detrás del mal comportamiento del negocio urbano.

En este número Exceltur incorpora, por primera vez, una explotación de su Encuesta de Clima Turístico Empresarial, con una distinción de hoteles entre vacacionales y urbanos en función de su lugar de localización.



Con esta nueva información, se aprecia que para el mercado vacacional, el verano de 2003 ha marcado un punto de clara recuperación en relación con el segundo trimestre y la situación del pasado año. Tanto el indicador de ventas como de beneficios muestra una importante mejoría en el tercer trimestre del año, si bien todavía en valores negativos. Por el contrario, los hoteles urbanos han experimentado una situación de deterioro en sus principales ratios, que ya se venía produciendo desde el segundo trimestre.

Esta evolución ha condicionado los resultados de la temporada de verano en los diferentes destinos españoles, donde, según los empresarios, las Comunidades Autónomas de Canarias, Extremadura, la Comunidad Valenciana y Murcia han presentado el mejor comportamiento en las ventas, mientras Madrid y Barcelona, dentro de una temporada débil en el conjunto de Cataluña, se sitúan como los destinos con peores resultados empresariales en este indicador, dentro de una tónica generalizada de caída de márgenes en todos los destinos salvo en Extremadura y Castilla La Mancha.

Gráfico I.2.16

Opinión empresarial sobre ventas en alojamiento. III Tr 2003

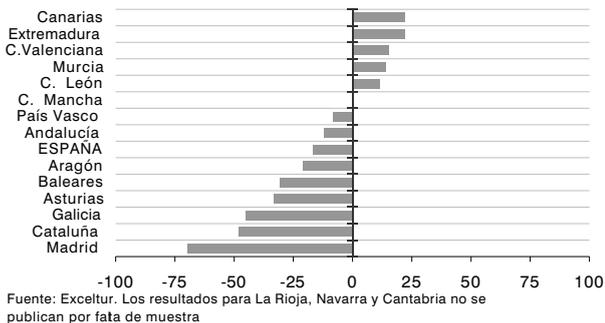
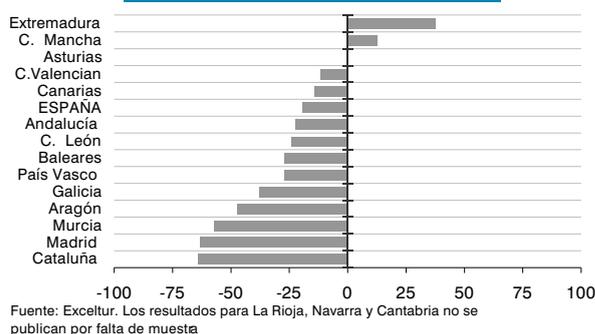


Gráfico I.2.17

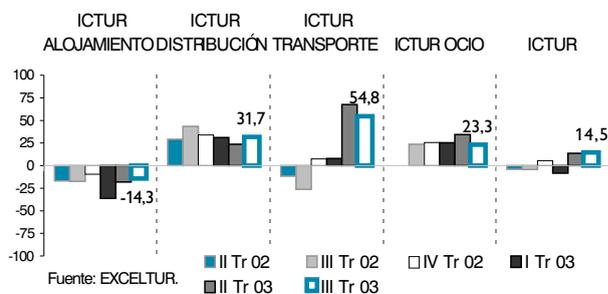
Opinión empresarial sobre beneficios en alojamiento. III Tr 2003



Las perspectivas para el último trimestre del año del turismo español se mantienen en un tono de moderado optimismo, pero sin apenas haber mejorado respecto a la situación del segundo trimestre. Tanto el Índice General de Clima Turístico Empresarial de Exceltur (ICTUR) que trata de aproximar la confianza empresarial respecto a la evolución a corto plazo de la actividad, como el ICTUR de cada uno de los subsectores, se ha elevado durante el tercer trimestre hasta un valor de 14,2, ligeramente superior al 13,7 mostrado en los meses previos al verano, y consolidando la tendencia a alejarse de los valores mínimos negativos de -8,7 alcanzados en el primer trimestre del año. A escala sectorial, las expectativas más favorables se producen en el ámbito del transporte (54,8), seguido por las agencias de viajes (31,7), alejadas de las perspectivas negativas que presentan los hoteles españoles (-14,3), una vez concluida la temporada de verano.

Gráfico I.2.18

Evolución de las expectativas empresariales en turismo por subsectores

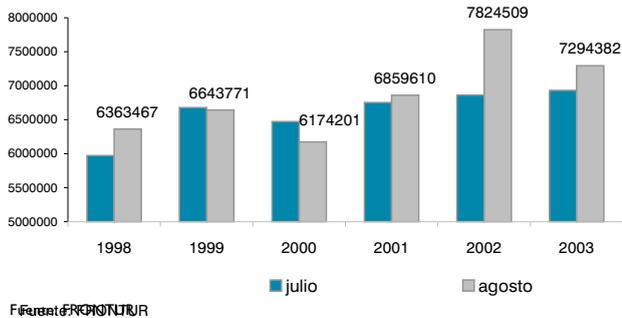


2.2. Tendencias de mercado

2.2.1. Mercados emisores

Gráfico I.2.19

Evolución de los turistas en julio y agosto 1998-2003



El escenario de paulatina reactivación por el que atravesaba el sector turístico español en la primera mitad de 2003 ha dado paso a un descenso de la entrada de visitantes procedentes de nuestros mercados emisores de turistas en los meses del verano. El deterioro registrado en agosto ha condicionado el diagnóstico de la temporada estival, puesto que dicho mes concentra entre el 13% y el 15% de la llegada de turistas del año. Los datos aportados por el Instituto de Estudios Turísticos a través de su estadística Frontur indican que ese mes se ha saldado con una entrada de 7.294.392 turistas, 530.127 menos que el pasado año, debido al descenso de todos nuestros mercados emisores a excepción del británico. Con estas cifras, el aumento de turistas extranjeros acumulado en 2003 se sitúa en un 0,5% frente al mismo período de 2002, lo que supone una llegada de 207.516 turistas más que el pasado año por estas fechas. **Estos resultados no son positivos, aún más si tenemos en cuenta los buenos registros que han logrado los principales países competidores del turismo español.**

Aunque la temporada veraniega, España ha incrementado su participación como destino elegido para las vacaciones en el mercado británico, está sufriendo de forma muy acusada los efectos de la caída de su segundo mercado emisor (Alemania), la desaceleración del mercado holandés y el retroceso del mercado francés e italiano. A todo ello hay que añadir la fuerte caída de los viajes de “larga distancia”, con especial incidencia del mercado americano, que con la excepción de agosto, acumulaba un descenso del 17,1%.

En este sentido, cabe destacar que en la temporada de verano los fundamentos macroeconómicos son más acordes con la dinámica de crecimiento de los turistas en algunos de los principales mercados. Así, el cuadro de recesión que presenta Alemania, Francia y Holanda contrasta con el británico, que muestra un crecimiento de la economía cercano al 2%. Con estos dos condicionantes, las perspectivas de mejoría en la demanda turística por parte de no residentes al final de 2003 deben ser necesariamente muy moderadas, como se advierte en el apartado de Entorno Internacional.

Conjunto de año

Temporada de verano

Gráfico I.2.20

Gráfico I.2.21

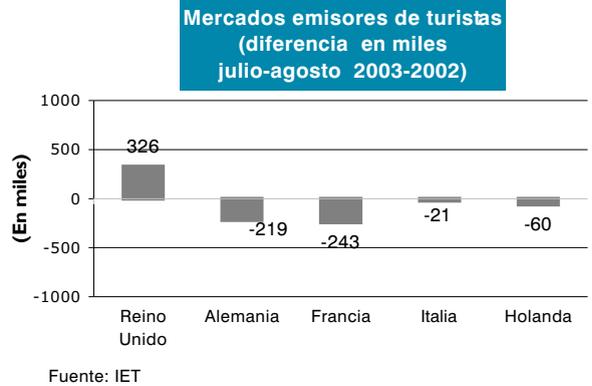
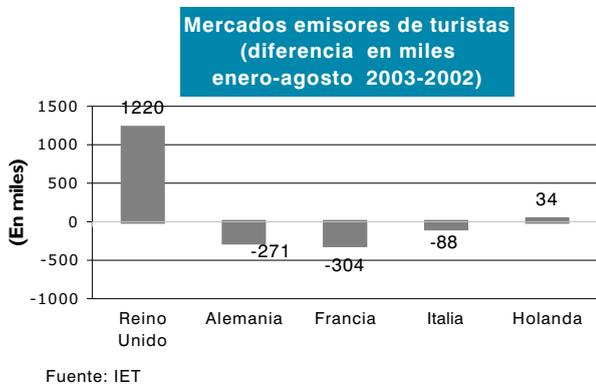
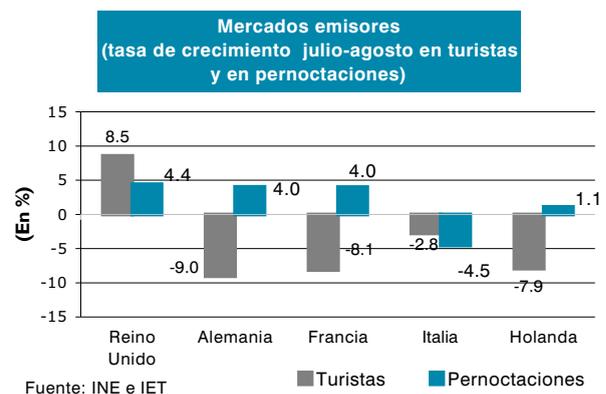
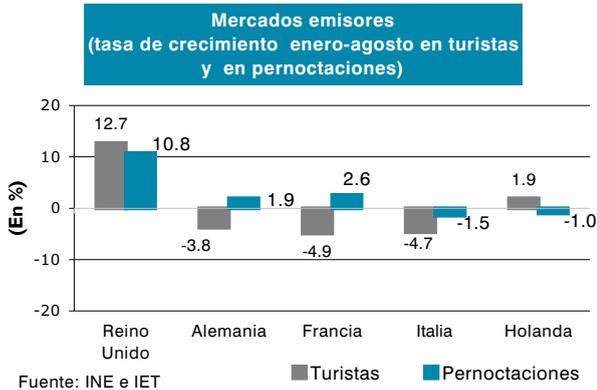


Gráfico I.2.22

Gráfico I.2.23



Frente a la debilidad de los mercados emisores continentales, la fortaleza del mercado británico ha permitido que la entrada de turistas en España creciera de nuevo en 2003. Los 1,22 millones de turistas procedentes de Reino Unido han compensado el descenso que se produce en el resto de mercados, concentrando una cuota en este mercado del 30%. Así, en el primer semestre del año, el aumento de visitantes británicos que vinieron a España supera en más de 6 puntos a los que eligieron Francia, según el informe "Overseas Travel and Tourism". La primacía del mercado español para los británicos contrasta con el descenso del irlandés, el alemán y el griego, si bien la cuota de este último es mucho más reducida que los anteriores. Según EGATUR para el año 2002, Reino Unido después de EE.UU. y resto del mundo (Asia y Japón) es el país que realiza un **gasto por persona y día mayor**, aunque uno de los turistas que gasta menos en destino.

Gráfico I.2.24

Viajes de los británicos en el primer semestre de 2003

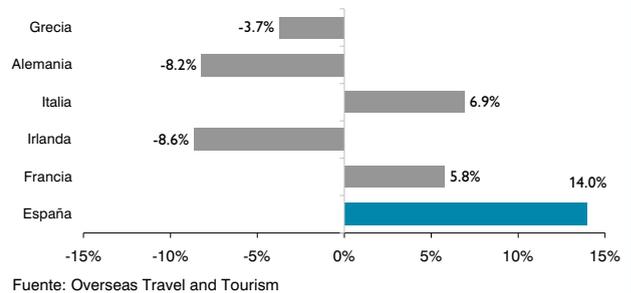
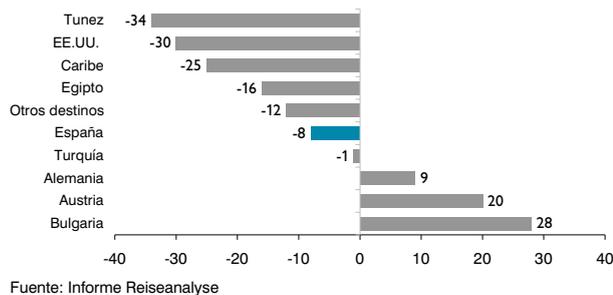


Gráfico I.2.25

Cambio en las preferencias interés por el destino vacacional de los alemanes entre 2001 y 2003



Los datos de Frontur revelan que la entrada de turistas alemanes ha registrado un nuevo deterioro en la temporada estival. Los 219 mil alemanes que nos han dejado de visitar este verano y que representan un -8,9%, es expresivo de la atonía del mercado alemán. El nuevo informe publicado por el estudio Reiseanalyse señala el cambio de preferencias de los alemanes a la hora de elegir destino vacacional. Desde 2001 se observa una mayor tendencia a visitar los países del Este, principalmente, Bulgaria y los países limítrofes, como Austria. También ha aumentado la propensión a quedarse en su propio país, en donde el sentimiento de seguridad ha sido clave en el momento de elegir destino. Basta observar como ha descendido la preferencia por los viajes a lugares con una elevada prima de riesgo, como Egipto y Túnez.

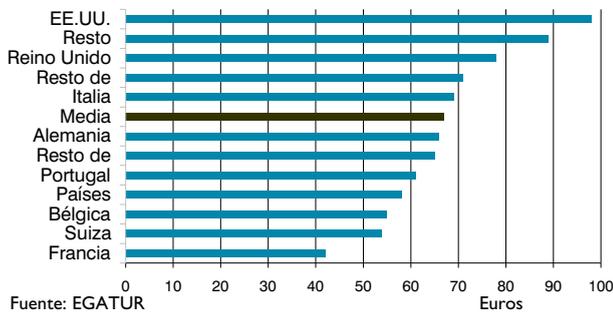
Las expectativas iniciales de mantenimiento de la cuota del mercado francés durante la temporada de verano, contrastada con una encuesta realizada por el Ministerio de Turismo francés sobre la intención de viaje, **se han desvanecido según los resultados de Frontur**. La pérdida de 243 mil franceses este verano supera a la caída del mercado alemán, sufriendo el retroceso más acusado en la temporada estival. Este comportamiento no es sorprendente, tanto por su relación con la dinámica de la economía francesa durante 2003, como por el mal comportamiento del gasto de las familias. En el acumulado del año, los turistas franceses retroceden un 5,1%.

El turismo italiano es el mercado que ha registrado un menor deterioro en el verano a causa del notable dinamismo del mes de julio (9,3% interanual), si bien no ha podido compensarse con el descenso del 8% de entradas de turistas en agosto. Según los datos suministrados por Frontur, en los ocho primeros meses de 2003 han llegado a España un total de 21 mil italianos menos, lo que representa un descenso acumulado del 4,8%. Aunque el mercado italiano tiene una cuota más reducida que los tres anteriores en la composición del turismo extranjero que visita España, su deterioro supone un riesgo para la rentabilidad de la industria turística porque, según los resultados de EGATUR para 2002, el turista italiano tiene un gasto por turista y día superior a la media.

La fortaleza que caracterizó al mercado holandés hasta junio del presente año ha dado paso a un deterioro en los meses de verano. Si hasta la primera parte del año, la llegada de holandeses superaba el 10% de crecimiento, julio y agosto han sido testigos de un notable retroceso, con caídas del 1,5% y del 16,5%, respectivamente.

Gráfico I.2.26

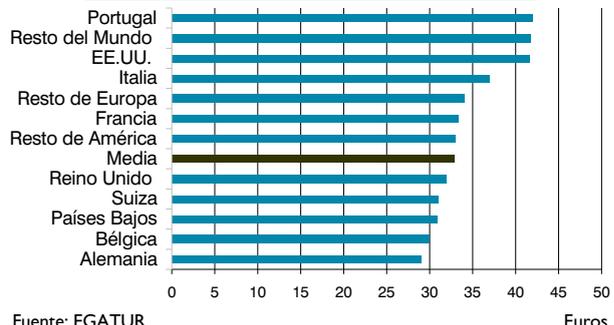
Gasto medio diario de los turistas según país de residencia. Año 2002



Fuente: EGATUR

Gráfico I.2.27

Gasto medio diario en España de los viajeros según país de residencias. Año 2002



Fuente: EGATUR

2.2.2. Mercados competidores

En un contexto de dinamización del consumo de viajes turísticos a escala mundial en los meses del verano, España ha perdido posiciones respecto a los destinos mediterráneos debido a la recuperación de la demanda en la mayoría de los países que compiten en el segmento de sol y playa.

La información comparada con algunos destinos competidores de la cuenca del Mediterráneo, indica que, si bien España demostró una menor vulnerabilidad a la ralentización de los viajes turísticos internacionales en el reciente periodo de crisis, **la temporada estival ha demostrado que España ha perdido las ventajas de su carácter de “destino refugio”, una vez que las condiciones de seguridad han tendido a normalizarse en el mediterráneo oriental.**

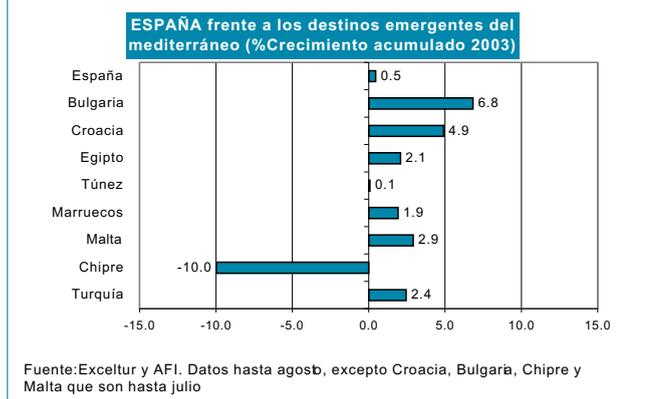
Tabla I.2.1

LLEGADA DE TURISTAS EN LOS PAÍSES MEDITERRÁNEOS DE TURISMO

	Total año			Agosto 2003 (**)	Tasa de variación interanual			último dato
	2000	2001	2002		2001/2000	2002/2001 (*)	2003/2002 (*)	
Francia	77,189,796	75,202,166	77,011,790	--	-2.6	2.4	-	2002
Grecia	12,500,000	14,033,000	-	--	12.3	-	-	2001
Italia	35,107,475	35,767,981	39,799,000	--	1.9	11.3	-	abril
Turquía	10,428,153	11,619,909	13,248,176	9,036,597	11.4	14.0	2.4	agosto
Chipre	2,686,202	2,696,728	2,418,233	1,210,796	0.4	-10.3	-10.0	julio
Malta	1,215,713	1,180,145	1,133,814	642,908	-2.9	-3.9	2.9	julio
Marruecos	2,428,393	1,979,192	1,965,338	716,927	-18.5	-0.7	1.9	abril
Túnez	5,179,100	5,387,200	5,063,600	3,446,900	4.0	-6.0	0.1	agosto
Portugal	12,096,680	12,167,200	11,600,000	1,604,378	0.6	-4.7	-3.1	marzo
Egipto	5,506,600	4,641,038	4,906,000	2,245,949	-15.7	5.7	2.1	junio
Croacia	5,831,180	6,544,217	6,960,360	3,982,956	12.2	6.4	4.9	julio
Bulgaria	4,922,118	5,103,793	5,562,917	5,562,917	3.7	9.0	6.8	Julio
España	47,897,915	50,093,555	52,123,846	37,141,099	4.6	4.1	0.5	Agosto

Fuente: AFI, Exceltur y Institutos de Estadística Nacionales

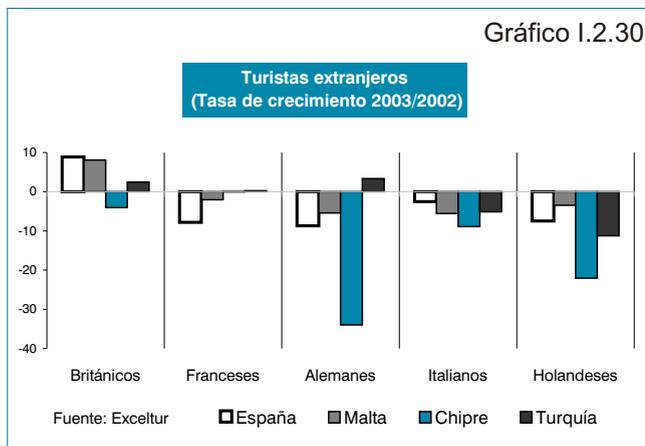
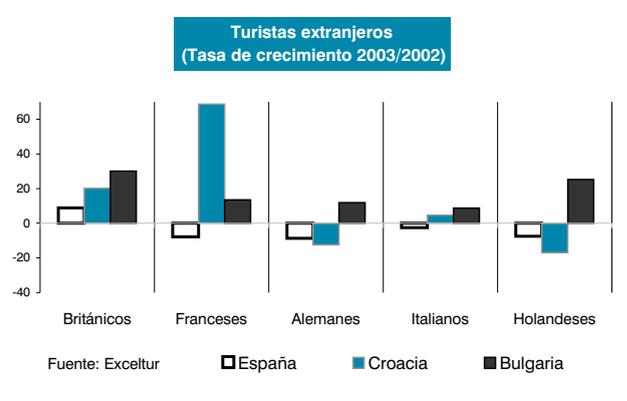
Gráfico I.2.28



A pesar de no disponer de datos homogéneos para todos los países en 2003, la información disponible refleja que Egipto, Marruecos, Malta y Turquía han mostrado una mayor sensibilidad a los cambios en el panorama internacional, con una recuperación de su demanda espectacular desde el inicio del verano, en donde las ganancias de competitividad vía precio han jugado ligeramente a favor. El único mercado que permanece más debilitado es Chipre, con un descenso de los turistas acumulado hasta julio del 10% respecto a 2002.

Dentro del incremento de los viajes al exterior de las familias europeas, Bulgaria está siendo uno de los destinos favoritos durante 2003. Países como Reino Unido, Francia y Holanda están demandando de manera creciente sus servicios turísticos y de ahí que las entradas de turistas procedentes de estas economías registren tasas de crecimiento del 30% en el caso de los británicos, y del 10% para el resto. Incluso los turistas alemanes han actuado de dinamizadores de la actividad turística en Bulgaria, siendo uno de los pocos destinos junto con Turquía que se ha beneficiado de una mayor llegada de visitantes procedentes de este país centroeuropeo.

Gráfico I.2.29



La recuperación que se observa en los destinos de África y Oriente Medio viene explicada en mayor medida por mercados distintos a los europeos con la excepción de Gran Bretaña, que es uno de los que más turistas ha emitido. También cabe destacar el empuje del mercado alemán en Turquía, con un crecimiento en agosto del 21% interanual. Turquía se ha visto favorecida por la llegada de turistas procedentes de los países vecinos, como Rusia (46% interanual en agosto), Grecia (75%) y Bulgaria y Siria, ambos con un 55%.

2.3 Tendencias del consumidor

Los hábitos de viaje exhibidos por el turista extranjero durante el pasado verano confirman el cambio en las pautas de conducta relacionadas con la tipología de alojamiento y el medio de transporte utilizado. La imparable apertura de nuevas líneas y rutas por parte de las compañías aéreas de bajo coste está teniendo su traslado en la ganancia de cuota de mercado que se observa en este medio de transporte. El uso más intensivo de los viajes que ofertan estas compañías está impulsado aún más la desintermediación del sector, como muestra que cada vez un menor porcentaje de turistas opten por contratar paquetes. Como analizamos en el apartado de transporte, la aerolíneas de bajo coste han acelerado su actividad en nuestro país de forma espectacular incrementando el volumen de pasajeros en más de un 30% hasta agosto.

Más coyuntural parece, la tendencia decreciente de los viajes al extranjero y de larga duración que muestran los turistas de algunos países emisores, especialmente Alemania. Este hábito se encuentra asociado al clima de desaceleración económica y, por tanto, a la mayor propensión al ahorro por motivo precaución en fases del ciclo donde existe incertidumbre sobre la evolución de la renta. En todo caso, el hecho de que el turista español también se haya mostrado más proclive a realizar viajes dentro de nuestras fronteras ha tenido un impacto positivo sobre el sector.

Gasto turístico

En términos del gasto turístico, la recuperación del gasto medio por turista durante el tercer trimestre apunta a un cambio de tendencia que anticipábamos en el anterior informe. Con datos hasta julio, el cociente entre los Ingresos por turismo de la Balanza de Pagos española y el número de turistas registraba una tasa de variación del 1,5%.

Como detonantes del cambio de tendencia de los ingresos por turista hay que destacar que la tipología de alojamiento que ha sufrido en menor medida el descenso de clientela extranjera en julio y agosto según Frontur han sido los hoteles y, especialmente, los de categoría superior según se desprende de la EOH que publica el INE. La intensa caída del número de turistas extranjeros en el mes de agosto vino acompañada, en todo caso, de cierta recuperación del importe medio de compra por operación con tarjeta de crédito. Sin embargo, en el mes de septiembre los pagos a través de visa y Mastercard vuelven a mostrar una moderación de dicho importe medio lo que todavía no permite anticipar un cambio de tendencia claro de la mejora del ingreso medio por turista, unido a que esta variable también se ve influida por el cambio en el patrón de comportamiento del consumidor turístico en cuanto a la tarjeta, que cada vez se usa más como sustitución de los pagos al contado.

Gráfico I.2.31

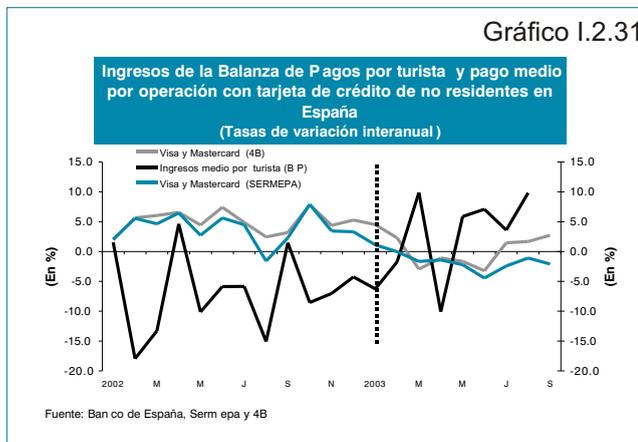
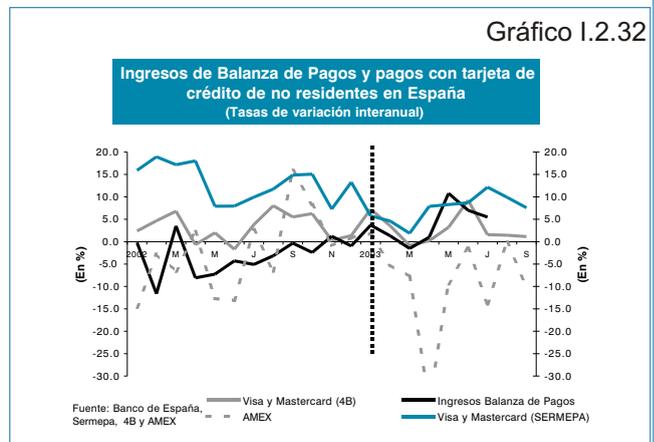


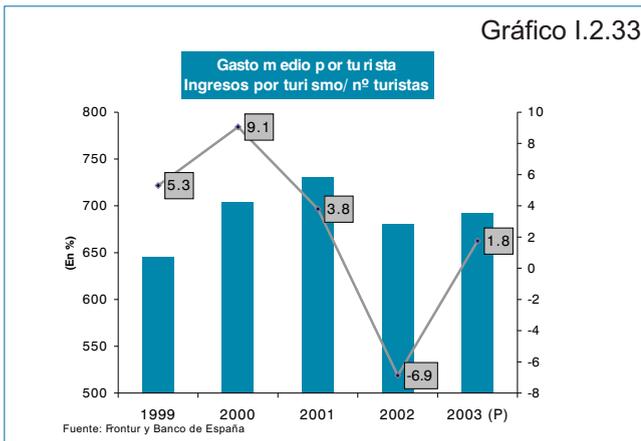
Gráfico I.2.32



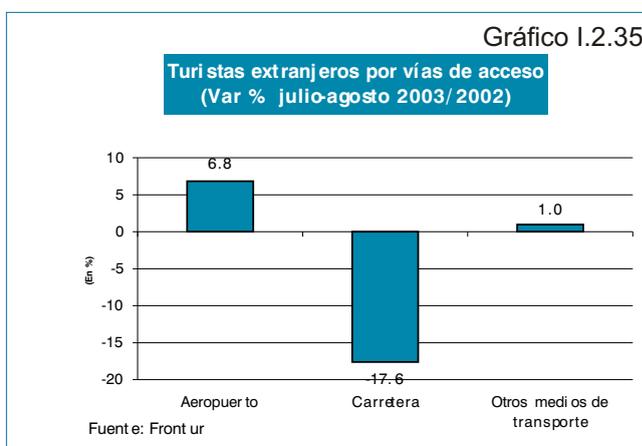
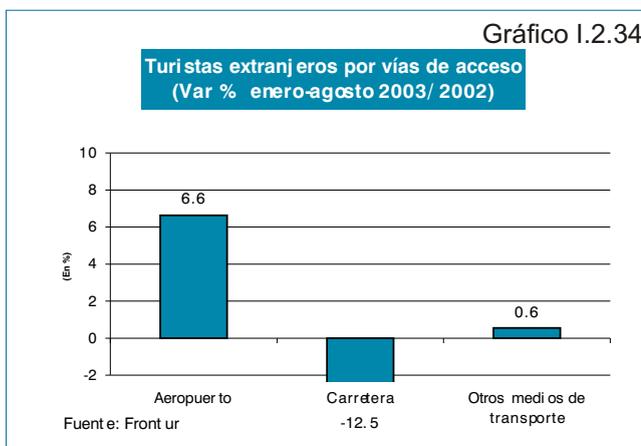
Las variables que permiten aproximar la dinámica del gasto turístico de los extranjeros anticipan cierta recuperación. En este escenario, **esperamos que se produzca un crecimiento del 1,8% del gasto medio por turista para el conjunto del año en términos nominales, lo que vuelve a mejorar las previsiones realizadas en el último informe de Exceltur.** Esta recuperación vendría explicada por un incremento del 1,0% del número de turistas y del 2,8% de los ingresos por turismo y viajes de la Balanza de Pagos.

Hábitos de viaje

La desintermediación del sector turístico que refleja el uso cada vez menor de los paquetes turísticos sigue siendo la nota predominante en los últimos meses. En julio y agosto mientras que el número de turistas que utilizó paquete descendió un 4,6% interanual, en el caso de los que no lo hicieron sólo se registró una caída del 2,1%. Esta tendencia **creciente hacia la organización individual del viaje turístico** a España tiene su reflejo tanto en la vía de acceso, cada vez en mayor medida por transporte aéreo con un uso creciente de las nuevas líneas de bajo coste, como en el mayor uso de la oferta residencial en detrimento de otras tipologías.



Las compañías de bajo coste que han conseguido una mayor cuota de mercado en España son las británicas EasyJet y Go duplicando prácticamente en número de viajeros la primera de ellas. Hasta el mes de agosto el número de turistas extranjeros que han llegado por vía aérea se incrementó un 6,6%, en claro contraste con el retroceso sufrido por las llegadas en carretera, muy vinculado al deterioro del mercado francés.



Como hemos avanzado, **el patrón de comportamiento del turista extranjero está cada vez más sesgado hacia el alojamiento en vivienda gratuita, especialmente el que tiene su origen en Reino Unido.** La comparativa por nacionalidades refleja la **clara preferencia de los británicos y, especialmente, de los franceses, por el alojamiento extra-hoteler.** En este último mercado tan sólo el 45% de los turistas optan por alojarse en hoteles, siendo predominante dentro del alojamiento no hotelero la vivienda gratuita y los acampamentos. En el resto de mercados es destacable el incremento del uso de la vivienda gratuita por parte de alemanes, aunque el alojamiento hotelero sigue concentrando en torno al 75% del turismo germano, un porcentaje similar al correspondiente al mercado italiano.

Dentro de las modalidades incluidas en el denominado "turismo residencial" destaca el avance de la vivienda alquilada que registró un incremento superior al 7% interanual en el período enero-agosto y ya registra cuotas de en torno al 12% en mercados como el francés y el británico.

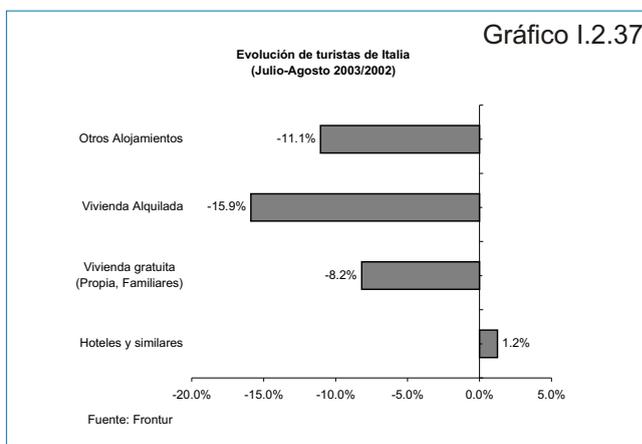
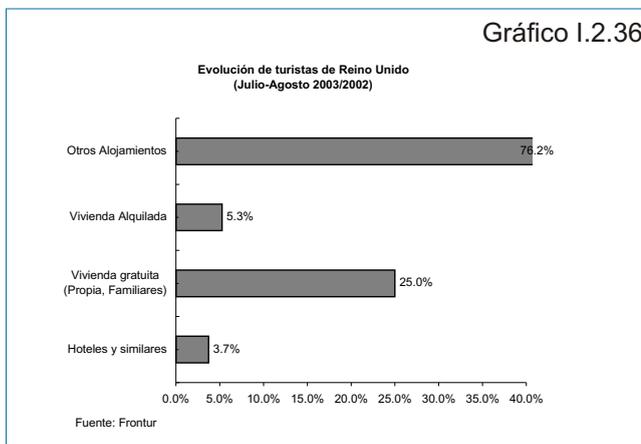
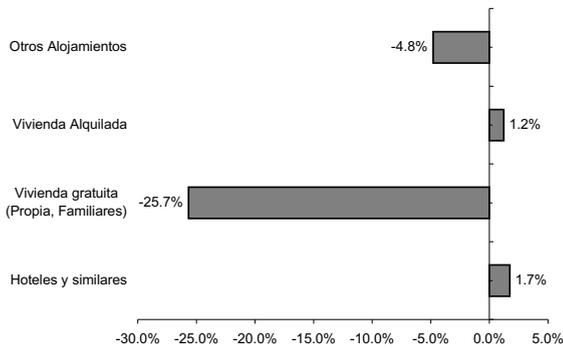


Gráfico I.2.38

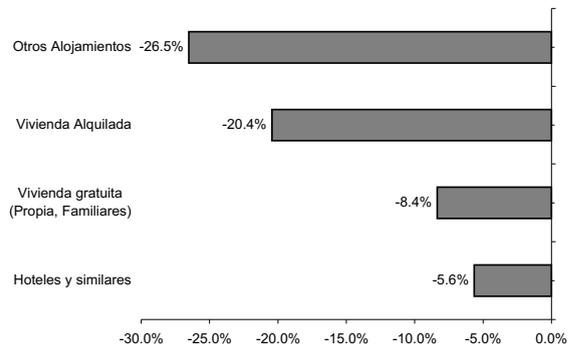
Evolución de turistas de Francia
(Julio-Agosto 2003/2002)



Fuente: Frontur

Gráfico I.2.39

Evolución de turistas de Alemania
(Julio-Agosto 2003/2002)

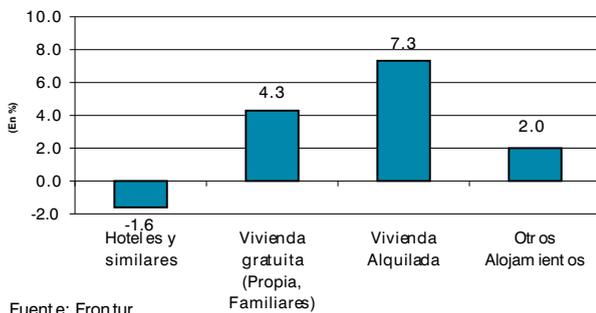


Fuente: Frontur

Cabe destacar, además, desde un punto de vista más coyuntural, que en los meses de julio y agosto el menor retroceso en cuanto a turistas alojados se ha producido en la vivienda de alquiler (-1,3%). Los establecimientos hoteleros también han acusado un descenso de la demanda inferior al correspondiente a la vivienda gratuita, lo que podía contribuir a explicar, en parte, la tímida recuperación que mostró el gasto medio por turista durante este período.

Gráfico I.2.40

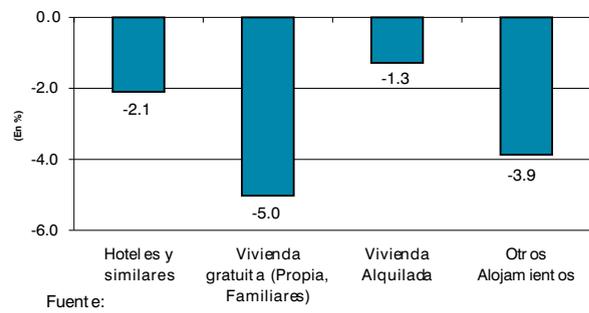
Turistas extranjeros por tipologías de alojamiento
(Var % enero-agosto 2003/ 2002)



Fuente: Frontur

Gráfico I.2.41

Turistas extranjeros por tipologías de alojamiento
(Var % julio-agosto 2003/ 2002)



Fuente: Frontur

2.4 Tendencias del mercado de trabajo

A pesar de que el empleo en el sector turístico español está enmarcado en una senda de desaceleración, éste se sigue mostrando como uno de los protagonistas de la generación de puestos de trabajo en España. La industria vinculada con el sector del turismo generó, con datos hasta el mes de julio de 2003, 67.446 nuevos empleos, según la estadística de afiliados a la Seguridad. Este registro supone un incremento del 3,1% interanual y del 3,4% del número de afiliados en términos medios en los meses de enero a julio, por encima de las tasas de generación de empleo del resto de sectores de la economía española. Con todo, el número de trabajadores afiliados a la Seguridad Social en las ramas vinculadas al turismo en 2003 representa el 12,8% del total en España.

La mayor dinámica de creación de empleo la ha registrado la rama de transporte aéreo, con una tasa de variación cercana al 8% interanual, que indica que se han abandonado las políticas de ajuste que se llevaron a cabo en 2002 para adaptarse al nuevo escenario definido por los acontecimientos del 11-S. **El sector en el que la desaceleración de los ritmos de actividad se ha manifestado con mayor intensidad en la ocupación ha sido la hostelería, con una tasa de crecimiento que se sitúa por debajo del 3% por primera desde 2000.** La contratación de personal en las agencias de viaje mantiene las pautas de reactivación observadas desde comienzos del año, con un crecimiento del 3,6%, muy similar al registrado por los afiliados a la Seguridad Social en Ocio y Cultura.

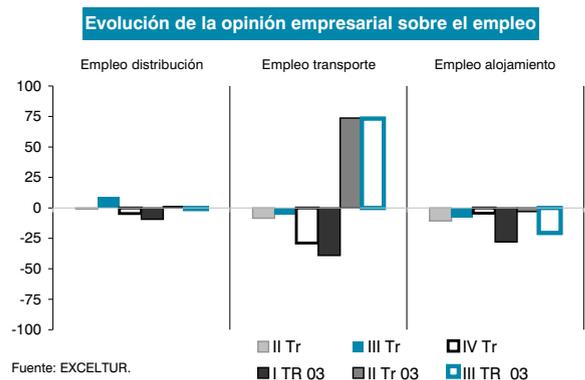
Tabla I.2.2

EMPLEO TURÍSTICO (afiliados a la Seguridad Social)												
	Valor				2002				2003			Ultimo dato
	2002	2000	2001	2002	I	II	III	IV	I	II	III	
Empleo turístico	2,024,999	5.2	4.6	3.4	3.5	3.0	3.4	3.9	3.3	3.5	3.2	jul
Hostelería	1,003,472	4.5	4.9	4.0	4.2	3.3	3.9	4.6	3.2	3.3	2.9	jul
Transporte	596,533	4.7	2.6	2.3	2.0	2.0	2.4	2.6	3.1	3.5	3.5	jul
Terrestre	549,092	4.6	2.8	2.7	2.4	2.6	2.8	2.9	3.0	3.1	3.2	jul
Marítimo	11,364	4.1	-0.9	4.3	2.2	4.5	4.4	6.1	4.8	5.2	5.4	jul
Aéreo	36,077	6.3	1.5	-4.0	-4.1	-6.3	-4.1	-1.4	3.4	8.0	7.9	jul
Agencias de viajes	44,890	8.4	7.7	2.0	2.4	1.3	1.2	3.3	4.4	3.6	3.6	jul
Ocio y Cultura	262,748	7.1	6.4	4.1	4.5	3.6	3.7	4.6	4.3	4.0	3.7	jul
Empleo en el resto de sectores	14,163,391	5.0	3.9	3.0	3.0	3.0	3.2	2.8	3.2	3.1	3.0	jul

Fuente: Ministerio de Trabajo y S.S.

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur refrendan la evolución del empleo que ofrecen las estadísticas oficiales, en los que se constata que ha sido el sector de alojamiento el que se ha saldado con el peor comportamiento en los meses de verano. Frente al 20,9% de los empresarios de este sector que constatan que realizaron ajustes de plantilla durante la temporada de verano, en la distribución dicho porcentaje sólo representa el 7,8%. La unanimidad con la que los empresarios del transporte y, en menor medida, de ocio señalan que han iniciado la apertura de nuevos procesos de contratación se refleja en el saldo de empleo, que alcanza un nivel del 60 y 20, respectivamente. Hay que matizar, no obstante, que para las agencias de viaje y para el sector de ocio el sentimiento empresarial viene marcado por la estabilidad del empleo respecto a los meses de julio, agosto y septiembre, tal y como declaran el 80% de los encuestados.

Gráfico I.2.42



Fuente: EXCELTUR.

Tras el generalizado consenso en el tercer trimestre acerca del aumento del pulso de la demanda y el empuje que ello supondría sobre la capacidad de contratación de más efectivos en las distintas ramas de actividad turística, la reducción de la rentabilidad empresarial no otorga mucho margen a las empresas que han optado por no incrementar los costes de personal. En este contexto, no es previsible una significativa mejora en la evolución del empleo en las ramas turísticas en el corto plazo, y así lo ponen de manifiesto los agentes del sector (excepto en transporte), al pronunciarse por las expectativas para el último trimestre de 2003.

Gráfico I.2.43

Evolución de la afiliación a la Seguridad Social en España

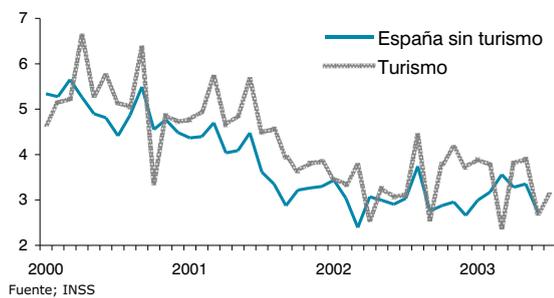


Gráfico I.2.44

Evolución de los afiliados en el sector turístico (tasa de variación interanual)

