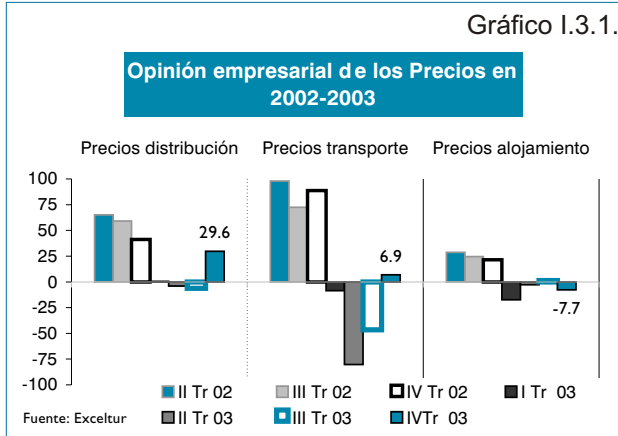


3. Precios

3.1 Análisis interno

Gráfico I.3.1.



El aspecto más relevante que ha caracterizado la actividad de la industria turística en el ejercicio 2003 ha sido la sensibilidad que ha mostrado el sector al escenario de ralentización de la demanda y a los cambios en la configuración de la competencia. **Los empresarios de todos los sectores que integran la industria turística establecieron una política de precios muy agresiva como instrumento para dinamizar la demanda, lo que provocó un notable deterioro de los márgenes empresariales.** La opinión empresarial es consistente con la evolución de todos los indicadores de precios publicados por el INE, que muestran el menor crecimiento de los últimos cinco años.

El descenso de la factura energética en euros, clave para el descenso de los precios del transporte

La revalorización del euro, en un contexto de estabilización del precio del crudo en el entorno de los 30 dólares, ha jugado un papel clave en el abaratamiento de los costes energéticos en el transporte. Aunque en media del año 2003, la cotización del precio del crudo en dólares en los mercados internacionales se ha situado por encima de 2002, la espectacular apreciación que ha protagonizado el euro frente a la divisa norteamericana ha abaratado la factura energética un 3,8% en media de todo el año. No obstante, si tenemos en cuenta el periodo posterior a la guerra de Irak, el coste energético ha descendido un 16%.

Gráfico I.3.2.

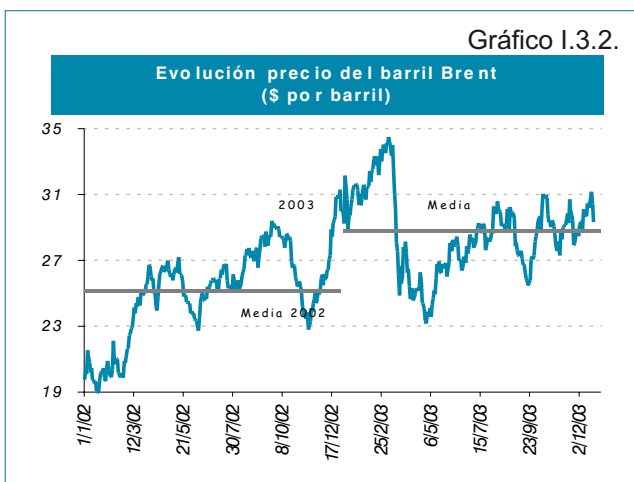
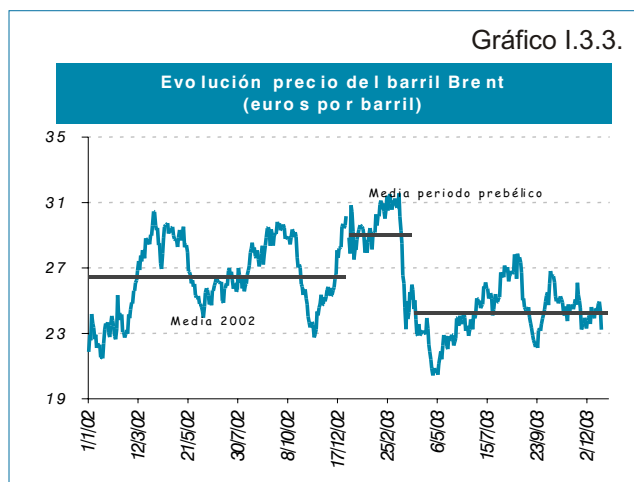
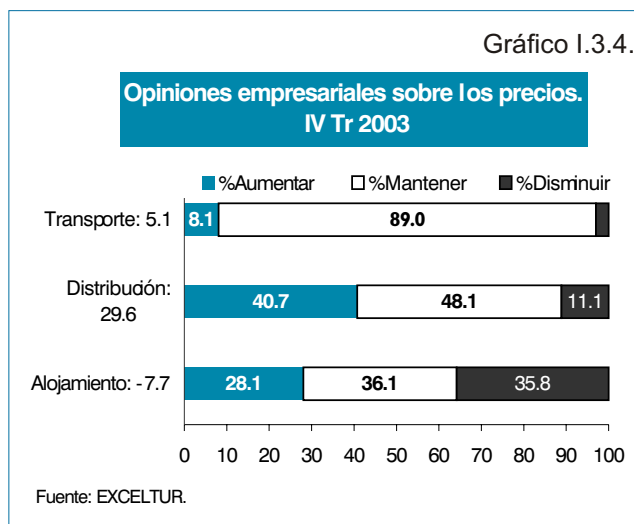


Gráfico I.3.3.



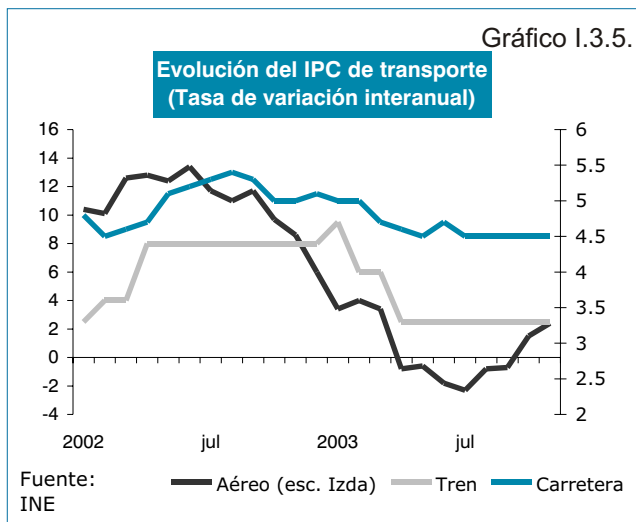
La traslación a los precios finales del transporte no se hizo esperar y todos los índices han registrado una importante moderación a lo largo de 2003. El conjunto de los empresarios del sector de transporte así lo han manifestado en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, con más del 65% de los empresarios verificando un descenso de sus precios en los tres primeros trimestres del año, frente al 20% que sostenían que habían aumentado las tarifas. Esta tendencia se ha interrumpido en el último trimestre del año, donde el 89% de los encuestados confirman que sus precios han permanecido estables frente al mismo periodo del año anterior y tan sólo un 3% afirman que han disminuido.

Gráfico I.3.4.



Frente a este comportamiento general del sector hay que destacar la evolución de los precios en el transporte aéreo, con tasas negativas de crecimiento durante buena parte del ejercicio 2003. La nueva configuración de la oferta del transporte aéreo (por la presencia de las compañías de bajo coste y sus tarifas reducidas) ha introducido a las empresas tradicionales españolas en una guerra de precios que ha dañado sus márgenes de explotación. No obstante, el abaratamiento de la factura energética ha mitigado la presión a la baja de sus niveles de rentabilidad, que, tras un período inicial de fuerte estrechamiento, han logrado recuperarse al final del ejercicio.

Gráfico I.3.5.



Con todo, la tendencia descendente de las tarifas aéreas ha tocado fondo en los meses del verano a causa de la finalización del proceso de ajuste a la baja de los precios, el encarecimiento del crudo en los mercados internacionales y la cesión de la apreciación del euro frente al dólar. En todo caso, se anticipa un crecimiento moderado de los billetes, en línea con las políticas de precios que van a llevar a cabo las empresas de otros medios de transporte. Según ha anunciado RENFE, las tarifas de tren subirán en 2004 una media del 2% tanto en Grandes Líneas como en Alta Velocidad (AVE), inferior al registrado en 2002 (3%) y a la inflación de 2003 (2,6% interanual en diciembre).

Escasas señales de cambio en la senda de presión sobre los precios de los alojamientos

Menos evidente ha sido la recuperación de los precios en el sector de alojamiento al final del año y, aunque han aparecido algunos síntomas de cambio de tendencia, previsiblemente no se consolidará en el corto plazo. La situación de sobre-oferta hotelera, el profundo cambio en los patrones de comportamiento de la demanda y el momento del ciclo económico han configurado un escenario para el sector de alojamiento hotelero desfavorable, que ha tenido que valerse de importantes reducciones de sus tarifas como único instrumento de dinamización de la demanda. Según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur durante 2003, la situación recogió una percepción marcadamente negativa de los precios, con un 40% de los empresarios considerando que sus tarifas se habían reducido respecto a 2002. En el último trimestre, la opinión empresarial sobre los precios se salda con un valor de 7,7, frente al 1,3 de la temporada estival.

Todos los índices de precios publicados por el INE recogen el ajuste en precios de las empresas de alojamiento, especialmente del hotelero aunque todavía con crecimiento positivo. El IPC de hoteles y otros alojamientos ha exhibido una moderación adicional en 2003, confirmándose un recorte de dos puntos hasta el 3,3%, lo que cierra el ejercicio con el menor crecimiento desde 1995. Pero si consideramos el IPH, índice referido exclusivamente a los precios de los hoteles, 2003 se salda con una tasa todavía menor, del 2,2%, frente al 3,9% de 2002.

Tabla I.3.1.

IPC de turismo y hostelería en España

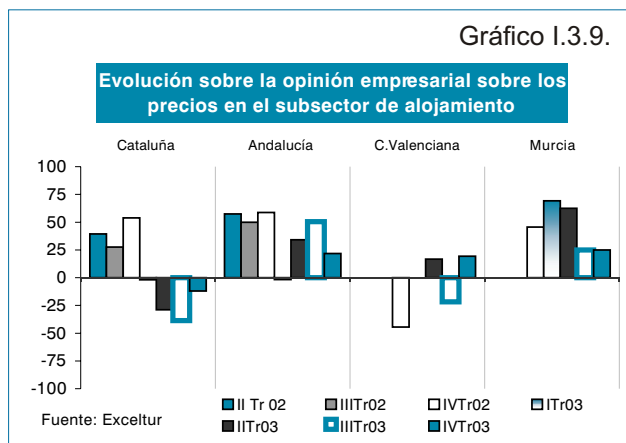
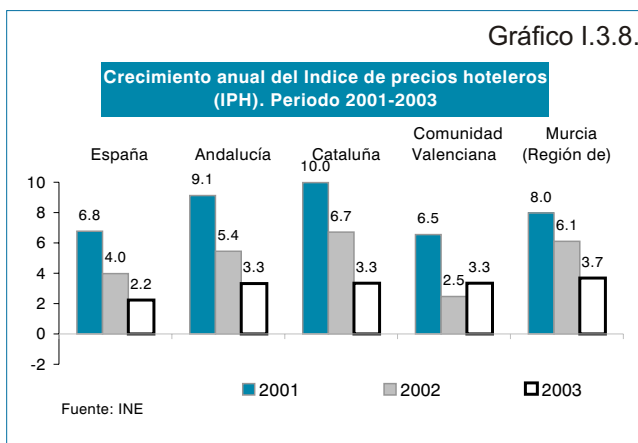
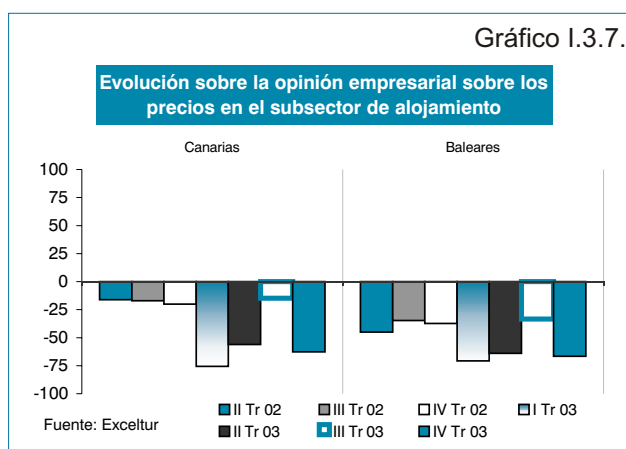
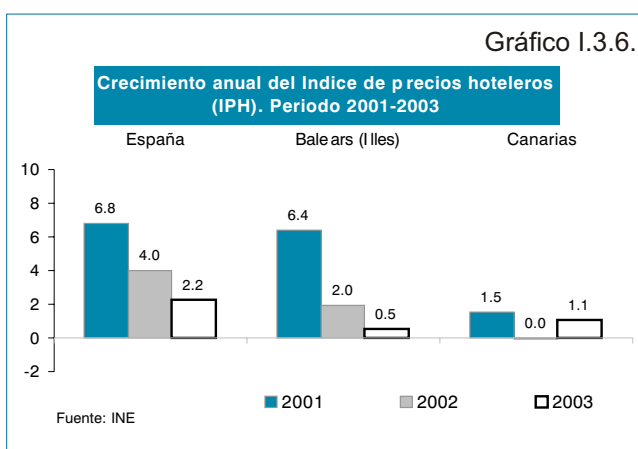
	tasas de variación interanual											
	2001 2002 2003			2002				2003				Ultimo dato
	media anual			I	II	III	IV	I	II	III	IV	
Índice de Precios de servicios	4,7	4,4	3,7	3,6	4,7	4,7	4,5	3,8	3,6	3,6	3,6	diciembre
IPC de turismo y hostelería	9,1	7,5	4,2	8,9	8,7	6,1	6,1	4,6	4,1	4,2	3,7	diciembre
IPC restaurantes, bares y cafeterías	4,7	6,2	4,4	6,7	6,3	5,9	5,9	4,9	4,4	4,2	4,3	diciembre
IPC Hoteles y otros alojamientos	9,9	5,2	3,3	4,7	5,8	5,0	5,2	2,3	3,8	3,9	3,1	diciembre
IPC de viajes organizados	7,1	8,8	3,0	8,9	8,7	8,3	9,1	3,2	3,8	4,6	0,2	diciembre
Índice de Precios Hoteleros (IPH)	6,7	3,9	--	4,1	3,6	3,7	4,1	2,4	2,9	1,6	2,0	diciembre

Fuente: INE y Exceltur

Baleares, junto con Canarias, han sido los destinos con menores crecimientos del IPH, con un 0,5% y 1,1%, respectivamente

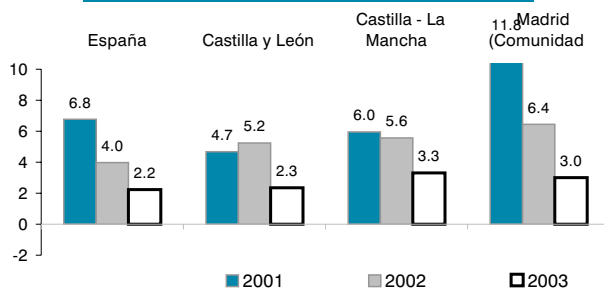
Ningún destino turístico ha quedado al margen de este proceso de desaceleración de los precios en hoteles. Las únicas excepciones son aquellas regiones que han obtenido unos resultados más favorables en términos de demanda, como la Comunidad Valenciana y Canarias, y las que más habían sufrido un recorte más acusado en sus tasas de crecimiento de los precios en 2002. Hay que matizar, sin embargo, el caso de Canarias, que, a pesar del leve repunte de los precios hoteleros en 2003, sigue siendo el destino con el menor crecimiento (1,1%) después de Baleares (0,5%).

De hecho, las opiniones empresariales vertidas en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur muestran unanimidad sobre la caída de los precios en Canarias y Baleares, con niveles en el ICTUR en el entorno del 62,7 para la isla del Atlántico y del 66,7 para Baleares. Respecto al resto de Comunidades Autónomas con mayor especialización turística en sol y playa, es en Cataluña donde la percepción de descenso de las tarifas hoteleras es mayor, mientras que en Andalucía y Murcia se reduce el porcentaje de encuestados que manifiestan que se ha producido un aumento de los precios.



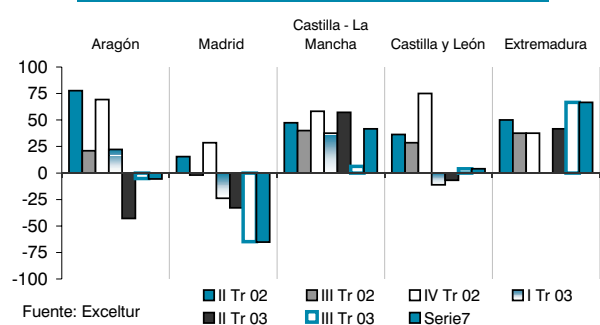
El descenso de la demanda en la Cornisa Cantábrica, Galicia y los destinos del interior también ha tenido como respuesta una importante moderación de las tarifas hoteleras, entre las que sobresale Madrid, que ha sido una de las regiones más afectadas por el descenso de la actividad turística y congresual en las ciudades en un escenario marcado por una creciente sobreoferta. Así, frente al 11,8% de crecimiento del IPH en 2001, el más elevado de toda España, en 2003 se ha posicionado en el sexto lugar del ranking como destino que ha registrado la menor tasa de crecimiento en 2003, después de Baleares, Canarias, Asturias, Extremadura y Castilla y León. Este diagnóstico es acorde con la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, donde se aprecia como la mayoría de los empresarios sostienen que sus tarifas hoteleras han experimentado una importante reducción desde el pasado año.

Gráfico I.3.10.

Crecimiento anual del Índice de precios hoteleros (IPH). Periodo 2001-2003


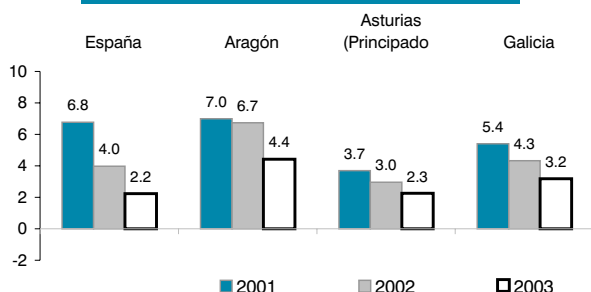
Fuente: INE

Gráfico I.3.11.

Evolución sobre la opinión empresarial sobre los precios en el subsector de alojamiento


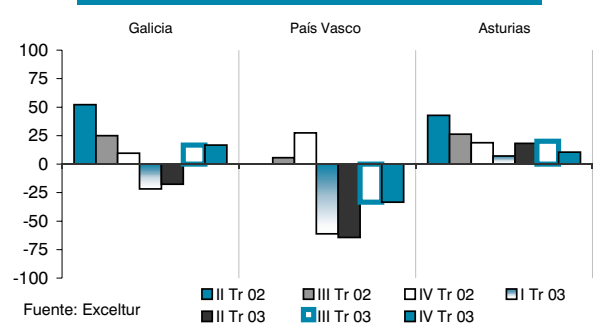
Fuente: Exceltur

Gráfico I.3.12.

Crecimiento anual del Índice de precios hoteleros (IPH). Periodo 2001-2003


Fuente: INE

Gráfico I.3.13.

Evolución sobre la opinión empresarial sobre los precios en el subsector de alojamiento


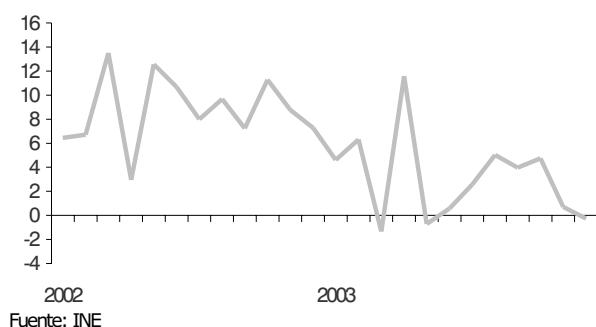
Fuente: Exceltur

Las campañas de promociones y de políticas agresivas de los precios en el sector de grandes agencias de viaje española comienzan a atenuarse

El moderado crecimiento de precios que contemplan las grandes agencias de viaje españolas es señal de que la evolución descendente de los precios está tocando fondo. Así, la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur recoge un claro sesgo alcista en la opinión de los empresarios acerca de la evolución de sus precios en el último trimestre del año, que contrasta con el tono mantenido en periodos anteriores. El 40% de los empresarios apuntan a un crecimiento de sus tarifas entre octubre y diciembre respecto a 2002, frente al 11% que opinan que han descendido.

Estos resultados no vienen respaldados por el IPC de viajes organizados para el conjunto de las agencias de viajes españolas. De hecho, uno de los aspectos más destacados de la evolución de este indicador ha sido la marcada trayectoria descendente que ha dibujado a lo largo de 2003 y que se salda con el menor crecimiento de los últimos cinco años, un 3% en media del año (8,8% en 2002) y un 0,2% interanual en diciembre.

Gráfico I.3.14.

Evolución del IPC de viajes organizados (Tasa de variación interanual)


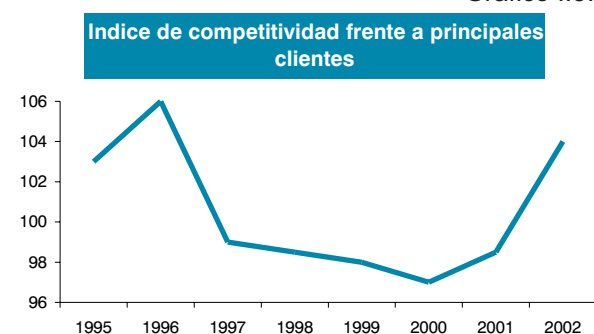
Fuente: INE

El aumento de la inflación en aquellos sectores y servicios que componen la oferta complementaria favorece que el turista que nos visita siga percibiendo que España es un país cada día menos barato

La presión competitiva a la que se ha visto sometida la industria turística durante 2003 contrasta con los mayores ritmos de crecimiento en los precios en aquellos sectores y servicios consumidos en el destino (alimentación, ocio, restauración, y otros servicios personales), lo que un año más ayuda a que el turista extranjero siga percibiendo que España es un país cada día menos barato.

Si analizamos la evolución de algunas rúbricas del IPC armonizado (IPCA) que afectan en mayor medida al gasto que el turista realiza en el territorio español (los precios de los restaurantes, bares y cafeterías, aquellos relacionados con la cultura y ocio y, también, los precios de la alimentación), podemos observar como el encarecimiento de estos servicios o productos es mayor en España que en Alemania y Reino Unido en estas rúbricas, a pesar de que el diferencial de inflación se ha reducido en 2003. Tomando como referencia la media del año, mientras que en nuestro país los precios de los bares, restaurantes y cafeterías ha aumentado un 4%, en estos dos países la tasa de variación se cifra en el 0,8% para el país germano y en el 3,2% para Reino Unido. En alimentación, las diferencias todavía son mayores, mientras que "ocio y cultura" es la única rúbrica que se ha llevado una evolución más similar a la que han experimentado nuestros principales mercados emisores.

Gráfico I.3.15.

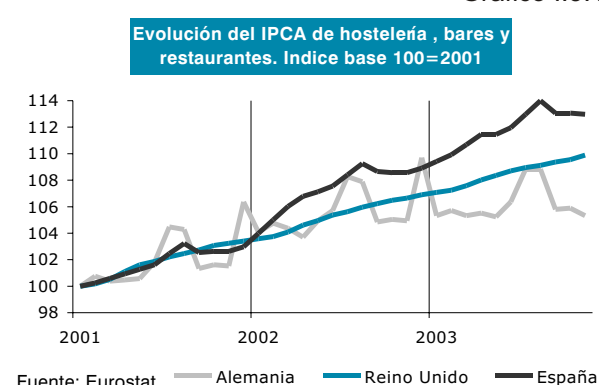


(*) Un aumento del índice supone una menor competitividad

Fuente: Banco de España

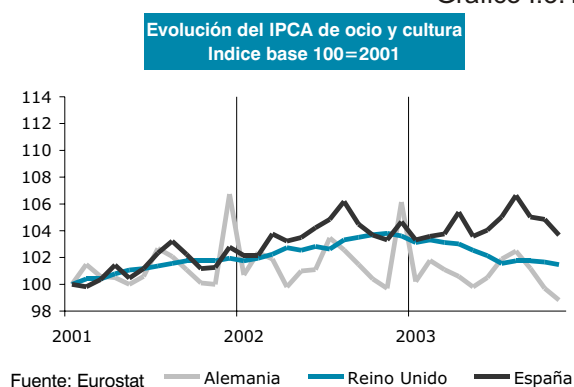
Los resultados descritos son acordes con el índice de competitividad para el sector turístico español elaborado por el Banco de España (*Los factores determinantes de la competitividad y sus indicadores para la economía española*) publicado en el Boletín Económico de Septiembre 2003), donde se pone de manifiesto que este proceso se viene produciendo desde 2000. Por ello, el Banco de España señala que, si bien la situación geográfica y la climatología seguirán constituyendo las principales ventajas sobre las que se asiente el desarrollo turístico español, es necesario corregir esas carencias para asegurar la sostenibilidad de este modelo.

Gráfico I.3.16.



Fuente: Eurostat — Alemania — Reino Unido — España

Gráfico I.3.17.



Fuente: Eurostat — Alemania — Reino Unido — España

Gráfico I.3.18.

Evolución del IPCA de alimentos
Índice base 100=2001

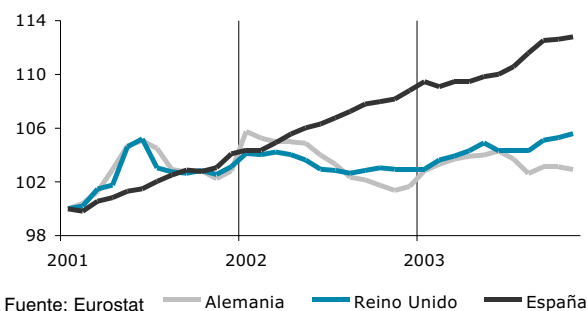
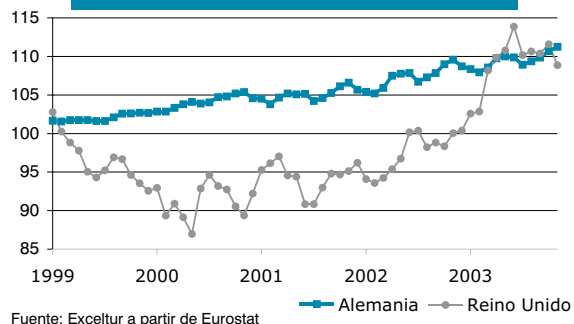


Gráfico I.3.19.

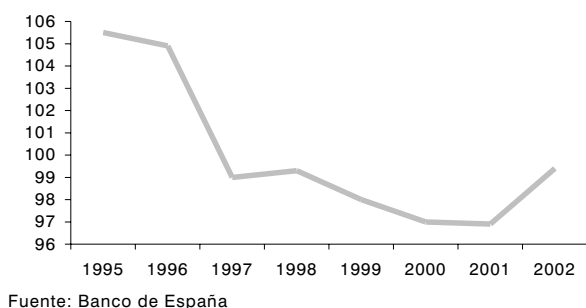
Índice de precios relativos de España frente a mercados emisores



3.2 Análisis externo

Gráfico I.3.20.

Índice de competitividad frente a principales competidores



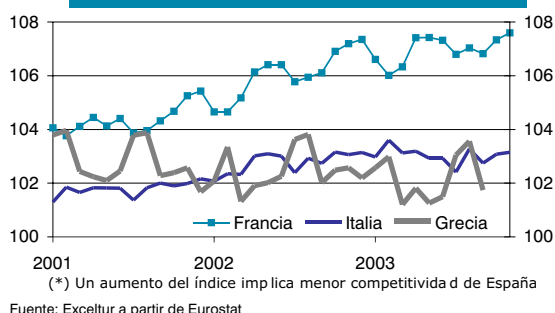
Aunque la cuota de España en el turismo internacional, medida tanto por el número de turistas recibidos como por los ingresos nominales (alrededor del 7%), sitúa a nuestro país en una posición de liderazgo como destino turístico internacional, no se deben obviar los problemas que amenazan la competitividad del sector, en un contexto en el que nuestros principales competidores tienen un margen más amplio para competir vía precio (por depreciación de su tipo de cambio y por menores costes).

El índice de competitividad frente a los competidores para el sector turístico español elaborado por el Banco de España señala que nuestro país perdió posiciones de manera concluyente en 2002, después de varios años de evolución positiva (1996-2001).

Las conclusiones para el ejercicio de 2003 no son distintas, si bien la información disponible para el pasado año, permite anticipar que, a pesar que España ha perdido posiciones vía precio con sus principales países competidores, se ha moderado la intensidad observada en 2002. Frente a los países europeos, Francia ha sido la economía donde la relación de intercambio ha empeorado más, mientras que frente Italia se ha saldado con una estabilidad del índice de precios relativos. Grecia es el único país que ha perdido posiciones respecto a España a causa de un ajuste en precios mucho menos acentuado que en el ámbito nacional.

Gráfico I.3.21.

Índice de precios relativos de España frente a competidores. Año base 1997 (*)



Como se ha comentado en el primer apartado de este informe, el elemento cambiario no ha sido un factor determinante de la captación de visitantes en 2003, ni entre los destinos del norte de África ni entre los países emergentes del Este de Europa, que gozan también de atractivo en el segmento de “sol y playa”. Con la salvedad de Tunes y Egipto, la estabilidad cambiaria de las divisas de Croacia o Bulgaria frente al euro y la escasa variación de las monedas de los países del Magreb han constituido un factor clave para su sector turístico. Por ello, la mayor pérdida de competitividad se ha producido con aquellos países que han registrado movimientos cambiarios más bruscos de depreciación como Tunes y Egipto. Con el resto de países, España retrocede posiciones, pero de un modo menos intenso que en 2002.

Gráfico I.3.22.

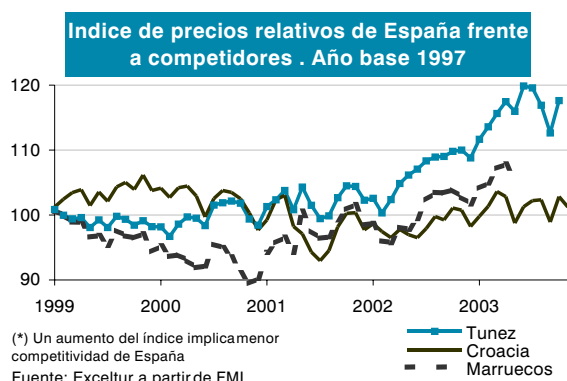
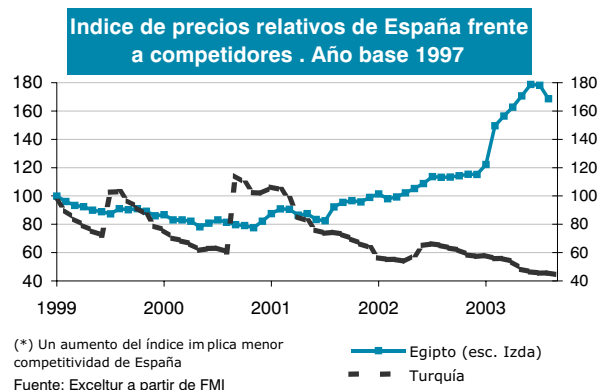


Gráfico I.3.23.



4. Perspectivas

El año 2004 será un ejercicio en el que deberá consolidarse la recuperación del sector turístico español que ya ha comenzado a producirse en la parte final de 2003.

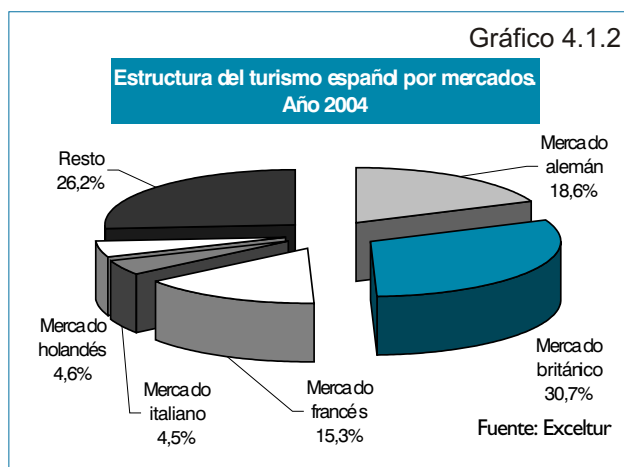
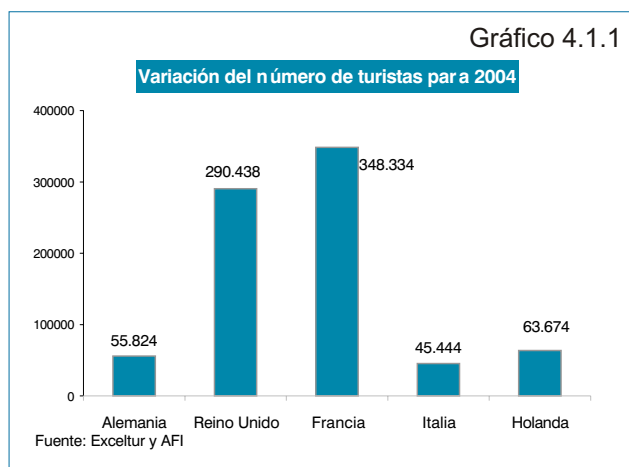
La reactivación de las economías de los principales mercados emisores van a crear un entorno más propicio para que aumenten las entradas de turistas (Exceltur prevé un crecimiento del 1,7% en 2004) y el gasto turístico siga mostrando signo positivo, después del retroceso que supuso el ejercicio 2002. De nuevo el gasto de las familias españolas seguirá mostrando un mayor dinamismo, compensando la atonía del resto de mercados emisores, como consecuencia del mayor crecimiento de nuestra economía y el fuerte ritmo de creación de empleo. **A medio plazo hay que considerar el daño que podría ocasionar sobre la renta disponible de las familias un aumento de los costes financieros como consecuencia de los elevados niveles de deuda que han adquirido, pero mientras los tipos de interés no inicien una senda alcista sostenida (que no esperamos hasta finales de este año) no parece que haya que preocuparse por la capacidad de gasto de los turistas españoles.**

Tabla 4.1.1

PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL									
	2000	2001	2002		2003 (P)		2004 (P)		
	%	%	%	Nº	%	Nº	%	Nº	
ISTE (PIB turismo)	4,3	2,8	-0,2	--	1,7	--	2,0	--	
Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)	11,0	8,5	-3,0	35.543,4	3,4	36.751,9	4,6	38.456,3	
Ingresos por turismo/ turistas (euros)	8,4	3,8	-6,1	680,3	3,2	702,1	2,9	722,1	
Total turistas extranjeros	2,4	5,1	3,4	52.245.364	0,2	52.342.117	1,7	53.253.860	
5 principales mercados europeos	1,6	5,3	4,3	37.943.331	1,4	38.471.806	2,1	39.275.521	
Turistas alemanes	-3,6	-2,6	-6,2	10.197.244	-3,2	9.875.393	0,6	9.931.217	
Turistas británicos	8,7	5,2	4,0	14.675.320	9,4	16.056.635	1,8	16.347.073	
Turistas franceses	-0,9	17,8	19,7	8.131.533	-4,3	7.779.855	4,5	8.128.190	
Turistas italianos	2,9	1,8	3,8	2.527.618	-6,1	2.373.763	1,9	2.419.207	
Turistas holandeses	-3,7	8,5	11,3	2.411.617	-1,1	2.386.159	2,7	2.449.833	

Fuente: ET, EXCELTUR
En Azul las previsiones realizadas por EXCELTUR

La débil creación de empleo en los principales países europeos pueden verse compensada por la mayor confianza de los consumidores en la recuperación económica y por la celebración de algunos acontecimientos culturales que tendrán lugar el próximo año en España. **A pesar de la coincidencia de los Juegos Olímpicos de Atenas o la Europa de Portugal durante el verano de 2004, la organización de eventos como el Forum de las Culturas, el Año de Salvador Dalí, el Año Xacobeo o el Quinto Centenario de Isabel la Católica, pueden contribuir de forma significativa a alcanzar un nuevo récord histórico de visitantes por encima de los 53 millones de turistas (cerca de 900.000 más que en 2003).**



Esperamos un nuevo récord de turistas en 2004

Esperamos que a esta cifra contribuyan sobre todo los mercados francés y británico, que podrían sumar entre ambos alrededor de 650.000 turistas. El previsible atractivo de los acontecimientos que se celebran este año en España para el turista francés, en un contexto de recuperación económica, y la pujanza sostenida de la economía británica justifican este mayor optimismo de las previsiones que Exceltur maneja para los dos

mercados. El riesgo de depreciación de la libra seguirá siendo una amenaza latente para el sector turístico español, que ya se ha encarecido un 7% por el tipo de cambio en 2003, a pesar de lo cual se mantiene como el destino preferido para los turistas para los británicos. Los 250.000 turistas restantes se reparten entre los demás mercados emisores, ya que todos podrían recuperar tasas positivas este año (de forma aún muy moderada), incluso aquellos que peor se han comportado en los últimos ejercicios.

A este respecto, una buena noticia es la recuperación del turismo alemán, si bien las cifras se encuentran aún muy lejos de lo que supuso en 1999, en primer lugar, por la larga crisis que atraviesa su economía, y, en segundo lugar, por la pérdida de atractivo relativo respecto a los destinos del Este de Europa, como Bulgaria, Croacia o Turquía, que han ido ganando cuota de mercado cada año. El comportamiento negativo de los últimos meses podría mantenerse, no obstante, en los mercados emisores de larga distancia, como Japón y Estados Unidos, al verse mucho más penalizados por la fortaleza del euro. No obstante, en el caso español, no sólo son mercados emisores menos representativos que para otros destinos europeos (como Francia e Italia), sino que incluso estamos asistiendo a algunos síntomas de recuperación en alguno de ellos, como el estadounidense.

La expansión de las líneas de bajo coste continuarán siendo uno de los elementos dinamizadores para la entrada de turistas en nuestro país.

El aumento previsto de las rutas de las compañías aéreas de bajo coste ha abaratado el acceso a la Península desde los principales países emisores de turistas a nuestro país, sobre todo desde las islas británicas. Este tipo de compañías transporta ya cerca de una quinta parte de los turistas que vienen a España y su impacto está resultando determinante en la **transformación de algunas de las pautas de comportamiento de los viajeros que nos visitan para pasar sus vacaciones, especialmente en lo concerniente a la menor estancia media y a la creciente desintermediación de sus viajes.** Este tipo de turista, sin embargo, puede traer consigo importantes implicaciones si sus efectos multiplicadores resultaran más reducidos, al facilitar el acceso de rentas más bajas a nuestro país por su mayor utilización de vivienda alquilada o gratuita.

PREVISIONES PARA LOS PRINCIPALES PAÍSES EMISORES DE TURISMO A ESPAÑA

Gráfico 4.1.3

Variación anual del número de turistas

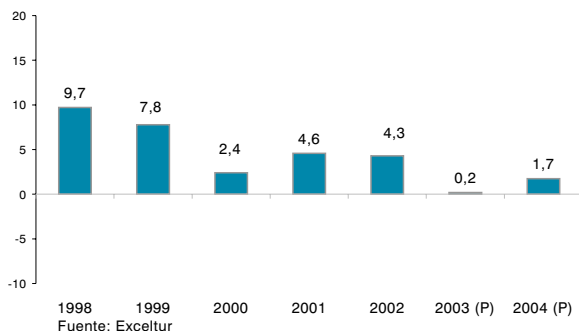


Gráfico 4.1.4

Variación anual de l número de turist as en Alemania

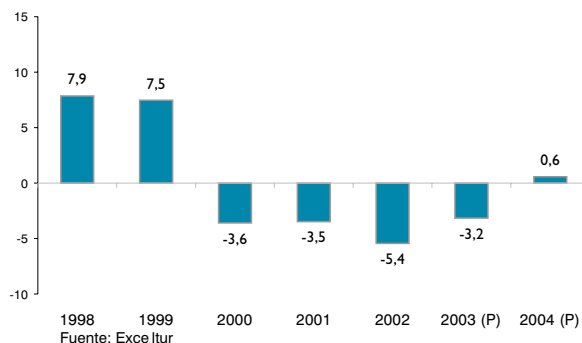


Gráfico 4.1.5

Variación anual del número de turistas en Reino Unido



Gráfico 4.1.6

Variación anual del número de turistas en Francia

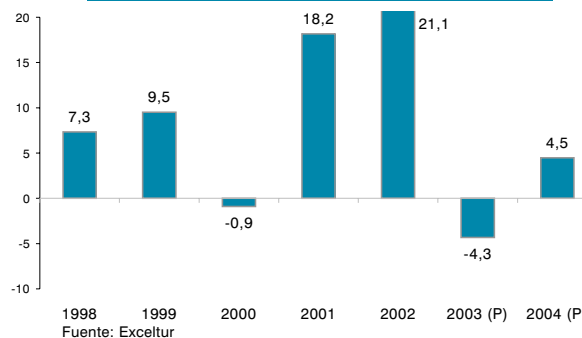


Gráfico 4.1.7

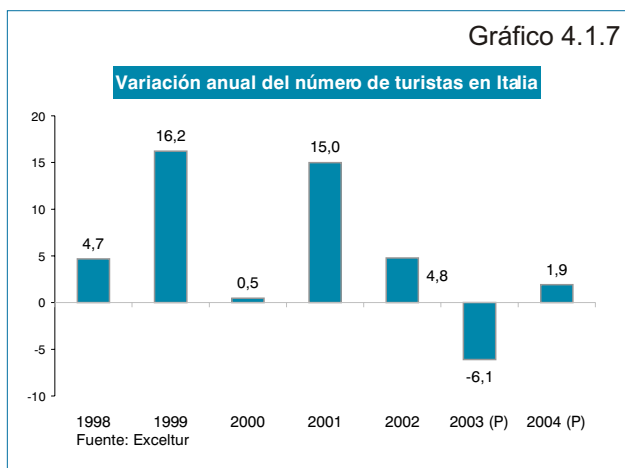
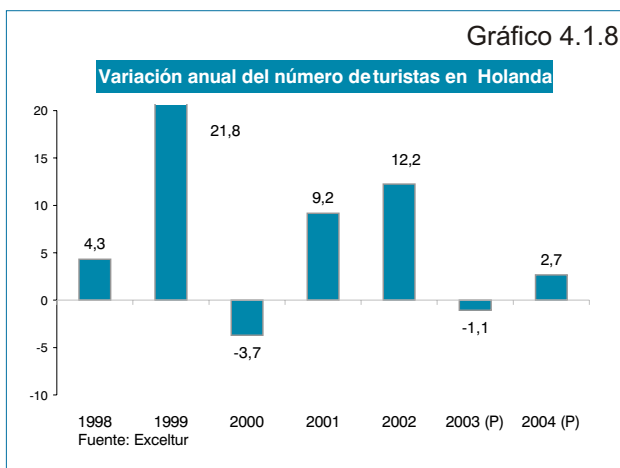
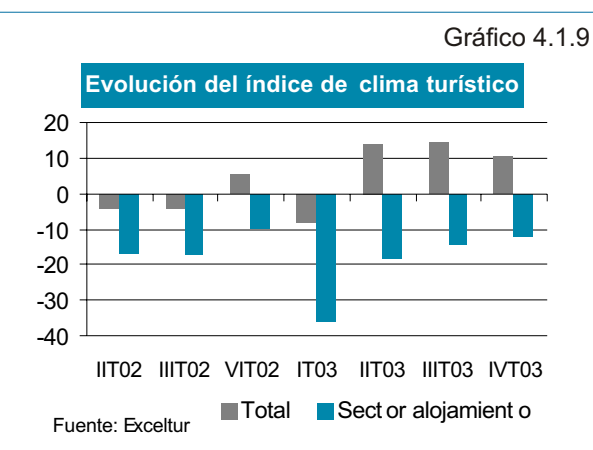


Gráfico 4.1.8



En este sentido, los datos que recoge la Balanza de Pagos resultan algo más satisfactorios que en 2002, ejercicio en el que se registró una caída del 3%. Es previsible que este año se consolide la tendencia observada en 2003 en los ingresos por turismo, lo que supondría un avance del 3,2% en el gasto por turista respecto a 2002 según Exceltur. La Encuesta de Clima Turístico recoge también esta recuperación manifestada por el conjunto del empresariado turístico, tal y como refleja el indicador ICTUR, que se ha consolidado a lo largo de este año en niveles positivos y en una senda ascendente. **Aunque los resultados se han moderado algo en el cuarto trimestre, de un 14,4 en el tercer trimestre hasta un 10,6, ello se ha debido al menor optimismo que en media han manifestado las empresas de los subsectores de transporte y distribución. Frente a este retroceso, el subsector de alojamiento, sin embargo, mantiene una tendencia de mejoría gradual que de nuevo tuvo continuidad en el cuarto trimestre del pasado año.**

Gráfico 4.1.9



Esta percepción algo más favorable en el sector de alojamiento hotelero no es suficiente, en todo caso, para que el índice de clima abandone valores negativos (el subsector de alojamientos constata un mayor grado de escepticismo en la valoración de las ventas y los beneficios que el resto de subsectores) y todavía en el cuarto trimestre un 49,4% de los empresarios sufría una caída de las ventas y un 55,4% esperaba un descenso en los beneficios. Al menos sobre las ventas previstas ya son más los empresarios que anticipan un aumento que un descenso de las mismas. Aunque con señales algo menos inquietantes, se cierra con estos resultados un ejercicio caracterizado por los recortes de las tarifas, que si bien han permitido estimular las ventas en la segunda mitad del año, se han hecho sacrificando márgenes.

En este sentido, ni la pérdida de rentabilidad del sector, ni los cambios constatados en la tipología y en el comportamiento del turista que nos visita, permiten explicar, por lo tanto, el incremento que refleja la Balanza de Pagos en los ingresos medios por turista. Ni siquiera confrontando estas cifras con el volumen de pagos por tarjeta de crédito efectuados por no residentes las tendencias son coherentes con este incremento del gasto nominal por turista.

Esta falta de coherencia entre la Balanza de Pagos y el resto de indicadores del sector turístico (la primera vez que es tan notable desde que se elabora con la encuesta de clima empresarial de Exceltur), es menos acusada si consideramos las cifras en términos reales. Es decir, comparando el crecimiento de un 3,5% en el gasto con la inflación en el sector de hoteles y alojamientos, que creció un 3,3% en 2003, en términos reales el gasto apenas ha registrado variaciones frente a un año antes, y posiblemente tampoco se producirán cambios significativos en el actual ejercicio 2004. Ciertamente es que la reanimación de los principales mercados emisores y la senda de recuperación que parecen haber iniciado las tarifas hoteleras **deberían permitir un mayor crecimiento en los ingresos de esta subbalanza, que Exceltur estima en un 4,3% en 2004. Sin embargo, el avance seguirá resultando muy discreto si comparamos esta cifra con el aumento del 1,7% en el número de turistas extranjeros, que en su caso significaría un crecimiento medio del 2,5%, muy similar de nuevo a las previsiones de inflación de 2,6% que estimamos para 2004.**

Recogiendo todos estos parámetros, el indicador sintético de Exceltur que aproxima la evolución del PIB del sector turístico español anticipa un crecimiento del 2,0%, tres décimas más que en 2003, pero inferior al crecimiento esperado del PIB español estimado en un 2,7% en 2004. Con estos resultados, la actividad del sector turístico no contribuirá con 0,2 puntos de crecimiento conjunto de la economía española, igualando la aportación estimada para el año. Serán, por lo tanto, otros sectores los que continuarán capitalizando mejor las extraordinarias condiciones financieras con las que convive la economía española y los que protagonicen esta aceleración cíclica de cuatro décimas, respecto al 2,3% de crecimiento del PIB estimado en 2003.

Gráfico 4.1.10
Dinámica comparada del crecimiento del ISTE y el PIB español

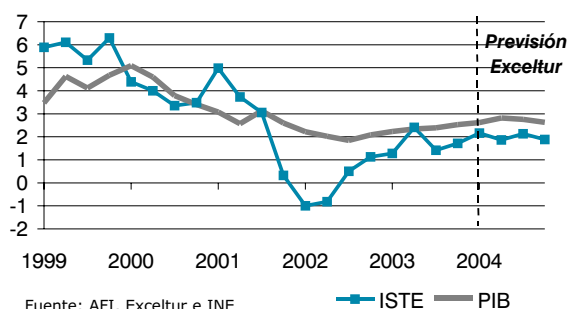
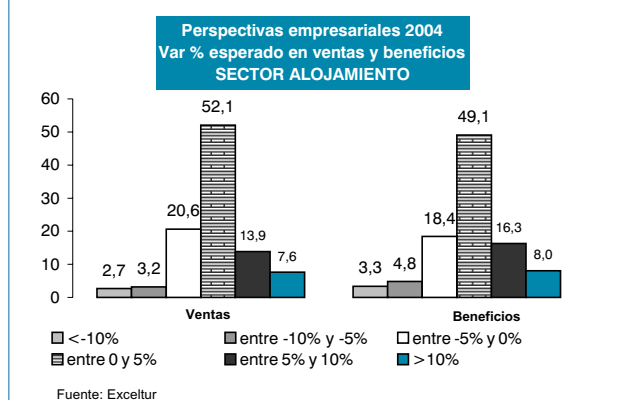
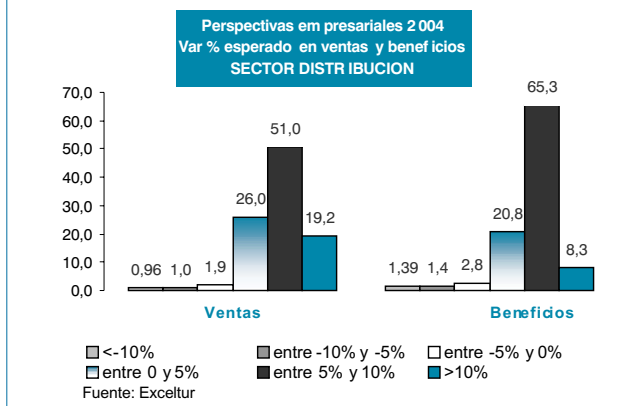


Gráfico 4.1.11



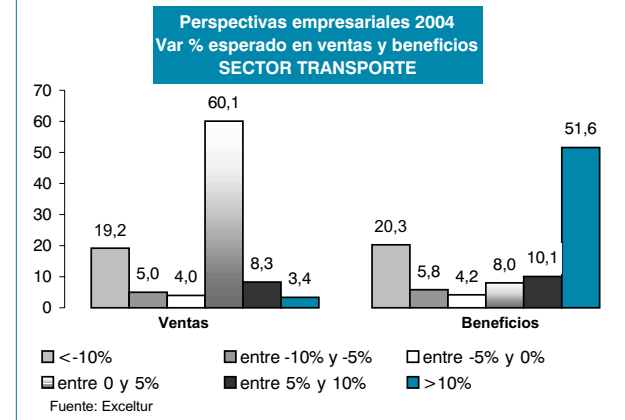
Las perspectivas para 2004 que Exceltur ha recogido en la Encuesta de Clima Turístico son coherentes con este avance tan moderado en los ingresos reales por turista. Aunque indiscutiblemente mejoran las opiniones sobre las ventas y los beneficios, **más de un 50% de las empresas de alojamiento limitan el crecimiento previsto por debajo del 5% e incluso todavía alrededor de un 25% continúan esperando un descenso en ambos conceptos** (según la encuesta, respecto a 2003 el porcentaje de empresas con peores resultados y una menor facturación se ha reducido a la mitad). No obstante, en torno a tres cuartas partes de las empresas apuntan una mejora de las ventas y los beneficios y, por lo tanto, un ejercicio más positivo que el pasado año.

Gráfico 4.1.12



Mayor unanimidad existe en el sector de distribución, en el que después de una campaña satisfactoria gracias a la mayor predisposición del turista español a contratar a través de agencia, atraído por las políticas de descuento en los paquetes turísticos, **cerca del 95% de las empresas que han respondido a la encuesta esperan un incremento de las ventas y los beneficios**. En 2003, sin embargo, en torno a un 25% acusaron un descenso del negocio y hasta un 44% vieron reducirse sus beneficios. La consistencia que puede seguir demostrando el turismo nacional es la base de este optimismo que se fundamenta no sólo en una buena campaña de ventas (un 70% espera que crezcan más de un 5%) sino en la recomposición de márgenes (hasta un 74% esperan que crezcan más de un 5%). En 2003, por ejemplo, casi un 75% de las empresas incrementaron sus ventas, pero esta cifra se reduce al 55% si la pregunta se refiere a los beneficios.

Gráfico 4.1.13



Las empresas **de transporte** coinciden en valorar las perspectivas para el actual ejercicio con un manifiesto optimismo. Los resultados, en todo caso, se encuentran muy sesgados por la opinión de las compañías de transporte aéreo, que han podido beneficiarse de la recuperación del tráfico aéreo a medida que se han ido alejando los fantasmas de la guerra de Irak. Además, la reducción de los precios energéticos en euros (propiciada con la depreciación del dólar) y políticas de control de costes muy agresivas, han permitido una recomposición de los márgenes empresariales de modo que más de un 50% de las empresas esperan un aumento de los beneficios superior al 10%. Obviando las compañías aéreas, las opiniones son más moderadas y menos uniformes, sobre todo en alquiler de vehículos y transporte ferroviario. De hecho, un porcentaje significativo (el 20% de las empresas de transporte consultadas) incluso anticipan un retroceso de las ventas y los beneficios mayor del 10%. No obstante, el sentimiento general apunta un ejercicio 2004 de moderado crecimiento de las ventas y algo más positivo en términos de beneficios.