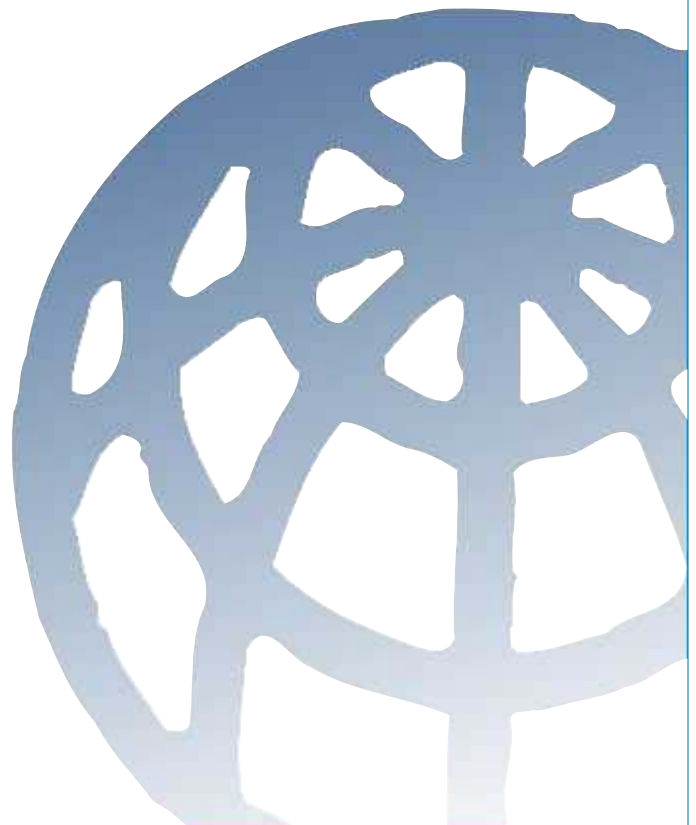


Entorno y Expectativas

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



Entorno y Expectativas

1. Escenario macroeconómico relevante para el turismo español

1.1. Crecimiento económico de los principales emisores de turismo a España: el escenario tras la guerra

La incertidumbre sobre el desenlace de la tensión entre Irak y la ONU durante los meses finales de 2002 y comienzos de 2003 ha dejado paso, finalmente, a la certeza de un conflicto bélico que ha permitido disipar algunas de las incógnitas que se manejaban en los meses previos. La dificultad para anticiparse con anterioridad al estallido del conflicto a la reacción de variables como el precio del petróleo, índices de confianza o tipos de cambio obligaba a contemplar diversos escenarios y algunos de ellos muy adversos para el turismo. Pero la relativa celeridad de los acontecimientos, sin consecuencias tan traumáticas para la estabilidad socio-política internacional como las que se podían prever antes de la intervención militar ha **permitido que se produjeran algunas reacciones más “favorables” para el sector turístico de lo esperado**. La previsible mejoría en la confianza de los agentes económicos a partir del segundo trimestre o la relajación de las tensiones en la cotización del crudo justifican un escenario de crecimiento más benévolo que el que asumíamos en el “escenario de guerra” expuesto en la anterior edición de “Perspectivas Turísticas” de Exceltur.

Tampoco consideramos que nos encontremos en una mejor situación de partida que en un supuesto “escenario de paz”, puesto que **el retraso en la recuperación que ha significado varios meses de incertidumbre van a pasar factura durante este ejercicio**. Caídas fuertes y sostenidas de la confianza como las registradas desde comienzos de año pueden llegar a tener un efecto importante sobre las cifras de crecimiento. Aunque su impacto es muy difícil de cuantificar, el Fondo Monetario Internacional apunta que la contracción de la confianza que siguió a los atentados del 11 de septiembre en los EE.UU., en caso de que hubiese mostrado un carácter más permanente, habría reducido el crecimiento del PIB en torno a 1 punto porcentual.

La delicada fase del ciclo que atraviesa la economía mundial como consecuencia de los desequilibrios relacionados con la salud financiera de las empresas y las familias, y el escaso margen que disponen ya las políticas económicas, dificultan la salida de una crisis atípica, quizá menos acentuada, pero sin embargo más prolongada que las últimas precedentes. En el mejor de los casos, el actual ejercicio 2003 se va a saldar con cifras de crecimiento similares a las registrados el pasado año, es decir, en torno al 2% en Estados Unidos y Reino Unido y cerca del 1% en el Área Euro. Un año más, por lo tanto, con ritmos de crecimiento de la demanda muy reducidos que no van a permitir reanimar el mercado de trabajo ni acelerar el consumo privado. Con estos dos condicionantes, **las perspectivas de mejoría en la actividad turística y en la recomposición de los beneficios empresariales deben ser necesariamente muy moderadas**.

Aún en el caso de que se consolide un escenario geopolítico más estable, no cabe obviar el hecho de que la demanda turística y los hábitos de consumo de los visitantes se encuentren seriamente condicionados por la situación económica de las familias. Si bien parece diluirse el riesgo que supone un alza de los precios energéticos para la capacidad adquisitiva de los hogares, **esperamos que en los próximos meses los indicadores reales de gasto de las familias muestren una sensibilidad creciente a este deterioro de las condiciones laborales**. Las diferencias que se observan en la situación del mercado de trabajo en los diversos mercados emisores y las particularidades a escala nacional de otros elementos determinantes de la renta disponible de las familias, como la política fiscal y salarial, explican las dispares perspectivas que observamos para el gasto en consumo y la demanda turística en cada uno de ellos.

Y si estas señales de identidad en el ciclo económico son comunes para la mayor parte de áreas geográficas, con más razón para el Área Euro, el principal mercado emisor de turistas para España, por la **manifiesta debilidad que presentan las economías alemana y también la francesa**. En estas circunstancias, parece razonable que la economía española se muestre sensible a este deterioro de la demanda de sus principales socios comerciales, y probablemente se hubiera visto hipotecada a una mayor desaceleración si se no conjugaran los estímulos fiscales introducidos este año y unas condiciones monetarias extraordinariamente laxas que van a favorecer un mayor endeudamiento de las economías domésticas en sus decisiones de consumo.

En todo caso, era la guerra y su efecto sobre el petróleo el principal elemento adverso que condicionaba nuestras previsiones a la baja para la economía y para la industria turística. Habernos encontrado ante un conflicto localizado geográficamente y de duración limitada, implica condiciones más favorables en términos de capacidad adquisitiva de las familias, así como la mayor disposición a viajar ante la disminución del sentimiento de inseguridad. En conjunto, y a pesar de la debilidad del ciclo económico, **se configura un escenario algo más propicio para el sector turístico español que el apuntado en enero desde Exceltur**, que le permite favorecerse de su consideración de destino alejado de los focos de inestabilidad geopolítica. No obstante, es posible que resulte aún delicado para los márgenes empresariales por la presión competitiva que implica el sobredimensionamiento de la capacidad ante una demanda muy apática a la que se ha respondido con profundas reducciones en los precios.

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)
PIB					
España	4.2	4.2	2.7	2.0	2.1
Alemania	1.9	3.1	0.7	0.2	0.4
Reino Unido	2.4	3.1	2.0	1.6	2.1
Francia	3.2	4.2	1.8	1.1	1.0
Italia	1.7	3.1	1.8	0.4	1.0
Países Bajos	4.0	3.3	1.3	0.3	0.4
USA	4.1	3.8	0.3	2.4	2.3

Fuente: Consensus Forecast Inc., Comisión Europea

(p) Previsiones

En el escenario que apoyamos nuestras previsiones, esperamos una estabilización del precio del barril en el entorno de los 25-28 dólares/barril para lo que resta de año. Desde una perspectiva de oferta, la gestión de Irak con intereses afines a los estadounidenses y la eliminación de las restricciones a las exportaciones de petróleo, limita la capacidad decisoria de la OPEP, situación que favorecería un descenso del precio del barril. Una vez desaparecida o, al menos, minimizada, la prima de riesgo geopolítico y bajo la premisa de una demanda mundial todavía débil que no será origen de presiones al alza sobre la cotización, el condicionante energético configura un entorno más favorable para el crecimiento de las economías europeas.

Tabla I.1.2

Evolución del precio del petróleo (Brent, media anual)

	Petróleo USD/barril	Cotización USD/EUR	Petróleo EUR/barril
1998-2000			
1998	13.1	1.11	11.9
2000	28.8	0.93	31.3
variación %	119.7	-16.7	164.4
2001-2003			
2001	24.7	0.90	26.6
2003 (P)	28.0	1.07	26.1
variación %	13.3	19.7	-1.7

(P) Previsión

Fuente: Exceltur

Tabla I.1.3

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

	tasas de variación media anual				
	1999	2000	2001	2002	2003(p)
PIB					
España	4.7	3.9	2.5	1.9	2.4
Alemania	3.6	1.6	1.6	-0.6	0.3
Reino Unido	4.5	5.2	3.8	3.9	2.6
Francia	3.5	2.8	2.8	1.8	1.6
Italia	2.4	2.7	1.1	0.4	1.5
Países Bajos	4.7	3.6	1.2	1.0	0.8
USA	4.9	4.3	2.5	3.1	1.9

Fuente: Consensus Forecast Inc., Comisión Europea y Exceltur

(p) Previsiones

Tabla I.1.4

Tasa de paro en los principales países emisores de turistas a España					
	1999	2000	2001	2002	2003(p)
Tasa de paro					
España	12.8	11.3	10.6	11.4	11.6
Alemania	8.4	7.8	7.7	8.2	8.9
Reino Unido	5.9	5.4	5.0	5.1	5.1
Francia	10.7	9.3	8.5	8.7	9.2
Italia	11.3	10.4	9.4	9.0	9.1
Países Bajos	3.2	2.8	2.4	2.7	4.2
USA	4.2	4.0	4.8	5.8	6.0

Fuente: Comisión Europea

(p) Previsiones

Reino Unido

La economía británica, como apuntamos en las previsiones, podría ser la más dinámica de las representativas para el sector turístico español, acelerándose su ritmo de crecimiento en 2003 hasta un 2,1% desde el 1,6% del pasado ejercicio. Su reflejo en la situación más saludable de la renta de las familias de este país **permitirán que las entradas de turistas británicos sigan mostrando un crecimiento superior a la media de otros países en 2003**. La privilegiada situación que atraviesa el mercado de trabajo, con la menor tasa de paro desde mediada la década de los 70, continuará otorgando a las economías domésticas la estabilidad necesaria para garantizar un grado de dinamismo del consumo privado similar a la media histórica.

No obstante, el extraordinario ritmo de crecimiento mostrado por el consumo de las familias británicas en 2002 no va a mantenerse en el presente ejercicio, reconvirtiéndose hacia tasas del 2,5%, más acordes con un nivel sostenible a largo plazo. A pesar del mayor crecimiento del PIB, no será el consumo sino la inversión el componente de la demanda doméstica que liderará la contribución positiva al PIB, tomando el relevo del gasto de los hogares. Los síntomas de agotamiento del consumo privado han comenzado a ponerse de manifiesto, de forma todavía muy tenue, en la desaceleración de las ventas al por menor en el primer trimestre. Igualmente, las encuestas de clima empresarial en el sector minorista muestran en la actualidad niveles mínimos desde comienzos de 1999, mientras la confianza de los consumidores, que ha acusado la incertidumbre asociada al entorno internacional, muestra valores también mínimos desde octubre de 2001.

Sea como fuere, y aunque su ritmo sea inferior al de años anteriores, reflejando el enfriamiento del gasto de los hogares, y en un mercado en el que el potencial de crecimiento se encuentra seriamente limitado por la magnitud alcanzada por el volumen de entradas, **se consolidará como el principal emisor de turistas, distanciándose del resto de mercados**. Esta circunstancia obliga a analizar de forma minuciosa los riesgos existentes sobre este mercado, que puede contar con elementos menos propicios en el futuro para su sostenimiento. Una amenaza latente es la que representa el comportamiento de la libra y sus perspectivas de mayor depreciación frente al euro, por la elevada sensibilidad al precio del turismo de este país emisor. En los últimos meses no parece haber sido determinante por el ajuste en los márgenes que han llevado a cabo en las empresas del sector, pero la incorporación de la libra al euro va a seguir siendo un tema recurrente que implicaría un tipo de cambio de entrada aproximadamente un 10% más depreciado.

PIB triestral y componentes en Reino Unido

Tabla I.1.5

	tasas de variación interanual											
	2001		2002		2001				2002			
	media anual		I T	II T	III T	IV T	I T	II T	III T	IV T		
PIB	2.0	1.6	2.2	2.5	2.0	1.8	1.6	1.0	1.3	2.0		
Consumo Privado	3.8	3.9	4.8	3.9	3.5	3.6	4.1	3.8	4.2	3.9		
Consumo Público	2.3	4.2	1.3	1.8	0.5	1.8	5.1	5.5	5.0	4.2		
FBCF	0.8	-4.5	4.5	4.7	3.5	0.8	-5.5	-6.0	-4.5	-4.2		
Variación de inventarios (1)	-0.7	-0.1	-0.8	-0.3	-0.9	-1.0	-0.5	0.1	-1.0	-0.2		
DEMANDA NACIONAL (1)	2.4	2.4	3.3	3.4	2.3	1.8	2.1	2.5	1.8	2.4		
Exportaciones	0.9	-1.4	8.7	8.5	2.8	-2.0	-5.2	-6.3	-0.4	1.6		
Importaciones	2.3	1.2	10.9	10.6	3.5	-1.2	-2.8	-1.6	1.1	3.1		
DEMANDA EXTERNA (1)	-0.6	-1.0	-1.2	-1.2	-0.4	-0.2	-0.7	-1.6	-0.6	-0.7		

(1) Aportación al crecimiento del PIB

Francia

Tabla I.1.6

PIB trimestral y componentes en Francia

	tasas de variación interanual									
	2001		2001				2002			
	media anual		I T	II T	III T	IV T	I T	II T	III T	IV T
PIB	1.8	1.2	3.0	2.0	1.9	0.4	0.7	1.2	1.2	1.7
Consumo Privado	2.7	1.8	2.5	2.6	3.1	2.7	1.9	1.8	1.6	1.7
Consumo Público	2.4	3.5	2.5	2.0	2.7	2.2	3.2	3.8	3.1	3.8
FBCF	2.6	-0.6	5.3	2.8	2.5	-0.1	-0.4	0.1	-1.0	-1.1
Variación de inventarios (1)	-1.0	-0.6	-0.4	-0.3	-1.1	-2.0	-0.7	-0.9	-0.7	-0.2
DEMANDA NACIONAL (1)	1.6	1.0	2.6	2.2	1.7	-0.1	0.9	1.0	0.7	1.5
Exportaciones	1.5	1.5	10.2	3.0	-0.6	-5.7	-3.4	1.2	3.5	5.0
Importaciones	0.9	1.2	9.5	3.7	-1.2	-7.5	-2.6	0.9	2.1	4.8
DEMANDA EXTERNA (1)	0.2	0.1	0.4	-0.1	0.2	0.4	-0.3	0.1	0.4	0.2

(1) Aportación al crecimiento del PIB

La economía francesa se venía comportando como una de las más dinámicas en Europa durante los últimos ejercicios. En 2003 este crecimiento diferencial previsiblemente va a desaparecer aunque sin alejarse de la media en el conjunto de países del Área Euro. El avance esperado del PIB de un 1% en este ejercicio apenas supone variaciones respecto a 2002, poniendo de manifiesto la escasa fuerza de la recuperación económica. Las atípicas tasas de crecimiento en la entrada de turistas galos podrían de este modo normalizarse este año una vez se diluyan factores exógenos al propio crecimiento, como el carácter refugio de España para nuestro país vecino en épocas de inestabilidad geopolítica y crisis económica, que pueden haber influido en los extraordinarios ritmos de incremento de los flujos de turísticos galos en 2002.

En los próximos meses, sin embargo, el traslado de la falta de pulso de la actividad al mercado de trabajo se traducirá en un incremento del desempleo que podría plasmarse en un aumento de cinco décimas de la tasa de paro media hasta un 9,2% en 2003. El efecto negativo de esta evolución del entorno laboral puede estar en parte contrarrestado por el impacto favorable sobre la renta disponible que introduce para los próximos meses la moderación de los precios de la energía, un entorno de tipos de interés muy reducidos y la finalización de los acuerdos de contención salarial firmados a raíz de la implantación de la jornada laboral de 35 horas semanales. Bajo estas premisas, nuestras previsiones contemplan un escenario de desaceleración controlada del consumo privado en 2003, que podría anotar un crecimiento del 1,6%, ligeramente inferior al registro del pasado año que frenarán el importante dinamismo mostrado por este mercado emisor.

PIB trimestral y componentes en Alemania

Tabla I.1.7

	tasas de variación interanual									
	2001		2001				2002			
	media anual		I T	II T	III T	IV T	I T	II T	III T	IV T
PIB	0.7	0.2	1.9	1.8	0.7	0.4	0.1	-0.2	0.0	0.4
Consumo Privado	1.6	-0.6	0.6	2.0	1.4	1.5	1.6	-0.5	-1.2	1.5
Consumo Público	0.8	1.5	2.0	0.9	1.1	1.2	0.0	1.0	1.8	1.2
FBCF	-4.9	-6.5	1.9	-1.8	-4.2	-6.7	-7.0	-6.4	-8.2	-6.7
Variación de inventarios (1)	-0.6	0.1	0.3	-0.3	-0.3	-1.0	-0.9	-0.8	0.1	-1.0
DEMANDA NACIONAL (1)	-0.7	-1.4	1.4	0.6	-0.2	-1.5	-1.6	-2.3	-2.0	-1.5
Exportaciones	5.4	2.7	15.7	10.7	7.0	5.2	-0.5	0.1	1.8	5.2
Importaciones	1.3	-2.1	14.8	7.5	4.4	-0.4	-5.5	-6.1	-4.1	-0.4
DEMANDA EXTERNA (1)	1.4	1.6	0.5	1.2	0.9	1.9	1.6	2.0	2.0	1.9

(1) Aportación al crecimiento del PIB

Alemania

La profunda crisis de esta economía en los últimos años explicaría el fuerte retroceso en que se encuentra el turismo alemán en nuestro país, que acumula ya tres ejercicios consecutivos de caídas. Sin embargo, **las perspectivas, aunque débiles, de recuperación de la economía alemana en 2003 permitirían casi abandonar tasas de variación negativas en la entrada de turistas por su elevada sensibilidad al nivel de renta.**

No obstante, su discreto ritmo de crecimiento las situará en niveles todavía muy alejados de los niveles previos a la crisis. De hecho, no se descarta el riesgo de que el PIB pueda mostrar algún trimestre de contracción en la primera mitad de año, ante el previsible impacto sobre las exportaciones germanas del conflicto bélico en Irak y la apreciación del euro

en un contexto de nula capacidad de crecimiento de la demanda doméstica. Tras la caída mostrada en 2002, apenas se espera recuperación del gasto de las familias en el ejercicio actual, con una variación prácticamente nula en 2003. La debilidad de la renta de los hogares en un entorno de fuerte aumento del desempleo, que podría impulsar a la tasa de paro a máximos desde 1998, y sesgo restrictivo de una política fiscal, cuyos esfuerzos se centran en el control del déficit público, serán las claves del escaso dinamismo del gasto de los hogares en el presente ejercicio.

Al menos la gravedad del ciclo ha instado a llevar a cabo medidas más decididas para sortear la crisis. El anuncio de reformas estructurales en el mercado laboral, para comenzar a aplicarse a mitad de año, podría instar a las empresas a dinamizar nuevas contrataciones, aunque su efecto no se apreciaría hasta 2004. También el efecto positivo sobre la confianza de la disminución de la incertidumbre y la tenue mejoría que se prevé para la actividad en el segundo semestre son factores que podrían traducirse en un menor ahorro por motivo precaución, justificando una leve mejoría del gasto de los hogares respecto al balance conjunto de 2002. En cualquier caso, **las expectativas no pueden ser muy**

España

El crecimiento de la economía española en 2003 podría superar levemente el 2% gracias al mayor dinamismo de los principales componentes de la demanda interna. Junto a una recuperación de la inversión en bienes de equipo, el consumo privado volvería a convertirse en un elemento dinamizador de la economía, acelerando su ritmo de crecimiento hasta un 2,4% en 2003 frente al 1,9% del pasado ejercicio. Pese a que no cabe esperar que el mercado de trabajo apoye esta reactivación del gasto de los hogares, el impulso otorgado a la renta disponible por la rebaja fiscal derivada de la reforma del IRPF y la elevada laxitud de las condiciones monetarias que se manifiestan, de facto, en tipos de interés reales negativos, actuarán de estímulo al consumo, **y su proyección en términos de gasto en los hogares, apoyarán un cierto dinamismo de los flujos turísticos internos a lo largo de este ejercicio.**

Parece razonable que siendo una de las pocas economías creciendo por encima del 2%, **el turismo nacional pueda servir de colchón para los resultados del sector.** Pero el repunte previsible del paro y el elevado grado de endeudamiento de las familias limitan la capacidad de recuperación más rápida del consumo y aumentan la vulnerabilidad financiera ante un cambio de dirección de los tipos de interés, que en cualquier caso, no se prevé hasta bien entrado el 2004.

Tabla I.1.8

PIB trimestral y componentes en España

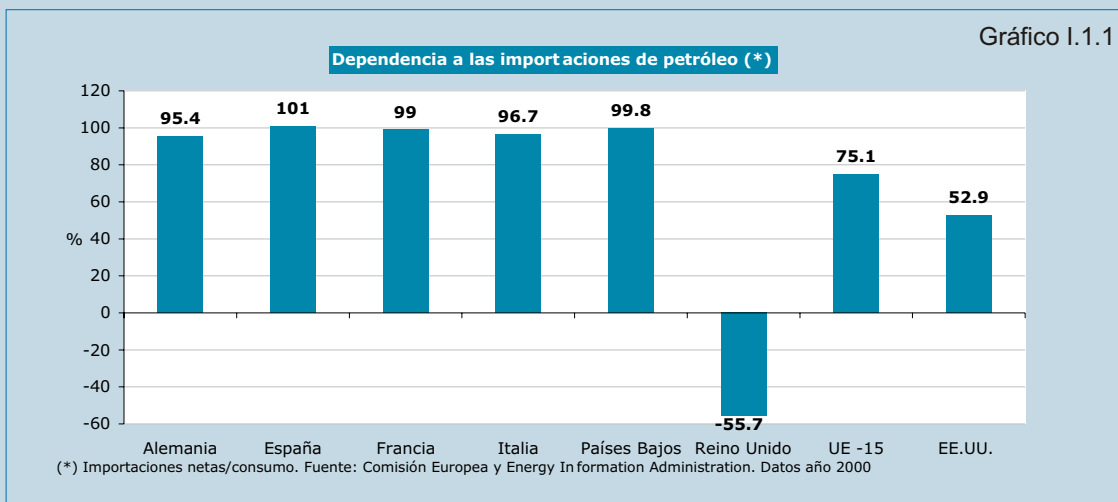
	tasas de variación interanual											
	2001		2002		2001				2002			
	media anual		I T	II T	III T	IV T	I T	II T	III T	IV T		
PIB	2.7	2.0	4.8	4.4	3.7	3.0	2.7	2.5	2.5	2.4		
Consumo Privado	2.5	2.5	5.4	5.4	5.1	4.3	3.4	2.9	2.9	3.1		
Consumo Público	3.1	3.1	6.3	6.0	5.5	5.0	4.6	3.9	2.8	1.7		
FBCF	3.2	3.2	5.2	4.0	2.6	1.3	0.7	1.0	1.6	2.5		
Variación de inventarios (1)	0.0	0.0	-0.4	0.2	-0.6	0.6	0.3	0.0	0.0	0.3		
DEMAN DA NAC I ONAL	2.7	2.7	2.7	2.9	2.3	3.1	2.5	1.9	1.9	2.7		
Exportaciones	3.4	3.4	10.1	4.5	1.8	-2.1	-2.9	-1.6	4.2	6.0		
Importaciones	3.5	3.5	8.3	6.1	-0.2	0.4	-1.1	-1.7	4.2	7.4		
DEMAN DA EXTERNA (1)	-0.1	-0.1	0.3	-0.6	0.6	-0.8	-0.5	0.1	-0.1	-0.6		

(1) Aportación al crecimiento del PIB

La sensibilidad de la demanda turística al precio del petróleo en un escenario bélico

Los primeros meses del año han sido testigos de una creciente incertidumbre asociada a los efectos que la guerra podría tener sobre el precio del petróleo y de ésta sobre el crecimiento económico y los viajes turísticos de los principales países emisores de turistas a España. En este apartado se realiza un análisis en profundidad de sus repercusiones.

A pesar de los avances respecto a las últimas crisis energéticas en reducir la dependencia del petróleo, es evidente que el alza en el precio del crudo representa una amenaza para el crecimiento económico de los principales mercados emisores de turistas a nuestro país, y especialmente en las decisiones de viajar. El aumento los costes energéticos implica un aumento de las transferencias netas de los países importadores a productores de petróleo, que es financiado por los hogares (al ser la demanda muy poco sensible al precio, decae renta real para consumir otros bienes), y por las empresas, al mermar los beneficios, especialmente en el caso de los de transporte aéreo.



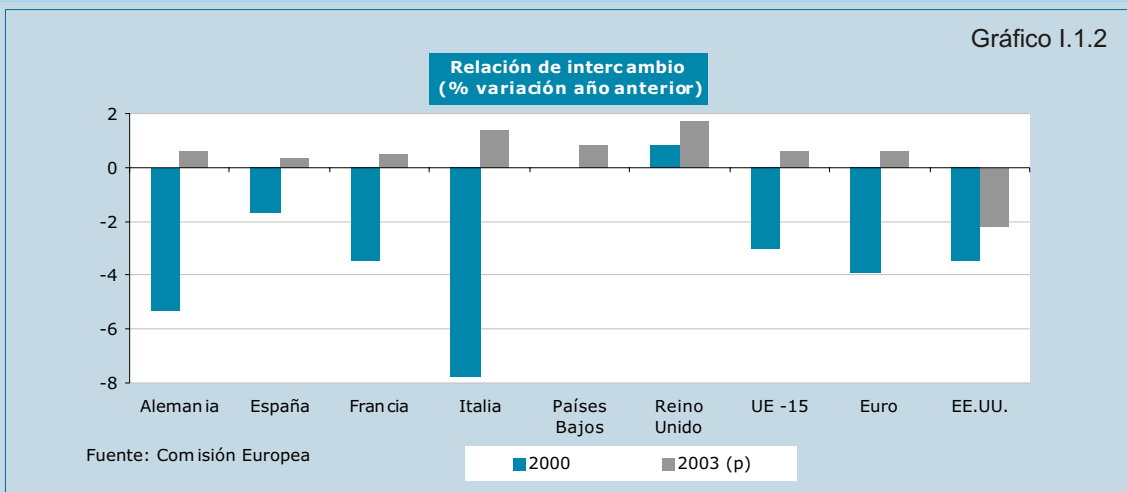
Por esta razón, las economías europeas, con la salvedad de Reino Unido y Dinamarca (que son exportadores netos de petróleo), se muestran vulnerables a un deterioro de esta relación de intercambio a favor de los países productores como resultado de un encarecimiento del petróleo. Aunque en media, los quince países de la Unión Europea muestran una dependencia del 75% de lo que consumen, la mayoría de ellos se aproximan al 100%, frente a apenas un 55% de la economía estadounidense.

No obstante, en el caso específico del petróleo el factor cambiario tiene especial relevancia en las economías europeas, puesto que su negociación en los mercados internacionales se materializa en dólares. En el año 2000, la debilidad del euro fue un factor que amplificó el deterioro de la balanza energética de la Unión Monetaria originada en el alza del precio del crudo. Por entonces, el deterioro de la relación de intercambio en el Área Euro como resultado del encarecimiento del petróleo en euros ascendió a un 1% del PIB, según estimaciones de la Comisión Europea. Esta cifra representa unos 80.000 millones de euros que drena de la cesta potencial de consumo la partida energética, de los cuales un 70% se explica por la subida del precio de petróleo y un 30% por el efecto de la depreciación del euro.

Sin embargo, la fortaleza actual de la divisa europea es un factor que está conteniendo la aceleración de los precios de importación, y, por tanto, el deterioro de la relación de intercambio de las economías europeas y el coste en términos de crecimiento. En marzo de 2003 la cotización del euro llegó a superar 1,10 dólares, nivel que constituye una apreciación interanual del 25%, que marca un máximo desde abril de 1999 y contrarresta la totalidad de la subida del petróleo. Si comparamos el ajuste económico del período 1998-2000, la conjugación del recorte de cuotas de la OPEP la depreciación del euro provocaron que el coste del barril en euros se incrementase en un 164%. En la actualidad, bajo el supuesto conservador de que la cotización del euro frente al dólar se mantenga estable en los niveles registrados en el primer trimestre de 2003 (entre 1,07 y 1,10 dólares) y la cotización del barril Brent se mantenga entre 25 y 28 dólares por barril, en el período 2001-2003 asistiríamos a incluso a una caída del coste en euros del barril de petróleo.

Para analizar el efecto del petróleo sobre la actividad de la industria turística, el episodio más directamente comparable, incluso por los detonantes, nos remonta a la primera guerra de Irak en 1991. Estuvo igualmente precedida por un período de intenso ambiente prebélico que tuvo como punto de partida la invasión de Kuwait en agosto de 1990. De hecho, fue en este período de espera a la reacción internacional en el que se produjo la escalada del precio del petróleo, cuyo

Gráfico I.1.2



precio se elevó desde 16 dólares por barril a 38 dólares, es decir, un incremento del 130% en apenas cuatro meses. En la crisis actual la tendencia al alza en la cotización ha sido más duradera, al iniciarse en agosto pasado y conducir en marzo de 2003 en cotizaciones de 34 dólares, lo que representa un crecimiento del 34% en cuatro meses y un 70% en un año.

En ambos casos, el impacto sobre el sentimiento de empresas y hogares alcanzó su mayor magnitud coincidiendo con el inicio de las operaciones militares, y también el paralelismo entre esta situación y la actual se pone de manifiesto en la corrección generalizada de dichos indicadores con la resolución del conflicto antes de los previsto. Por entonces la industria turística española apenas acusó la crisis, pero resulta prematuro concluir por ello que de nuevo la inmediata recuperación del sentimiento una vez finalizada la intervención militar, tal y como sucedió tras la primera Guerra del Golfo, traerá consigo

Gráfico I.1.3

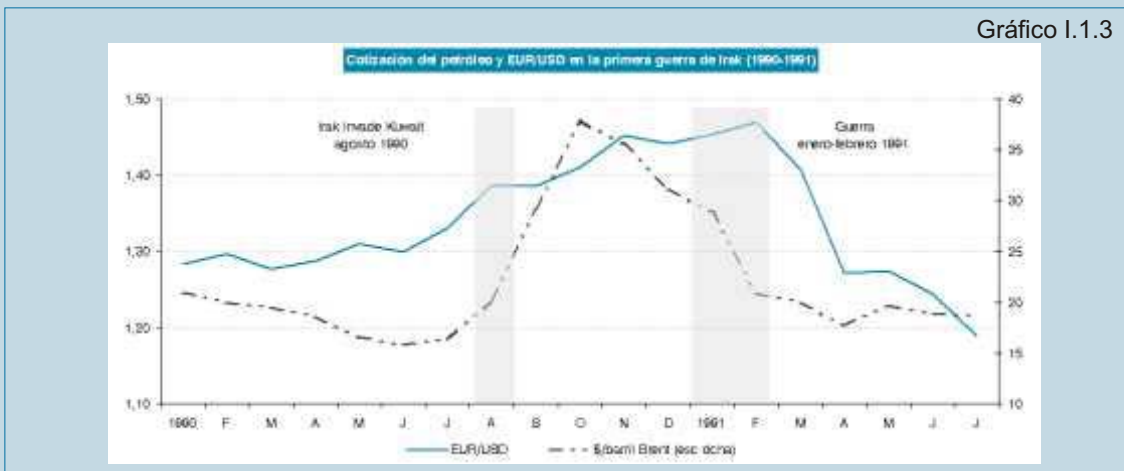
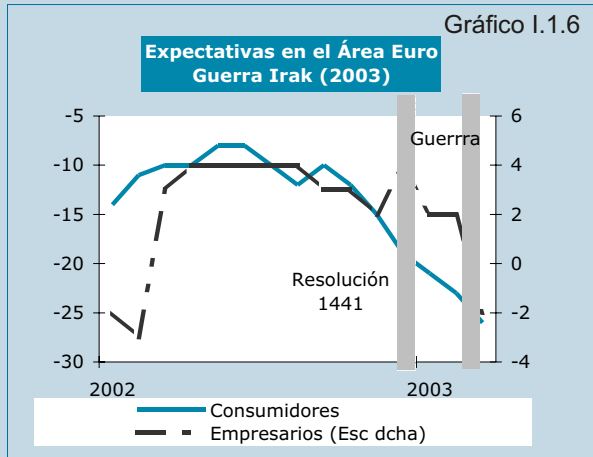
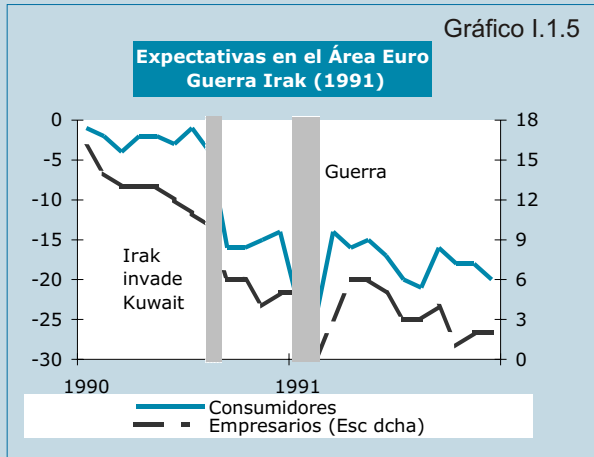
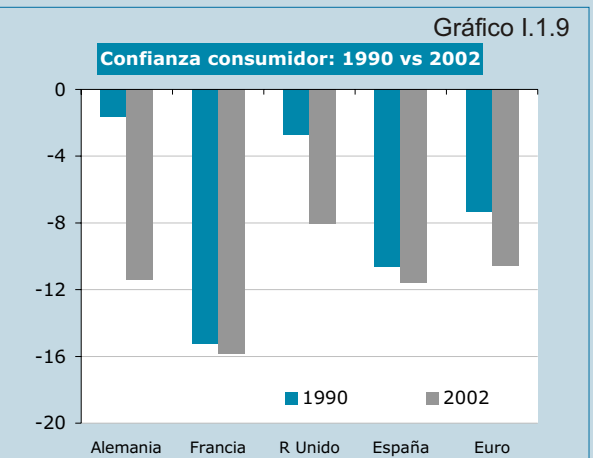
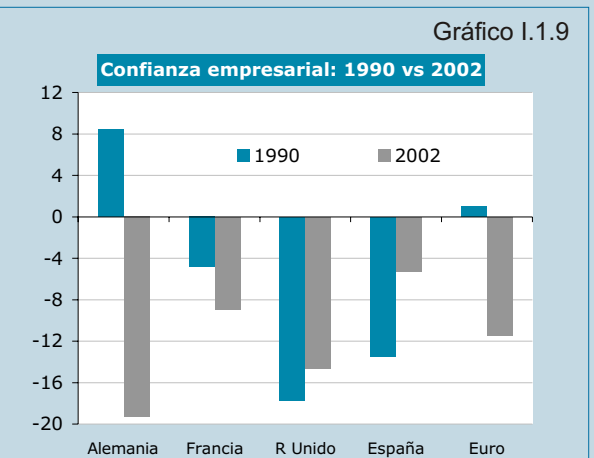
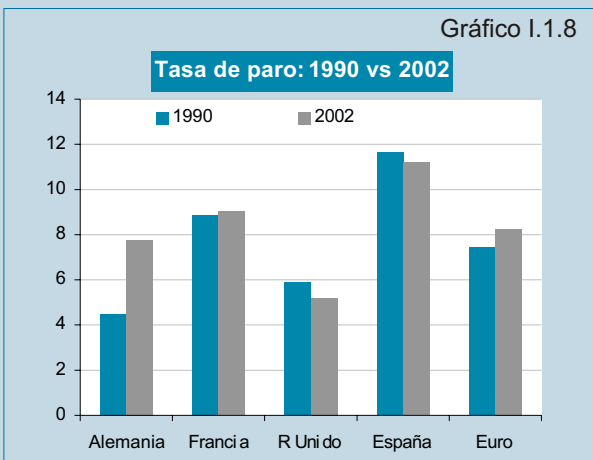
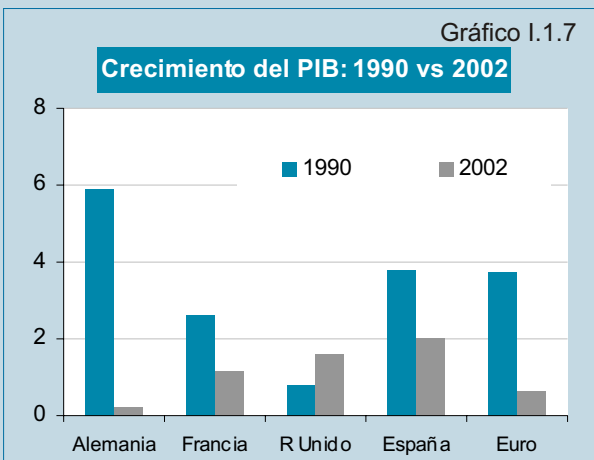


Gráfico I.1.4





El hecho de que en la actualidad la crisis de Irak haya sorprendido a las economías en una situación mucho más débil que la que mostraban en 1991 es un factor que puede dificultar la recuperación de la confianza, tanto de familias como de empresas, desde los mínimos alcanzados en estos meses. Tampoco hay que olvidar que en Alemania se acababa de producir la reunificación a un tipo de cambio que equiparaba los marcos del este y del oeste, inflando la capacidad de consumo de la principal potencia económica europea y transmitiendo un importante grado de dinamismo al resto de economías europeas. La tasa de paro apenas superaba un 4% y el crecimiento del PIB germano alcanzó un 6%. En el ámbito doméstico, y aunque dos años más tarde sobreviniera una recesión, el ciclo también se mostró en una fase más expansiva en 1991, doblando en la práctica el crecimiento económico actual.

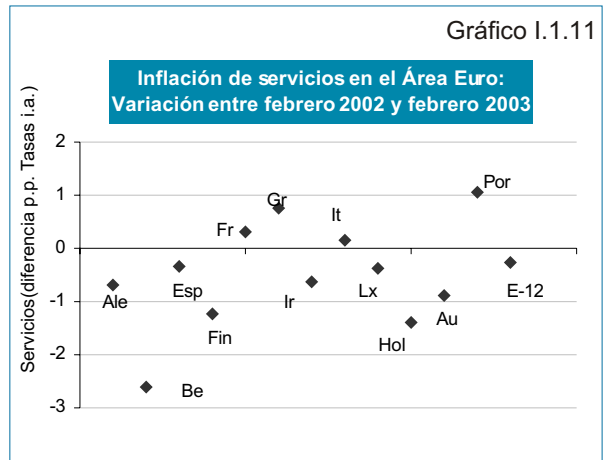
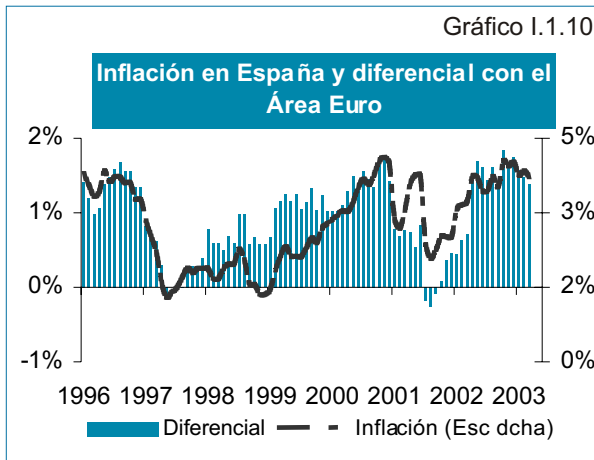


En definitiva, y a pesar de que muchas de las circunstancias inquietantes para el turismo que definían el contexto internacional se han difuminado antes de lo que podía preverse, las comparaciones con el pasado deben tener en cuenta el balance en la actualidad menos saneado de los agentes económicos y unos menores índices de confianza, especialmente, de las familias. Si bien el petróleo ha retornado hacia cotizaciones que hacen posible una recuperación del ciclo y de la actividad en el sector turístico, ni la capacidad de gasto de las familias va a ser la misma ni la velocidad de retorno a tasas de crecimiento potencial va a ser acelerada.

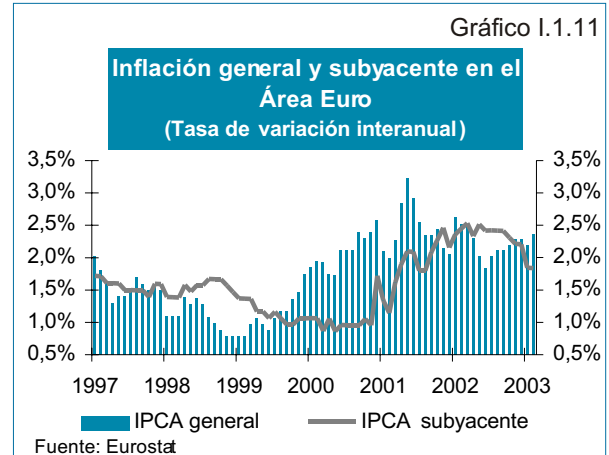
1.2 Comportamiento de la inflación en el Área Euro y España

El debilitamiento de la demanda ha sido un factor clave en la mayor contención mostrada por la inflación general y de servicios en España en el primer trimestre de 2003. Los servicios y los alimentos no elaborados, los dos grupos con mayor crecimiento de los precios el pasado año, han moderado notablemente su impulso alcista. **En lo referente a la evolución de los precios en el sector terciario, la evolución más positiva se observa en turismo y hostelería, que por primera vez en tres años ha registrado tasas de crecimiento interanual inferiores al 4%.** Evidentemente sólo se trata de señales incipientes sobre las que no tenemos ninguna constatación de que se deban a factores estructurales y de mayor eficiencia en el sector, sino más bien a que son el resultado de la falta de impulso de la demanda.

Este comportamiento del sector servicios español cobra especial relevancia si se analiza dentro del contexto de la Unión Monetaria. La elevada heterogeneidad que ha mostrado el comportamiento de la inflación subyacente en los países miembros a lo largo del último año encuentra su origen principal en el componente de precios del sector terciario. La aceleración experimentada en el último año por el ritmo de crecimiento de los servicios en el grupo de países mediterráneos (Francia, Italia, Grecia y Portugal), en el que en esta ocasión no se encuentra España, contrasta con el notable enfriamiento de economías como Bélgica, Alemania u Holanda. El mejor comportamiento relativo del sector servicios español en comparación con el pasado más reciente y con otros destinos turísticos competidores dentro del Área Euro, representa una buena noticia en términos de competitividad internacional. En todo caso, el traslado de esta lectura al sector turístico español debe realizarse con cautela ante los problemas que plantea la metodología actual de medición de los precios en este sector, reiteradamente observado desde Exceltur.



El alza del precio del petróleo ha tenido su reflejo en la aceleración de las tasas de inflación en los principales países industrializados desde mediados de 2002, que, en el caso del Área Euro ha presentado un perfil mucho más moderado que en las economías anglosajonas, gracias a que se ha visto contrarrestada por la contención de las rúbricas menos volátiles. La apreciación del euro ha tenido un impacto visible sobre la categoría de bienes industriales no energéticos, al tiempo que ha ejercido una presión a la baja sobre el precio de los inputs, que ha resultado clave para contrarrestar el impacto alcista del encarecimiento del petróleo. Todo ello, combinado con una débil actividad económica y la contención de las demandas salariales derivada de la inestabilidad en el mercado laboral, han hecho posible un descenso de siete décimas de la inflación subyacente, que se encuentra ya por debajo del 2% y en niveles mínimos del último año y medio.



1.3 Tipos de interés y tipos de cambio

1.3.1. Tipos de cambio

El dólar se ha resentido durante el primer trimestre del incremento de la prima por riesgo en Oriente Medio, y por lo tanto, también todas las divisas más estrechamente vinculadas a ella, como las latinoamericanas. Aunque la economía estadounidense parte de una posición ventajosa en el ciclo respecto a otras áreas geográficas, la revisión a la baja en las previsiones de crecimiento ha sido más intensa en este primer trimestre como consecuencia de la intervención militar en Irak. Por su directa involucración en el conflicto, el consecuente deterioro en la confianza de los agentes económicos y la paralización de las decisiones empresariales han afectado más a la economía norteamericana, muy dependiente de la entrada de ahorro externo. Como reflejo de esta menor fluidez de los capitales a los mercados estadounidenses, el dólar ha llegado a depreciarse hacia máximos cercanos a 1,11 unidades por euro, lo que supone una pérdida de valor del 13% desde que comenzara a verse en octubre factible la inmediatez de un conflicto bélico, y en torno a un 6% desde comienzos de año. No obstante, la elevada incertidumbre que imprime una variable exógena a la economía, como es una guerra, ha introducido una importante volatilidad en los mercados de divisas, propiciando movimientos acusados al dólar entre 1,05 y 1,11 dólares por euro.

Superado con mayor celeridad de lo previsible el episodio de Irak, al menos el de guerra convencional, las expectativas de recuperación se aclaran algo respecto a hace un mes. Sin embargo, el ritmo de reactivación económica va ser, en el mejor de los casos, muy gradual, dejando escaso margen para cambios drásticos en el comportamiento de los mercados. El dólar, por lo tanto, no parece que pueda beneficiarse de una mejora en las bolsas (que probablemente será todavía muy leve) o de una reducción de los precios del petróleo. La complicidad de la administración estadounidense con un dólar más aproximado a su paridad de poder adquisitivo con el euro (entre 1,15 y 1,20 dólares) que contribuya reequilibrar su balanza por cuenta corriente, no favorecen una recuperación de la confianza en este divisa. Lo más probable es que asistamos a un período más prolongado de debilidad del dólar y, en consonancia, de fortalecimiento de la divisa europea.

Realmente, para la industria turística española la relevancia del nuevo contexto cambiario no es por una derivada directa de la depreciación del dólar, sino por sus consecuencias en el primer mercado emisor, el británico, y sobre determinadas divisas de países competidores en el segmento de sol y playa, como el Caribe, México o el extremo este del Mediterráneo (Egipto o Turquía). En el caso de **Reino Unido, las cesiones de la divisa británica alcanzan ya un 10% en el último año, y cerca de un 6% desde enero**, iniciando una tendencia que puede prolongarse otro 10% si se consolidasen las expectativas de incorporación al euro de esta divisa. **Aún más drásticos han sido los movimientos cambiarios en algunos destinos competidores, como México, Turquía o Egipto, que ya acumulan ajustes de su tipo de cambio frente al euro entre un 40% y un 50% en los últimos doce meses.** De hecho, a pesar de las tensiones geopolíticas en la región, estos dos últimos destinos han mejorado de forma significativa (ver tendencias de mercados) en los primeros meses. En general, las depreciaciones han sido más contenidas en el primer trimestre, sobresaliendo únicamente el desplome de la divisa egipcia que puede ejercer de atracción como ya se puso de manifiesto en los dos primeros meses del año.

En los demás países, el factor tipo de cambio no están siendo el elemento determinante que pueda afectar a la competitividad española en la captación de turistas. En un caso, por que la estabilidad frente al euro ha sido la nota predominante frente a la mayor parte de los países mediterráneos europeos, y la razonable es que siga siendo así cuanto más se consoliden los calendarios de ampliación de la Unión Europea y, aunque será con algo más de retraso, de entrada en el euro (Bulgaria, Croacia, Chipre y Malta). Y en otro, porque las variaciones de tipo de cambio (las del dinar tunecino están siendo algo más notables) se ven contrarrestadas por el daño que a la recepción de visitantes está ocasionando en el Norte de África la crisis en Oriente Medio.

Tipo de cambio de las divisas frente al euro

Tabla I.1.9

País	Divisa	15/04/2003				
		cotización	30/12/2002	%	Hace 12 meses	%
Bulgaria	Lev	1,946	1,960	-0,7%	1,955	-0,4%
Chipre	Libra	0,587	0,573	2,37%	0,576	1,8%
Croacia	Kuna	7,535	7,467	0,9%	7,505	0,4%
Egipto	Libra	6,339	4,829	31,3%	4,144	53,0%
Malta	Libra	0,424	0,418	1,3%	0,402	5,3%
Marruecos	Dirham	10,738	10,643	0,9%	10,267	4,6%
México	Peso	11,441	10,814	5,8%	8,221	39,2%
Túnez	Dinar	1,431	1,402	2,1%	1,302	9,9%
Turquía	Lira	1753294	1713247	2,3%	1220098	43,7%

1.3.2. Tipos de interés

El clima de escepticismo que ha dominado el primer trimestre y el efecto limitado sobre la inflación del repunte de los precios de la energía (a priori se perciben como coyunturales, ante el buen comportamiento de la inflación subyacente) ha determinado que el Banco Central Europeo volviera a dar una señal relajadora con un recorte de cuarto de punto en el tipo de interés, devolviendo la referencia oficial a los mínimos históricos del 2,50% de hace tres años. Aunque el diagnóstico sobre la situación económica apenas ha mejorado, las principales autoridades monetarias han coincidido en esperar a la resolución del conflicto por el riesgo de interpretar de forma precipitada los pobres indicadores económicos que se han publicado en las últimas semanas y que están sesgados por el contexto geopolítico.

De hecho, con la culminación de las operaciones los mercados han recibido de forma positiva la lógica moderación de la prima por riesgo, tensionado en alguna medida los tipos de interés de financiación a medio y largo plazo. No obstante, el entorno empresarial ha sido consciente de la necesidad de sanear los balances y reducir el apalancamiento, retrasando los planes de expansión y nuevos proyectos de inversión de forma generalizada. Aquellos sectores o entidades que han podido desarrollar planes de ajuste se han podido ver beneficiados por la reducción de diferenciales crediticios que se están observando desde octubre. Sin embargo, muchas compañías están viéndose penalizadas en sus calificaciones con continuas revisiones a la baja (en el primer trimestre la ratio es 4,5 veces superior a las revisiones de rating al alza en Europa) que provocan un encarecimiento efectivo de la financiación e incluso dificultades manifiestas para renovar vencimientos de deuda.

Es razonable seguir defendiendo previsiones de mejoría gradual a lo largo del año en las condiciones de financiación, sobre todo si los bancos centrales (en especial, el europeo) siguen percibiendo margen de maniobra para bajar el precio del dinero. El fortalecimiento del euro y el retorno del precio del petróleo hacia los 25 dólares son dos argumentos muy determinantes para garantizar el control de los precios en torno al 2%, más aún cuando el pulso de la demanda permanece muy debilitado. En todo caso, aunque las autoridades europeas evitaran no volver a relajar su política monetaria, es improbable que los tipos de interés suban este año, pudiendo manejarse un escenario de mayor estabilidad en lo que resta de ejercicio que el exhibido en el primer trimestre del año.

2. Clima Turístico

2.1 Tendencias generales

La incertidumbre continua siendo el denominador común de los primeros meses del año. Si la guerra de Irak fue el protagonista de los últimos meses de 2002 y el primer trimestre de 2003, las dudas sobre la recuperación económica y las repercusiones de la llamada neumonía atípica, directamente relacionadas con su extensión geográfica, van a marcar el grueso de la temporada turística de 2003. Desde el pasado 20 de marzo y hasta el fin de las hostilidades a mediados del mes abril, la guerra ha estado afectando a las decisiones de viajar de familias y empresas, con una repercusión directa sobre el turismo de todo el mundo, a la que no han sido ajenos los destinos turístico del Mediterráneo, y entre ellos los españoles, con un deterioro de todos los datos turísticos y, en especial, de las expectativas empresariales, reflejado en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

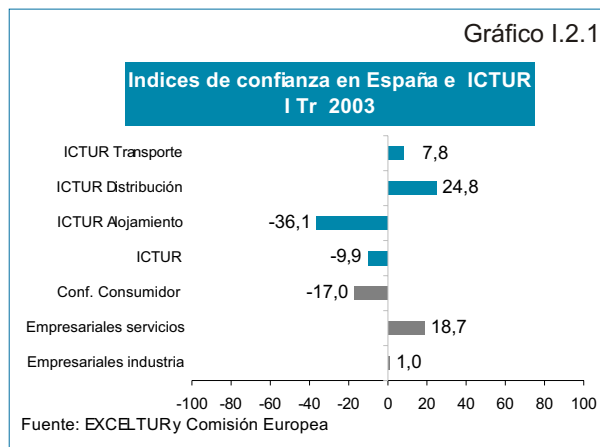
La posición del turismo español de cara a los meses principales de la temporada turística de 2003 se va a ver afectada por la combinación de un complejo conjunto de factores de distinto signo, al que en las últimas semanas se ha unido la extensión del citado virus de origen asiático, de efectos para España difíciles de prever en estos momentos. No obstante, y a la espera de disponer de los datos de finales de Semana Santa para poder realizar una valoración más completa, **para el conjunto de este año 2003 en Exceltur esperamos la presencia de un escenario más positivo que el previsto a comienzos de año para el turismo español en términos de llegada de turistas, que no en su rentabilidad, por la continuidad de la caída del gasto medio.**

A pesar de la dificultad propia de este contexto, en Exceltur hemos querido mantener el compromiso de análisis y prospectiva que pusimos en marcha con la presentación del Informe Perspectivas Turísticas, y que en el pasado número, ante el inminente escenario bélico de entonces, se tradujo en la elaboración de unas previsiones de comportamiento de las principales variables y mercados turísticos que nos afectan, y cuya revisión en función de los primeros efectos de la guerra y su desenlace se pasan a exponer en este número.

El estallido de la guerra y la pronta aparición de expectativas sobre un desenlace rápido han limitado la aparición de los riesgos que se barajaban en los escenarios previstos por el conjunto de instituciones que, como Exceltur, hicieron ejercicios de predicción, y que afectaban a la evolución de los precios de dos elementos claves del sistema económico: el precio del barril de petróleo y de los valores bursátiles (Ver apartado 1 de Entorno).

La capacidad de anticipación de los agentes económicos de las consecuencias de la guerra y la propia extensión entre ellos de un final rápido del conflicto han ido compensando los efectos esperados sobre los mercados de valores y el petróleo, de forma que en la actualidad los índices de las principales bolsas mundiales se encuentran por encima de los niveles previos al 20 de marzo, y el precio del barril Brent cotiza a 25\$, lejos de los niveles de 32\$, alcanzados a comienzos del mes de marzo, y con perspectivas de no llegar a estos niveles en los próximos meses.

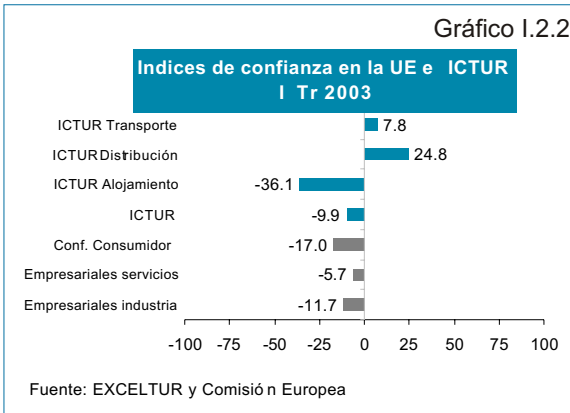
Esta evolución ha limitado los efectos esperados sobre el sistema económico y la riqueza financiera de las familias de ambos factores, dibujando un escenario menos pesimista para el turismo español, y alejándose del más negativo asociado a un conflicto largo, como el que se barajaba en el anterior número del presente Informe Perspectivas Turísticas.



La guerra, sin embargo, ha tenido un impacto muy marcado sobre la confianza de los agentes económicos, truncando los signos de recuperación que comenzaban a vislumbrarse los meses de enero y febrero de 2003. Ninguna de las principales economías de los países europeos se ha sustraído al deterioro de las expectativas de empresas y familias experimentadas en el mes de marzo. Los indicadores de sentimiento de la Comisión Europea cifran en 2 puntos su caída en un escenario ya de por sí negativo, más próximo a los niveles propios de la última recesión de

¹ La Canadian Tourism Commission en un informe sobre el efecto de la guerra sobre el turismo canadiense publicado en el mes de febrero construía sus escenarios de impacto sobre un precio del barril de petróleo entre 40 y 45 \$. En otros sectores los análisis de impacto definían distintos escenarios con precios que podían alcanzar los 80\$.

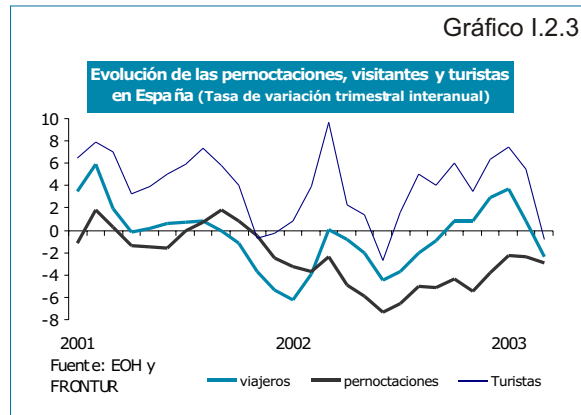
Gráfico I.2.2



El efecto directo de la pérdida de confianza de las familias se ha dejado notar en una caída de la demanda en cada uno de los sectores vinculados a la industria turística, que se ha ido intensificando a lo largo de los meses, si bien en el caso del mes de marzo condicionado por los efectos directos de la guerra y los que se pudieran derivar del hecho de celebrarse la Semana Santa en este mes el pasado año. En todo caso, durante los tres primeros meses del año el número de turistas extranjeros se ha reducido un 0,8%, con una caída del 10,4%, en el mes de marzo, mientras las pernoctaciones en alojamientos hoteleros descendían en ambos períodos, un 3,7% y un 8,5%, respectivamente.

La debilidad de la demanda y el propio contexto de incertidumbre en el que se ha producido han generado un importante deterioro de la confianza de los empresarios turísticos, de todos los subsectores analizados por la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur durante este trimestre. De hecho, el índice de Clima Turístico empresarial (ICTUR), reflejo de las expectativas de los gestores de empresas turísticas, se ha reducido hasta un valor de -9,9, desde el 5,6 del trimestre de cierre de 2002.

Gráfico I.2.3



La respuesta generalizada a este escenario ha sido la extensión de políticas de ofertas y descuentos, que no han servido para dinamizar la demanda lo suficiente como para evitar la caída de los ingresos medios y de los márgenes empresariales, con la excepción de las grandes cadenas de agencias de viajes españolas y los elementos asociados a un producto de ocio diferenciado, que, de nuevo, vuelven a presentar un buen comportamiento en este primer trimestre.

Gráfico I.2.4

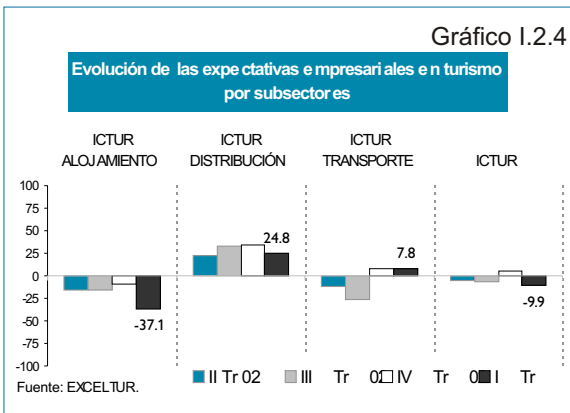


Gráfico I.2.5

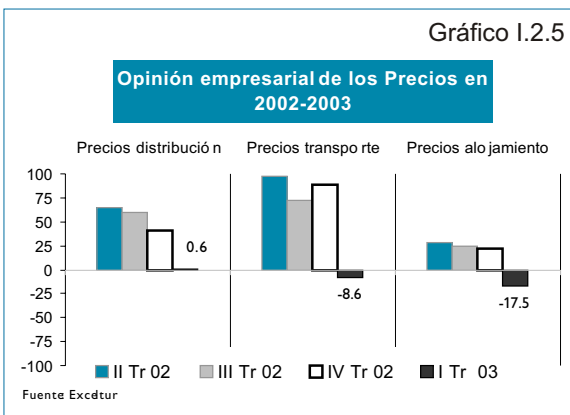
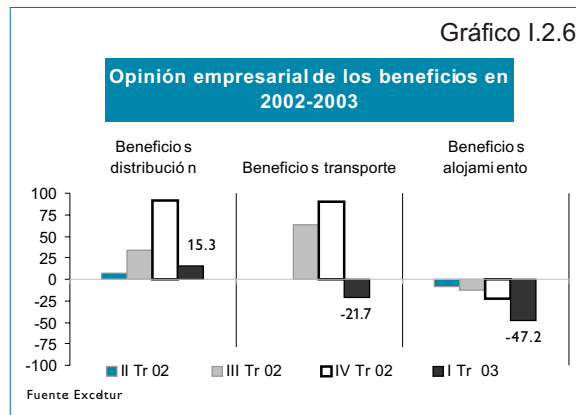


Gráfico I.2.6



² Cabe destacar que la Encuesta se elabora del 15 de marzo al 8 de abril en las semanas de estallido y desarrollo de la guerra de Irak, lo que puede haber afectado a la baja a los resultados de la Encuesta.

El sector más afectado por esta dinámica y donde las expectativas son peores de cara al resto del año es el de alojamiento hotelero, donde Baleares vuelve a destacar como el destino en el que continua produciéndose una importante caída de ventas, precios y beneficios, según manifiestan sus empresarios.

En este contexto, la reciente finalización del conflicto bélico en Irak debería ir disipando uno de los elementos que han condicionado la evolución de los dos últimos meses: el miedo a emprender viajes turísticos. En este caso, la velocidad a la que esto se produzca estará directamente vinculada a la capacidad de avanzar hacia un marco de estabilidad geopolítica en la zona, y su efecto sobre la relajación de las condiciones para que se produzca una traslación del conflicto hacia los países occidentales en forma de ataques terroristas.

A medida que se vaya produciendo esta situación se ha de comenzar a constatar una recuperación de los viajes turísticos, tendencia en la que España se vería más beneficiada que el resto de países del Mediterráneo. La condición de destino seguro de España, recientemente confirmada por un estudio de la Asociación de Agencias de Viajes Británicos (ABTA) entre los turistas de ese país, debería impulsar la demanda hacia España, lo que se traduciría en un incremento en el número de turistas.

En todo caso, **la evolución de las variables vinculadas a la actividad turística estará muy condicionada por la debilidad económica** que persiste en las economías de nuestros principales países de origen de turistas, tal y como se ha puesto de manifiesto en el apartado 1 del Informe, por lo que no cabe esperar un efecto refugio de la magnitud del que se produjo en 1991 (12% de crecimiento en los meses de verano).

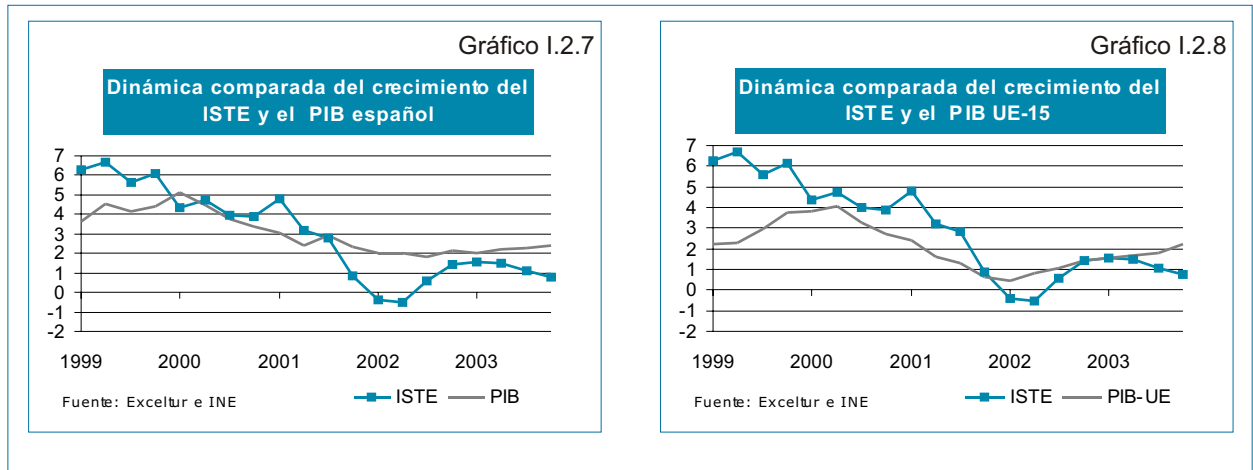
En el caso de la guerra del Golfo de entonces, que concluyó el 28 de febrero después de algo más de un mes de conflicto, a partir del mes de mayo se empezaron a registrar en España tasas de crecimiento de las pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros por encima del 10,0%, que en el caso de los turistas alemanes se situaron en niveles por encima del 20%. Este dinamismo se producía con una economía europea creciendo a ritmos cercanos al 4,0%, donde Alemania vivía crecimientos por encima del 5,5%, muy lejos de las condiciones actuales, donde sólo el Reino Unido presenta un cuadro macroeconómico mejor que el de entonces.

Con estos condicionantes, nuestras estimaciones sobre el número de turistas extranjeros apuntan un crecimiento del 2,2% a final de año, explicado por un aumento de los cinco principales mercados del 2,9%. No obstante, la finalización de la guerra no ha conseguido ocultar el problema de fondo que padece el bloque de las economías desarrolladas, y que es el determinante de la capacidad de dinamización que se pueda producir en los flujos turísticos de cara al resto del año. La debilidad del crecimiento económico y la situación que atraviesan las familias, sumidas en un deterioro de los mercados de trabajo y menores niveles de renta disponible por el incremento del endeudamiento permiten anticipar una continuidad en la caída del gasto medio del turista extranjero durante 2003, que según nuestras previsiones se cifraría en el 2,6%.

Esta situación se verá, a su vez, impulsada por la intensificación en momentos de debilidad económica de una tendencia del turista a beneficiarse de las oportunidades de mejores precios, a través de la realización de sus reservas en el último momento, el uso creciente de la capacidad de las compañías de bajo coste y de los precios a la baja del resto de compañías aéreas, la utilización de apartamentos y casas de alquiler, y la búsqueda de la oferta hotelera de menores precios.

Por su parte, las perspectivas sobre la demanda nacional permiten anticipar un buen comportamiento durante los próximos meses y una concentración de sus efectos sobre los destinos españoles. El mayor crecimiento esperado para la economía española durante este año 2003, junto con la tendencia a viajar a destinos de interior, ya observada en los meses marzo y abril por las agencias de viajes de nuestro país, permite ser optimista sobre su capacidad de dinamización de los destinos españoles y compensación de los tímidos incrementos de la demanda extranjera. Las estimaciones realizadas situarían a final de año el crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras de españoles en el 2,8%, consistente con lo mencionado.

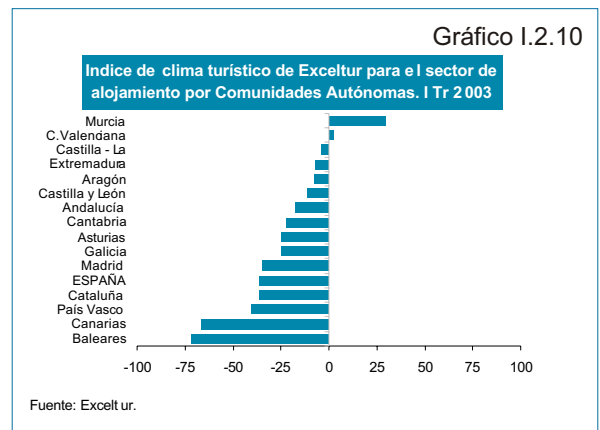
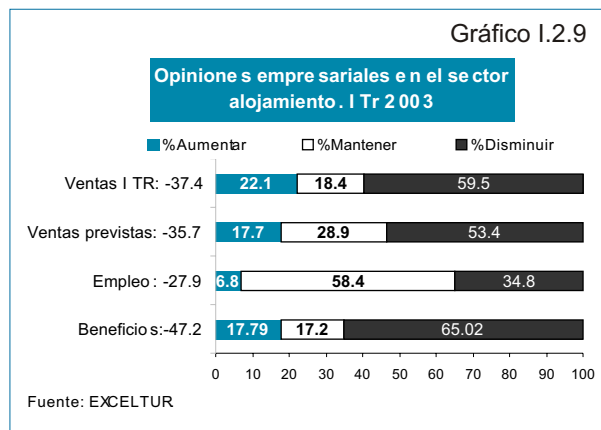
Con estos condicionantes, el indicador trimestral del PIB turístico elaborado por Exceltur, el ISTE, presentaría a finales del año un ligero crecimiento del 1,2%, explicado por el mayor dinamismo de la demanda nacional. Este dato permitiría dejar



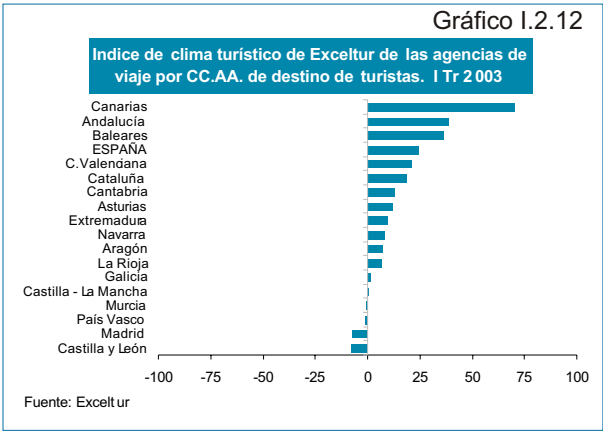
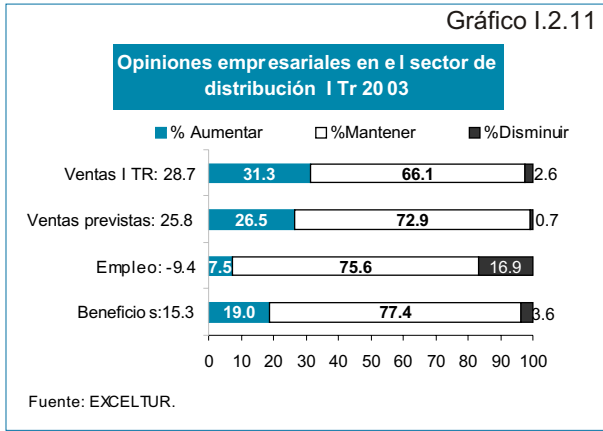
2.2 Tendencias sectoriales

La delicada situación por la que atraviesa la industria turística en España y la incertidumbre que rodea la finalización de la crisis económica sigue afectando en mayor medida a las expectativas empresariales del sector de alojamiento que a otros subsectores. En la Encuesta de Clima de Exceltur los empresarios hoteleros muestran en el primer trimestre un deterioro de sus expectativas en consonancia con la evolución de las principales variables de su negocio. El ICTUR de alojamiento se ha situado en un nivel -36,1, frente al 9,5 del trimestre precedente, resultados que contrastan con el sesgo positivo del resto de los subsectores del turismo. A las razones de origen coyuntural por la pérdida de dinamismo de la demanda, se suman las que se explican por el impacto psicológico del conflicto bélico y el cambio de las preferencias de los turistas hacia fórmulas de alojamiento alternativas al alojamiento hotelero. La respuesta a este contexto ha sido una contundente bajada de los precios, lo que ha afectado negativamente a los resultados empresariales y también al empleo.

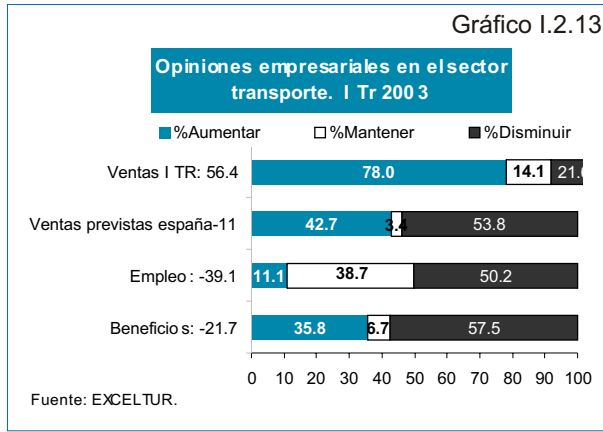
Los destinos insulares más vinculados a la demanda extranjera de sol y playa son los que han sufrido un mayor deterioro de sus expectativas. Canarias y Baleares reflejan un clima turístico muy negativo, en claro contraste con Murcia y la Comunidad Valenciana, con valores positivos. **También se produce un cambio de expectativas en las regiones más afectadas por el desastre del "Prestige" como Galicia, País Vasco, Cantabria y Asturias, que afrontan la temporada de**



Los empresarios del sector de distribución y agencias de viaje españolas han moderado el tono positivo observado en 2002 (24,8, frente al 33,9 anterior). La cancelación de las reservas de viajes largos, que se ha intensificado en los últimos días por el brote de neumonía asiática, y el aplazamiento de las decisiones de viajar han contribuido a mitigar el optimismo observado en trimestres precedentes. Sin embargo, no anticipan una caída de la demanda por parte de los residentes, que previsiblemente optarán por viajar hacia destinos más seguros, especialmente dentro del territorio nacional. De hecho, los empresarios opinan que su nivel de reservas va a aumentar al igual que los beneficios empresariales.

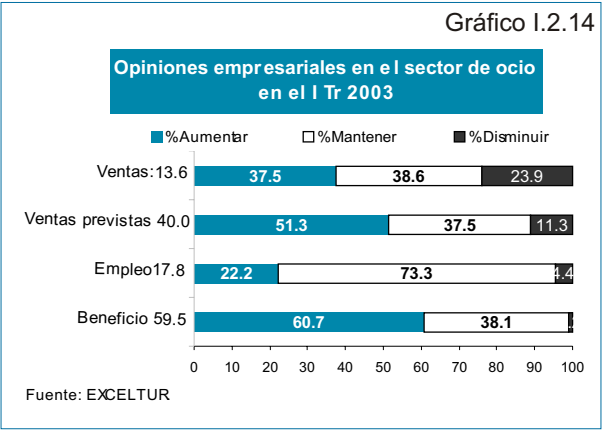


La opinión de las agencias de viajes en cuanto a los destinos españoles más solicitados por los residentes en el primer trimestre indica que estos se concentran en las regiones de sol y playa, como es el caso de Canarias, Andalucía y Baleares. Canarias se ha posicionado como el lugar más demandado, registrando un avance significativo gracias a la oferta de paquetes turísticos a un coste reducido. Destaca la valoración de Baleares, que figura de nuevo en los primeros puestos de acuerdo a los datos proporcionados por el sector de la distribución.



El sector de **transporte** transmite una opinión levemente positiva sobre la evolución de su actividad, si bien las expectativas de los diferentes subsectores presentan signos opuestos. El ICTUR se mantiene en valores del 7,8 (7,6 en el último trimestre de 2002), gracias a unas expectativas favorables identificadas en el saldo positivo de las reservas. A pesar de la evolución más favorable de las ventas, el incremento de la actividad se está sustentando en una fuerte reducción de los márgenes, que está obligando a acentuar aún más la política de contención de costes en el sector transporte.

El sector de ocio es el que se comporta mejor en el actual escenario. La creciente demanda de actividad cultural y su promoción desde los organismos públicos en la mayoría de ciudades y destinos españoles, la excelente temporada de esquí y la potenciación de la oferta complementaria en distintos segmentos están contribuyendo a que la percepción de las empresas de ocio sobre las variables más relevantes de su negocio continúe siendo muy positiva en el primer trimestre del año.



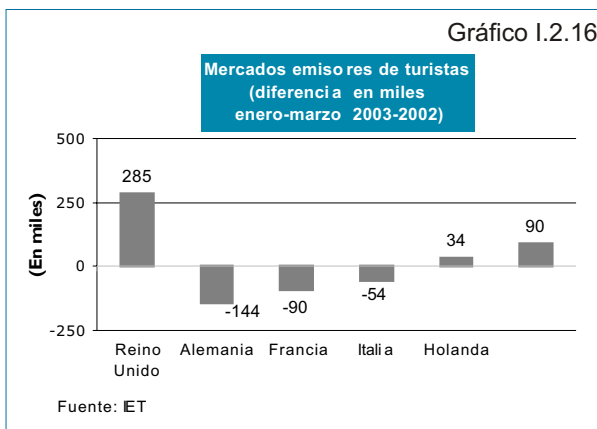
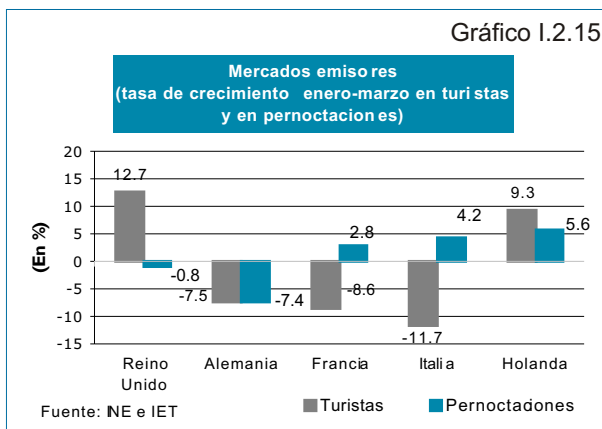
2.3 Tendencias de Mercado

2.3.1 Mercados Emisores

La entrada de turistas procedentes de otros países en España ha exhibido una caída en los primeros meses del año en relación con el mismo periodo del año precedente. Según Frontur, el número de turistas extranjeros se eleva a 8.645,1 miles de personas entre enero y marzo, un 0,8% menos que en el mismo periodo del año precedente. No obstante, en la valoración de estos resultados hay que tener en cuenta el efecto base que produce su comparación con el inicio de 2002, periodo en el que los flujos turísticos están afectados por el distinto calendario de Semana Santa.

El deterioro del mercado exterior se aprecia con mayor intensidad en el alojamiento hotelero, como se desprende de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) elaborada por el INE, donde el número de viajeros no residentes ha sufrido un retroceso en los tres primeros meses del año respecto a igual periodo de 2002. El sector de alojamiento en apartamentos se ha tenido que enfrentar a una llegada de 78.000 viajeros menos que el año pasado en los dos primeros meses del año, mientras que los viajeros extranjeros alojados en casas de turismo rural continúan experimentando un notable ascenso.

Pese a que no se puede extrapolar el comportamiento del turismo extranjero en los primeros meses del año al conjunto de 2003, se observan algunos cambios en el patrón de la llegada de visitantes según su país de procedencia respecto a las tendencias observadas en 2002. **Los datos de Frontur señalan que el mercado de turistas extranjeros más dinámico por países de origen a comienzos de este año ha sido Reino Unido, con un espectacular crecimiento del 12,7%**, seguido de Holanda con una tasa interanual del 9,2%. El turismo alemán no se recupera, con un descenso del 7,6% interanual, sin señales que vislumbren una superación del deterioro que se viene observando en este mercado desde hace varios años. También el mercado francés sufre un retroceso del 8,7%, resultados que están muy condicionados por la evolución observada en el mismo periodo de 2002, aunque en este caso es comprensible tras un año como 2002, en el que las entradas de turistas aumentaron un espectacular 40% en el primer trimestre. Por último, la entrada de turistas italianos experimenta la mayor caída de los principales mercados, con un -11,8% en los tres primeros meses del año.



El extraordinario aumento de la entrada de turistas británicos (acercándose a los 2,5 millones) al comienzo de 2003 afianza la **primacía del mercado británico, que se ha intensificado hasta alcanzar el 28,9% y ampliando la brecha con la cuota del segundo en importancia, el alemán**, como ya se ponía de manifiesto en el número anterior del Informe de Perspectivas. Según la "International Passenger Survey" que realiza el Instituto de Estadística británico sobre los viajes de los británicos, **España ha sido el destino más visitado en 2002, superando a Francia por primera vez en los últimos diez años**. Las visitas de los británicos al país galo cayeron un 2% respecto a 2001 y hasta un 8% los viajes a EE.UU..

Pese al descenso de la llegada de turistas alemanes en 2002, **el informe anual "Reiseanalyse", señala que España fue en 2002 el principal destino turístico extranjero para los alemanes**, con un 13% del total del mercado. Después figura Italia, con una cuota de mercado del 8,9%, seguido de Austria, con un 8% y Turquía, con un 6%. El número de viajeros alemanes descendió en términos generales un 12% (8% en España), siendo Túnez (un 34%) y EEUU (un 30%), los que más visitantes germanos han perdido. Los autores señalan también que el 35% de los alemanes tiene la intención de visitar nuestro país en el trienio 2003-05, superando la intención de viajar a cualquier otro destino. En todo caso, las decisiones de viajar de los turistas dependerán de su situación económica, por lo que no cabe esperar un impulso de este mercado mientras no se produzca la recuperación de su crecimiento.

Grecia e Italia compiten con España como principal destino de los turistas franceses, aunque nuestro país es el destino favorito, según un estudio de la Secretaría de Estado de Turismo del país galo, con una cuota del 7%.

Tabla I.2.1

COMPARACIÓN DEL PIB Y AFLUENCIA DE TURISTAS DE LOS PRINCIPALES MERCADOS PARA ESPAÑA

	Valor													Último dato
	2001	2000	2001	2002	2001				2002				2003	
					I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
Mercado alemán														
PIB (m.m. euros)	494.34	3.1	0.7	0.2	1.8	0.7	0.4	0.1	-0.2	0.0	0.4	0.7		IVTR
Turistas llegados a España	10,783,271	-3.6	-3.5	-6.1	0.5	-7.6	-0.5	-5.7	4.1	-15.6	-4.1	-4.1	-7.5	marzo
Pernoctaciones hoteleras en España	44,609,372	-8.7	-6.7	-16.6	-4.5	-9.6	-4.9	-7.1	-9.7	-18.7	-17.3	-17.9	-7.4	marzo
Mercado británico														
PIB (m.m. libras)	212.33	3.1	2.0	1.6	2.5	2.0	1.8	1.6	1.0	1.3	1.1	1.7	--	IVTR
Turistas llegados a España	14,011,630	8.7	5.8	4.1	15.7	5.4	2.8	5.8	7.5	-1.6	3.3	11.8	12.9	marzo
Pernoctaciones hoteleras en España	42,945,300	-3.2	9.3	2.4	7.2	8.8	10.5	9.2	7.1	-1.1	2.8	4.0	-0.8	marzo
Mercado francés														
PIB (m.m. euros)	344.53	4.2	1.8	1.1	3.0	2.0	2.0	0.3	0.5	1.2	0.4	1.0	--	IVTR
Turistas llegados a España	6,712,411	-0.9	18.2	19.8	8.0	16.9	23.8	12.1	43.8	16.2	16.2	19.6	-8.6	marzo
Pernoctaciones hoteleras en España	8,766,821	-2.0	7.0	3.1	0.4	1.0	11.5	13.9	9.5	7.2	-2.8	5.8	2.8	marzo
Mercado italiano														
PIB (m.m. euros)	257.40	3.1	1.8	0.4	2.6	2.2	1.7	0.7	0.0	0.1	0.4	0.5	--	IVTR
Turistas llegados a España	2,412,202	0.5	15.0	4.0	10.0	16.5	19.0	8.8	14.6	-5.3	4.0	7.6	-11.7	marzo
Pernoctaciones hoteleras en España	6,433,090	-3.1	1.2	5.1	-2.6	1.8	3.4	-4.1	-1.9	1.4	8.3	7.9	4.2	marzo
Mercado holandés														
PIB (m.m. euros)	96.09	3.3	1.3	0.3	2.0	1.7	1.1	0.3	0.1	0.1	0.4	0.5	--	IVTR
Turistas llegados a España	2,148,488	-3.7	9.2	11.4	7.7	22.7	7.2	0.6	13.1	16.8	9.8	6.8	9.3	marzo
Pernoctaciones hoteleras en España	5,399,111	-2.3	-8.7	2.1	3.8	-10.5	-12.0	-4.3	-1.4	9.6	0.1	-3.1	5.6	marzo
Mercado nacional														
PIB (m.m. euros)	136.46	4.2	2.7	2.0	3.0	2.4	3.0	2.3	2.0	2.0	1.8	2.2	--	IVTR
Viajes turísticos	42,475,764	7	1	-23	-23	-4	23	-14	15	-24	-3	--		marzo
Pernoctaciones hoteleras	85,211,661	2.3	2.2	1.6	3.6	2.8	2.1	0.3	6.0	-4.6	3.6	1.7	-3.8	marzo

Fuente: IET, INE y Eurostat

2.3.2 Mercados Competidores

Cuando ya se han publicado los datos sobre la llegada de turistas para el conjunto de 2002 en todos los mercados competidores de España, los resultados reflejan un diagnóstico comparativo moderadamente positivo para nuestro país. Como ya se adelantaba en el informe anterior de "Perspectivas Turísticas" de Exceltur, España se ha comportado mejor que los países del norte de África, perdiendo cuota de mercado frente a destinos emergentes del Mediterráneo oriental.

Tabla I.2.2

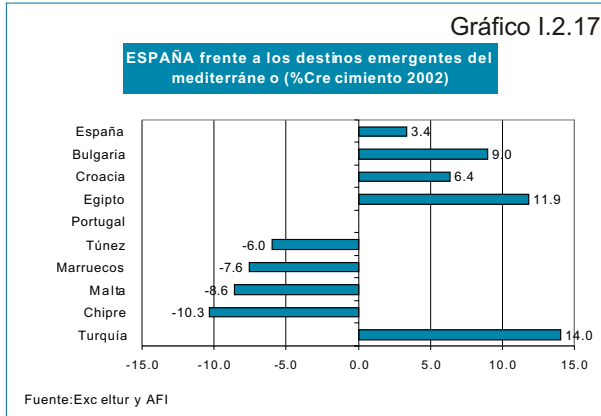
LLEGADA DE TURISTAS EN LOS PAÍSES MEDITERRÁNEOS DE TURISMO

	Total año		Febrero		Tasa de variación interanual			% país/
	2000	2001	2002 (*)	2003 (**)	2001/2000	2002/2001 (*)	2003/2002 (*)	España
Francia	75,500,000	76,500,000	-		1.3	-	-	152.7
Grecia	12,500,000	14,033,000	-		12.3	-	-	28.0
Italia	41,182,000	39,000,000	-		-5.3	-	-	77.9
Turquía	10,428,153	11,619,909	13,248,176	840,466	11.4	14.0	14.7	23.2
Chipre	2,686,202	2,696,728	2,418,233	137,501	0.4	-10.3	9.1	5.4
Malta	1,215,713	1,180,145	1,078,735		-2.9	-8.6	-	2.4
Marruecos	2,428,393	1,979,192	1,829,397		-18.5	-7.6	-	4.0
Túnez	5,179,100	5,387,200	5,063,600	489,500	4.0	-6.0	2.9	10.8
Portugal	12,096,680	12,167,200	-		0.6	-	-	24.3
Egipto	5,506,600	4,641,038	5,192,000	401,000	-15.7	11.9	64.3	11.5
Croacia	5,831,180	6,544,217	6,960,360	74,804	12.2	6.4	-4.9	13.1
Bulgaria	4,922,118	5,103,793	5,562,917		3.7	9.0	-	10.2
España	47,897,915	50,093,555	51,788,954	5,242,805	4.6	3.4	6.6	100

Fuente: AFI, Exceltur y Institutos de Estadística Nacionales

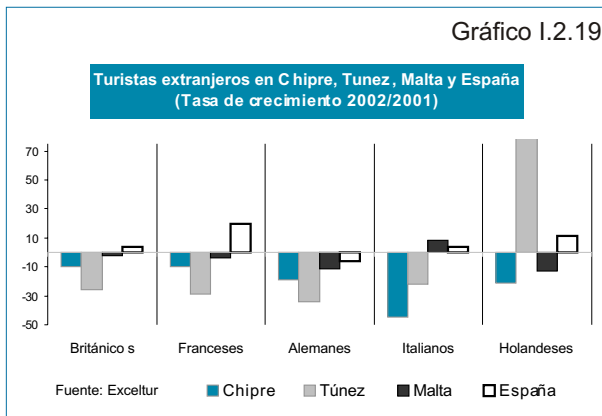
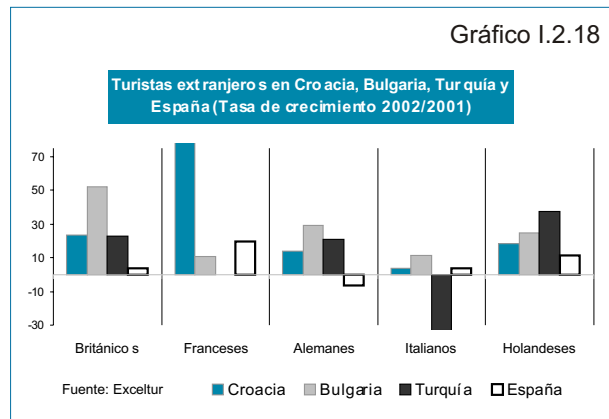
En 2002 los datos para cada país recogen el año completo excepto para Malta (hasta noviembre)

En 2003 los datos para cada país recogen los resultados hasta el mes de febrero excepto para Egipto (hasta enero)



En el ejercicio 2002 los países que han mostrado un comportamiento más expansivo han sido **Turquía, Bulgaria y Croacia**, con tasas de crecimiento en el número de turistas del 14,0%, 9,0% y 6,4%, respectivamente. El atractivo de estos destinos para los británicos, alemanes y holandeses ha actuado como dinamizador en su actividad turística, con crecimientos del número de visitantes que se aproximan al 30% en buena parte de estos países. Sobresale, el aumento de visitas que realizan los franceses en Croacia del 50% y de los británicos a Bulgaria, que casi se ha duplicado en 2002. La mayor estabilidad política, su competitividad en precio y su menor grado de saturación son las principales ventajas comparativas de estos destinos del Mediterráneo Oriental. Específicamente para el mercado alemán, **el informe anual "Reiseanalyse"**, señala que Bulgaria registró un aumento de turistas germanos del 28%, debido principalmente al reducido coste de los viajes a ese país y Austria, de un 20%, por la proximidad y la seguridad que ofrece.

Mención especial merece la evolución de la entrada de turistas en **Egipto**, que ha registrado una recuperación extraordinaria en la segunda parte del año, cerrando un ejercicio con una entrada del número de turistas de 5.192,0 miles, un 11,9% más que en 2001. Este crecimiento ha venido impulsado por la promoción realizada por los organismos públicos en distintos mercados y la depreciación de su moneda. Cabe recordar que en 2001 este país había sufrido una pérdida de cuota de mercado significativa debido al elevado componente de inseguridad que caracterizaba viajar a esa zona de África. En cualquier caso y pese al extraordinario impulso del pasado año, Egipto todavía no ha recuperado el número de turistas de



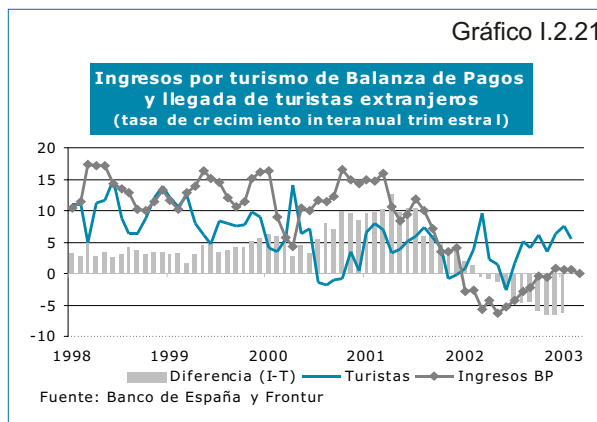
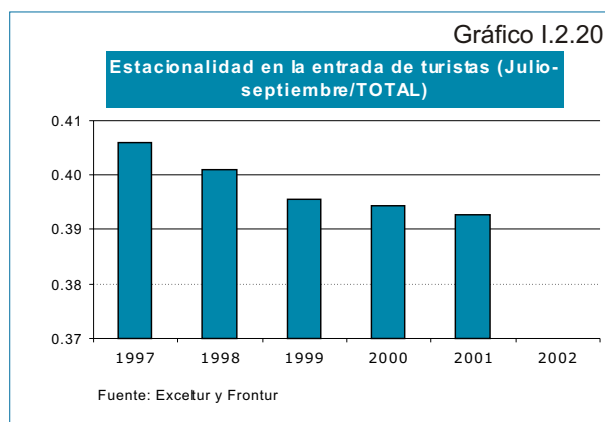
El negativo comportamiento de los países del norte de África (Marruecos y Túnez) y de Malta y Chipre viene explicado por el clima de inseguridad imperante en estos destinos. El número de turistas ha descendido un 6% en Túnez, muy próximo a las tasas de Marruecos (7,6%) y de Malta (8,6%), mientras la caída en Chipre ha sido más acusada (10,3%). La entrada de visitantes europeos ha sufrido un importante retroceso que se acentúa en el caso de Túnez, con un descenso alrededor del 20% de los turistas británicos, franceses, alemanes e italianos en 2002.

Los datos de comienzo de 2003 apuntan a una recuperación en los destinos más perjudicados por el escenario de desaceleración de los flujos turísticos a escala mundial y, por el contrario, se aprecia una moderación de la entrada de turistas en aquellos países que han sorteado mejor la crisis económica del pasado año. En todo caso, **no cabe esperar un cambio radical de escenario en la llegada de visitantes en nuestros países competidores. En la región del norte de África y Oriente, persiste todavía una prima por riesgo muy elevada inherente a la inestabilidad geopolítica de la zona, con la única excepción de Turquía, cuya industria turística apenas se ha visto afectada por el conflicto bélico. Por el contrario, Bulgaria y Croacia son países que previsiblemente pondrán de manifiesto su condición de "destino refugio" y se verán beneficiados por la llegada de turistas que se desvían de las zonas de conflicto.**

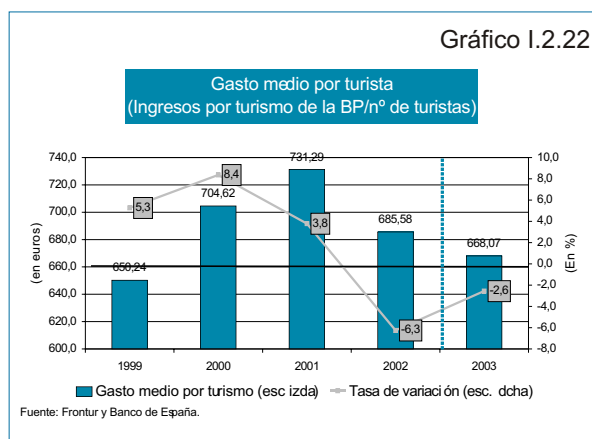
2.4 Tendencias del consumidor

Como es propio de momentos de incertidumbre, los primeros meses de 2003 han sido testigos de una intensificación en el proceso de cambio de los patrones de comportamiento de los turistas que visitan España, así como de los propios turistas españoles. Dos factores, que ya se venían produciendo en 2002, han marcado el comienzo del año y se presentan como las claves que determinarán el devenir de la dinámica de la demanda turística durante 2003: en primer lugar, el deterioro de la situación económica y de las expectativas sobre la renta futura de las familias, lo que se ha traducido en una caída del gasto medio y una búsqueda de fórmulas de viaje más económicas, y, en segundo lugar, un aumento de la incertidumbre introducida por el escenario bélico, que ha generado una tendencia todavía más acusada a posponer las decisiones de viaje y la realización de las correspondientes reservas.

El comportamiento de la demanda turística y la evolución del gasto medio por turista continúan en los primeros meses del año muy condicionados por el clima de debilidad económica presente en la mayor parte de las economías. La situación de atonía que había marcado la temporada turística de 2002, y que daba síntomas de una tímida recuperación en los dos primeros meses del año, se ha visto truncada por el conflicto iraquí, que arrastró a la baja la confianza de los consumidores, con un impacto directo sobre la contracción de la demanda de viajes turísticos, como ya se ha comentado en los apartados anteriores.

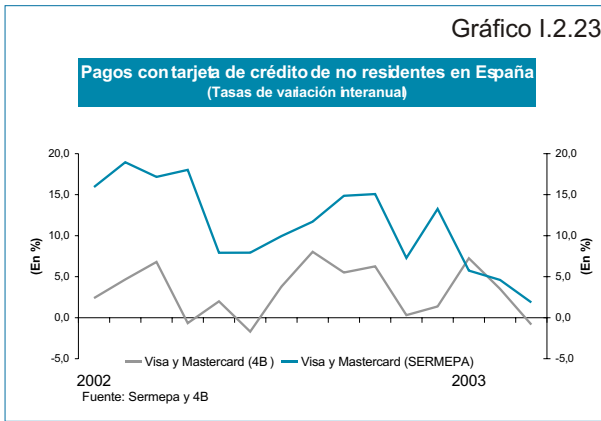


Gasto Turístico



Los interrogantes de las familias sobre la evolución de su renta disponible futura no se han despejado en un contexto de deterioro de las condiciones laborales y altos niveles de endeudamiento vinculado a la compra de activos inmobiliarios, lo que continúa afectando al gasto dedicado a los viajes turísticos. Los datos sobre los Ingresos por Turismo y Viajes de la Balanza de Pagos española disponibles hasta el mes de diciembre de 2002 cifran en el 6,3% la caída del gasto medio por turista respecto a los niveles de 2001.

Las pautas de comportamiento de los turistas durante los tres primeros meses del año, junto con los fundamentos económicos apuntados, no permiten anticipar hasta mediados del año 2003 un cambio de tendencia de esta variable clave para determinar la capacidad de dinamización de la demanda turística sobre las empresas del sector y el conjunto de la economía española.



Ante la falta de datos contemporáneos de la Balanza de Pagos, la información sobre pagos con tarjeta de crédito en España de los no residentes, disponibles para los tres primeros meses del año, es consistente con este hecho. La información referida a los pagos con tarjetas Visa y Mastercard en España de los no residentes, recogidas por los sistemas 4B y Sermepa (Servired) presentan tasas de variación interanua en el mes de marzo del -0,8% y del 1,9% respectivamente, en clara tendencia recesiva y lejos de los niveles del 10% que venían registrando

Una vez que parecen superados los peores momentos del conflicto en Irak, es de esperar que en el mes de abril se produzca una recuperación de los niveles de confianza, que dé pie a una dinamización de la situación económica a partir del tercer trimestre con un efecto directo sobre la caída del gasto turístico. En este escenario, nuestras estimaciones situarían el cierre de año con una caída de los ingresos por Turismo y Viajes de la Balanza de Pagos española del 0,4%, lo que supondría una reducción del gasto medio por turista del 2,6%.

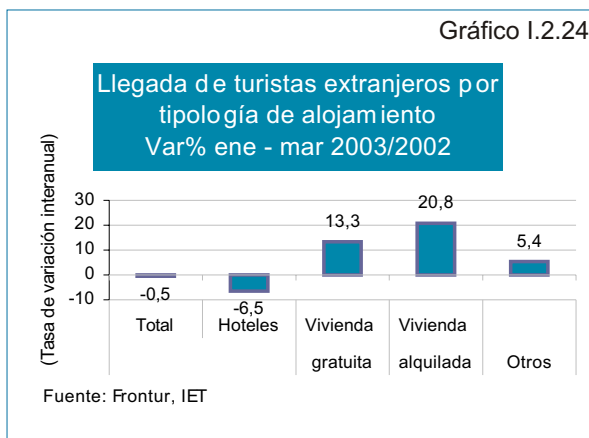
Hábitos de Viaje

Los datos disponibles sobre los meses de enero y febrero de este año continúan poniendo de manifiesto el avance de las nuevas pautas de comportamiento turístico identificadas durante 2002, que tienden a intensificarse en los momentos actuales de debilidad económica y que plantean la presencia de un turista de menores efectos multiplicadores.

Los turistas han consolidado una preferencia creciente por medios de transporte baratos en sus visitas a España, con dos protagonistas que explican los mayores crecimientos durante este comienzo de 2003: las líneas de bajo coste en el transporte aéreo y el coche particular.

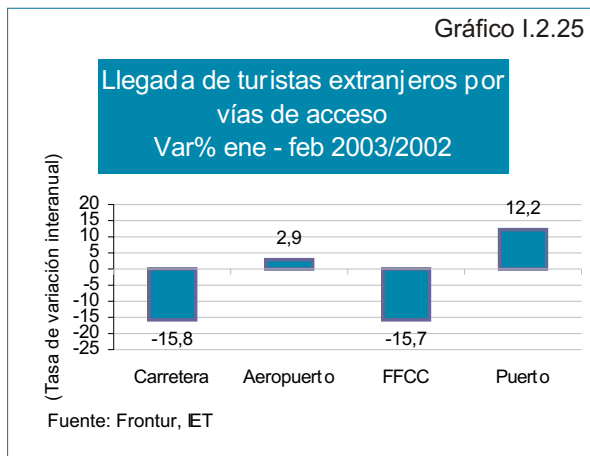
En el caso del transporte aéreo, las líneas de bajo coste son una realidad que avanza a ritmos acelerados, incluso en momentos como el actual de elevada incertidumbre, permitiendo explicar el crecimiento de la llegada de turistas por vía aérea en los primeros meses del año. El fuerte crecimiento de la demanda vinculado a una creciente organización independiente del viaje y la mayor sensibilidad al precio en momentos como el actual, se encuentran detrás de los intensos crecimientos de frecuencias operadas por líneas de bajo coste hacia destinos españoles, que han llegado a superar en algunos casos la cuota de mercado del resto de operadores.

Esta tendencia junto con la ralentización de la demanda desatada a partir del comienzo del conflicto iraquí han obligado al resto de compañías aéreas nacionales y extranjeras a introducir una estrategia de fuerte reducciones en los precios.



La recuperación de las llegadas por vía aérea vinculadas a esta tipología de demanda se ha visto acompañada por un mantenimiento en la tendencia al uso creciente de segundas residencias, de unos costes relativos menores frente a los alojamientos residenciales. El éxito de la segunda residencia como forma de alojamiento entre el nuevo perfil de demanda es un hecho sin parangón en los últimos años en España, y a medida que transcurre el tiempo los datos no hacen sino confirmarlo. Así, en los tres primeros meses del año, del práctico mantenimiento en el número de turistas, las personas alojadas en establecimientos hoteleros descendían un 6,5%, mientras los alojados en viviendas propias, de familiares y amigos se incrementaban un 13,3% y los que utilizaban la vivienda alquilada un 20,8%.

Nos encontramos ante un rasgo que se manifiesta con mayor intensidad en los dos mercados que mejor se han comportado para España, como son Francia y el Reino Unido. Especialmente en este último caso, durante el primer trimestre del año se vivía un crecimiento exponencial en el número de británicos que se alojaban en la oferta residencial, cuyas tasas ponen en entredicho la propia fiabilidad de la intensidad del fenómeno, que no su signo. Los resultados de estos meses en términos de llegadas de turistas a España se explican por un crecimiento del mercado británico del 12,9%, que se manifiesta en una caída del 7,8% de los alojados en hoteles, mientras los que prefieren la vivienda de familiares y amigos se incrementa un 77,6% y la vivienda de alquiler un 115,8%.

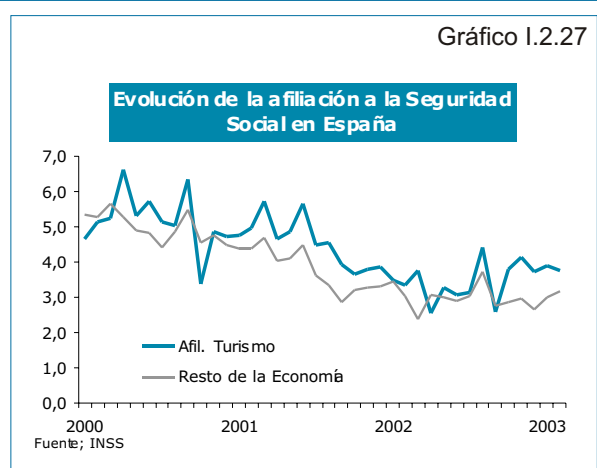
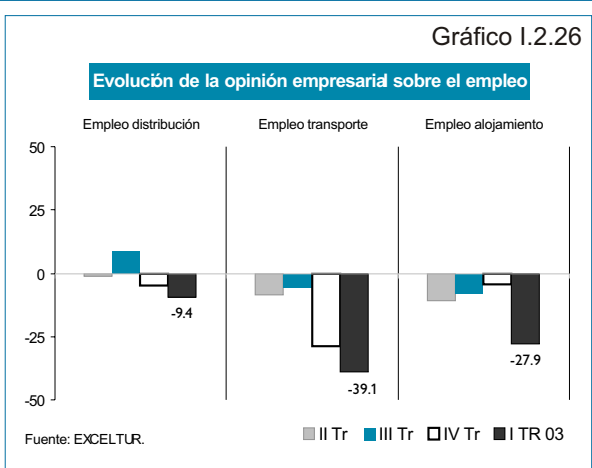


La mayor fragmentación de las vacaciones de la demanda está generando igualmente una reducción de la estancia media, que continúa en los meses de enero y febrero, incluso siendo meses de temporada baja. El número de días alojados en establecimientos hoteleros ha vuelto a descender en estos meses un 1,0% en relación con el mismo período de 2002.

2.5 Tendencias del mercado de trabajo

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur ha remarcado un mayor deterioro en las expectativas de empleo durante el primer trimestre del año. A medida que se ha acentuado la incertidumbre y se han revisado a la baja las expectativas de crecimiento económico, los empresarios han considerado con mayor escepticismo la creación de nuevos puestos de trabajo en todos los sectores, con la excepción de aquellos vinculados a la oferta complementaria de ocio. En concreto, la afiliación a la Seguridad Social en las actividades de ocio y cultura está creciendo un 4,4% respecto a 2002, y entre ellas son las actividades de museos e instituciones culturales las que continúan mostrándose como las más dinámicas, con ritmos de crecimiento de la afiliación en torno al 6,5%.

En el sector de alojamiento el porcentaje de empresarios que opinan que sus niveles de empleo van a disminuir casi se ha doblado en el primer trimestre (34,8%, frente al 18,2% del pasado trimestre) y las perspectivas para el próximo trimestre siguen siendo muy negativas. Estas desfavorables expectativas para el empleo no se reflejan con la misma intensidad en la estadística de afiliados a la Seguridad Social. El ritmo de crecimiento del empleo en las actividades directamente relacionadas con el turismo se ha estabilizado en tasas cercanas al 4%, situándose por encima de los valores medios de la economía nacional. Estos datos deben valorarse con cautela por la reciente evolución de la actividad turística y, muy en particular, de la confianza de los empresarios. El aumento de plazas hoteleras abiertas en 2002, un 2% más que el año anterior (en su mayoría en establecimientos de 4 y 5 estrellas, que demanda una mayor plantilla), explica este contraste entre las nuevas contrataciones y la encuesta de clima, y desde luego resultan paradójicas mientras gran parte de sector está acusando las dificultades de una dinámica en el turismo insuficiente para la capacidad instalada.



La encuesta de opinión sobre los planes de contratación resulta especialmente desfavorable en las empresas del sector de transporte, que a pesar de haber realizado fuertes ajustes de empleo desde el pasado año, constata un sentimiento negativo más acentuado respecto al mismo periodo del año anterior. El 50% de los encuestados en transporte sostienen que no van a crear empleo en el primer semestre del año, mientras que las agencias de viaje frenan la contratación al menos en el corto plazo. Conviene matizar, en todo caso, que en los dos primeros meses del año los datos de afiliación a la Seguridad Social recogen una recuperación respecto al pasado año, si bien este repunte de la tasa interanual está condicionado por el efecto base que produjo el parón de 2002.

Aunque las discrepancias entre el clima y la dinámica contemporánea del mercado laboral son muy llamativas, se aprecia una recuperación de la afiliación a la Seguridad Social en el transporte aéreo, después de una notable contracción en 2002, mientras que el transporte terrestre y especialmente el marítimo comienzan el ejercicio con unos favorables resultados en términos de empleo. Incluso en las agencias de viaje se constata una recuperación del empleo desde el 3,3% interanual registrado a finales del pasado año al 5%, convirtiéndose en la actividad más dinámica de las relacionadas con el turismo desde el punto de vista laboral. Al igual que el sector de alojamiento, gran parte de esta expansión se justifica por el incremento en el número de agencias de viaje, que ha crecido un 5,2% en el último año, cifra que se añade al 7% que ya registraron de aumento en 2001.

En definitiva, desde una perspectiva laboral los indicadores contemporáneos globales del sector no son tan alarmantes como señala el clima empresarial. Sin embargo, creemos que debe analizarse con cierta preocupación la consistencia de dos procesos simultáneos en el tiempo: mientras continua el proceso de ajuste en los puestos de trabajo de la mayor parte de las actividades relacionadas con el turismo (salvo en aquellas asociadas a las actividades complementarias de ocio y cultura), se siguen creando empresas (sobre todo agencias de viaje y hoteles) que sobredimensionan aún más el sector. Salvo que este proceso de regeneración se esté produciendo con empresas más competitivas y que sean capaces de capitalizar el interés por aquellas actividades con un mayor efecto multiplicador sobre el resto de la economía, las cifras de afiliación a Seguridad Social no hacen sino maquillar el ajuste que se está produciendo en las empresas del sector ya instaladas. De ser así, se está retrasando la introducción de reformas que proporcionen una dimensión y un estructura más adecuada al sector.

Tabla I.2.2

EMPLEO TURÍSTICO (afiliados a la Seguridad Social)

	Valor 2002	2000			2001		2002				2003	Último dato
		2000	2001	2002	2001		2002				Acumul ene-feb	
					III	IV	I	II	III	IV		
Empleo turístico	2,024,999	5.2	4.6	3.4	4.3	3.8	3.5	3.0	3.4	3.9	3.8	feb
Hostelería	1,003,472	4.5	4.9	4.0	4.7	4.2	4.2	3.3	3.9	4.6	4.2	feb
Transporte	596,533	4.7	2.6	2.3	2.3	2.3	2.0	2.0	2.4	2.6	2.9	feb
Terrestre	549,092	4.6	2.8	2.7	2.4	2.5	2.4	2.6	2.8	2.9	2.8	feb
Marítimo	11,364	4.1	-0.9	4.3	-2.1	-0.7	2.2	4.5	4.4	6.1	6.3	feb
Aéreo	36,077	6.3	1.5	-4.0	2.2	-0.1	-4.1	-6.3	-4.1	-1.4	2.1	feb
Agencias de viajes	44,890	8.4	7.7	2.1	8.0	4.1	2.4	1.3	1.2	3.3	5.0	feb
Ocio y Cultura	262,748	7.1	6.4	4.1	6.5	5.2	4.5	3.6	3.7	4.6	4.4	feb
Empleo total España	16,188,390	5.0	3.9	3.0	3.4	3.3	3.0	3.0	3.2	3.0	3.2	feb

Fuente: Ministerio de Trabajo y S.S.

Gráfico I.2.28

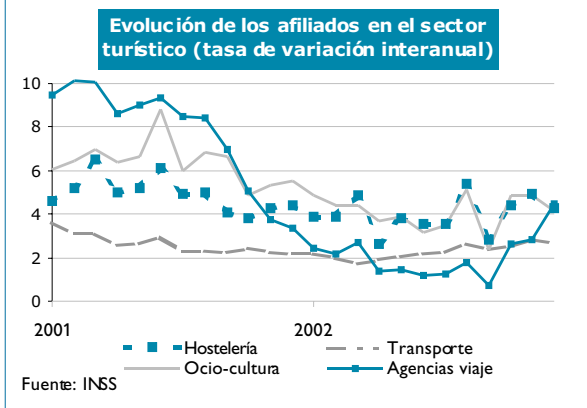


Gráfico I.2.29

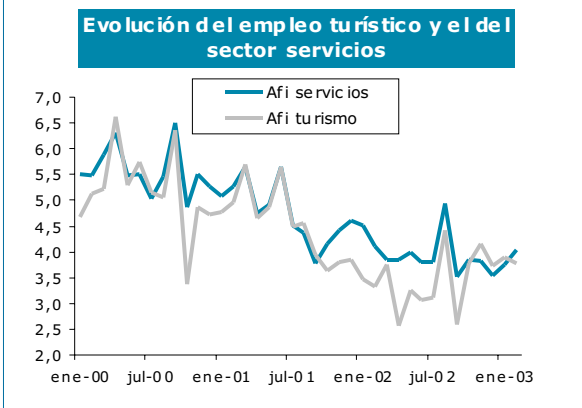


Gráfico I.2.30

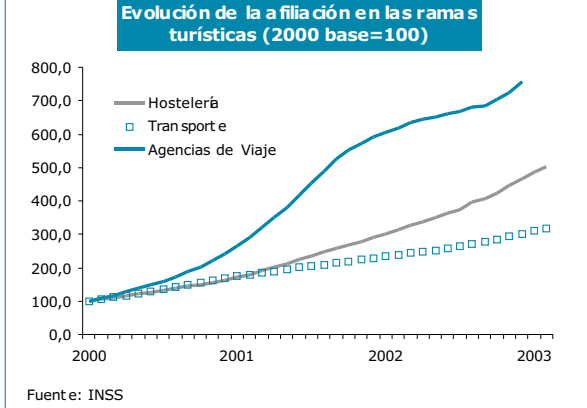
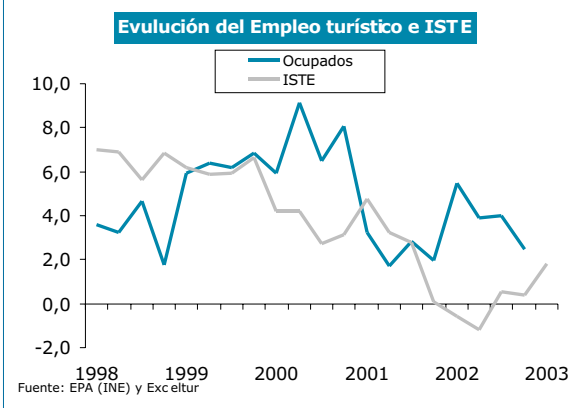


Gráfico I.2.31

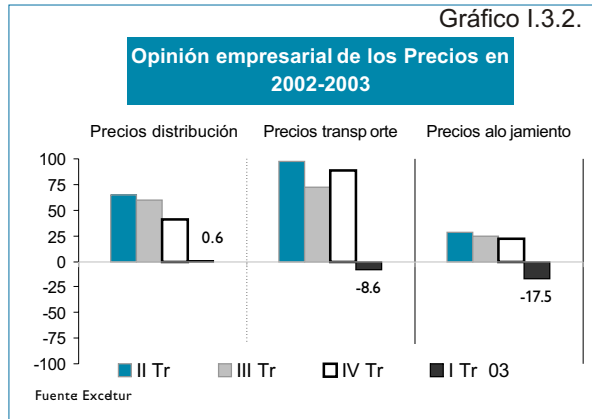
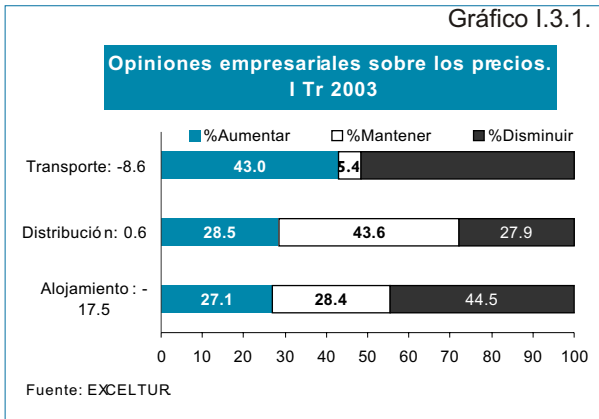


3.1 Análisis interno

En estos primeros meses del año, los empresarios han puesto en marcha agresivas estrategias de reducción de precios como instrumento para dinamizar la demanda, hecho que se pone de manifiesto en todos los indicadores disponibles. Este descenso de los precios ha provocado un notable deterioro de los márgenes empresariales.

La Encuesta de Clima Turístico de Exceltur correspondiente al primer trimestre de 2003 apunta a un descenso de los precios respecto al mismo periodo del año anterior en los sectores de alojamiento y transporte. **Estos resultados constituyen una importante novedad en la percepción de los empresarios y deja constancia de la sensibilidad de la industria turística al momento actual del ciclo económico.** La opinión empresarial es acorde con la evolución de todos los indicadores de precios que publica el INE, que muestran una importante moderación del ritmo de crecimiento a comienzos de 2003.

La respuesta de los empresarios a la contundente caída de la demanda ha influido en la estrategia de bajada de precios. La encuesta revela que **el 44,5% de los empresarios del sector de alojamiento opinan que sus precios están bajando respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que en transporte este porcentaje se eleva al 51,6%**. El sesgo de los grandes grupos de agencias de viaje acerca de la evolución de sus precios es neutral, puesto que el porcentaje de empresarios que opina que sus precios han aumentado es prácticamente igual al que constata que han descendido. La volatilidad que ha caracterizado la política de precios de los distintos productos a lo largo del primer trimestre ha segmentado la opinión de los empresarios en la distribución debido a que el aumento de las tarifas en algunos productos se ha compensado con las ofertas y descuentos aplicados a viajes en determinados destinos.



Los empresarios del sector de alojamiento hotelero son los que están sufriendo con mayor intensidad la atonía en la demanda y en los que se ha extendido con mayor fuerza la reducción de precios como respuesta. Este patrón es especialmente característico de la situación de los destinos insulares donde **la evolución de sus precios han profundizado la senda negativa observada en el transcurso de 2002**. Según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, un 80% de los empresarios de **Baleares y Canarias** manifiesta que han llevado a cabo una reducción de las tarifas hoteleras. El IPH para estas regiones refrenda el diagnóstico descrito, puesto que en Canarias se ha registrado un descenso del 1,6% interanual entre enero y marzo y en Baleares se ha producido una acusada desaceleración de este índice (-0,7% en marzo desde el 3,7% de diciembre).

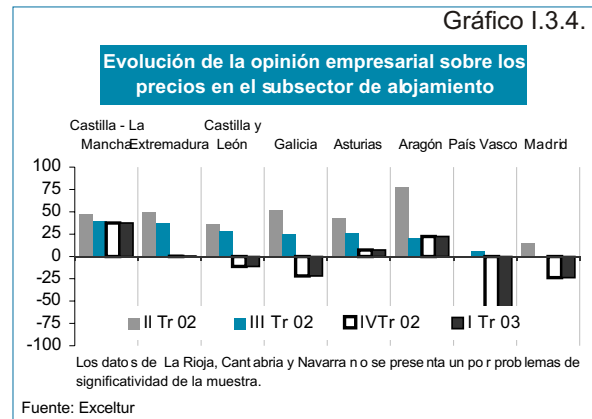
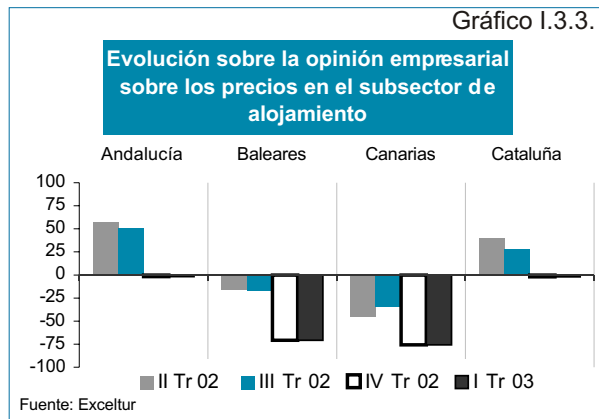


Gráfico I.3.5.

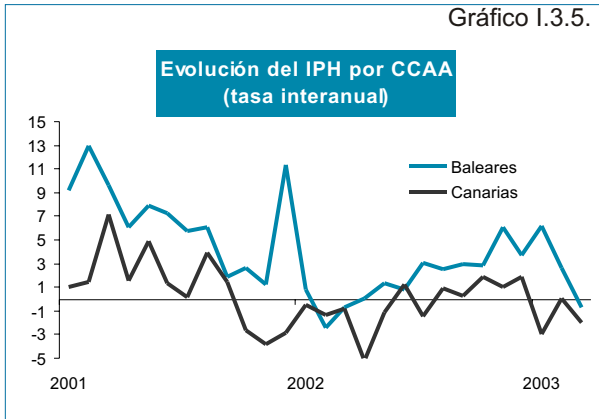
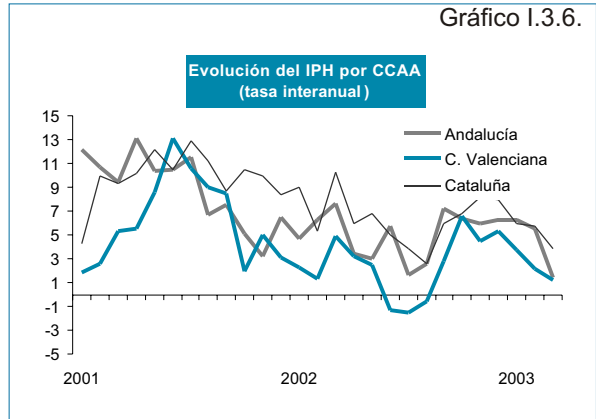


Gráfico I.3.6.



La senda de desaceleración de los precios en hoteles ha sido uno de los rasgos más destacados desde la finalización de la temporada de verano de 2001 en todas las Comunidades Autónomas. En los destinos de sol y playa, el IPH ha marcado una tendencia decreciente que ha sido más acusada en las regiones insulares que en las del Mediterráneo. En 2002, el índice de precios hoteleros de Cataluña y Andalucía registró un crecimiento del 6,5% y 5,1% respectivamente, mientras que en Canarias descendió un 0,3% y en Baleares aumentó un 1,8%. En cambio, en los destinos del interior y del norte de España, la evolución del IPH dibujó una senda más estable en 2002.

Lo que sí parece coincidente es el comportamiento bajista en el índice de precios hoteleros al inicio de 2003 en el conjunto de las Comunidades Autónomas, tal y como señala la Encuesta de Clima de Exceltur, que recoge una opinión negativa acerca de los precios hoteleros, incluso, en algunas regiones del interior (Madrid y Castilla y León) y del Norte de España (País Vasco, Galicia).

La reducción de los precios en un contexto como el actual debe gestionarse con cautela, en la medida en que puede poner en peligro los márgenes empresariales y la financiación de inversiones dirigidas a la mejora de la calidad. Asimismo, la magnitud de las caídas que se están produciendo pueden condicionar los precios para la próxima temporada por tomarse como referencia tanto por parte de clientes finales como por parte de touroperadores.

Gráfico I.3.7.

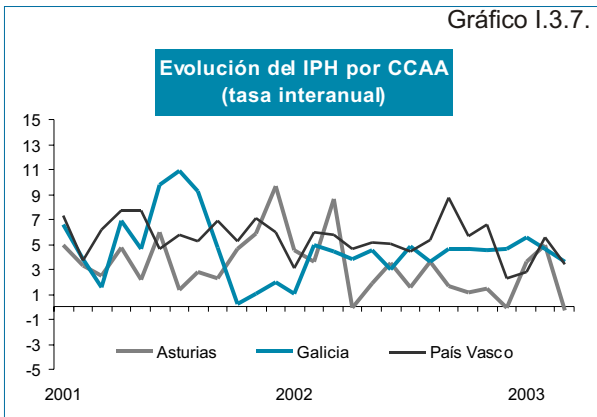
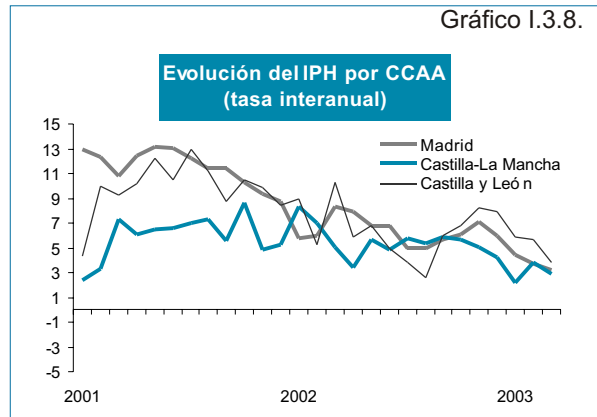


Gráfico I.3.8.



La reducción de los precios como instrumento de dinamización de la demanda se recoge en la evolución de los índices de precios elaborados por los organismos oficiales. El IPC de hoteles y otros alojamientos y el IPC de viajes organizados exhibe un notable freno de la tendencia ascendente en el primer trimestre del año, confirmándose un recorte de dos puntos hasta el 1,9% para el primer índice de precios y de casi 6 puntos para el segundo. De hecho, el IPC de hoteles alcanza el menor crecimiento desde 1998 y el IPC de viajes organizados, situó su tasa de crecimiento en el 2,9%, la más baja desde 2001. El IPH para el conjunto de la economía española alcanzó en 3% entre enero y febrero, frente al 5,1% del último trimestre de 2002.

Tabla I.3.1

IPC de turismo y hostelería en España

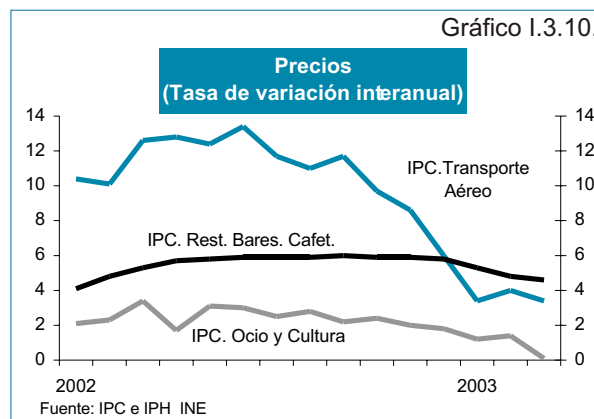
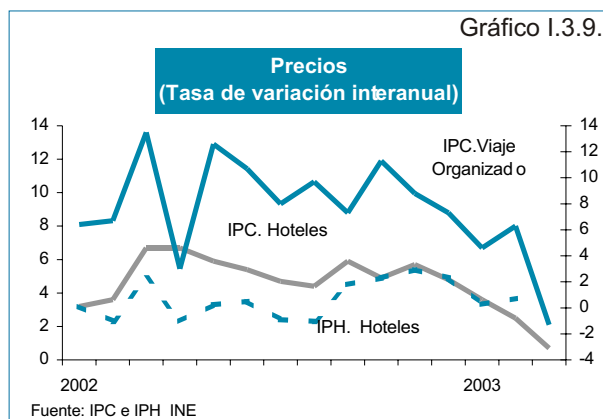
	tasas de variación interanual												Ultimo dato
	2000	2001	2002	2001				2002				2003	
	media anual			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
Índice de Precios de servicios	3.6	4.7	4.4	4.8	4.9	4.6	4.4	3.6	4.7	4.7	4.5	3.8	marzo
IPC de turismo y hostelería	12.2	7.2	7.5	17.5	5.1	-0.8	7.2	8.9	8.7	6.1	6.1	4.4	marzo
IPC restaurantes, bares y cafeterías	3.9	4.7	6.2	4.6	4.8	4.7	4.7	6.7	6.3	5.9	5.9	4.7	marzo
IPC Hoteles y otros alojamientos	10.6	9.9	5.2	7.6	5.2	24.7	3.6	4.7	5.8	5.0	5.2	1.9	marzo
IPC de viajes organizados	12.3	7.1	8.8	21.6	15.5	-7.8	6.8	8.9	8.7	8.3	9.1	2.9	marzo
Índice de Precios Hoteleros (IPH)	-	6.7	3.7	7.5	8.1	6.8	4.2	3.8	3.0	3.1	5.1	2.4	marzo

Fuente: INE y Exceltur

Los resultados de la encuesta para el sector de transporte señalan un cambio en la percepción de evolución de sus precios. La política alcista de precios que había caracterizado 2002 (debido a la subida de las coberturas de seguros y tasas aéreas y al encarecimiento del precio del crudo) ha dado paso a una reducción de las tarifas a causa del nuevo marco en la configuración de la competencia.

El aumento de la competencia en el transporte aéreo debido a la presencia creciente de las compañías de bajo coste, ha involucrado a las empresas españolas en una guerra de precios que está dañando sus márgenes unitarios. La significativa contención de precios que está llevando a cabo el transporte se refleja en el IPC de transporte que publica el INE, cuyo ritmo de crecimiento interanual se ha situado en el 3,7% en el primer trimestre, frente al 5,4% anterior.

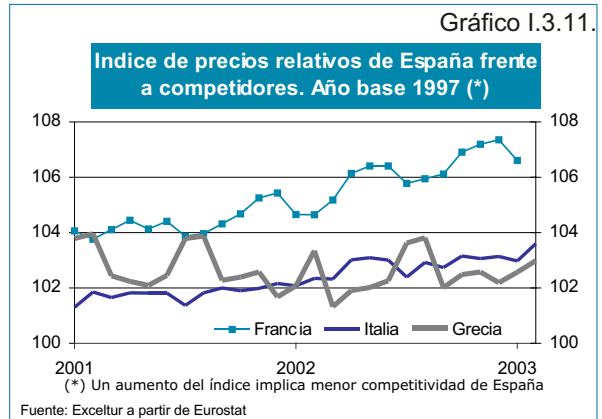
Otra de las tendencias a resaltar en la evolución de los precios en los primeros meses del año es la moderación en aquellos productos que componen la oferta complementaria y forman parte del gasto habitual del visitante en el destino (bares y restaurantes, alimentación y ocio) y que el pasado año había afectado a la percepción de España como un destino caro para el turista. De este modo, se observa una contención en el diferencial de precios con nuestros principales países emisores de turismo en cada uno de estos grupos de gasto. El IPC de bares restaurantes y cafeterías ha descendido más de 1 punto en su ritmo de avance interanual hasta el 4,7% y el IPC de ocio y cultura ha sufrido un significativo recorte en su tasa de crecimiento hasta el 1,3% desde el 2,7% precedente.



3.2 Análisis externo

El esfuerzo en el ajuste en precios de las empresas turísticas en los primeros meses de 2003 se ha producido en un escenario en el que la economía española continúa mostrando diferenciales de inflación positivos respecto a nuestros principales destinos competidores, lo que sigue afectando a nuestra competitividad vía precio.

El índice de precios relativos frente a los principales países competidores en turismo cultural (Francia, Italia y Grecia) en los primeros meses de 2003 no ha experimentado grandes variaciones respecto a las tendencias observadas a finales de 2002. Se evidencia una leve **pérdida de competitividad con Italia y Grecia, mientras que nuestra posición relativa ha experimentado una leve mejora con Francia**. De hecho, el índice de precios relativos respecto al país galo desciende hasta un nivel de 106,1 (106,9 entre octubre y diciembre de 2002) debido a la corrección del diferencial de inflación en los primeros meses del año.



España continúa perdiendo competitividad por precio respecto a Túnez en el primer trimestre, que encuentra sus causas en el control de su inflación (alcanzó un 1,6% en enero) y la depreciación de su moneda. El mismo diagnóstico se puede realizar para Egipto y Marruecos, mercados que han experimentado desde 2001 un claro avance en competitividad respecto a España debido a una significativa moderación en el ritmo de crecimiento de sus precios (2,9% de inflación en 2002 para Egipto y por debajo del 2% para la economía marroquí). El mayor control sobre el crecimiento de los precios no se ha traducido en estos meses en una mayor llegada de turistas por la inseguridad percibida por el turista hacia estos países. No obstante, cuando este factor se despeje la competitividad -precio de estos destinos puede absorber parte de la demanda que hoy se dirige a los destinos españoles.

El caso contrario es el de Turquía. La paulatina apreciación de su tipo de cambio frente al euro, a pesar de la reconducción de la inflación hacia niveles más reducidos (el 27% en febrero de 2003, frente al 47,2% de 2002), está originando una importante ganancia de competitividad vía precios al sector turístico español en el segmento de sol y playa, sobre todo, desde el pasado verano. En todo caso, este será uno de los destinos más perjudicados por el actual conflicto bélico con independencia de la evolución de sus precios.

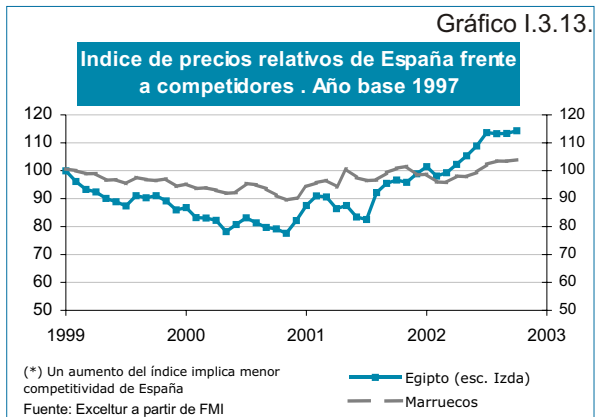
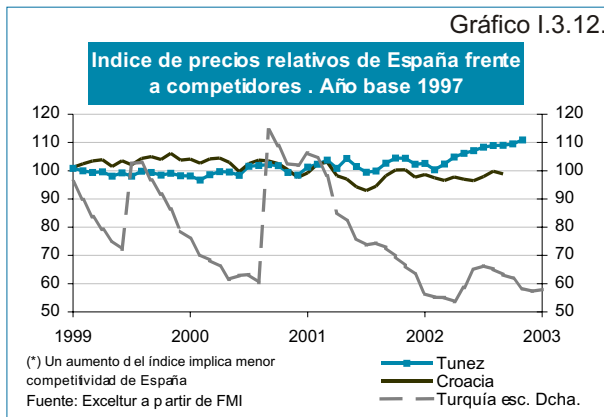


Gráfico I.3.14.

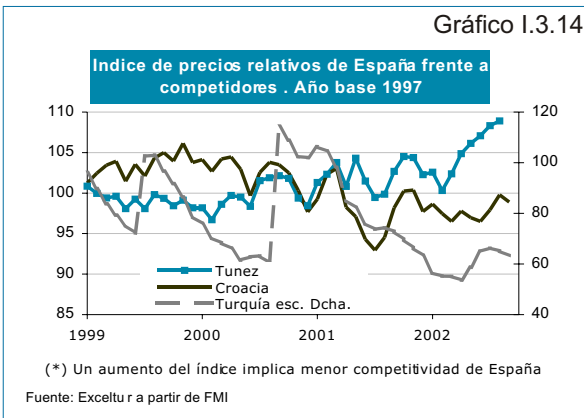
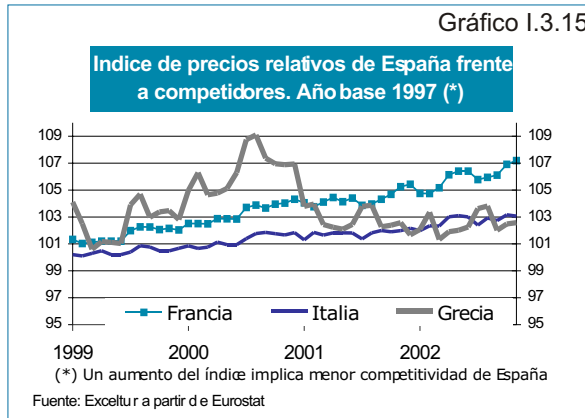


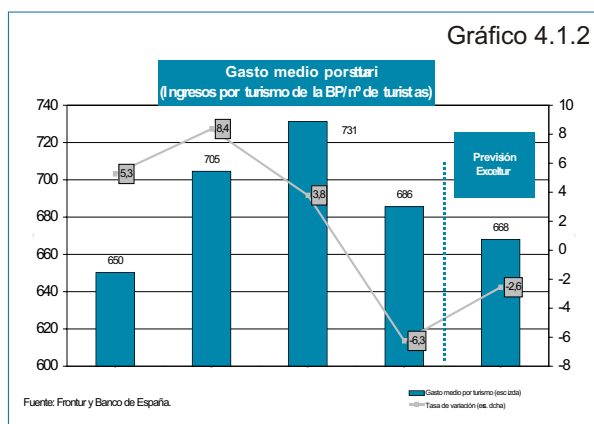
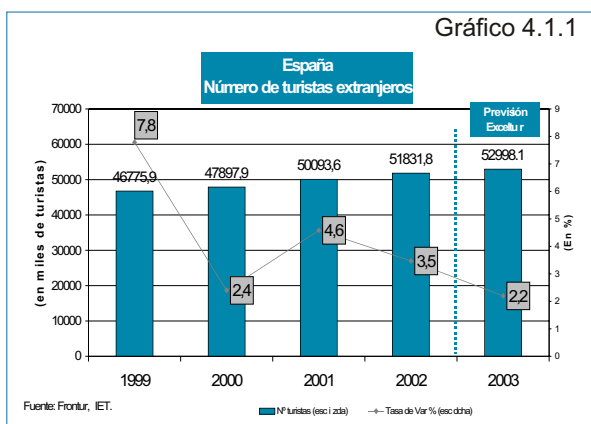
Gráfico I.3.15.



La posición de los precios de uno de los destinos que mejor sorteó la desaceleración del turismo mundial en 2002, Croacia, sigue siendo aventajada en relación con España. La ganancia de competitividad vía precio sigue siendo un elemento que juega a favor de este país como destino turístico, explicado por la leve depreciación de su moneda en el primer trimestre de este año, junto con un notable control de la inflación.

Las perspectivas para el turismo español son más positivas que las dibujadas a comienzos de año. El escenario de riesgo apuntado en enero y construido sobre la presencia de una guerra larga con efectos adversos sobre el precio del petróleo y los mercados bursátiles **se ha desvanecido. No obstante, la situación actual todavía sigue condicionada por la debilidad económica de los principales mercados emisores de turismo. El cuadro macroeconómico descrito para las economías europeas no supera, en su conjunto, la fase de desaceleración de 2002, con crecimientos para Reino Unido del 2% y para el Área Euro del 1%.**

Pese a que los hábitos de consumo del producto turístico se encuentran condicionados por el momento económico, la demanda turística se verá impulsada por la tendencia creciente del visitante para beneficiarse de las oportunidades de mejores precios. Esto se manifiesta en fenómenos como la realización de sus reservas en el último momento, el uso creciente de la capacidad de las compañías de bajo coste y de los precios a la baja del resto de compañías aéreas, la utilización de apartamentos y casas de alquiler, y la búsqueda de la oferta hotelera de menores precios. Estos factores, junto a la lejanía española frente a los focos de inestabilidad geopolítica, van a favorecer la **recuperación de la llegada de turistas, que previsiblemente batirá un nuevo récord en 2003, acercándose a los 53 millones de turistas. En concreto, estimamos un crecimiento de los turistas del 2,2% sustentado en un aumento del 3,1% de los principales mercados emisores.**



La recuperación del turismo extranjero se verá superado por un crecimiento del turismo nacional hacia los destinos españoles, hecho que ya se ha puesto de manifiesto en Semana Santa. Las perspectivas sobre la demanda nacional permiten anticipar un buen comportamiento durante los próximos meses y una concentración de sus efectos sobre los destinos españoles. La tendencia a viajar a destinos de interior, ya observada en los meses marzo y abril por las agencias de viajes de nuestro país, permite ser optimista sobre su capacidad de dinamización y diversificación de los destinos nacionales y compensación del moderado incremento de la demanda extranjera.

Los factores que limitan una recuperación más intensa de la actividad turística en 2003 se encuentran, una vez más, en las variables de gasto. La caída estimada de los ingresos reales por turismo de los extranjeros y las escasas alegrías que el mercado de trabajo va a permitir al gasto familiar en España son argumentos suficientes para justificar que no se produzca una expansión de la demanda turística en la segunda parte del año como la que se produjo en el anterior suceso bélico del año 1991.

Con estos condicionantes el indicador trimestral del PIB turístico elaborado por Exceltur, el ISTE, presentaría a finales del año un ligero crecimiento del 1,2%. Este dato permitiría dejar atrás las tasas negativas alcanzadas en 2002, si bien todavía se encontraría por debajo del crecimiento de los niveles esperados de la economía española (2,0%).

La evolución prevista para los principales países emisores del turismo en España continúa siendo muy desigual. La entrada de turistas en 2003 encuentra en el mercado británico su principal dinamizador, que previsiblemente marcará un nuevo récord de visitantes, superando los 15 millones. Le sigue en crecimiento el mercado holandés y, en menor medida, el galés, que difícilmente superará los excelentes registros de 2002. En el otro extremo, se sitúa el mercado alemán, que descenderá de nuevo, mientras que el mercado italiano estimamos que permanecerá estancado.

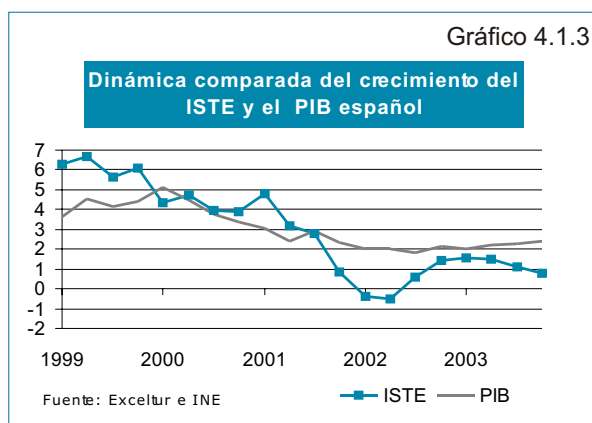


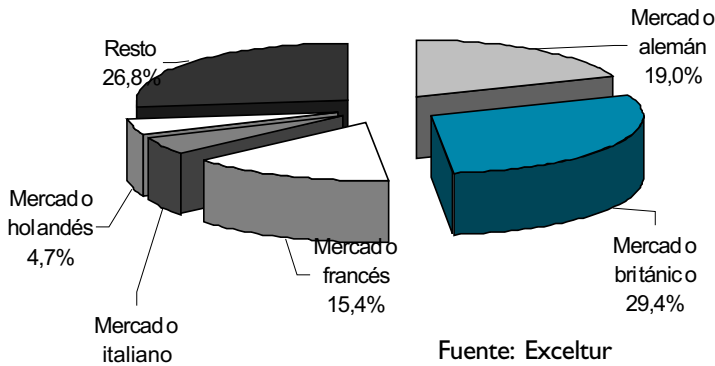
Tabla 4.1.1

PREVISIONES PARA LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISMO

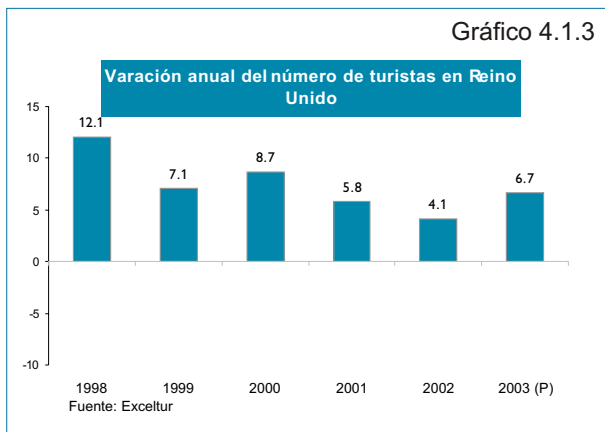
	Valor		2003 (p)	1999	2000	2001	2002	2003 (p)
	2001	2002						
Mercado alemán								
PIB (m. m. e uros)	494.34	495.33	497.3	1.7	3.2	0.7	0.2	0.4
Turistas llegados a España	10,783,271	10,130,146	10080544.9	7	-3.6	-3.5	-6.1	-0.5
Mercado británico								
PIB (m. m. libras)	212.33	215.65	220.2	2.1	3.0	2.2	1.6	2.1
Turistas llegados a España	14,011,630	14,585,465	15558308.8	7.1	8.7	5.8	4.1	6.7
Mercado francés								
PIB (m. m. e uros)	344.53	348.67	352.2	3.2	4.1	1.8	1.2	1.0
Turistas llegados a España	6,712,411	8,039,530	8161766.7	9.5	-0.9	18.2	19.8	1.5
Mercado italiano								
PIB (m. m. e uros)	257.40	258.43	261.0	1.6	2.9	1.8	0.4	1.0
Turistas llegados a España	2,412,202	2,507,510	2506218.7	16.2	0.5	15.0	4.0	-0.1
Mercado holandés								
PIB (m. m. e uros)	96.09	96.2054067	97.0	3.7	3.5	1.1	0.1	0.8
Turistas llegados a España	2,148,488	2,393,266	2512764.1	21.8	-3.7	9.2	11.4	5.0
5 principales mercados europeos	36,068,003	37,655,916	38819603.3	9.0	1.6	5.6	4.4	3.1
Total turismo extranjero	50,093,555	51,845,122	52998139.2	7.8	2.4	4.6	3.5	2.2

Gráfico 4.1.2

Estructura del turismo español por mercados. Año 2003



4.1.1 Reino Unido

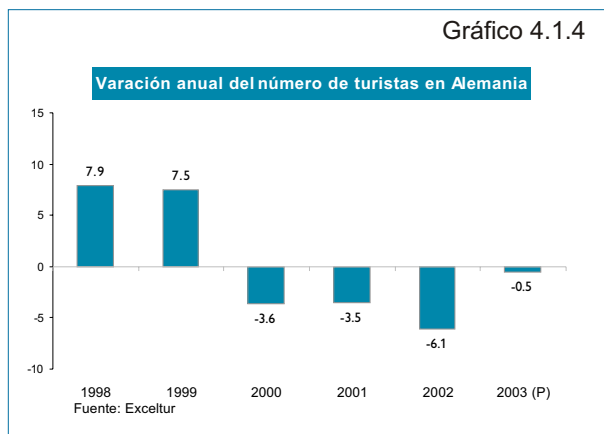


La superación de la fase de desaceleración cíclica de la economía británica a lo largo de 2003 y la privilegiada situación de su mercado laboral, con unas tasas de paro ancladas en el entorno del 5% en los últimos tres años, son razones de peso para justificar el dinamismo del mercado de Reino Unido en este año a España. La llegada de turistas británicos volverá a batir un nuevo récord en 2003 con un crecimiento del 6,7%, lo que contribuirá a aumentar su cuota de mercado hasta niveles cercanos al 30%.

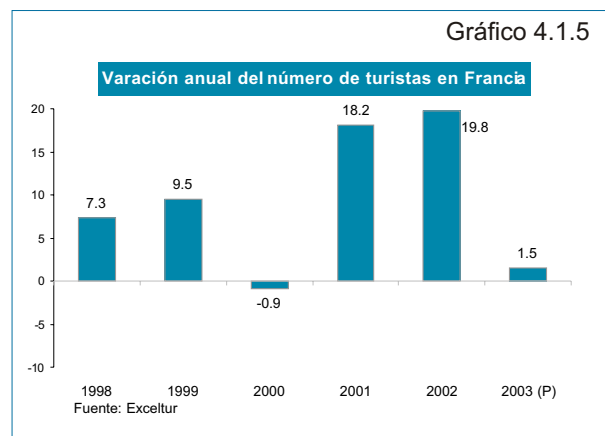
La elasticidad del turismo británico a la pérdida de valor de la libra respecto al euro y sus perspectivas de mayor depreciación en 2003 constituyen una amenaza para la demanda del producto turístico español y, por lo tanto, la compensación de la pérdida de poder adquisitivo sólo podrá realizarse con reducciones de precios en los paquetes turísticos, tal y como esta sucediendo en los primeros meses del año.

4.1.2 Alemania

La evolución de la renta, del mercado laboral y, muy en particular, de la confianza de las familias alemanas, no introduce perspectivas positivas para la llegada de turistas a nuestro país, que por cuarto año consecutivo registrará un nuevo retroceso, si bien de menor intensidad que en años anteriores. De este modo, nuestras previsiones para 2003 anticipan un descenso de la llegada de turistas alemanes del 0,5%, lo que va a provocar una leve pérdida de cuota de este mercado hasta el 19% desde el 19,5% de 2002.



4.1.3 Francia



Tras los excelentes registros del turismo francés en 2002, anticipamos una notable moderación de la tasa de crecimiento de este mercado que, previsiblemente no superará el 2% en este año. El país galo es una de las economías del Área Euro para las que se no se anticipa una recuperación de su actividad, con riesgos en el comportamiento de su mercado de trabajo. El aumento de la tasa de paro (por encima del 9%) con las implicaciones que tiene para la renta disponible de las familias no permiten augurar una fortaleza similar de la entrada de turistas francesas en 2003 como en años anteriores. Con todo, el mercado francés seguirá siendo el tercer mercado emisor más importante para el turismo español, con una cuota que permanecerá en niveles similares al 2002 (15,4%).

4.1.4 Holanda e Italia

Nuestras previsiones de la llegada de turistas italianos anticipan un práctico estancamiento respecto a los niveles de 2002. A pesar que el cuadro macroeconómico revela que Italia será una de las economías cuyo gasto familiar logrará recuperarse a lo largo de 2003, la tasa de crecimiento esperada para el consumo privado se sitúa todavía en unos niveles muy bajos (1,5%, inferior a la que se estima para la economía francesa). Además, las perspectivas son poco favorables para la tasa de paro, que permanecerá anclada en el 9,0% por segundo año consecutivo.

El atractivo de España para los ciudadanos residentes en los Países Bajos seguirá constituyendo el principal revulsivo de la entrada de turistas procedentes en este mercado. La temporada de 2003 según nuestras estimaciones se saldará con un crecimiento del 5%, lo que supondría una llegada de 2,5 millones de turistas holandeses.

