mercaturismo.com
negocios turísticos en la red

2 de mayo de 2005

Un trimestre atípico con tendencia a la desaceleración

El turismo nacional mitiga la atonía del extranjero

02/05/2005 17:58:52

En el trimestre con menor peso en el conjunto del año, el Indicador Sintético del Turismo de Exceltur (ISTE), equivalente al PIB turístico, creció el 1,8%, porcentaje algo inferior al del cierre de 2004

Todos los indicadores correspondientes al mercado español reflejan un intenso empuje, particularmente en cuanto a las pernoctaciones regladas, que suben un 12,3%

Los turistas extranjeros aumentaron un 7,4% (casi 700.000), tasa ligeramente inferior al 10% del 4º trimestre de 2004

Los mayores niveles de confianza empresarial en este trimestre corresponden a las empresas españolas de alquiler de coches, agencias de viajes y empresas de ocio

Los menores niveles de confianza corresponden a los alojamientos reglados. Las pernoctaciones hoteleras de extranjeros apenas subieron un 0,8% en el trimestre y se reduce 0,1 días la estancia promedio

Se consolidan los crecimientos de las aerolíneas Low Cost (700.000 pasajeros), que aceleran la autoorganización de los viajes desde el extranjero, hacen que sean más cortos y que predomine el uso de alojamientos residenciales sin una contraprestación conocida, en detrimento de los reglados

Los cambios en el perfil y hábitos de nuestros turistas extranjeros siguen marcando una tendencia descendente de su gasto medio. Se prevé una caída del -1,4% para el cierre de 2005

Mejora el mercado alemán, a pesar de que su economía no acaba de despegar, mientras que las llegadas del Reino Unido se mantienen, aunque bajan sus efectos socio-económicos en el destino

Para el cierre de 2005 se espera un incremento del número de turistas en 1,4 millones, el 2,6% más, y un crecimiento del PIB turístico del 2,1%, datos algo inferiores a los de 2004

Exceltur solicita la mayor implicación de las Administraciones públicas con el sector privado para impulsar la competitividad del turismo español y afrontar con garantías las rápidas transformaciones que se avecinan

Los primeros compases del año 2005 reflejan una tendencia muy similar a la registrada en el conjunto de 2004, con un fuerte dinamismo de la demanda nacional, que compensa la ligera desaceleración experimentada por la llegada de turistas extranjeros.

En concreto, el Indicador Sintético del Turismo de España (ISTE) elaborado por Exceltur (equivalente al PIB turístico) creció en el primer trimestre del año a un ritmo del 1,8%, porcentaje algo inferior al del 4º Trimestre de 2004 (2,4%). Estos datos deben analizarse con cautela por ser un trimestre atípico que incluye la Semana Santa - en 2004 cayó en abril - y a que se compara con el primer trimestre de 2004, marcado por los atentados del 11 M .

El tirón experimentado por la demanda de los turistas españoles se ha producido en todos los indicadores analizados, especialmente en lo que se refiere al alquiler de coches y agencias de viajes, sobre todo las virtuales por Internet, que evidencian crecimientos de tres dígitos y una creciente aceptación por el turista español.

La fortaleza del turismo nacional, aunque a un ritmo algo más moderado que en 2004, se mantendrá en 2005 y se refleja también en el sustancial incremento de los viajes de los españoles al extranjero, tendencia que no sólo se debe a la fortaleza del euro, sino también al mayor atractivo de destinos turísticos externos, lo que hace cada vez más necesario potenciar las campañas de promoción que inciten a los españoles a viajar más por España.

Las compañías aéreas de bajo coste acentúan su relevancia y alteran el modelo turístico tradicional

Los turistas que llegaron del extranjero en el primer trimestre subieron cerca de 650.000, es decir un incremento del 7,4%, algo inferior al 10% del pasado ejercicio. De hecho el incremento del número total de turistas extranjeros prácticamente se explica por el aumento del tráfico de las compañías de bajo coste, que aumentó en 700.000.

Por mercados emisores, el crecimiento del alemán a finales de 2004 se ha moderado ligeramente en el primer trimestre. Debido al bajo nivel del que parte y a pesar de las incertidumbres sobre la economía de este país, se espera una mejora para el conjunto del año (aumento del 2,4%), especialmente para Baleares. El turismo británico seguirá a lo largo del año una tónica similar a la del primer trimestre (crecimiento del 2,3%), con tendencia a la desaceleración, acortando su estancia, descendiendo su gasto promedio y favoreciendo la demanda residencial.

Por otro lado, el incremento en el número de turistas extranjeros en el primer trimestre se debe exclusivamente a quienes se organizaron su viaje de forma independiente, mientras que los que llegaron a España a través de un paquete turístico disminuyeron. En concreto, los primeros aumentaron cerca del 16%, frente al descenso del 2,7% de los segundos. Esta situación hace que resulte ineludible el que las empresas españolas lleven a cabo nuevas estrategias de venta que les permitan explotar con mayor eficacia las posibilidades que brinda Internet.

En este sentido, es además necesario que asuman un papel cada vez más relevante las Administraciones públicas, apoyando las nuevas plataformas que necesitan las PYMES para aprovecharse de las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías. El reenfoque mas transaccional previsto para el portal Spain.info marca el camino correcto.

Los niveles de rentabilidad de las empresas turísticas en este primer trimestre del año registran tendencias similares a las del pasado año. En el caso del conjunto del alojamiento reglado, el fuerte aumento del uso de la oferta residencial, muy propia de los turistas que utilizan compañías de bajo coste, así como la creciente sobreoferta impactan en la confianza de ese subsector, especialmente en los hoteles vacacionales de sol y playa de menor categoría o indiferenciados y más dependientes de los mercados extranjeros. Los hoteles urbanos son algo más optimistas sobre su situación en el primer trimestre, aunque igualmente sujetos a caídas de rentabilidad.

Desde la perspectiva de las distintas comunidades y sus destinos, donde se ha producido un mayor aumento de confianza empresarial es en aquéllos del interior y de la España verde, con una clara mejoría del turismo rural y cultural. Destaca el incremento en Castilla-La Mancha gracias a la celebración del IV Centenario del Quijote, lo que pone de manifiesto las bondades de estrategias que apoyan la promoción de grandes eventos, con efectos beneficiosos no sólo sobre el turismo sino sobre todo el tejido socio-empresarial de su área de influencia.

Con respecto al subsector del transporte, y en particular el aéreo, su demanda ha aumentado, sobre todo por el mercado español, a costa de menores márgenes empresariales por sobrecapacidad, descenso de precios y aumento de los costes del petróleo.

Las empresas de ocio y las agencias de viajes, así como las compañías de alquiler de coches son las que han reflejado en el primer trimestre los mayores niveles de confianza empresarial. Su vinculación a la demanda del turista nacional en el primer caso y a las pautas de un turista más independiente en los demás tiene mucho que ver con esta mejoría.

Los resultados empresariales obtenidos en el primer trimestre del año y las tendencias que se apuntan permiten afirmar que la tónica del sector turístico para el conjunto de 2005 será similar a la del pasado ejercicio, con tendencia a una desaceleración del receptivo por la mayor competencia, la debilidad de la economía europea y los posibles impactos de la subida del precio del petróleo. De ahí que estimemos a final del año un incremento del PIB turístico del 2,1%, inferior al 2,4% con que cerró 2004 y al 2,7% previsto para el conjunto de la economía.

Los turistas españoles, aunque moderando sus tasas de crecimiento, gastarán y viajarán más por España y el extranjero que en 2004. Estimamos que las llegadas del exterior subirán 1,4 millones, el 2,6% más, con un nuevo descenso del gasto medio por turista extranjero, que puede alcanzar un - 1,4% en términos nominales y un - 4,7% reales, al descontar la inflación.

Se hace urgente adoptar medidas que mejoren la competitividad del sector

La continuada tendencia al descenso en el gasto medio por turista extranjero reafirma que nuestra estrategia de avance en los mercados extranjeros sigue más sustentada en el volumen que en lograr una mayor penetración en aquellos segmentos de mayor valor añadido. Los cada día mas acelerados cambios de índole estructural que en la reciente cumbre empresarial de Nueva Delhi se evidenciaron a nivel mundial, motivados por el comportamiento de los consumidores, y en particular los que se derivan de los turistas extranjeros que nos visitan, su creciente tendencia a organizarse el viaje, a viajar en aerolíneas de bajo coste, a pasar menos tiempo en los destinos y a pernoctar en residencias propias o de familiares y amigos, altera sustancialmente el modelo de gestión tradicional de oferta y demanda y los efectos socio-económicos que hasta ahora generaba el turismo. Ello introduce profundos retos de competitividad a corto y medio plazo que no podemos soslayar ni retrasar, muy especialmente en los destinos de sol y playa, donde nuestros principales competidores siguen consiguiendo tasas de crecimiento de turistas notablemente superiores a las de España.

No se puede afrontar este nuevo escenario competitivo con actuaciones coyunturales o meramente subsectoriales, que no se amparen en una nueva visión estratégica consensuada a largo plazo que integre toda la cadena de valor con los múltiples prestadores de servicios turísticos públicos y privados que concurren en los destinos. De ahí la importancia del liderazgo, coordinación e implicación de las diversas Administraciones públicas entre sí y su más estrecha colaboración con el sector empresarial para llevar a cabo las imprescindibles actuaciones que faciliten rápidos avances en el marco competitivo del conjunto del sector turístico español y muy particularmente el del litoral mediterráneo y los dos archipiélagos. En este sentido, el próximo Consejo de Ministros monográfico sobre turismo que se celebrará en mayo es una oportunidad única para impulsar las diversas políticas transversales que incidan en esa mejora de la competitividad turística española en un entorno internacional cada día más complejo.