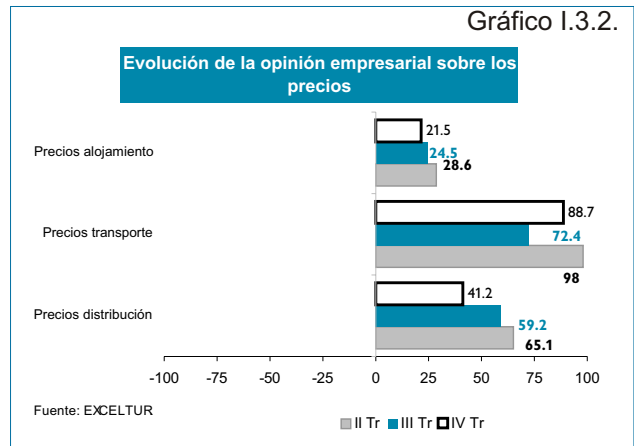
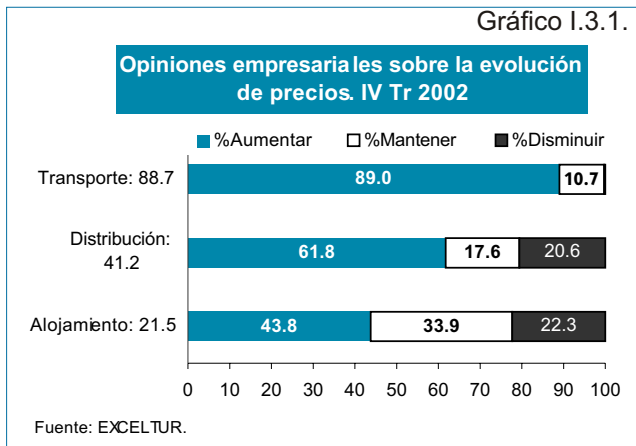


## 3.1 Análisis interno

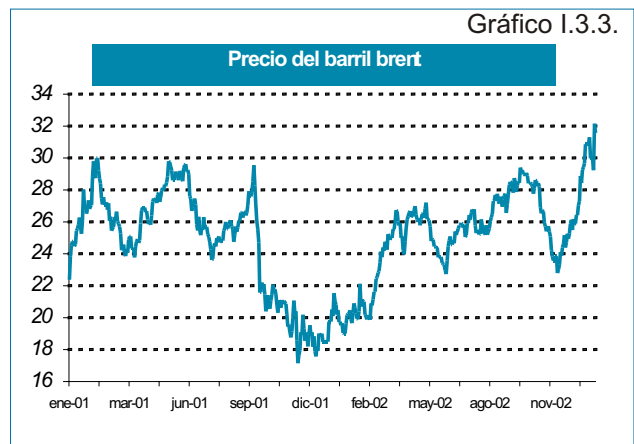
Los resultados de la Encuesta de clima turístico de Exceltur correspondiente al cuarto trimestre apuntan hacia una senda alcista de los precios respecto al mismo periodo del año anterior en todos los sectores de la industria turística española. La percepción de aumento de los precios continúa siendo más elevada en transporte, le sigue distribución y en último lugar se sitúa alojamiento. En concreto, el 89% de los empresarios del transporte afirman que el precio de sus servicios ha aumentado entre octubre y diciembre, en distribución dicho porcentaje alcanza el 61,8%, mientras que alojamiento sólo el 43,8% opinan que sus servicios se han encarecido en dicho trimestre con respecto al mismo periodo del año anterior.



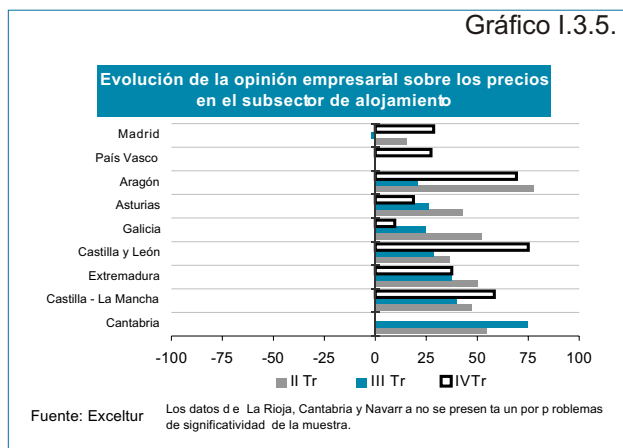
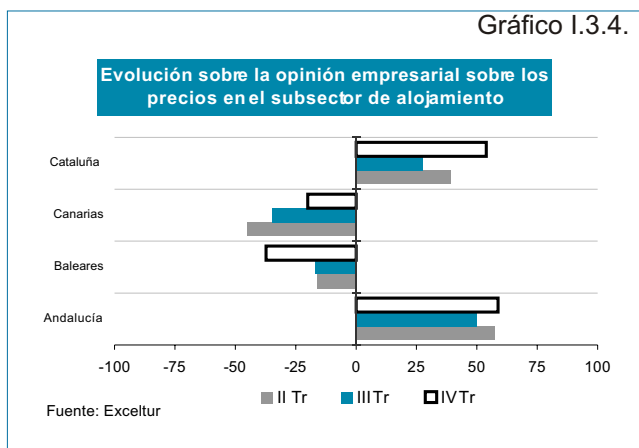
Es preciso señalar que los empresarios del sector de alojamiento y de la distribución han moderado el consenso sobre la tendencia al alza de los precios a lo largo de 2002. La debilidad de la demanda y la mayor competencia han propiciado una política de ofertas y promociones en las agencias de viaje y recortes de precios en algunas tipologías de alojamiento que ha incidido en una notable disminución de la rentabilidad, sobre todo en este último sector y particularmente en los destinos de sol y playa.

En claro contraste, la opinión de los precios en el transporte presenta un mayor consenso sobre la senda creciente en el cuarto trimestre de 2002. Estos datos están en consonancia con el continuado encarecimiento del precio del crudo en los mercados internacionales, que ha pasado de referencias en torno a 19 dólares por barril a finales de 2001 a los 30 dólares registrados en diciembre de 2002, y con la subida de las coberturas de seguros y tasas aéreas. Incrementos que han tenido una traslación directa muy significativa sobre el grupo de IPC de transportes en España, alcanzado tasas de crecimiento del 5,0% en 2002, resultados que vienen refrendados por la Encuesta de Clima de Exceltur para el sector de transporte.

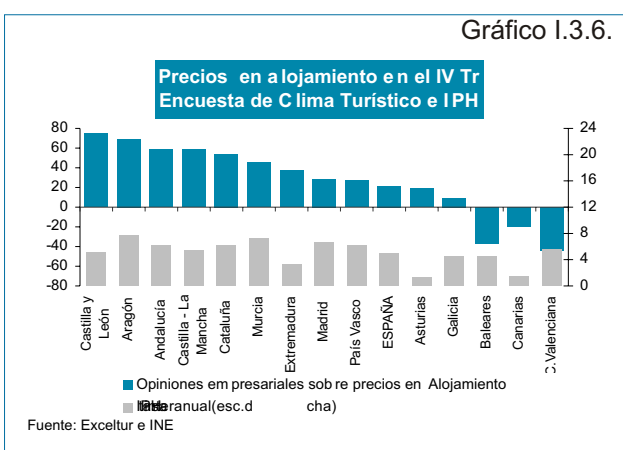
Las perspectivas a comienzo de año no anticipan un cambio de tendencia en la evolución del coste de la energía, ya que los problemas de suministro generados por la huelga en Venezuela y el actual escenario de incertidumbre geopolítica que se vive en la zona del Golfo Pérsico están provocando un mayor tensionamiento de su precio al inicio de este año. La persistencia de una elevada inestabilidad han provocado una elevación de la "prima de guerra" incorporada al precio del barril de petróleo, que lo han llevado a situarse por encima de los 30\$ pese al anuncio de la OPEP de que incrementará las cuotas en 1,5 millones de barriles diarios a partir del 1 de febrero. La evolución de los precios en 2003 en el sector de transporte se verá afectado por la cotización del petróleo que difícilmente romperá a la baja la barrera de 30\$ del barril si estalla la guerra mientras que en un escenario de paz, el crudo se situaría en el entorno de los 25\$ por barril en media de este año.



Por lo que respecta al sector de alojamiento, las respuestas de los empresarios acerca de la evolución sus precios en los principales destinos de sol y playa mantienen las tendencias bajistas observadas en el transcurso de 2002. **Las regiones insulares (Baleares y Canarias) han sufrido un fuerte recorte de los precios respecto al mismo periodo del año anterior, según los empresarios, cuyo consenso se intensifica en el cuarto trimestre de 2002 en Baleares y se atenúa para Canarias.** Por el contrario, en Cataluña y Andalucía el porcentaje de empresarios que opinan que los precios han subido respecto al mismo periodo del año anterior es mayoritario, al igual que en buena parte de los destinos de interior y del norte. Dentro de éste último grupo, Madrid y el País Vasco son las Comunidades Autónomas cuya percepción de crecimiento de los precios fue menos acusada en 2002, si bien han sido Galicia y Asturias las que más han moderado su tendencia ascendente.



**La evolución del Índice de Precios Hoteleros (IPH) que publica el Instituto Nacional de Estadística rompe la correlación observada en los anteriores trimestres entre los resultados de la Encuesta de Clima Empresarial de Exceltur para el sector de alojamiento y este índice.** El IPH refleja una aceleración de los precios hoteleros entre octubre y noviembre (último dato publicado) respecto al mismo periodo de 2001. Así, la tasa de crecimiento interanual para el conjunto de la economía española se sitúa en el 4,9%, frente al 3,1% del tercer trimestre. Esta falta de sincronía entre la encuesta y el índice de precios se concentra en Canarias, Baleares y Comunidad Valenciana, regiones donde los empresarios manifiestan una opinión negativa acerca del comportamiento de sus precios en el último trimestre del año y su IPH refleja avances interanuales del 1,5%, 4,5% y 5,6%, respectivamente.



Para el conjunto de la economía española, los precios hoteleros aumentan un 4,9% interanual, es decir, crecen por encima del IPC por primera vez desde finales de 2001 e incluso son superiores al crecimiento del IPC de servicios. Como se ha mencionado con anterioridad, a finales del pasado año se mantuvo una reunión entre el Instituto Nacional de Estadística (INE), las asociaciones y una muestra representativa de empresas de los sectores de alojamiento hotelero y de agencias de viajes con el objetivo de mejorar el actual sistema de cálculo de las clases del Índice de Precios al Consumo (IPC) relacionados con el sector turístico. A propuesta de Exceltur y como una de las conclusiones de la reunión, se convino la constitución de un Grupo de Trabajo formado por los distintos agentes del sector que avanzó una propuesta concreta de cálculo de los precios al consumo de las clases relacionadas con el turismo en el IPC y tras su oportuno debate fue aprobada por el INE.

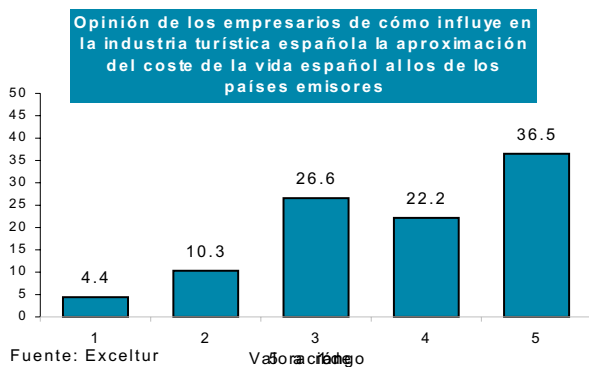
Tabla I.3.1

IPC de turismo y hostelería en España

	tasas de variación interanual										Ultimo dato	
	1999	2000	2001	2001				2002				
	media anual			I	II	III	IV	I	II	III		IV
Índice de Precios de servicios	3.2	3.6	4.7	4.8	4.9	4.6	4.4	4.4	4.7	4.7	4.5	diciembre
IPC de turismo y hostelería	4.0	12.2	7.2	17.5	5.1	-0.8	7.2	8.9	8.7	6.1	6.1	diciembre
IPC restaurantes, bares y cafeterías	3.5	3.9	4.7	4.6	4.8	4.7	4.7	6.7	6.3	5.9	5.9	diciembre
IPC Hoteles y otros alojamientos	6.5	10.6	9.9	7.6	5.2	24.7	3.6	4.7	5.8	5.0	5.2	diciembre
IPC de viajes organizados	7.2	12.3	7.1	21.6	15.5	-7.8	6.8	8.9	8.7	8.3	9.1	diciembre
Índice de Precios Hoteleros (IPH)	-	-	6.3	7.5	8.0	6.5	3.4	3.5	3.0	3.1	4.9	noviembre

Fuente: INE y Exceltur

Gráfico I.3.7.



En la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur de cierre de año se ha planteado a los empresarios que valoren cuales son los cambios estructurales que más están afectando a la industria turística española. **De todos los que se han propuesto, los empresarios señalan que la aproximación del coste de la vida español al de los países de origen europeo es uno de los más relevantes.** Esta opinión de los empresarios es perfectamente contrastable si analizamos la evolución de algunas rúbricas del IPC armonizado (IPCA) que afectan en mayor medida al gasto que el turista realiza en el territorio español. Entre ellos: los precios de los restaurantes, bares y cafeterías, aquellos relacionados con la cultura y ocio y, también, los precios de la alimentación.

La comparación del comportamiento del IPCA en cada uno de estos grupos de gasto para España, Alemania y Reino Unido desde 1999 hasta 2002 revela que el aumento acumulado de los precios en España ha sido más pronunciado que el de nuestros principales países emisores de turismo. Como se puede comprobar en los gráficos adjuntos, durante 2002 el turista alemán o inglés ha tenido que percibir un importante aumento de los precios en aquellos productos que componen la oferta complementaria y forman parte de su gasto habitual en el destino (bares y restaurantes, alimentación y ocio en general).

Gráfico I.3.8.

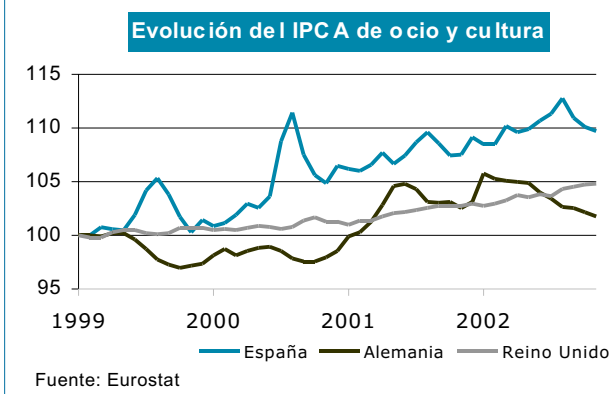
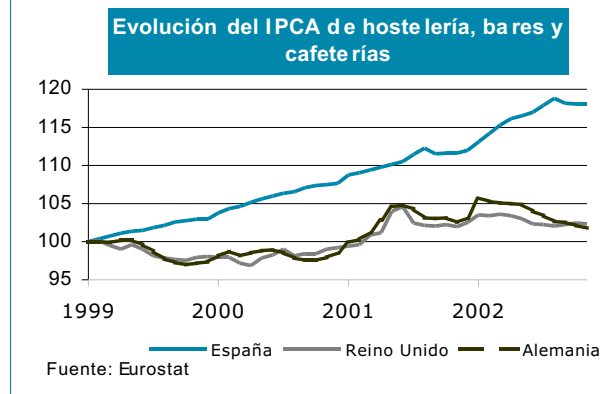
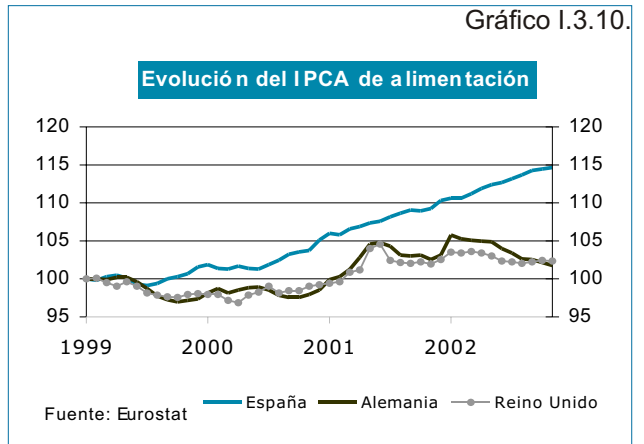


Gráfico I.3.9.



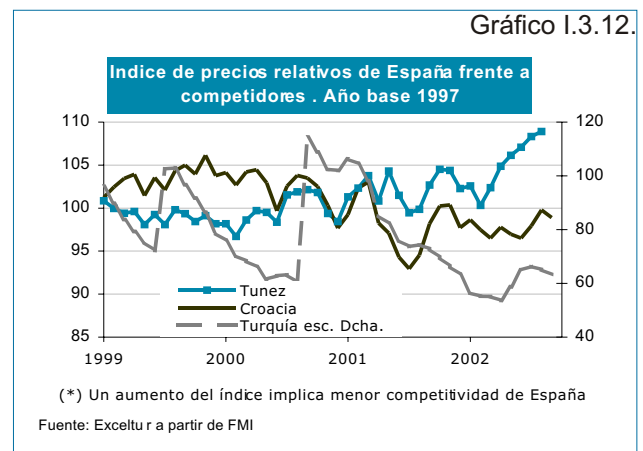
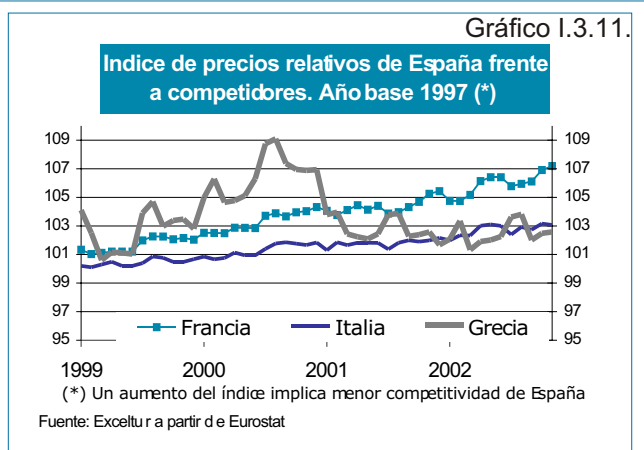
La lógica de este proceso hay que situarla en el proceso de integración económica de la economía española con Europa y que se aceleró con la creación de la Unión Monetaria. La convergencia real de la economía española, entendida como la aproximación de su nivel de renta per capita hacia los niveles de los países europeos más avanzados, ha aumentado progresivamente desde un nivel situado en el 77,9% en relación con el de los países de la UE15 a mediados de los 90 hasta el 82,7% del inicio de la década actual. El 82,7% de PIB per cápita alcanzado en 2001 en España es el resultado del mayor crecimiento económico de los últimos años respecto a Europa, lo que ha impulsado un diferencial de inflación igualmente positivo respecto a los mismos países.



**El proceso de aproximación en nuestros niveles de precios a los que presentan en los países de origen, debe reforzar todavía más las estrategias de diferenciación por calidad y disfrute de experiencias de nuestros detinos frente a la competencia.** Este hecho resulta más ilustrativo todavía si tenemos en cuenta el avance de las políticas de control de precios que están llevando a cabo los países emergentes que compiten con España en el segmento de sol y playa, como Croacia, Túnez, Marruecos y Egipto.

### 3.2 Análisis externo

Considerando el conjunto de 2002, se observa que la evolución de los precios en los principales países competidores en turismo cultural (Francia, Italia y Grecia) pone de manifiesto **la leve pérdida de competitividad de nuestra economía con Francia, mientras que frente Italia nuestra posición relativa no ha variado y con Grecia, incluso, hemos obtenido una pequeña mejora.** De hecho, el índice de precios relativos respecto al país galo se incrementa hasta un nivel de 107.00 (106,4 en 2001) debido a la ampliación del diferencial de inflación. Frente a Italia se sitúa en 103,0 (102,9 el pasado año) y respecto a Grecia en 97 (un punto menos que en 2001), resultados que vienen explicados por el comportamiento alcista de la inflación en estas dos economías del Área Euro en 2002.



El control de la inflación que están llevando a cabo los países emergentes del área mediterránea y que son competidores españoles en el segmento de sol y playa como Túnez, Marruecos, Egipto y Croacia (Turquía es la única excepción) y la moderada depreciación de su tipo de cambio a lo largo de 2002 han provocado que España pierda posición relativa vía precios relativos respecto a estos destinos. Así, la inflación en Túnez alcanzó en media del pasado año el 2,9%, en Croacia puede situarse por debajo del 2% y en Egipto y Marruecos avanza en el entorno del 3%. Las monedas de estas economías se han depreciado un 2% para el caso de Túnez y Marruecos, siendo más significativo la pérdida de poder adquisitivo de la moneda egipcia (15,2%). La Kuna croata ha sido la única que se ha apreciado respecto al euro el pasado año. Aún así, es el destino competidor dentro de este grupo de países que mejor se ha comportado en 2002, con un crecimiento del 6,5% hasta octubre.

El atractivo de Turquía como destino turístico en 2002 (hasta noviembre la entrada de turistas se incrementó un 10,1%) no debe explicarse por la pérdida de competitividad vía precio. Una inflación en el entorno del 50% no ha compensado la relativa estabilidad de su tipo de cambio en el transcurso del pasado año, por ello, es uno de los pocos países con los que España ha mejorado su posición relativa vía precios.

## 4. Perspectivas

### 4.1. Escenario Económico

El turismo español se enfrenta a la temporada de 2003 bajo los signos de una moderada recuperación tras los desiguales resultados registrados durante buena parte del año 2002, cuya consolidación parece difícil que se produzca en el escenario de incertidumbre y de limitado avance de la economía mundial y de la de nuestros principales mercados, tal y como se espera que se produzca a lo largo del año. En todo caso, cualquier ejercicio de predicción que se realice en este momento debe ser tomado con cautela, dentro de la necesidad de diferenciar claramente dos escenarios con efectos muy distintos sobre la capacidad de crecimiento de la actividad turística en España, y cuyas probabilidades de producirse cada vez se aproximan más al 50%: que haya o no haya guerra en Irak.

En este contexto, Exceltur presenta un doble cuadro de previsiones para el 2003 con las posibles repercusiones para el turismo español de que se produzca o no un posible ataque a Irak, y cuyos efectos para la economía y los principales países de origen de turistas para España, están expuestos en el capítulo de escenario internacional del presente Informe.

En este escenario, definido por una recuperación moderada de las principales economías europeas y un precio del barril de crudo en los niveles de 25\$, el turismo español experimentaría en el 2003 una recuperación débil con tasas de crecimiento del ISTE por debajo del 1,0%, que alcanzarían su máximo en el segundo trimestre, para concluir con un crecimiento medio del 0,4% para el conjunto del año. En este marco de muy moderado dinamismo el turismo volvería a crecer por debajo de la economía española, limitando su capacidad de ejercer de dinamizador del crecimiento económico español por segundo año consecutivo.

Los factores explicativos de esta limitada recuperación los deberíamos encontrar en la recuperación de un tímido crecimiento de los ingresos nominales por turismo y viajes de la Balanza de Pagos y un escaso aumento en el número de turistas extranjeros de sólo un 0,2%, si bien con un incremento del 2,3% en la llegada de visitantes de los cinco principales mercados, y una dinamización del mercado nacional, por la dinamización del consumo privado.

En concreto, nuestras estimaciones avanzan un crecimiento del número de turistas procedentes de Reino Unido, Alemania, Francia, Holanda e Italia, en torno a un millón en 2003, tras el aumento de 1,47 millones registrados en 2002. De esta forma durante el presente ejercicio se prolongaría la senda de desaceleración que viene mostrando la llegada de turistas procedente de los principales mercados europeos. En esta misma línea, se acentuarán las tendencias observadas en los últimos años en la composición estructural del turismo español por país de procedencia. Según nuestras estimaciones, el mercado alemán seguiría reduciendo su participación en el mercado turístico español, hasta situarse en el 26% del total, frente a cuotas del 35% alcanzadas en el año 1997, mientras el mercado británico seguirá incrementando su protagonismo en el turismo español, siempre y cuando el escenario sobre su entrada en el Área Euro no se aclare a lo largo de 2003.

La dinámica prevista supone prolongar la tendencia que venimos observando en los dos últimos años hacia el incremento en la concentración en nuestros principales mercados, que una lectura positiva los podría presentar como señal de fidelización, sin perjuicio del riesgo implícito ante eventuales factores que pudieran incidir su decisión de viajar y/o en la elección de España para disfrutar de sus vacaciones. En este marco, nuestras estimaciones apuntan a un mantenimiento del número total de turistas extranjeros en el entorno de los 51,5 millones en el año 2003.

El comportamiento previsto por mercados emisores es muy heterogéneo, correspondiendo las perspectivas más positivas al mercado británico (es previsible que, salvo una depreciación de la Libra, en 2003 se alcance la cifra récord de 15,2 millones de

Tabla I.4.1 ist

PREVISIONES PARA LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISMO. E SCENARIO PAZ								
	2001	Valor 2002 (p)	2003 (p)	1999	2000	2001	2002 (p)	2003 (p)
<b>Mercado alemán</b>								
PIB (m.m. euros)	494,34	495,82	500,29	1,7	3,2	0,7	0,3	0,9
Turistas llegados a España	10.880.210	10.112.728	9.953.592	7	-3,6	-2,6	-7,1	-1,6
<b>Mercado británico</b>								
PIB (m.m. libras)	212,13	215,52	220,48	2,1	3,0	2,2	1,6	2,3
Turistas llegados a España	13.933.399	14.419.873	14.763.333	7,1	8,7	5,2	3,5	2,4
<b>Mercado francés</b>								
PIB (m.m. euros)	344,53	347,98	353,20	3,2	4,1	1,8	1,0	1,5
Turistas llegados a España	6.693.354	8.001.248	8.607.129	9,5	-0,9	17,8	19,5	7,6
<b>Mercado italiano</b>								
PIB (m.m. euros)	257,40	258,43	262,05	1,6	2,9	1,8	0,4	1,4
Turistas llegados a España	2.307.798	2.419.867	2.513.221	16,2	0,5	10,0	4,9	3,9
<b>Mercado holandés</b>								
PIB (m.m. euros)	96,09	96,38	97,63	3,7	3,5	1,1	0,3	1,3
Turistas llegados a España	2.134.972	2.465.436	2.665.474	21,8	-3,7	8,5	15,5	8,1
<b>5 principales mercados europeos</b>								
	35.949.733	37.419.154	38.502.748	9,0	1,6	5,3	4,1	2,9
<b>Total turismo extranjero</b>	<b>50.343.677</b>	<b>51.507.138</b>	<b>51.620.905</b>	<b>7,8</b>	<b>2,4</b>	<b>5,1</b>	<b>2,3</b>	<b>0,2</b>

Fuente: IET, INE, Eurostat y ExcelTur  
En Azul las previsiones realizadas por Exceltur

Gráfico I.4.1.

**Dinámica comparada del crecimiento del ISTE y el PIB español**

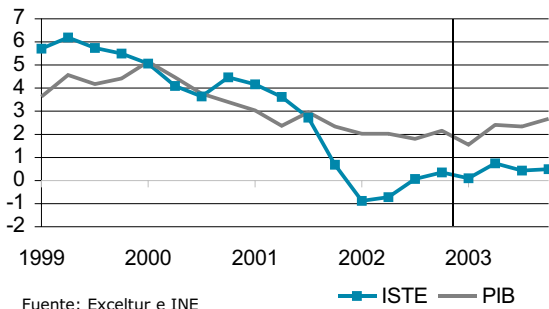


Gráfico I.4.2.

**Entrada de turistas: cinco principales mercados europeos**

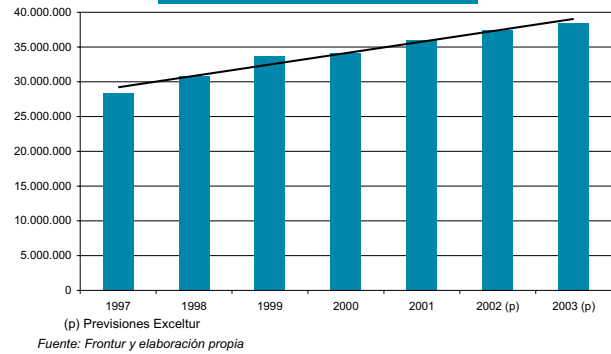


Gráfico I.4.3.

**Variación anual del número de turistas: cinco principales emisores**

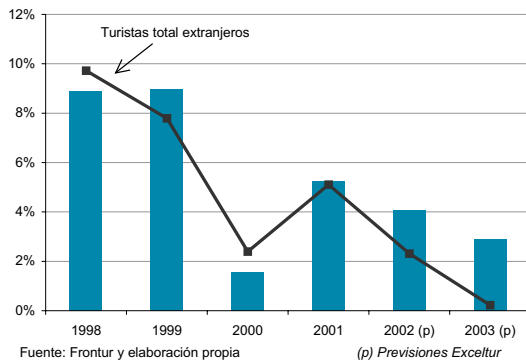
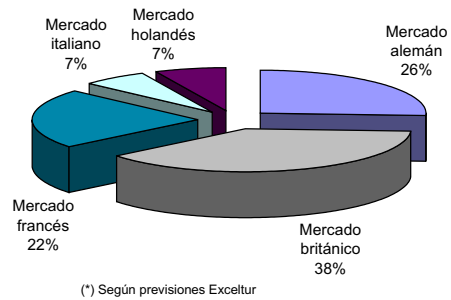


Gráfico I.4.4.

**Estructura del turismo español por mercados. Año 2003 (\*)**



as). En el polo opuesto, se sitúa el mercado alemán, para el que nuestras estimaciones muestran una evolución más preocupante, manteniendo una caída en su comportamiento, pero dentro de una línea más moderada (1,6%). Por su parte, para el **mercado francés** anticipamos una mayor ralentización de su tasa de avance en el 2003, tras el espectacular aumento que protagonizó el pasado año, hasta alcanzar un crecimiento del 7,6%.

**4.1.1. Alemania**

Como ya hemos avanzado, el mercado alemán registrará un nuevo retroceso en 2003, aunque de menor intensidad que el correspondiente a los tres años previos. El estancamiento del consumo privado y las restricciones sobre la demanda derivadas del ajuste presupuestario son argumentos suficientes para anticipar una nueva caída del turismo. Así, las previsiones para 2003 apuntan a una caída de 150.000 turistas alemanes que contribuirá a consolidar el retroceso de la cuota de este mercado. En términos acumulados, en el período enero -noviembre muestra una caída del 7,2% y para el conjunto de 2002 las estimaciones de Exceltur apuntan a un descenso de 767.000 turistas alemanes.

Gráfico I.4.5.

**Entrada de turistas según procedencia**

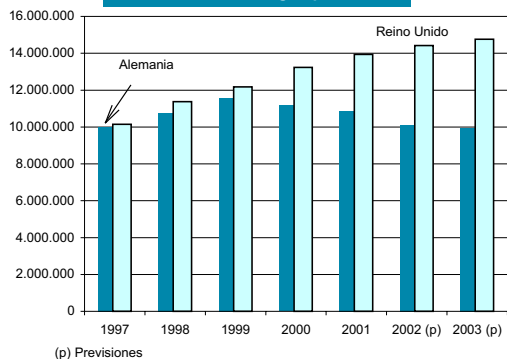
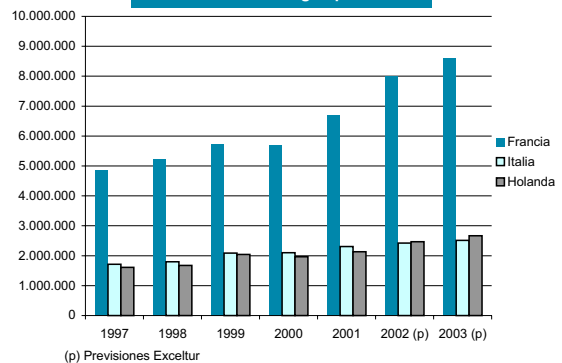


Gráfico I.4.6.

**Entrada de turistas según procedencia**



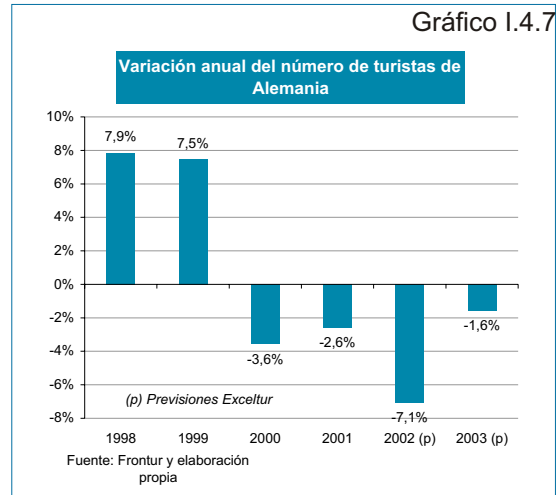


#### 4.1.2. Francia

El mercado francés ha registrado un dinamismo excepcional en el periodo 2001-2002 con un incremento de 2,32 millones de turistas. Nuestras estimaciones apuntan a que cerrara el año 2002 con una tasa de crecimiento del 19,5%.

**Para el año próximo, anticipamos una moderación de la llegada de turistas a España hasta tasas del 7,6%**, que no impedirán que este mercado se consolide como el más dinámico del año próximo. No obstante, estas estimaciones se realizan en un contexto de complejidad en el análisis de las llegadas de turistas franceses a España. El análisis realizado pone de manifiesto la presencia de factores adicionales a los fundamentos de la economía francesa para explicar este crecimiento. Es importante resaltar que, a pesar del dinamismo de la economía francesa en 2002, este es incapaz de explicar el intenso crecimiento de turistas a España, por la elasticidad histórica de los viajes turísticos de los franceses en relación a la evolución de su PIB. En este sentido la tímida recuperación económica que anticipamos para el ejercicio 2003 en el que el PIB podría recuperar tasas de avance del 1,5%, frente al 1,0% correspondiente a 2002 no nos lleva a prever un avance del turismo tan espectacular como el que ha protagonizado en los últimos años.

Gráfico I.4.7.



#### 4.1.3. Reino Unido

Dentro de una senda descendente, las estimaciones de Exceltur del turismo procedente de Reino Unido anticipan una moderación de la tasa de variación anual para 2003 hasta el 2,4%, tras el 3,5% con el que se espera que cierre el año 2002. Esta evolución consolida la creciente posición de dominancia del mercado británico, que se situaría en el 30,0% del total del turismo extranjero llegado a España.

En este sentido hay que destacar que las expectativas de crecimiento de la economía inglesa para 2003 avanzan un aumento del PIB en torno al 2,5% con una recuperación significativa de la demanda interna. La fortaleza que mantiene el mercado laboral, con el número de personas desempleadas en mínimos históricos y una tasa de paro del 3.1% (mínima desde 1975) no permiten entrever una gran contracción en el gasto de las familias. La moderación de la tasa de crecimiento del número de turistas británicos prevista para 2003 encuentra, pues, una mayor justificación en la previsible depreciación de la libra frente al euro, que en los positivos fundamentos económicos de Reino Unido. De hecho, hemos contrastado empíricamente la elevada elasticidad del turismo británico respecto a la evolución del tipo de cambio de la libra, de manera que los movimientos de la libra explican el 30% del comportamiento de los turistas de Reino Unido, en los mismos niveles que la capacidad explicativa del PIB.

#### 4.1.4. Holanda e Italia

Las estimaciones de Exceltur para 2003 anticipan una corrección a la baja de la tasa de crecimiento de turismo holandés a España hasta niveles en torno al 8,1%, en un contexto de paulatina recuperación de la demanda interna. En este ámbito, hay que resaltar que, si bien se constata estadísticamente una elevada elasticidad del turismo respecto al PIB, el grado de retardo con el que se ve afectada la llegada de turistas también es relativamente alto por lo que en la primera parte de 2003 se podrían manifestar los efectos de la desaceleración económica sufrida en el ejercicio anterior, posponiendo su recuperación al segundo semestre del año. De hecho, para el primer trimestre de 2003 nuestras estimaciones apuntan a una moderación de la tasa de crecimiento interanual del número de turistas hasta el 5,8% desde el 11,6% previsto para el último trimestre de 2002.

Gráfico I.4.8.

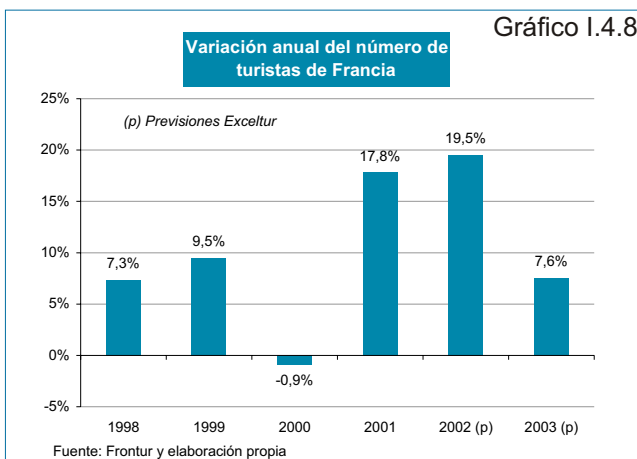
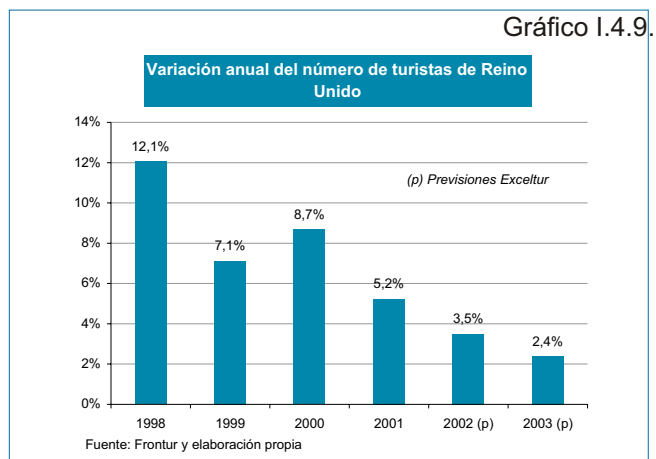


Gráfico I.4.9.



En el caso de Italia, el PIB podría recobrar tasas de avance cercanas al 1,5%, tras el práctico estancamiento de 2002, gracias a la reactivación prevista de la demanda interna y, en concreto, del consumo privado. Sin embargo, nuestras estimaciones definen una senda de moderación para la llegada de turistas procedentes de Italia debido a la ralentización prevista para el primer semestre de 2003. En concreto, anticipamos un incremento del número de turistas del 3,9%, que supondría la llegada de 2,51 millones de italianos al final del año 2003.

La prolongación del clima de incertidumbre geopolítica mundial y el desecadenante de un ataque a Irak introduciría una serie de elementos debilitadores del crecimiento económico explicados en el capítulo de Escenario macroeconómico, con un impacto directo sobre el turismo español. Si consideramos que en el año 2003 las principales economías de los mercados emisores más relevantes no logran recuperarse, es más que probable que por el impacto de la guerra se produciría un estancamiento de la llegada de turistas, con retrocesos en el caso del alemán e italiano, lo que unido a una reducción del consumo privado de los españoles, y una previsible caída del gasto generarían una caída de la actividad turística en España.

En este escenario, el sector turístico turismo español medido por la dinámica del ISTE, registraría una caída del 0,6% más intensa que la experimentada en el año 2001, con tasas de crecimiento negativas a lo largo de todo el año, tal y como se expone en el gráfico adjunto.

Gráfico I.4.10.

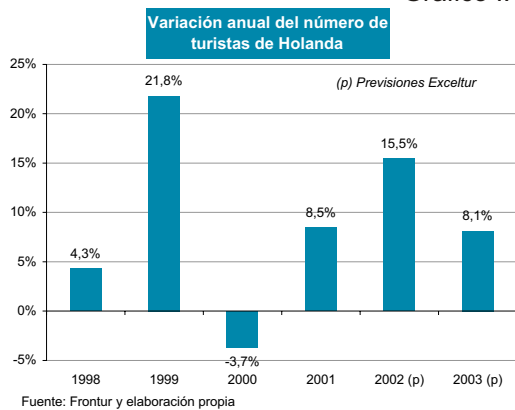
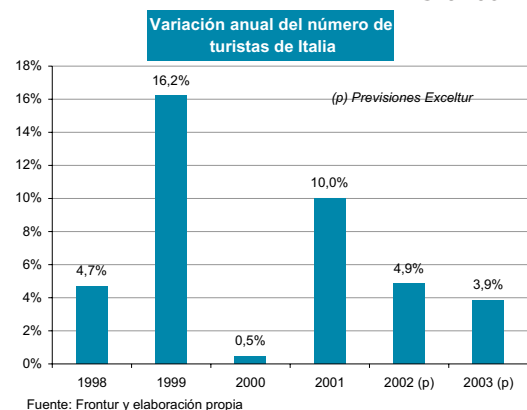


Gráfico I.4.11.



Los efectos de la desaceleración en el crecimiento del PIB de los principales países emisores durante 2003, tendrían una repercusión directa sobre la propensión a viajar a España, lo que supondría, según nuestras estimaciones, una caída del 2,1% en el total de turistas extranjeros y la llegada del mismo número de turistas de los cinco principales países que en 2002, con una distinta composición por mercados. Así, las mayores caídas se producirían en el mercado alemán con una tasa del -4,2%, seguido por el turismo italiano (-0,3%). Por su parte, los franceses moderarían sus ritmos de crecimiento hasta el 2,4%, al igual que los británicos (1,%).

Los empresarios del sector turístico anticipan **una ligera mejora de la evolución del turismo en 2003** respecto al año anterior. Esta percepción se deduce de la **Encuesta de Clima de Exceltur** correspondiente al último trimestre de 2002 y en la que se ha introducido como una de las novedades el cuestionario sobre las expectativas para 2003. Los resultados revelan que un elevado porcentaje de encuestados anticipan un incremento de ventas y beneficios en este ejercicio.

Estas expectativas sobre la evolución de las ventas y beneficios de cara al 2003 son consistentes con el escenario de paz

Gráfico I.4.12.

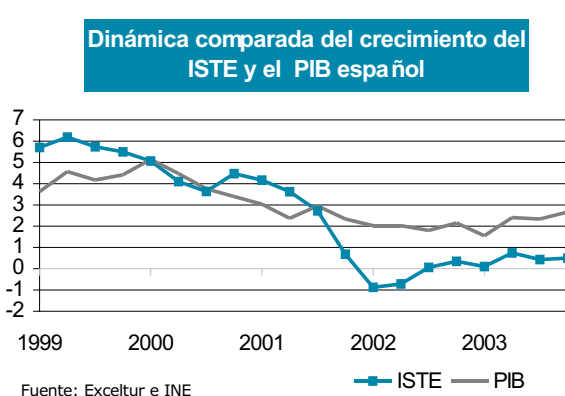
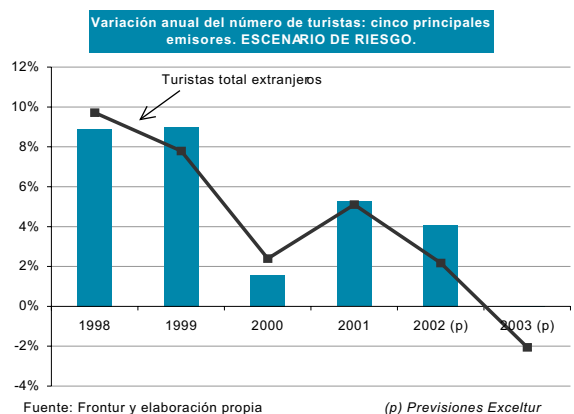


Gráfico I.4.13.



reflejado en el apartado anterior. La información recogida apunta a que los empresarios no esperan o valoran que se



produzca dicho escenario, y por lo tanto no están descontando en su mayoría caídas en los niveles de actividad en relación con el año 2002.

Los **empresarios hoteleros** esperan una ligera mejoría de sus ventas en el año 2003, como demuestra el hecho de que un 42,3% de los encuestados esperaban crecimientos entre el 0% y el 5%. Esta percepción se acentúa si atendemos a la evolución prevista de los beneficios, ya que casi el 50% de los gerentes de empresas de alojamiento anticipan un crecimiento moderado de entre el 0% y 5%. Sólo el 24,1% de los empresarios espera una caída en sus ventas, y sólo un 27,3% en beneficios.

Tabla I.4.1

PREVISIONES PARA LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISMO. ESCENARIO DE GUERRA								
	2001	Valor 2002 (p)	2003 (p)	1999	2000	2001	2002 (p)	2003 (p)
<b>Mercado alemán</b>								
PIB (m.m. euros)	494,34	495,58	495,09	1,7	3,2	0,7	0,3	-0,1
Turistas llegados a España	10.880.210	10.112.728	9.683.212	7	-3,6	-2,6	-7,1	-4,2
<b>Mercado británico</b>								
PIB (m.m. libras)	212,13	215,44	218,24	2,1	3,0	2,2	1,6	1,3
Turistas llegados a España	13.933.399	14.419.873	14.556.920	7,1	8,7	5,2	3,5	1,0
<b>Mercado francés</b>								
PIB (m.m. euros)	344,53	347,97	349,71	3,2	4,1	1,8	1,0	0,5
Turistas llegados a España	6.693.354	8.001.248	8.193.976	9,5	-0,9	17,8	19,5	2,4
<b>Mercado italiano</b>								
PIB (m.m. euros)	257,40	258,52	259,56	1,6	2,9	1,8	0,4	0,4
Turistas llegados a España	2.307.798	2.419.867	2.413.382	16,2	0,5	10,0	4,9	-0,3
<b>Mercado holandés</b>								
PIB (m.m. euros)	96,09	96,21	96,49	3,7	3,5	1,1	0,1	0,3
Turistas llegados a España	2.134.972	2.465.436	2.577.836	21,8	-3,7	8,5	15,5	4,6
<b>5 principales mercados europeos</b>	35.949.733	37.419.154	37.425.326	9,0	1,6	5,3	4,1	0,0
<b>Total turismo extranjero</b>	50.343.677	51.467.747	50.377.549	7,8	2,4	5,1	2,2	-2,1

Fuente: IET, INE, Eurostat y ExcelTur  
 En Azul las previsiones realizadas por Exceltur  
 (\*) Según previsiones económicas detalladas en apartado I

## 4.2. Expectativas empresariales

Los gestores de las **empresas de distribución** muestran un tono muy favorable tanto para el año 2002 como para el ejercicio en curso. El 34,8% percibe un incremento de las ventas superior al 10% en 2002, correspondiendo un porcentaje similar a las que anticipan este positivo resultado para 2003. Así, casi el 60% de las empresas que contribuyen a la Encuesta de Clima Exceltur anticipan un incremento de ventas superior al 5%, respecto a la ya elevada cifra de 2002.

Mayor sincronía, aún, se deriva de la partida de beneficios ya que la concentración por tramos es muy elevada. El 72,7% de las empresas encuestadas percibe un incremento de beneficios superior al 10% en 2002. Sin embargo para el ejercicio actual se anticipa un crecimiento más moderado de los beneficios, de entre el 5% y el 10%. El traslado en términos de rentabilidad nos llevaría a anticipar un descenso de la misma ya que con crecimientos de ventas similares se pronostican menores crecimientos de los beneficios.

En cuanto al resto de sectores destaca el optimismo con el que afrontan el ejercicio 2003 las **empresas de ocio** (donde se recogen las respuestas de museos y monumentos, parques de ocio, estaciones de esquí y campos de golf). En concreto, en el sector de ocio un 75,3% de las empresas encuestadas apuestan por un incremento de las ventas en 2003, porcentaje que se eleva hasta el 80,6% en el capítulo de beneficios. Mayor optimismo se desprende, en todo caso, en el apartado de beneficios puesto que un 35,5% de las opiniones vertidas en la encuesta se posicionan en el tramo superior de incremento previsto, superior al 10%.

El **sector de transporte** arroja un tono menos optimista, en la medida en que gran parte de las empresas encuestadas se decantan por un mantenimiento o leve aumento (0%-5%) de las ventas tanto para 2002 como para el ejercicio en curso. La incertidumbre a la que se ven sometidas las empresas del sector queda plasmada en el elevado porcentaje que anticipa una tímida recuperación de ventas.

En términos de beneficios se percibe un tono más positivo para el 2003 que el correspondiente al año anterior. Por tanto la

traducción en términos de rentabilidad es la contrario que la que se deriva de la Encuesta realizada a las empresas del sector de distribución. El 60% de los encuestados se decanta por un crecimiento de entre el 5% y el 10% de los resultados y el resto anticipa un incremento superior al 10%.

Gráfico I.4.14.

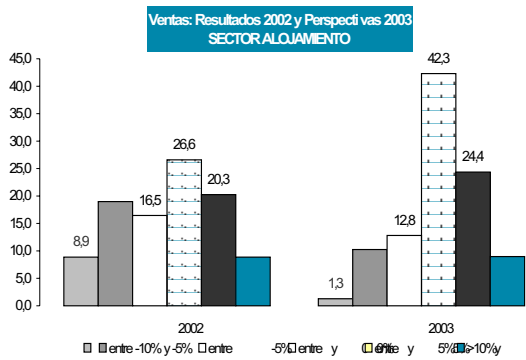


Gráfico I.4.15.

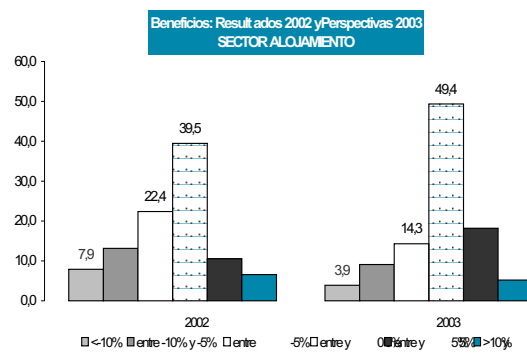


Gráfico I.4.16.

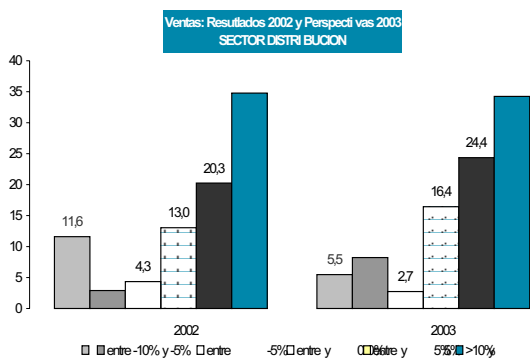


Gráfico I.4.17.

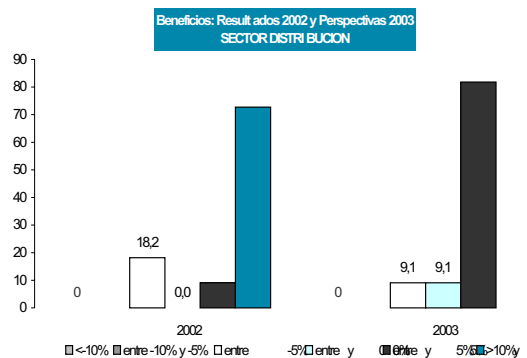


Gráfico 4.2.5.

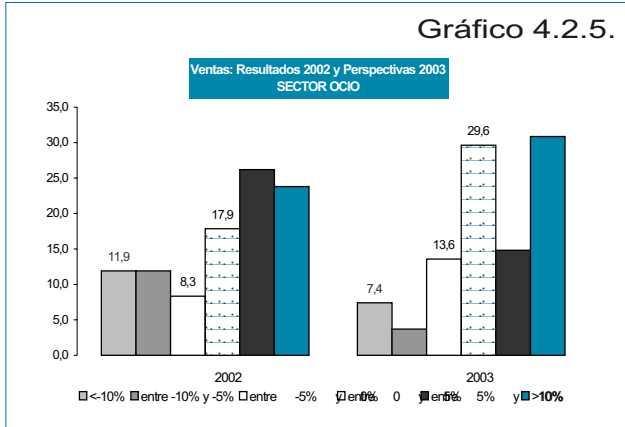


Gráfico 4.2.6.

