



Exceltur

*Alianza para
la excelencia turística*

***Balance turístico empresarial del
segundo trimestre de 2008 y
perspectivas para el tercer
trimestre y el cierre del año 2008***

Pág. 1

 **Exceltur**
*Alianza para
la excelencia turística*



Exceltur

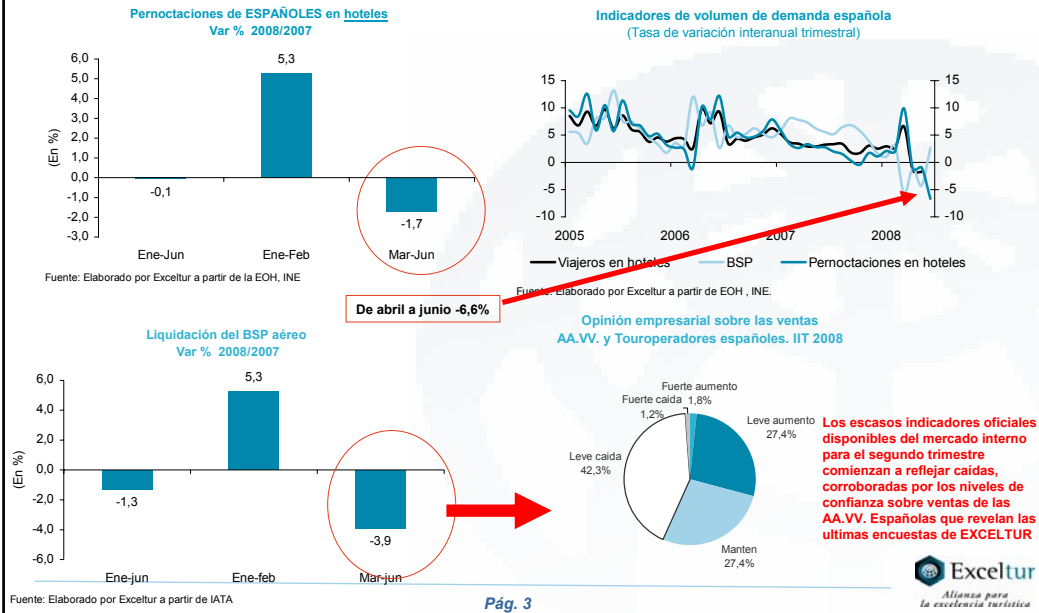
*Alianza para
la excelencia turística*

***Balance turístico empresarial
del segundo trimestre de 2008***

Pág. 2

 **Exceltur**
*Alianza para
la excelencia turística*

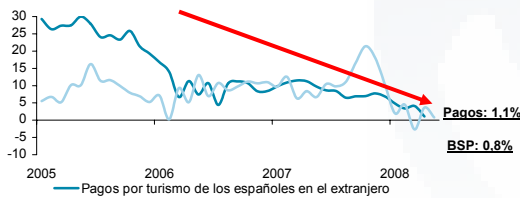
1. No se cumplen las expectativas empresariales en un segundo trimestre de 2008, debido a las claras señales de **caída de la demanda española, que dado su sostenido crecimiento en los últimos años, ya representa alrededor del 50% del mercado para el conjunto de las empresas turísticas españolas**



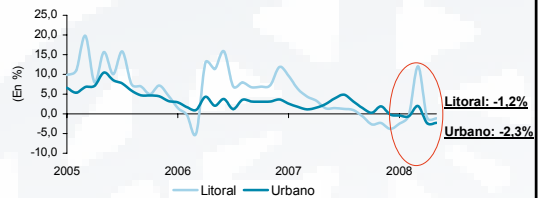
Esa tendencia de debilidad de la demanda de viajes de los españoles **se está trasladando sobre el conjunto de destinos turísticos**, sin grandes diferencias entre los internacionales y los nacionales y dentro de éstos entre los urbanos y los vacacionales del litoral español y las islas.

Dentro de España, el menor dinamismo que muestran los indicadores de la demanda turística interna se está evidenciando tanto en los destinos urbanos como en los vacacionales del litoral, mostrando según INE de marzo a mayo de 2008, caídas en ambos casos de las pernoctaciones hoteleras respecto a 2007.

Indicadores de demanda turística española al extranjero
(Tasa de variación interanual trimestral)



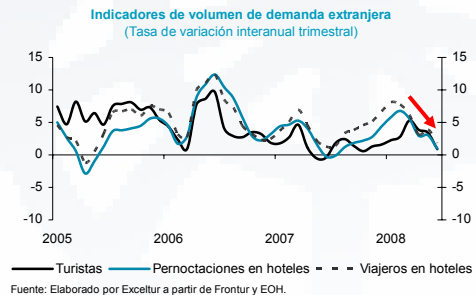
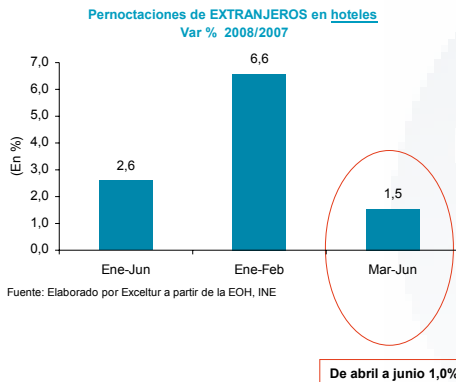
Pernoctaciones de españoles en hoteles de las zonas turísticas del litoral y destinos urbanos.
(Tasa de variación media interanual trimestral)



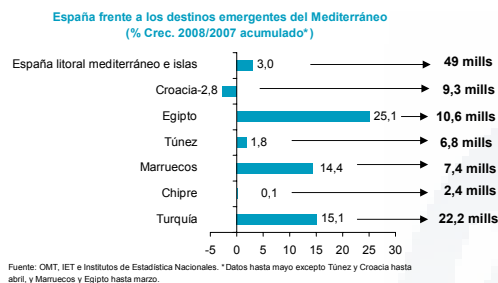
Los viajes al exterior también se han resentido de la pérdida de los niveles de confianza y capacidad adquisitiva de los españoles con las tasas más bajas de crecimiento de los últimos años.

2. La demanda extranjera hacia España ha atenuado su pujanza durante el segundo trimestre de 2008, reflejándose con mayor intensidad esa tendencia en los ingresos reales que revierten a España más que en el volumen de llegadas y/o el número de estancias en España.

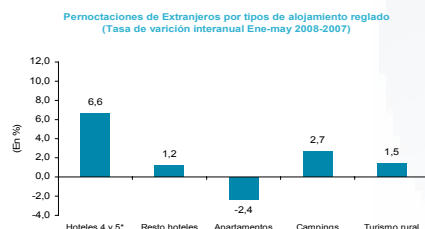
Durante el segundo trimestre de 2008, los ritmos de crecimiento interanual de la mayoría de indicadores que miden la evolución del turismo extranjero en España se han situado algo por debajo de los del primer trimestre, aunque **en el acumulado del año 2008 aún se encuentran por encima de las tasas de crecimiento con las que se cerró el año 2007.**



La demanda extranjera hacia España se ha visto igualmente afectada este segundo trimestre de 2008 por la fortaleza del euro y el creciente atractivo de la oferta de sol y playa de países del mediterráneo Oriental, con Turquía y Egipto que sin sobresaltos geopolíticos, han encabezado los acelerados crecimientos a ritmos de dos dígitos, tanto en el número de llegadas de turistas extranjeros como en sus ingresos.



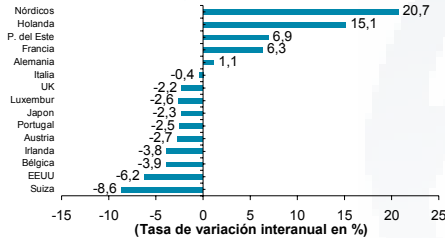
Son ya 58,7 mills el total de turistas extranjeros que reciben esos países comparados con los 49 mills que llegaron solo a los destinos del mediterráneo español, Baleares y Canarias con los que compiten



Dentro de la oferta de alojamiento reglado, en España el mayor dinamismo de la demanda extranjera se ha vuelto a concentrar en la oferta hotelera y dentro de ésta en la de mayor categoría, que ha elevado el crecimiento de sus pernoctaciones en el segundo trimestre de 2008.

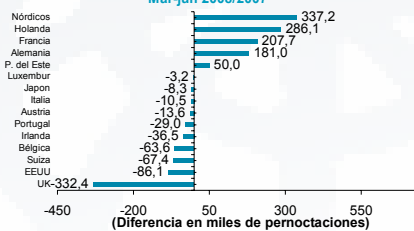
Alemania, los países nórdicos, los países del Este, Holanda y Francia encabezan los mercados turísticos emisores con el mayor crecimiento en el volumen de sus pernoctaciones en España. Por el contrario el principal mercado de origen – el británico- empieza ya a acusar una progresiva debilidad por la depreciación de la libra y la desaceleración de su economía y su capacidad de consumo.

Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Mar-jun 2008/2007



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Mar-jun 2008/2007

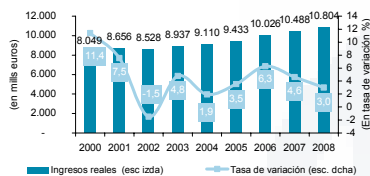


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

3. La tendencia derivada de la evolución de los ingresos por turismo extranjero del Banco de España hasta abril de 2008 **no refleja, de momento, que la mayor utilización de una oferta de alojamiento de más categoría esté asociada a la atracción de un perfil de turista con mayor capacidad de gasto.**

NOMINALES

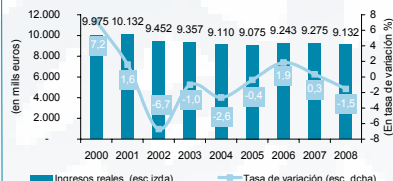
Ingresos nominales de la Balanza de Pagos Ene-Abr 2000-2008



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

REALES

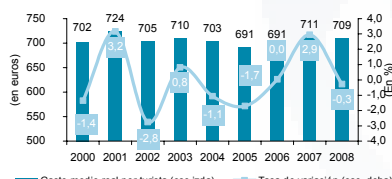
Ingresos reales de la Balanza de Pagos Ene-Abr 2000-2008



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

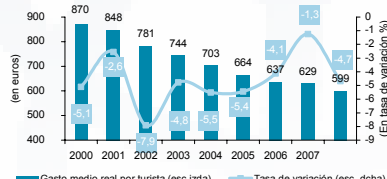
Ingresos totales del turismo extranjero

Ingreso medio nominal por turista (Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas) Ene-abr 2000-2008



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

Ingreso medio real por turista extranjero (Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas) Ene-Abr 2000-2008

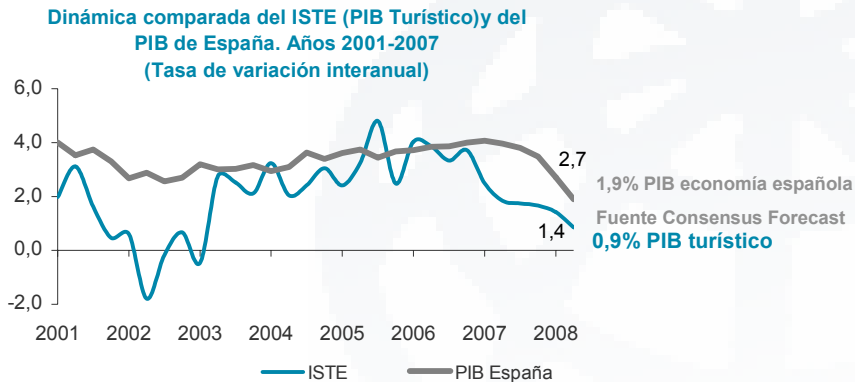


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

Ingresos por cada llegada de un turista extranjero

4. Dada las tendencias de la demanda española y la extranjera, el crecimiento agregado del conjunto de las actividades turísticas en España ha seguido desacelerándose en el segundo trimestre de 2008 respecto al mismo período de 2007.

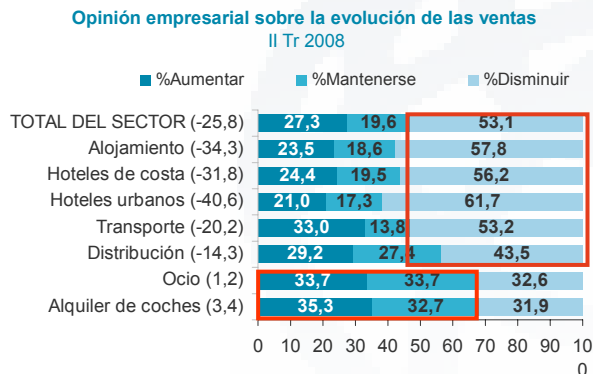
En concreto, el Indicador Sintético del Turismo Español de Exceltur (ISTE), homologable al PIB turístico de España, muestra un crecimiento del 0,9% en el segundo trimestre de 2008, por debajo del 1,4% registrado en el primer trimestre del año y del 1,8% con que en promedio se cerró el año 2007.



5. El balance de resultados del conjunto de los principales subsectores y empresas turísticas españolas en el segundo trimestre se sitúa progresivamente por debajo de sus expectativas.

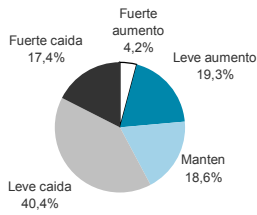
Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, un 53,1% del total de las empresas turísticas españolas manifiestan haber experimentado una reducción en su volumen de ventas en abril, mayo y junio de 2008 respecto al mismo período de 2007, si bien la mayor parte la califica de leve.

De esta percepción mayoritaria hay que excluir a Renfe, y en menor medida a las empresas de alquiler de coches y las relacionadas con el ocio (parques temáticos, campos de golf, museos y monumentos), en las que predomina la percepción de que las ventas se han incrementado o se han mantenido en estos meses del segundo trimestre.



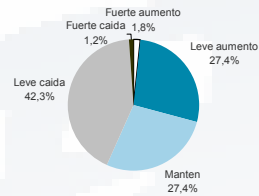
Hoteles

Opinión empresarial sobre las ventas para el IIT 2008 Alojamiento hotelero



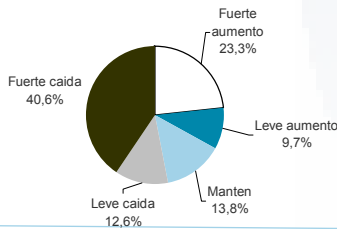
AA.VV.

Opinión empresarial sobre las ventas AA.VV. y Touroperadores españoles. IIT 2008



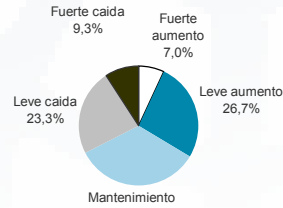
Transporte

Opinión empresarial sobre las ventas. Empresas españolas de transporte. IIT 2008



Ocio

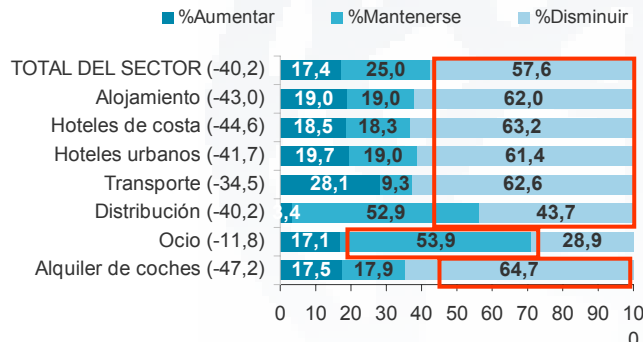
Opinión empresarial sobre las ventas. Actividades de ocio. IIT 2008



6. En este contexto de acelerado debilitamiento del conjunto de la demanda turística en España, que no aún de fuerte caída, los márgenes y cuentas de resultados de las empresas turísticas españolas se están viendo, a su vez, muy afectados por el aumento en paralelo de sus principales costes operativos (energía, financieros, laborales, suministros...etc.).

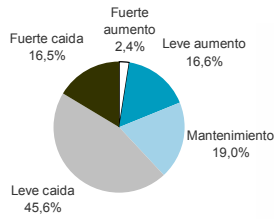
Todo ello ha provocado **una reducción generalizada y creciente de los beneficios entre el conjunto de empresas turísticas españolas en el segundo trimestre del año respecto a los que se alcanzaron en ese mismo periodo de 2007.**

Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios II Tr 2008



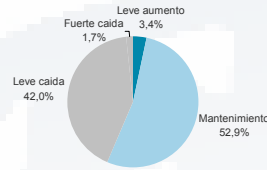
Hoteles

Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento hotelero. IIT 2008



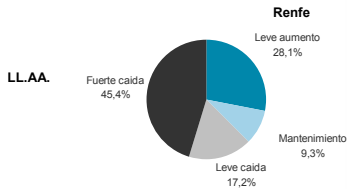
AA.VV.

Opinión empresarial sobre los beneficios. AA.VV. y Touroperadores españoles. IIT 2008



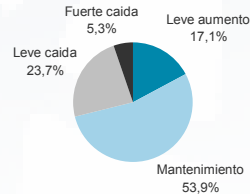
Transporte

Opinión empresarial sobre los beneficios. Empresas españolas de transporte. IIT 2008



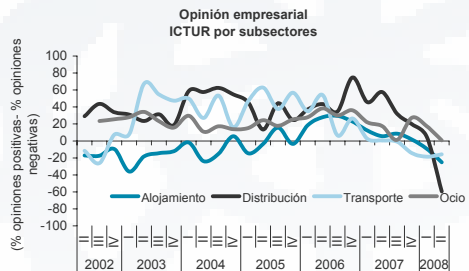
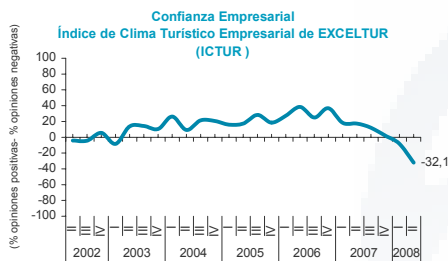
Ocio

Opinión empresarial sobre los beneficios. Actividades de ocio. IIT 2008



7. Como consecuencia de esta situación, los niveles de confianza del conjunto del empresariado turístico español se han reducido sustancialmente tanto en este 2º trimestre de 2008, como de cara al futuro especialmente a partir de fin de Verano, en que aceleradamente se va perdiendo visibilidad.

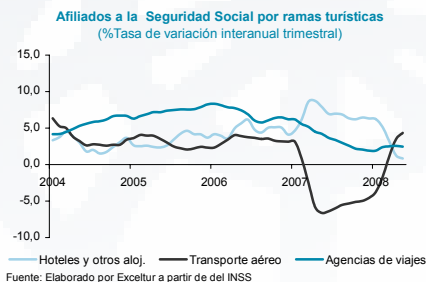
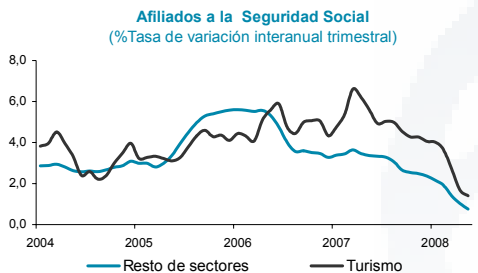
En el segundo trimestre del 2008 el Indicador de Clima Turístico Empresarial (ICTUR), que elabora Exceltur y que pondera y promedia el sentir de los diversos subsectores turísticos, se ha situado en un valor de -32,1 por debajo del -8,2 del primer trimestre, el nivel mas bajo desde que en 2002 iniciamos las encuestas.



Igualmente la confianza empresarial descende este segundo trimestre de 2008 en todos los subsectores turísticos españoles, siendo la caída más intensa, la acusada por las AA.VV.

8. La consecuencia más desfavorable de la actual coyuntura turística en España se evidencia en la pérdida de la tradicional y sólida fortaleza que habían venido mostrando las empresas turísticas españolas en cuanto a su capacidad de generación de empleo y que durante los meses de abril a junio de 2008 se ha empezado a resentir.

Por primera vez, y con datos del INSS en el mes de junio de 2008 la hostelería ha destruido empleo respecto a los datos de mayo (15.417 afiliados menos), un reflejo que la caída de resultados empresariales ya condiciona las contrataciones para el verano, aunque comparando con junio del 2007 todavía se sigue creando empleo.



En turismo se incluyen los afiliados de las ramas de hoteles y otros establecimientos, agencias de viajes, transporte marítimo y aéreo
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de del INSS

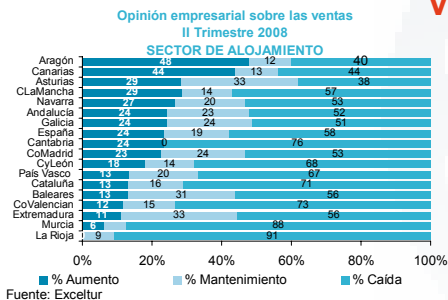
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de del INSS

9. Por destinos, en el segundo trimestre de 2008, se reconfirma el desfavorable balance empresarial tanto en términos de ventas como de rentabilidad. Tan sólo **Canarias**, que ha mantenido un tono positivo en sus ventas en los meses primaverales de 2008, y **Aragón**, recién inaugurada la Expo, han sorteado el generalizado descenso interanual de ventas acaecido en abril, mayo y junio de 2008.

Por comunidades el mayor retroceso en el segundo trimestre de 2008 referido a las ventas de sus establecimientos hoteleros, se ha concretado en la **Comunidad Valenciana y la Región de Murcia**, donde el mercado español tiene un gran peso y trascendencia.

El modesto comportamiento de la demanda en **Baleares y Cataluña** ha provocado caídas en los grados de ocupación y un elevado consenso en cuánto al descenso interanual de las ventas respecto a los registros de abril, mayo y junio de 2007.

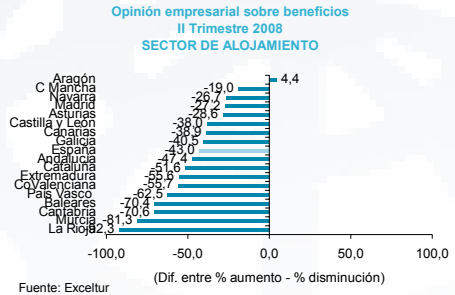
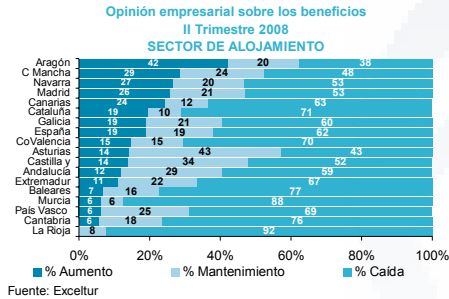
VENTAS



En términos de rentabilidad empresarial, igualmente se reconfirma la generalizada percepción de retroceso en todos los destinos turísticos españoles, salvo en Aragón.

A pesar del leve crecimiento de los precios aplicados en algunas Comunidades Autónomas, la intensa presión de los costes de suministros, laborables y financieros, y el desfavorable comportamiento de la ocupación y ventas hoteleras en la mayoría de destinos, ha repercutido en un descenso generalizado de la rentabilidad empresarial en el segundo trimestre de 2008 respecto al mismo período de 2007.

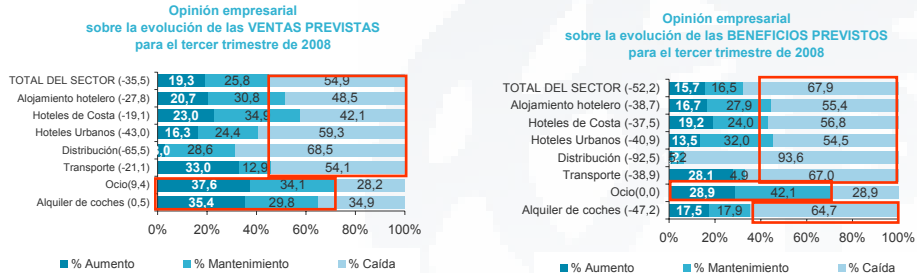
BENEFICIOS



Perspectivas para el tercer trimestre y el conjunto del año 2008

10. Los empresarios turísticos españoles confían en su mayoría en un tercer trimestre de verano marcado por una moderada caída en sus ventas y en sus beneficios respecto a los aceptables resultados del mismo trimestre de 2007, en base a ofertas y un repunte de última hora de la demanda española

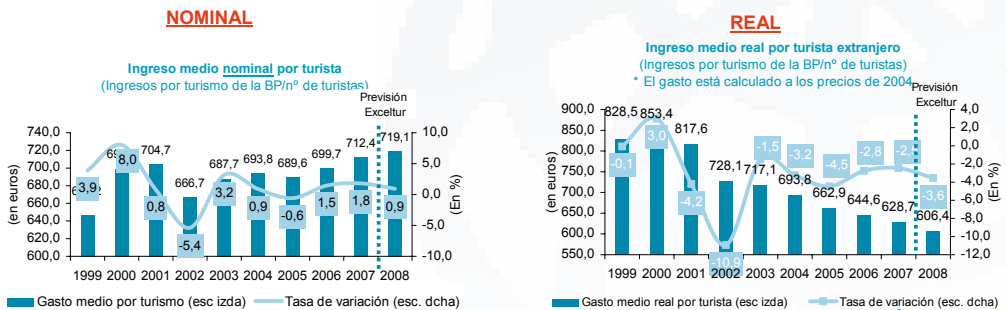
Las poco optimistas expectativas para el verano se explican por un mayor y progresivo debilitamiento de la demanda interna del que inicialmente se presumía, influida tanto por el fuerte aumento de los precios de transporte (un 17,5% más los billetes aéreos en junio en España) como por el generalizado clima de incertidumbres sobre la situación económica, y en un escenario empresarial marcado a su vez por un acusado incremento de sus costes operativos.



Pág. 19

11. En ese contexto socioeconómico donde el consenso de los principales analistas estima que el consumo de las familias españolas crezca por debajo del 1% en el tercer y en el cuarto trimestre de 2008 respecto a los mismos periodos de 2007, estimamos que los niveles de consumo y gasto turístico de la demanda nacional se van a ver afectados en los próximos meses y podría inducir al final del año una ligera caída del 0,8% en el total de las pernoctaciones hoteleras de los españoles.

Para la demanda extranjera estimamos sigan los crecimientos en cuanto a afluencia, manteniendo nuestras previsiones iniciales que supondría lograr 60,3 millones de llegada de turistas extranjeros y unos 158 millones de pernoctaciones hoteleras al cierre de 2008, si bien con un crecimiento moderado del 2,8% en el total de sus ingresos nominales que revierten a España, es decir un descenso del 1,8% en términos reales y una caída del 3,6% en el ingreso por cada llegada de un turista extranjero.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos del IET y del Banco de España

Pág. 20

12. Ante la progresiva pérdida de visibilidad sobre el futuro turístico más inmediato a partir de fines de Septiembre, las expectativas empresariales anticipan que la demanda turística nacional a los destinos españoles siga contrayéndose más a lo largo del segundo semestre de 2008 y la demanda extranjera aunque manteniendo su crecimiento en términos de afluencia, siga reduciendo en términos reales los niveles del gasto que revierten a España. Por todo ello desde Exceltur volvemos a corregir nuestra previsión del crecimiento del PIB turístico para el cierre de 2008 situándolo en el 0,8%

Ello supone una nueva reducción de ocho décimas respecto a la previsión de crecimiento que ya reajustamos en abril de este año y de 1,1 puntos respecto a la realizada en enero de 2008, dada la mayor desaceleración que sentimos afectará al sector turístico español en lo que queda de año y que hemos descontado en esta nueva estimación de crecimiento.

