



Exceltur

*Alianza para
la excelencia turística*

UNA NUEVA PLATAFORMA EMPRESARIAL POR LA EXCELENCIA Y EL LIDERAZGO TURÍSTICO ESPAÑOL



Universidad
Antonio de Nebrija



Madrid, 25 de Octubre de 2002
Universidad Antonio de Nebrija

Desde EXCELTUR entendemos el sector Viajes y Turismo
como una gran cadena integrada de valor



- ★ *Con multiples servicios y experiencias*
- ★ *Muy heterogéneas e intangibles.*
- 🕒 *Totalmente interdependientes*
- 🕒 *Donde la(s) Administracion(es) son un tercer Socio transversal y determinante*

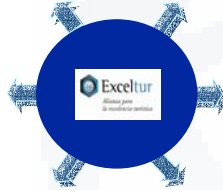
**Mantener nuestra competitividad precisa de
una vision de futuro , amparada en una gran
coordinacion y convergencia estrategica. . . !**

OBJETIVOS DE EXCELTUR

Que el turismo sea una verdadera prioridad nacional

Que los turistas perciban en España mejores experiencias diferenciales además de mayor calidad en los servicios

Que el turismo mantenga su efecto multiplicador como el principal sector económico generador de empleo y prosperidad



Que los destinos españoles se hagan mas sostenibles y con mayor rentabilidad socio-económica a largo plazo

Que España marque pautas innovadoras ante los retos de futuro y se consolide como referencia Internacional en todos los ámbitos y segmentos.

Que las empresas y administraciones turísticas españolas sean lo mas competitivas y eficientes

PRINCIPAL MISION DE EXCELTUR

Mayor reconocimiento socio-económico

Mejora del entorno competitivo

Mejora del marco de coordinación con las administraciones

Beneficios y sinergias para los socios y demás actores del sector

- Objetivizar y difundir de manera rigurosa el gran impacto socio-económico del turismo en España y su efecto multiplicador en la generación de prosperidad.
- Animar y difundir todas cuantas actuaciones evidencien la corresponsabilidad del sector turístico en temas sociales, culturales, educacionales y medioambientales.

PRINCIPAL MISION DE EXCELTUR

Mayor reconocimiento socio-económico

Mejora del entorno competitivo

Mejora del marco de coordinación con las administraciones

Beneficios y sinergias para los socios y demás actores del sector

- Animar y apoyar normativas homogéneas y competitivas.
- Estimular los procesos de transformación empresarial y de los destinos turísticos, para hacerlos mas sostenibles ante los nuevos retos de futuro.
- Auspiciar una visión mas global, prospectiva y convergente que mejore la integración de toda la cadena de valor del sector.
- Propiciar la mejor inteligencia de mercados, segmentos y productos, para la toma de decisiones.
- Potenciar la formación, el orgullo y la empatia por formar parte del sector promoviendo la captación de los mejores talentos.
- Procurar el mayor interés y comprensión de los Agentes Financieros
- Consolidar y mejorar nuestra proyección e implantación en el extranjero.

PRINCIPAL MISION DE EXCELTUR

Mayor reconocimiento socio-económico

Mejora del entorno competitivo

Mejora del marco de coordinación con las administraciones

Beneficios y sinergias para los socios y demás actores del sector

- Entender que la Administración (es) son los principales socios y proveedores del Sector Turístico.
- Consensuar los mejores enfoques que afectan al sector, optimizando la aplicación de los recursos que generamos y las máximas sinergias ínter administraciones.
- Revalorizar y apoyar al máximo desde una óptica privada, la necesaria función de los distintos responsables públicos turísticos.

PRINCIPAL MISION DE EXCELTUR

Mayor reconocimiento socio-económico

Mejora del entorno competitivo

Mejora del marco de coordinación con las administraciones

Beneficios y sinergias para los socios y demás actores del sector

- Promover el máximo de sinergias, economías de escala e iniciativas conjuntas entre sus socios y/u otros actores del sector
- Apoyar todo tipo de colaboración con las Asociaciones que tienen la representatividad orgánica de los distintos subsectores.
- Difundir y transferir al sector en general, todos los conocimientos y resultados de nuestras investigaciones.

ÁREAS DE ACTUACIÓN EN CURSO

PARA QUE EL TURISMO GANE MAS NOTORIEDAD E INFLUENCIA

Medir y promover el Impacto Económico del Turismo en España

Promover acciones sociales y de mejora del entorno

PARA QUE EXCELTUR SE CONSOLIDE COMO PLATAFORMA DE REFERENCIA

Mejora del Marco de Competitividad Turística en su sentido mas amplio



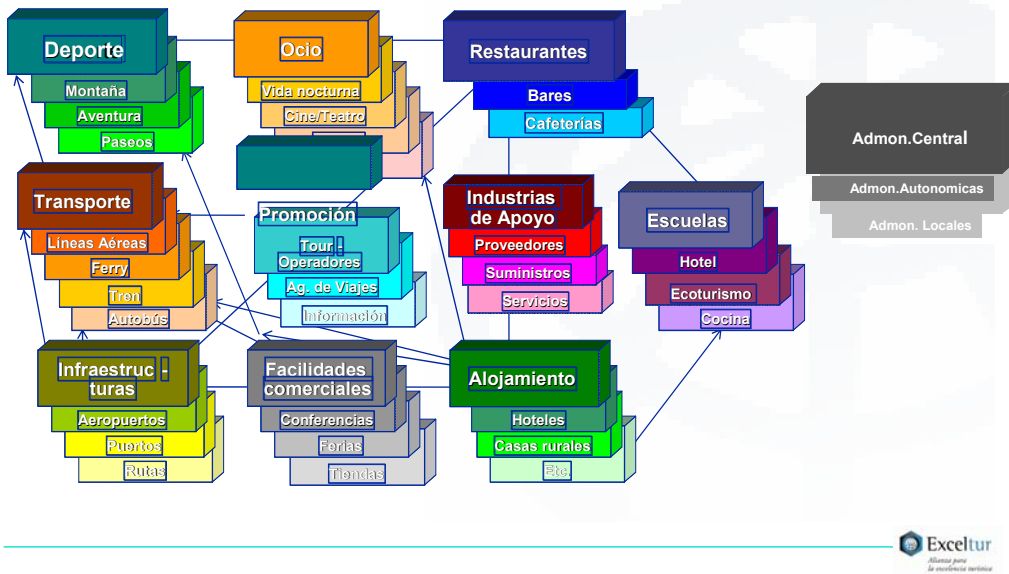
CON DOS ÁREAS DE APOYO CLAVES



INVESTIGACION: Con los enfoques mas novedosos, rigurosos y coparticipativos

COMUNICACION: Con una política muy constante y profesional

Ya que un sector tan heterogéneo y con tantos roles , actores y administraciones.....



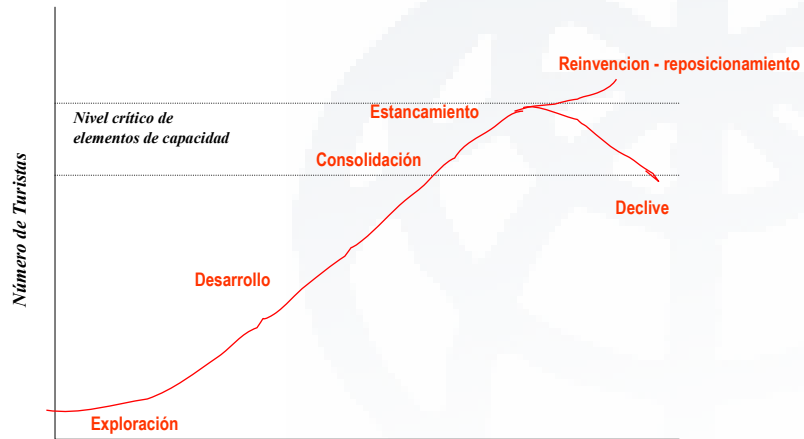
El sector afronta en el 2002 profundas transformaciones con nuevos retos y escenarios más globales

Más Competencia :Nuevos Intervinientes y modelos

Nuevos actores /Nuevos destinos emergentes / Nuevos canales , Nuevos modelos de negocio...etc.



Curva de evolución de destinos turísticos



Exceltur

Perspectivas Turísticas

Valoración de la Temporada de Verano
y
Predicciones del cierre del Ejercicio 2002

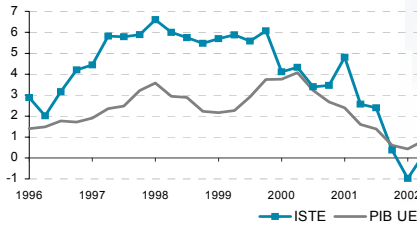


La temporada de verano ha mostrado claros síntomas de recuperación

Fundamentalmente términos de llegadas, la actividad turística en España ha mostrado síntomas de recuperación durante la temporada de verano de 2002. El número de turistas extranjeros crecieron un 3,9% los meses de julio, agosto y septiembre de 2002, en relación con la temporada pasada

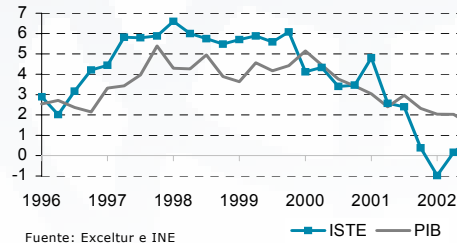
El Indicador Sintético del Turismo de Exceltur (ISTE), presentaba en los meses de verano un incremento del 0,8% interanual, superior al 0,2% del segundo trimestre

Dinámica comparada del crecimiento de ISTE y del PIB de la Unión Europea



Fuente: Exceltur y Comisión Europea

Dinámica comparada del crecimiento del ISTE y el PIB español



Fuente: Exceltur e INE

El ISTE es un indicador sintético que mide el crecimiento real del turismo de España (Balanza Pagos, Turistas, Consumo Privado español, PIB ponderado países, pernoctaciones) de manera que se puede comparar con el crecimiento del PIB

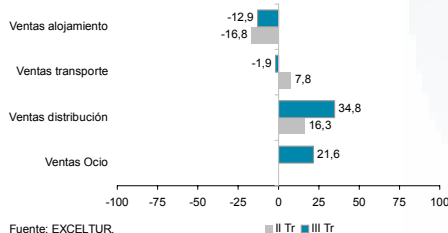


....que no se han manifestado en la misma intensidad en los niveles de ventas y resultados empresariales

La reactivación de la actividad turística en los meses de verano se ha alcanzado gracias a un mayor dinamismo de la demanda de los españoles y a un repunte del número de turistas extranjero, de un 3,9% interanual, aunque con una estructura por mercados de origen distinta

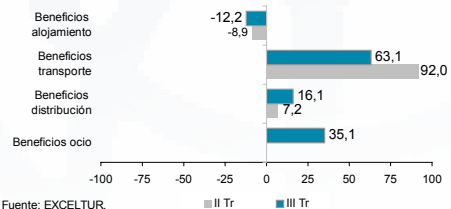
Los efectos del crecimiento de la demanda extranjera no se han visto acompañados por un aumento en los niveles de ventas y rentabilidad de las empresas y en las expectativas de los empresarios, especialmente en los destinos especializados en el producto de sol y playa. .

Opinión empresarial sobre las ventas III Tr - II Tr 2002



Fuente: EXCELTUR.

Opinión empresarial sobre las beneficios III Tr - II Tr 2002

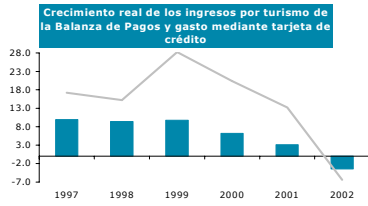


Fuente: EXCELTUR.



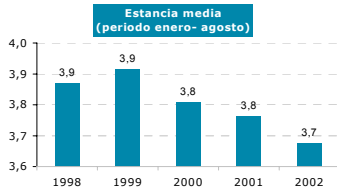
Se han intensificado los rasgos de un turista extranjero de menores efectos económicos

Menor gasto medio



Fuente: Banco de España y American Express

Menor estancia media



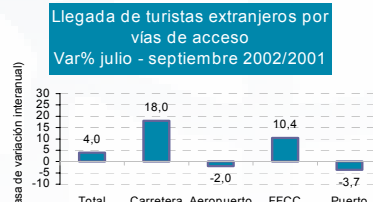
Fuente: EOH

Menor uso del alojamiento hotelero



Fuente: Frontur, IET

Mayor utilización del vehículo privado



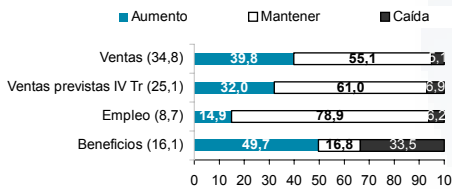
Fuente: Frontur, IET

Exceltur
Alta para la estadística turística

Con distintas repercusiones sobre los diferentes sectores

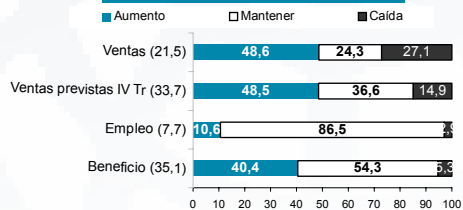
Mientras los sectores de distribución (AAVV) y ocio (golf, museos-monumentos) han mostrado un buen comportamiento

Opiniones empresariales en distribución III Tr 2002



Fuente: EXCELTUR.

Opiniones empresariales en ocio I III TR 2002



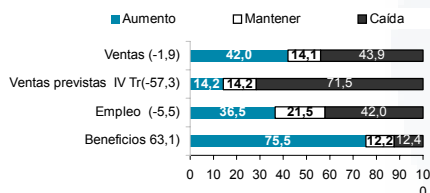
Fuente: EXCELTUR.

Exceltur
Alta para la estadística turística

Con distintas repercusiones sobre los diferentes sectores

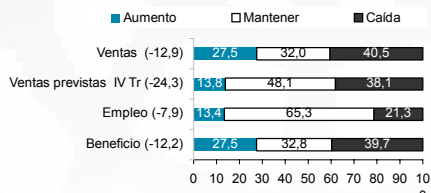
... el subsector aéreo, con menores ventas, ha mejorado sus resultados - y el sector alojamiento especialmente en algunos destinos de sol y playa (Baleares y Canarias) , ha visto reducir sus ventas y niveles de rentabilidad.

Opiniones empresariales en transporte III Tr 2002



Fuente: EXCELTUR.

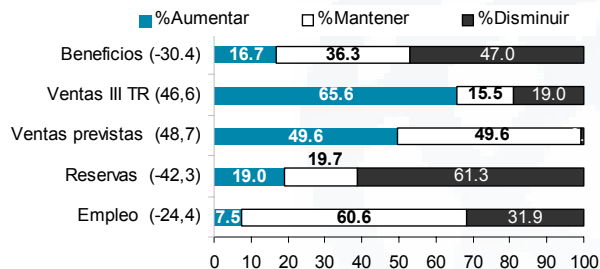
Opiniones empresariales en alojamiento III Tr 2002



Fuente: EXCELTUR.

Con distintas repercusiones sobre los diferentes sectores

Opiniones empresariales en segmento: alquiler de vehículos

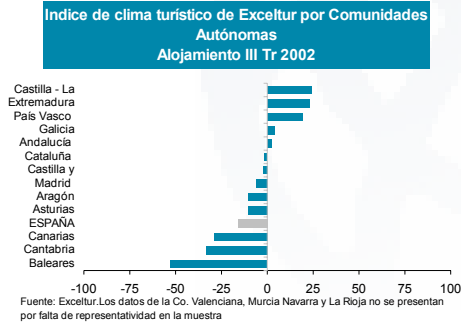


Fuente: EXCELTUR.

Se mantiene un distinto comportamiento entre destinos turísticos

La opinión de los empresarios confirma el buen comportamiento en los meses de verano de las Comunidades Autónomas con un desarrollo sustentado sobre una oferta de mayor diversificación. Este es el caso de Castilla – La Mancha, Extremadura, País Vasco, Galicia y Andalucía

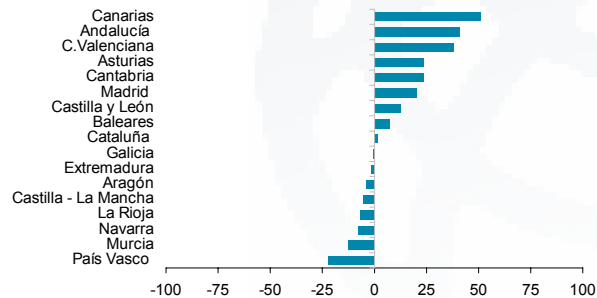
Cataluña y la Comunidad Valenciana (*), mantienen una situación equilibrada y en el extremo mas negativo se encuentran Canarias y Baleares.



La demanda turística española ha mostrado un importante dinamismo al calor de las fuertes ofertas y descuentos

En destinos de sol y playa, sobre todo Canarias, los turistas españoles han compensado parcialmente la caída del turismo extranjero a lo largo del 2002, gracias a fuertes ofertas y descuentos en los precios

Opiniones empresariales sobre las ventas de las agencias de viajes españolas por CC.AA. de destino III Tr 2002



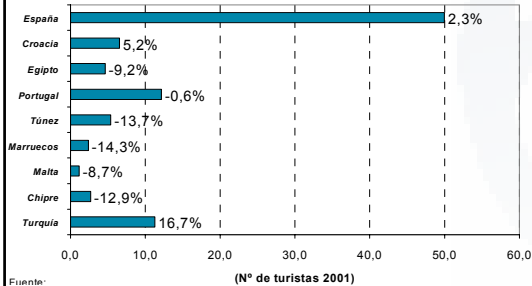
Fuente: Exceltur

Se identifican países competidores que ganan cuota de mercado

Durante el año 2002, España ha perdido posiciones respecto a los dos principales mercados competidores del producto de sol y playa del Mediterráneo, Turquía y Croacia, especialmente en el mercado alemán.

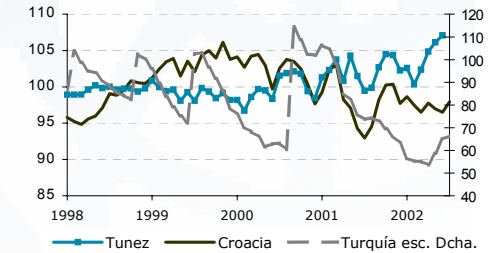
No obstante, nos hemos comportado mejor que Túnez, Egipto, Malta y Chipre,

ESPAÑA FRENTE A LOS DESTINOS COMPETIDORES EMERGENTES DEL MEDITERRÁNEO
%Crecimiento 2002



Fuente:

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



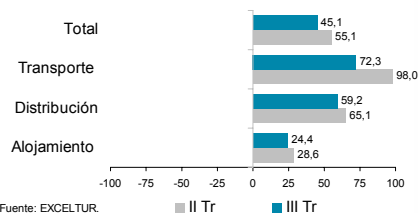
Fuente: FMI y elaboración propia

Los empresarios manifiestan una desaceleración en el crecimiento de los precios en el tercer trimestre

La opinión mayoritaria de los empresarios refleja una moderación en el ritmo de crecimiento de los precios en el tercer trimestre en el conjunto de sectores que forman el cluster turístico en España.

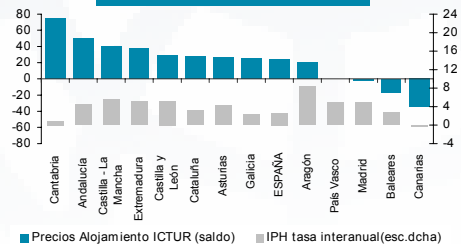
El sector de alojamiento es el que ha mostrado una mayor capacidad de respuesta a las caídas de la demanda internacional, impulsando una política de adaptación de sus precios, que en los destinos insulares en recesión ha derivado en importantes caídas.

Opinión sobre evolución de los precios
II Tr - III Tr 2002



Fuente: EXCELTUR.

Precios en alojamiento
Encuesta de Clima Turístico e IPH

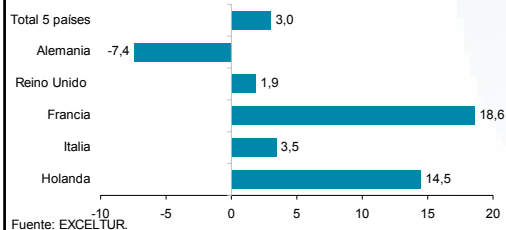


Fuente: Exceltur e INE

Exceltur espera cerrar el año con un crecimiento en el número de turistas de nuestros 5 principales mercados del 3,0%

La estimación realizada por Exceltur sobre los cinco principales mercados sitúa el cierre del año en un crecimiento del 3,0%, con una desaceleración en el cuarto trimestre a una tasa del 1,0%

Previsiones Exceltur
crecimiento del número de turistas de los 5 principales
mercados emisores
(Tasa de variación interanual 2002/2001)



Previsiones Exceltur
crecimiento del número de turistas de los 5 principales
mercados emisores
(Diferencia 2002-2001)

