

"PERSPECTIVAS TURISTICAS EXCELTUR "

Primeras valoraciones sobre los resultados de un complejo primer trimestre de 2004

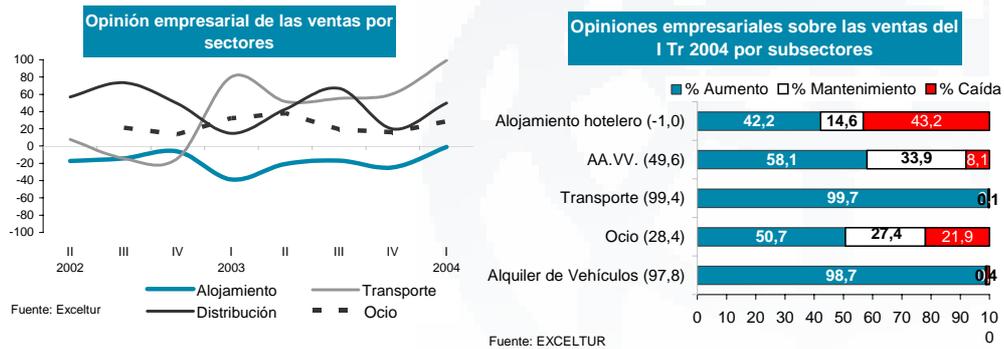
Un trimestre muy complejo para extraer conclusiones de futuro Fé. 2

1. **El mes de marzo de 2004 ha venido marcado por los tristes sucesos del 11-M** que por la complejidad de sus posibles efectos sobre el turismo español aconseja **un análisis más en profundidad** que presentaremos en breve
2. **En el mismo trimestre del 2003 se produjo también la distorsión del conflicto en Irak**, y además no se contó con el puente de San José. Esto hace que los crecimientos del primer trimestre del 2004 respecto a los de 2003 tengan un leve **sobre valoración**.
3. **El primer trimestre tiene una relativa incidencia en el balance del conjunto del año** salvo en las islas Canarias, es **temporada baja** para el grueso del turismo español, (sólo representa el 15,6% del total de pernoctaciones hoteleras en España)

Tendencias nacionales de demanda por subsectores

Fig. 3

• **El año 2004 ha comenzado con un crecimiento generalizado de la demanda turística** con una mejoría en la percepción sobre las ventas por parte de los empresarios, a pesar de **los tristes acontecimientos del 11-M cuyos efectos parece haber sido limitados**, concentrándose principalmente en Madrid, con un impacto por el momento aparentemente mas testimonial en los destinos del litoral.



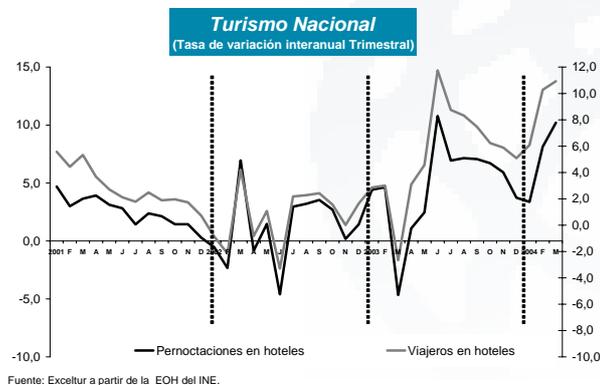
Los resultados de la encuesta están calculados como la diferencia de los % de opiniones positivas y negativas de la evolución de cada variable de un trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior.

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Evolución del volumen de demanda nacional

Fig. 4

El fuerte crecimiento del turismo nacional durante el primer trimestre, vuelve a situarse como el principal protagonista de la reactivación de la industria turística en España durante los primeros meses del año.



Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Evolucion en la estructura de la demanda

Féig. 5

El continuado aumento del turismo interno ha elevado la cuota de mercado de los españoles hasta el 46,1% del total de pernoctaciones hoteleras durante los meses de enero a marzo del 2004, mientras el pasado año era el 44,2% y en 1999 solo el 40,8%.

No deja de ser una contradicción que del mercado más dinámico no se conozcan apenas sus perfiles y pautas de comportamiento, por falta de indicadores fiables y actualizados, lo que exige una respuesta con urgencia por parte de las instituciones encargadas del sistema de estadísticas de turismo español.



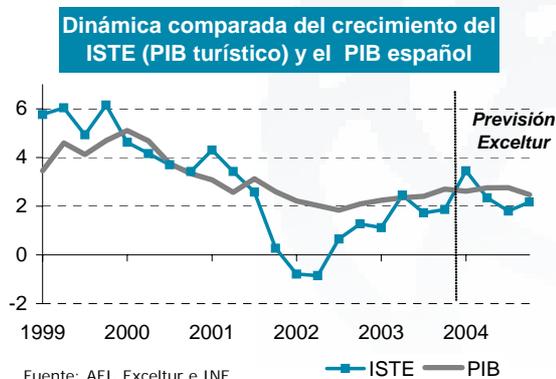
Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Tendencias de demanda

Féig. 6

Gracias al tirón de la demanda nacional, el Indicador Sintético del Turismo de Exceltur (ISTE), homologable a un PIB turístico, se elevó en el primer trimestre hasta un 3,5% de crecimiento, el mayor desde la crisis del 11-S en el año 2001.

No obstante este repunte se ve algo sesgado por la caída que se produjo en el mismo período del pasado año que abre interrogantes sobre su alza, esperándose una desaceleración para los próximos meses



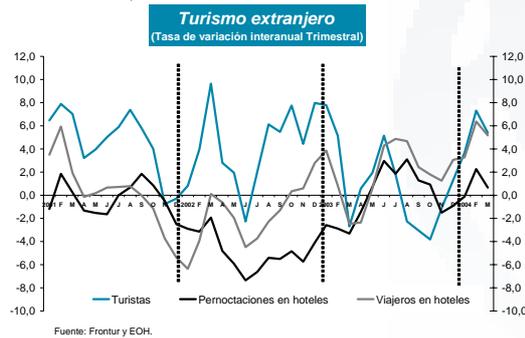
Fuente: AFI, Exceltur e INE

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Tendencias de demanda extranjera

Féig. 7

La demanda extranjera, en cuanto al número de turistas, ha comenzado el año 2004 con un crecimiento muy intenso (8,8%) durante los dos primeros meses, si bien se ha reducido en marzo según Frontur con un tímido incremento del 0,1%, posiblemente afectado por la incertidumbre derivada de los acontecimientos del 11-M y más acorde con las pautas de crecimiento más moderado que para el año 2004 se entreveían en las previsiones que Exceltur presentó el pasado mes de enero. En este contexto las pernoctaciones hoteleras han experimentado un aumento más moderado cifrado en el 0,7%.



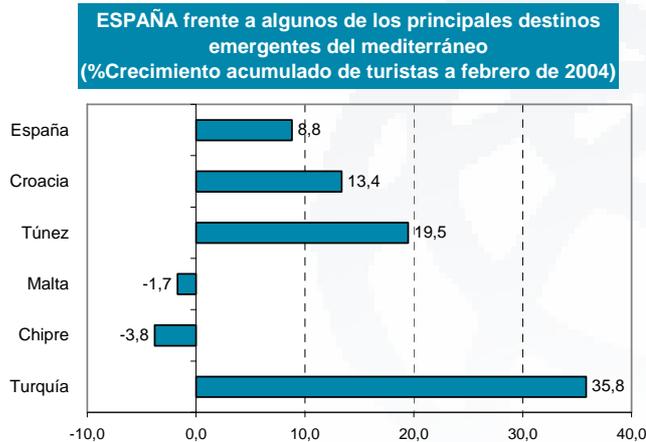
Se mantienen nuestras previsiones que anunciamos en enero marcadas por un crecimiento muy moderado de la demanda turística, donde los mercados español y británico serán los que ofrezcan mejores resultados

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Tendencias de demanda : Comparación con otros mercados

Féig. 8

En comparación con algunos de los principales destinos competidores vacacionales mediterráneos, para los que se dispone de información actualizada, España vuelve a presentar tasas de crecimiento inferior en la llegada de turistas extranjeros.



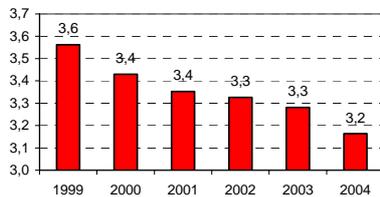
Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Tendencias en los hábitos de la demanda extranjera

El turista extranjero sigue manifestando cambios vertiginosos en sus pautas de viaje hacia España ...

.... marcados por el crecimiento imparable del viaje autorganizado,

Estancia media en alojamientos hoteleros
Enero-Marzo (1999-2004)



Fuente: EOH, INE

Llegada de turistas extranjeros por tipo de organización del viaje (% Var. ene-mar 2004/2003)



Fuente: FronTUR, IET

.... Por la continua reducción de la estancia promedio, ...

ExcelTUR
Alianza para la excelencia turística

Tendencias en los hábitos de la demanda extranjera

.... donde la llegada por vía aérea sigue estando protagonizada por el uso de las compañías aéreas de bajo coste ...

Llegada de turistas extranjeros por vías de acceso
Var% ene-mar 2004/2003



Fuente: Elaborado por ExcelTUR a partir de FronTUR, IET y AENA

.... si bien se ha ralentizado en este trimestre el uso de la vivienda propia y la de alquiler, con un crecimiento de la demanda hotelera.

Llegada de turistas extranjeros por tipología de alojamiento
Var% ene-mar 2004/2003



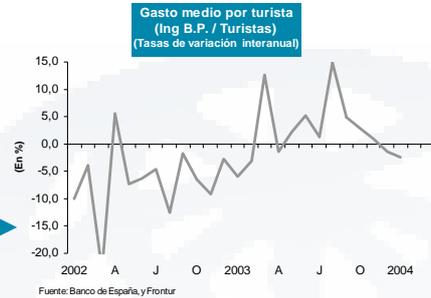
Fuente: FronTUR, IET

UT
Alianza para la excelencia turística

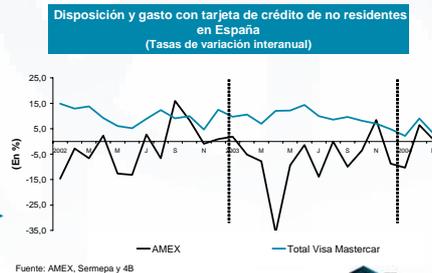
Evolución de la rentabilidad

Féig. 11

Se intensifica durante el primer trimestre, la llegada de un perfil de turistas extranjeros de menores efectos multiplicadores, reflejándose en **una desaceleración del gasto medio por turista**



Que se corrobora indirectamente por las tendencias e información del volumen dispuesto y los pagos con tarjetas de crédito de los no residentes

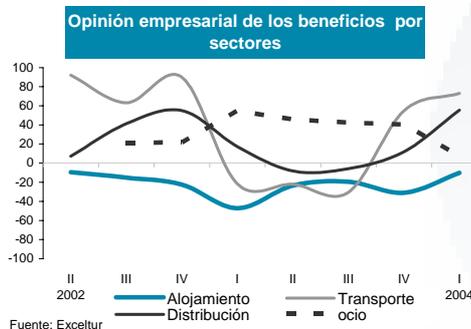


Exceltur
Alianza para la excelencia turística

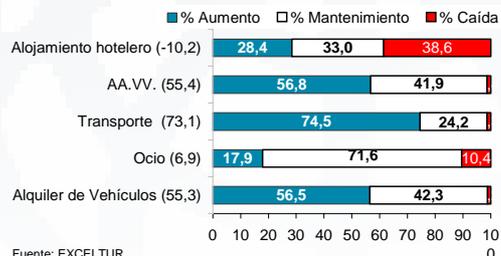
Evolución de la rentabilidad

Féig. 12

A pesar del buen comportamiento de la demanda en términos de llegadas de turistas **se mantienen las cautelas en torno a la evolución de la rentabilidad final para las empresas vinculadas a la demanda extranjera, mientras las empresas dependientes del mercado nacional han recuperado la tendencia a los incrementos de sus beneficios.**



Opiniones empresariales sobre beneficios del I Tr 2004 por subsectores



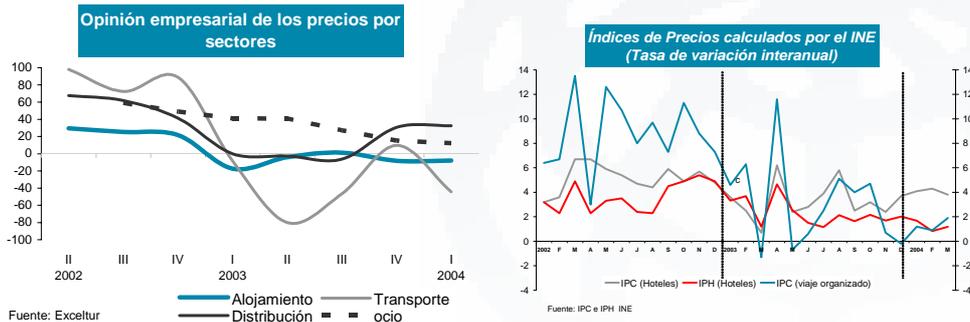
Los resultados de la encuesta están calculados como la diferencia de los % de opiniones positivas y negativas de la evolución de cada variable de un trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior.

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Evolución de los precios

Fé. 13

Los diversos subsectores siguen inmersos en un proceso de **contención de precios y aplicación de agresivas estrategias de ofertas y descuentos para dinamizar la demanda**, si bien en menor intensidad que el pasado año, lo que apunta que **esta tendencia puede haber tocado fondo en los primeros meses de 2004**, como apunta el último dato del IPH del INE del mes de marzo recientemente publicado que se eleva hasta el 1,2% desde el 0,8% del mes de febrero



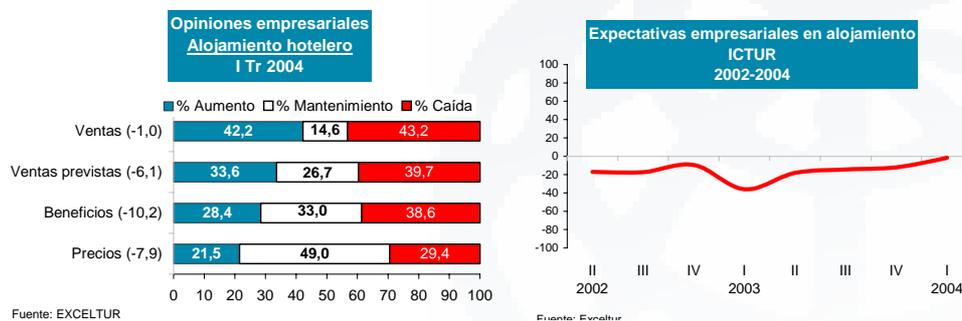
Los resultados de la encuesta están calculados como la diferencia de los % de opiniones positivas y negativas de la evolución de cada variable de un trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior.



Resultados por subsectores

Fé. 14

ALOJAMIENTO HOTELERO: Si bien todavía en valores negativos, la opinión de los empresarios de la industria hotelera se salda con **los mejores resultados desde Abril del 2002 en que se publica la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, en términos de ventas y de empleo, pero no de beneficios**.



Fuente: EXCELTUR

Fuente: Exceltur

Se mantiene el escenario de pérdida de competitividad por obsolescencia de algunos destinos y de sobreoferta con un crecimiento del número de plazas en el último año del 4,6%, lo que ha vuelto a generar caídas en los grados de ocupación hotelera

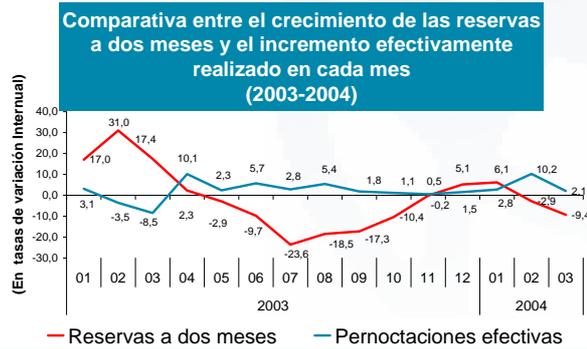


Resultados por subsectores

Féq. 15

ALOJAMIENTO HOTELERO: *Se ha producido una mejora de las expectativas empresariales a corto plazo con un ICTUR que roza los valores positivos* --alcanza un -1,7 en el primer trimestre, frente al -12,1 con que finalizó 2003--. Estos primeros datos parecen avalar un limitado efecto de los acontecimientos del 11-M y concentrados en todo caso en Madrid.

Las moderadamente optimistas expectativas empresariales contrasta con los equívocos datos sobre caídas de reservas a dos y tres meses publicadas por el INE para los próximos meses, y que se han mostrado muy poco fiables como los datos han puesto de manifiesto, el INE reconoce en su última nota de prensa y aquí demostramos con este gráfico elaborado ex profeso por EXCELTUR a estos efectos



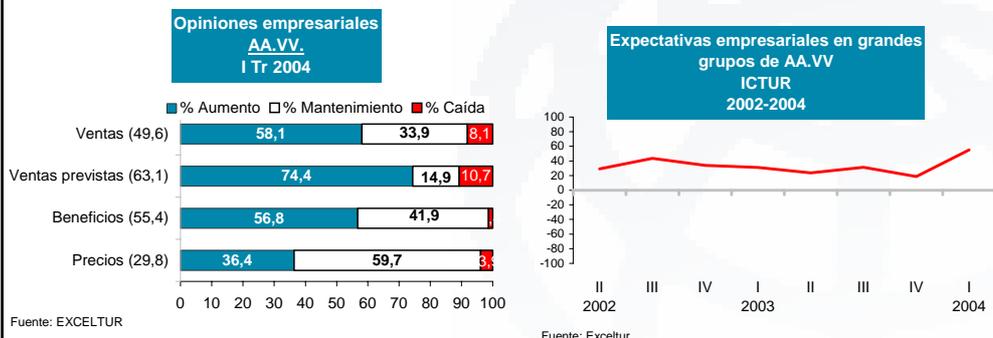
Elaborado por Exceltur a partir de datos de la EOH

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Resultados por subsectores

Féq. 16

GRANDES GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES: El sector de las grandes agencias de viaje españolas mantienen una dinámica muy positiva con crecimientos en las ventas y recuperación de márgenes gracias al dinamismo del turismo nacional. *Los empresarios son optimistas respecto a las perspectivas para el segundo trimestre del año.*



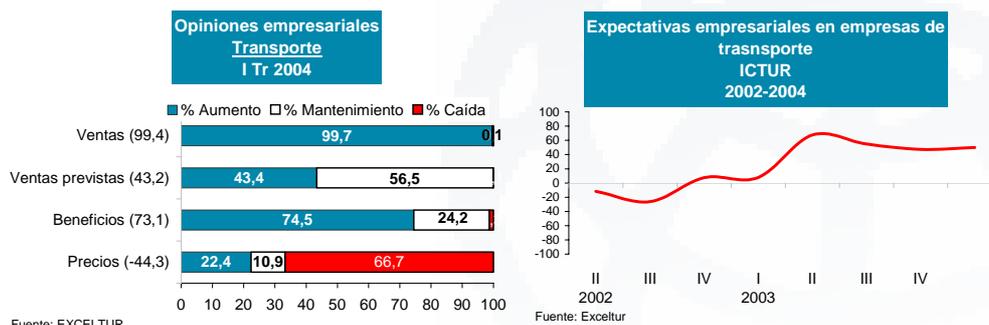
Los resultados de la encuesta están calculados como la diferencia de los % de opiniones positivas y negativas de la evolución de cada variable de un trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior.

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Resultados por subsectores

Fé. 17

EMPRESAS DE TRANSPORTE: A pesar de la generalizada reducción de precios, sigue predominando un razonable **optimismo en el conjunto de las empresas españolas de transporte aéreo, ferroviario y marítimo**, sentimiento basado tanto en los positivos resultados obtenidos en términos de ventas y beneficios respecto a los primeros meses de 2003, como en sus expectativas de evolución a corto plazo.



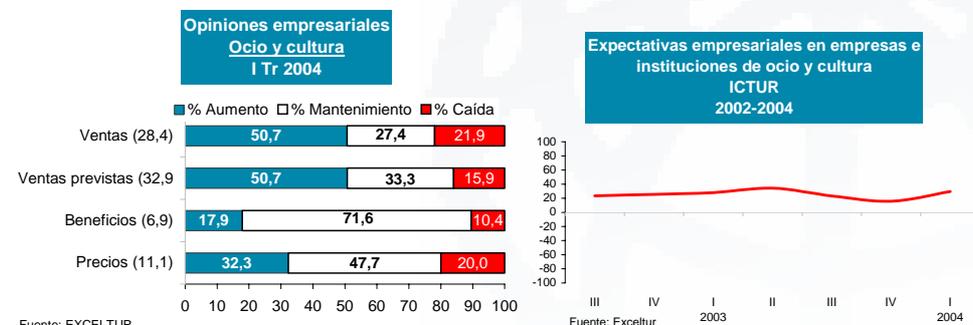
Los resultados de la encuesta están calculados como la diferencia de los % de opiniones positivas y negativas de la evolución de cada variable de un trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior.



Resultados por subsectores

Fé. 18

EMPRESAS E INSTITUCIONES DE OCIO Y CULTURA: Un trimestre más, los gestores de empresas e instituciones relacionadas con el disfrute del ocio y vinculadas a los elementos que realmente confieren una mayor singularidad y disfrute de experiencias potenciando la diferenciación de los destinos, vuelven a reflejar una opinión muy positiva sobre la evolución de todas sus variables de actividad. **Tanto el turismo cultural, como el de golf, el de pequeños parques de ocio y las estaciones de esquí, han tenido durante el primer trimestre de 2004 incrementos en sus ventas y en sus márgenes.**



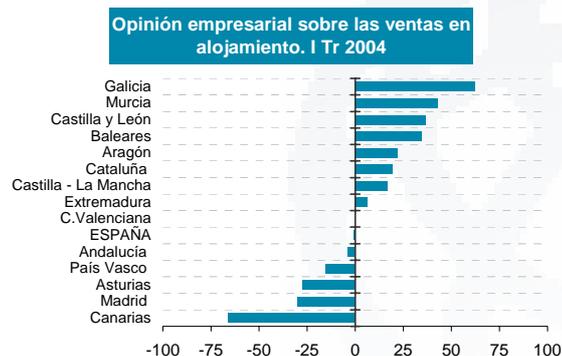
Los resultados de la encuesta están calculados como la diferencia de los % de opiniones positivas y negativas de la evolución de cada variable de un trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior.



Evolución por destinos

Fig. 19

Galicia, gracias al positivo impacto de su año Xacobeo, Cataluña, muy favorecida por la celebración del año Dalí y la proyección de imagen derivada del FORUM 2004, junto con Baleares, Murcia y las regiones de interior son los destinos que han mostrado un mejor comienzo de año según sus empresarios.



Fuente: Exceltur. Los resultados para La Rioja, Navarra y Cantabria no se publican por falta de muestra

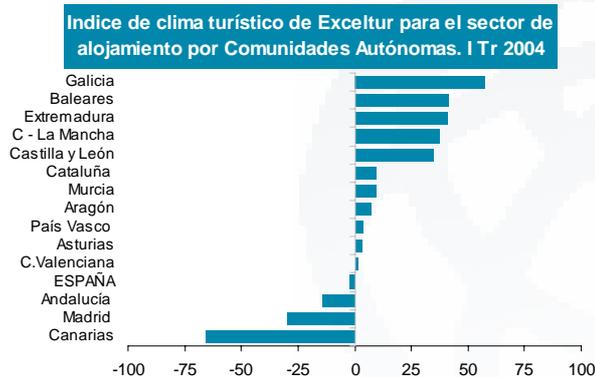
Los resultados de la encuesta están calculados como la diferencia de los % de opiniones positivas y negativas de la evolución de cada variable de un trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior.

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Evolución por destinos

Fig. 20

Los empresarios de estos destinos esperan que esta tendencia se mantenga en el próximo trimestre.



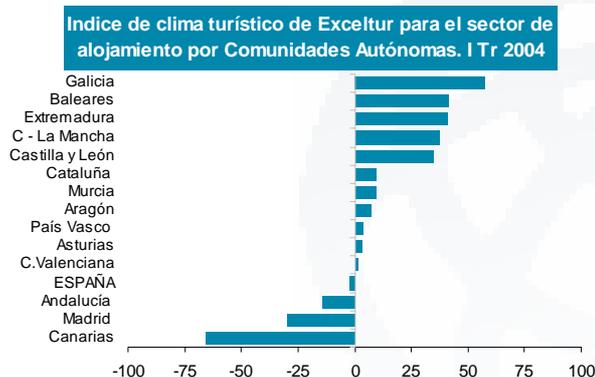
Fuente: Exceltur. Los resultados para La Rioja, Navarra y Cantabria no se publican por falta de muestra

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Evolución por destinos

Fé. 21

Los empresarios de estos destinos esperan que esta tendencia se mantenga en el próximo trimestre.



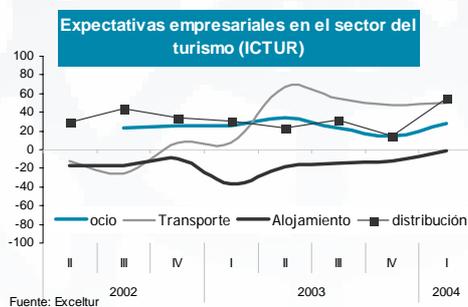
Fuente: Exceltur. Los resultados para La Rioja, Navarra y Cantabria no se publican por falta de muestra

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Perspectivas para el próximo trimestre

Fé. 22

El escenario de mayor dinamismo de la demanda conjunta tanto externa como sobre todo interna de este primer trimestre ha provocado una mejora de las expectativas empresariales, reflejadas en el Indicador de Clima Turístico empresarial (ICTUR), **lo que hace prever un segundo trimestre positivo para el turismo español.**



Exceltur
Alianza para la excelencia turística