

Valoración de resultados empresariales del 2º trimestre, previsiones para el verano y cierre de 2009 y reflexiones ante el Consejo de Ministros

COMUNICADO DE PRENSA - Madrid 14 de julio de 2009

- Los resultados del 2º trimestre, reafirman nuestras previsiones de abril; Fuertes y extensivas caídas en ventas y beneficios de las empresas turísticas españolas
- Sentimos que el desplome de la actividad turística ha podido tocar fondo: EXCELTUR estima que el PIB turístico del 2º trimestre ha atenuado su caída, situándose en el -6,6 % respecto del -7% del primer trimestre.
- Aún a pesar de las esperadas reservas de última hora, dados sus precios, la mayoría de empresas turísticas españolas anticipan un verano 2009 aún muy arduo, con nuevas caídas de ventas (para el 71,3%) y beneficios (para el 77,1%), si bien moderándose los ritmos de caída de empleo respecto del verano 2008.
- La caída del PIB turístico para el 3er trimestre de verano nuevamente sentimos se moderará levemente y estimamos se situará en el -5,7% (casi un punto menos respecto de la del 2º trimestre).
- Aún con muy poca visibilidad para el 4º trimestre, nos mantenemos en que 2009 cerrará respecto de 2008 con una caída total acumulada del PIB turístico del -5,6%, tal como ya habíamos anticipado en abril.
- El sector puede ayudar a acelerar la recuperación del país y su propia competitividad, si recibe un fuerte impulso del gobierno en el próximo Consejo de Ministros de Turismo, en estrecha colaboración con las CCAA.

BALANCE DE LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2009

- Se reafirman las previsiones que realizamos en abril: el segundo trimestre registra fuertes y generalizadas caídas en las ventas y los beneficios de las empresas turísticas españolas. El 83,3% declaraban en la Encuesta de Clima Empresarial de EXCELTUR menos ventas (un 54,3% las catalogaba de fuertes) y un 79,9% caídas en beneficios (fuertes para el 52,4%), un balance algo peor que el que esperaban en abril.
- A la debilidad de la demanda se une la *“guerra de precios” que impera en todos los subsectores turísticos (salvo el de alquiler de coches y el de ocio)*, que intensifica la situación deflacionaria del sector para afrontar el verano. El 88,3% de los empresarios turísticos revelaban en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur que han reducido los precios en el segundo trimestre de 2009 respecto a los mismos meses de 2008.
- *Los hoteles vacacionales, las agencias de viajes y tour operadores son los subsectores que más han sufrido las caídas de ventas y beneficios en el segundo trimestre.* Se perciben, dentro de la complejidad, *señales de moderación en las caídas de ventas de hoteles urbanos, así como de las compañías aéreas y las empresas de alquiler de coches.* Un trimestre más *las instituciones relacionadas con el ocio, especialmente los museos, monumentos y parques de ocio más vinculados a la demanda española, salvan sus resultados.*
- A cierre del 2º trimestre, *los empresarios turísticos españoles todavía no ven brotes verdes sobre la recuperación de sus beneficios* (el 95,9% responde que no los percibe a la pregunta incluida este trimestre en la Encuesta de EXCELTUR), ni sobre los precios (el 81,0%) ni sobre la demanda extranjera (el 82,9%). *Sólo un 28,9% han percibido señales de mejoría en la evolución de la demanda española.*
- *La evolución del PIB turístico y de los niveles de confianza empresarial apunta a que se podría haber tocado fondo en los ritmos de caída de la actividad turística en España a principios del segundo trimestre.* Concretamente el PIB turístico habría descendido según nuestras estimaciones un -6,6% en los meses de abril, mayo y junio, de 2009 respecto a los mismos meses de 2008, mejorando algo respecto a la fuerte caída del -7,0% sufrida en el primer trimestre de 2009. Igualmente, el Índice de Confianza Empresarial de EXCELTUR (ICTUR) registraba en este segundo trimestre un valor de -64,5, algo menos negativo que el mínimo histórico de -65,9 alcanzado en el primer trimestre de 2009.
- *En términos de afluencia, se moderan los ritmos de caída de demanda turística en España por la mayor preferencia del español a viajar por España.* Las pernoctaciones de españoles en la oferta reglada de marzo a mayo (último dato disponible) han caído al -5,6%, por el -12,3% registrado en enero y febrero. Por el contrario *los españoles han seguido reduciendo sus viajes al extranjero* y con datos del Banco de España sus pagos caen hasta abril a tasas del -17,3%.
- Como respuesta a la crisis, *los hábitos de los españoles se han decantado en el 2º trimestre (incluida la Semana santa) por viajes de menor coste y gasto en destino*, primando casas de familiares y amigos, campings y alojamientos rurales, el coche como medio de transporte y los destinos peninsulares, productos, en general, no intermediados por las agencias de viajes, que se han visto muy perjudicadas. Igualmente la moderada caída de los hoteles se ha conseguido por bajadas en precios, que no han permitido una recuperación de sus ingresos y márgenes.
- La crisis en nuestros principales mercados extranjeros aún provoca *fuertes caídas en los indicadores de llegadas, pernoctaciones e ingresos, que no muestran síntomas de mejoría.* De marzo a mayo de 2009 respecto de 2008 las pernoctaciones de los no residentes en alojamientos reglados descendió un -11,5%, en hoteles un -10,2%, la llegada de turistas un -11,3% y los ingresos un -11,2% en marzo y abril.

- **Los destinos españoles del litoral mediterráneo y las islas han sufrido más que otros países competidores la caída de la demanda turística durante la primavera.** El descenso del -12,3% en los ingresos por turismo extranjero registrado en España del -11,7% hasta abril de este año 2009, supera el -10,5% de Grecia y el -4,8% de Turquía. En llegadas de turistas extranjeros las comunidades del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias caen un -12,9% en lo que llevamos de 2009, mientras Turquía (nuestro mayor competidor con 21 millones de llegadas) cae al -1,5%, Egipto al -9,5% y Croacia al -4,1%. Marruecos con +9,8% y Túnez +1,3% ganan cuota de mercado y sube la llegada de turistas externos.
- **La caída de la demanda extranjera se sigue concentrando en los dos principales mercados para el turismo español: Alemania y Reino Unido.** Los alemanes hicieron en España 1,5 millones de pernoctaciones menos de marzo a mayo de 2009 que en los mismos meses de 2008 y los británicos 1 millón, situándose el acumulado del año en los valores más bajos de la última década. **Suiza, Bélgica y el mercado nórdico por el incremento de la demanda de Finlandia (+5,4%) son los únicos que han aguantado el tipo durante la primavera de 2009.**
- **En paralelo a las del litoral, el desfavorable balance turístico del segundo trimestre se extiende sobre todas las comunidades españolas, sin excepción.** Aragón, Murcia, Asturias, Canarias, Extremadura y la Comunidad de Madrid son las que más sufren. Cantabria, Navarra, La Rioja y Castilla y León son que aguantan mejor la caída de la demanda y su impacto sobre los beneficios empresariales.
- **Sólo algunos destinos puntuales del litoral muy vinculados al mercado nacional como la Costa Azahar en Castellón, la Costa Dorada en Tarragona y la Costa de la Luz en Huelva han registrado un aumento de la demanda en este segundo trimestre. En las ciudades españolas Bilbao, Vitoria, Barcelona, Logroño, León y Málaga son las únicas que se salvan del descenso generalizado de la demanda.**

EXPECTATIVAS PARA EL TERCER TRIMESTRE DE VERANO Y CIERRE DEL AÑO 2009

- **Aún a pesar de las esperadas ventas de última hora, la mayoría de empresas turísticas españolas anticipan unos meses centrales del verano aún muy complejos, y con generalizadas caídas de sus ventas (que afectará al 71,3%) y de sus márgenes y beneficios (al 77,1%).**
- **Nuestras estimaciones de evolución del PIB turístico para el trimestre de verano 2009 reflejan otra moderación en sus ritmos de caída que aún manteniéndose en tasas muy elevadas, se reducirán en casi un punto: del -6,6% del segundo trimestre al -5,7% para el tercero.**
- Los turistas europeos y españoles seguirán primando destinos de proximidad con tipologías de transporte y de alojamiento más económico y con “**menos alegrías de gasto en los destinos**”, traducidas en un menor consumo en restaurantes, tiendas de souvenirs, excursiones, etc.
- **Hoteles y agencias de viajes serán los que más sufran en sus resultados estos condicionantes del verano.** La aún indecisa y débil demanda nacional y los menores precios y márgenes por la continuada aplicación de ofertas y descuentos de última hora, se traducirá en nuevas y generalizadas caídas de rentabilidad, previstas como fuertes en hoteles urbanos y vacacionales, mientras en las agencias serán menos intensas.
- **RENFE y las aerolíneas esperan que en el tercer trimestre de 2009 sus ventas mejoren en relación con el mismo período de 2008 y que eso se traslade sobre sus resultados,** ayudado en el caso de las compañías aéreas por un precio del petróleo en valores muy por debajo de los del verano de 2008. **Algunas de las principales empresas de alquiler de vehículos y las empresas relacionadas con el ocio cultural y lúdico de proximidad asociado a la demanda española también descuentan un verano con algo más de optimismo en sus cuentas de resultados.,**
- **Preveamos una moderación temporal en el proceso de destrucción de empleo durante los meses de verano.** A tenor de las opiniones de los empresarios y de la previsiones actualizadas con los datos hasta el mes de mayo de afiliación a la Seguridad Social y realizadas por Analistas Financieros Internacionales (AFI) sobre la evolución del empleo turístico, la caída en el número de afiliados en las actividades de hostelería y agencias de viaje debiera estabilizarse en torno al -4,4%, esto supone la reducción de algo más de 70 mil empleos.
- **A tenor de la evolución del segundo trimestre, mantenemos nuestras previsiones que realizamos en el mes de abril; esperamos que el PIB turístico descienda el -5,6% en el conjunto del año 2009.** De confirmarse, el turismo volvería a comportarse en 2008 peor que el conjunto de la economía española por noveno año consecutivo. Aunque se reduzca algo la brecha con respecto de las tasas de caída de PIB nacional que los analistas estiman próximo al 4% para el cierre de 2009 y la mayor contribución que en años anteriores tenía la construcción ya no pueda distorsionar en 2009 ese menor peso tradicional que el turismo ha tenido estos últimos años, siguen evidenciándose los problemas de competitividad estructural, que cada vez con mayor intensidad demandan una respuesta estratégica a escala país, liderada por el Gobierno en coordinación con todas las administraciones públicas, en especial las comunidades autónomas, los empresarios y demás agentes del sector.

CONSEJO DE MINISTROS MONOGRAFICO DE TURISMO: CLAVES DE UNA NUEVA POLITICA DE ESTADO PARA EL REFUERZO COMPETITIVO DEL SECTOR

Al margen de los desfavorables efectos que le causa la crisis, el turismo español precisa cambios de rumbo y de ritmo para mejorar su posicionamiento competitivo en clave más atractiva y sostenible. No podemos tratar de pasar de puntillas los embates de la crisis solo con políticas de reactivación a corto, aplazando los retos estructurales y competitivos de fondo, si queremos salir reforzados ante el distinto escenario mundial que en múltiples ámbitos incidirá notablemente sobre el turismo, cuando salgamos de la crisis.

Tomando como referencia otros determinantes planes de apoyo sectorial (FROB, automóvil, etc.) que el Gobierno acaba de asumir recientemente y en el contexto del nuevo modelo productivo sostenible que se está elaborando para la economía española, no puede encajar mejor el impulso de un nuevo marco de actuación prioritaria y transversal para el sector turístico español que además de implicar al máximo a todas las áreas ministeriales, se puedan sumar con la mayor convicción y desde el máximo respeto a sus competencias, los esfuerzos y recursos de las administraciones autonómicas y locales junto a los de los empresarios y sindicatos.

El próximo Consejo de Ministros sobre el turismo es la gran oportunidad para impulsar los primeros pasos de una renovada estrategia turística país, que supera la actual legislatura, e idealmente seguida de un gran pacto político y de Estado. Entre el paquete de acuerdos prioritarios y que sentimos aconsejable pudieran derivarse de ese Consejo de Ministros estarían:

A. Con efectos demostración inmediatos:

Presidencia del Gobierno: Una declaración sentando su firme compromiso de liderazgo en favor del turismo como sector clave de futuro y motor de recuperación económica autosostenida, que anime a los partidos, CCAA, municipios, empresarios y sindicatos a unirse en el mismo y más coordinado empeño, de evolucionar gradualmente los modelos de gestión de la oferta y demanda turística.

Ministerio de Economía: Una batería de medidas puntuales de apoyo para procurar la reactivación del sector asegurando su mayor financiación y reducción de costes: Asegurar vía fondos y/o avales ICO, más líneas financieras para empresas turísticas solventes y sin discriminar su tamaño mientras falte liquidez y/o no fluya el crédito bancario, para inversiones o circulante. Contemplar incentivos (*reinversión de beneficios, internacionalización*), rebajas impositivas (*IVA a diversos subsectores, sociedades, etc. y más aplazamientos*), cuya recaudación pudiera recuperarse por más actividad empresarial. Anticipar que el presupuesto para la Secretaría de Estado de Turismo se reforzará en 2010.

Ministerio de Fomento: Establecer con las Comunidades Autónomas y entidades locales una estrategia integral de accesibilidad aérea que aspire a la mayor estabilidad de nuevas frecuencias sin canibalizar las existentes, dirigida a atraer a los diversos destinos españoles a los turistas de mayor valor añadido, con un mejor direccionamiento y coordinación de cualquier posible ayuda. En el ínterin, un potente mensaje externo de cara al otoño 2009 / inicio de 2010 sería suspender puntualmente algunas tasas o en su defecto, como ya es el caso de las de navegación, reducir las más y ampliarlas a toda España. Comprometer el uso de los corredores aéreos militares e impulsar el espacio aéreo único europeo durante la Presidencia Española de la UE.

Ministerio de Política Territorial: Incluir entre los temas de la próxima conferencia de presidentes de comunidades autónomas la prioridad de Estado que merecen los retos competitivos del turismo español, en torno a una mayor unidad de mercado que parta de la mayor armonización legislativa y la mejor coordinación y eficiencia de recursos de promoción. Aprovechar la nueva directiva.

B. Con efectos a corto y que favorecen la mas pronta salida del sector, de la crisis global que también les afecta.

Presidencia: Incorporar al turismo entre los sectores y medidas prioritarios que contemple la nueva Ley de Economía Sostenible

Ministerio de Economía / Política Territorial: Comprometer el encaje en el nuevo Plan E de Empleo local para 2010, los proyectos para revalorización del atractivo de espacios públicos, instalaciones y la planta turística de los diversos municipios turísticos.

Ministerio de la Vivienda: Revisar la Ley de Arrendamientos Urbanos ante la competencia desleal de las segundas residencias turísticas que compiten directamente con la oferta reglada.

Ministerio de Cultura: Comprometer en los próximos seis meses que pueda hacerse realidad una nueva ventanilla única para el pago de todos los derechos de propiedad intelectual nacional y extranjera, que afectan al sector.

Ministerio de Exteriores: Flexibilizar y agilizar al máximo la emisión de visados y reforzar la estructura administrativa en consulados de países emergentes de alto interés turístico. Ampliar y enfocar la ayuda al desarrollo en clave más turística.

C. Con efectos a medio para reforzar el posicionamiento competitivo del sector.

Ministerio de Economía-Política Territorial: Comprometer un nuevo marco estable de financiación para los municipios turísticos

Ministerio de Medio Ambiente: Mayor sensibilidad a lo que representa la actividad turística, sus necesidades y apoyos para avanzar a escenarios más sostenibles sin causar agravios o alarma social: Estrategia para la Sostenibilidad de la Costa (*mayores cautelas-revisión de la Ley de Costas*); Estrategia Española para la Movilidad Sostenible; o la Estrategia Española de Lucha contra el Cambio Climático.

Ministerio – Secretaría de Estado de Turismo: Reforzar su presupuesto y capacidad de interlocución. Abordar la revisión de prioridades y alcance de medidas que reflejaba el PLAN 2020 recogiendo los nuevos compromisos institucionales en un "PLAN T". Diseñar una nueva estrategia de marketing más acorde a los nuevos modelos y posicionamientos. Favorecer la progresiva transformación hacia consorcios mixtos del IET y TURESPAÑA. Asegurar que detonen definitivamente en 2010 los tres proyectos piloto de reconversión de destinos maduros. Promover junto con otros ministerios y CCAA programas para reforzar las capacidades del tejido empresarial y formación de sus recursos humanos, incentivos para ganar tamaño y/o mayores economías de escala, etc.

D. Por otra parte, respaldamos las peticiones de ámbito más transversal y generalizado que afectan no solo al turismo sino al conjunto de la economía española, que está negociando la CEOE con los agentes sociales y el propio Gobierno:

Ministerio de Trabajo: La solicitud de un marco laboral mas flexible que entre otros y bajando las cotizaciones sociales favorezca la mayor contratación (y no tanto el despido) y facilitando aplazamientos de pagos

Ministerio de Economía: La generalizada petición de reducción de cargas impositivas (IVA a ciertos subsectores del turismo, Impuesto de Sociedades, etc.), así como nuevos incentivos fiscales para la reinversión de beneficios, para fomentar mayores economías de escala y refuerzo del tejido turístico empresarial para la mejora de su capacidad competitiva, etc.