



*Alianza para
la excelencia turística*

***Balance empresarial de la temporada
punta de verano de 2009 (tercer
trimestre) y perspectivas para el cuarto
y el conjunto del año 2009***



*Alianza para
la excelencia turística*

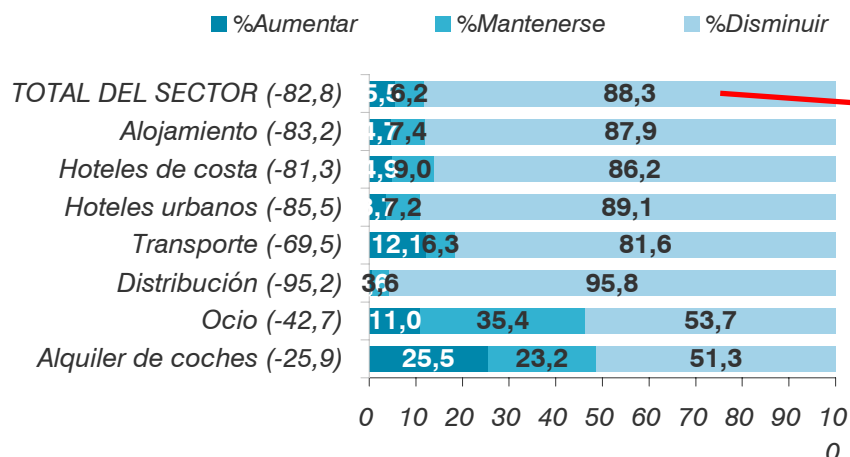
***Balance empresarial del
verano de 2009
(tercer trimestre)***

RENTABILIDAD EMPRESARIAL

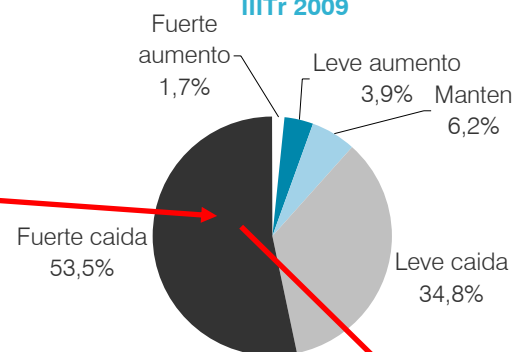
Tal y como anticipamos desde EXCELTUR en el mes de julio, **los meses clave para las empresas turísticas españolas, que son los de verano, se han saldado con una intensa y generalizada caída en los resultados por la menor demanda y la guerra de precios que ha imperado en la práctica totalidad de subsectores relacionados con la actividad turística** (especialmente en hoteles, agencias de viajes y compañías aéreas).

El 88,3% de las empresas turísticas españolas experimentaron una caída en sus resultados durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2009 en relación al mismo período de 2008, de las cuales el 53,5% la caracterizaron como fuerte, lo que supone un relevante número de empresas turísticas ya en pérdidas tras el verano y los peores resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial que desde el año 2002 elabora EXCELTUR y que en este trimestre ha recogido las valoraciones de una muestra representativa de más de 3.000 unidades de negocio.

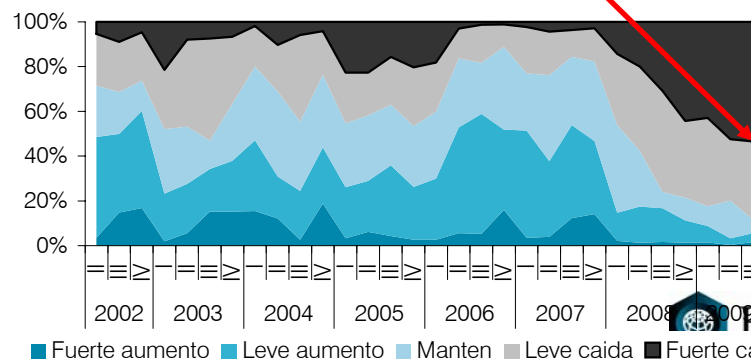
Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios
III Tr 2009



Opinión empresarial sobre los beneficios.
TOTAL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL
III Tr 2009



TOTAL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL
Evolución de las opiniones empresariales sobre los BENEFICIOS
2002-2009

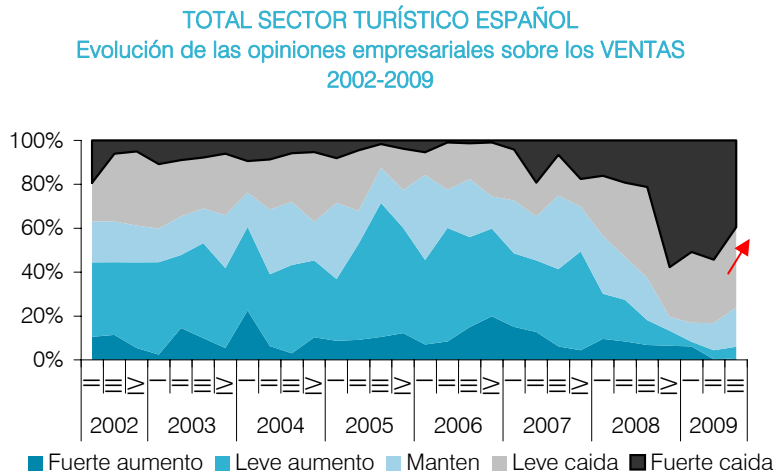
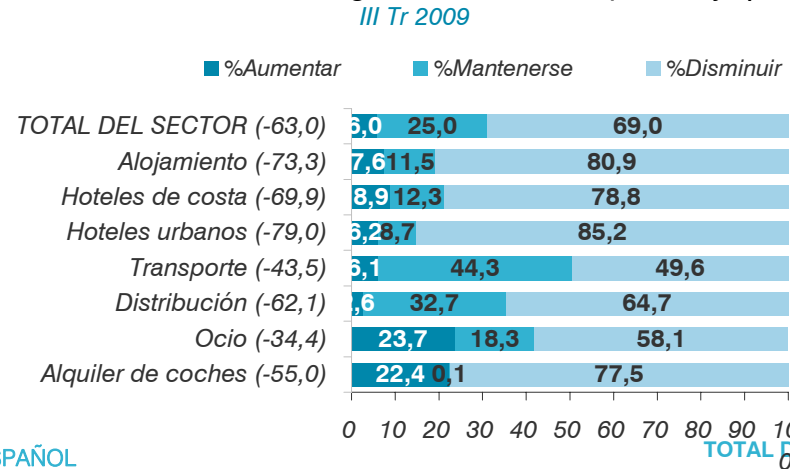


VENTAS

Las ventas de las empresas turísticas españolas han descendido durante los meses de verano de manera generalizada (afectando al 69,0% de las empresas turísticas), si bien a ritmos algo más moderados que los que registró en el primer semestre de 2009.

Esta moderación en la caída en las ventas vienen explicada por:

1. La comparación con un flojo verano de 2008, que ya comenzó a verse afectado por las consecuencias de la crisis económica y financiera.
2. La intensa campaña de reducción de tarifas medias, a través de ofertas y descuentos para dinamizar la demanda, que ha permitido viajar en muchos casos a precios de coste, afectando a los ingresos de las compañías y que ha tenido un efecto directo sobre el mercado español



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, EOAC, EOAP, EOTR (INE)

PRECIOS

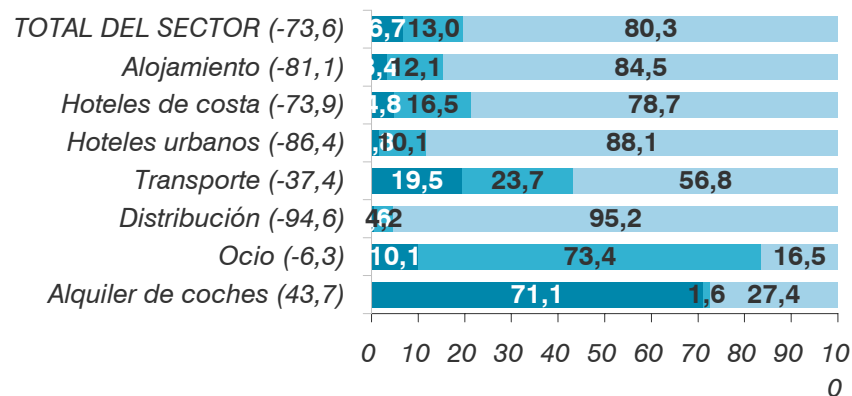
Durante los meses de verano los diversos subsectores turísticos han intensificado la espiral deflacionista empleada como ultimo recurso para tratar de dinamizar sus ventas, por encima de la observada en el conjunto de la economía española, hasta desatarse en algunos subsectores una “fuerte guerra de precios”.

El 80,3% de las empresas turísticas españolas ha apelado a la política de reducir sustancialmente sus precios en julio, agosto y septiembre respecto a los mismos meses de 2008, tendencia que ha afectado a todos los subsectores de la cadena de valor turística salvo el de alquiler de coches y las empresas de ocio.

Opinión empresarial sobre la evolución de los precios

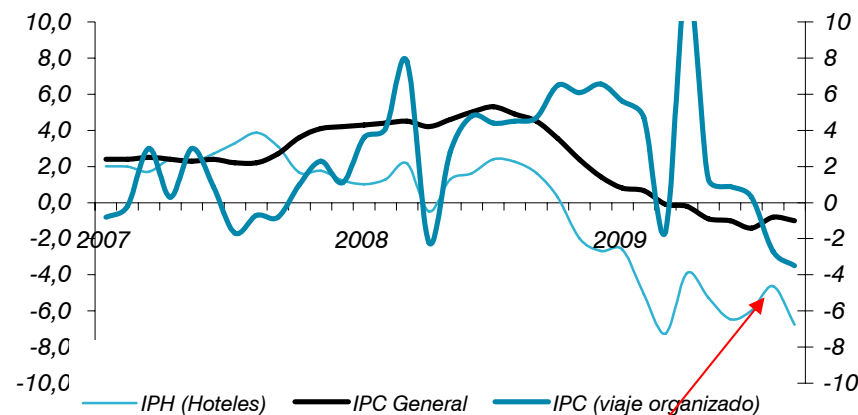
III Tr 2009

■ %Aumentar ■ %Mantenerse ■ %Disminuir



Índices de Precios calculados por el INE

(Tasa de variación interanual)



Fuente:Elaborado por Exceltur a partir de IPC e IPH, INE

Los indicadores de precios elaborados por el INE de los hoteles, los paquetes turísticos y el transporte aéreo han descendido más en julio, agosto y septiembre que los precios del conjunto de bienes de consumo recogidos en el IPC

PIB Y CONFIANZA EMPRESARIAL

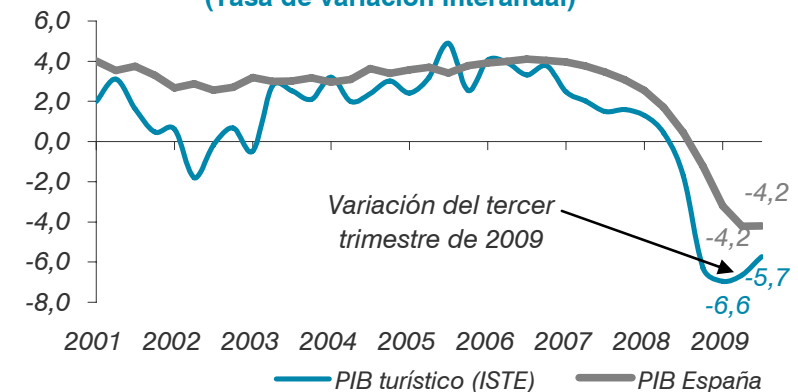
Tanto la evolución del PIB turístico como de los niveles de confianza empresarial reflejan una muy ligera moderación de los ritmos de caída de la actividad turística, confirmando que el turismo puede haber tocado fondo en el primer semestre del año.

No obstante, es muy revelador que en su temporada punta el PIB turístico continúe descendiendo más que el del conjunto de la economía española

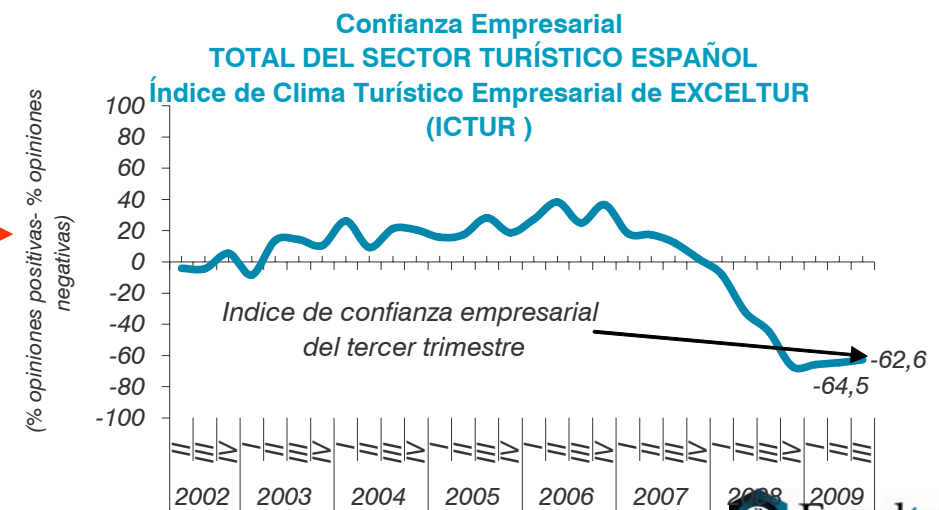
Según nuestras estimaciones, el PIB turístico habría caído un -5,7% en los meses de julio, agosto y septiembre de 2009, respecto a los mismos meses de 2008, mejorando muy ligeramente respecto a la contracción del -6,6% registrada en el segundo trimestre de 2009.



Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España. Años 2001-2009 (Tasa de variación interanual)



El Índice de Confianza Empresarial agregado de todos los subsectores turísticos (ICTUR) que elabora Exceltur desde el año 2002 se ha elevado muy ligeramente en los meses del tercer trimestre, pasando del -64,5 que registraba en el segundo trimestre del año al -62,6 con que se ha cerrado este mes de septiembre de 2009



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



DEMANDA ESPAÑOLA. Viajes por España

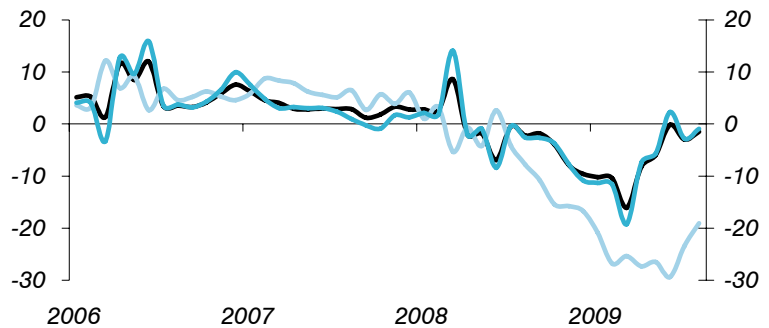
El turismo español ha mostrado en julio y agosto de 2009 un repunte en sus viajes y pernoctaciones por España, hasta casi mantener el volumen registrado en los mismos meses del pasado año, tendencia que no se ha mantenido en septiembre, acorde con los resultados de la encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR y los publicados por el INE correspondientes a la EOH de septiembre.

Este repunte ha venido explicado por:

La preferencia por viajes de proximidad para reducir los gastos de transporte, que ha beneficiado a los destinos de interior en casas rurales, ciudades y los alojamientos de la costa.

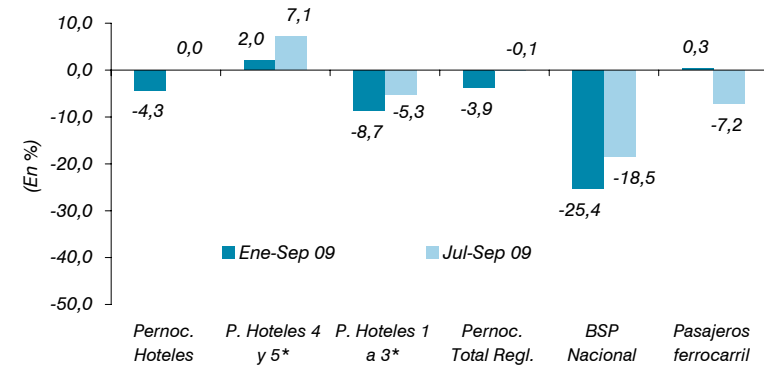
El acceso a una oferta en algunos casos a precios de saldo en algunos subsectores derivado de la guerra de precios presente en hoteles de mayor categoría y agencias de viaje

Indicadores de volumen de demanda nacional
(Tasa de variación interanual trimestral)



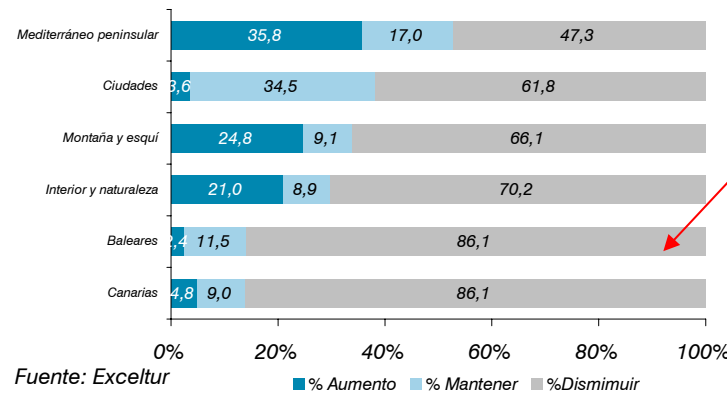
— Viajeros en total aloja. regl. — BSP — Pernoctaciones total aloja. regl.
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH y EOAP,

Indicadores de los viajes de los turistas españoles por España*
(Tasa de variación interanual 2009-2008)



* Datos de alojamiento extrahotelero y transporte pasajeros hasta agosto
Fuente: Exceltur a partir Encuestas Ocupación del NE y UNAV

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje en destinos nacionales III Trimestre 2009



Fuente: Exceltur

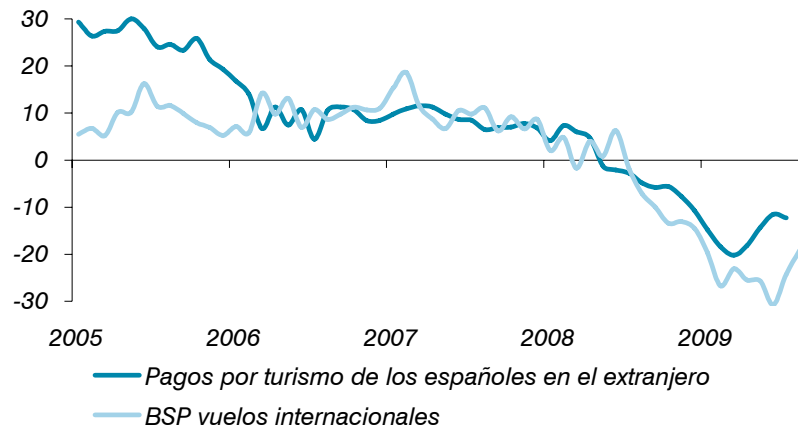
Los viajes a Baleares y Canarias han sido dentro de los destinos españoles los más perjudicados por el comportamiento de la demanda nacional

DEMANDA ESPAÑOLA

VIAJES AL EXTRANJERO

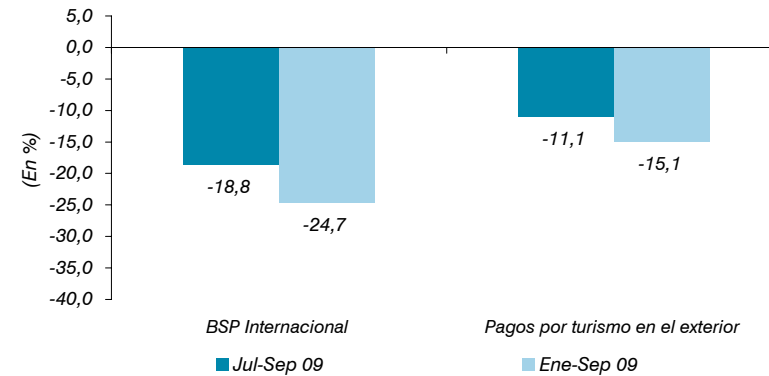
Los viajes de los españoles a destinos internacionales y su gasto asociado han seguido descendiendo de forma intensa en los meses de verano, si bien algo más moderada que en el primer semestre, por cuanto se compara con un verano de 2008 que ya comenzó a evidenciar una contracción de demanda.

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



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Banco de España e IATA

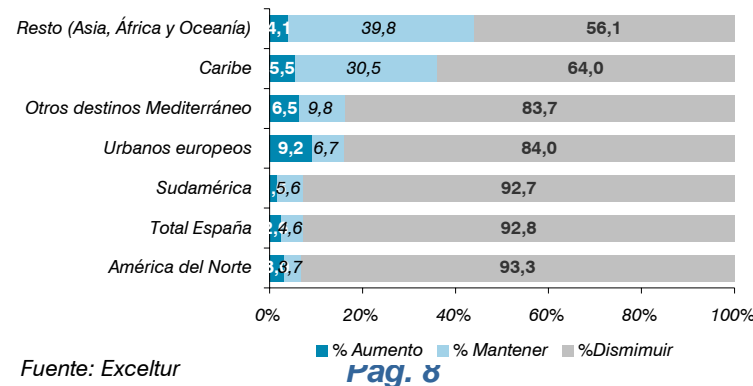
Indicadores de los viajes de los turistas españoles en el extranjero
(Tasa de variación interanual 2009-2008)



Fuente: elaborado por Exceltur a partir AEDAVE y Banco de España.

(*) Pagos por turismo hasta el mes de julio

Comportamiento de las ventas de las Agencias de Viaje
por destinos
III Trimestre 2009



Fuente: Exceltur

Pag. 8

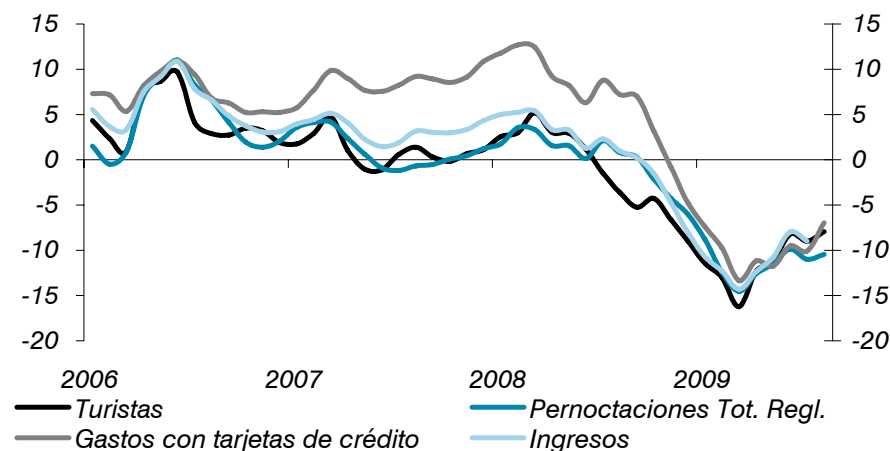
DEMANDA EXTRANJERA

El turismo extranjero a España ha seguido cayendo de forma intensa tanto en volumen como en su gasto en los destinos españoles, muy condicionado por la situación de crisis que siguen sufriendo nuestros principales mercados emisores europeos y, muy especialmente, Reino Unido y Alemania

En julio, agosto y septiembre se ha frenado la ligera moderación en las caídas de los indicadores del turismo extranjero en España que se había apreciado en el segundo trimestre del año. De forma que las caídas de la mayor parte de indicadores oficiales se sitúan en torno al -10,0% en los meses de verano.

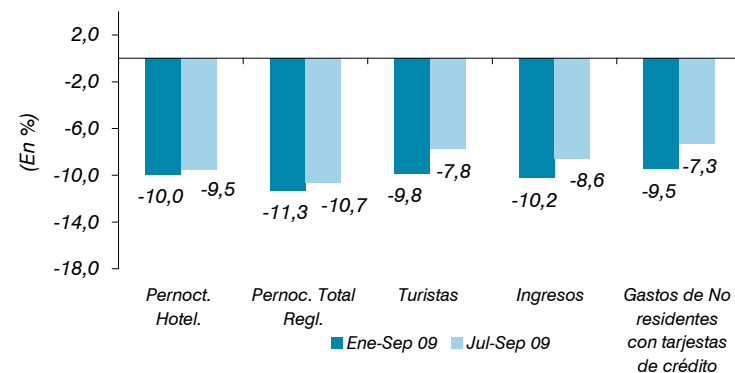
En los meses de julio y septiembre de 2009 a España han llegado 1,5 millones menos de turistas extranjeros respecto al mismo período del verano de 2008, lo que supone la pérdida de 6,8 millones de pernoctaciones en alojamientos reglados, según las estadísticas oficiales.

Indicadores de volumen de demanda extranjera
(Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, EOH y Balanza de Pagos.

Indicadores de demanda EXTRANJERA en 2009 *
(% var 2009/2008)



Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE, Banco de España, IET, SERMEPA y 4b

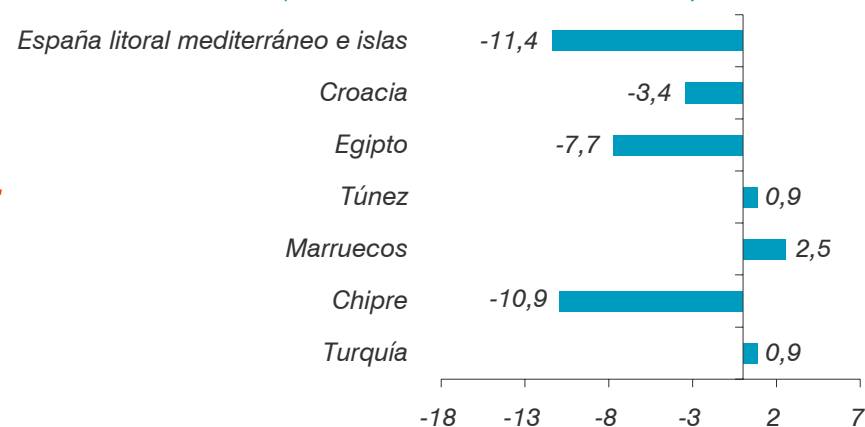
(*) Datos de ingresos hasta julio y de alojamiento extrahotelero hasta agosto

El impacto de la crisis económica presente en nuestros principales mercados emisores se sigue reflejando en España con mayor intensidad que en los principales competidores del segmento de sol y playa en términos de llegadas de turistas extranjeros, que no tanto en ingresos.

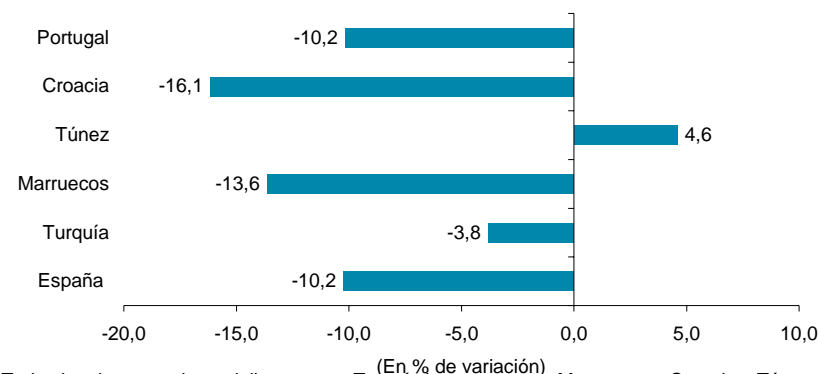
Turquía ha mantenido sus niveles de llegadas de turistas extranjeros del pasado año, Egipto sufre una caída en la llegada de turistas del -7,7%, mientras los países del norte de África consiguen incrementar el número de turistas en lo que llevamos de 2009.

La caída porcentual de los ingresos por turismo extranjero en España se sitúa en la media de los competidores del Mediterráneo de los que se dispone de información; mejor que Croacia y Marruecos, pero con caídas más intensas a las de Turquía y de Túnez que los ha visto crecer

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo
(% Crec. 2009/2008 acumulado*)



Ingresos por turismo extranjero
España frente a sus principales competidores del Mediterráneo Oriental
Var % 2009-2008



(En % de variación)
Todos los datos son hasta julio, excepto Turquía hasta agosto y Marruecos, Croacia y Túnez hasta Junio

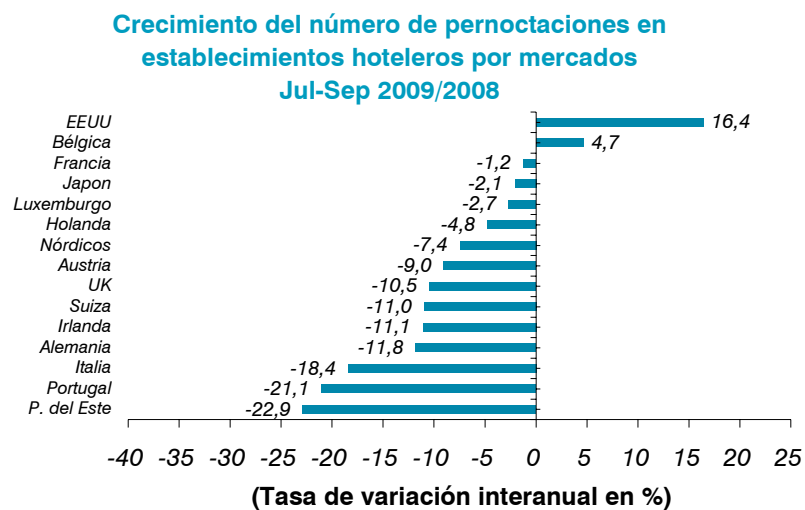
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de los datos de los Bancos Centrales de los

La caída de la demanda extranjera hacia España en verano ha seguido concentrándose en los que siguen siendo los dos principales mercados para el turismo español: Por ese orden Alemania y Reino Unido.

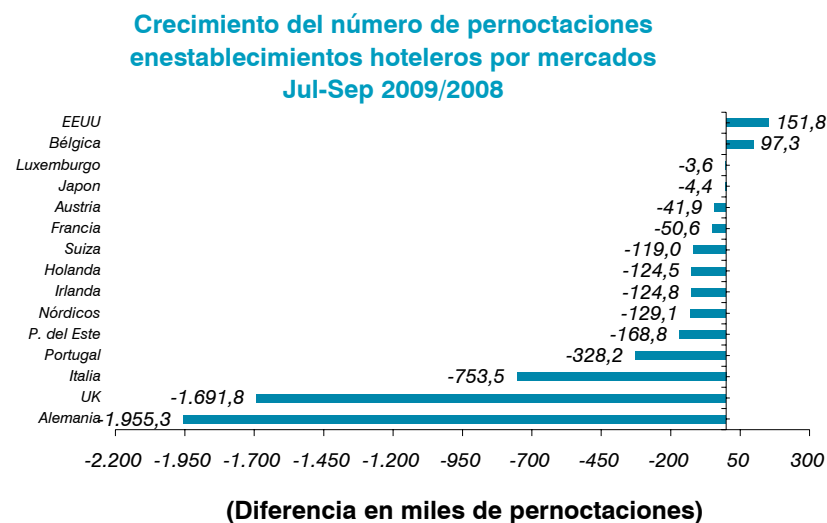
El descenso agregado de ambos mercados entre julio y septiembre, por encima del -11% en el caso Alemán y del -10% en el caso Británico, ha supuesto la pérdida de 3,6 millones de pernoctaciones en hoteles españoles, lo que supone más del 63% de la pérdida de demanda en estos tres meses de 2009, respecto al mismo período de 2008.

El turismo nórdico, que venía sosteniendo la afluencia en algunos destinos españoles, ha acabado viéndose afectado por la crisis y desciende un -7,4%, mientras los mercados del este con Rusia a la cabeza caen mostrando una fuerte contracción, a tasas superiores al -20%

En este verano de 2009 ha destacado el fuerte aumento porcentual del turismo procedente de Estados Unidos, con un aumento del 16,4% en término de pernoctaciones hoteleras en España, que revierte así la caída del -14,9% que acumulaba hasta el mes de junio.



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

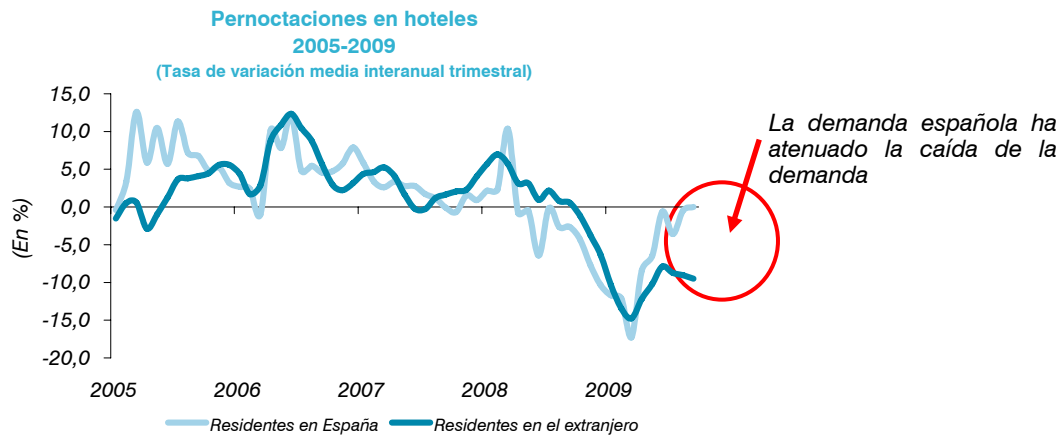


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

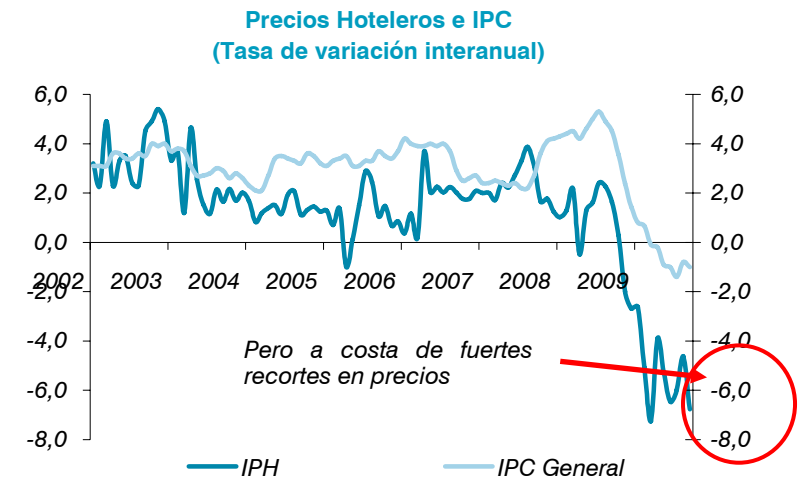
ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Los meses de verano no han permitido revertir la caída en las ventas y resultados de los hoteles españoles. Si bien la caída del volumen de demanda se ha suavizado, ésta se ha conseguido gracias a una fuerte contracción en los precios, por la extendida estrategia de ofertas y descuentos que se han ido intensificando a medida que la demanda no ha respondido. Ésta dinámica ha llevado a vender en ocasiones a precios de saldo vía promociones de último minuto.

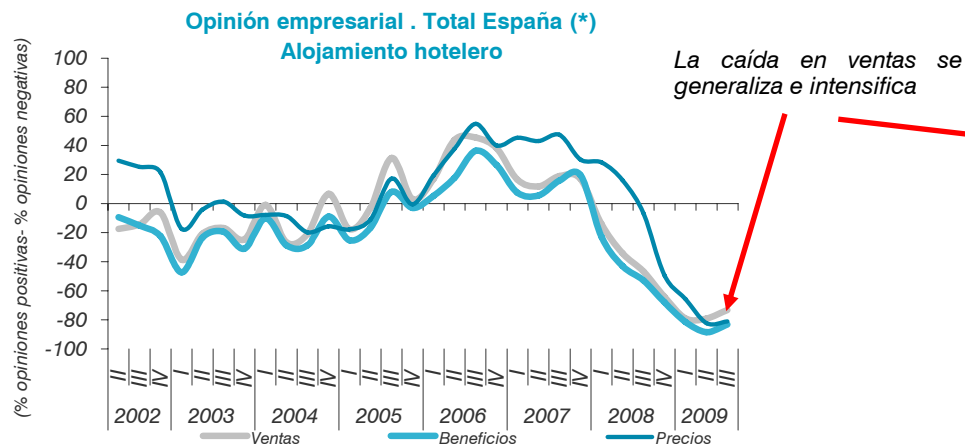
El 84,5% de los hoteleros españoles manifestaban en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR haber cobrado precios en el tercer trimestre de 2009 inferiores a los del verano de 2008, cifrando el IPH del INE dicha caída en el -5,8%.



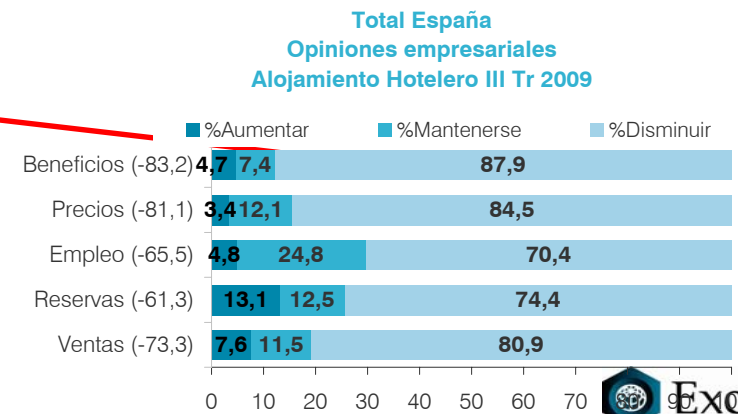
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir IPC, IPH (INE)



Fuente: EXCELTUR

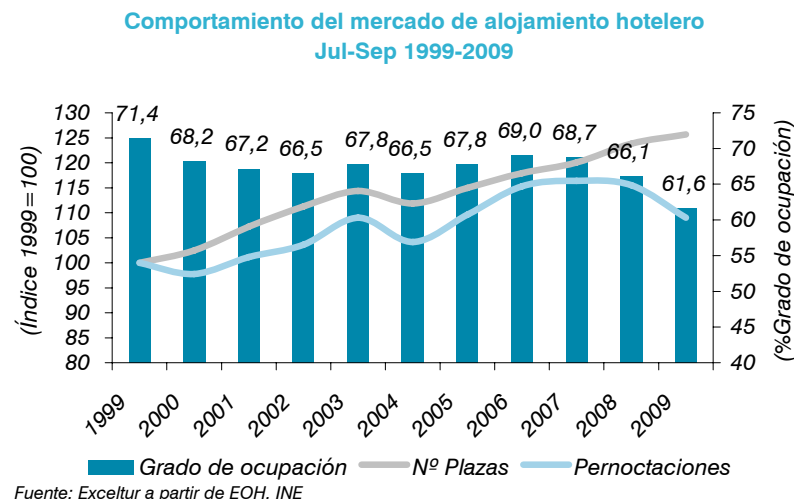


Fuente: EXCELTUR

Los niveles de ocupación en verano se sitúan en mínimos históricos

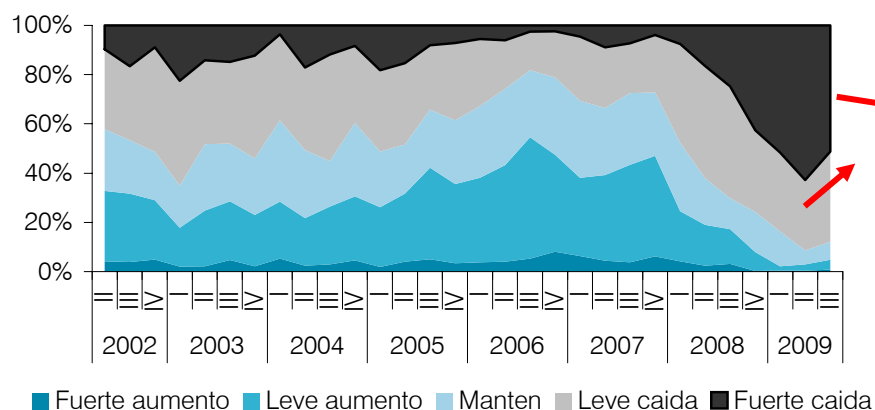
Los meses de julio, agosto y septiembre, tradicionalmente los calves de la temporada alta, se han cerrado con una ocupación media en la planta hotelera española del 61,6%, lo que lo sitúa 10 puntos por debajo de los máximos alcanzados en 1999 y más de seis puntos menos que los de hace apenas dos años, según datos de la EOH del INE.

Este resultado se alcanza por el doble efecto de caída de la demanda y continuado incremento de plazas en el mercado, intensificando la brecha de desajuste

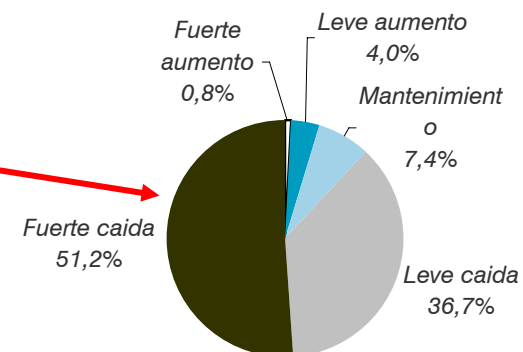


Con esta doble tijera que acentúa la situación de sobre oferta, especialmente en algunas ciudades, los resultados han vuelto a descender de manera generalizada e intensa. El 87,9% de los hoteles ha visto mermar sus resultados este verano, con un 51,2% que lo caracterizaba de fuerte, porcentaje algo inferior al del segundo trimestre de 2009

Total España Opiniones empresariales sobre los beneficios Alojamiento Hotelero

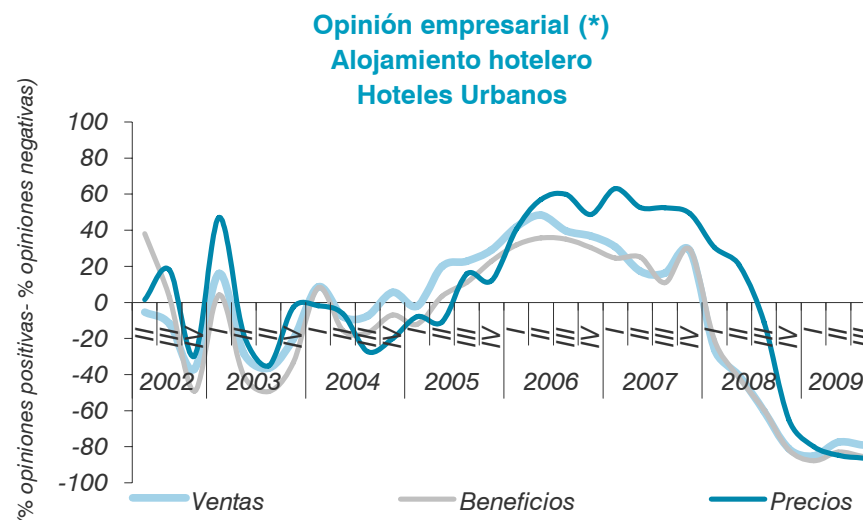
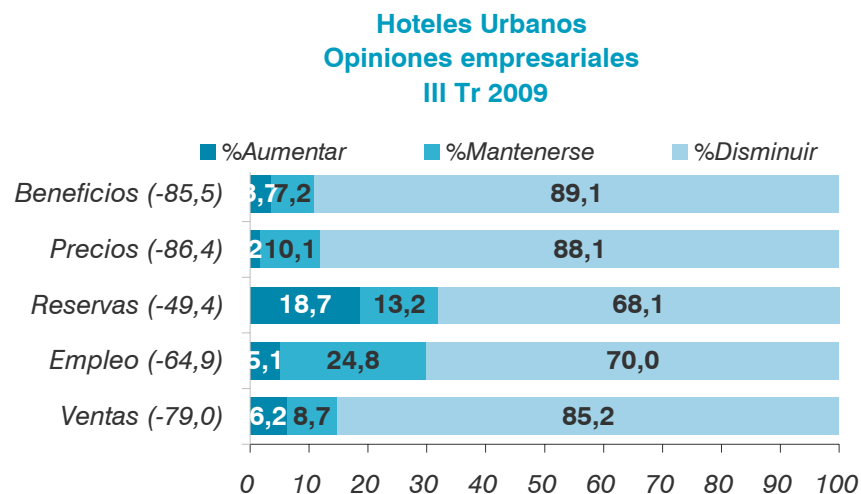


Opinión empresarial sobre los beneficios Alojamiento hotelero. IIITr 2009

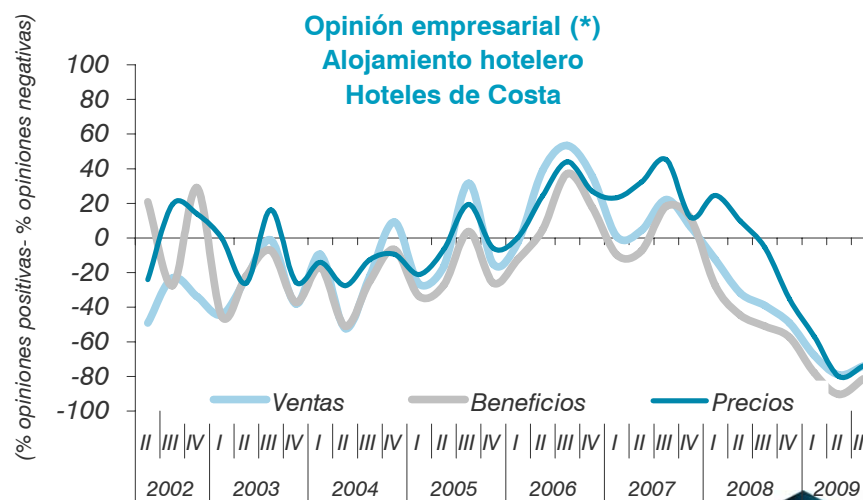
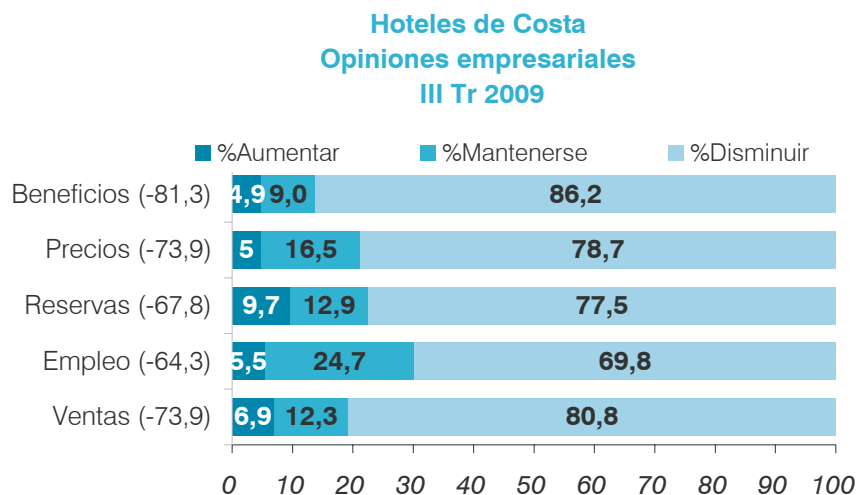


Los hoteles urbanos son los que más han sufrido frente a los vacacionales de las costas con respecto al mismo periodo del año anterior.

Hoteles urbanos



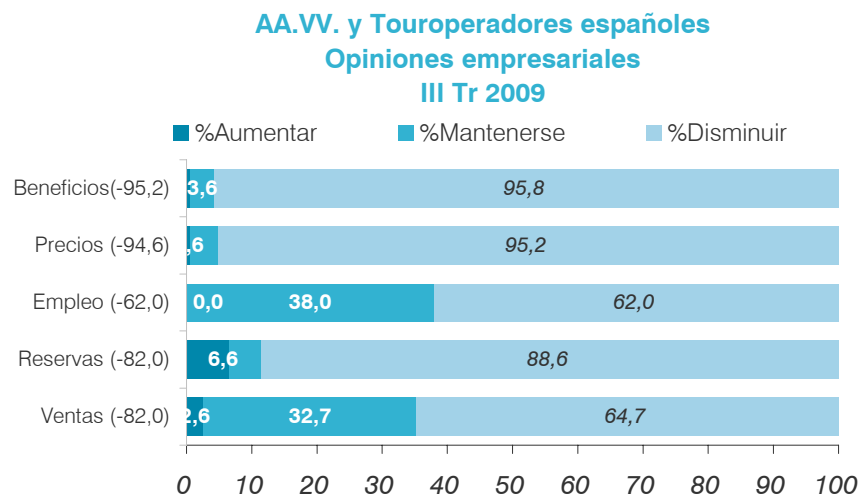
Hoteles vacacionales de costa



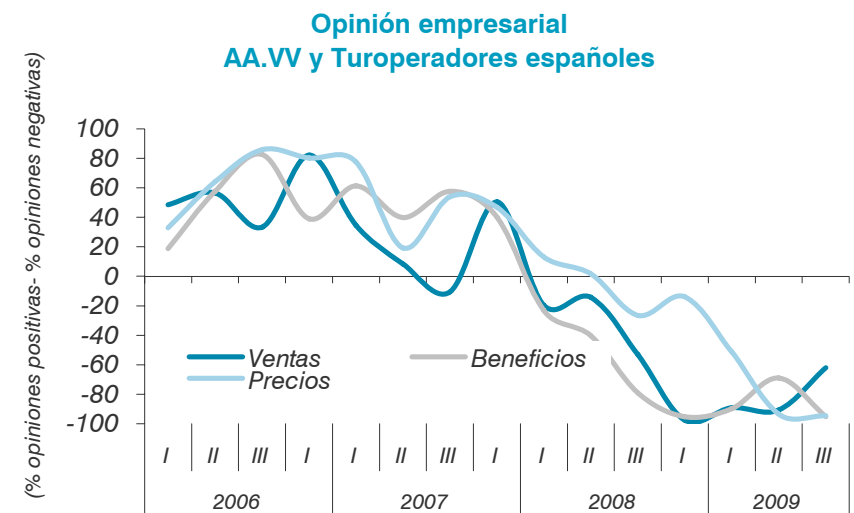
GRANDES GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES Y TOUOPERADORES

Las agencias de viajes, particularmente muchas pequeñas e independientes, se han visto afectadas por el escenario de contracción del consumo de viajes. La respuesta de los españoles a la crisis ha condicionado los resultados de las empresas de distribución de viajes. El cambio de orientación hacia el disfrute de casa de familiares y amigos, el uso del coche y la preferencia por destinos de proximidad y de menor coste como los viajes de interior a zonas rurales y a las playas de la costa peninsular ha reducido la demanda de las agencias de viajes y, especialmente, de los viajes de mayor margen como los de larga distancia, las semanas en el Caribe, las escapadas a destinos urbanos europeos y los viajes a los archipiélagos de Baleares y Canarias.

Como consecuencia de esta tendencia y de la generalizada guerra de tarifas que se ha vivido durante el verano por el crecimiento exponencial de la venta de último minuto y la agresiva campaña de ofertas de uno de los principales grupos de agencias de viajes españolas, seguida por otros muchos, **el 95,8% de los grandes grupos de agencias de viajes ha reducido sus resultados respecto al verano de 2008, con el consiguiente cierre de puntos de venta y ajuste de plantillas (-5,9% los afiliados en septiembre de 2009 respecto al mismo mes de 2008).**



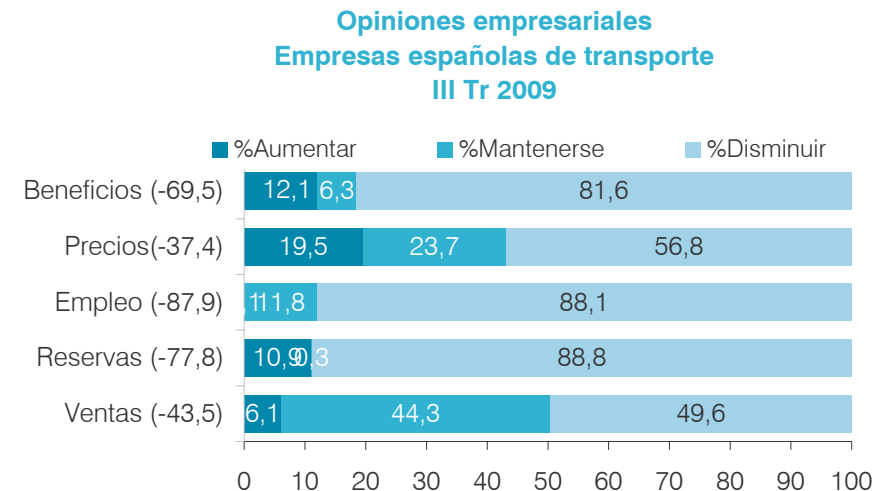
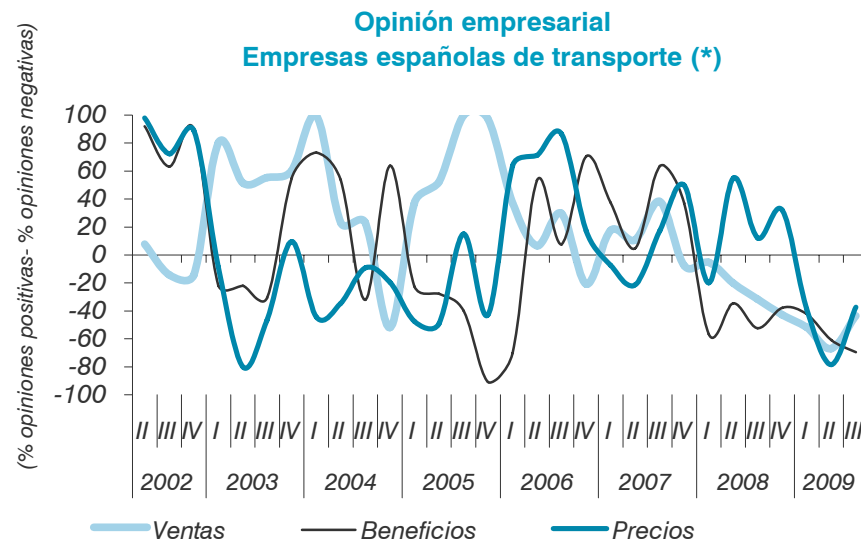
Fuente: EXCELTUR



EMPRESAS DE TRANSPORTE

El balance empresarial del tercer trimestre de 2009 continua siendo desfavorable para las líneas aéreas, a pesar de la ralentización de la caída en los volúmenes de pasajeros, mientras el AVE y la larga distancia de RENFE ha empezado también a registrar caídas de demanda, tras aguantar durante el primer semestre del año.

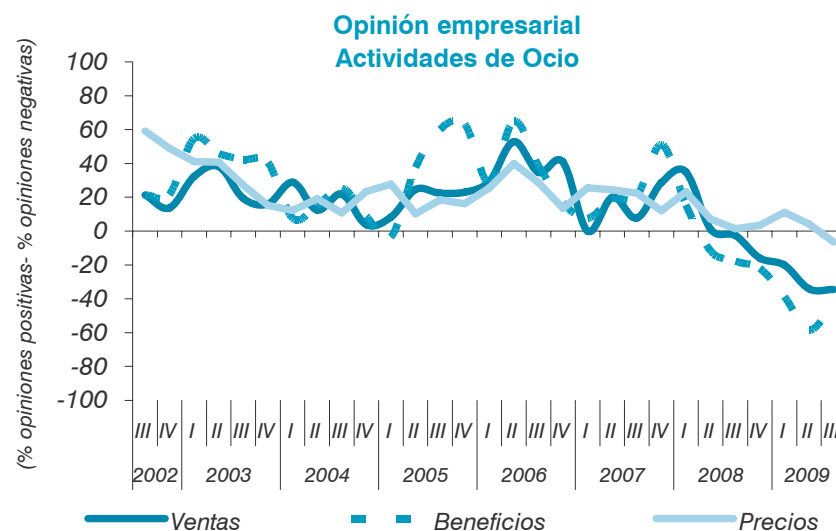
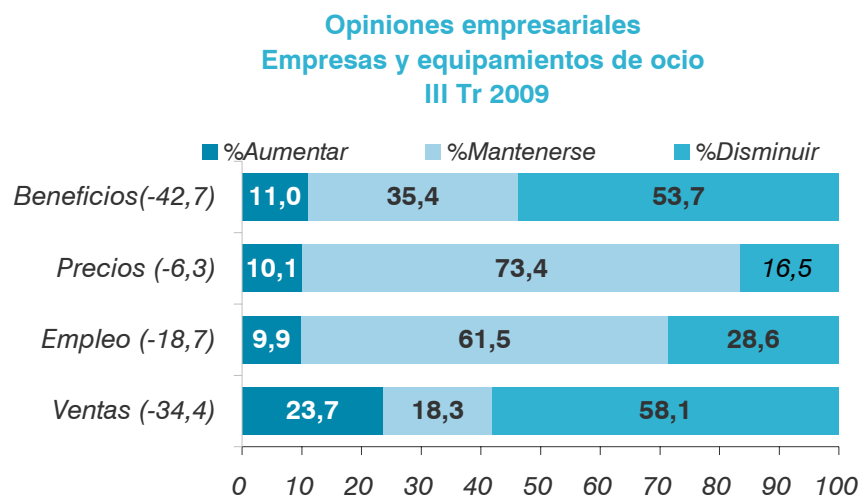
Las compañías aéreas españolas han sufrido también las consecuencias de la menor demanda y la reducción de sus tarifas y, en consecuencia de los ingresos medios por pasajero. A pesar de las políticas de reajuste de la flota, de costes, de rutas y de frecuencias por su menor demanda, **los beneficios se han reducido de manera muy importante, hasta el punto que la mayor parte de ellas ha presentado pérdidas**, salvo alguna mas especializada en el segmento vacacional integrada en un gran grupo turístico y las que decidieron no contratar coberturas por el precio del petróleo.



EMPRESAS DE OCIO

Las empresas relacionadas con el ocio y entretenimiento (museos y monumentos y parques de ocio) continúan resistiendo mejor el escenario de crisis. Este verano al igual que durante el segundo trimestre de 2009 se han favorecido de los mayores viajes de proximidad de los españoles y la sustitución de las escapadas por el disfrute del ocio en su lugar de residencia.

Esta tendencia junto con el buen tiempo ha beneficiado a los parques de ocio, mientras los resultados de los campos de golf han sido negativos, así como los de la oferta cultural presente en destinos más dependientes de la demanda extranjera.



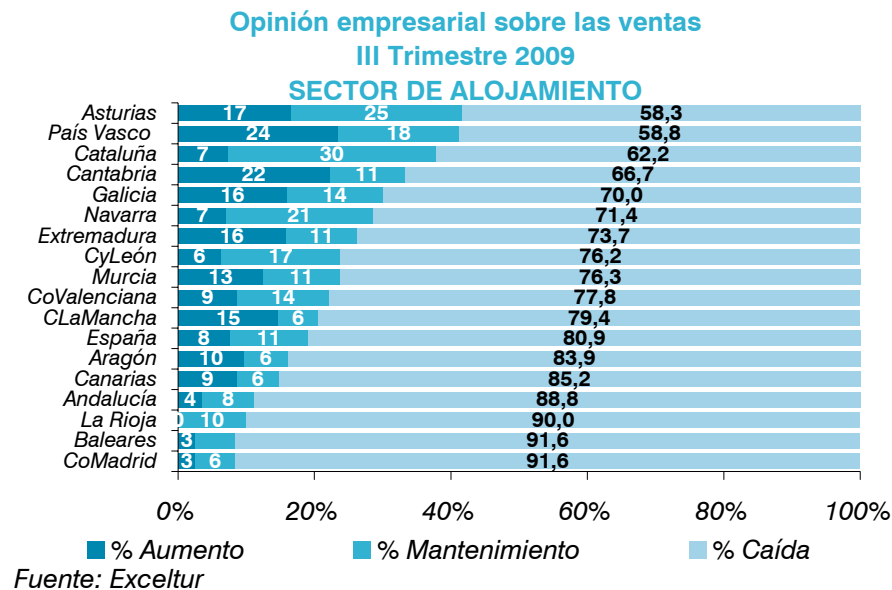
RESULTADOS POR DESTINOS

Las comunidades autónomas del cantábrico (especialmente Asturias y País Vasco), más dependientes de la demanda española junto con Cataluña, La Rioja y Navarra son las que han sufrido menos durante este verano

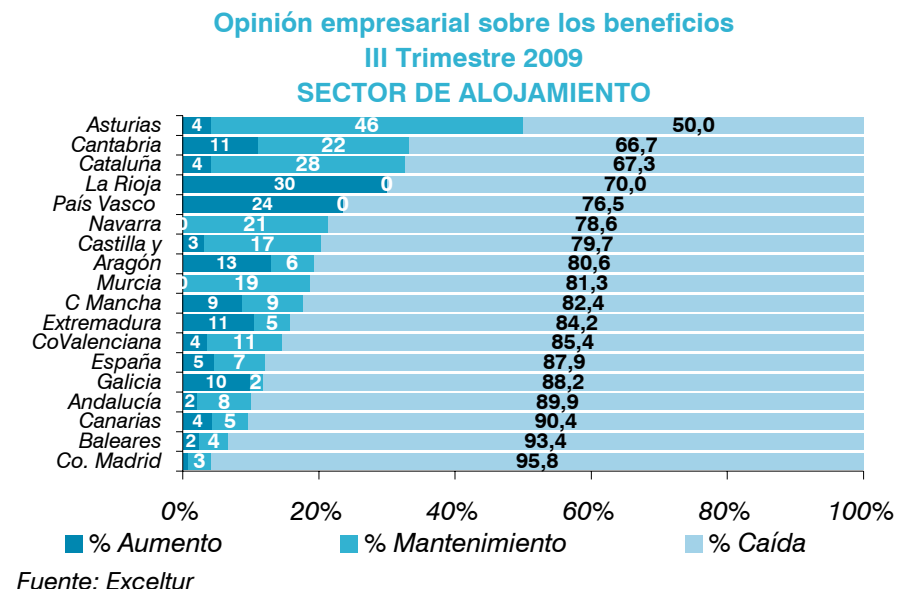
Los efectos de la contracción del turismo de negocios y las escapadas de fin de semana han colocado a Madrid como la comunidad con un balance empresarial más desfavorable en este verano de 2009

Baleares y Canarias junto con Andalucía han sufrido igualmente con mayor intensidad los efectos de la caída de la demanda extranjera, muy especialmente en el caso de las islas, lo que ha producido una generalizada caída en las ventas y resultados en cerca del 90,0% de las empresas turísticas localizadas en sus territorios

VENTAS



BENEFICIOS



Perspectivas para el cuarto trimestre y el conjunto del año 2009

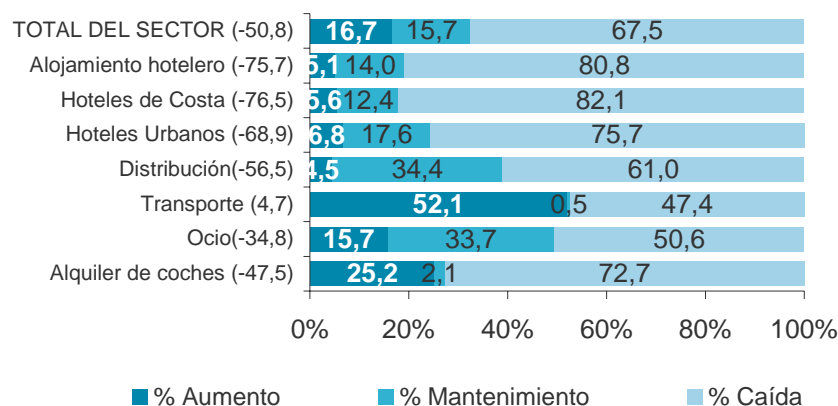
PREVISIONES PARA EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO: NULA VISIBILIDAD

Los empresarios turísticos españoles anticipan un cuarto trimestre del año 2009 muy incierto marcado por una nueva contracción de sus ventas y resultados, aunque con caídas porcentualmente menos intensas por cuanto se comparan con unos meses de 2008 que ya sufrieron los negativos avatares de la crisis económica materializándose en el inicio de la tendencia de descenso que se ha intensificado en 2009.

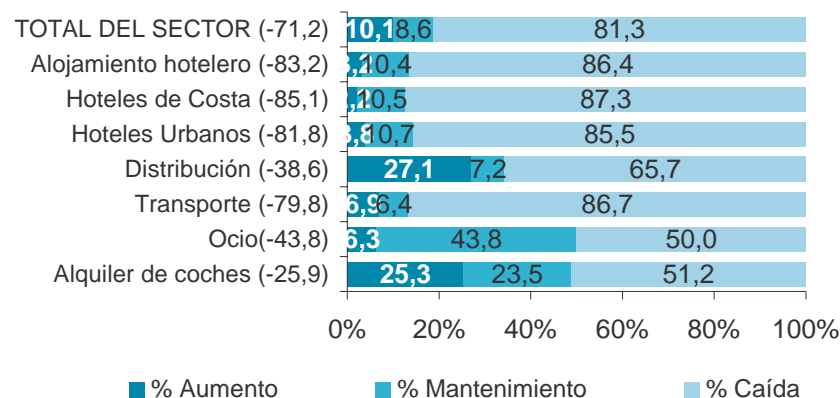
Las expectativas recogidas en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur a cierre del mes de septiembre de 2009 anticipan para el cuarto trimestre de 2009 nuevas caídas en las ventas, en el 67,5% de las empresas turísticas, y de los resultados, en un 81,3% de los casos.

Sólo algunas empresas de transporte esperan una recuperación leve de los volúmenes de pasajeros, que en cualquier caso no estiman se traduzca en un aumento de sus resultados

Opinión empresarial
sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS
para el cuarto trimestre de 2009



Opinión empresarial
sobre la evolución de las BENEFICIOS PREVISTOS
para el cuarto trimestre de 2009

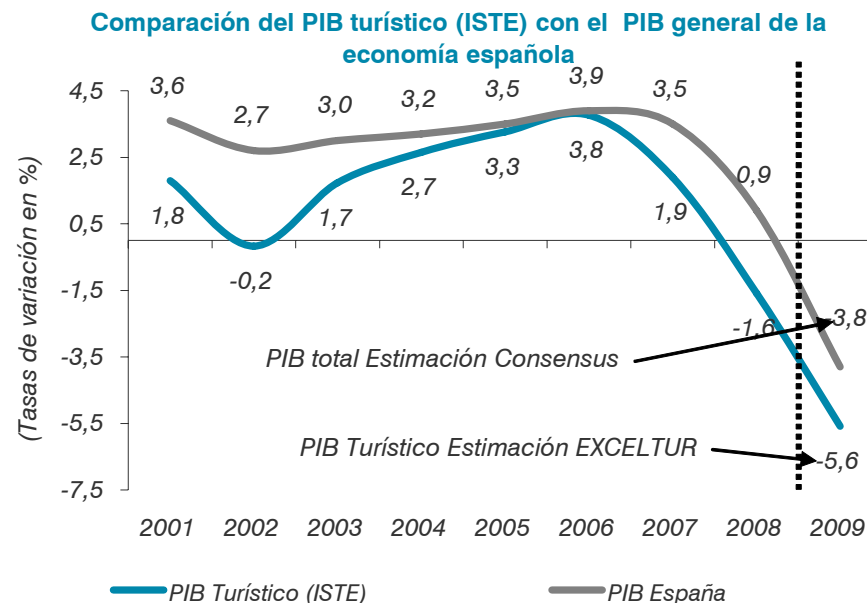


PREVISIONES PARA EL CIERRE DE 2009

El verano se ha comportado acorde con nuestro cuadro de previsiones anteriores, de forma que mes a mes se ha cumplido la evolución esperada de las principales variables turísticas.

En un escenario en el que no se esperan cambios sustanciales en el comportamiento socioeconómico de nuestros principales mercados emisores para el último trimestre del 2009, **seguimos manteniendo el cuadro de previsiones que presentamos en el mes de abril y que reconfirmamos en julio, que estima una caída del PIB Turístico del -5,6% en el conjunto del año, lo que supondría el noveno año consecutivo de desempeño del sector turístico por debajo del conjunto de la economía española.**

Sólo en la distribución por mercados modificamos nuestras previsiones esperando un comportamiento algo mejor del mercado español y algo más negativo del extranjero.



PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL

	2004	2005	2006	2007	2008	2009p)
	%	%	%	%	%	%
ISTE (PIB turismo)	2,7	3,3	3,8	1,9	-1,6	-5,6
Ingresos por turismo reales (*) (balanza de pagos-mill. euros)	-0,5	1,9	1,2	-1,0	-4,8	-10,1
Ingresos por turismo/ turistas reales (*) (euros)	-3,2	-4,5	-2,8	-2,4	-1,9	-2,1
Total llegada turistas extranjeros	-2,8	-2,8	-2,8	0,8	-2,5	-8,2
Pernoctaciones hoteleras	2,9	4,6	6,4	1,8	-1,0	-6,8
Residentes en España	9,6	0,0	6,1	1,3	-2,8	-3,5
No residentes	-1,6	6,8	6,6	2,1	0,4	-9,2

(p) Previsiones Exceltur

(*) Deflactada con la rúbrica de turismo del IPC

Fuente: Exceltur, IET, INE, Banco de España