

# Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2011 y perspectivas para el verano y el conjunto del año 2011

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 14 de julio de 2011

- Se desacelera el dinamismo de la actividad turística mostrado en el primer trimestre del año, por la contracción de la demanda española, que ha neutralizado parte del creciente repunte de demanda extranjera. El PIB turístico en el segundo trimestre experimenta un 1,9% de crecimiento interanual versus el 2,4% del primer trimestre.
- La volatilidad de expectativas sobre el devenir a corto plazo de las economías y tendencias de consumo de algunos mercados europeos (España, Portugal e Italia) y la creciente atonía del mercado español, **bajan los niveles de confianza del conjunto de empresarios turísticos, desde el valor 27 con que cerró el primer trimestre al 8,6 en el segundo trimestre.**
- La mejora coyuntural de la actividad turística en términos de mayor facturación, **no se traduce aún, y en promedio de todo el sector, en una clara mejoría de los márgenes empresariales, sujetos a continuas subidas de costes** (energéticos y laborales) que condicionan los ritmos de creación de un mayor y mejor empleo, limitados a su vez por la exigua reforma laboral.
- **Los resultados empresariales varían sustancialmente por subsectores y destinos según sea el origen de su demanda** : más alentadores y crecientes los del litoral mediterráneo y las islas (particularmente los de los hoteleros), por el gran peso de la demanda externa, que los de interior, aún menguantes por la atonía de demanda española de la que son muy dependientes. Las empresas de transporte experimentan una sustancial caída en sus resultados por el incremento del precio del petróleo.
- **El excepcional crecimiento de la demanda extranjera sigue asociado y de manera progresiva, a la aún menor propensión de la demanda extranjera de viajar a Egipto, Túnez y Marruecos.** Se consolida la tendencia de estar recibiendo en España un creciente perfil de turistas vacacionales de Sol y Playa, más propios de esos destinos: paquetizados, con estancias más largas y con preferencia por alojamientos de categoría superior con precios muy ajustados.
- Bajo estos condicionantes de demanda, las expectativas de cara al verano, período para el que se espera una tendencia similar, reflejan que **sólo un 35,9% de las empresas turísticas españolas anticipan un nuevo y moderado incremento en sus ventas respecto del mismo periodo en 2010 y un 46,8% en sus resultados para el tercer trimestre de 2011.**
- A pesar de una progresión de la demanda extranjera, mayor de la prevista, **mantenemos nuestras previsiones de crecimiento del PIB hasta el 2,2% para el conjunto de 2011** (aún casi el triple del promedio de previsto para el conjunto de la economía española) por los efectos contrarios en cuanto a actividad generada, que se derivan de la mayor debilidad de la demanda española

## Balance empresarial del segundo trimestre de 2011

- **Se desacelera el dinamismo de la actividad turística en España en el segundo trimestre del año**. Se mantiene un intenso avance de la demanda extranjera, lastrado por un retroceso en la demanda española. **El PIB turístico registró en el segundo trimestre de 2011 un incremento interanual del 1,9% (versus un 2,4% en el primer trimestre) según el Indicador Sintético del Turismo Español (ISTE) de Exceltur.** A pesar de esta desaceleración, el turismo sigue ejerciendo de elemento dinamizador de la economía española, para la que el consenso de las casas de análisis estima una variación interanual del 0,6% para los meses de primavera de 2011.
- La preocupación sobre el comportamiento de la demanda española, cuya incidencia sobre el resultado de las empresas turísticas se acentúa a medida que se aproximan los meses de verano (*muy particularmente para destinos del interior*), y el complejo escenario macroeconómico en Europa, se han concretado en un aumento de las incertidumbres y una **caída de los niveles de confianza de los empresarios turísticos en el ecuador de 2011.** Al cierre de la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR el pasado 1 de julio de 2011, el Indicador de Clima Empresarial retrocedía intensamente hasta un valor de 8,6, desde el valor de 27,0 que registraba en el primer trimestre del año.
- **El segundo trimestre de 2011 ya evidencia una disparidad de afluencia según los mercados de origen de demanda:** La extranjera ha seguido creciendo con intensidad, en particular en el litoral e islas, por **la continuada y menor propensión de la demanda extranjera de viajar aún a Egipto y Túnez** (con caídas del 40,3% y 45,2% entre los meses de marzo y mayo) **y Marruecos,** junto a unas más favorables condiciones macroeconómicas (Alemania y Francia, en particular junto a Rusia) dentro de la creciente volatilidad de los mercados, mientras el mercado interno acusa crecientes síntomas de debilidad.
- La caída de la renta disponible **de los españoles** en un contexto de nuevo aumento del desempleo y creciente incertidumbre sobre el devenir de la economía española y europea ha vuelto a deteriorar los niveles de confianza interna, lo que junto a la comparación interanual de un segundo trimestre de 2010 impulsado al alza por el adelanto de reservas ante la subida del IVA de julio, se ha traducido en **una caída de su consumo turístico en la primavera de 2011.** El total de pernoctaciones en alojamientos reglados de los españoles se reduce un 3,8% en el acumulado marzo-mayo de 2011 respecto a 2010 (*datos que estimamos se acentuarán en junio*), las pernoctaciones en hoteles experimentan una caída interanual del 4,1% en el mismo período y el BSP desciende un 1,8%.

- **Las empresas no pueden trasladar al mismo ritmo el impulso de la demanda extranjera a sus resultados, por el efecto de la congelación en los precios y el fuerte aumento de sus costes.** La mayor parte de las empresas turísticas españolas (53,6%) incrementaron sus ventas en el segundo trimestre de 2011. La contención de precios, sobre todo en los subsectores con mayor sobreoferta y más vinculados a la demanda española, junto al fuerte incremento de los costes, especialmente los energéticos por el incremento del precio del petróleo y el repunte de los costes laborales, han impedido la mejora en resultados (cae en el 34,6% y se mantiene en el 33,1% de las empresas turísticas).

Los precios de los hoteles españoles han caído entre marzo y mayo un 0,6% según el INE, al igual que los de las actividades de ocio (-0,5% entre marzo y junio) y sobre todo, las empresas del alquiler de coches. Sólo los precios de las agencias en la primavera de 2011 han crecido levemente (0,6% entre marzo y junio) por la reducción de capacidades. En el caso del transporte aéreo, si bien el IPC recoge subidas de las tarifas respecto al consumidor final, se trata de las derivadas de los sobrecargos por carburante, que no han servido para compensar la subida de los costes energéticos a las compañías, lo que ha supuesto caídas en los ingresos y márgenes unitarios finalmente percibidas.

- **Los resultados empresariales del segundo trimestre de 2011 son muy disímiles entre los diferentes subsectores de la cadena de valor turística atendiendo a sus condicionantes de demanda y ámbitos operativos:**
  - Los hoteles de costa en los destinos con una elevada presencia de demanda extranjera son el único subsector que consigue que el incremento en ventas se traslade a una mejora de los resultados durante el segundo trimestre de 2011, a pesar de la presión de los costes.
  - Los hoteles urbanos mejoran sus ventas gracias al buen comportamiento del turismo de negocios y el dinamismo de la demanda extranjera en las grandes ciudades, pero ven contraídos sus resultados por la sobreoferta y la presión a la baja sobre sus precios, unido a un fuerte aumento de sus costes (laborales, energía, etc.).
  - Los grandes grupos de agencias de viajes españoles suben de forma generalizada sus ventas en el segundo trimestre de 2011 al volver a beneficiarse de reestructuración de cuotas de mercado por la continuada desaparición de pequeñas agencias y puntos de venta individuales, pero con márgenes unitarios más reducidos, que mantiene los resultados en los niveles del mismo período de tiempo de 2010.
  - Las compañías de transporte de pasajeros, salvo RENFE, experimentan una intensa caída de sus resultados como consecuencia de la elevación de los costes de carburante y la presión sobre los precios. La recuperación que se observa en el transporte aéreo se concentra en los tráficos y conexiones intercontinentales y no tanto en las nacionales. Las empresas de alquiler de vehículos siguen experimentando una presión a la baja en sus precios que no les permite mejorar márgenes.
  - Las empresas relacionadas con el disfrute del ocio (campos de golf, museos y monumentos, parques temáticos) experimentan en la primavera de 2011 una mejora de afluencia, pero sufren el retroceso del gasto en destino, sobre todo del mercado español, que sigue condicionando la recuperación de sus resultados. Parques de ocio y campos de golf se benefician del mayor volumen demanda extranjera en la costa y los museos y monumentos de la recuperación de las escapadas urbanas.
- **Los principales mercados emisores europeos, Reino Unido y Alemania,** con crecimientos en sus pernoctaciones hoteleras superiores al 10% entre marzo y mayo de 2011, **los turistas nórdicos** (24,1%), **suizos** (40,3%), **italiano** (+19,9%) y **francés** (+13,3%) con más presencia en la estructura de demanda de los países afectados por la inestabilidad en el Norte de África en el caso de Francia y en Egipto aunque en menor medida en el caso de Italia, junto a la fuerte afluencia de **rusos** (+66,3%) al mejorar la gestión de concesión de visados y la recuperación del **americano** (+13,7%), explican el excepcional comportamiento de la demanda extranjera agregada en España en el segundo trimestre de 2011.
- **Las empresas turísticas de Baleares y Canarias, así como algunos destinos de litoral de la Costa del Sol (Marbella y Benalmádena), Costa Blanca (Benidorm) y Costa de la Luz de Cádiz, han sido los principales beneficiados del repunte de la demanda extranjera. Las grandes ciudades (Valencia, Barcelona y en menor medida, Madrid), Bilbao y Málaga cierran el segundo trimestre con una mejora en sus resultados debido al repunte de la actividad de negocios y las escapadas urbanas de hogares europeos, A este grupo se unen ciudades costeras como Santander, Alicante, Cádiz y San Sebastián. Mientras, las empresas turísticas de los destinos de interior y de la España Verde se resienten por la debilidad de la demanda española de la que dependen en gran medida.**

## **Expectativas empresariales para el tercer trimestre (verano) y previsiones para el conjunto de 2011**

- Las expectativas empresariales para los meses del verano de 2011 se ven de nuevo muy condicionadas por el comportamiento esperado de la demanda según mercados de origen, con diferencias notables entre subsectores, empresas y destinos. El impulso de la demanda extranjera revertirá en una **mejora en las ventas y resultados empresariales en los hoteles de costa, y muy especialmente en los localizados en Canarias y Baleares,** y en la **mayor parte de grandes grupos de alquiler de coches,** especialmente en aquellas con una elevada presencia en las islas. En el resto de los destinos vacacionales tradicionalmente de demanda española, los empresarios mantienen sus incertidumbres a expensas de un posible tirón de reservas de último minuto. Los **grandes grupos de agencias de viajes anticipan una leve mejora en sus resultados** para el tercer trimestre de 2011 de la mano de un incremento de los ingresos medios unitarios por el ligero aumento de los precios a pesar del modesto comportamiento que descuentan de demanda. **Las compañías aéreas y empresas de alquiler de coches mas pequeñas no esperan revertir en verano la tendencia de caída de ventas y resultados** ya experimentada en el primer semestre del año.
- **Con esas expectativas y ante escenarios internacionales cada vez mas volátiles, tan sólo un 35,9% de las empresas turísticas españoles esperan un nuevo y moderado incremento en las ventas y un 46,8% en los beneficios para el tercer trimestre de 2011.**
- **Con la incertidumbre de hasta cuando fluirá la demanda externa, adicional y eminentemente vacacional de Sol y Playa, prestada dados los infortunios ajenos, mantenemos nuestras previsiones de crecimiento del PIB turístico** y sobre la base que se mantenga hasta final del año para el conjunto del año 2011, junto a la progresiva recuperación de algunas economías europeas, y que compensará el peor comportamiento que anticipamos de la demanda española. Concretamente, **el PIB turístico crecerá un 2,2% en el conjunto de 2011,** y más del triple del crecimiento esperado por los analistas para la economía española (0,7% al cierre de año).