

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del año 2011
y perspectivas para 2012

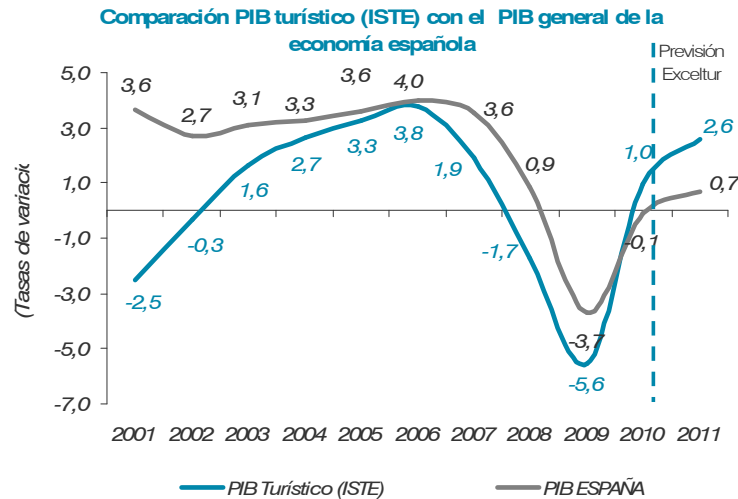


Balance empresarial de 2011

ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2011

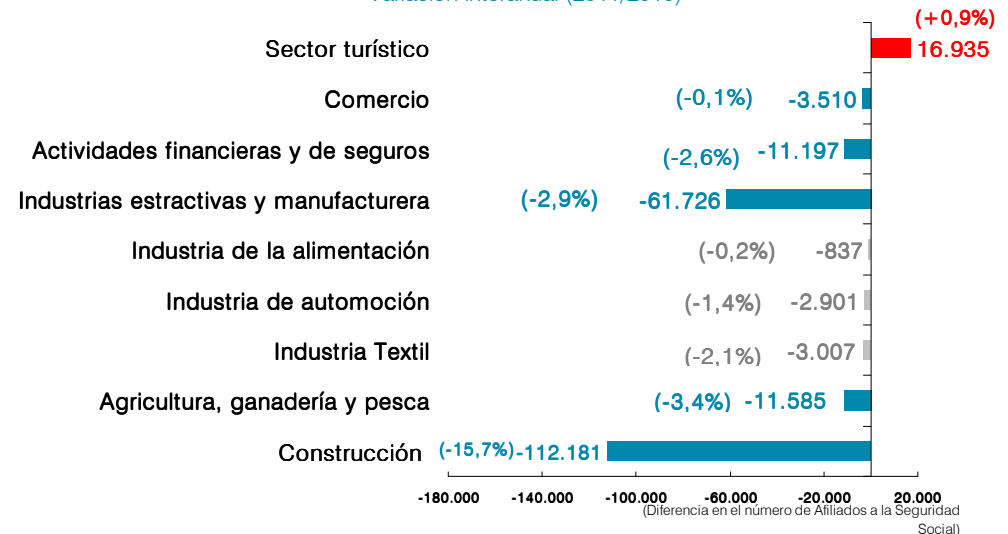
Estimamos que 2011 ha cerrado con un notable incremento de la actividad turística (PIB Turístico) en España del 2,6%. Es decir un crecimiento en 2011 casi cuatro veces más que el conjunto de la economía española (Estimado en un 0,7%, según el consenso de analistas).

A pesar de los factores atípicos que han explicado mayoritariamente este favorable comportamiento, debido fundamentalmente a la demanda extranjera prestada, el turismo vuelve a demostrar su **capacidad para ejercer de motor de la recuperación**. Este crecimiento ha permitido la generación en 2011 de 2.678 millones de euros reales más de actividad turística que en 2010 y una creación neta de 17 mil puestos de trabajo en promedio a lo largo del año, destacando como el único sector de la economía española que ha creado empleo en 2011.



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

Comportamiento del empleo en España por Sector de Actividad
Variación interanual (2011/2010)

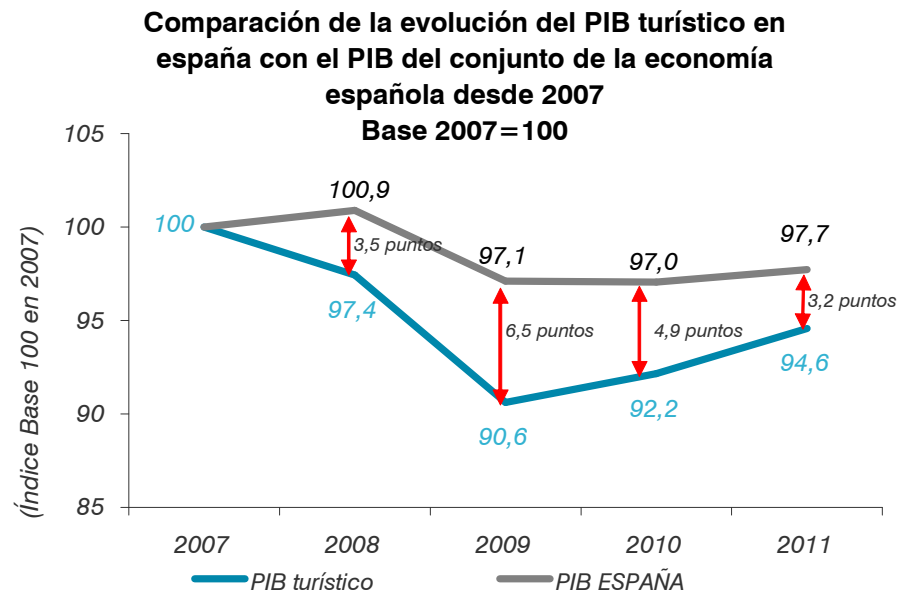


Fuente: Exceltur a partir del Instituto de Estudios Turísticos (IET) y Seguridad Social (datos Afiliados Medios por mes y CNAE-2009)

ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2011

El repunte positivo de los dos últimos años (*En 2010 por el efecto rebote tras la gran caída de 2009 y en el atípico 2011, por su asociación con la redistribución de flujos turísticos desde otros países del mediterráneo oriental*) sólo ha servido para recuperar parte de la intensa pérdida de actividad turística sufrida en 2008 y 2009.

- Al concluir el año 2011 todavía nos encontramos un 5,4,% por debajo de los valores del PIB turístico en términos reales que se lograron en el 2007, mientras la posición del conjunto de la economía española es un 2,3% inferior respecto al conjunto del PIB registrado en ese año.



Supone 6.075 millones de euros de pérdida de actividad en términos reales desde el año 2007, aún sin recuperar

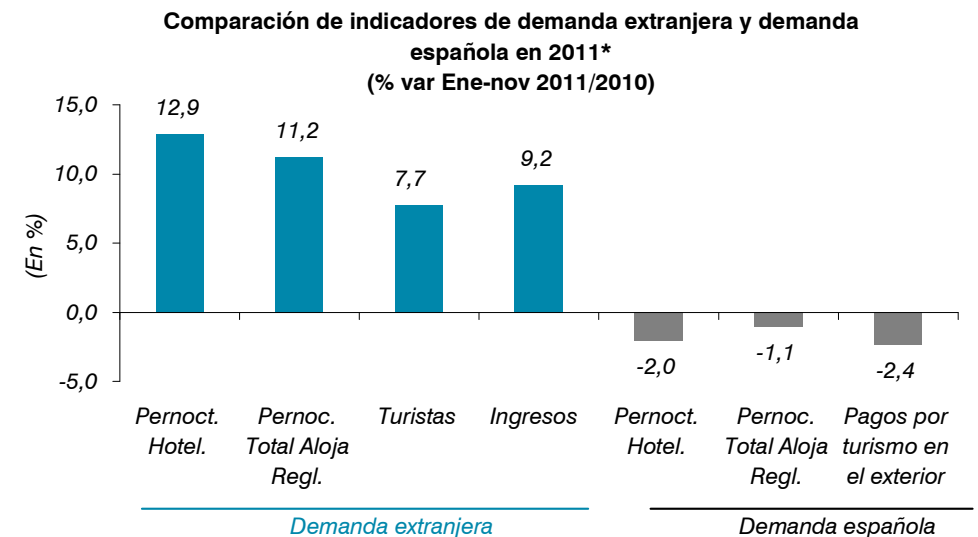
Fuente: INE hasta 2010 PIB Turístico, hasta 2010 PIB Total Economía, previsiones de Exceltur de PIB turístico para 2011 y e Consensus Forecast para 2011 del PIB de España

ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2011. Principales factores explicativos

La demanda extranjera ha explicado en exclusiva el crecimiento del PIB turístico durante 2011, mientras se aprecia una contracción de la demanda española, que se ha ido acelerando a medida que ha avanzado el año.

Los diversos indicadores, que recogen las tendencias de viajes de los **extranjeros** en España, se sitúan en el acumulado del año hasta noviembre, en **crecimientos próximos al 10%** (7,7% los turistas, 9,2% los ingresos y 11,2% las pernoctaciones en alojamientos reglados).

La gran mayoría de indicadores que recogen las tendencias de la **demanda turística de los españoles**, que suponen un 50% del consumo turístico realizado en España, se sitúan en caídas **cercanas al 2,0%**



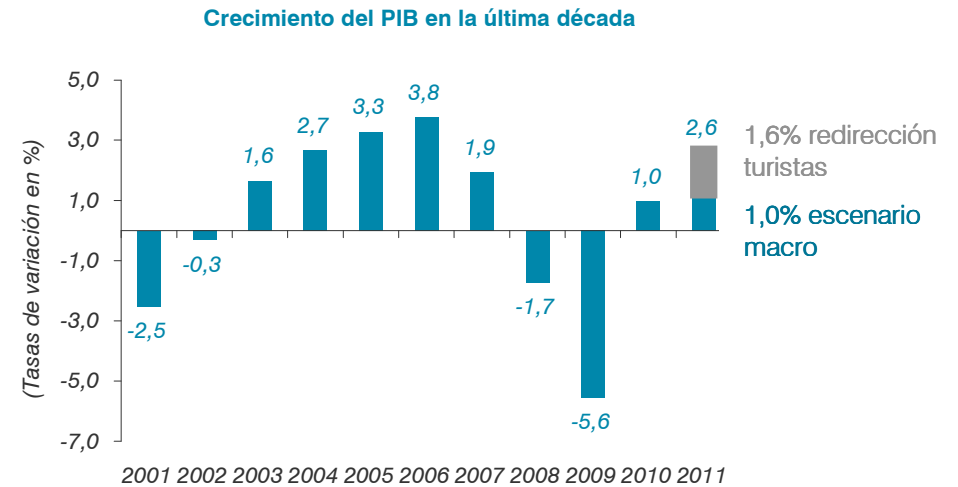
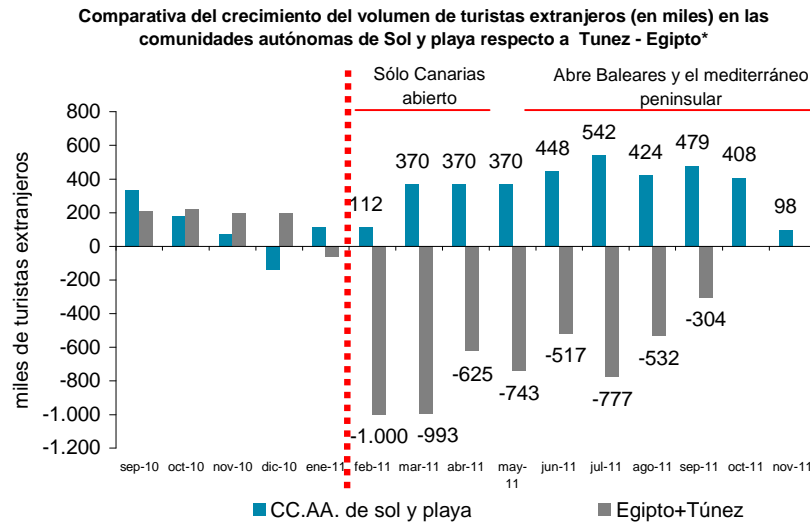
(* Datos de ingresos de extranjeros y pagos exteriores de españoles hasta noviembre, salvo ingresos y pagos de balanza de pagos hasta octubre)

Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE, Banco de España, IET

ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2011. Principales factores explicativos

La demanda extranjera en España se ha favorecido de un escenario macroeconómico más propicio hasta después del verano, pero, sobre todo, por los turistas que han optado por España ante la inestabilidad presente en Egipto y Túnez (que en 2010 habían recibido 14,7 y 6,9 millones de turistas extranjeros, respectivamente).

En nuestras estimaciones de crecimiento del 2,6% del PIB turístico español al cierre de 2011, eminentemente vinculado a la demanda extranjera, 1,6 puntos se deben a este factor atípico e inesperado de flujos prestados, lo que supone el 65% de todo el crecimiento de la actividad turística producida en España en el ejercicio.



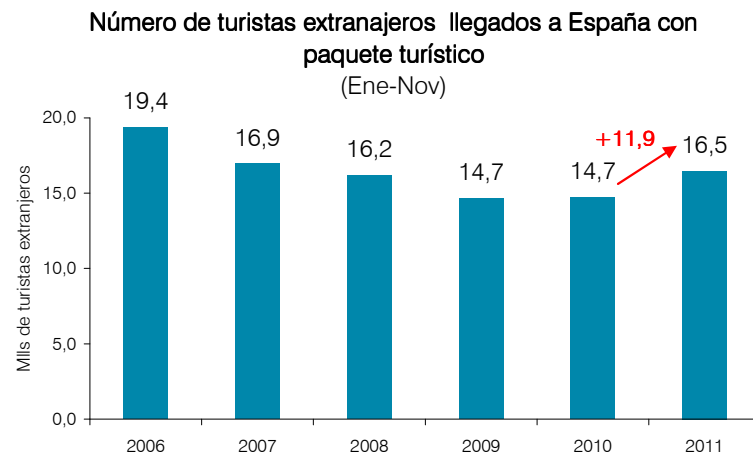
(*) Datos para Egipto y Túnez no disponibles para octubre y noviembre 2011
 (**) para los meses de marzo abril y mayo se ha introducido el crecimiento medio en la medida en que su comparación con 2010 está afectada por el efecto del distinto calendario de la Semana Santa y de la nube de ceniza sufrido en mayo

Fuente: Exceltur, INE y Consensus

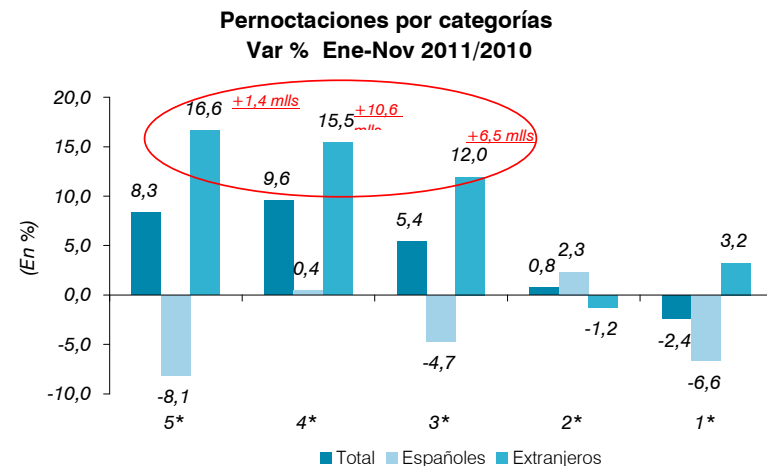
ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2011. Claves de demanda extranjera

El incremento de la demanda extranjera, motivado por el trasvase de turistas prestados de países competidores del Mediterráneo Oriental, se asocia con un perfil de turista que contrata un servicio paquetizado, en hoteles de categoría 4 y 5 estrellas localizados principalmente en destinos del litoral Mediterráneo y las Islas.

- Se rompe la tendencia de los últimos 5 años de caída en el número de turistas extranjeros llegados a España con paquete turístico, con un incremento interanual del 11,9% (1,8 millones de turistas más), perfil que coincide con el de los turistas prestados.
- Los hoteles de 4 y 5 estrellas, los más beneficiados del repunte de la demanda extranjera, explicando el 70% de la mejora en el nivel de pernoctaciones hoteleras registrado en el acumulado de enero a noviembre de 2011.



Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur, IET.

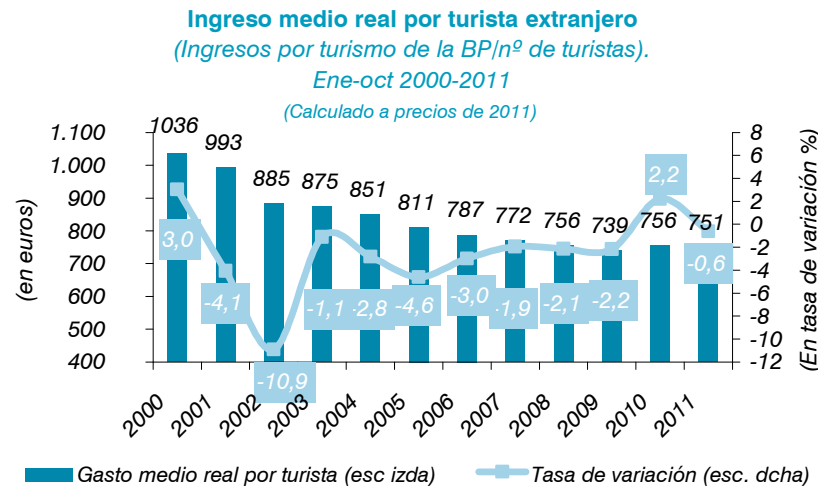


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE

ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2011. Claves de demanda extranjera

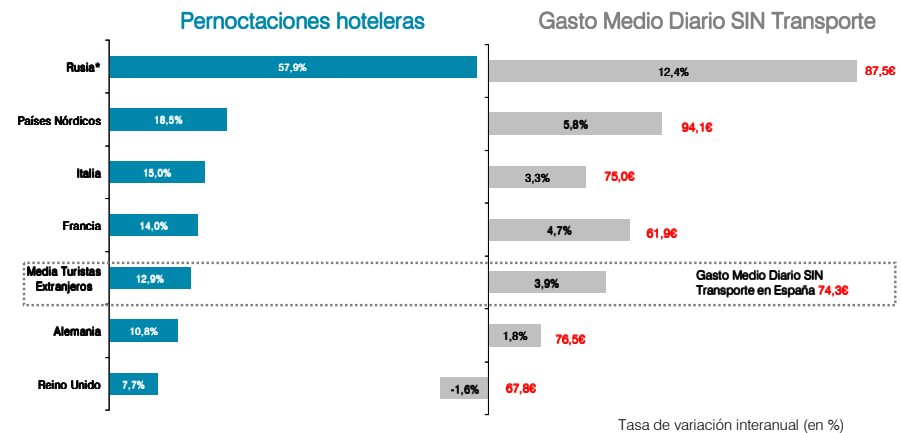
Mejoran los ingresos en divisas por turismo extranjero por el notable incremento de los flujos de demanda y no tanto por un reposicionamiento en mercados y/o en turistas de mayor gasto promedio en destino asociado, salvo en el mercado ruso y nórdico.

- Con datos de la Balanza de Pagos del Banco de España hasta octubre, en 2011 se incrementaron los ingresos por turismo extranjero un 7,3% (en términos reales), sin embargo se contrae el gasto medio real por turista que revierte en España un 0,6%.
- Únicamente turistas procedentes de Rusia y Países Nórdicos muestran un consumo turístico en destino muy superior a la media española (superando los 87€), gracias a un contexto económico favorable y la agilización de los visados en el caso del mercado ruso.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

Comportamiento de la Demanda Extranjera por Mercados Emisores
Tasa de variación interanual (2011/2010)



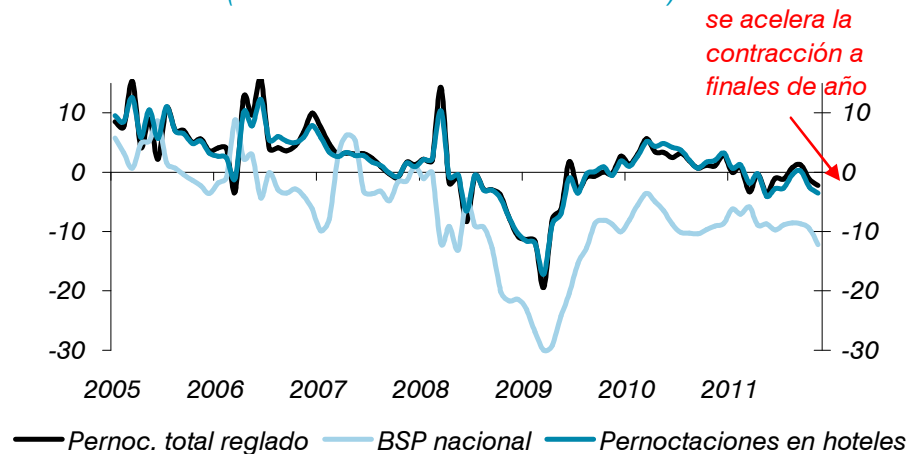
Fuente: Exceltur a partir de Egatur y EOH del INE

* El dato de gasto medio diario sin transporte de Rusia incluye Países del Este de Europa

El consumo turístico de los españoles se contrae en 2011, muy condicionado por la caída general de consumo por pérdida de poder adquisitivo de las familias españolas.

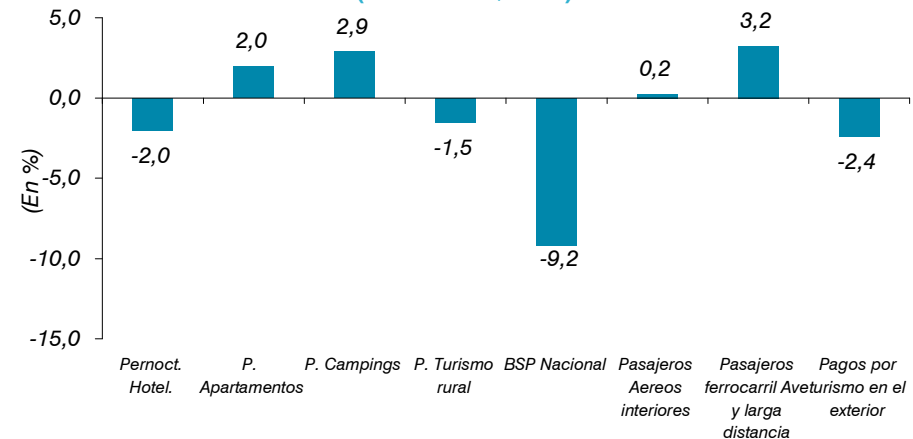
- La disminución de la renta disponible, el incremento del desempleo en España y los bajos niveles de confianza de las familias han debilitado la demanda de productos y servicios turísticos de los españoles, que han tendido en 2011 a concentrar sus viajes en los periodos vacacionales tradicionales (verano, Semana Santa, especialmente) optando por desplazamientos a destinos de proximidad, en tipologías de alojamiento con menor gasto asociado (suben las pernoctaciones en apartamentos y campings).

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



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

Indicadores de demanda española en 2011*
(% var 2011/2010)

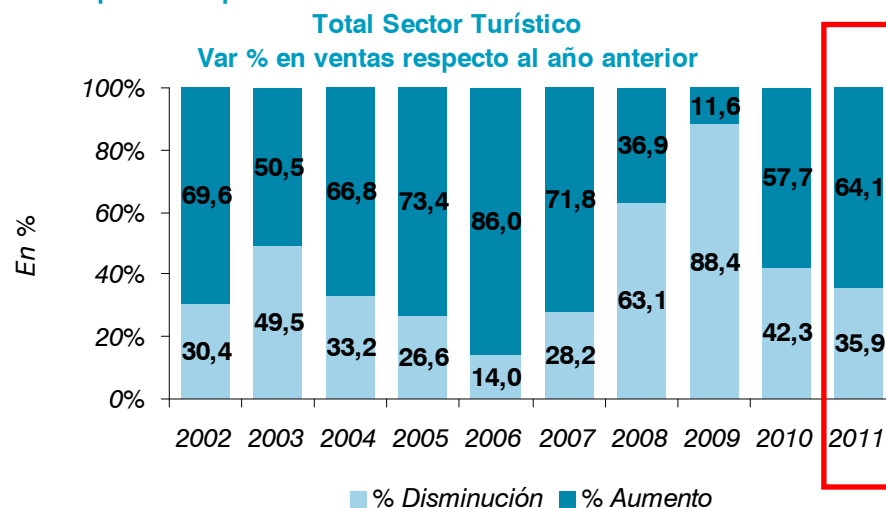


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE), Banco de España, IET
(* Datos de pagos por turismo en el exterior hasta el mes de octubre)

El incremento de la actividad turística ha permitido que el 64,1% de las empresas turísticas españolas hayan incrementado sus ventas en 2011.

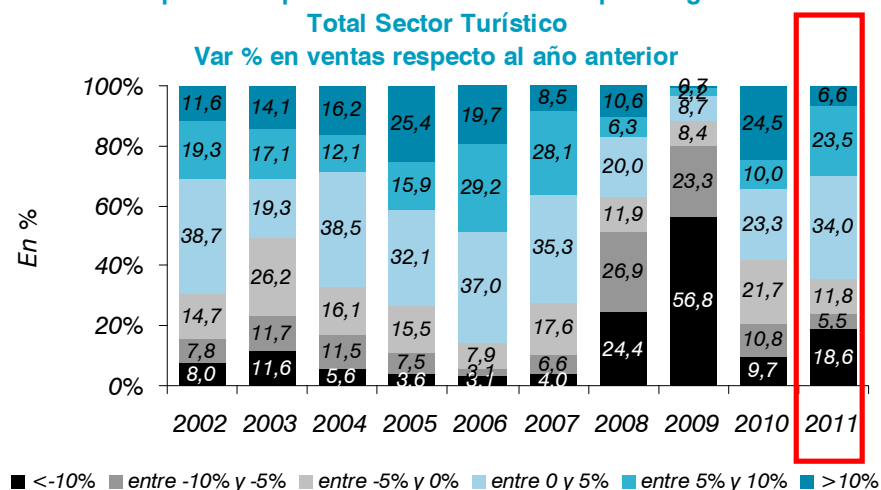
- Un 57,5% cifran el crecimiento de sus ventas en un solo dígito (menos del 10%), mientras que tan solo un 6,6% lo cifra en dos dígitos (>10%). Aún en 2011 un 35,9% de las empresas turísticas españolas, las más asociadas a la demanda interna, han vuelto reducir sus ventas, respecto a los registros de 2010.

Opinión empresarial sobre la evolución anual de las ventas



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

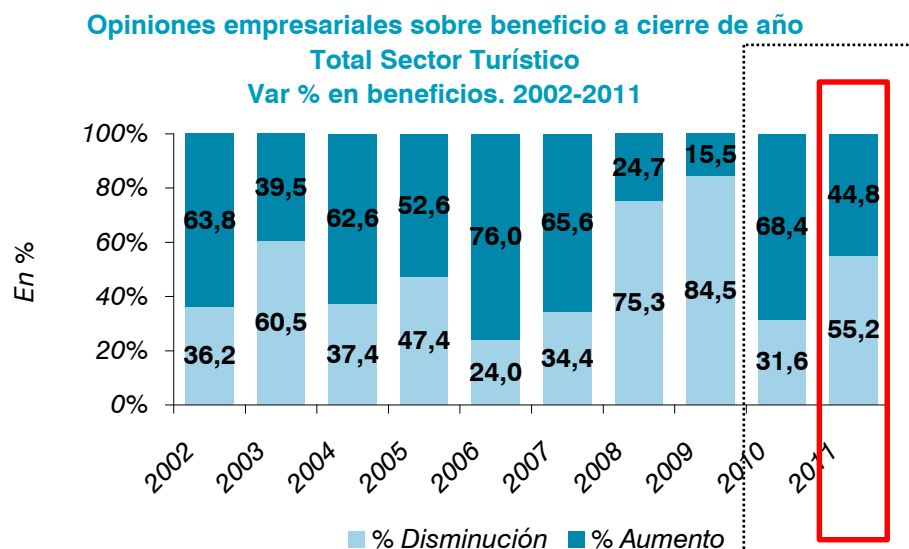
Opinión empresarial sobre las ventas por rangos



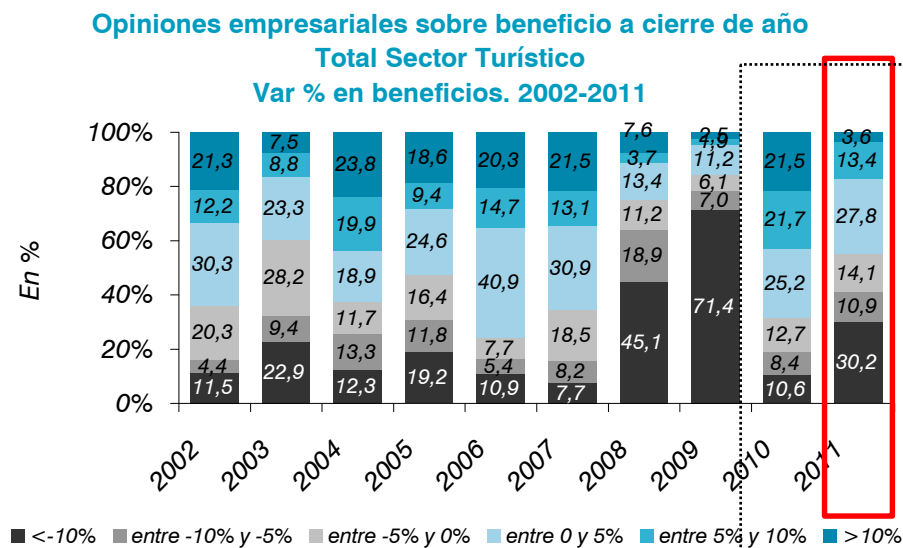
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El incremento en ventas no se ha podido trasladar en la misma intensidad sobre los resultados de las empresas turísticas españolas. La presión y contención de los precios y el fuerte aumento de los costes (un 55,2% refleja nuevas caídas en 2011) han impedido una recuperación más intensa en resultados .

- Tan sólo en el 44,8% empresas turísticas españolas han mejorado beneficios respecto 2010, casi en su totalidad con incrementos inferiores al 10%.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

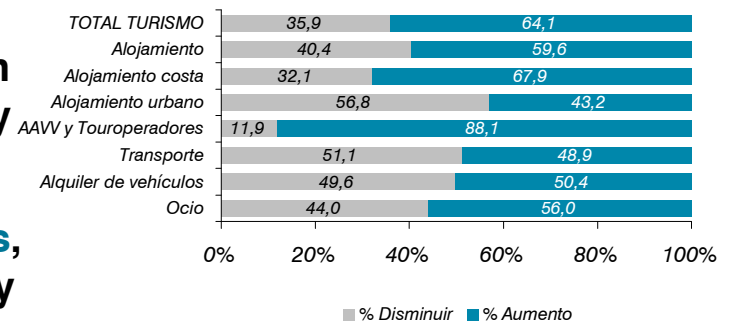
Balance inferior a 2010

BALANCE EMPRESARIAL 2011. Resultados por subsectores (I)

Muy dispares resultados entre las empresas turísticas en España durante 2011 vinculado a los anteriores factores explicativos del desempeño de la actividad turística y el entorno competitivo de cada subsector.

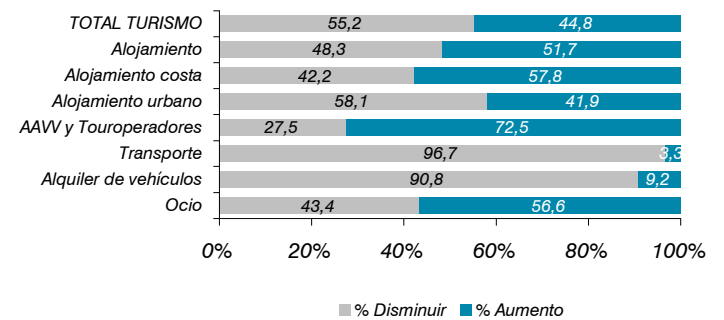
- Los **hoteles de costa** localizados en aquellos destinos más especializados en producto de sol y playa y dependientes de la demanda extranjera cierran 2011 con un mejor balance gracias a incrementos generalizados y notables de ventas (en el 67,9% de los casos, con casi un 15% por encima del 10%) y algo menos intensos en sus resultados.
- Los hoteles de interior, los del norte de España y los **urbanos**, salvo los localizados en Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla y Madrid presentan un balance del conjunto del año negativo, con retrocesos generalizados en facturación y resultados.
- Los resultados empresariales son moderadamente positivos en los **grandes grupos de agencias de viajes**. El acceso a mayor cuota de mercado por el ajuste derivado del continuo cierre de agencias individuales y de pequeños grupos y el efecto comparativo hasta mayo de la desaparición de Marsans, han tenido un ligero mayor impacto positivo, que la caída de la demanda de viajes y gasto de los españoles.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas en 2011 por subsectores
Var % en ventas. 2011/2010



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opinión empresarial sobre la evolución del beneficio en 2011 por subsectores
Var % en beneficios. 2011/2010



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

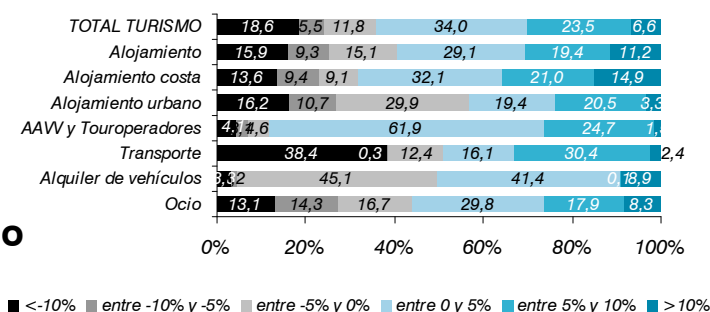
Las empresas españolas de **transporte de pasajeros**, y en concreto las compañías aéreas, obtienen un balance negativo en sus operaciones y resultados en España, fruto del estancamiento de la demanda interna, la sobrecapacidad, las peores condiciones competitivas y el fuerte aumento de los costes (carburante).

Las grandes empresas de **alquiler de coches** se han beneficiado en este 2011 del acceso a una mayor cuota de mercado y del dinamismo de demanda extranjera en las zonas del litoral y la recuperación del turismo de negocio en los tres primeros trimestres del año. El avance en facturación no se ha podido trasladar sin embargo a mejora de resultados por la elevada presión sobre sus precios en un entorno muy competitivo y el incremento de sus costes operacionales.

Heterogéneo balance entre los **prestadores de servicios de ocio**. Las empresas localizadas en las zonas del litoral con elevada presencia de demanda extranjera (**parques de ocio y campos de golf**) y los museos y monumentos en los destinos urbanos más posicionados en los mercados exteriores cierran un favorable 2011. Estaciones de esquí y empresas en zonas, más dependientes de la demanda nacional y su capacidad de gasto, revelan peores resultados.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas en 2011 por subsectores

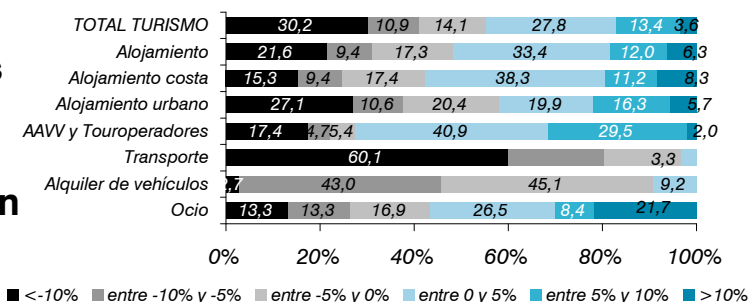
Var % en ventas. 2011/2010



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opinión empresarial sobre la evolución del beneficio en 2011 por subsectores

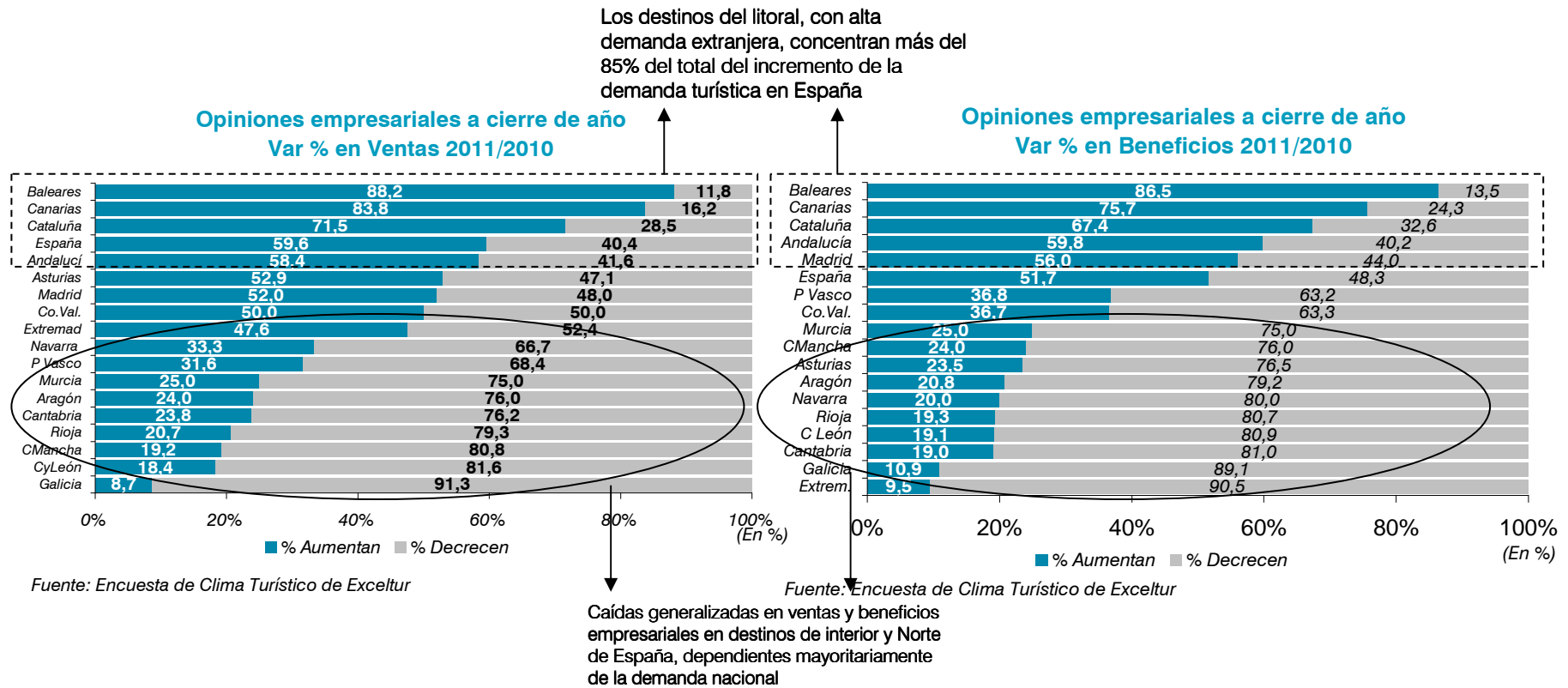
Var % en beneficios. 2011/2010



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

BALANCE EMPRESARIAL 2011. Tendencias por destinos

Baleares, Canarias y, en menor medida, los destinos del litoral de Cataluña (vinculados al tirón de la ciudad de Barcelona), la Costa del Sol y principales ciudades de Andalucía, Madrid y Valencia concentran los mayores aumentos en facturación y beneficios empresariales. Destinos de interior y de la España Verde (especialmente Galicia y Cantabria), los destinos que más caen en 2011.

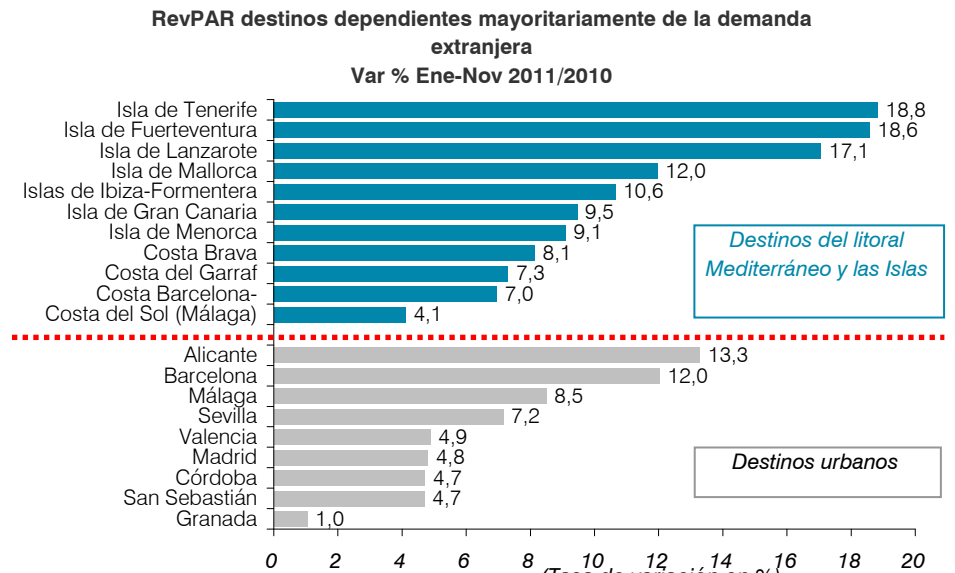


BALANCE EMPRESARIAL 2011. Tendencias por destinos

Los Destinos que mejoran, lo hacen gracias exclusivamente al coyuntural repunte de turistas extranjeros prestados por la inestabilidad geopolítica en el Norte de África

- Incremento en los ingresos turísticos (RevPAR) de las islas (con Mallorca (+12,0%) e Ibiza (+10,6%) en Baleares y Tenerife (+18,8%), Lanzarote (+17,1%) y Fuerteventura (+18,6%) en Canarias, a la cabeza) y, en menor medida, de algunos destinos de costa del litoral Mediterráneo (Salou (+12,4%), Lloret de Mar (+16,4%), Benalmádena (+17,5%), Marbella (5,2%) y Benidorm (9,6%))

Ello ocurre igualmente en ciudades con un posicionamiento internacional como Barcelona (+12,0%), Madrid (+4,8%), Sevilla (+7,2%), Córdoba (+4,7%) y San Sebastián (+4,7%) y aquellas vinculadas al turismo de cruceros, especialmente en Valencia (+4,9%) y Málaga (+8,5%).



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

BALANCE EMPRESARIAL 2011. Tendencias por destinos

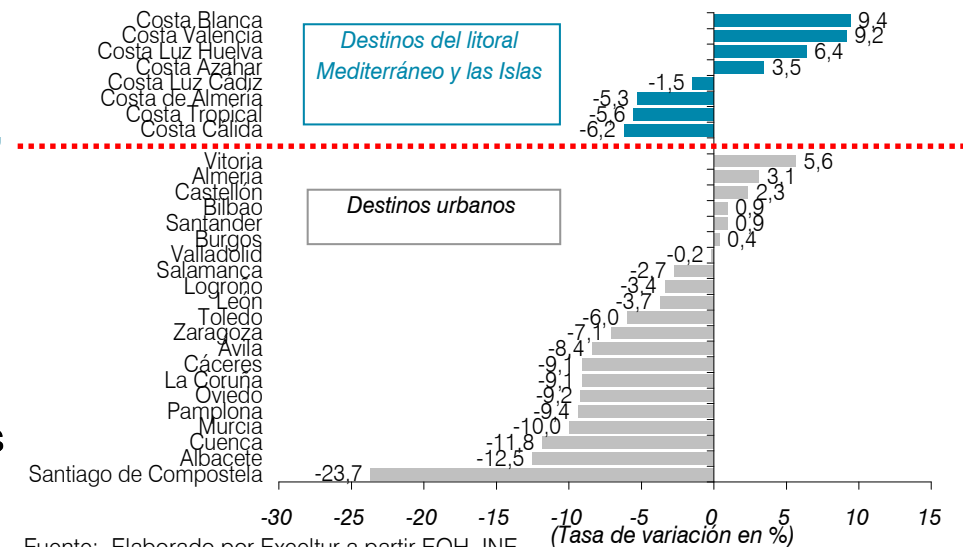
Destinos que más sufren los negativos efectos derivados de la contracción del consumo turístico de las familias españolas

- Caídas del RevPAR en destinos de la España Verde, especialmente en Santiago de Compostela (-23,7% por el efecto comparación con el Año Xacobeo), Oviedo (-9,2%) y La Coruña (-9,1%), de interior, Albacete (-12,5%), Cuenca (-11,8%), Pamplona (-9,4%), Cáceres (-9,1%) y Ávila (-8,4%), y algunos destinos vacacionales como Cartagena (-8,4%), Almuñécar (-13,6%), Roquetas de Mar (-9,0%) o el Puerto de Santa María (-6,9%), donde la demanda nacional supone más del 50% de sus pernoctaciones hoteleras

RevPAR destinos dependientes mayoritariamente de la demanda

NACIONAL

Var % Ene-Nov 2011/2010



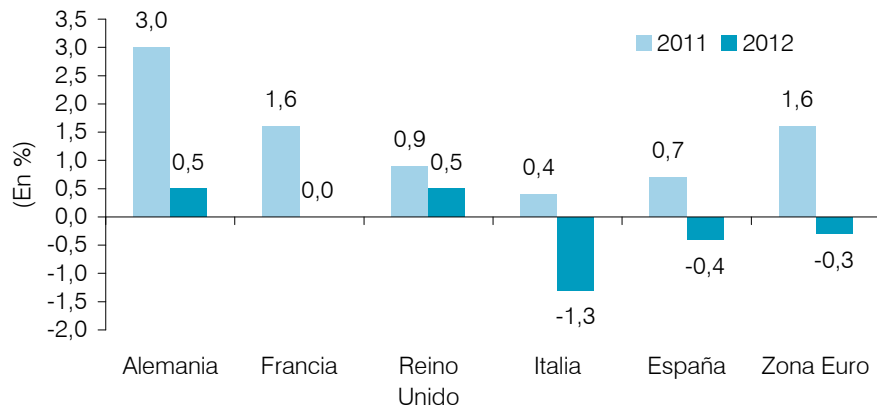
Expectativas turísticas, macroeconómicas y empresariales para 2012

ESCENARIO TURÍSTICO PREVISTO PARA 2012

En un entorno macroeconómico aún con notables factores de riesgo, el devenir de la actividad turística en España en el año 2012 estará muy vinculado a los condicionantes y solución de la crisis de los mercados y su eventual impacto en la evolución de los países del área Euro y al ritmo de retorno a la normalidad de los destinos competidores del Norte de África.

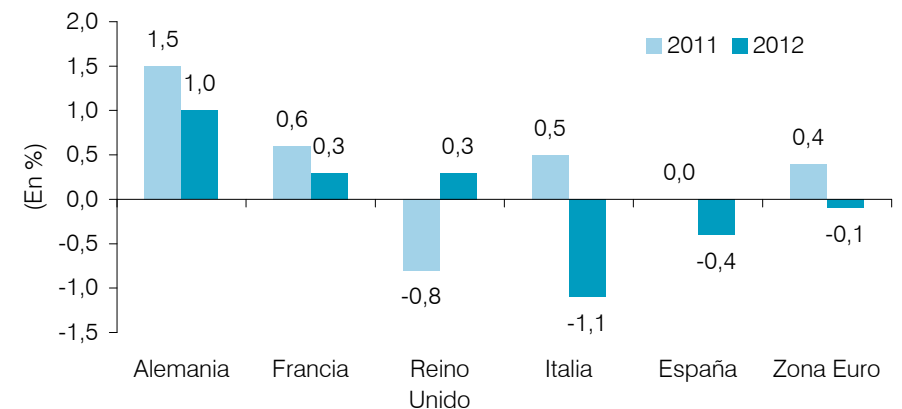
- Preveamos un escenario de bajo crecimiento de la actividad turística en España en un año 2012 en el que, según el actual consenso de los analistas, la zona del euro sufrirá probablemente una recesión moderada en los dos primeros trimestres del año

PIB previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos
2011-2012. Tasa de variación interanual



Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (Enero 2012)

Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos
2011-2012. Tasa de variación interanual



Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (Enero 2012)

Principales variables que con distinto signo afectarán al devenir del turismo español en 2012

De signo +

- Mercados emisores: el buen comportamiento previsto de Rusia y larga distancia (norteamericanos y latinoamericanos más pujantes) y favorecidos por el tipo de cambio.
- Mantenimiento de parte de las cuotas de mercado ganadas en 2011 frente a los destinos del mediterráneo oriental en los principales emisores europeos (Alemania, Reino Unido y Francia) como refleja la estrategia de los touroperadores a día de hoy.
- Abaratamiento relativo frente a destinos en zonas dolarizadas en su vertiente receptora y de posible retención de salidas de turistas europeos por la depreciación del euro frente al dólar.

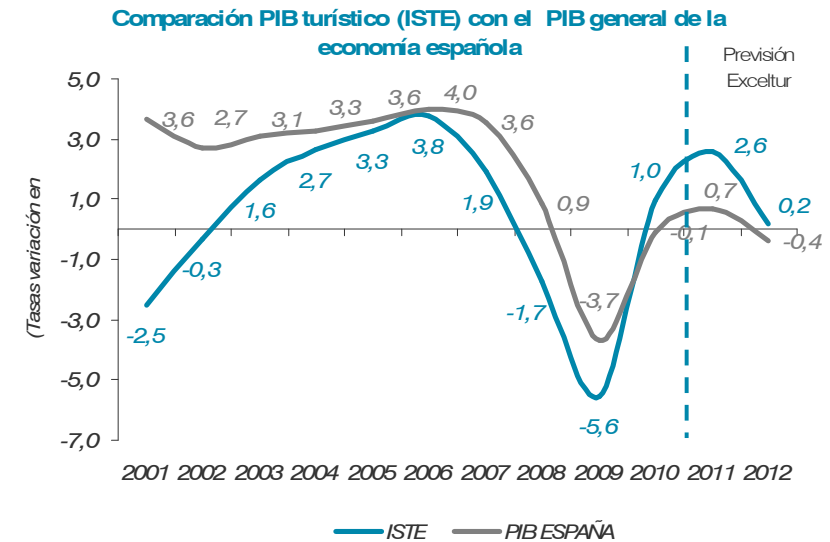
De signo -

- Impacto del creciente desempleo
- El desfavorable comportamiento previsto del consumo privado y la renta disponible de los hogares europeos, especialmente los españoles, limitará el avance del consumo turístico interno.
- Menor actividad empresarial y comercio exterior en la zona euro frenará el avance del turismo de negocios.
- Elevado precio del petróleo en euros
- Dificultad de acceso al crédito para pymes y familias y las aún elevadas primas de riesgo que pudieran mantenerse

PREVISIONES PARA EL PIB TURÍSTICO EN 2012

Según nuestras estimaciones, el PIB turístico en España mantendrá similares niveles de actividad que los registrados en el año 2011. Nuestra previsión de crecimiento del PIB Turístico en 2012 se sitúa en el 0,2%.

- El turismo volvería a crecer por encima de la media española por tercer año consecutivo, aunque explicado principalmente por el mantenimiento de los factores atípicos vinculados al trasvase de turistas prestados desde el mediterráneo oriental, si bien de menor intensidad
- Esta estimación contempla un aún deprimido mercado doméstico y un mercado extranjero que, una vez eliminado el efecto escalón que el año pasado se produjo por los flujos cedidos desde los competidores del Norte de África, se mantendrá en 2012 en valores positivos pero en ritmos notablemente inferiores a los registros observados en 2011.

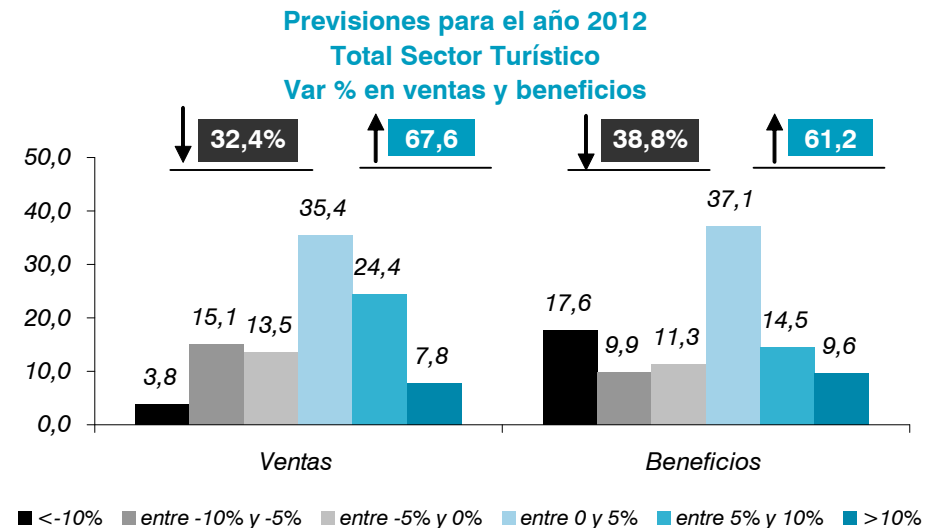


Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2012

Los empresarios turísticos revelan un optimismo muy moderado para 2012. En una tesitura macroeconómica tan compleja y no exenta de múltiples riesgos, descuentan un 2012 con resultados levemente superiores a los de 2011. No se anticipa un avance de los principales indicadores de negocio de la misma intensidad a la observada en 2011.

- El 67,6% de los empresarios turísticos españoles esperan mejoras de sus niveles de ventas y el 61,2% de ellos prevén mejoras en sus resultados.
- El mayor porcentaje de ellos, un 35,4% en cuanto a ventas y un 37,1% en cuanto a sus resultados, revelan que estos serán muy leves (entre 0 y 5%).
- Por el contrario, de entre aquéllos que esperan peores resultados en 2012 que los del 2011, pesa más el porcentaje de los mismos, que anticipan retrocesos interanuales en tasas más intensas, un 17,6%, que los empresarios que prevén que la caída de sus resultados empresariales serán en 2012 superiores al 10%.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

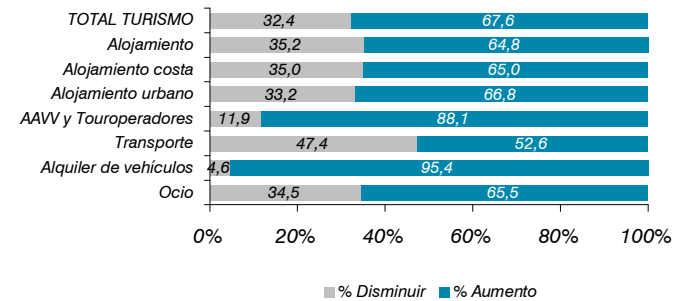
EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2012. Subsectores (I)

Las expectativas para 2012 de los diferentes subsectores turísticos son muy disímiles en función de los mercados de origen en los que están posicionados y de los condicionantes competitivos de cada subsector, tal y como ha sucedido en 2011.

- Los grandes grupos de agencias de viajes y empresas de alquiler de coches, debido al fuerte y continuado ajuste de la oferta esperan incrementos generalizados en sus ventas y menos intensos en sus beneficios.
- Los hoteles de costa anticipan de nuevo un favorable ejercicio 2012 aunque con tasas de crecimiento mucho más modestas por el menor dinamismo esperado del turismo extranjero.
- La hotelería urbana española prevé cierto margen de mejora tras los negativos resultados de los cuatro últimos años al albur del reposicionamiento internacional de algunos de los principales destinos urbanos españoles.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas previsto para 2012 por subsectores

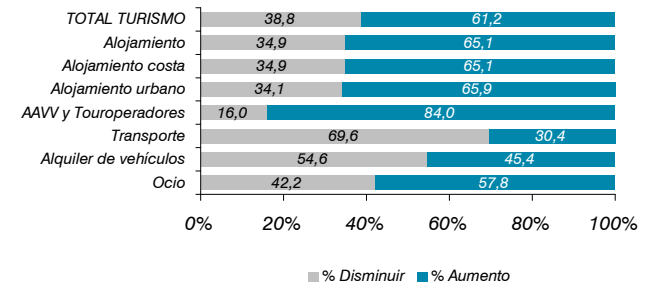
Var % en ventas. 2012/2011



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opinión empresarial sobre la evolución del beneficio previsto para 2012 por subsectores

Var % en beneficios. 2012/2011



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2012. Subsectores (II)

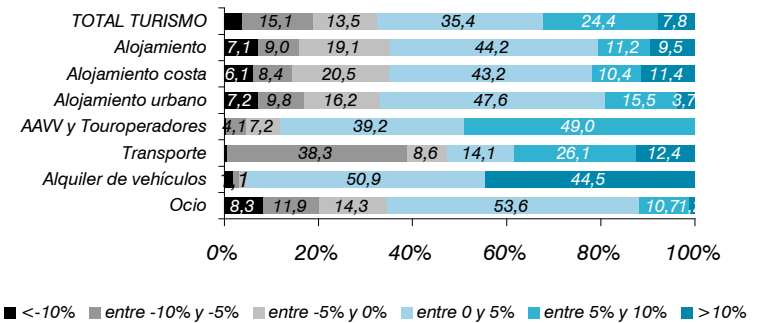
Las empresas de **transporte de pasajeros, fundamentalmente aéreas**, descuentan un negativo 2012 por debilidad demanda y continuada presión sobre sus costes como los del precio del petróleo en euros y los de las nuevas tasas europeas por su incorporación al mercado de emisiones de CO2.

Los prestadores de **servicios de ocio** localizados en zonas con fuerte presencia de demanda extranjera y los culturales y parques de ocio, en destinos de proximidad para el español, esperan que en 2012 los niveles de ventas y beneficios asciendan levemente respecto 2011.

Expectativas menos favorables para campos de golf y estaciones de esquí, más dependientes del gasto en destino y de unas condiciones meteorológicas, que hasta la fecha no están favoreciendo a estas últimas.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas previsto para 2012 por subsectores

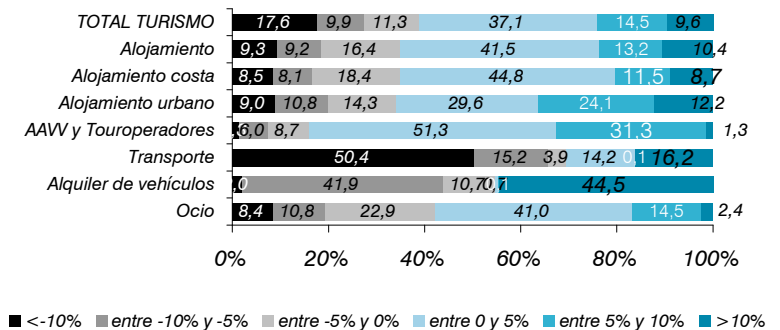
Var % en ventas. 2012/2011



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opinión empresarial sobre la evolución del beneficio previsto para 2012 por subsectores

Var % en beneficios. 2012/2011



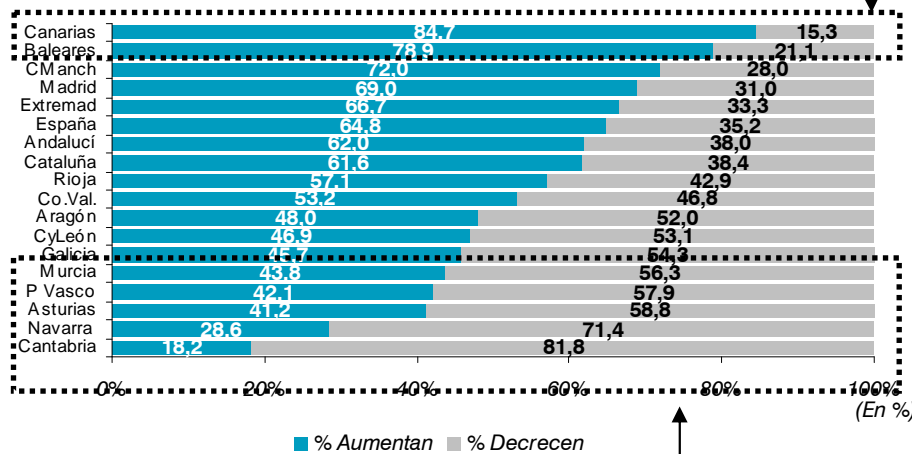
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2012. Destinos

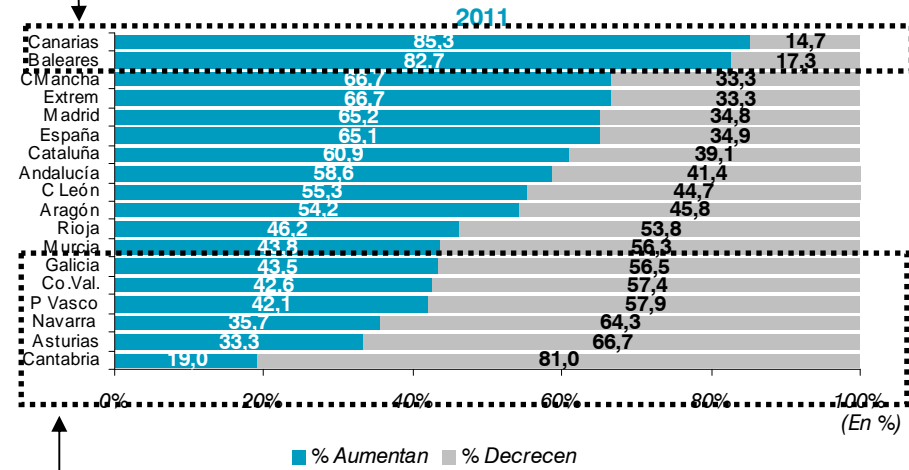
Lo destinos con mejores expectativas para 2012: Canarias y Baleares en los vacacionales y Madrid y Barcelona y otras ciudades de tamaño medio como Valencia, Málaga y Sevilla, con un fortalecido reposicionamiento de su marca y producto turístico en el panorama internacional y beneficiadas las costeras por el boyante turismo de cruceros, en los urbanos.

Canarias y Baleares, los destinos más vinculados al producto paquetizado, recogen las mejores expectativas de mejora de sus niveles de facturación y rentabilidad para el ejercicio 2012 debido a los niveles de afluencia de turistas extranjeros esperados

Perspectivas empresariales para el año 2012
Evolución esperada en las ventas de 2012 respecto a 2011



Perspectivas empresariales para el año 2012
Evolución esperada en los beneficios de 2012 respecto a 2011



Aquellos más dependientes de la demanda interna como son la España Verde y aquellos destinos del litoral valenciano y andaluz, más vinculados al desempeño del turista nacional, y la costa cálida, en Murcia, auguran un complejo año 2012 debido a la anémica demanda interna

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del año 2011 y perspectivas para 2012

Para más información visite la web:
www.exceltur.org

