

# Valoración turística empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2013 y perspectivas para el segundo trimestre de 2013

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 16 de abril de 2013

## Valoración turística empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2013

- El consumo turístico de los españoles lastra los márgenes y resultados del conjunto del sector en el primer trimestre de 2013. Cae el PIB turístico un -3,2% interanual, algo mejor que el -3,5% con que cerró el último trimestre de 2012. Todo apunta a que el momento más bajo del ciclo se haya podido superar. Los niveles de confianza empresarial detectados por la encuesta de EXCELTUR, mejoran 6 puntos desde el -44,5 al -38,3 en este arranque de año.
- El 64,7% de las empresas turísticas cierran el primer trimestre de 2013 con caídas en ventas y el 66,1% en sus resultados, sin que ayudase el efecto de la Semana Santa, con un balance en general bastante negativo para el 67,6% de los empresarios turísticos, que cerraron esos días con ventas inferiores a las de 2012. Los hoteles urbanos, las agencias de viajes, campos de golf y parques de ocio los que más han sufrido, mientras los hoteles vacacionales y las empresas de Rent a Car aguantan mejor gracias a su dependencia de la demanda extranjera.
- En un escenario de debilidad de consumo, se reconfirma la inoportunidad y el impacto muy desfavorable de la subida de las tasas aéreas y el IVA sobre la demanda y resultados del sector turístico, que ya había anticipado EXCELTUR en abril de 2012. La caída anual de llegadas de pasajeros aéreos por la subida de tasas, estimada entonces por EXCELTUR en 2,87 millones de personas, se ha superado en solo 9 meses con los datos a marzo de 2013.
- El turismo extranjero ejerce de sostén ante la fuerte caída del nacional, si bien comenzando el año con un ligero descenso en su afluencia y en los ingresos que realmente revierten a nuestro país (*calculados por el Banco de España*), condicionados a su vez por la sensibilidad al incremento de precios en transporte por el efecto de las tasas aéreas y en destino por los mayores impuestos sobre la oferta complementaria, además de la leve recuperación de afluencia observada en Túnez y Egipto, en un contexto de volatilidad en Europa.
- El turismo procedente de los países nórdicos y de Rusia, de un perfil de gasto más alto, sube y responde a las expectativas, con crecimientos de dos dígitos en el inicio de 2013, suavizando el impacto negativo de las caídas de otros mercados relevantes como el italiano, el portugués y el alemán.
- Canarias, el reducido número de establecimientos abiertos en Baleares y los destinos urbanos del País Vasco evidencian en un porcentaje relevante un mantenimiento o cierta mejora en sus ventas y resultados en el primer trimestre de 2013, dentro de una tónica de descensos generalizados en las ciudades, el turismo rural y la España Verde (*salvo Galicia que ha reducido los ritmos de caída y País Vasco*).

## Perspectivas para el segundo trimestre de 2013

- Los empresarios turísticos españoles esperan un segundo trimestre de 2013 aún complejo, pero dentro de una senda de leve recuperación, donde anticipan ritmos de caída algo menos acusados; un 52,3% anticipan un descenso en sus ventas y un 50,3% en sus resultados para el segundo trimestre de 2013.
- Las dificultades de liquidez y/o viabilidad por la que atraviesan ya muchas empresas, ante la tendencia sostenida de márgenes de rentabilidad menguantes, anticipa para los próximos meses nuevos cierres de empresas en algunos subsectores y/o procesos de concentración (*fusiones, adquisiciones*) por la necesidad de lograr mayores economías de escala en la gestión operativa y/o en la capacidad de distribución, para afrontar la salida de la crisis.

.../..

## Reflexiones de EXCELTUR

El sector turístico no está siendo indemne a la crisis. El conjunto de los empresarios turísticos españoles siguen viéndose afectados y con una creciente intensidad, por los condicionantes de la crisis, debido principalmente a la contracción del consumo de los españoles, que la demanda turística extranjera no puede compensar en términos generales y muy especialmente en aquellas zonas de España donde su peso es muy reducido. Ello se refleja ya en la caída de empresas en un contexto donde de manera progresiva se producen márgenes menguantes, pérdidas operativas, ajustes de plantillas, procesos de fusión y cruces de participaciones para potenciar y asegurar la viabilidad empresarial, tendencia en este último caso que se extenderá en lo que queda de 2013 y 2014.

En este contexto desde EXCELTUR queremos manifestar que:

- 1.- La evolución del sector turístico en los dos últimos trimestres corrobora los efectos disuasorios que ya se preveían ante la subida de tasas e impuestos (*aeroportuarias e IVA principalmente*), que no sólo han perjudicado a las empresas afectadas directamente sino a los resultados de toda la cadena de valor de servicios turísticos complementarios en los diversos destinos urbanos y vacacionales. Los efectos disuasorios de estas medidas tanto para los operadores de transporte aéreo reduciendo capacidades, como para los propios turistas nacionales y extranjeros que no han asimilado esos sobrecostes, han provocado menos viajes, pernoctaciones y gastos inducidos, con unos notables perjuicios a la hostelería, el comercio y las empresas vinculadas al ocio de los destinos turísticos.
- 2.- Observamos con gran preocupación y rechazamos totalmente las recientes intenciones de ciertos gobiernos autonómicos de buscar en el turismo una fuente encubierta de financiación de sus déficits presupuestarios, con la implantación de nuevos impuestos (*impuesto sobre el alquiler de coches en Baleares, impuesto sobre el despegue de aviones en análisis por la Generalitat de Cataluña, etc.*) que sólo pueden condicionar y retrasar la capacidad de recuperación del sector turístico y en paralelo empeorar los resultados empresariales, vistos los negativos efectos de las subidas de impuestos ya introducidas. En este sentido cabe a su vez señalar la "coincidencia" entre la aplicación del nuevo impuesto sobre pernoctaciones en Cataluña (y en especial, Barcelona) con la caída de demanda turística y rentabilidad empresarial
- 3.- Respalamos la firmeza del Ministerio de Hacienda evitando las últimas presiones de la UE para subir del IVA reducido al general las actividades de Restauración y Alojamiento: generaría una fuerte contracción de actividad y desaparición de múltiples empresas turísticas y la notable caída de la contribución del sector para recuperar la economía y el empleo en España.
- 4.- El escenario de resultados menguantes y problemas de financiación de muchas empresas turísticas demanda más que nunca la puesta en marcha de medidas que garanticen el acceso al crédito circulante (*a través de más líneas ICO específicas para empresas turísticas*), que les ayuden a asegurar su viabilidad operativa, así como una mayor flexibilidad en la adecuación de la jornada laboral a los vaivenes de la actividad, junto con una nueva Ley de Huelga, que evite la imagen país e impacto de sucesos como los recientemente sufridos por Iberia.
- 5.- La necesidad de ganar eficiencia y economías de escala en un escenario de limitados recursos públicos y empresariales, hace más necesario que nunca avanzar con determinación en la deseada unidad de mercado con la mayor cooperación público-privada, que permita aportar mayores recursos y afrontar de manera conjunta y coordinada entre el gobierno y las comunidades autónomas, las medidas más urgentes a poner en marcha a corto plazo para potenciar la capacidad de dinamización económica del turismo. Entre ellas son claves a corto plazo:
  - a. La puesta en marcha de una gran campaña de promoción interna que anime al español que pueda viajar a disfrutar de los atractivos y encanto de los destinos españoles y así ayudar a garantizar los empleos y la actividad económica generada por el turismo en una gran mayoría de territorios y destinos españoles que dependen de la demanda nacional.
  - b. La mayor coordinación de las campañas de marketing en el exterior necesarias para incrementar la cuota de mercado del sector turístico español en aquellos mercados más dinámicos y/o con mayor potencial de crecimiento.
  - c. La convergencia normativa en los diferentes aspectos que hoy generan sobre costes a las empresas sin que generen ninguna ventaja diferencial (categorización alojativa, reglamentación del sector de agencias de viajes...)