

COMUNICADO DE PRENSA

MADRID, 16 DE ABRIL DE 2008

Valoración turística de EXCELTUR del Primer trimestre de 2008 y expectativas para el segundo trimestre

- Valoramos muy positivamente la decisión del Gobierno de priorizar al máximo el turismo español, creando una Secretaría de Estado propia en el Ministerio de Industria.
- En el actual contexto de desaceleración económica, el turismo español sortea algo mejor que otros sectores un atípico primer trimestre de 2008 (año bisiesto + Semana Santa adelantada + elecciones) que dificulta el diagnóstico y su proyección.
- El tirón de demanda extranjera en Canarias, tras cerca de siete años muy complejos para las islas, es la clave que explica el crecimiento turístico de este primer trimestre en el conjunto de España.
- Cabe destacar que se mantiene la creación de empleo en el sector, hecho que se debe proteger e incentivar.
- La menor demanda interna por España en marzo junto a una Semana Santa más débil que la de 2007, unido a un exponencial aumento de costes, reduce el beneficio empresarial particularmente del sector aéreo y hotelero.
- Se dificulta el diagnóstico a futuro, aunque se espera un enfriamiento de ventas para el segundo trimestre, en especial las internas a destinos españoles y no así a los países dolarizados cuya pujanza se mantiene.
- El período más complejo y determinante será el verano y el cuarto trimestre. Se espera suban algo las llegadas de turistas a costa de su gasto medio. Se mantienen nuestras cautelas y hemos revisado la estimación de crecimiento del PIB turístico del 1,9% que previmos en enero, al 1,6% para cierre del año.
- Ofrecemos desde el sector privado la mayor cooperación para abordar conjuntamente los múltiples retos y cambios estructurales, que aseguren la notable capacidad de generar empleo y prosperidad social que induce el sector.
- Solicitamos la mayor sensibilidad del Gobierno para extender al turismo algunas de las medidas urgentes previstas para reactivar el consumo y la construcción, tales como un mayor apoyo de promoción y ampliar los incentivos para la rehabilitación al conjunto de destinos turísticos.

Atípico primer trimestre de 2008 por la conjunción del efecto calendario (año bisiesto, Semana Santa adelantada) y elecciones, con un cambio de ciclo económico que dificulta discernir el peso de las diversas razones que inciden en el diagnóstico y poder extrapolar el futuro más inmediato.

La recuperación de Canarias es el principal detonante del crecimiento del turismo extranjero en España en este primer trimestre de 2008 y el elemento determinante que explica el aumento del gasto turístico que mide EGATUR en los primeros dos meses por las características de los viajes de los extranjeros a esas Islas; más alojamiento en hoteles, mayor estancia promedio (mínimo de una semana) y mayor gasto total (origen + destino), por incorporarse el coste de un transporte aéreo más caro por la lejanía de los mercados de origen y un mayor consumo turístico en destino. Canarias ha experimentado un aumento del 9,2% en el número de pernoctaciones hoteleras de los extranjeros en enero y febrero, según la EOH del INE, lo que supone 595 mil pernoctaciones más que en 2007, que explican, a su vez, el 65,1% del crecimiento del total de pernoctaciones hoteleras de los extranjeros en toda España (913 mil).

Por otro lado, y para el resto de España, tal como ocurre otros años cuando la Semana Santa se celebra en marzo y agravado por unas condiciones climatológicas poco favorables, el balance empresarial de ventas en la semana de Pascua de 2008 no ha sido positivo y no ha podido compensar la desaceleración de la demanda interna hacia destinos españoles acaecida en marzo. En concreto, **el 53,7% de los empresarios españoles de los diversos subsectores turísticos experimentaron unos resultados más desfavorables en la semana Santa de 2008 respecto a los alcanzados en la de 2007, celebrada en abril.**

A su vez esa coyuntura de demanda ha coincido con un estrechamiento de los márgenes empresariales, dados unos precios contenidos o a la baja para intentar mantener los niveles de ventas junto a un fuerte tensión inflacionaria de costes. Como consecuencia **el 48,8% del conjunto de las empresas turísticas españolas de los diversos subsectores ha sufrido una reducción de los beneficios** entre enero y marzo de 2008 respecto a los niveles del mismo periodo de 2007.

Mientras que **el transporte ferroviario, las estaciones de esquí, los museos y monumentos y los hoteles localizados en las Islas Canarias han conseguido sortear la desaceleración con recuperaciones de ventas y beneficios, los hoteles urbanos y las compañías aéreas han sido las más afectadas por la tensión de márgenes a la baja en este trimestre.**

Sin olvidar el sesgo que en estos primeros meses de 2008 representan los destinos canarios de sol y playa en el promedio a nivel nacional, **se ha evidenciado en el conjunto de España una mayor fortaleza del consumo de los turistas extranjeros que los españoles.** Con datos de la EOH del INE hasta febrero, último mes disponible, las pernoctaciones extranjeras en alojamientos reglados subieron un 6,8% durante el último trimestre, mientras la tasa de crecimiento de las españolas se ha situado en el 2,1%, que bajaría hasta solo un 0,8% si se depurase el efecto al alza que representa el día adicional de febrero por ser 2008 bisiesto

En este primer trimestre de 2008, **es principalmente el debilitamiento de la demanda española en marzo la que reduce las ventas del 46,2% de las empresas turísticas españolas.** La trascendencia de los resultados de marzo dentro del promedio de los del primer trimestre se deriva del gran peso que tienen sus ventas cuando la Semana Santa cae en ese mes (marzo supone en ese caso el 40,0% de las pernoctaciones hoteleras y el 40,4% de la llegada de turistas extranjeros del primer trimestre).

Los países nórdicos encabezan los mercados con mayor tasa de crecimiento de demanda turística a España en este trimestre, seguido de los cinco principales mercados emisores para España. El turismo nórdico ha generado 200 mil pernoctaciones hoteleras más en enero y febrero de 2008 (un 20,7% superior a los mismos meses de 2007), seguido de Alemania (170 mil pernoctaciones más), Reino Unido (115 mil), Francia (56 mil), Holanda (48 mil) e Italia (46 mil).

La demanda española ha comenzado el año con la misma tónica de desaceleración que se viene observando en su gasto turístico desde el año 2007. Hasta el momento, **los segmentos de demanda española de mayor capacidad de gasto, que protagonizan los viajes de mayor presupuesto, no parece que se estén viendo afectados por la desaceleración económica y sigue pujante la demanda a países dolarizados. Por el contrario la coyuntura afecta en mayor medida a las familias de rentas más bajas en sus viajes internos.**

Además de Canarias, Aragón, Cataluña, las dos Castillas y la España Verde, han iniciado el año 2008 de manera positiva, según la percepción de sus empresarios, mientras se resienten las ventas y la rentabilidad en las empresas turísticas de la Comunidad de Madrid, Andalucía y la Comunidad Valenciana.

A pesar de la alentadora evolución de los indicadores oficiales de afluencia durante enero y febrero, los resultados de marzo, en general y de la Semana Santa, en particular, acentúan este primer trimestre la desaceleración de las actividades turísticas en España, aunque en menor medida que la de otros sectores económicos. Estimamos que el PIB turístico en España, que aproxima el Indicador Sintético del Turismo Español de Exceltur (ISTE), ha crecido en el primer trimestre de 2008 un 1,7%, inferior al 2,5% que registró de media en 2007 y similar al del cuarto trimestre del pasado año.

Perspectivas para el segundo trimestre y el conjunto de la temporada de 2008

La encuesta de confianza turística empresarial de EXCELTUR elaborada a finales de marzo revela que **las expectativas de buena parte del conjunto de los empresarios españoles del sector anticipen un segundo trimestre complejo y con posibilidades de que se sigan debilitando sus ventas, sin contemplarse en ningún caso ninguna contracción súbita de las mismas en ningún subsector turístico**. El 44,6% de los empresarios prevén apenas un mantenimiento de ventas de abril a junio en niveles similares del pasado año.

Las inquietudes más desfavorables surgen de los empresarios hoteleros de categorías altas localizados en ciudades, junto con las empresas de transporte (predominantemente aéreas), mientras que las agencias de viajes, las empresas de alquiler de coches y las actividades de ocio anticipan un segundo trimestre con un optimismo sobre la evolución de sus ventas.

La necesidad de acudir a campañas especiales y ofertas para mantener la demanda y el escenario de fuerte presión de costes energéticos, laborales, de aprovisionamientos varios, hace que los empresarios de alojamiento hotelero y de transporte, con la excepción del ferrocarril y el alquiler de coches, anticipen una nueva caída de márgenes y de beneficios para el segundo trimestre del año en relación al de 2007.

En términos de pautas del consumo turístico, esperamos que a medida que avance el año la situación económica afecte en mayor medida a los niveles de gasto que a la propensión a viajar a destinos españoles. Es decir aún anticipando un segundo semestre más complejo y difícil de predecir que el primero, esperamos siga creciendo algo la llegada de turistas pero baje su gasto medio en destino. En síntesis, **para el conjunto del año 2008 estimamos un aumento del 1,8% en el número de llegadas de turistas extranjeros y del 1,9% en el de sus pernoctaciones hoteleras. Así mismo prevemos que los ingresos del exterior bajen 1,5%, en términos reales, que supondría una nueva caída del ingreso medio por turista del 3,3% al cierre de 2008.**

Por todo ello, vemos el cierre del año turístico 2008 con mayor incertidumbre y cautela que a principios del mes de enero, lo que nos ha **llevado a revisar nuestras estimaciones sobre el crecimiento del PIB turístico en 2008 hasta el 1,6%, desde el 1,9% que presentamos a principios de año.**

Peticiones de Exceltur ante el proceso de desaceleración turística

1. Solicitamos en consonancia con las urgentes medidas económicas previstas por el nuevo Gobierno

1. Se implementen también desde la perspectiva de potenciar la reactivación del consumo turístico que permita asegurar el empleo y los múltiples efectos arrastre del sector turístico sobre otros sectores, a través de una **mayor promoción turística específica a corto plazo en el mercado nacional y algunos externos y se aumenten los volúmenes del programa de vacaciones a cargo del INSERSO** especialmente para el cuarto trimestre.
 2. Se contemple y extiendan **los incentivos de rehabilitación a edificios, instalaciones e inversiones en infraestructuras en zonas turísticas**, dentro del plan de choque para reactivar la construcción.
 3. Se contemplen ambiciosos **programas de reeducación-formación especializada para trabajadores en paro, de otros sectores, susceptibles de poder ser reciclados-absorbidos por el sector turístico**.
 4. La necesidad de acelerar con los medios y presupuestos adecuados el arranque y **decidida puesta en marcha de los Planes RENOVE de la Playa de Palma, Costa del Sol y los previstos en Canarias**.
2. Ofrecemos desde el Sector privado la mayor cooperación y solicitamos la máxima voluntad política y consensos interadministraciones (central-autonómica-local) para el arranque del Plan Horizonte 2020 que, entre otros, permita potenciar al máximo la competitividad diferencial de nuestro sector.