

Evolución del turismo en España

- 1.1. Rentabilidad empresarial y gasto turístico
- 1.2. Demanda y Ventas
- 1.3. Variación de los precios
- 1.4. Generación de empleo y productividad



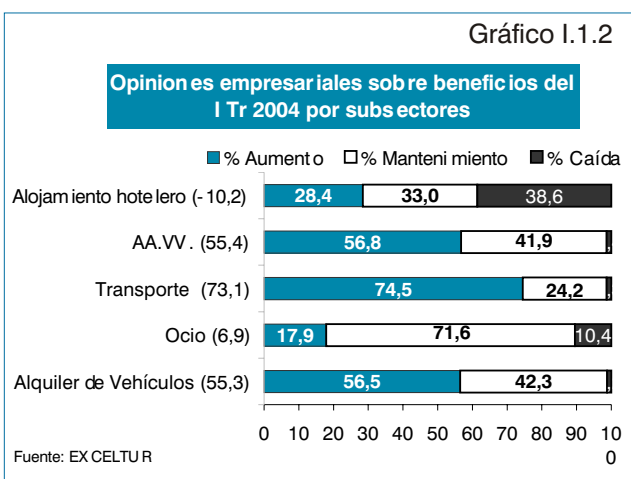
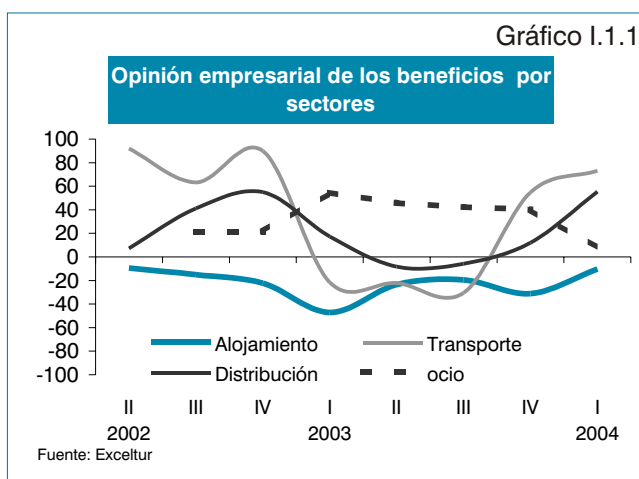
1. Evolución del turismo en España

1.1. Rentabilidad empresarial y gasto turístico

Se mantienen las cautelas en torno a la evolución de la rentabilidad de la industria turística, aunque se aprecian claros síntomas de recuperación en 2004

A pesar del buen comportamiento de la demanda en términos de llegadas de turistas al inicio de 2004, se mantienen las cautelas en torno a la evolución de la rentabilidad final para la industria turística, especialmente las vinculadas a la demanda extranjera. Ante la falta de actualización de la estadística Familiarit (último dato disponible es septiembre de 2003), la escasa información disponible sobre las pautas de comportamiento de la demanda nacional (50% de la demanda turística en España) deja entrever que el gasto de los residentes ha seguido una evolución más favorable que el asociado al mercado extranjero.

Si a finales del ejercicio 2003 comenzaron a recuperarse los márgenes empresariales en las grandes agencias de viaje y las empresas de transporte más vinculadas al turismo español, el año 2004 previsiblemente será el de su consolidación a tenor de las opiniones vertidas en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur. Los gestores de ocio mantienen una opinión más generalizada sobre el aumento de sus resultados empresariales, en claro contraste con la industria hotelera, que soporta la coyuntura más adversa de toda la industria turística.



El sector de las **grandes agencias de viaje españolas consolida tres trimestres consecutivos de percepción alcista de sus resultados empresariales y con tendencia creciente**. El 56,8% de los empresarios constatan un incremento de sus beneficios, frente al 26% del trimestre anterior. El auge del mercado nacional y la menor intensidad con la que se han aplicado las políticas de promociones y descuentos a comienzos de año hacen posible estos favorables resultados empresariales.

En el sector de transporte, **el control de los gastos y la fortaleza de la demanda a principios de 2004 han influido decisivamente en el hecho de que tres cuartas partes de los encuestados aumentaran sus beneficios**. Estos resultados se han producido, además, en un contexto de fuerte reducción de los precios, particularmente en el sector aéreo. No obstante, hay que tener en cuenta que se está comparando con un periodo (el primer trimestre de 2003) que registró los peores resultados en términos de márgenes empresariales y, por tanto, la opinión de los empresarios en el primer trimestre de 2004 puede estar algo sesgada al alza.

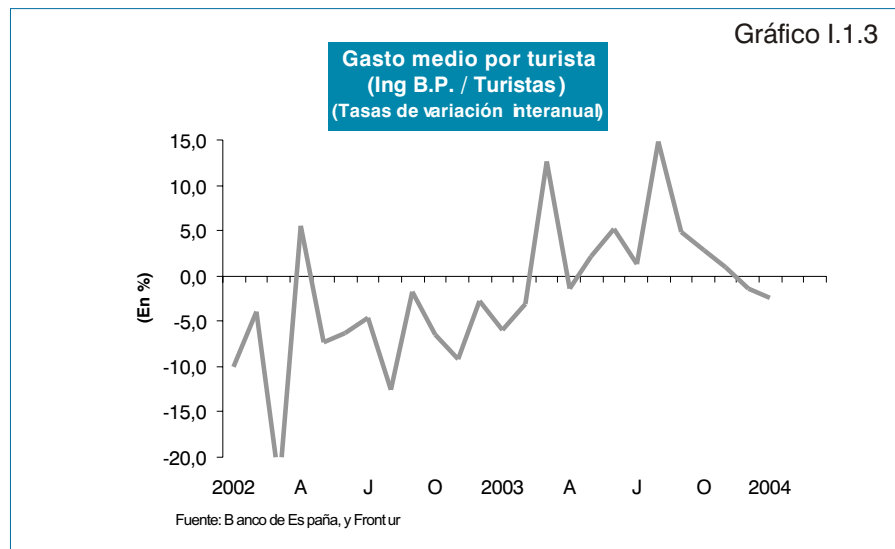
Los gestores del sector de ocio (que este trimestre incluyen a los pequeños y medianos parques de ocio, museos y monumentos, campos de golf y estaciones de esquí) moderan sustancialmente la opinión positiva acerca de los resultados alcanzados al comienzo de año. **Aunque la valoración mayoritaria del sector de ocio es hacia la estabilidad (dado el peso específico de los museos y monumentos en la muestra), son las estaciones de esquí las que introducen una valoración menos optimista en este trimestre, debido a los excepcionales resultados alcanzados en la temporada de invierno de 2003. Los gestores de los campos de golf mantienen un elevado consenso sobre el aumento de la rentabilidad de su negocio, mientras que los parques de ocio abandonan la tendencia negativa observada en 2003.**

El sector de alojamiento hotelero sigue soportando la coyuntura más adversa de toda la industria turística

Por el contrario, en la industria hotelera se mantienen las cautelas en torno al aumento de la rentabilidad empresarial. Según manifiestan los empresarios del sector de alojamiento, el aumento de actividad todavía no se está traduciendo en importantes mejoras en los beneficios, aunque sí se aprecian los primeros síntomas de haber tocado fondo tras la caída de los dos últimos años. La percepción de los empresarios acerca de una mejora de sus márgenes ha aumentado (28,4% de los encuestados, frente al 23% del trimestre anterior) y también se produce un sesgo mayor hacia la estabilidad respecto a los nefastos resultados del primer trimestre de 2003. En cualquier caso, los resultados son negativos para la industria hotelera, acumulando dos años de pérdidas, según la opinión de los empresarios.

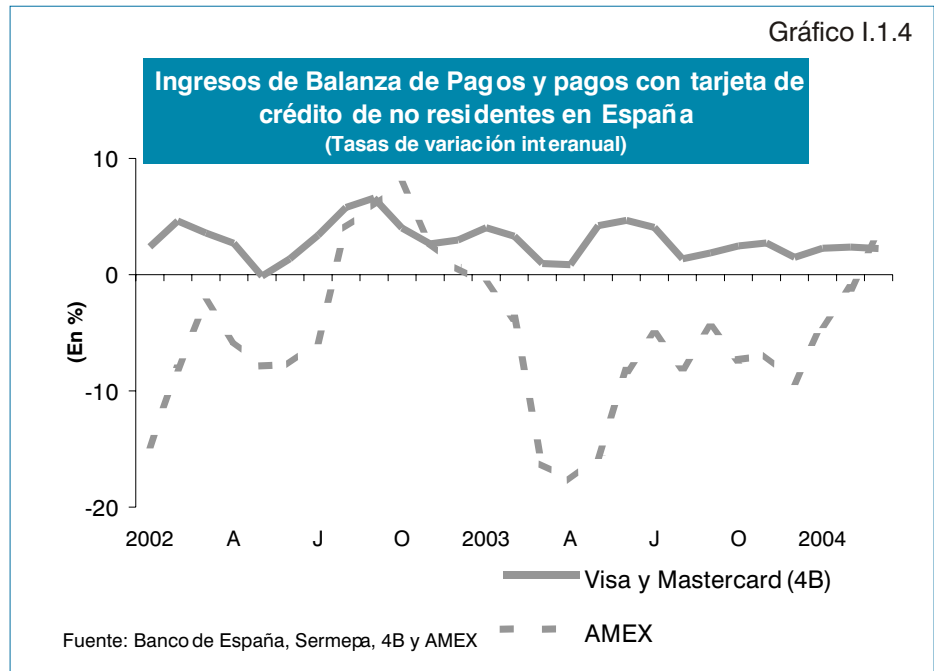
El gasto del turista extranjero no ha tenido un buen comportamiento a inicio del año...

La lentitud del proceso sobre el que se están consolidando las ganancias del sector turístico no es ajeno a la evolución del gasto por turista extranjero. Entre finales de 2003 y comienzos de este año, se ha registrado una notable desaceleración del gasto por turista. El único dato disponible de la Balanza de Pagos (enero de 2004) resulta menos satisfactorio de lo que cabía esperar en términos de gasto por turista, apuntando a un leve descenso que supone un freno a la recuperación observada en 2003. **Nuestras previsiones del comportamiento de los turistas en lo que resta de año, junto con los fundamentos económicos apuntados, permiten anticipar un cambio de tendencia de esta variable clave (y única en ausencia de la publicación de EGATUR) hacia la recuperación, pudiendo finalizar el 2004 con un crecimiento medio del 3,2.**



... si bien anticipamos una recuperación moderada para lo que resta de año

Ante la falta de datos más contemporáneos de la Balanza de Pagos, **la información que se deduce del comportamiento del volumen de pago con tarjetas de crédito de no residentes referentes a los meses de febrero y marzo apunta hacia una recuperación moderada**, al que contribuyen, sobre todo, los pagos con tarjetas Visa y Mastercard en la red de SERMEPA (con un crecimiento durante este periodo del 11%) y, en menor medida, de 4B (1,3%). Recuperación que nos hace ser cautos si atendemos al ratio importe por operación que registra crecimientos negativos entre finales de 2003 y comienzos de este año.



1.2. Demanda y Ventas

Crecimiento de la demanda a pesar del 11-M

El año 2004 ha comenzado con un crecimiento generalizado de la demanda turística manifestada en una mejor percepción de las ventas empresariales, a pesar de los tristes acontecimientos del 11-M cuyos efectos han sido limitados y se han concentrado principalmente en Madrid, con un efecto casi nulo en los destinos del litoral. La tónica hacia una paulatina recuperación de los niveles de demanda percibida en el cuarto trimestre del año 2003 se ha mantenido durante el primer trimestre del 2004. Los tres primeros meses del año han sido testigos de intensos crecimientos en todos los indicadores de demanda turística, si bien condicionados por su comparación con los meses prebélicos del pasado año. Esta tendencia, sin embargo, se ha visto ralentizada por el escenario de incertidumbre vinculado a los sucesos del 11-M.

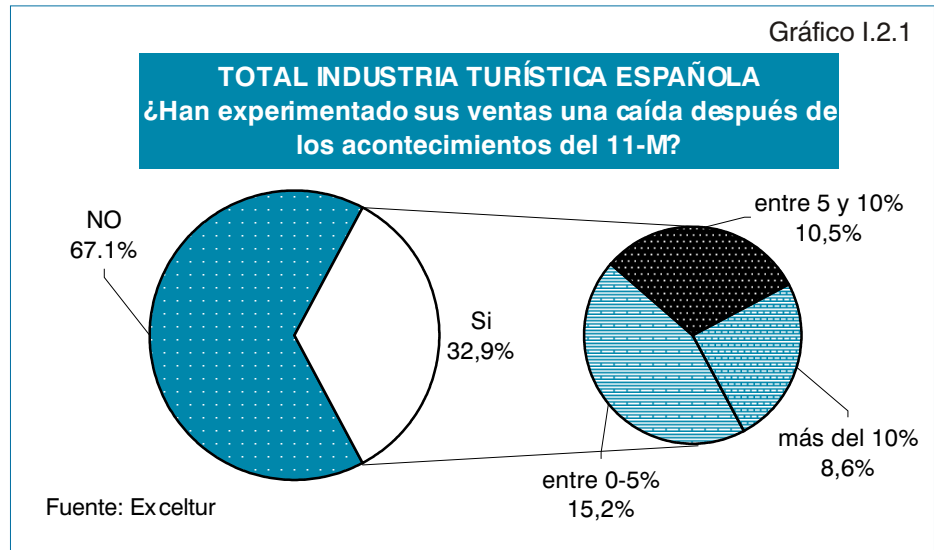
En Exceltur barajamos un escenario de moderado optimismo para 2004

No obstante, los favorables resultados de la Semana Santa, a pesar de los adversos condicionantes climatológicos, el limitado impacto del 11-M manifestado por los empresarios en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial y la mejora de sus expectativas en el primer trimestre hacen presagiar **un mantenimiento del escenario de moderado optimismo para el año 2004** que se presentaba en el anterior número del Informe Perspectivas Turísticas.

Como se expone a comienzos del Informe la industria turística española ha eludido por el momento mucho mejor que lo que cabía esperar los efectos de los acontecimientos del 11-M, sobre todo si se compara con lo sucedido en otros destinos que en los tres últimos años (Nueva York, Bali, Kenia, Yérba, Moscú) han sufrido desgracias de naturaleza similar.

La opinión generalizada de los propios empresarios turísticos españoles refleja un impacto a corto plazo limitado sobre el conjunto de empresas turísticas españolas. Según se desprende de la Encuesta realizada a estos efectos por Exceltur a cerca de 1200 empresas y establecimientos turísticos de diversos subsectores, sólo el 34,4% de las mismas habrían notado algún efecto sobre sus ventas durante los días siguientes al atentado, mientras el 65,6% restante no habría percibido ningún efecto, manteniendo un clima de normalidad en su actividad.

Gráfico I.2.1



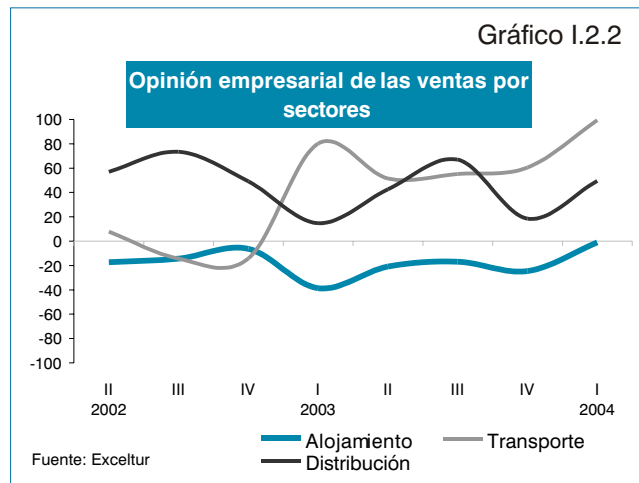
Tono positivo de las ventas, según la opinión empresarial

A pesar de estos acontecimientos con los que se cerró el trimestre, la opinión empresarial sobre la evolución de las ventas de los tres primeros meses del año en relación con el mismo trimestre del pasado año presenta un tono marcadamente positivo para todos los sectores turísticos analizados, corroborada por las estadísticas oficiales. La diferencia entre aquellos que perciben un incremento de las mismas frente a los que han experimentado una caída en los meses de enero, febrero y marzo es positiva en todos los subsectores, de forma prácticamente unánime en el caso del transporte (97,6) y en menor medida, pero dentro de un tono muy positivo, para los grandes grupos de agencias de viajes (51,6) y para las empresas e instituciones relacionadas con el ocio y la cultura (28,4).

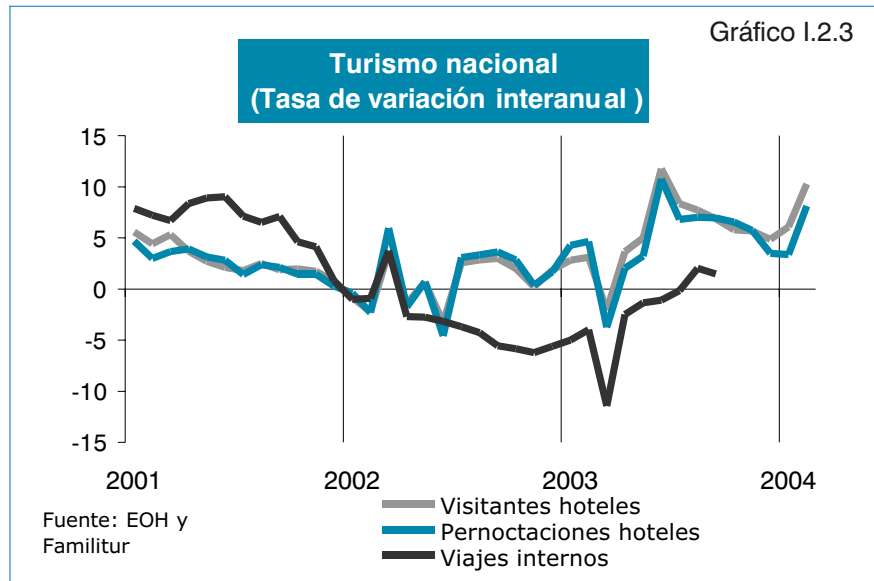
El dinamismo de la demanda con que ha comenzado el año se ha dejado igualmente entrever en la evolución de las ventas de alojamiento hotelero que, por primera vez desde que se publica la encuesta, presenta un valor próximo a valores positivos.

El fuerte crecimiento del turismo nacional, vuelve a situarse como el principal protagonista y motor de la reactivación de la industria turística en España durante los primeros meses del 2004

El fuerte crecimiento del turismo nacional durante este período, impulsado por festividades como el Puente de San José en el mes de marzo y corroborado por los altos niveles de ocupación alcanzados en general durante la Semana Santa días de predominio de la demanda española-, vuelve a situarse como el principal protagonista y motor de la reactivación de la industria turística en España durante los primeros meses del 2004.



La fortaleza y confianza en nuestra economía trasladada a las decisiones de consumo de las familias españolas permite explicar el intenso aumento de las ventas de las empresas de los subsectores más ligados al mercado español (agencias de viajes y compañías de transporte), así como un mayor dinamismo de la demanda en establecimientos hoteleros, corroborado por el hecho que en los tres primeros meses del año el número de pernoctaciones hoteleras de los españoles ha crecido un 10,0% según la EOH del INE--.

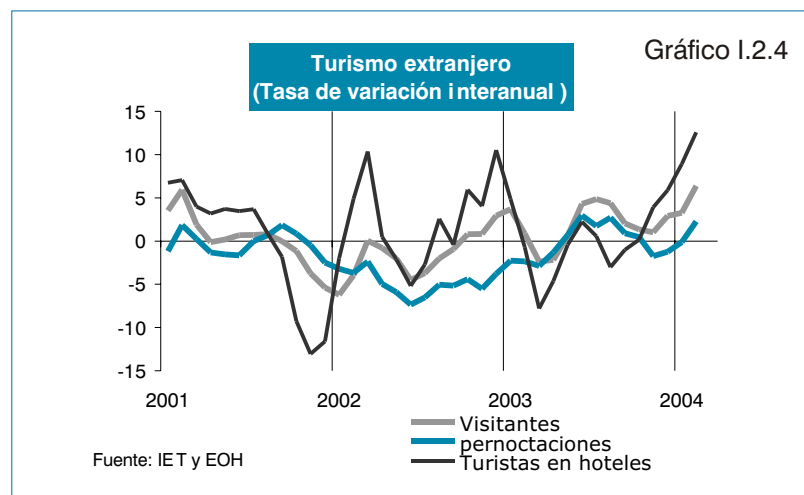


La percepción empresarial y la positiva evolución de los indicadores dependientes del turismo nacional durante el mes de marzo permiten aproximar a priori que, tras un impacto puntual concentrado en el periodo inmediatamente posterior a los acontecimientos del 11-M, la demanda española ha vuelto a la normalidad marcada por una tendencia de fuerte crecimiento.

El continuado aumento del turismo interno ha elevado la cuota de mercado de los españoles hasta el 46,1% del total de pernoctaciones hoteleras durante los meses de enero a marzo de 2004, mientras el pasado año en este periodo se situaba en el 44,2% y en 1999 en el 40,8%. A pesar de su creciente importancia en los resultados de las empresas españolas, los sistemas de información disponibles sobre perfiles y hábitos de comportamiento turístico de los españoles siguen siendo muy escasos, con un desfase en su publicación demasiado largo y marcado por una elevada volatilidad de las series que dificulta su conocimiento.

Leve recuperación de la demanda extranjera en términos de pernoctaciones

Por su parte, **la demanda extranjera, que en el número de turistas había evidenciado en enero y febrero del 2004 un crecimiento acumulado muy intenso (8,8%) ha visto frenar esta tendencia en el mes de marzo según Frontur con un tímido incremento de tan solo el 0,1%, posiblemente afectado por la incertidumbre derivada de los acontecimientos del 11-M y más acorde con unas pautas de crecimiento más moderado tal como se entreveían en las previsiones que para el año 2004 presentó EXCELTUR el pasado mes de enero.** De hecho, las pernoctaciones hoteleras, *indicador de alojamiento mucho más riguroso y revelador que las llegadas de turistas* - reflejan una mucha mayor atonía en relación a la llegada de turistas, con un aumento en los tres primeros meses del año del 0,7%.



El ISTE alcanza el mayor crecimiento desde la crisis del 11-S

Por otro lado, y como factor positivo nos encontramos, sin embargo, ante un escenario de mayor certeza sobre la gradual recuperación de las economías industrializadas y, en concreto, de los principales emisores de turismo hacia España, cuyas perspectivas de crecimiento se han revisado al alza hasta el 2% para el conjunto de la UE.

Con estos condicionantes, durante el primer trimestre se ha producido una aceleración en el crecimiento del Indicador Sintético del Turismo de EXCELTUR (ISTE), que trata de reflejar la dinámica del PIB turístico, hasta un 3,5%, el mayor desde que se inició la crisis de los atentados del 11-S en el año 2001. Es necesario mencionar que este repunte se ve especialmente explicado por la caída que se produjo en el mismo período del pasado año y que por tanto introduce una distorsión al alza de la tasa de este indicador en el primer trimestre del 2004, esperándose una desaceleración para los próximos meses.

Gráfico I.2.5

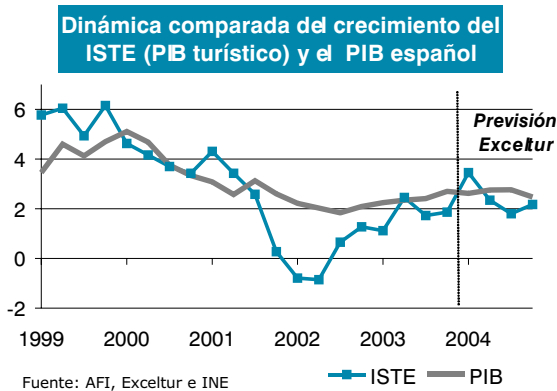
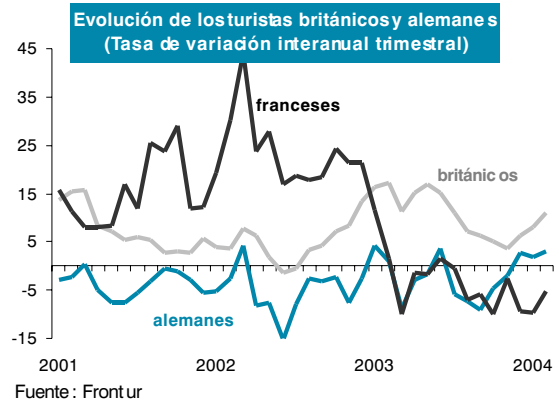


Gráfico I.2.6

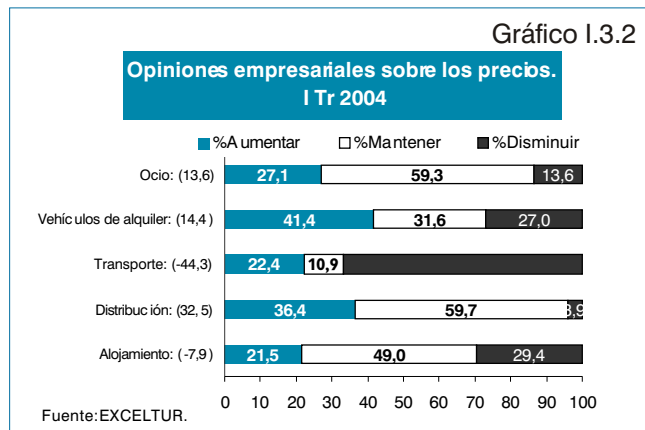
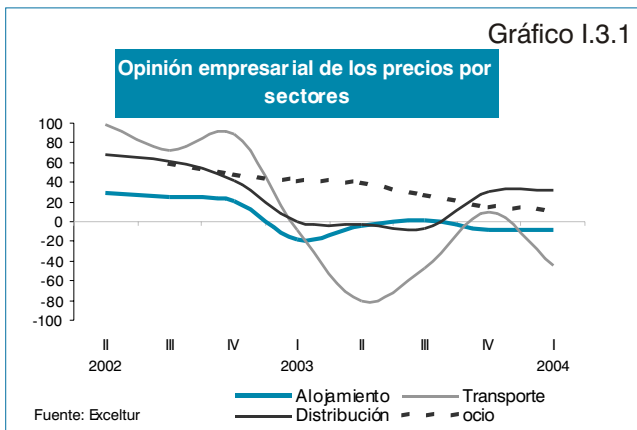


A tenor de todo ello y como se plantea en el apartado de Expectativas, nos aventuramos a mantener nuestras previsiones a corto que anunciamos en enero, reiterándonos en que **los mercados español y británico serán en los próximos meses los que ofrezcan mejores resultados**, mientras que la llegada de turistas de otros importantes países emisores, como Alemania y Francia, estará sometida a mayores fluctuaciones y/o una dinámica más moderada.

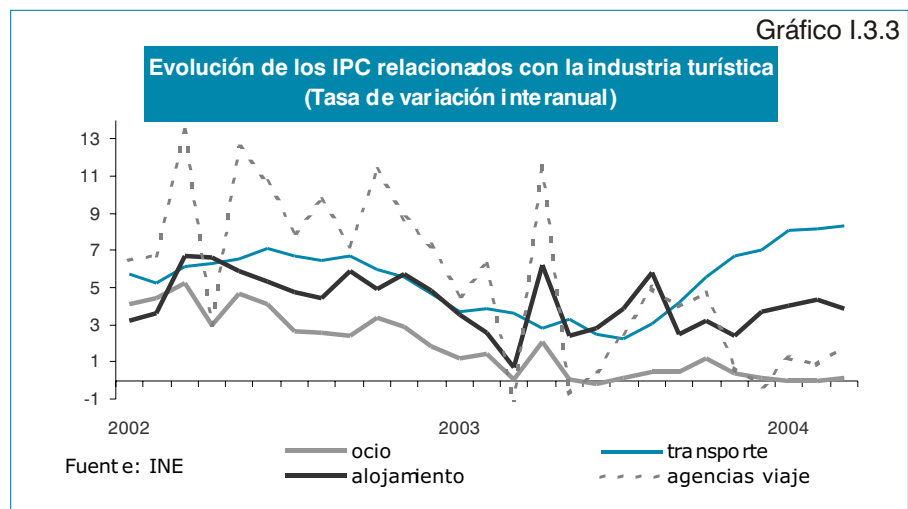
1.3. Evolución de los precios

La industria turística sigue inmersa en un proceso de contención de precios, si bien de menor intensidad que el pasado año

Uno de los aspectos más relevantes de la actividad turística a comienzos del ejercicio actual ha sido que la reactivación de la demanda no ha venido acompañada de una aceleración de los precios. Los diversos subsectores de la industria turística siguen inmersos en un proceso de contención de precios y aplicación de estrategias de ofertas y descuentos, si bien en menor intensidad que el pasado año.



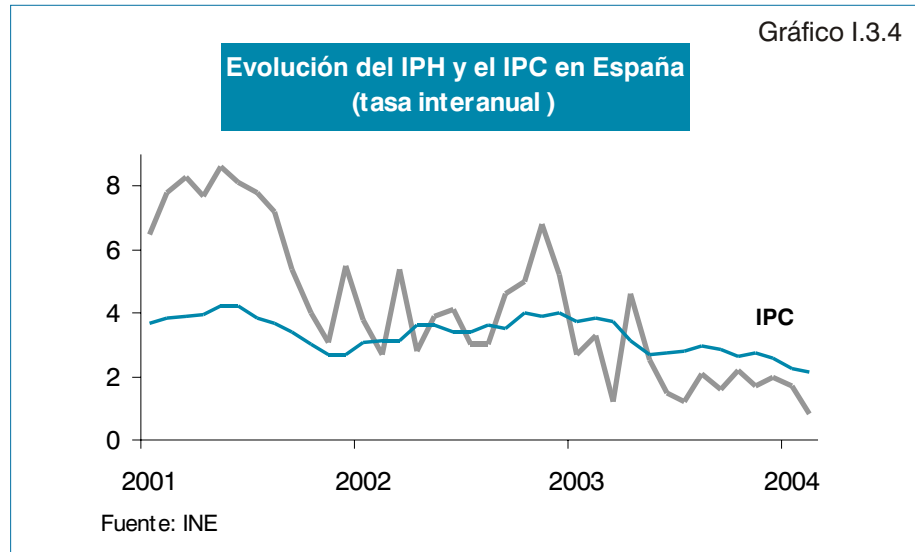
Esta tendencia viene a corroborar que las condiciones de fuerte competencia por la situación de sobreoferta en el mercado, impide que la aparente reactivación de la demanda se traduzca en una recuperación de los niveles de precios del pasado año, incluso en un contexto marcado por la reactivación económica. **En todo caso, se advierte cierto agotamiento en la contención de los precios, que apunta que se puede haber tocado fondo en los primeros meses de 2004.**



Los precios hoteleros en mínimos desde 1999

El aumento de la competencia por el incremento de las plazas hoteleras sigue condicionando la estructura de tarifas en el sector de alojamiento hotelero. De hecho, en el primer trimestre de 2004 ha disminuido el porcentaje de empresarios que opinaban en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur que sus precios han aumentado (21,5%, frente a 28,1% del trimestre anterior) a favor de los que señalan que se han mantenido, que ya representan el 50% de la muestra. **Esta situación queda recogida en el Índice de Precios Hoteleros (IPH), elaborado por el INE desde 1999, que alcanzó en el mes de febrero de este año su valor mínimo (0,8%) y en el mes de marzo experimentó un ligero repunte hasta el 1,2%.**

Gráfico I.3.4

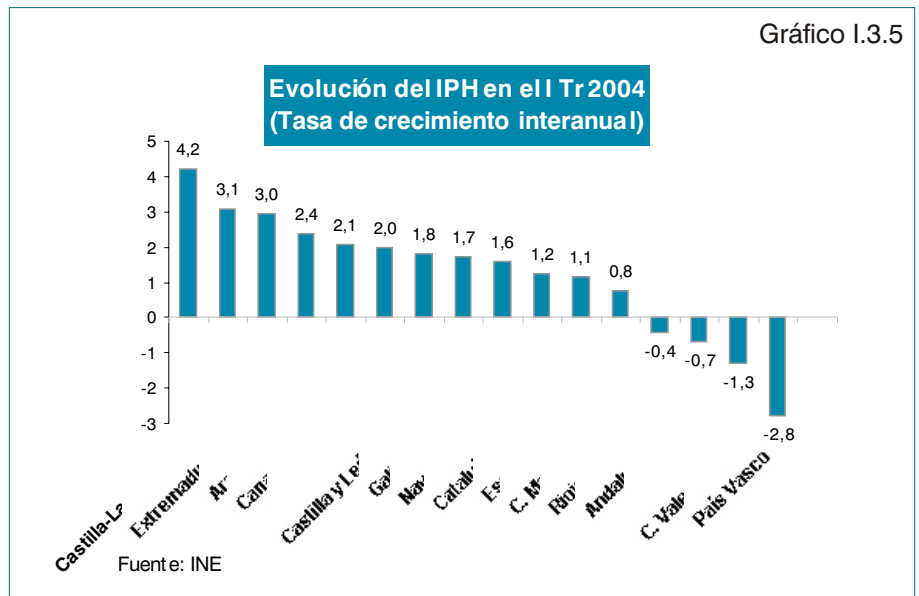


Mayor convergencia en el ritmo de crecimiento de los precios entre todos los destinos españoles a comienzos del 2004

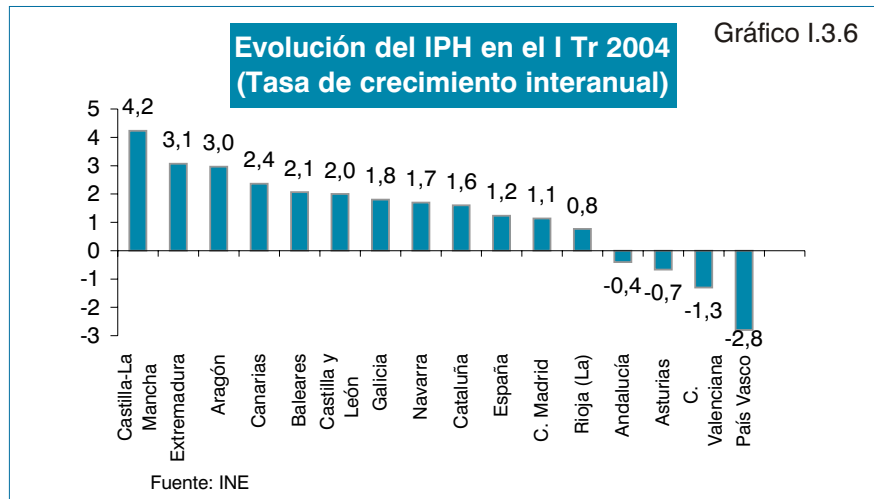
La moderación del ritmo de crecimiento de las tarifas hoteleras se ha producido en aquellas Comunidades Autónomas que habían alcanzando los ritmos de crecimiento más altos en 2003, en claro contraste con Baleares, cuyo IPH confirma que se dan por finalizadas las estrategias agresivas de precios llevadas a cabo en los últimos dos años.

Entre las cuatro comunidades autónomas que representan el 70% del peso total del índice de precios hoteleros (Canarias, Andalucía, Madrid y Cataluña), es reseñable el descenso de los precios hoteleros en Andalucía, que, con una caída del 0,4%, mantiene la tendencia decreciente iniciada en noviembre de 2003. Cataluña, con un crecimiento interanual del 1,6% alcanzó su valor más bajo en el último año y en Madrid se produjo un aumento del 1,1%, frente al 2,4% con que finalizó 2003.

Gráfico I.3.5



La percepción de los empresarios acerca de la evolución de sus precios por destinos apunta a una contención de precios en Cataluña y Comunidad Valenciana mientras que en Andalucía la percepción de precios es negativa por primera vez en los dos últimos años. Las regiones del interior y de la costa que más se han beneficiado del fuerte incremento de la demanda son las que presentan una apreciación más alta de las tarifas hoteleras, tal y como se recoge en el IPH del primer trimestre de 2004.



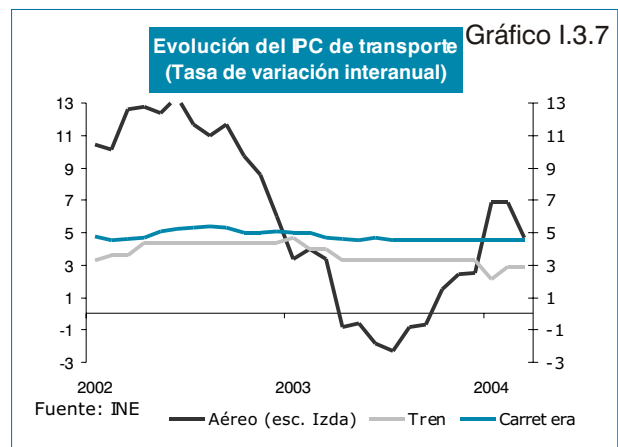
Los grandes grupos de agencias de viajes continúan mostrando una senda alcista muy moderada en sus precios según se deriva de la combinación de los datos del IPC del INE (en los tres primeros meses del año por debajo del 1% de crecimiento) y de la Encuesta elaborada por Exceltur, en donde una amplia mayoría de empresarios (59,7%) consideran que sus precios han permanecido estables.

La evolución de los precios en el sector del transporte en este primer cuarto de año se caracteriza por las escasas variaciones registradas en las tarifas del transporte terrestre desde hace un año, sobre todo en carretera, mientras que el IPC de transporte ferroviario ha moderado incluso su ritmo de crecimiento.

En el caso del sector aéreo, el aumento de la competencia sigue induciendo guerras de precios entre las compañías aéreas españolas con el objetivo de no perder cuota de mercado. Los empresarios que intervienen en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur coinciden en señalar que sus tarifas han experimentado un notable descenso respecto al primer trimestre de 2003. Esta opinión contrasta con la evolución del IPC de transporte aéreo, que entre enero y febrero ha acelerado su ritmo de avance interanual hasta el 6,9%, si bien marzo ya recoge una notable moderación (dos puntos hasta el 4,7%).

Los operadores aéreos están llevando a cabo una segmentación de las tarifas en función del perfil del cliente con el fin de establecer precios más competitivos. Los factores que más se están teniendo en cuenta son la elasticidad-precio y anticipación de compra para cada mercado.

Desde hace varios meses Iberia y Spanair han lanzado ofertas especiales para niveles de tarifas más bajos sólo vigentes en un periodo muy corto de tiempo con el objetivo de acercarse más a las nuevas preferencias. También se están llevando a cabo nuevas políticas de descuentos y ofertas a determinados segmentos como el viaje de empresas, ofreciéndoles un mayor ahorro y flexibilidad a la hora de hacer cambios hasta el momento de su partida. Esta es la respuesta a la pérdida del 25% de uso de la clase turista con tarifa completa a favor de otras ofertas. Según la Radiografía del Viajero Diners Club" (segunda edición), "la tarifa turista ha perdido presencia por parte de la preferencia del viajero a favor de las tarifas reducidas para controlar costes", ya que el 16% de los viajes de negocios ya se realizan con tarifa reducida.



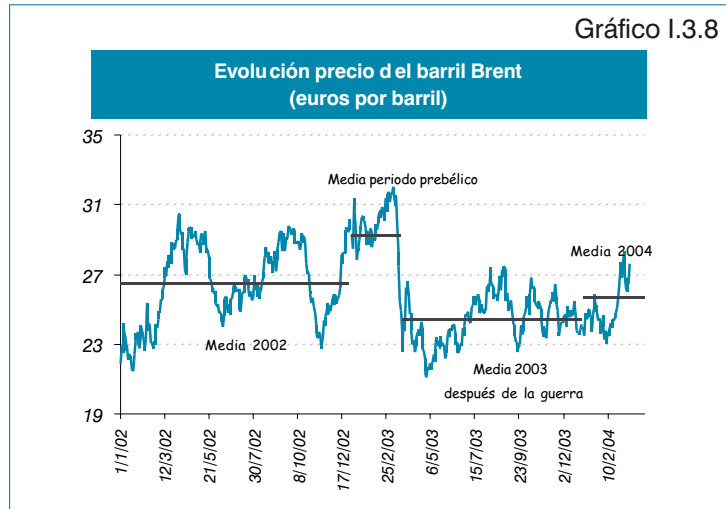
En el sector del transporte aéreo, a pesar de que acusa el encarecimiento de la factura energética, la guerra de tarifas continua provocando una presión a la baja de los precios.

Tarifas más competitivas según el perfil del cliente en el transporte aéreo

La subida del crudo y la depreciación del euro van a introducir una mayor inflación energética

Por último, es necesario llamar la atención sobre la evolución de los precios del crudo (31,63 dólares por barril para el Brent contado en el primer trimestre), que de mantenerse en estos niveles este escenario parece factible dado el panorama en Oriente Medio, los recortes acordados por la OPEP y el inicio de la “driving season” en EE.UU.- comenzará a introducir un efecto al alza en los precios a partir de mayo. Este repunte del precio de petróleo junto con la depreciación del euro va a introducir una mayor inflación energética de forma que, posiblemente, ya hemos asistido a los mínimos de inflación en el sector del transporte en su conjunto.

Gráfico I.3.8



1.4. Empleo y productividad

El empleo en el sector turístico vuelve a comportarse de forma más favorable en comparación con el conjunto de la economía, consolidando su capacidad de generación de empleo. La productividad continúa cayendo, si bien a tasas mucho menos intensas que las de años anteriores.

El sector turístico demuestra su capacidad de generar empleo en el primer trimestre de 2004

El mercado laboral español en su conjunto ha continuado mostrando su fortaleza en los últimos meses, con un crecimiento del empleo medido por la afiliación a la Seguridad Social superior al 3% interanual. **El sector de turismo se ha desmarcado positivamente, ya que desde octubre del pasado año los afiliados han acelerado su crecimiento hasta el 3,7% interanual al inicio de 2004, después de varios meses de ralentización.** Esta evolución es consistente con la adecuación de las plantillas a un mayor volumen de demanda.

Gráfico I.4.1

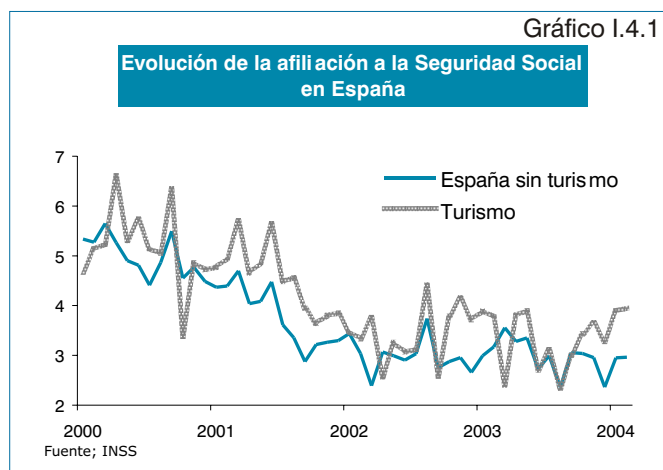


Tabla I.4.1.

EMPLEO TURÍSTICO (afiliados a la Seguridad Social)													
	Valor	2002			2003			2004			Ultimo dato		
	2002	2000	2001	2002	II	III	IV	I	II	III		IV	
Empleo turístico	2.024.999	5,2	4,6	3,4	3,0	3,4	3,9	3,3	3,5	2,8	3,5	3,7	feb
Hostelería	1.003.472	4,5	4,9	4,0	3,3	3,9	4,6	3,2	3,3	2,3	3,1	3,4	feb
Transporte	596.533	4,7	2,6	2,3	2,0	2,4	2,6	3,1	3,5	3,6	3,7	3,8	feb
Terrestre	549.092	4,6	2,8	2,7	2,6	2,8	2,9	3,0	3,1	3,3	3,5	3,7	feb
Marítimo	11.364	4,1	-0,9	4,3	4,5	4,4	6,1	4,8	5,2	5,3	3,5	2,6	feb
Aéreo	36.077	6,3	1,5	-4,0	-6,3	-4,1	-1,4	3,4	8,0	7,9	6,9	5,3	feb
Agencias de viajes	44.890	8,4	6,8	3,1	3,0	2,7	3,1	4,0	3,7	3,5	4,8	5,0	feb
Ocio y Cultura	262.748	7,1	6,4	4,1	3,6	3,7	4,6	4,3	4,0	2,8	3,5	3,8	feb
Empleo en el resto sectores	14.163.391	5,0	3,9	3,0	3,0	3,2	2,8	3,2	3,1	2,8	2,8	2,8	feb

Fuente: Ministerio de Trabajo y S.S.

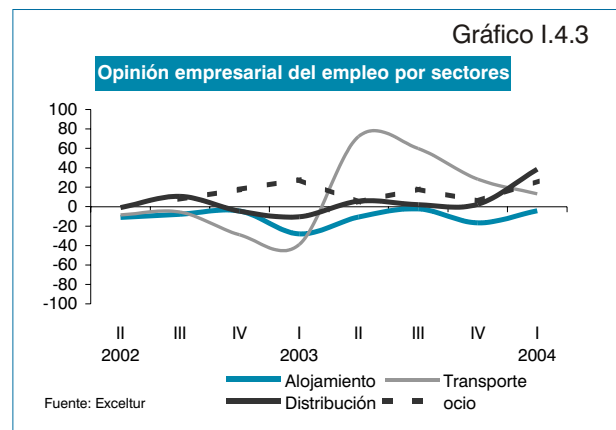
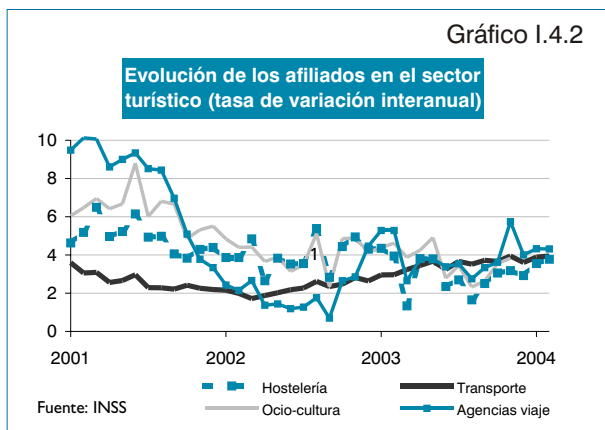
Las agencias de viaje y el transporte aéreo son los sectores con mayor crecimiento del empleo en relación con el

Los subsectores con un mayor impulso laboral son el de agencias de viajes, que ha incrementado su plantilla en un 5% durante el último año, y el transporte aéreo (5,3%), acorde con la mayor utilización de este medio de desplazamiento y la mayor oferta de vuelos de las compañías de bajo coste. Destacar, además, el comportamiento del transporte terrestre, en cuanto que la tasa de crecimiento ha aumentado seis décimas desde agosto de 2003 hasta el 3,7%, mientras que las otras dos modalidades (marítimo y aéreo) han seguido una senda de ralentización. Por su parte, la afiliación en el subsector de actividades recreativas experimentó un nuevo repunte hasta el 3,8% desde al 2,8% de finales de verano de 2003.

La opinión empresarial manifestada en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur corrobora esta tendencia, ya que los empresarios de distribución y ocio son los que presentan un comportamiento relativo más favorable. Por el contrario, transporte, a pesar de que mantiene niveles positivos, ha sufrido correcciones notables desde finales de 2003, moderación que viene explicada por el fuerte crecimiento de las plantillas registrada el pasado año.

El sector de alojamiento, el menos dinámico

La situación en la hostelería también ha mejorado de forma significativa (3,4% desde el 2,2% de agosto pasado), consecuencia de la mayor demanda de alojamiento en hoteles. En todo caso, hay que introducir un matiz debido a que en este grupo se incorporan los afiliados de la rama de bares y restaurantes y es probable que los resultados estén sesgados al alza. De hecho, los empresarios del sector del alojamiento hotelero tienen una valoración negativa sobre la evolución del empleo (saldo de 2), aunque es la menos pesimista en varios años.





La productividad de la industria turística se recupera paulatinamente

La aceleración en el ritmo de creación de empleo no ha estado reñida en el sector turístico con una mejoría en la tendencia de la productividad. **Si bien en 2004 todavía sigue cayendo la producción (de acuerdo al ISTE) por trabajador, el descenso está lejos de los fuertes retrocesos de los últimos tres años.** Este comportamiento supone un buen síntoma para el sector y de retomar variaciones positivas permitiría frenar la pérdida de competitividad de los servicios turísticos nacionales.

