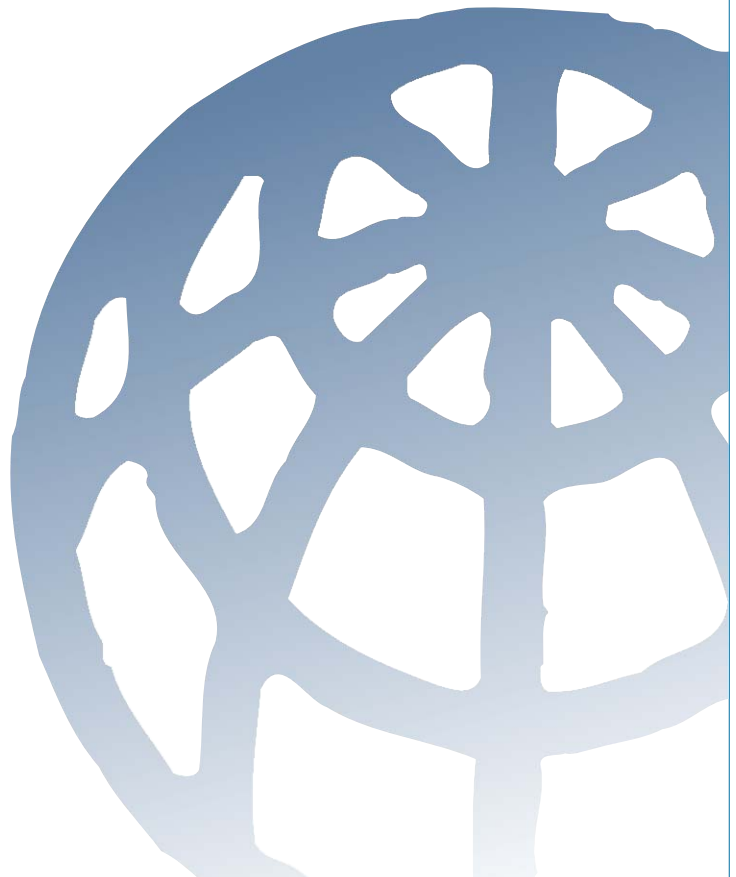


# Mercados Emisores



Exceltur





## 2. Mercados emisores

### Marco general y condicionantes en la evolución reciente

*La continuidad en la recuperación económica, el mantenimiento de unos tipos de interés reducidos y la depreciación del euro afectan positivamente el comportamiento del sector en el primer trimestre de 2004.*

El marco macroeconómico del sector turístico español ha experimentado cambios favorables adicionales durante el último trimestre, que han beneficiado una recuperación más intensa de la actividad. La demanda ha encontrado apoyos para incrementarse, aunque en determinados países los estímulos monetarios aplicados no resultan, por el momento, suficientes. Los mercados español y británico han sido, son y probablemente serán en los próximos meses los que ofrezcan mejores resultados, mientras que la llegada de turistas de otros países emisores tradicionales, como Alemania y Francia, está inmersa en un proceso de recuperación más moderado.

La reactivación de las principales áreas económicas del mundo continúa vigente al inicio de 2004, dando continuidad a la tendencia iniciada en la parte central del pasado año. La senda favorable resulta, sin embargo, marcadamente diferente al realizar un análisis más desagregado, ya que mientras en Estados Unidos el crecimiento podría situarse en torno al 5% interanual en el primer trimestre, en el Área Euro se limitaría al 1%. Esta situación impide que la recuperación del sector turístico en nuestro país sea mayor, en tanto que una parte significativa de los demandantes de servicios provienen de esta última zona. En cualquier caso, el grado de incidencia de este factor vendría compensado porque son los dos primeros mercados, el nacional y el británico, los que encuentran un contexto más positivo.

*El buen tono de la demanda de turismo por parte de españoles y británicos se encuentra en la fortaleza del gasto familiar en ambas economías*

En el primer trimestre de 2004, España habría crecido un 2,8% y Reino Unido un 3%, lo que supone un diferencial con el Área Euro de 1,8 y 2 puntos porcentuales, reflejo de la posición cíclica en la que se encuentra cada una de estas áreas. Precisamente, **en estas divergencias el consumo privado de bienes y servicios ha tenido un papel relevante, lo que explica el buen tono de la demanda de turismo por parte de españoles y británicos.** El comportamiento positivo del mercado laboral, la moderación de la inflación y el efecto riqueza generado por la revalorización de la vivienda siguen sosteniendo una mayor disposición al gasto de las familias en España y Reino Unido.

En términos globales, la evolución de los mercados financieros se ha erigido en los últimos meses como un factor de apoyo en la senda de recuperación de la demanda. **Los tipos de interés se han reducido como consecuencia de la relajación de las expectativas de subida** de los respectivos bancos centrales en 2004 (la Reserva Federal estadounidense y el Banco Central Europeo podrían no modificar su política monetaria hasta diciembre). El Euribor 12 meses ha caído cerca de 40 puntos básicos desde noviembre pasado (la media en marzo fue del 2,06%), lo que ha supuesto una nueva mejora en las condiciones de financiación para las familias del Área Euro. En España, esto supone que el tipo de interés real de referencia para la concesión de créditos se encuentra en el 0%, en un contexto en el que la inflación es la menor desde 1999.

**La excepción a estos movimientos de expectativas de tipos de interés ha sido Reino Unido, ya que después de la subida de noviembre de 2003, el Banco de Inglaterra decidió el pasado 5 de febrero un nuevo alza en el tipo de intervención.** Con el repunte de 25 puntos básicos, la *Base Rate* (referencia británica de política monetaria) se sitúa en el 4%, respondiendo así a una estrategia monetaria cuyo objetivo es suavizar el ritmo de crecimiento de los precios de la vivienda. En cualquier caso, los niveles actuales son los que tenía a comienzos de 2003 y la fortaleza en la recuperación resulta suficientemente saludable para no perjudicar el buen tono del consumo privado y de los gastos turísticos de los británicos. Además, la revalorización de la libra frente al euro en 2004 (un 6%) y la sobrevaloración de la misma con respecto al dólar (un 14%), limitan en el corto plazo nuevas subidas del tipo de referencia.

La evolución del tipo de cambio es otro de los elementos que ha incidido positivamente en la recuperación del turismo hacia España, en tanto que el euro ha frenado su fortaleza en 2004. Durante los primeros meses del año, la moneda única ha cedido un 4% en términos efectivos (ponderando por las relaciones comerciales con el exterior), destacando la pérdida de valor frente al dólar (un 6%) y, como se ha señalado anteriormente, frente a la libra. De hecho, los turistas procedentes de Estados Unidos crecieron en febrero un 4,1% en tasa media anual, en lo que supone el segundo mes consecutivo con variación positiva desde principios de 2002.

## Mercados Emisores

*La buena evolución económica de Reino Unido permite que el mercado británico se desmarque positivamente del resto, principalmente a través de la llegada por avión en compañías de bajo coste y la estancia en hoteles.*

La recuperación en la entrada de turistas protagoniza desde diciembre una fase de marcada aceleración, en la que se han acentuado los rasgos característicos por mercado emisor, modo de alojamiento y medio de transporte empleado. En primer lugar, el primer demandante de servicios turísticos, **Reino Unido**, ha incrementado la emisión de turistas hasta ritmos en torno al 10% interanual en marzo, después de la pérdida de dinamismo desde verano del pasado año. En segundo lugar, el medio de transporte más empleado, el **avión**, ha mostrado un crecimiento notable en su utilización (un 6,5% interanual), reflejo del impulso de las compañías de bajo coste, más acusado desde finales de 2003. El auge de esta modalidad no puede separarse de la cada vez mayor "individualidad" en la planificación de desplazamientos, como muestra el incremento del 11,4% interanual en el número de turistas extranjeros que llegan a España sin paquete de viajes, frente a la caída del 1,2% en los que sí lo contratan. Y por último, la demanda de **hoteles**, que concentran en torno a un 70% de la oferta de alojamiento total, crece un 10,1% interanual, prolongando la senda de recuperación que comenzó en la parte central del ejercicio anterior. Conviene destacar aquí, sin embargo, que la estancia media continúa su senda descendente y se sitúa en 3,2 días (3,3 en 2003).

En cualquier caso, no acabe atribuir en exclusiva a estos tres elementos el mejor tono del sector en los últimos meses. Conviene subrayar en este sentido, el empuje de la demanda de países europeos "no principales" (Portugal y Bélgica) y Estados Unidos, el crecimiento en el uso de vehículos para los desplazamientos y el mantenimiento de tasas razonables en el empleo de vivienda propia como alojamiento.

## ÁREA EURO

La situación de debilidad de las economías centrales (Alemania, Francia e Italia) continúa teniendo un claro reflejo en el comportamiento relativo de la demanda de turismo en nuestro país. La entrada total de turistas creció a una tasa interanual del 5,4% en el primer trimestre de 2004, mientras que la llegada procedente de Italia (2,7%), Alemania (0,3%) y Francia (-6,7%) mantuvo un tono menos favorable, a pesar de la recuperación en los últimos meses. La demanda interna mantiene en estos países una evolución de lenta recuperación, condicionada por la situación adversa en el mercado laboral. Los indicadores de confianza de los consumidores apenas han experimentado variaciones desde finales de 2003, por lo que las perspectivas en los próximos meses no apuntan a una mejora en la disposición al gasto de las familias.

Gráfico 2.1.

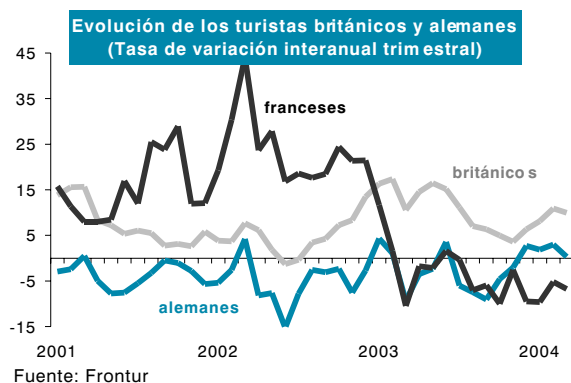
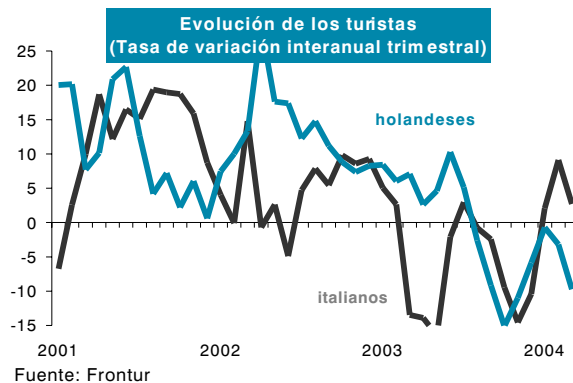


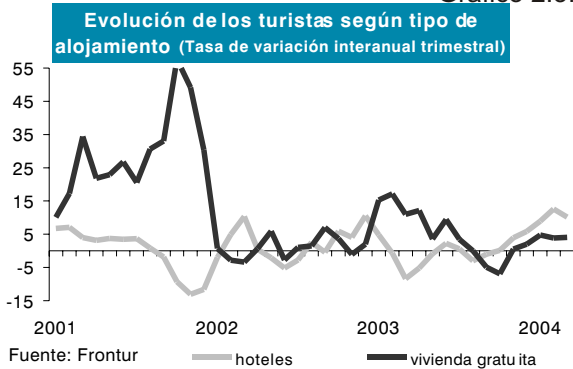
Gráfico 2.2.



El resto de países europeos, a excepción de España y Reino Unido, presentan una situación similar en términos macroeconómicos (la Unión Europea creció apenas un 0,8% en 2003), aunque esto no ha impedido que la demanda de servicios turísticos haya sido especialmente dinámica en algunos casos. Dentro de este grupo **destacan, por este orden, Portugal y Bélgica**, que presentan significativas tasas de variación positivas de entrada de turistas en los últimos meses (un 32,1% y un 9,1% interanual en el período enero-marzo, respectivamente), en parte por las caídas del año anterior. **Más acorde con los fundamentos económicos encontramos el comportamiento de los turistas holandeses (-9,7% interanual) y británicos (9,9% interanual) hacia España**, ya que mientras que el consumo privado mantiene una manifiesta debilidad en Países Bajos (cayó un 1,2% en 2003), el gasto de las familias de Reino Unido muestra un claro dinamismo. La evolución favorable del primer mercado emisor marca, por tanto, una divergencia manifiesta con relación al alemán, el segundo en importancia, **consolidando la posición del Reino Unido como demandante líder de servicios turísticos en nuestro país**.

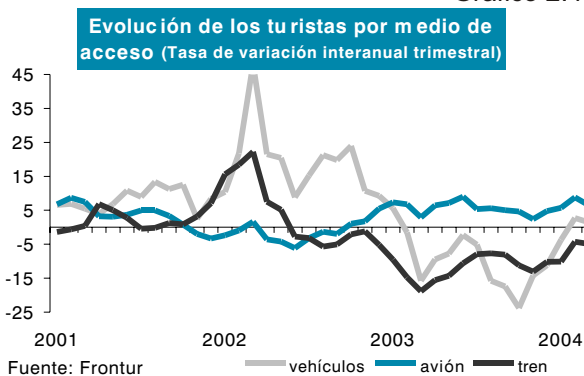
La modalidad de alojamiento escogida por los turistas marca también una clara diferencia entre los diferentes países europeos, ya que **la entrada de turistas procedentes de los mercados más dinámicos ha descansado en buena medida sobre la estancia en hoteles y similares**. El número de turistas portugueses, británicos y belgas en establecimientos hoteleros creció en el primer trimestre a ritmos anuales del 38,5%, 25,9% y 24,4%, respectivamente, frente al deterioro de Holanda (caída del 7,7%) y Francia (-2,3%) y al práctico estancamiento de Alemania (0,2%) e Italia (0,7%), ampliando las divergencias existentes en la parte final del año pasado.

Gráfico 2.3.



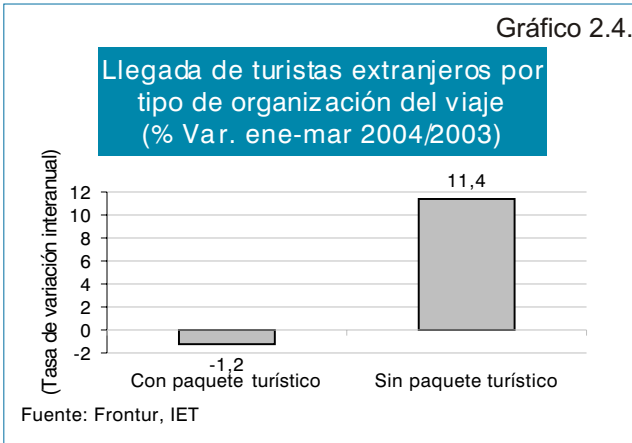
El empleo de **vivienda gratuita** (bien propia, bien de familiares o amigos) ha acelerado en el primer trimestre su ritmo de crecimiento (un 4% interanual en marzo frente al 2% de diciembre y a la caída del 4,9% en el tercer trimestre de 2003), gracias principalmente a los turistas portugueses (un 56,4% interanual bajo esta modalidad en enero-marzo), holandeses (19,4%) e italianos (9,5%). En cuanto al resto de modalidades de alojamiento, conviene subrayar la sensible caída generalizada de la vivienda en alquiler (un 36,8% interanual, similar a la del último trimestre de 2003), con la excepción del fuerte crecimiento de la demanda portuguesa (de poco peso en cualquier caso), y el impulso del alojamiento no especificado (27,1%), aunque el peso de éste en el conjunto resulta todavía marginal (menos de un 0,5%).

Gráfico 2.4.



**El mayor crecimiento de la entrada de turistas por vía aérea es un fenómeno que se ha extendido a la práctica totalidad de los países europeos, beneficiados en su mayoría por el impulso de las líneas aéreas de bajo coste**. El país que muestra mayor divergencia con sus cifras totales es Francia, ya que en el primer trimestre un 6,2% más de turistas de este país llegaron a España a través del avión, frente a la caída global del 6,7%, comportamiento que ya había tenido lugar en los dos trimestres anteriores. Destaca igualmente la llegada por vía aérea de turistas procedentes de Bélgica, con un incremento del 12,5%, y del Reino Unido (10,2%), aunque esta evolución ha estado más en consonancia con la evolución general. **Los descensos en el empleo de la carretera como medio de transporte se han mantenido en niveles sustancialmente elevados, a excepción de Portugal, por motivos geográficos y la comentada mayor preferencia de los turistas portugueses en el último año por la vivienda propia**.

Gráfico 2.4.



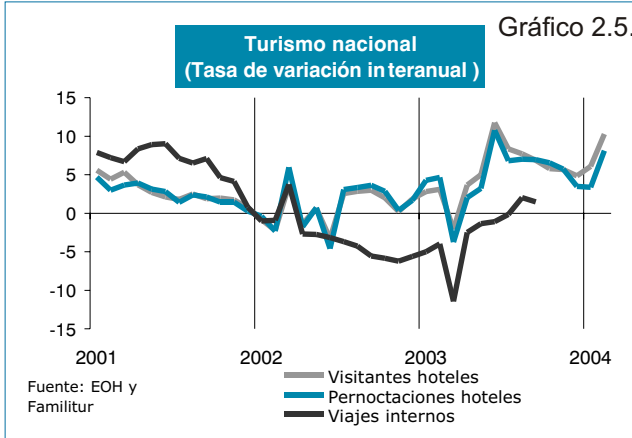
Por otro lado, **la tendencia al crecimiento en la organización individual del viaje parece imparable en el mercado extranjero.** Los datos de Frontur relativos al período enero-marzo de 2004 muestran como el crecimiento en el número de turistas experimentado durante este período se explica en su totalidad por un aumento en los viajeros sin paquete turístico (con un crecimiento del 11,0%).

## Mercado nacional

*El buen tono de la economía española impulsa la demanda de servicios turísticos, favorecida por el incremento continuado de la capacidad adquisitiva de las familias.*

**La demanda nacional de servicios turísticos es, junto a la británica, la que ha permitido un mayor impulso del sector en el primer trimestre, consecuencia de la marcada recuperación cíclica que ha experimentado la economía española.** Dos siguen siendo los pilares sobre los que se asienta el mayor dinamismo del crecimiento de la economía española: la inversión en construcción (en cierta medida por la inversión extranjera en inmuebles) y el consumo privado. El gasto de las familias en bienes y servicios ha encontrado elementos suficientes para acelerar su crecimiento en 2003 y los factores condicionantes no han hecho sino modificarse favorablemente en el inicio de 2004.

Gráfico 2.5.



**El empleo** creció un 2,6% interanual en el primer trimestre de este año, lo que supone un fuerte incremento y un **hecho determinante para el aumento de la renta disponible.** La capacidad adquisitiva de los hogares también ha crecido por una **menor inflación** (con un 2,1% en febrero y marzo se han alcanzado mínimos desde 1999) y por la **relajación adicional en las condiciones de financiación**, especialmente relevantes en un contexto de fuerte endeudamiento de las familias. Por último, la significativa revalorización de la vivienda en los últimos años ha provocado un **efecto riqueza** positivo sobre las decisiones de gasto de los consumidores.

En este escenario, **el consumo privado, incluida la demanda de turismo, aceleraría en mayor medida su crecimiento en el primer semestre de 2004.** Así lo anticipan las ventas al por menor, con ritmos de incremento superiores al 6%, la matriculación de vehículos (más de un 20% interanual en febrero y marzo) y la EOH. La encuesta publicada por el INE muestra que después de la desaceleración vivida en el verano de 2003, desde noviembre se ha asistido a tasas de variación crecientes en las pernoctaciones de nacionales, alcanzando en el primer trimestre un incremento interanual del 10,2%.