

# Perspectivas 2005



Exceltur



## A. PERSPECTIVAS MACRO-ECONÓMICAS GENERALES

El año 2005 se perfila como un ejercicio con rasgos muy similares a los que han caracterizado el turismo durante el 2004. En un contexto macroeconómico donde no se esperan cambios sustanciales que puedan afectar de manera importante, ni positiva ni negativamente, a la propensión a viajar de los consumidores en general ni a sus niveles de gasto, las claves de la temporada de 2005 volverán a estar marcadas por los efectos de los procesos de cambio en los patrones de comportamiento y de viaje de los clientes finales y la capacidad de reacción de las empresas españolas para cubrir sus necesidades y cada día más exigentes expectativas.

Dentro del escenario macroeconómico previsto para el año 2005, en Europa no se esperan para la mayoría de países tasas de crecimiento del PIB superiores al 2%, en niveles que, salvo en contadas excepciones como la alemana o la italiana, estarán por debajo de los registros alcanzados en el 2004. Ante este escenario macroeconómico, no excesivamente halagüeño, se une la fortaleza del euro, que si bien podría ceder posiciones frente al dólar mantendría su fortaleza con relación a la libra, pudiendo este último caso incidir negativamente en el dinamismo del turismo británico hacia España, que hoy por hoy es con diferencia nuestro principal mercado externo. Afortunadamente, se espera que la política monetaria prevista por los principales bancos centrales europeos mantenga una orientación hacia la estabilidad de los tipos de interés, lo que aliviará las tensiones sobre la capacidad adquisitiva de las familias y, en consecuencia, sobre el consumo turístico.

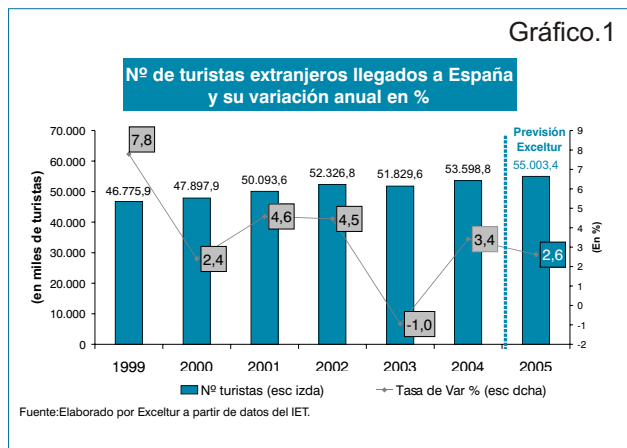
PREVISIONES DE EXCELTUR PARA EL TURISMO ESPAÑOL							
	2001	2002	2003	2004(p)		2005(p)	
	%	%	%	%	Nº	%	Nº
<b>ISTE (PIB turismo)</b>	2,8	-0,2	1,7	2,4		2,2	
<b>Ingresos por turismo (balanza de pagos-mill. euros)</b>	8,5	-2,9	3,7	1,0	37.257	0,9	37.576
<b>Ingresos por turismo/ turistas (euros)</b>	3,7	-7,0	4,7	-2,3	695,1	-1,7	683,2
<b>Total turistas extranjeros</b>	4,6	4,5	-1,0	3,4	53.598.827	2,6	55.003.443
<b>5 principales mercados europeos</b>	5,6	5,4	0,4	2,0	38.808.480	2,2	39.656.914
Turistas alemanes	-3,5	-5,3	-4,5	2,7	10.022.282	2,9	10.317.692
Turistas británicos	5,8	4,9	8,4	2,9	16.383.287	2,3	16.754.719
Turistas franceses	18,2	21,3	-6,0	-2,0	7.498.545	1,3	7.598.578
Turistas italianos	15,0	5,0	-6,5	10,3	2.610.177	3,1	2.690.428
Turistas holandeses	9,2	12,4	-2,2	-2,9	2.294.190	0,1	2.295.497

En este contexto, la evolución del precio del petróleo sigue generando incertidumbre a pesar de la moderación que ha mostrado desde el mes de noviembre, por lo que pensamos que será uno de los elementos que pueda seguir introduciendo inestabilidad para el sector turístico español, tanto por su efectos sobre el coste energético de las empresas, principalmente de transporte, como por la traslación que nuevas subidas pudieran producirse sobre la capacidad de consumo y los niveles de confianza de los consumidores europeos.

Ante esta situación con rasgos macroeconómicos muy similares a la del pasado año, pensamos que el turismo español seguirá condicionado por el efecto de los profundos cambios que se vienen produciendo en la industria, propiciados por los nuevos hábitos de viaje del turista. Según nuestras estimaciones, la llegada de turistas extranjeros volverá a crecer en el 2005, si bien a ritmos inferiores a los que ha cerrado el 2004. En concreto, esperamos que los turistas crezcan un 2,6% durante el 2005 hasta superar los 55,0 millones. Se trata en todo caso, de ritmos moderados aunque positivos en un año para el que la OMT ha estimado un crecimiento del 5% en los flujos de turistas a nivel mundial.

Los elementos explicativos de este nuevo aumento de la llegada de turistas, sin embargo, no nos llevan a concluir que en paralelo incorpore un nuevo perfil de consumidores con pautas aparejadas a las de mayor gasto promedio. Según nuestras estimaciones, el año 2005 será testigo de una nueva contracción de este indicador clave y determinante para los subsidiarios efectos multiplicadores del turismo en los destinos.

De nuevo llegarán más turistas, pero de nuevo estimamos que su gasto medio se reducirá en 2005. De hecho, según las



estimaciones que hemos realizado, el año 2005 estaría marcado por una caída del Ingreso por turista extranjero del 1,7%, por el mayor crecimiento del número de turistas (2,6%), frente al tímido incremento de los ingresos por turismo de la Balanza de Pagos (0,9%).

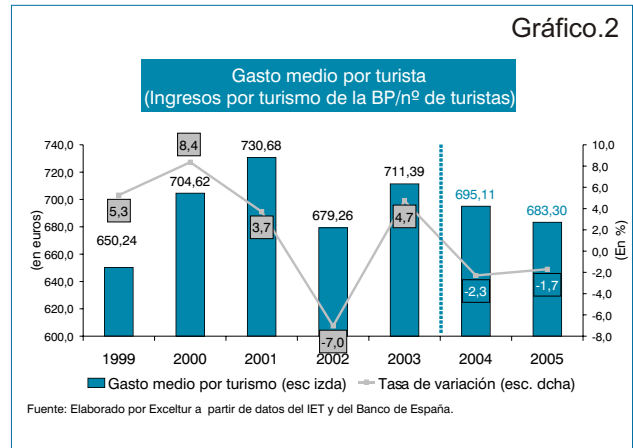
Y es que detrás de esta mayor llegada de turistas nos podemos volver a encontrar con los rasgos de un turista que viaja más a España impulsado por el económico acceso a una oferta creciente de las compañías aéreas de bajo coste y que poco a poco impulsa a su vez la reducción de los precios de los servicios conexos en destino, que van reajustándose para encontrar una mayor proporcionalidad con los menores costes pagados por la porción del transporte.

A finales de 2004 se anunciaron multitud de nuevas conexiones desde aeropuertos europeos hacia los españoles que entrarán en funcionamiento este año, especialmente con Alemania y Reino Unido, pero también con otros países como Polonia, que probablemente realimenten esta tendencia.

De ahí que el mayor aumento de este creciente flujo turístico frente al tradicional paquetizado y los rasgos que le caracterizan probablemente seguirán incidiendo durante el 2005 en la caída de la estancia media de los turistas, al estar adicional e indirectamente induciendo las Low Cost los viajes o “escapadas” de más corta duración. Igualmente, la mayor propensión de esos viajeros hacia la utilización de casas de familiares y amigos durante sus viajes a España no nos hace prever que este dinamismo se traslade simétricamente sobre la demanda hotelera, especialmente de aquella que no disponga de una estrategia comercial preparada tecnológica y comercialmente para aprovecharse de los hábitos de contratación de este nuevo turista que utiliza principalmente Internet.

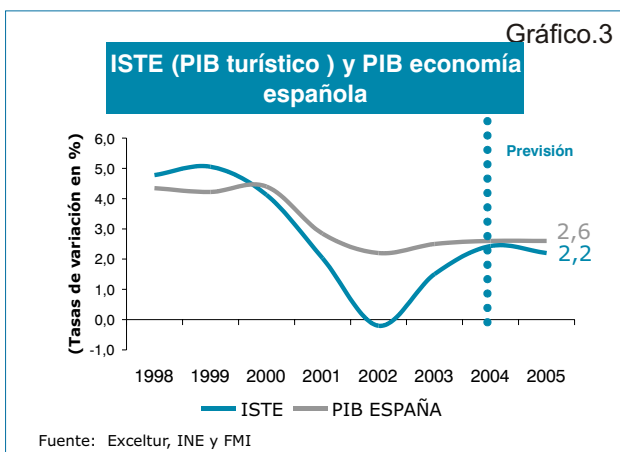
Las estimaciones de una mayor llegada en el número de turistas para el 2005 se sustentan igualmente sobre los efectos de otro conjunto de situaciones que presumiblemente incidirán al alza sobre ese volumen de llegadas. En primer lugar, la apertura de nuevas conexiones aéreas previstas a partir de mayo con ciudades de un mercado turístico emergente como China (los turistas chinos en el mundo habrían crecido en 2004 un 35%) y con países protagonistas de la ampliación de la Unión Europea deberían favorecer el aumento en el número de turistas extranjeros hacia España.

Por otro lado, el turismo interno seguirá tirando de nuevo de la industria turística española. Esperamos que el mercado nacional vuelva a crecer en el 2005 aunque probablemente de manera más moderada que como lo hizo en el 2004. En



todo caso, los hoteles españoles y las agencias de viajes serán las grandes beneficiadas de este nuevo aumento, aunque en un escenario como el actual de márgenes contenidos. En este sentido, estimamos que las pernoctaciones hoteleras de los españoles se incrementen en torno al 5%, frente al 9,4% que registraron en el 2004.

La combinación de los efectos derivados del conjunto de la dinámica de la demanda nacional y extranjera impulsará según nuestras previsiones un aumento del PIB turístico en España del 2,2%, dentro del tono de mayor moderación que estimamos para el 2005. Si estas previsiones se cumplieran, un año más, y llevaríamos cuatro consecutivos, el turismo seguiría creciendo, aunque a tasas algo inferiores por debajo de la economía española, para la que el FMI prevé un crecimiento del 2,6% para este año 2005.



## B. PERSPECTIVAS EMPRESARIALES POR SUBSECTORES

En este contexto, las perspectivas generales de los empresarios para el año 2005 son bastante optimistas. Aunque en rangos moderados entre el 0 y el 5%, la mayoría espera que el 2005 se produzca un aumento en sus ventas. La mejoría en la facturación se dejaría notar en los beneficios de todos los subsectores, salvo en el caso de las compañías de transporte que esperan un deterioro en este 2005.

Gráfico.4

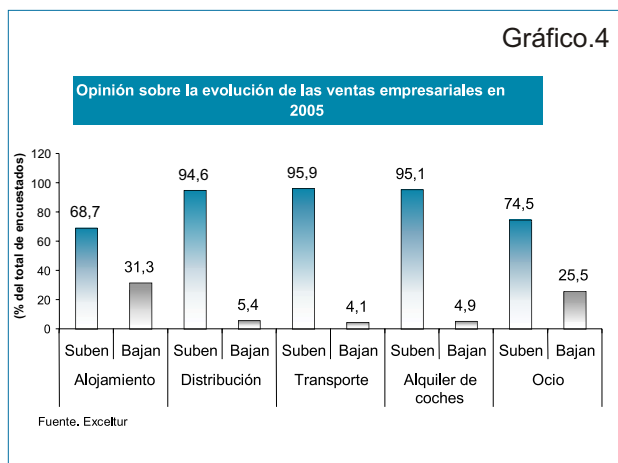
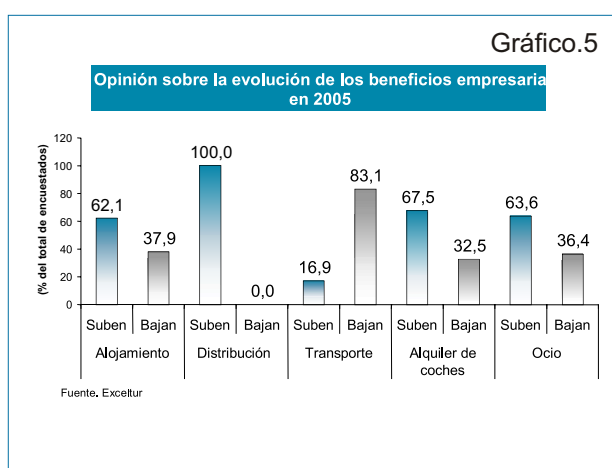


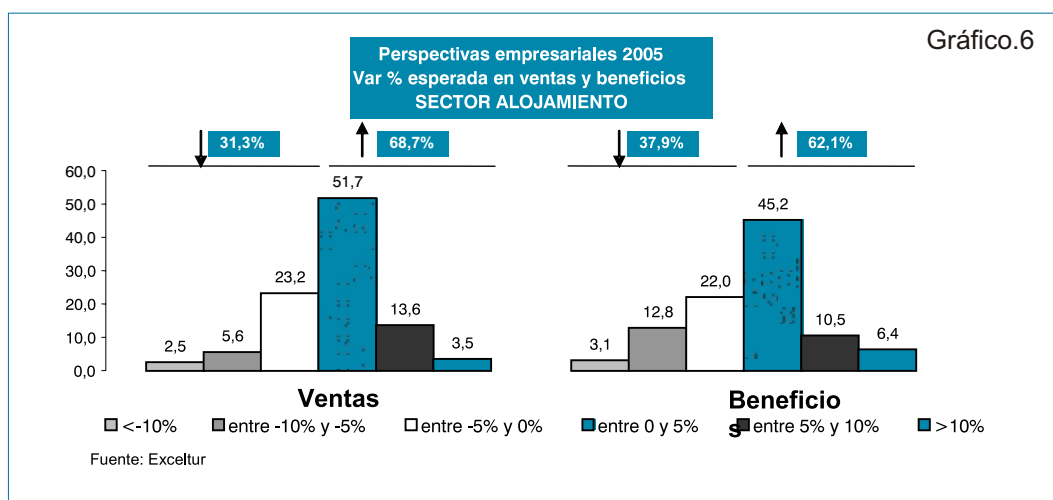
Gráfico.5



## 1. HOTELES

En un escenario complejo para la hotelería española como el descrito por los nuevos hábitos de comportamiento turístico de la demanda y tras cuatro años difíciles, el 2005 se afronta con un moderado optimismo. A pesar de las condiciones de mercado, afectado por la apertura de nuevos establecimientos y una demanda extranjera en términos de pernoctaciones que no acaba de recuperarse significativamente, el 68,7% de los empresarios hoteleros españoles esperan crecimientos en sus ventas en España durante el 2005, según la reciente encuesta de expectativas elaborada por Exceltur. Dentro de este generalizado optimismo el tono prevaleciente es el de la moderación, ya que la mayor parte de los empresarios no prevé que el aumento en las ventas sea superior al 5% y todavía un 31,3% no confía en que en el año 2005 se vaya a incrementar su facturación.

Algo menos optimistas se muestran sobre la evolución de los beneficios, si bien sigue prevaleciendo una opinión positiva entre el 62,1% del total de los encuestados sobre su previsible evolución en el año 2005.



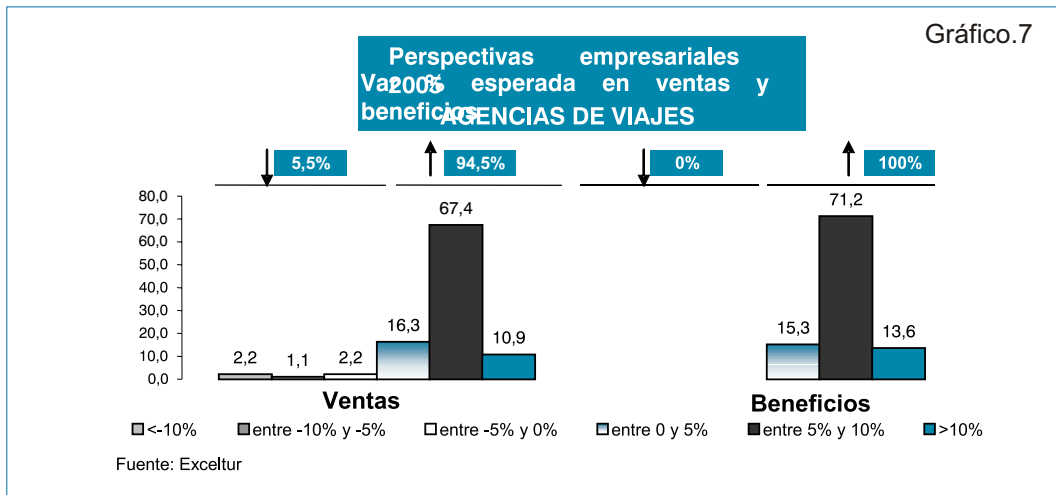
La materialización final de estas previsiones dependerá en gran medida de la capacidad de hacer frente a los retos de sobre capacidad actual, que muy probablemente se intensifiquen en el 2005, alimentada a su vez por la creciente competencia de la oferta residencial. En este contexto, la adaptación a las nuevas demandas y hábitos de compra de los turistas, una mayor eficiencia y economías de escala en la gestión de costes y/o de comercialización, o la afiliación a una imagen de marca reconocida y, sobre todo, la apuesta por la diferenciación, se han demostrado en este 2004 como las mejores estrategias para hacerle frente.

El mayor peligro seguirá siendo la tentación al recurso a la bajada de precios como principal estrategia competitiva, que probablemente derivaría en una nueva caída de márgenes.

## 2. AGENCIAS DE VIAJES

Las previsiones para las agencias de viajes españoles siguen siendo muy positivas para el 2005. El buen comportamiento esperado de la economía, con un nuevo crecimiento del consumo privado, junto a su cada día mayor propensión a viajar y estimulado por unos precios favorables cotizados por las agencias explican las buenas expectativas que de nuevo

manifiestan los gestores de los grandes grupos de agencias de viajes. La práctica totalidad de los gestores de agencias espera crecimientos en sus niveles de ventas entre el 5 y el 10% para este año 2005, con una traslación sobre los beneficios para los que se prevén aumentos en la misma cuantía.



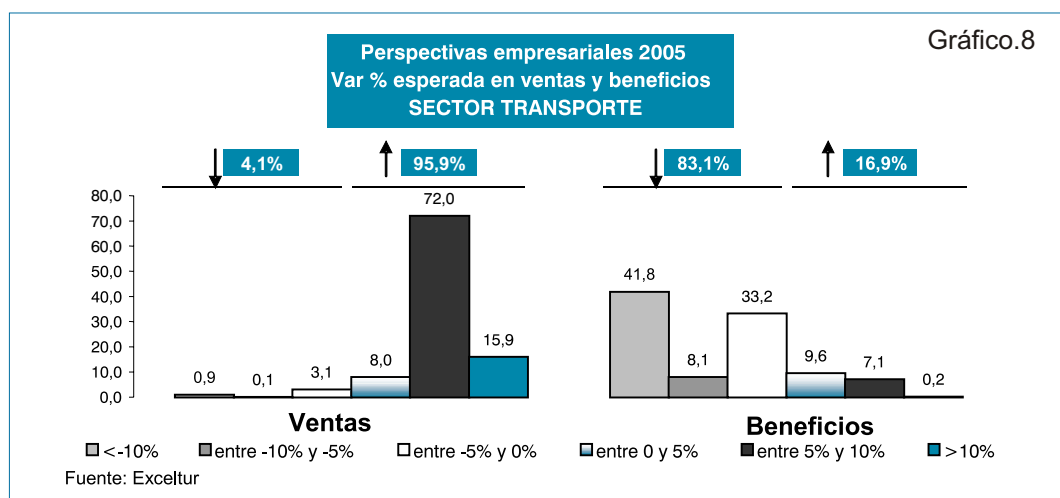
El esquema retributivo actual de los billetes aéreos volverá a jugar a favor de los resultados de las agencias de viajes en el 2005, si bien la multiplicación de la competencia y la puesta en marcha de nuevas promociones y descuentos podrían reducir de cara al futuro sus márgenes por operación. A pesar de ello, es probable que los touroperadores españoles se beneficien del acceso a una oferta hotelera en buenas condiciones durante el 2005 ante la evolución esperada de la demanda extranjera y el nuevo aumento de plazas que se abrirán a lo largo del año y que no es previsible que se ocupen tan solo con esa demanda exterior.

Las perspectivas para las agencias de viajes on-line españolas son igualmente positivas, descontándose crecimientos que les permitirán duplicar tanto las ventas como los beneficios.

### 3. COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE

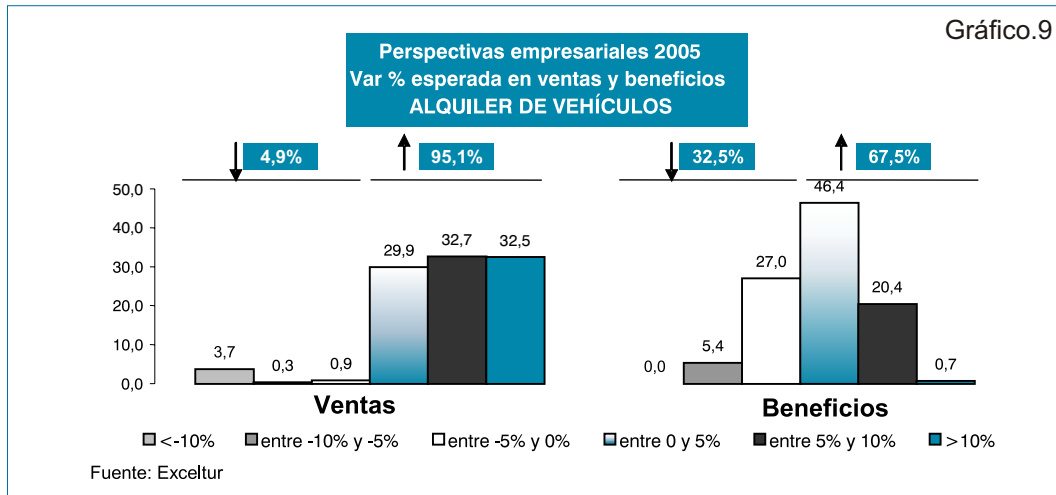
El escenario de mayor competencia, reducción de tarifas e incremento de costes de combustible comenzará a afectar con mayor intensidad a las empresas de transporte en el 2005, según prevén sus empresarios. A pesar de coincidir en el 95,9% de los casos en que en la temporada de 2005 volverán a experimentar un incremento en las ventas, con un 72,0% que las sitúa en el margen entre el 5 y el 10%, la opinión generalizada es que se producirá una caída en los márgenes en relación a los buenos resultados alcanzados durante el año 2004.

En este sentido, el 83,1% de los empresarios anticipan que en este ejercicio se reducirán sus beneficios, con un 41,8% que además afirma que dichas caídas podrían ser superiores al 10%.



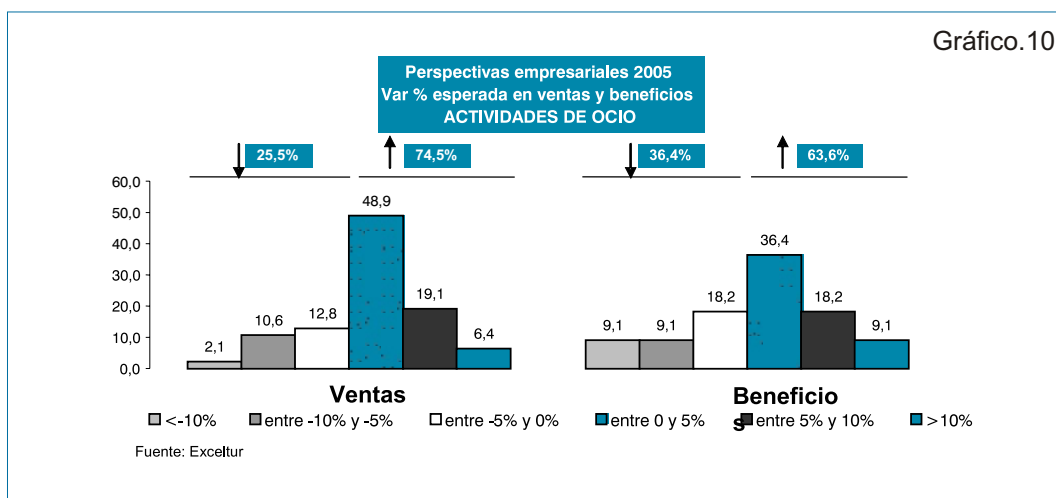
#### 4. EMPRESAS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS

Las expectativas de los arrendadores de coches para el 2005 son positivas. El mayor volumen esperado de viajes para el 2005 se deberá traducir en un incremento en las ventas según opina la totalidad de los empresarios (95,1%). El mayor dinamismo en las ventas, sin embargo, no se estima que pueda traducirse en un incremento de los beneficios más que en el 67,5% de las empresas encuestadas, siendo la opinión mayoritaria que de producirse dicho aumento se situará, en general, entre el 0 y el 5%.



#### 5. ACTIVIDADES DE OCIO

Las perspectivas del conjunto de actividades de ocio siguen siendo positivas para el año 2005. El recorrido de la demanda cultural y deportiva permite anticipar a los gestores de museos, monumentos, campos de golf, campos de ocio y estaciones de esquí crecimientos en ventas para el 74,5% de las empresas, mientras un 63,6% esperan que dicho aumento se traduzca en una mejora de los beneficios.



### C. PERSPECTIVAS PARA LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

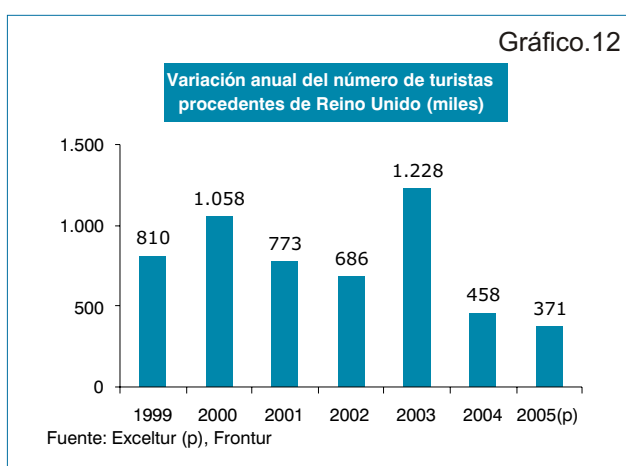
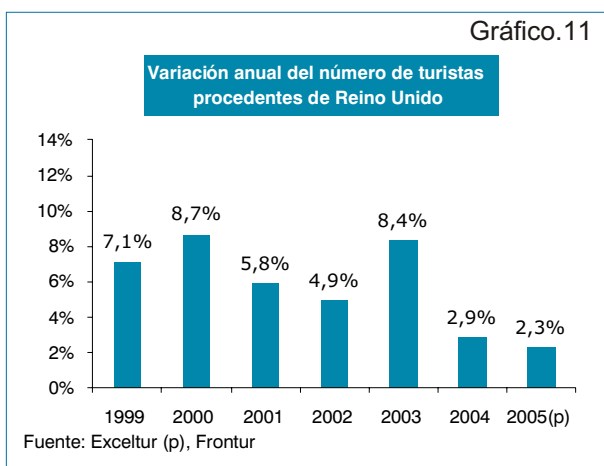
#### 1. REINO UNIDO

Las condiciones macroeconómicas en 2005 serán algo menos favorables en el Reino Unido, con crecimientos más moderados del PIB y la renta disponible. Sin embargo, la dinámica económica seguirá siendo positiva, en tasas promedio de la última década. El presumible mantenimiento de los tipos de interés en los niveles actuales servirá igualmente de estímulo para una mayor predisposición al gasto de las familias británicas. En cuanto a las facilidades de transporte, las compañías de bajo coste han anunciado la apertura de nuevas rutas para 2005: EasyJet volará de Londres a Valencia, Almería y Murcia, Ryanair desde diez ciudades inglesas a Granada y probablemente ampliará con nuevos trayectos las conexiones de Reino Unido con Castilla y León.

Cuadro macroeconómico de Reino Unido				
	2002	2003	2004(e)	2005(p)
<b>PIB</b>	1,8%	2,2%	3,2%	2,6%
<b>Consumo Privado</b>	3,3%	2,3%	3,0%	1,8%
<b>Empleo</b>	0,8%	0,9%	0,9%	0,4%
<b>Tasa de Paro</b>	5,2%	5,0%	4,7%	4,7%
<b>Renta Disponible Real</b>	1,4%	2,2%	4,0%	3,1%
<b>Inflación</b>	1,3%	1,4%	1,3%	1,7%

(e) Estimaciones OCDE (p) Previsiones OCDE

En consecuencia, creemos que el 2005 puede ser un año con una algo mayor tasa de crecimiento que el 2004. Nuestras previsiones de no producirse una alteración sustancial de la paridad Libra Esterlina/Euro- estiman un incremento de aproximadamente 400 mil turistas, lo que dejaría la tasa de crecimiento anual en el 2,3%, que supondría unas llegadas de 16,7 millones de turistas.



## 2. ALEMANIA

En el año 2005 se espera una mejoría, aunque ligera, en la economía alemana que se trasladará a la capacidad adquisitiva de las familias por lo que en términos generales cabe esperar un moderado aumento de la demanda turística. Dicho aumento debiera trasladarse hacia los destinos españoles impulsado, entre otros, por los intereses de los touroperadores alemanes en España que se han visto reforzados por la destacada toma de participación de grupos españoles en TUI, a los que se sumarán la apertura de nuevas rutas por parte de las compañías de bajo coste. Germanwings anunció en noviembre pasado que duplicará los vuelos directos con Andalucía, mientras que Air Berlin conectó en diciembre Reus con veinte ciudades europeas, diecisiete de ellas alemanas, vía Palma de Mallorca.

Cuadro macroeconómico de Alemania				
	2002	2003	2004(e)	2005(p)
<b>PIB</b>	0,1%	-0,1%	1,2%	1,4%
<b>Consumo Privado</b>	-0,7%	0,0%	-0,7%	0,7%
<b>Empleo</b>	-0,6%	-1,0%	0,2%	0,4%
<b>Tasa de Paro</b>	8,2%	9,1%	9,2%	9,3%
<b>Renta Disponible Real</b>	-0,4%	0,2%	-0,3%	0,6%
<b>Inflación</b>	1,3%	1,0%	1,7%	1,3%

(e) Estimaciones OCDE (p) Previsiones OCDE

Esto apoyaría la estimación de una ligera aceleración en la entrada total de turistas hasta el 2,9% en 2005, en torno a 300 mil más que en 2004, que supondría un total de 10,3 millones para el conjunto del año. Los riesgos, como la competencia de mercados alternativos emergentes, el petróleo, la fortaleza del euro o las reformas en el Estado del Bienestar, persistirán indudablemente en los próximos trimestres, pero existen elementos condicionantes que permiten ser, por el momento, algo más optimistas que en 2004.

Gráfico.13

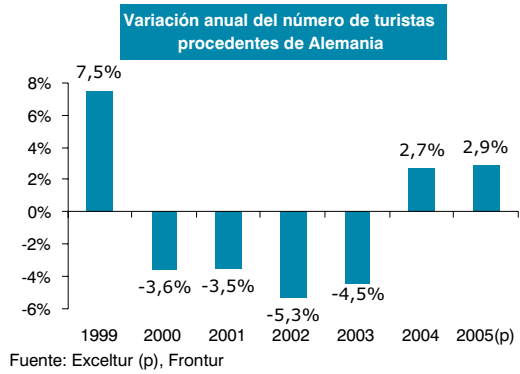
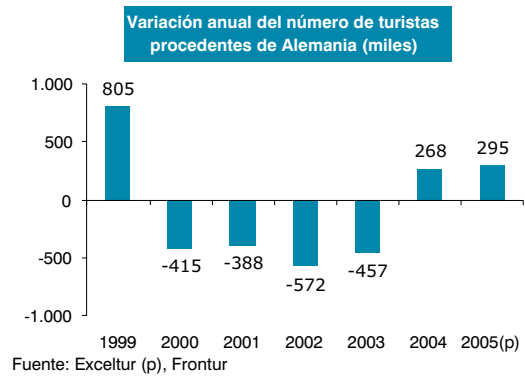


Gráfico.14



### 3. FRANCIA

Para 2005 se espera una tímida recuperación en la creación de empleo, y por ende en la renta disponible, lo que junto a un moderado descenso en el precio medio del crudo, debería favorecer una reactivación en la entrada de turistas procedentes de Francia. El crecimiento que esperamos no será, en cualquier caso, excesivamente intenso (casi 100 mil turistas; un 1,3%), aunque los datos de finales de 2004 han mostrado un crecimiento superior al previsto, por lo que no descartamos que los resultados puedan ser más favorables.

Gráfico.15

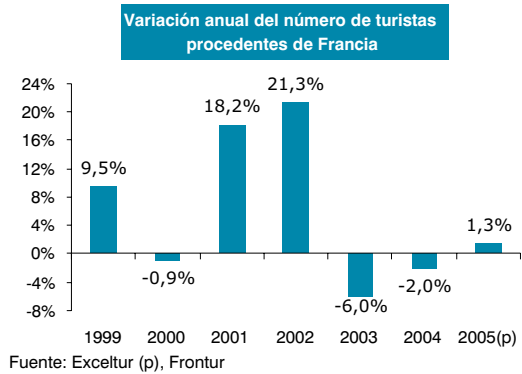


Gráfico.16

