

# Evolución del turismo en España

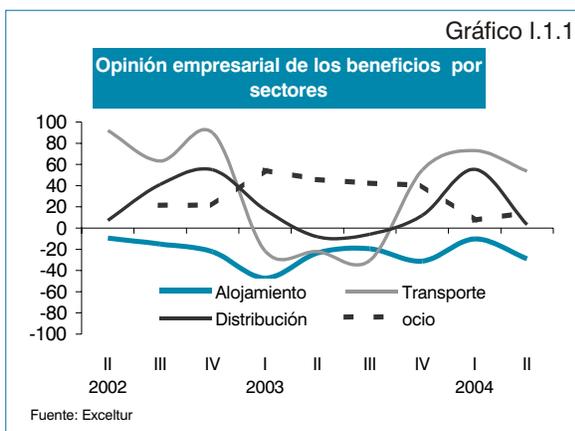
- 1.1. Rentabilidad empresarial y gasto turístico
- 1.2. Demanda y Ventas
- 1.3. Variación de los precios
- 1.4. Generación de empleo y productividad



# 1. Evolución del turismo en España

## 1.1. Rentabilidad empresarial y gasto turístico

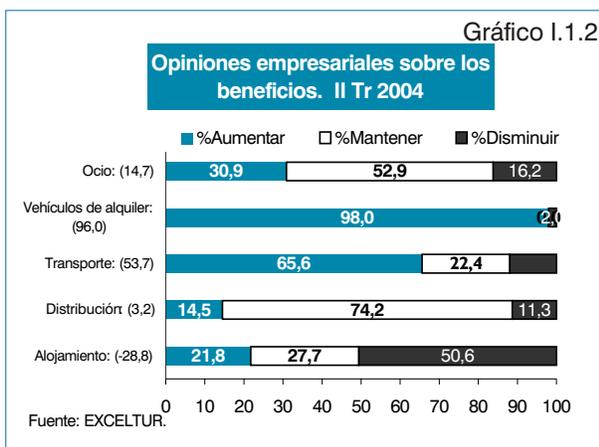
Las cautelas apuntadas en el anterior número de perspectivas turísticas acerca del comportamiento de la rentabilidad del sector turístico se han confirmado en el segundo trimestre. Las opiniones empresariales de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur y la evolución del ingreso medio por turista vuelven a advertir de la presencia creciente de un turista de menor gasto promedio y, en consecuencia, de menores efectos multiplicadores sobre los destinos.



El clima más negativo proviene de nuevo del alojamiento hotelero que deja atrás las señales de recuperación observadas en el primer trimestre. La caída de la demanda y el aumento creciente de la competencia explican que los empresarios consideren que la rentabilidad del negocio retroceda en el segundo trimestre y previsiblemente no se recupere en el verano. Del conjunto de encuestados, solo el 21,8% opina que sus beneficios han aumentado, frente al 50,6% que sostiene que descendieron. La imposibilidad de acabar con la espiral de precios a la baja, dados los parámetros de oferta y demanda en los que se desenvuelve el sector, no deja mucho margen para el optimismo para el negocio hotelero en 2004.

En los sectores de transporte, agencias de viaje y ocio el panorama es más positivo, constatándose un menor optimismo de los empresarios tras un periodo de notable recuperación de los márgenes.

En el resto de sectores, el panorama es más positivo, constatándose un menor optimismo de los empresarios tras un periodo de notable recuperación de los márgenes. La opinión generalizada de las grandes agencias de viaje españolas apunta a un mantenimiento de la rentabilidad en los niveles del pasado año. Así lo declaran el 74,2% de los encuestados, que ha hecho que el indicador de beneficios, calculado como la diferencia entre el % de respuestas positivas y el % de respuestas negativas, haya descendido hasta un nivel de 3,2 desde el 55,4 del primer trimestre.

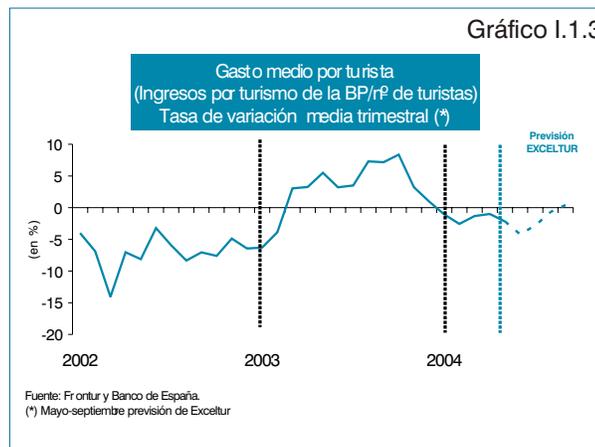


En el sector de transporte, los ajustes en costes y las altas tasas de crecimiento de la demanda en el segundo trimestre son los factores principales que han contribuido a que la opinión de los empresarios acerca de la rentabilidad siga inmerso en el clima de optimismo de comienzos de 2004, sobre todo, en los subsectores de transporte aéreo y coches de alquiler. Los empresarios del transporte por carretera manifiestan un empeoramiento más acusado de los beneficios en el segundo trimestre y con escasas perspectivas de mejora en el corto plazo.

El sesgo de los **gestores del sector de ocio** (que este trimestre incluyen a los pequeños y medianos parques de ocio, museos y monumentos y campos de golf) acerca de los resultados alcanzados al comienzo de año sigue siendo positivo entre abril y junio. Se ha recuperado en un porcentaje del 6% la percepción alcista de la rentabilidad del negocio, pero ha sido insuficiente para alcanzar los positivos registros de 2003. Aunque la valoración del 50% del sector de ocio es hacia la estabilidad (dado el peso específico de los museos y monumentos en la muestra), son los campos de golf los que introducen una valoración menos positiva debido a los favorables resultados alcanzados en la primavera del pasado año.

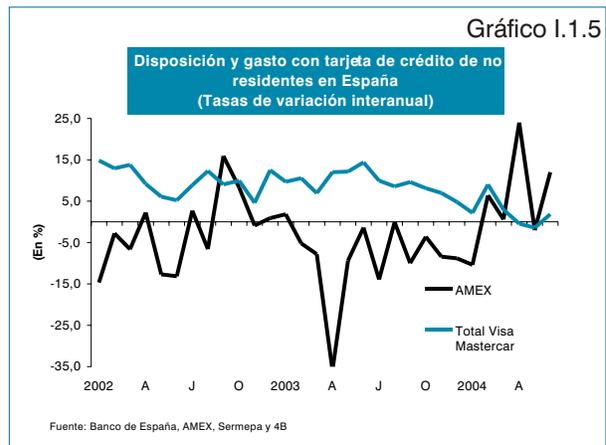
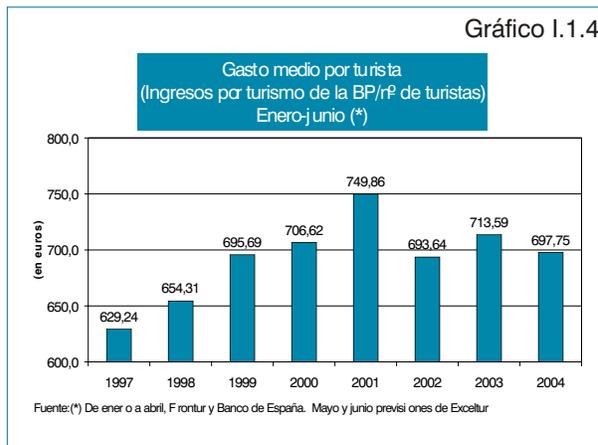
**Notable retroceso del gasto del turista extranjero en el segundo trimestre del año**

Con la información disponible sobre los ingresos por turismo y viajes de la Balanza de Pagos elaborada por el Banco de España hasta el mes de abril y la estimación realizada por Exceltur para los meses de mayo y junio, el gasto por turista extranjero se redujo en los cinco primeros meses del año un 2,2% en términos nominales, y un 5,9% si se descuenta la inflación. Con este dato se rompe la senda de recuperación que se experimentó en el año 2003.



Con esta evolución el nivel de gasto medio por turista de estos seis primeros meses del año se ha situado en 697 euros, lo que supone trasladarse sólo por encima de los niveles del año 1999.

El mantenimiento de esta tendencia para el conjunto del segundo trimestre del año se vería confirmado por la evolución durante los meses de abril, mayo y junio de los pagos y la disposición de efectivo con tarjetas Visa y Mastercard de los no residentes. La información disponible de Sermepa y 4b apuntan a que estos dos conceptos relacionados con el gasto de los no residentes en España se habrían mantenido en este periodo en los mismos niveles de 2003, con una tasa de crecimiento del 0,0%, lo que supone una importante desaceleración frente a la tasa del 12,9% que presentaban el pasado año por estas fechas y al 6,7% del mismo trimestre del año 2002.

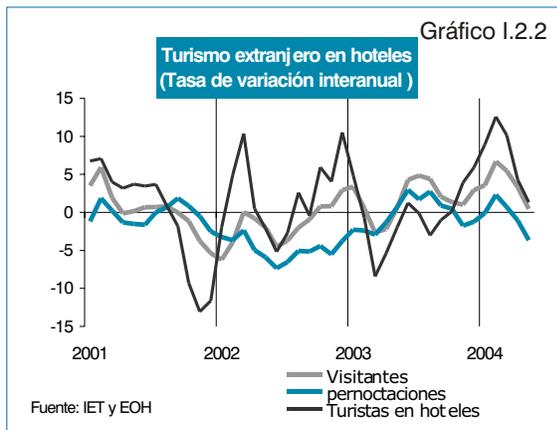


## 1.2. Demanda y Ventas

Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur y la información proporcionada por los principales organismos oficiales apuntan a una notable **desaceleración de la demanda turística en el segundo trimestre, poniendo de manifiesto que los altos ritmos de crecimiento alcanzados a comienzos de año (superaron el 3%) se consideran coyunturales**. La principal causa es la caída de la demanda extranjera. Baste señalar que las pernoctaciones en hoteles de los no residentes han disminuido un 4,0% entre abril y mayo, a la que hay que sumar el retroceso de turistas procedentes de Alemania (en más de un 1%) y el de nuestro principal mercado emisor de turistas, el británico (-2,0%), ambos en el mismo periodo.

**La desaceleración de la demanda ha afectado en mayor medida al sector de alojamiento de los destinos del litoral español**

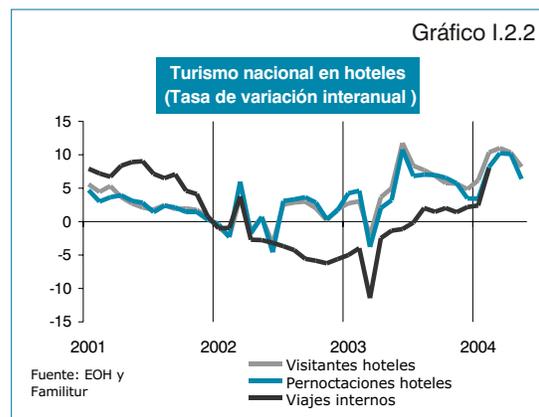
**El sector de alojamiento de los destinos del litoral español ha sido el más afectado debido a su elevada dependencia del turismo extranjero** (en algunas regiones, como Baleares y Canarias, representa más del 80% de la demanda total). Esta circunstancia ha provocado que el sentimiento de los empresarios hoteleros acerca de la evolución de las ventas profundice su grado de pesimismo y se prologue incluso hasta el verano. Así, el 50% de los empresarios hoteleros manifiestan haber experimentado un descenso de ventas, porcentaje que se eleva al 70% en los hoteles de la costa española, mientras que en los urbanos representa el 43,8%.



La información que ofrece la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE (EOH) es especialmente reveladora. Como se ha anticipado, entre abril y mayo las pernoctaciones de no residentes descendieron un 4% en el conjunto del territorio nacional, mientras que **en las Comunidades Autónomas del litoral y las islas un -5%, lo que representa más de un millón de pernoctaciones menos que el pasado año**.

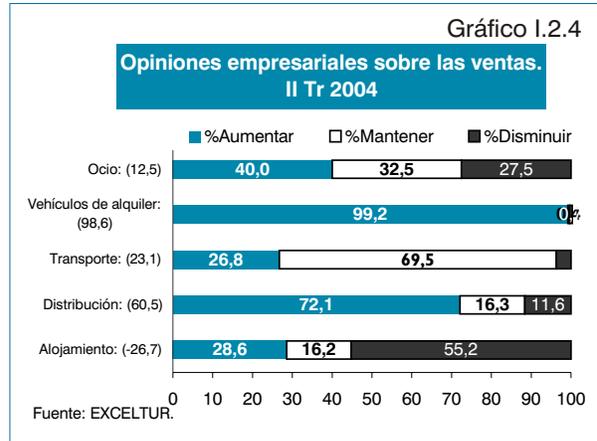
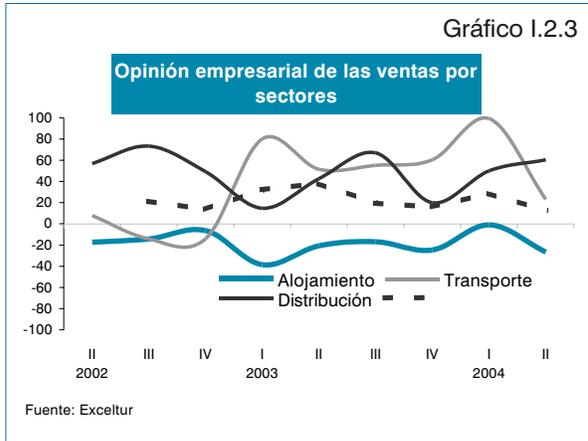
**La demanda nacional, el mayor baluarte del turismo español en el segundo trimestre del año...**

Esta situación se produce a pesar del **excelente comportamiento que sigue mostrando la demanda nacional**, sostenida por el continuo tirón de las variables que afectan a sus decisiones de gasto, entre los que destaca el continuo crecimiento del empleo en España. Según la EOH durante abril y mayo, las pernoctaciones de españoles en las regiones del litoral mediterráneo y las islas se incrementaron un 3,1%, por un 5,5% para el conjunto de España.



... y por ello ha beneficiado a los sectores de la industria turística española más dependientes del consumidor español

En este contexto, los sectores del turismo en el que el mercado nacional es su principal valedor, han salvado mejor la temporada de primavera. El transporte (fundamentalmente aéreo y de vehículos de alquiler), las grandes agencias de viaje y los gestores de actividades de ocio que participan en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur transmiten un sentimiento positivo en cuanto al comportamiento de sus ventas.

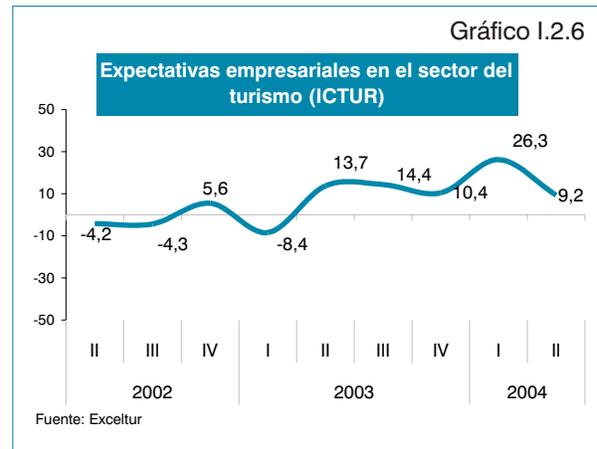
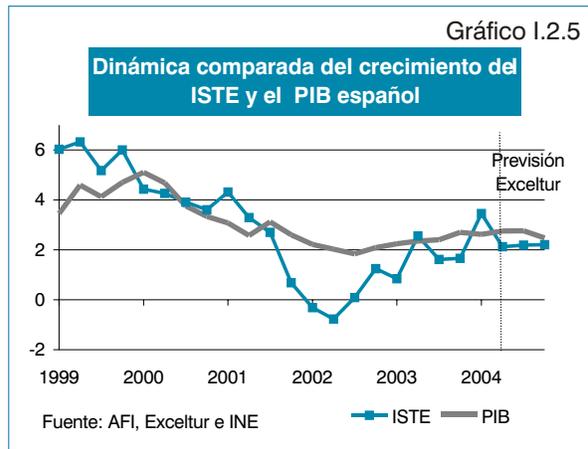


Además del sector de alquiler de vehículos, sobresale la unanimidad con la que los empresarios de las agencias de viaje manifiestan el aumento de sus ventas (72,1%) y con buenas perspectivas de cara al verano para el 59,1% de sus gestores. Los altos niveles de confianza del consumidor español, avalados por el crecimiento del empleo y el aumento de la renta disponible, han vuelto a explicar el dinamismo de la adquisición de productos turísticos durante el segundo trimestre.

La opinión mayoritaria de los empresarios del transporte (69,5%) es la de un mantenimiento de las ventas durante el segundo trimestre de 2004 respecto al mismo período del pasado año. Las compañías de transporte mantienen una dinámica de crecimiento, impulsada por el tráfico de pasajeros por vía aérea --con un aumento del 9,2% hasta mayo--, mientras el transporte por carretera se ha resentido con un descenso del 3,7%, al igual que el transporte ferroviario (-1,9%). Por su parte, el sector de ocio, la opinión generalizada de los gestores apunta a un aumento de las ventas durante la temporada de primavera en relación con la situación del mismo período del año 2003, e incluso se ha incrementado esta percepción respecto al trimestre anterior.

El indicador del crecimiento real del PIB turístico redujo en el segundo trimestre su ritmo de crecimiento hasta un 2,1%, tras el 3,5% alcanzado en el primer trimestre

Como resultado de las diversas tendencias de demanda y los diferentes comportamientos subsectoriales de las empresas turísticas, el indicador del crecimiento real del PIB turístico que Exceltur elabora trimestralmente, el ISTE, redujo en el segundo trimestre su ritmo de crecimiento hasta un 1,8%, tras el 3,5% alcanzado en el primer trimestre. Esta evolución es consecuente con la caída del Índice de Clima Turístico de Exceltur (ICTUR) que experimenta una caída hasta un valor de 9,2, desde el 26,3 del trimestre anterior, volviendo a los niveles del segundo trimestre del pasado año.

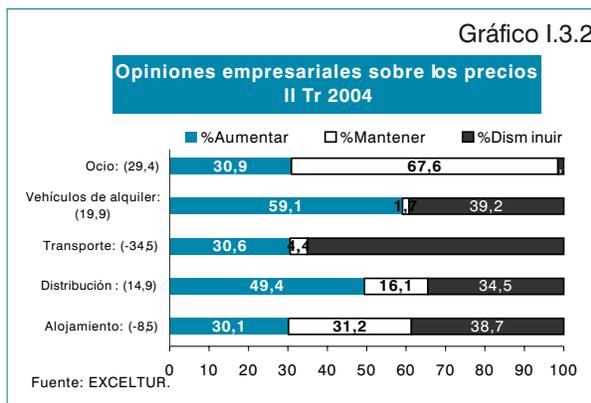
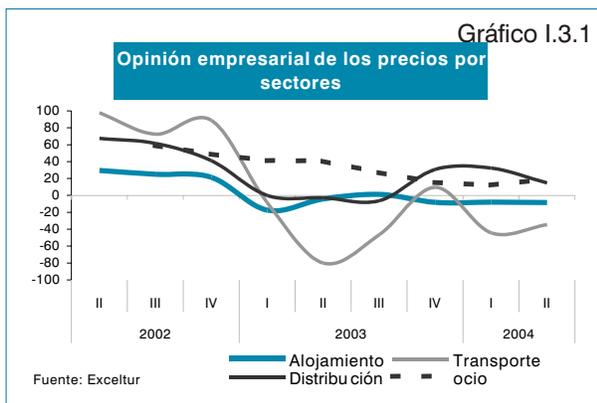


# 1.3. Evolución de los precios

**Los precios de la industria turística siguen en mínimos**

La situación de sobreoferta, la falta de respuesta de la demanda hotelera (no en el resto de los sectores) y el generalizado aumento de la competencia han vuelto a generar un escenario proclive a la bajada de precios como estrategia de dinamización de la demanda, sin que se vea un proceso de vuelta atrás. En cualquier caso, el estrechamiento de márgenes de los últimos años difícilmente va a permitir seguir realizando políticas de ajuste adicionales, por lo que asignamos una elevada probabilidad a que se prolongue hasta el verano el escenario de precios en los niveles actuales.

La Encuesta de Clima Turístico de Exceltur para el segundo trimestre de 2004 indica que cerca del 45% de los empresarios de la industria turística española siguieron llevando a cabo reducciones en sus tarifas en la temporada de primavera, frente al 42% que los ha aumentado (dejando al margen a los gestores de ocio). El sesgo hacia el descenso de los precios es más acusado en el transporte y los hoteles que en otros sectores. En opinión de las agencias de viaje, la evolución del mercado nacional y las buenas perspectivas de la demanda de cara al verano están presionando levemente al alza el nivel de precios, aunque se ha moderado la tendencia alcista de comienzos de año. Así, el porcentaje de empresarios que opina que sus servicios se han encarecido representa el 49,4% mientras los que sostienen que han disminuido el 34,5%.

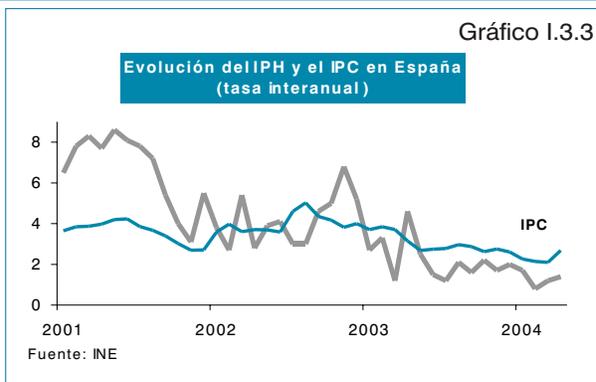


La información oficial que suministra el INE a través del IPC revela la estabilidad en el ritmo de crecimiento de los precios que registran algunos sectores como el ocio, las agencias de viaje y el alojamiento, los dos primeros con las mismas tarifas que en 2003 y el alojamiento en su conjunto (hoteles, turismo rural y apartamentos) con un crecimiento moderado que a todas luces es el más bajo de los últimos años.

La divergencia más grande con la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur se encuentra en el IPC de transporte aéreo, que dibuja una tendencia alcista, a causa de la repercusión del encarecimiento del crudo desde marzo, mientras los empresarios manifiestan de forma general una fuerte caída en las tarifas. Desde marzo, el barril Brent se sitúa por encima de los 30 dólares, alcanzando en el mes de mayo una cotización media de 37,6 dólares, lo que supone un encarecimiento del 25,9% respecto al final de 2003.

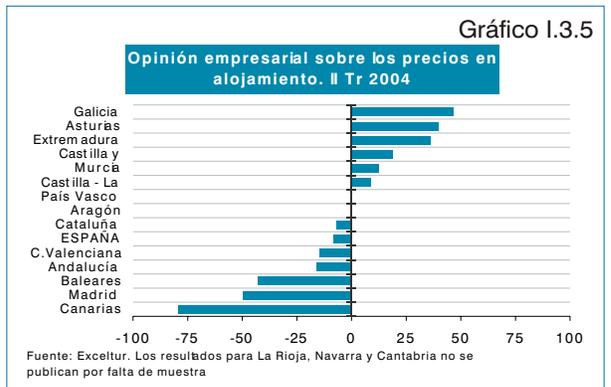
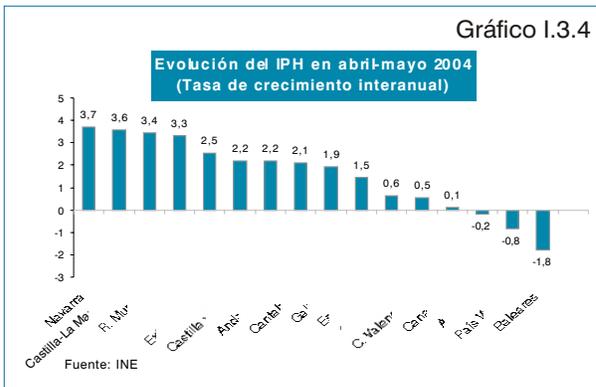
**Los precios hoteleros están en sus niveles más bajos de los últimos años y se sitúan por debajo del crecimiento medio de los precios en España**

En el conjunto de los hoteles españoles se percibe una opinión generalizada sobre la estrategia de reducción de tarifas en el 38,7% de los encuestados por Exceltur (29,1% manifestando una caída leve), mientras para un 31,2% los precios se sitúan en los mismos niveles del pasado año. **Esta situación se refleja en el Índice de Precios Hoteleros (IPH) elaborado por el INE ha registrado de media en el segundo trimestre un crecimiento del 1,5%, por el 2,9% del IPC de hoteles, en sus niveles más bajos de los últimos años, en ambos casos por debajo del crecimiento medio de los precios en España cifrado en el 3,2%.**



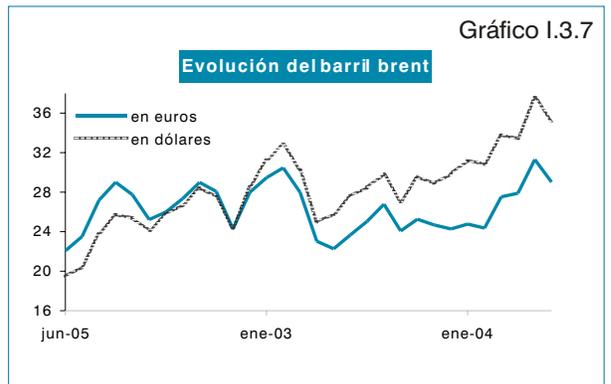
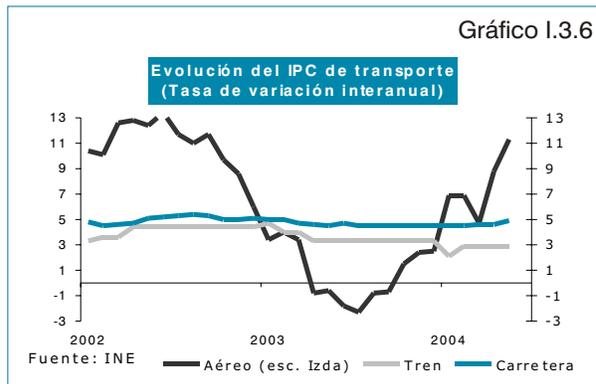
**De nuevo en los hoteles de la costa española es donde se identifican los mayores problemas asociados a una continuada estrategia bajista en los precios.** Según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur, la opinión mayoritaria de los empresarios (52,0%) es la de haber tenido que bajar los precios respecto al mismo trimestre del pasado año, por sólo un 24,0% que declara haber incrementado moderadamente los mismos. Esta tendencia se confirma con la información del IPH del INE donde las comunidades del litoral en el último trimestre no logran, salvo Cataluña, situar sus crecimientos por encima del 1,5%, con Baleares con nuevas caídas en sus precios (-0,6%).

En claro contraste, **la coyuntura más favorable por la que atraviesan los destinos del litoral cantábrico y del interior ha permitido a los empresarios abandonar las estrategias agresivas de precios y más del 30% han optado por establecer incrementos moderados durante la primavera**, tal y como se comprueba en el IPH. Cuatro regiones han registrado aumentos de los precios hoteleros entre el 3%-4% (Navarra, Castilla-La Mancha, Murcia y Aragón) mientras las demás presentan tasas en el entorno del 2%.



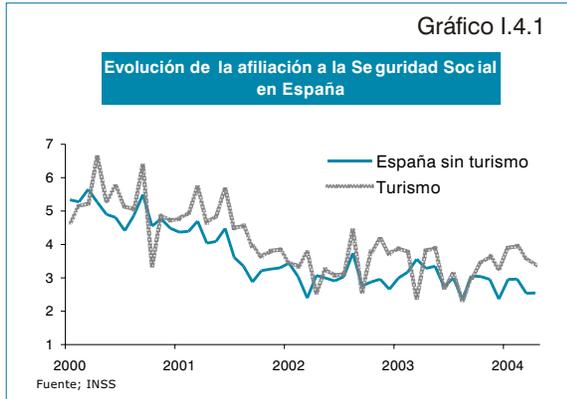
**El transporte aéreo comienza a repercutir el encarecimiento del petróleo en sus tarifas, aunque de forma moderada**

La evolución de los precios en el transporte en este segundo cuarto de año se caracteriza por la estabilidad en todos los subsectores, excepto el aéreo. La mayoría de las compañías aéreas españolas ya han llevado a cabo subidas de las tarifas del orden del 2%-4,0% en mayo para compensar el encarecimiento del precio del crudo, que han sido secundadas por otras compañías internacionales. Este resultado contrasta con las opiniones vertidas en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur en donde la buena parte de las empresas sostienen que siguen manteniendo a la baja las tarifas (reflejadas en el saldo negativo).



La escalada alcista del crudo es uno de los factores que más va a influir en la evolución de los precios del transporte. Ante este panorama, la OPEP ha anunciado a comienzos de julio que elevará sus cuotas de producción en 500.000 barriles diarios a partir del 1 de agosto. A pesar de esta decisión, la permanencia de bajos niveles de inventarios de crudo y gasolina en algunos países en relación al pasado año, y las estimaciones de fuerte demanda en 2004 y 2005 (revisadas por la Agencia Internacional de la Energía) mantienen el precio del crudo en la cercanía de los máximos de finales de mayo (37-38 dólares).

## 1.4. Empleo y productividad



Pesa al diagnóstico tan adverso de la actividad turística en la parte central del año, los datos de empleo ligados a esta industria muestran un nuevo impulso, desmarcándose al alza de la tendencia que siguen el resto de sectores de la economía española. En los cuatro primeros meses del año, de la información de afiliados a la Seguridad Social se desprende que la creación de empleo se aceleró hasta el 3,7% interanual, (3,5% del último trimestre de 2003), por encima del 2,8% de la economía española.

*La aceleración del empleo en el sector hotelero español puede estar asociada al sobredimensionamiento del sector que no a su actividad*

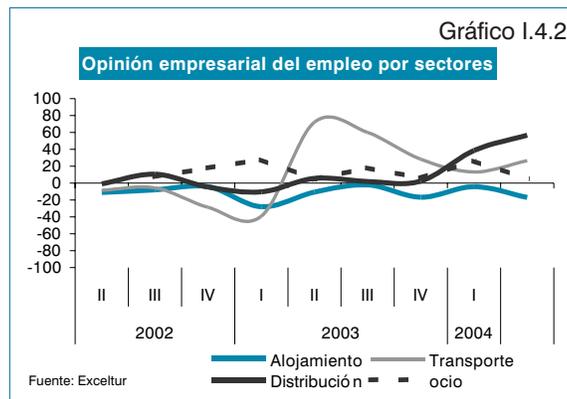
Estos datos deben valorarse con cautela en el sector de alojamiento al estar explicados, en mayor medida, por la apertura de establecimientos que por el crecimiento de la actividad. El aumento de plazas hoteleras abiertas en 2004, un 4,7% más que el año anterior (en su mayoría en establecimientos de 4 y 5 estrellas, que demanda una mayor plantilla), explica este contraste entre las nuevas contrataciones y la encuesta de clima, y desde luego resultan paradójicas mientras gran parte del sector está acusando las dificultades de una dinámica en el turismo insuficiente para la capacidad instalada. De hecho, la encuesta de opinión sobre los planes de contratación resulta especialmente desfavorable en los hoteles, con un tercio de los empresarios opinando que está recortando empleo desde principios de año, mientras que la mayoría restante opta por la estabilidad de sus plantillas.

Tabla I.4.1

**EMPLEO TURÍSTICO (afiliados a la Seguridad Social)**

	Valor	2002			2002		2003				2004		Último dato
	2002	2000	2001	2002	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
<b>Empleo turístico</b>	2.024.999	5,2	4,6	3,4	3,4	3,9	3,3	3,5	2,8	3,5	3,8	3,6	abr
Hostelería	1.003.472	4,5	4,9	4,0	3,9	4,6	3,2	3,3	2,3	3,1	3,6	3,4	abr
Transporte	596.533	4,7	2,6	2,3	2,4	2,6	3,1	3,5	3,6	3,7	3,8	3,6	abr
Terrestre	549.092	4,6	2,8	2,7	2,8	2,9	3,0	3,1	3,3	3,5	3,7	3,7	abr
Marítimo	11.364	4,1	-0,9	4,3	4,4	6,1	4,8	5,2	5,3	3,5	2,8	2,7	abr
Aéreo	36.077	6,3	1,5	-4,0	-4,1	-1,4	3,4	8,0	7,9	6,9	5,0	3,8	abr
Agencias de viajes	44.890	8,4	6,8	3,1	2,7	3,1	4,0	3,7	3,5	4,8	5,2	5,0	abr
Ocio y Cultura	262.748	7,1	6,4	4,1	3,7	4,6	4,3	4,0	2,8	3,5	3,9	3,6	abr
<b>Empleo en el resto de sectores</b>	14.163.391	5,0	3,9	3,0	3,2	2,8	3,2	3,1	2,8	2,8	2,8	2,7	abr

Fuente: Ministerio de Trabajo y S.S.



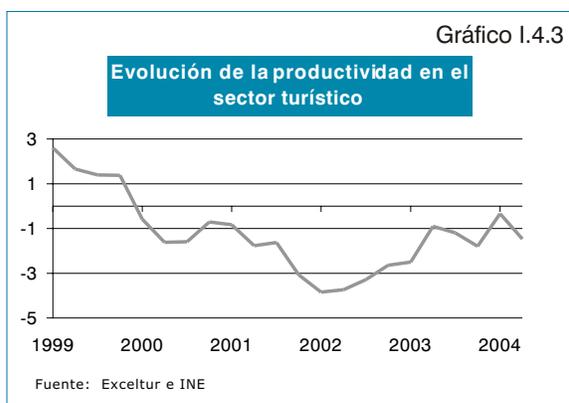
**Notable dinamismo de la creación de empleo en transporte y agencias de viaje**

Por el contrario, **el sector de transporte y el de agencias de viaje evidencian un sentimiento positivo en sus niveles de empleo**. El 67,2% de los encuestados en transporte sostienen que han generado puestos de trabajo en el segundo trimestre del año, al igual que las agencias de viaje, que aumentaron la contratación durante el segundo trimestre. Para los cuatro primeros meses del año, los datos de afiliación a la Seguridad Social recogen una mayor intensidad respecto al pasado año, en el caso de las agencias de viaje (5,1% interanual, frente al 4,8% de finales de 2003) mientras que el transporte aéreo moderó levemente los altos ritmos alcanzados el pasado año.

**El aumento de las plantillas en las actividades asociadas al ocio y la cultura sigue enmarcada en una tónica de crecimiento estable**, tal y como afirman sus gestores en la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, aunque se observa una leve tendencia a la moderación. La información de afiliación a la Seguridad Social avala este diagnóstico, con crecimientos muy similares a la media del sector turístico (3,7%) en 2004, cuando el año anterior aumentaban a ritmos superiores al conjunto de la industria.

**Otra nota de cautela para el sector turístico español: los bajos niveles de productividad laboral**

La notable desaceleración de la actividad turística medida por el indicador del PIB turístico (ISTE) en el segundo trimestre (1,8%, frente al 3,5% precedente) y la intensificación del ritmo de creación de empleo estaría apuntando a **una nueva y preocupante caída de los niveles de productividad de la industria turística, aunque dicho retroceso todavía se aleja de los registros del bienio 2001-2002**.



**En definitiva, el turismo sigue demostrando su capacidad de generar empleo pero con una nota de precaución: la baja productividad. En este contexto, creemos que debe analizarse con cierta cautela el efecto que sobre el empleo puede estar generando el sobredimensionamiento en el sector hotelero y en menor medida de las agencias de viaje.** Salvo que este proceso se esté produciendo con empresas que sean capaces de capitalizar el interés por aquellas actividades con un mayor efecto multiplicador sobre el resto de la economía, las cifras de productividad alertan de la pérdida de competitividad de las empresas turísticas nacionales, con las consecuencias que tiene en los destinos españoles más sometidos a competencia internacional.