

# Mercados Emisores



Exceltur



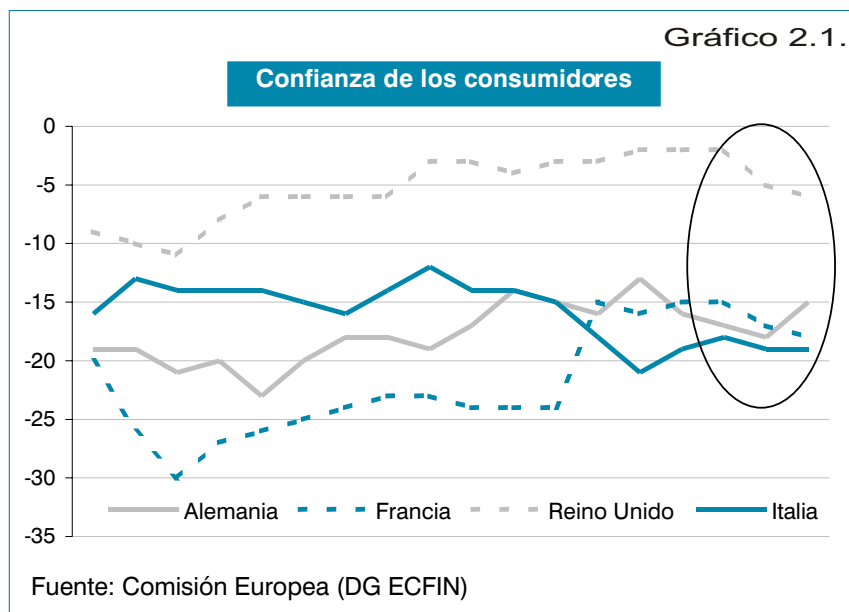
## 2. Mercados emisores

### Marco general y condicionantes en la evolución reciente

*Los condicionantes de la demanda turística tuvieron un comportamiento menos favorable en el segundo trimestre.*

El entorno macroeconómico ha experimentado en los meses de abril y mayo cierta desaceleración con relación a la situación del primer trimestre. El dinamismo exhibido por los principales bloques al inicio de 2004 ha dado paso a una situación de crecimiento más moderado, acompañado además por un contexto de petróleo caro y expectativas al alza de tipos de interés. La confianza de los consumidores ha disminuido (aunque está por encima de los niveles de diciembre), por lo que la disposición al gasto de las familias se ha visto limitado, incidiendo de forma negativa en la demanda de servicios turísticos en nuestro país.

El Área Euro, emisor de casi un 60% de los turistas que llegan a nuestro país, mantiene una marcada debilidad en su mercado laboral. La principal fuente de crecimiento en la primera mitad del año ha sido el sector exterior, por lo que la recuperación económica es todavía endeble y está sujeta a condicionantes de relevancia. A la falta de impulso en los ingresos salariales se ha unido el repunte en los niveles de inflación, por lo que la demanda de bienes y servicios, incluidos los turísticos, está ciertamente limitada. El gasto turístico de los españoles sigue teniendo una evolución diferencialmente más positiva, a pesar de que en la parte central de 2004 podríamos estar asistiendo a registros menos notables en el dinamismo económico, tal y como ha quedado patente en los datos más recientes de ocupación hotelera.

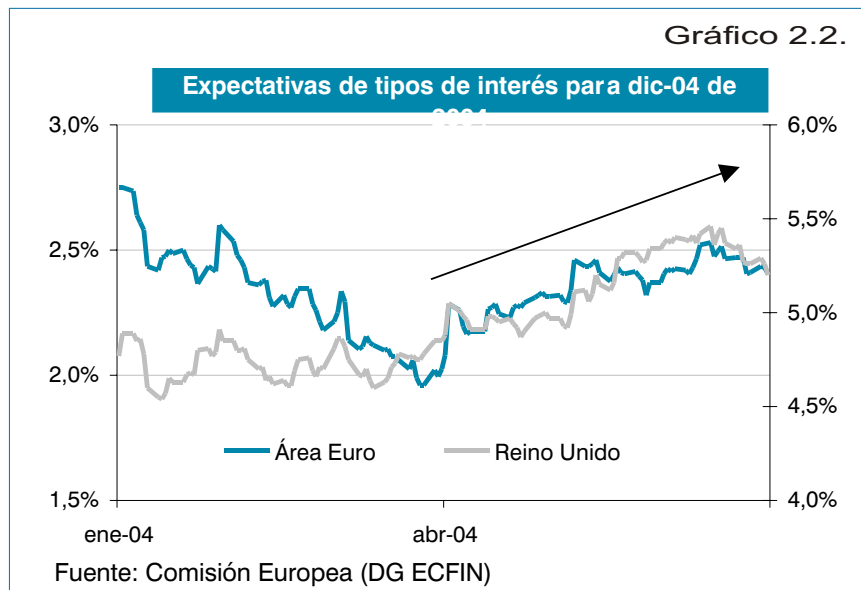


La situación en Reino Unido es más favorable, aunque algunos elementos anuncian, como en Estados Unidos, el inicio de un período cíclico con crecimientos más moderados. Las sucesivas alzas en el tipo de interés ya han ralentizado la concesión de créditos al consumo. En cualquier caso, el mercado laboral sigue comportándose de forma positiva y las presiones inflacionistas son moderadas. La apreciación de la libra tampoco sirve de argumento para explicar el negativo comportamiento en la entrada de turistas británicos en abril y mayo.

**Diversas fuentes de incertidumbre en las economías domésticas.**

En promedio el barril de petróleo ha estado un 40% más caro en el segundo trimestre que en el mismo período de 2003, lo que ha provocado un significativo repunte en los niveles de inflación de todas las áreas económicas. Sin entrar en mayor detalle sobre el impacto que esta evolución ha tenido y podría tener sobre el consumo y el crecimiento económico (para ello ver el capítulo monográfico), lo que es cierto es que ha introducido un importante elemento de incertidumbre sobre las decisiones de los agentes.

El cambio en las expectativas de crecimiento de los precios al consumo ha llevado a un descuento por parte del mercado más agresivo en el alza de tipos de interés. En el Área Euro el mercado piensa que el Banco Central Europeo habrá subido entre 25 y 50 puntos básicos al final de 2004, frente al mantenimiento anticipado al inicio del segundo trimestre. En Reino Unido el cambio ha sido más intenso, derivado de que el Banco de Inglaterra ha decidido dos subidas adicionales en mayo y junio, situando el tipo de intervención en el 4,5%. Es previsible nuevas alzas hasta el 5-5,25% en diciembre de este año.



El endurecimiento de las condiciones de financiación se produce además en un contexto de elevado endeudamiento de las familias, especialmente británicas y españolas, aspecto que condiciona en mayor medida una prudencia adicional en las decisiones de consumo. El ciclo alcista en tipos de interés y una inflación más alta podrían estar produciendo cambios en el patrón de gasto, con el consiguiente efecto negativo sobre la demanda turística.

## Mercados emisores

**El deterioro en la confianza de los consumidores europeos se trasladó negativamente a las cifras de turistas extranjeros en los meses de abril y mayo.**

El conjunto de elementos manejados anteriormente (petróleo caro, mayor inflación, subida de tipos de interés, ralentización cíclica) ha provocado un ajuste en los niveles de confianza de los consumidores en Europa. Las mayores correcciones en el segundo trimestre se han producido en España y Alemania, cuyo promedio cayó 2,4 y 1,7 puntos, respectivamente, con relación al período enero-marzo. Esta evolución ha tenido fiel reflejo en las cifras de desplazamientos internos y flujos turísticos alemanes a nuestro país. También en Reino Unido y Francia ha empeorado el sentimiento, aunque en el primer caso el cambio ha sido escaso y en el segundo todavía la mejoría con relación a finales de 2003 es abrumadora.

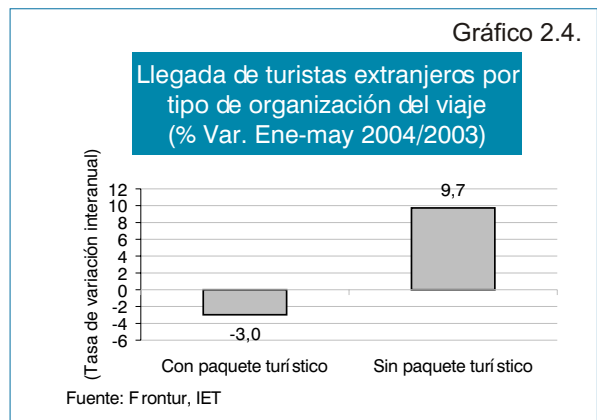
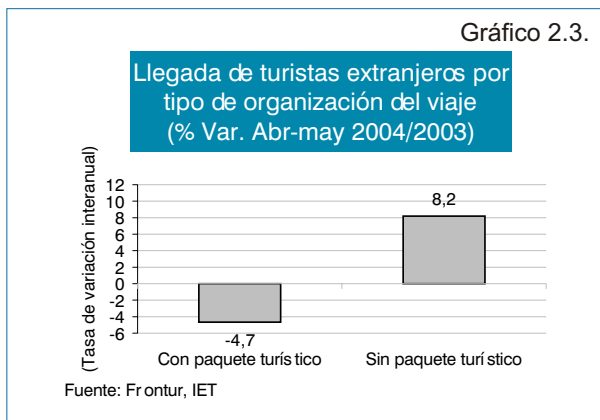
En abril-mayo el número de turistas extranjeros que llegaron a España creció un 2,3% con relación al mismo período de 2003, recuperando así los modestos avances de finales del año pasado. Después de la mejoría en febrero y marzo (incremento en el primer trimestre

del 5,4%), los flujos han vuelto a ralentizarse. Los mercados emisores con peor evolución relativa han sido Reino Unido y Alemania, mientras que Francia ha recuperado un tono más positivo (la primera variación anual positiva desde junio de 2003). Conviene señalar que a pesar de la fortaleza del euro, el mercado estadounidense continúa registrando tasas de variación notables.

Respecto a las pautas de comportamiento de los turistas, la evolución desfavorable en la llegada de turistas británicos y alemanes se ha trasladado claramente a las cifras de empleo del avión como medio de transporte para viajar a nuestro país. Con un incremento anual del 0,5% se ralentiza considerablemente desde el 6,5% del primer trimestre, respondiendo a la senda generalizada en el sector. La utilización de vehículos recupera una tónica positiva y avanza un 5,3% en abril-mayo (1,4% en el primer trimestre).

Según modalidad de alojamiento, observamos como la recuperación del primer trimestre en hoteles (10,1% interanual) ha dado paso a crecimientos mucho más modestos en abril-mayo (0,5%). El impulso en vivienda gratuita (12,8% en abril-mayo frente al 4% del primer trimestre) no ha sido suficiente para contrarrestar esta evolución.

La rápida y profunda transformación que viene protagonizando el turista extranjero en sus viajes hacia España se vuelve a intensificar en el segundo trimestre del 2003. Los viajeros que vienen de forma independiente y se auto organizan su viaje crecían en abril y mayo un 8,2%, mientras el turista clásico que viene a través de un paquete turístico vuelve a caer un 4,7%. Esto ha provocado que en apenas 3 años en el acumulado enero-mayo el número de turistas independientes haya aumentado en casi 2,5 millones, mientras el número de turistas con paquetes se ha reducido en 1,1 millones, lo que ha supuesto que la participación de los primeros haya pasado del 43,8% en 2001 hasta un 54,1% en 2004, y del segundo del 56,2 a un 45,9, según los datos de FronTUR.



## Área euro

La situación cíclica más favorable derivada del impulso exterior no ha tenido todavía traslado a un mayor dinamismo de la demanda interna. El mercado laboral sigue ofreciendo señales de lenta recuperación, por lo que el consumo de las familias no ha contado con demasiado margen de mejoría. En este escenario, el conjunto de países del Área Euro ha tenido una evolución negativa en la llegada de turistas a España en el segundo trimestre, con la excepción de Francia, tercer mercado emisor.

Los procedentes de **Alemania** han retrocedido en abril-mayo un 0,8% interanual, después de un primer trimestre en positivo. Los turistas de esta nacionalidad que han optado por alojamiento hotelero se han reducido un 8,8% en el último año (crecimiento del 0,2% en marzo), evolución que no ha podido ser compensada por el notable aumento en el uso de vivienda gratuita, después de las fuertes caídas registradas en los dos últimos años. El empleo del avión, que acapara cerca del 85% del total de desplazamientos desde Alemania, ha retrocedido un 0,9%.

En **Francia** la situación económica ha experimentado una sensible mejoría, tanto en intensidad de crecimiento como en composición, con un protagonismo creciente del consumo. Esta evolución favorable se ha trasladado positivamente a las cifras de entrada de turistas (5,8% abril-mayo frente al 6,7% del primer trimestre). El principal impulso ha venido de la mano de la recuperación en la preferencia por vivienda gratuita (16,9% desde el 13,1% anterior), mientras que el alojamiento en hoteles ha apenas crecía a un ritmo del 0,5%. Por medio de transporte, la desaceleración observada en el empleo del avión (-0,5% en abril-mayo desde 6,2% en el primer trimestre) habría sido compensada por la evolución más favorable en el uso de la carretera, que ha registrado una alza del 7% en abril-mayo (anterior -12,1%).

En el resto de mercados del Área Euro apenas se han producido variaciones significativas en los últimos meses. Los turistas italianos mantienen un dinamismo moderado (2,7% interanual), condicionado por la debilidad cíclica, mientras que los holandeses continúan cayendo a tasas elevadas (-11% en mayo), reflejo del deterioro en el gasto de las familias. Los dos mercados con un mayor impulso en el primer trimestre, aunque de reducido peso, Bélgica y Portugal, han tenido una evolución reciente bien diferente, ya que mientras los turistas belgas han registrado una caída muy significativa en mayo (-2% interanual frente al 9% en marzo), los portugueses han seguido creciendo a tasas del 30%.

Gráfico 2.5.

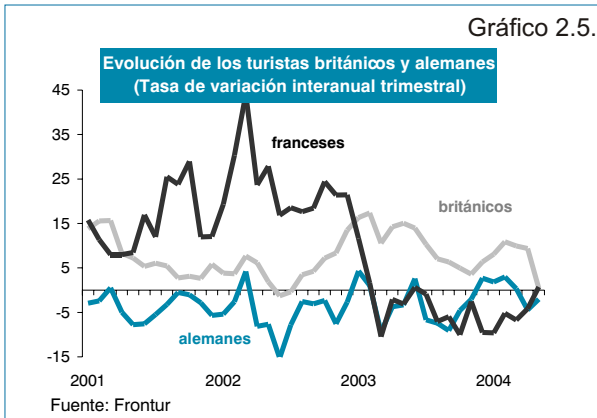
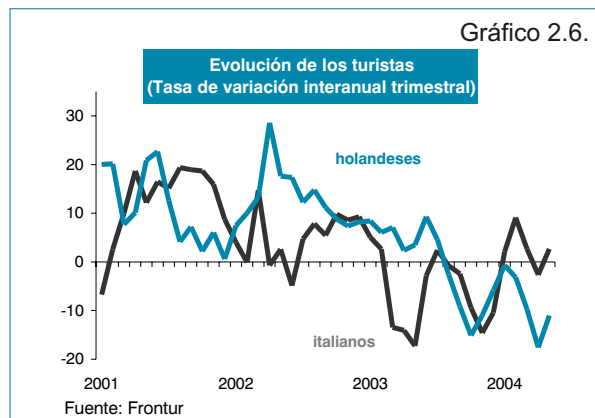


Gráfico 2.6.



En cuanto a las pautas de comportamiento, en la desaceleración registrada en la entrada de turistas en los meses de abril y mayo, el tipo de alojamiento que mayor corrección ha experimentado ha sido el de hoteles, apenas compensado por un mayor dinamismo en vivienda gratuita. Esta evolución resulta coherente con los menores incrementos en el gasto medio por turista. Esta divergencia no se observa en la desagregación por vía de entrada, ya que en todas las modalidades hay un peor comportamiento en el segundo trimestre. El impulso de las compañías aéreas de bajo coste ha disminuido en su

Gráfico 2.7.

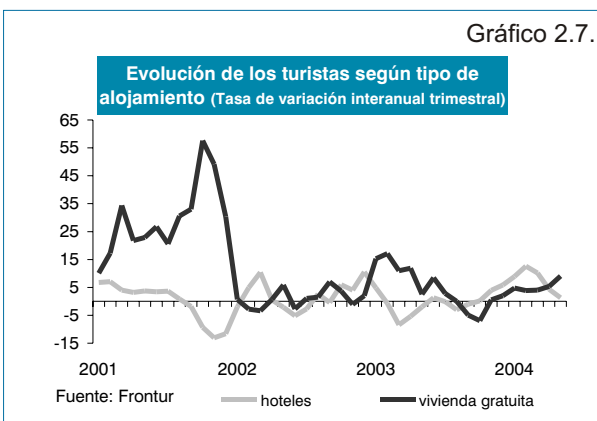
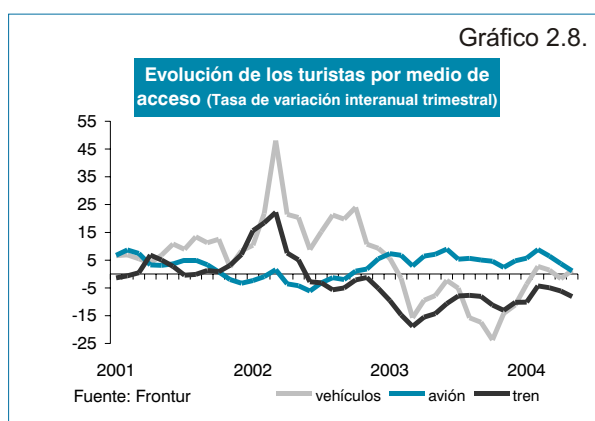


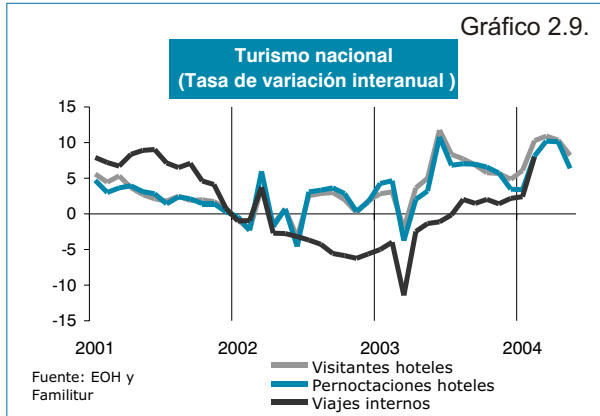
Gráfico 2.8.



## Mercado nacional

**Cierta ralentización en el dinamismo económico en el segundo trimestre y una mayor salida al exterior de los españoles estaría detrás de la moderación en las cifras de turismo nacional.**

El período de recuperación económica continúa vigente en nuestro país, aunque es probable que en la parte central del año atravesase un período de cierto estancamiento en el crecimiento. Esta evolución respondería al progresivo agotamiento de los estímulos de años anteriores y al lento relevo que sigue observándose en el componente de inversión. El consumo privado ha dado muestras de ralentización y la clara senda de mejoría en el mercado laboral se ha interrumpido. Esto condicionará sin duda el impulso que pudiera tener el sector turístico en los próximos meses.

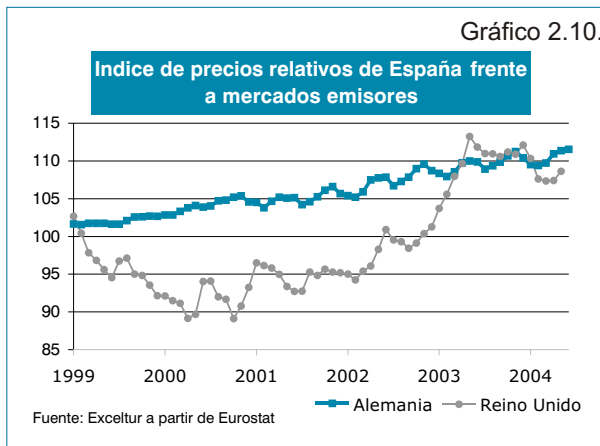


Las pernoctaciones en hoteles se incrementaron en abril-mayo un 5,5% (10,2% en marzo), interrumpiendo la tendencia favorable iniciada a principios de 2004. Los visitantes también evolucionaron siguiendo el mismo patrón, con un retroceso en el crecimiento de 3 puntos hasta el 7,6% en mayo. Estas cifras muestran como los buenos registros al inicio de año se correspondían en parte con un efecto base positivo (negativa evolución en el mismo período de 2003) y los más recientes se ajustan gradualmente a la velocidad de crucero en el último año.

## Posición competitiva del mercado español

**El repunte en la inflación ha incrementado el diferencial de inflación con el resto de países europeos, aunque esta evolución no ha afectado a alojamiento y ocio.**

Después de la marcada ralentización en el crecimiento de los precios al consumo en el primer trimestre, la inflación ha recuperado tasas superiores al 3%. Si bien es cierto que esta evolución se debe en gran medida al encarecimiento de la energía, el componente subyacente también ha iniciado una senda alcista. Con relación al Área Euro, el diferencial de inflación se ha situado en el entorno de 1 punto porcentual, media de la última década, frente al medio punto de meses anteriores. Este comportamiento muestra la mayor sensibilidad de los precios en España ante *shocks* exógenos. La estabilidad en el tipo de cambio del euro con la libra no ha permitido contrarrestar el deterioro de competitividad frente a Reino Unido.



A pesar de que la tendencia en el segundo trimestre ha sido alcista en inflación, los componentes ligados a servicios turísticos han evolucionado de forma relativamente positiva. Con relación a los precios de alojamiento se ha estrechado el diferencial con respecto al Área Euro (1,2 puntos en mayo frente a 1,3 en marzo), mientras que el componente de ocio también ha tenido una evolución favorable, ya que ha retrocedido cuatro décimas hasta el 0,1. En cualquier caso, otros bienes que constituyen oferta complementaria, como alimentos o transporte, se han encarecido notablemente, ampliando notablemente el diferencial (0,8 y 1,9 puntos, respectivamente). En consecuencia, podría suceder que a pesar del esfuerzo de los agentes del sector en controlar los precios, la desfavorable evolución de los productos complementarios limite la recuperación del turismo.

Gráfico 2.11.

**Evolución del IPCA de hostelería , bares y restaurantes. Índice base 100=2001**

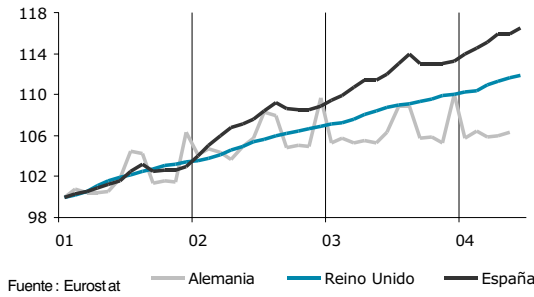
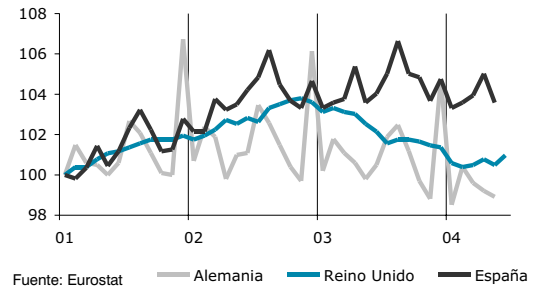


Gráfico 2.12.

**Evolución del IPCA de ocio y cultura Índice base 100=2001**



# Destinos competidores





# 3. Destinos competidores

*Los datos de primavera ponen de manifiesto la consolidación de la recuperación de los flujos turísticos iniciada a finales del pasado año*

La mayoría de las estadísticas relativas al segundo trimestre de 2004 (todavía incompletas) confirma la tendencia apuntada en el anterior número, sobre la recuperación significativa del volumen de flujos turísticos internacionales, impulsada tanto por los positivos resultados económicos de los principales mercados emisores, como por la mayor estabilidad geopolítica a nivel mundial. Según la información recientemente publicada por la OMT, a pesar de la comparación con un periodo de referencia de mayor incertidumbre, que se tradujo en descensos o crecimientos bajos en los primeros meses de 2003, **todas las regiones muestran un fuerte repunte al inicio de 2004**, que a menudo no sólo compensa las pérdidas del año anterior sino que supone incrementos netos respecto a 2002.

En los mercados emisores europeos, en particular, se comprueba con las cifras de los meses de abril y mayo, que los trágicos acontecimientos del 11-M en Madrid no parecen haber mermado el ritmo de recuperación de los viajes turísticos. Por todo ello, la OMT se muestra muy **optimista sobre la evolución del turismo en los próximos meses**, si bien se mantiene alerta ante el comportamiento del precio del crudo y la amenaza de posibles nuevos ataques terroristas, ambos factores con incidencia significativa en la confianza en el sector.

*Turquía y Egipto aceleran su crecimiento y siguen liderando la recuperación de los destinos del Mediterráneo*

El volumen agregado de turistas registrados en nuestros principales competidores del Mediterráneo (Turquía, Chipre, Grecia, Malta, Marruecos, Túnez, Egipto, Croacia y Bulgaria) alcanza un total anual de más de 56 millones de turistas, frente a los 52 millones que llegan a España cada año. Impulsado por el mayor dinamismo relativo de Turquía, Bulgaria y Egipto, los nueve países presentan un crecimiento conjunto del 4,8% en 2003, lejos del estancamiento registrado en nuestro país el año pasado.

En los países turísticos del Mediterráneo, los meses de primavera de 2004 presentan una aceleración del ritmo de llegadas de turistas, destacando los excelentes resultados de Turquía y Egipto muy por encima del resto de destinos. La acumulación de datos hasta mayo muestra un crecimiento del 53,5% en Turquía respecto a los cinco primeros meses de 2003. Aún teniendo en cuenta el retroceso interanual del 11,5% observado el año pasado en el mismo periodo, a consecuencia del conflicto bélico en Irak, la cifra sigue suponiendo un incremento neto del 35,9% respecto a los cinco primeros meses de 2002, un año antes de registrarse tensiones en la zona.

Tabla 3.1

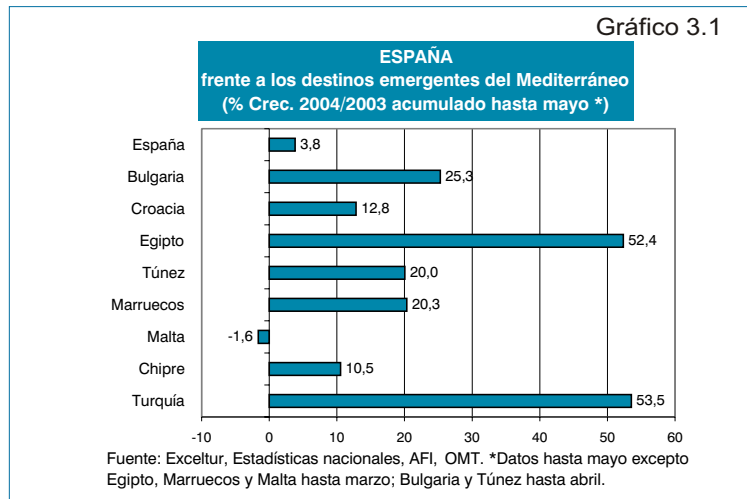
## LLEGADA DE TURISTAS EN LOS PAÍSES MEDITERRÁNEOS DE TURISMO

(miles)

	Total año		Acumulado		Tasa de variación interanual			Último
	2001	2002	2003 *	2004 *	2002/2001	2003/2002 (*)	2004/2003 (*)	dato
Francia	75.202	77.012	75.048	--	2,4	-2,5	1,4	may. 04
Grecia	14.033	14.180	2.621	2.811	1,0	--	7,3	may. 04
Italia	35.768	36.355	31.745	--	1,6	-5,8	18,5	feb. 04
Turquía	11.620	13.248	13.956	4.825	14,0	5,3	53,5	may.04
Chipre	2.697	2.418	2.303	697	-10,3	-4,8	10,5	may.04
Malta	1.180	1.134	1.127	167	-3,9	-0,6	-1,6	mar. 04
Marruecos	2.250	2.222	2.224	576	-1,2	0,1	20,3	mar. 04
Túnez	5.387	5.064	5.153	1.412	-6,0	1,8	20,0	abr. 04
Portugal	12.167	11.644	--	--	-4,3	--	-3,9	abr. 04
Egipto	4.641	5.192	6.043	1.803	11,9	16,4	52,4	mar. 04
Croacia	6.544	6.944	7.409	1.169	6,1	6,7	12,8	may.04
Bulgaria	3.062	3.433	4.048	--	12,1	17,9	25,3	abr. 04
España	50.094	52.327	52.180	18.162	4,5	-0,3	3,8	may. 04

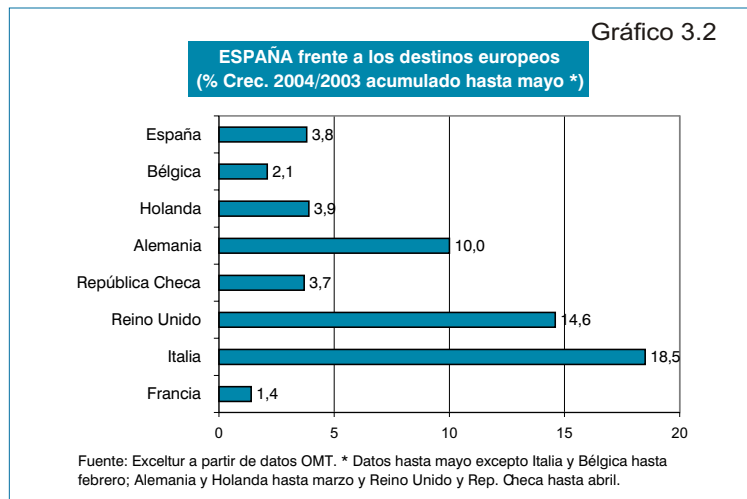
Fuente: OMT, AFI, Exceltur y Institutos de Estadística Nacionales.

(\*) Acumulado de enero a último dato disponible de cada año.



**Egipto es otro de los países mediterráneos que mejor se ha comportado a principios de 2004.** La depreciación acumulada de la libra egipcia desde 2003 (un 55% desde enero del año pasado) ha propiciado un crecimiento en la llegada de turistas de más del 38% hasta febrero, con datos oficiales del Banco Central Egipcio, y de más del 70% hasta mayo según datos de la OMT. La competitividad del destino podría sin embargo verse perjudicada a medio plazo, tras el anuncio del gobierno, a mediados de mayo, de un conjunto de medidas orientadas al aumento de varios impuestos sobre las actividades turísticas. Siendo el turismo, junto con el Canal de Suez, la principal fuente de divisas para el país, diversos expertos, tanto en mercados emisores como representantes egipcios del sector, temen que los previstos aumentos de recaudación den lugar en realidad a futuras disminuciones de ingresos.

Por último, cabe resaltar la **favorable evolución de los destinos del norte de África**, en concreto Marruecos y Túnez, que registraron crecimientos interanuales en torno al 20% en el primer trimestre y cuatrimestre respectivamente. Mientras los datos en Túnez reflejan en parte la recuperación de los moderados descensos sufridos a principios del año pasado, en Marruecos indican la consolidación de la senda positiva de los últimos trimestres, a la que sin duda contribuirá a medio plazo la liberalización del tráfico aéreo iniciada el pasado mes de febrero.



**Entre los demás destinos europeos**, destaca la recuperación de la llegada de turistas a Italia, aunque sólo se disponga de datos hasta febrero. Alemania y Reino Unido también registraron tasas de crecimiento de dos dígitos, beneficiándose, en el caso británico, de la **recuperación de los mercados emisores de larga distancia**, especialmente de Estados Unidos.

**El turismo francés y alemán a España se estanca**

**El análisis pormenorizado de la llegada de turistas por nacionalidad revela un comportamiento muy dispar de los tres principales mercados emisores a España.**

Con datos del primer trimestre de 2004, el turismo británico creció cerca del 10% en nuestro país más de 240.000 nuevos visitantes un resultado positivo aunque moderado en relación con su evolución en países competidores como Turquía, donde llegó a alcanzar un 80% de incremento respecto al primer trimestre de 2003, algo más de 20.000 turistas. Por su parte, el turismo alemán permaneció estancado en niveles similares al periodo de referencia en España (0,3%), mostrando preferencia por destinos menos maduros fuera de la zona euro, como Croacia y Turquía, donde creció un 53,1% y un 41,7% respectivamente (137.000 turistas más en este caso).

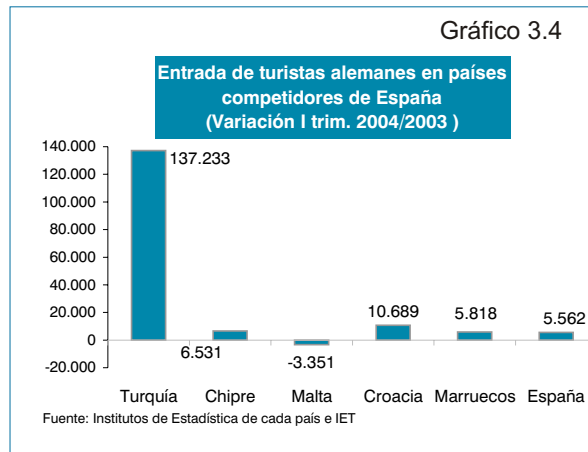
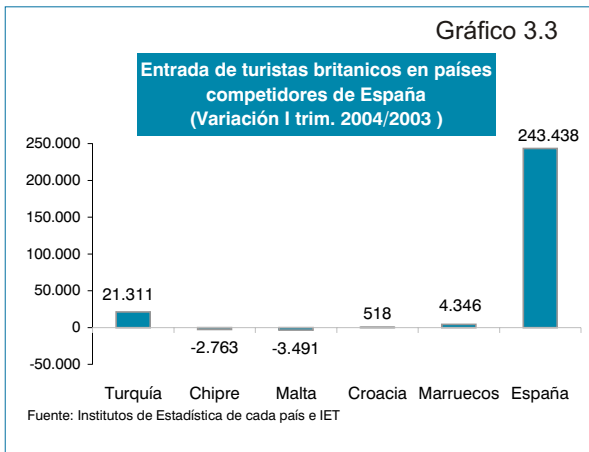
**Llegada de turistas por nacionalidad**

Tabla 3.2

En miles	Alemanes			Británicos			Franceses			Último dato
	2002	2003	2004*	2002	2003	2004*	2002	2003	2004*	
España	10,211.5	9,820.5	1,752.2	14,697.4	16,032.4	2,691.8	8,143.5	7,695.8	880.2	may.04
Croacia	1,481.7	1,551.8	30.8	132.2	152.5	5.6	134.7	220.6	4.7	abr.04
Chipre	173.7	129.0	28.9	1,337.6	1,347.0	127.9	29.5	31.4	3.5	may.04
Malta	142.1	125.8	21.8	444.3	459.6	71.9	80.1	76.4	7.6	mar.04
Marruecos	172.9	138.8	39.9	146.5	134.1	33.0	877.5	969.8	249.8	mar.04
Turquía	3,481.7	3,305.0	466.4	1,037.5	1,082.2	48.0	522.3	470.1	49.5	may.04

Fuente: Institutos de Estadística nacionales e IET.  
 (\*) Acumulado de enero a último dato disponible.

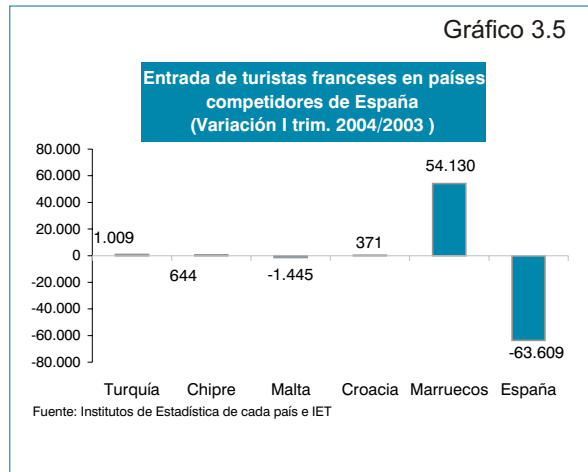
Por último, el número de turistas procedentes de Francia registró un descenso significativo del 6,7% en los tres primeros meses del año. Según un estudio de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE) publicado a mediados de junio, España habría perdido un 36% de turistas franceses en los últimos 25 años, mientras, en el mismo periodo, el número de británicos que nos visitan se habría multiplicado por 6 y el de alemanes casi por dos. Las fuentes han matizado la lectura de los datos insistiendo sobre la mayor dificultad en la contabilización de visitantes procedentes de países vecinos, desde la creación del mercado único y la supresión de fronteras.



**Se estabiliza la mayor parte de las divisas del Mediterráneo frente al euro**

La evolución de los primeros meses de 2004 permite concluir que el factor tipo de cambio no está siendo un elemento determinante en la captación de turistas.

**La estabilidad frente al euro ha sido la nota predominante en la mayor parte de los países mediterráneos, con las únicas excepciones de Turquía y Croacia.** La lira turca se apreció más de un 3% en el primer trimestre y aunque en los meses posteriores cedió terreno con el euro, acumula una depreciación del 1% desde principios de 2004. El caso contrario sucede con la Kuna Croata que se ha apreciado más de un 2% en el segundo



trimestre del año. Por último, destaca la interrupción de la escalada depreciadora acumulada durante año y medio de la libra egipcia frente al euro, estabilizando su cotización frente a la divisa europea al final del segundo trimestre de 2004.

Si a estos movimientos de tipo de cambio le unimos la evolución de la inflación (hasta abril en la mayoría de los países) en los destinos competidores y su diferencial con España, se deduce que Egipto es el país respecto al cual hemos perdido mayor competitividad. La depreciación de su moneda, unido a la deflación en la que está sumida su economía, hace de este país mediterráneo un destino muy atractivo en precios para los mercados emisores de turismo. Respecto al resto de destinos competidores, las ganancias y/o pérdidas de competitividad vía precios de España son mucho menores, produciéndose, en media, una ligera pérdida de la posición española que viene explicada, en parte, por la aceleración de la inflación en nuestro país, frente a la moderación de los precios en otros países.

