

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del segundo trimestre de 2014 y perspectivas para el trimestre de verano y el conjunto del año



Balance empresarial del segundo trimestre de 2014

El segundo trimestre es testigo de un notable crecimiento de la actividad turística en España, gracias al mantenimiento del aumento de la demanda extranjera y un mayor dinamismo de la demanda española.

El PIB turístico se incrementa un +3,1% interanual entre los meses de abril y junio de 2014, consolidándose como el gran motor de la economía española, de nuevo muy por encima de los ritmos de crecimiento del PIB de España, aunque algo por debajo de los del primer trimestre del año.

- El PIB turístico se incrementa un +3,1% en el segundo trimestre, dando muestras de una ligera desaceleración respecto al incremento experimentado de enero a marzo de 2014 (+4,2%).

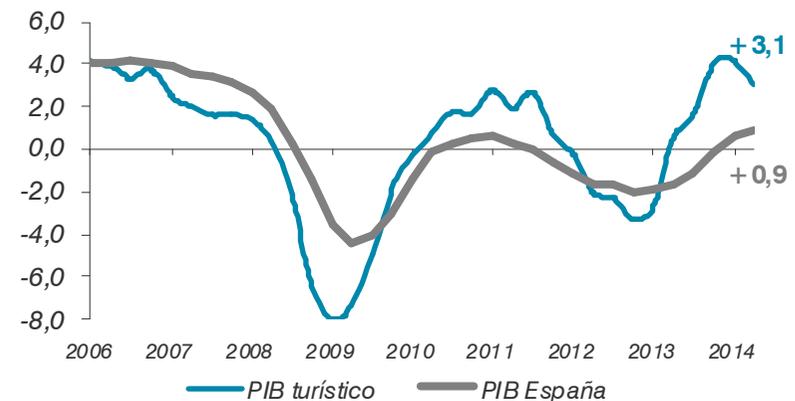
Esta tendencia corrobora nuestra visión sobre la evolución prevista para lo que queda del año, ya avanzada en el informe de abril. Es previsible que, a pesar de la mejora de la demanda nacional, ésta no pueda compensar la desaceleración en el crecimiento de la extranjera prevista para el segundo semestre al compararse con unos meses de 2013 que se vieron muy favorecidos por la inestabilidad desatada en Egipto a partir del mes de julio y, por otro lado, por el efecto de la actual inestabilidad en Rusia y Ucrania y la depreciación del Rublo.

Cabe destacar que el ruso ha sido uno de los mercados que más positivamente habían incidido en el crecimiento de la demanda extranjera en las últimas temporadas.

Dinámica comparada del PIB turístico y del PIB de España 2006-2014

Tasa de variación interanual en %

Fuente: ISTE (EXCELTUR), INE y Consensus Forecast



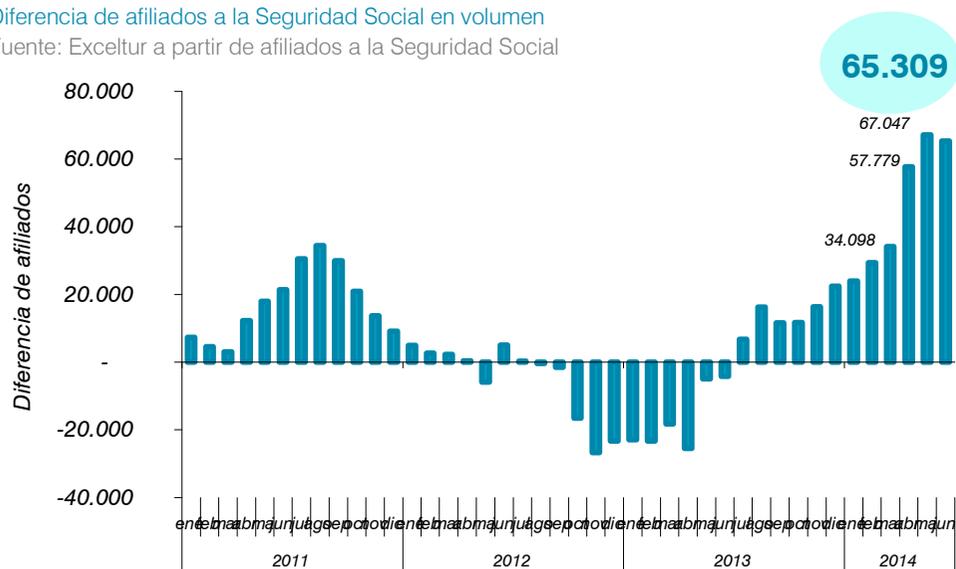
El turismo intensifica su capacidad de generación de empleo durante el segundo trimestre de 2014 ante las expectativas de una buena temporada de verano, aportando **65.309** nuevos afiliados a la seguridad social hasta el mes de junio, lo que supone un **+4,6% más** que los niveles de 2013. Con ello, **el turismo mantiene su condición de principal sector generador de empleo en España.**

Evolución de la capacidad de generación de empleo del turismo 2011-2014

2011-2014

Diferencia de afiliados a la Seguridad Social en volumen

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



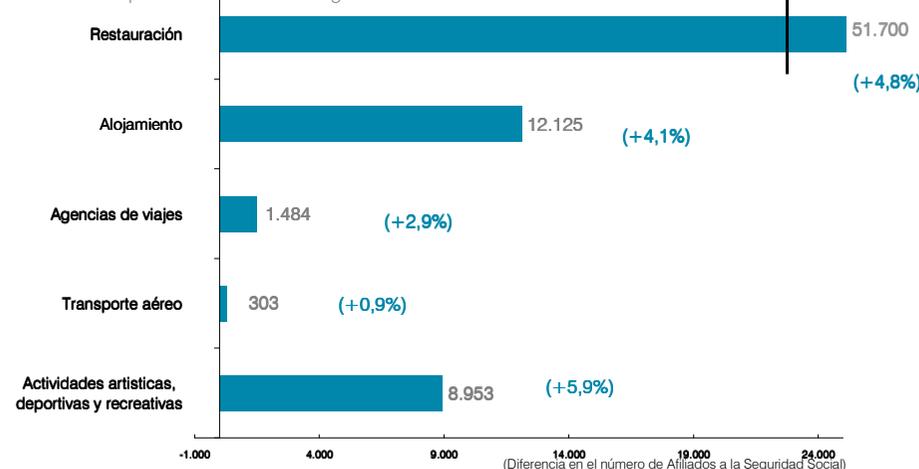
El redimensionamiento de plantillas ante las expectativas de una temporada de primavera y verano con mayores niveles de actividad ha provocado un **incremento del empleo, que se ha extendido sobre todos los sectores de actividad relacionados con el turismo: Alojamiento (+4,1%), Restauración (+4,8%), Agencias de viajes (+2,9%), Transporte aéreo (+0,9%) y actividades de ocio (+5,9%).**

Comportamiento del empleo turístico por subsectores de la cadena de valor

Junio 2014 Vs junio 2013

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



La demanda turística continua creciendo de forma intensa (+4,9% en el total de pernoctaciones en alojamientos reglados en el acumulado hasta mayo), registrando en los cinco primeros meses del año niveles muy cercanos a los de antes de la crisis. Ello es debido al mantenimiento del dinamismo de la demanda extranjera (+3,6%), aunque comienza a desacelerar sus ritmos de crecimiento, y la deseada recuperación de la demanda española (+4,0%).

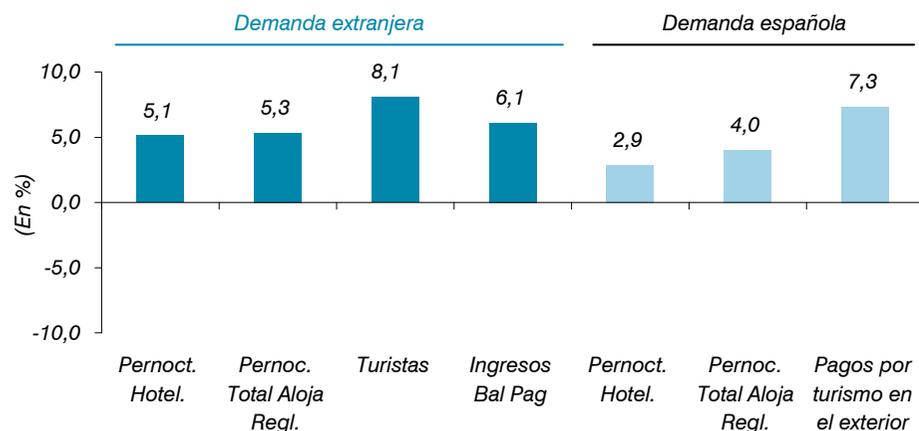
El acumulado enero-mayo refleja un positivo comportamiento de los principales indicadores de demanda turística en España tanto de los propios españoles, como de los extranjeros. Todos se sitúan en tasas de crecimiento en los primeros cinco meses de 2014, si bien con intensidades distintas. Mientras se desacelera el extranjero, se acelera el nacional

El total de la demanda turística, medida a través del volumen de pernoctaciones en alojamientos reglados del INE, se incrementa un +4,9%, situándose en volúmenes ya muy cerca del nivel de las temporadas previas a la crisis.

Evolución de los indicadores de demanda española y extranjera Enero-mayo 2001-2014

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur de Frontur, Balanza de Pagos, EOH, EOAP, EOAC y EOTR

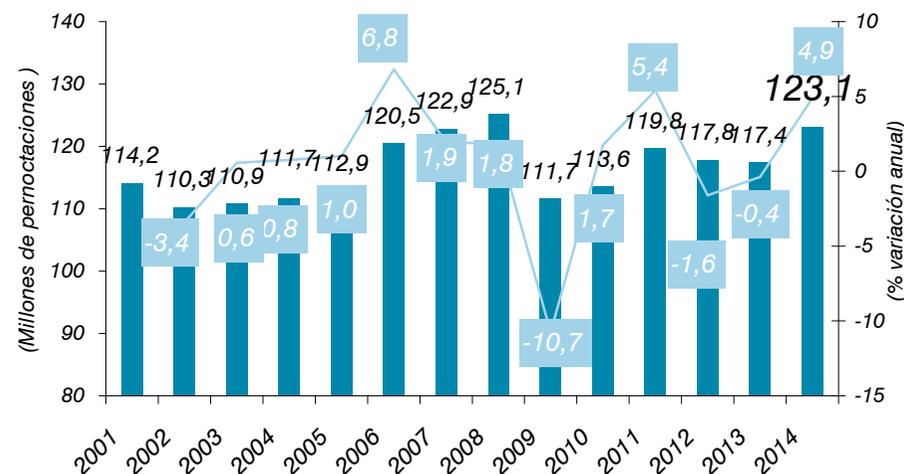


(*) Datos de ingresos de extranjeros y pagos por turismo en el exterior hasta el mes de abril

Número de pernoctaciones en establecimientos de alojamiento reglado Enero-mayo 2001-2014

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE



La demanda española mantiene la senda de la recuperación iniciada en el segundo semestre de 2013, si bien todavía muy vinculada al acceso a ofertas y descuentos. La propensión a viajar se ha incrementado en estos meses, si bien los condicionantes de renta de los hogares españoles siguen limitando un crecimiento de su consumo turístico sobre bases más sólidas. Ello se ha traducido en mayor volumen de viajes, pero de una repercusión menos intensa sobre los niveles de facturación de las empresas, por la contención de precios.

■ Los indicadores de demanda de los españoles continuaron creciendo en este segundo trimestre de 2014, a ritmos algo más intensos que los de comienzos del año.

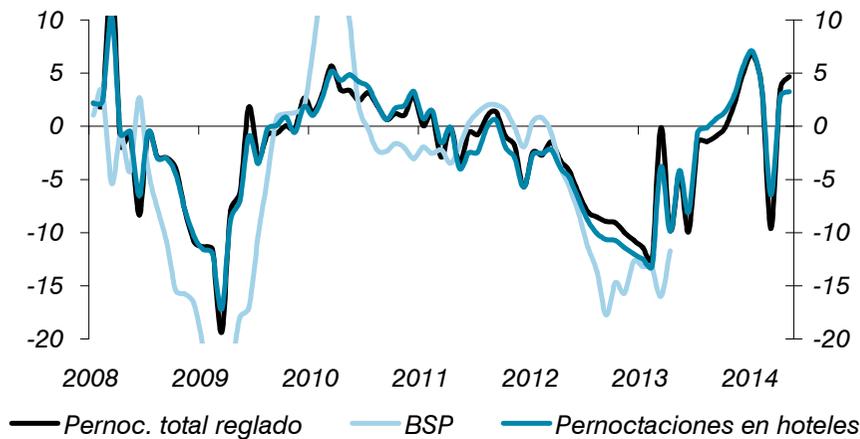
■ En el acumulado hasta mayo el volumen de demanda turística de los hogares españoles se situaba un +4,0% por encima de los niveles de los mismos meses de 2013 en términos de pernoctaciones en el conjunto de la oferta reglada, todavía en niveles reducidos que no superan los de 2012 y los años anteriores a la crisis.

Evolución de los Indicadores de demanda NACIONAL

2008-2014

(Tasa de variación interanual trimestral)

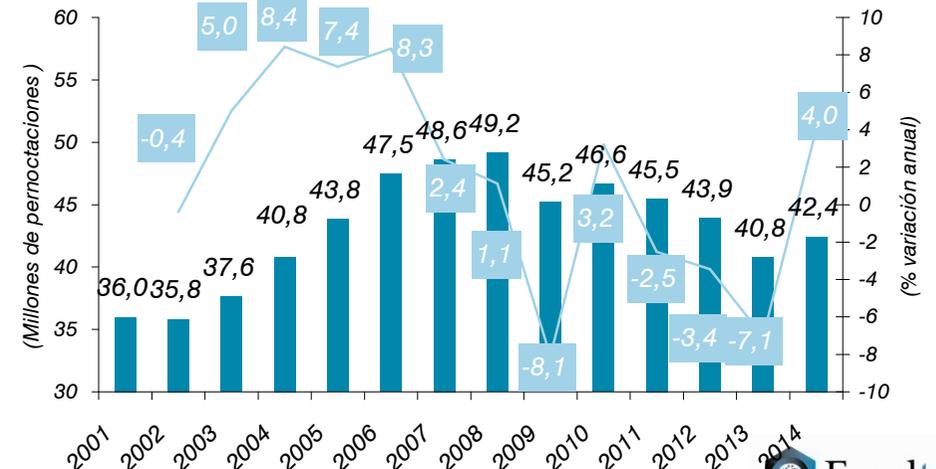
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOTR, EOAP; EOAC, INE



Nº de pernoctaciones de los ESPAÑOLES en alojamiento reglado Enero-mayo 2001-2014

(Mills de pernoctaciones y sus tasas de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE



DEMANDA NACIONAL: la recuperación se traslada a los destinos de interior

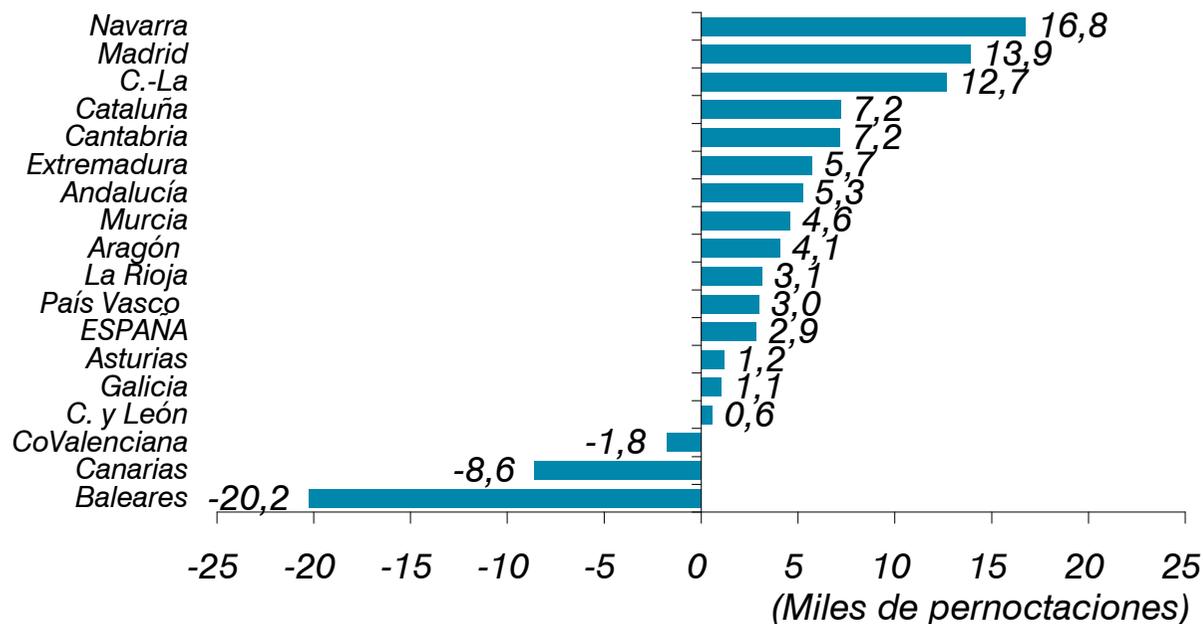
La recuperación de la demanda española está teniendo una incidencia directa sobre el conjunto de los destinos de interior que más estaban sufriendo los efectos de la crisis. Todas las comunidades autónomas del interior y de la cornisa cantábrica se han beneficiado hasta el mes de mayo del incremento del consumo turístico de los españoles, salvo Baleares y Canarias, donde los mayores costes de transporte han limitado el impacto de la recuperación de la demanda interna, junto con la Comunidad Valenciana.

Pernoctaciones hoteleras de la demanda ESPAÑOLA por CC.AA.

Enero-Mayo 2014/2013

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE



DEMANDA NACIONAL: los precios siguen siendo claves

Los precios continúan teniendo una incidencia clave para dinamizar la demanda turística de los españoles. Tanto en el caso de alojamiento como de los medios de transporte, los servicios más económicos y que más han moderado sus precios son los que consiguen incrementar más sus ventas.

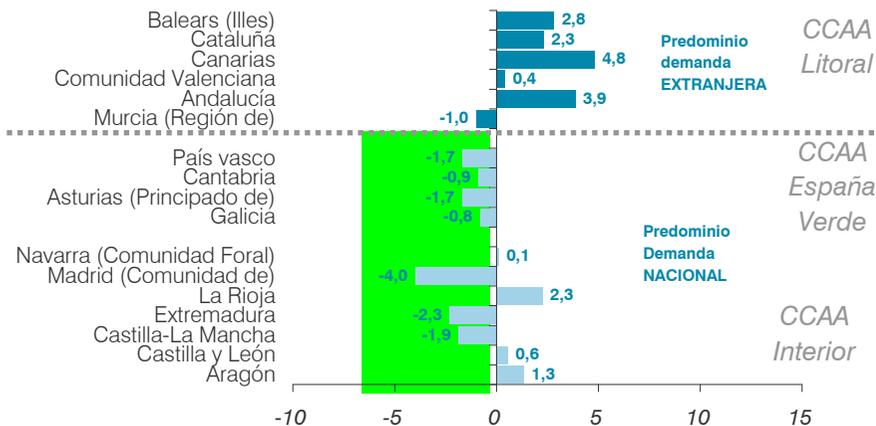
El anclaje de la recuperación de la demanda sobre los precios está limitando la mejora de los ingresos de las empresas turísticas más dependientes de la demanda española.

Evolución de los precios de los hoteles por CC.AA.

Enero-Mayo 2014/2013

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

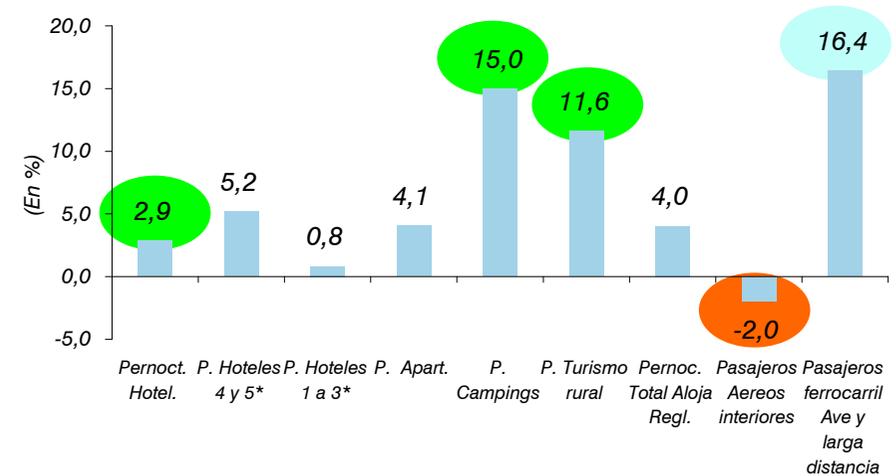


Indicadores de demanda NACIONAL

Enero-mayo 2014/2013

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE

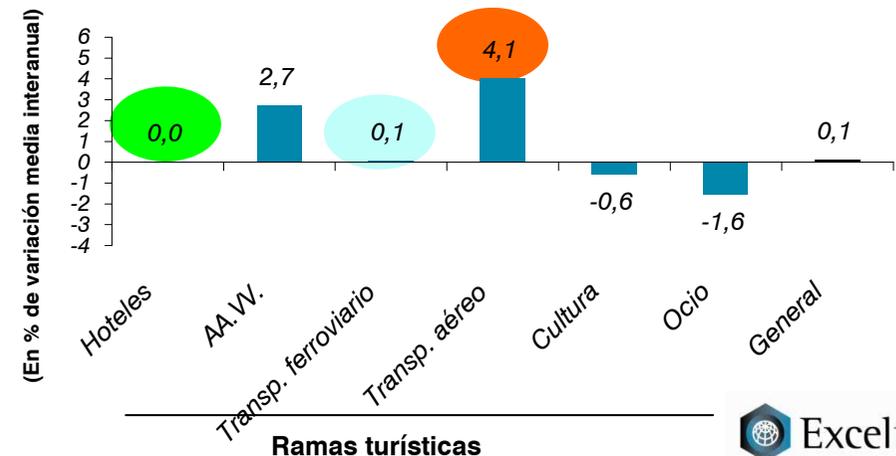


Variación de los precios de los servicios turísticos en España

Enero-Mayo 2014/2013

(Promedio de las tasas de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPC (INE)



El comportamiento de la demanda extranjera en 2014 viene marcado por el efecto de la inestabilidad en el Mediterráneo Oriental, que sigue impulsando la demanda del producto touroperizado de sol y playa (+18,3% hasta mayo), el fuerte y preocupante aumento del alquiler de viviendas no regladas de uso turístico (+7,8%) y la pérdida de dinamismo de la demanda rusa, que muestra un descenso en el acumulado de marzo a mayo en turistas (-0,3%) y en pernoctaciones hoteleras (-9,0%).

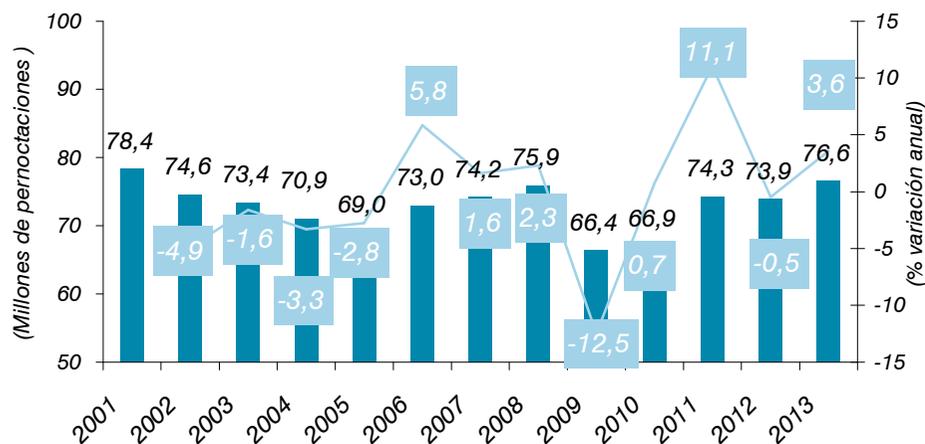
La demanda turística extranjera continua creciendo durante el segundo trimestre del año. En el acumulado hasta mayo el número de pernoctaciones en alojamientos reglados se incrementa un +3,6%, **alcanzando los niveles de comienzos de la década y de antes de la crisis.**

En el mes de mayo y muy probablemente en junio en función de la tendencia del pago con tarjetas de crédito, comienza a reflejarse **una desaceleración en los ritmos de crecimiento de la demanda turística extranjera en España**, que esperamos se intensifique durante el verano y sobre todo en el cuarto trimestre del año, al compararse con un segundo semestre de 2013 que ya se vió muy favorecido por el nuevo brote de inestabilidad en Egipto, surgido en julio de ese año.

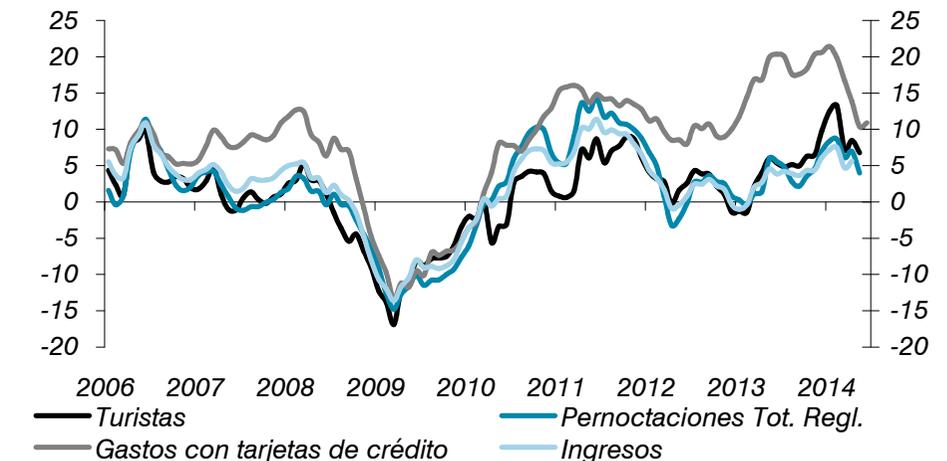
Nº de pernoctaciones de los EXTRANJEROS en alojamiento reglado
Enero-mayo 2001-2014

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE



Indicadores de volumen de demanda extranjera
(Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, EOH y Balanza de Pagos.

La inestabilidad en Egipto sigue impulsando las ventas de las empresas españolas de los destinos españoles de sol y playa. En enero-abril de 2014, que representa su temporada alta, Egipto ha perdido 1,1 millones de turistas extranjeros y los destinos españoles de las comunidades de sol y playa las han incrementado en 1,0 millón (representando Canarias la mitad de ese crecimiento), con un aumento muy intenso en paralelo del paquete turístico (+18,3%), propio del perfil del turista que visita el mediterráneo oriental.

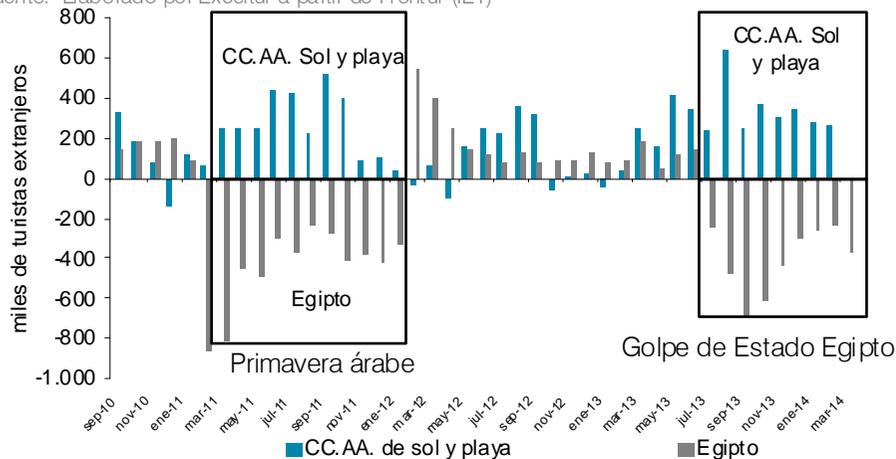
Los datos disponibles del Instituto de Estadística de Egipto hasta el mes de abril cifra en el **-28,0%** la caída en la llegada de turistas que se ha producido en el acumulado de 2014 respecto a los niveles del mismo período de 2013, con una clara incidencia favorable sobre los destinos españoles de sol y playa abiertos estos meses, que han concentrado el 80,0% del aumento de la llegada de turistas a España con Canarias a la cabeza.

La incidencia de este flujo de demanda extranjera se refleja en el **fuerte aumento de la llegada de turistas extranjeros con paquete turístico** que se viene produciendo desde julio de 2013 (cuando se produjo el último cambio de régimen en Egipto) y que se ha intensificado en lo que llevamos de 2014 (en el último trimestre aumenta el +18,6%)

Comparación del crecimiento de la llegada de turistas en las CC.AA. de sol y playa y Egipto 2010-2014

Diferencia en la llegada de turistas extranjeros

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur (IET)



Número de turistas extranjeros llegados a España con paquete turístico 2009-2014

Tasa de variación interanual trimestral en %

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur (IET)



2014 es testigo de un nuevo crecimiento del uso de la demanda extranjera de viviendas no regladas de uso turístico, dentro del aumento de la economía sumergida que afecta también a otros varios subsectores de la cadena de valor turística (los restaurantes, los autobuses, los rent a car y los taxis), que desde Exceltur vemos con extraordinaria preocupación.

El número de turistas extranjeros alojados en viviendas no regladas de uso turístico alquiladas en España, no ha dejado de crecer desde el inicio de la crisis (un 28,4% en el período 2009-2014), representando ya el 13,4% del mercado.

Gracias a sus ventajas en precio por la opacidad fiscal y la inexistencia de una regulación como la que ha de cumplir la oferta reglada, su cuota de mercado no deja de crecer, afectando a los niveles de rentabilidad de las empresas regladas de alojamiento, que en muchas ciudades todavía registra niveles que no garantizan su supervivencia; el REVPAR del promedio de los hoteles se sitúa en España aún en los 36,1€ de enero a mayo de 2014.

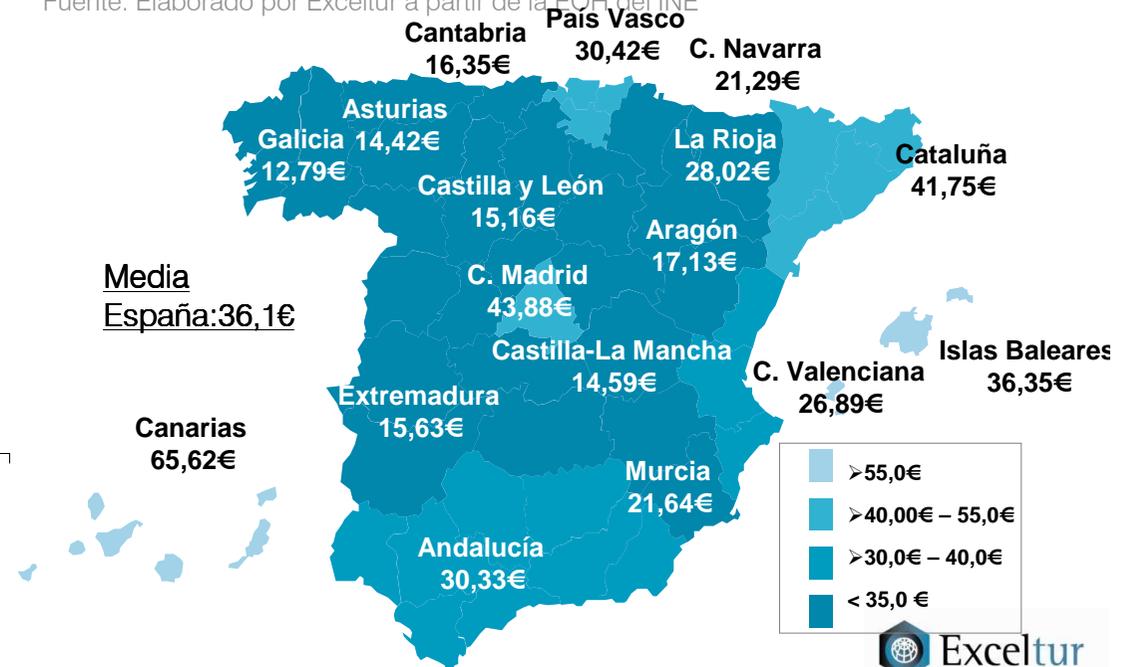
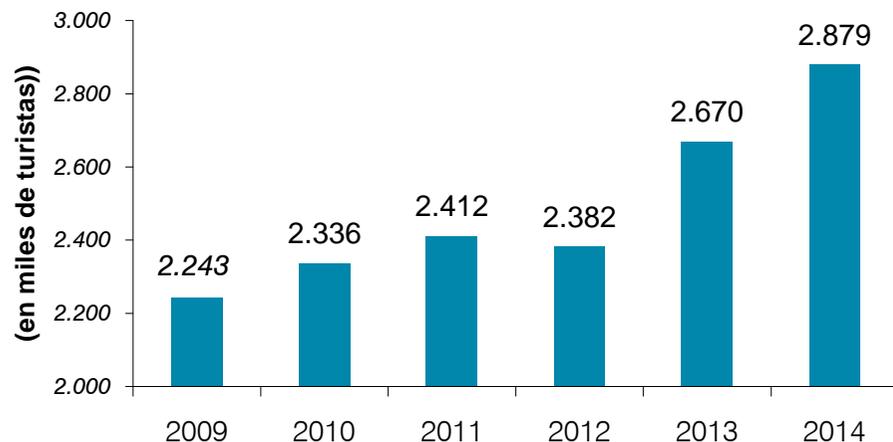
Ingreso por habitación disponible (Revpar) por CC.AA.
Enero-mayo 2014
En euros

Fuente. Elaborado por Exceltur a partir de la FOH del INE

Número de turistas extranjeros alojados en viviendas alquiladas
Enero-mayo 2009-2014

Miles de turistas extranjeros

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur (IET)



El turismo nórdico y los principales mercados exteriores para el turismo español (Reino Unido, Alemania y Francia) tiran de la demanda turística hacia España en volumen con tasas de crecimiento interanual de sus pernoctaciones hoteleras del +10,2%, +2,8%, +2,7% y +3,4% en el acumulado hasta mayo.

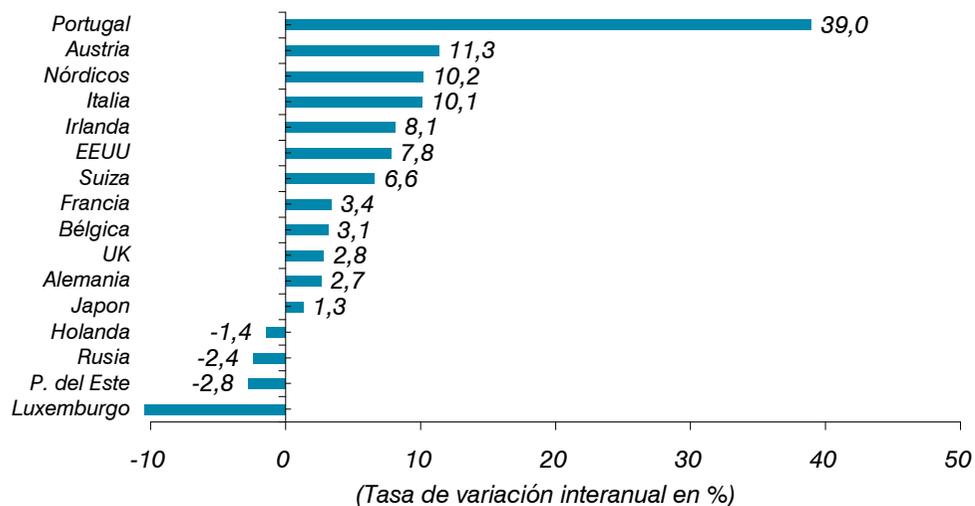
Portugal e Italia que habían estado muy afectados por la crisis económica, se recuperan con fuerza con incrementos del (+39,1%) y del (+10,1%), hasta mayo, con una tendencia alcista en los últimos meses.

La demanda rusa desciende un -2,4% hasta mayo en términos de pernoctaciones hoteleras (un -9,0% en el acumulado marzo-mayo), impulsado por la depreciación del 19,5% del rublo frente al euro, generada por la inestabilidad política de la zona (Ucrania).

Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Enero-mayo 2014-2013

(Tasa de variación interanual)

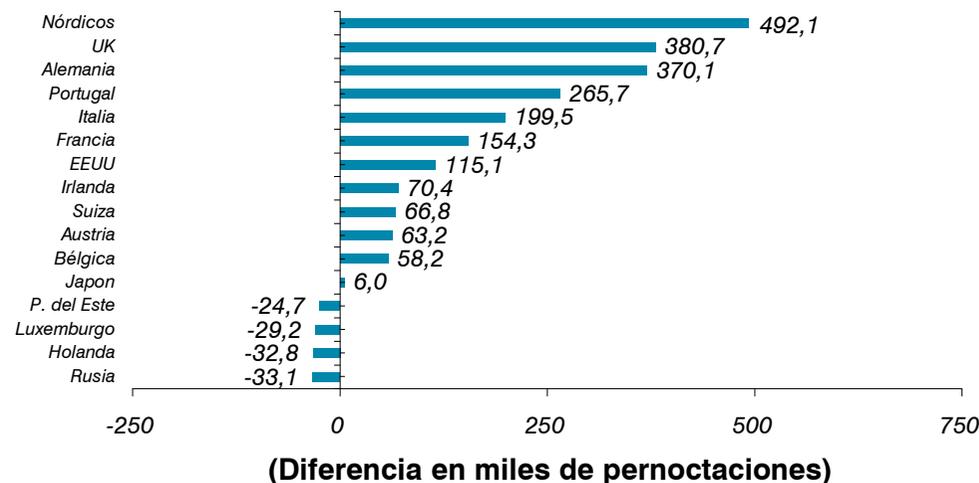
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Enero-mayo 2014-2013

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



Con datos del Banco de España hasta el mes de abril, no se observa que se revierta la tendencia de caída de ingresos por turista observada en la última década.

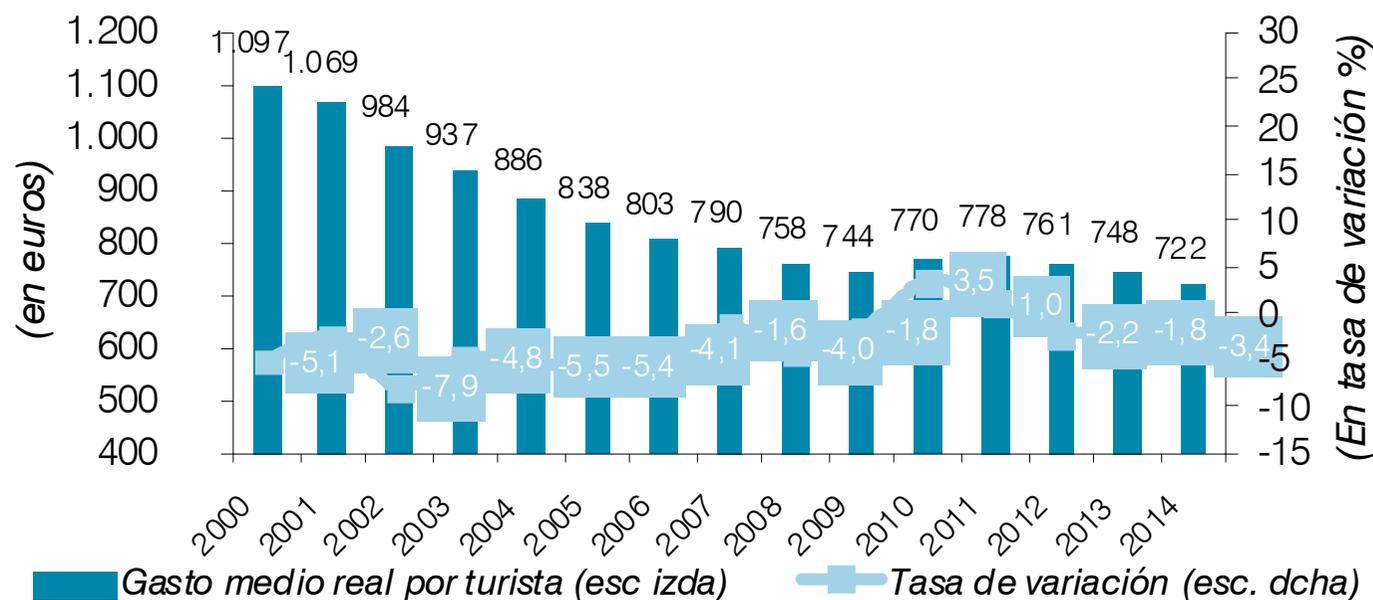
El ingreso por turista extranjero vuelve a retroceder un -3,1% entre los meses de abril y mayo de 2014, un -3,4% si descontamos el efecto de los precios (términos reales).

Ingreso medio real por turista extranjero (Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).

Ene-Abr 2000-2014

En euros

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, INE y Banco de España.

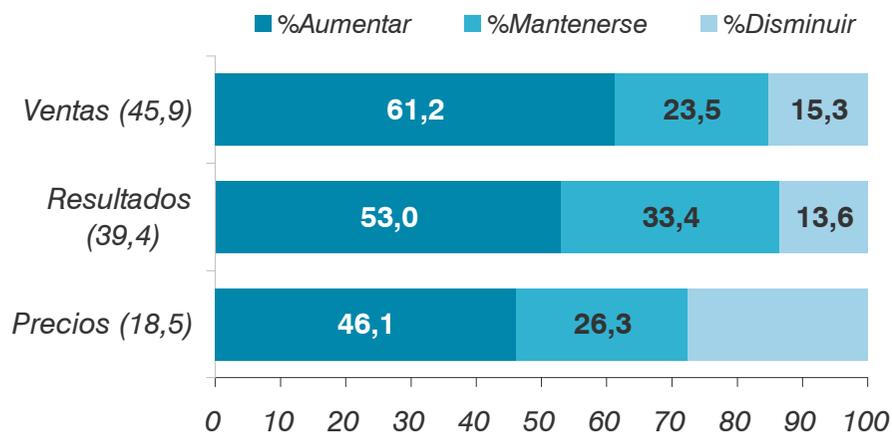


En este contexto, durante el segundo trimestre se ha extendido la mejora de las ventas y los resultados empresariales por sectores de actividad y destinos, aunque dentro de una intensidad moderada. Ello explica que el 61,2% de las empresas turísticas españolas (recogiendo la valoración de hoteles, grandes grupos de AA.VV., compañías de transporte, museos y monumentos, parques de ocio, campos de golf y estaciones de esquí) experimentaran un aumento en sus ventas (un 55,0% de carácter leve) y el 53,0% en sus resultados (un 44,2% leve), según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

A pesar de la leve desaceleración en los ritmos de crecimiento de la actividad turística en España (impulsada en el inicio de año por la demanda extranjera gracias al tirón de Canarias), la recuperación de la demanda española ha permitido un aumento del número de empresas turísticas que mejoran sus ventas y sus resultados respecto a los sucedido en el primer trimestre del año.

Balance empresarial del conjunto del sector turístico español SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

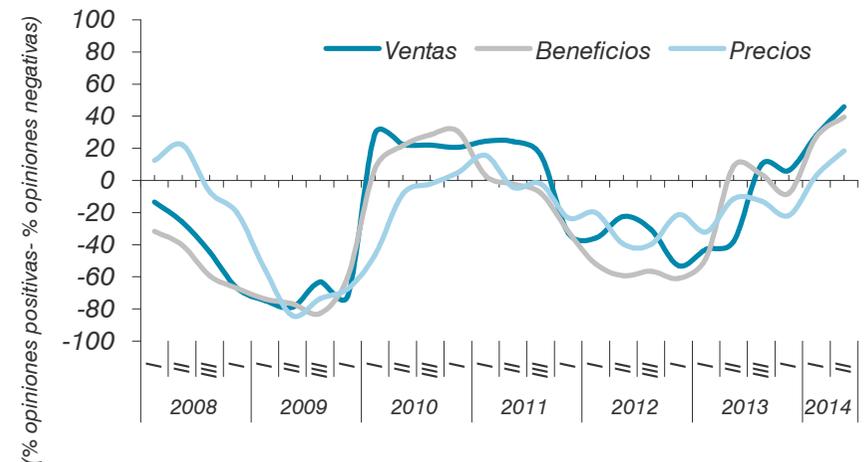


Entre paréntesis la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

Evolución de la opinión empresarial sobre los principales indicadores de negocio del conjunto del sector turístico español

Itr 2008-IITr 2014

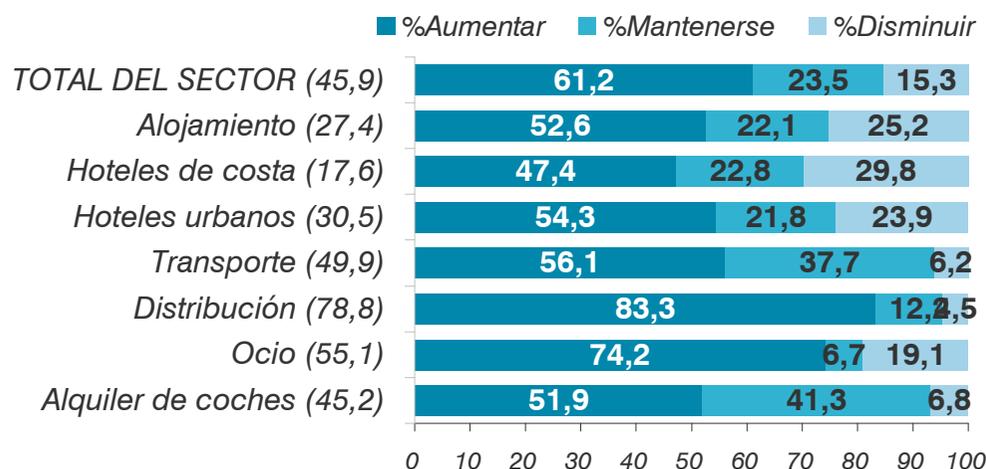
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Las agencias de viajes, las empresas de ocio, los hoteles urbanos y las compañías de transporte son las que registran una recuperación más generalizada de sus ventas y resultados en el segundo trimestre de 2014, impulsados por la mejora de la demanda nacional, mientras se frena la tendencia al alza en los hoteles de costa, que en algunos destinos se resiente del descenso del mercado ruso.

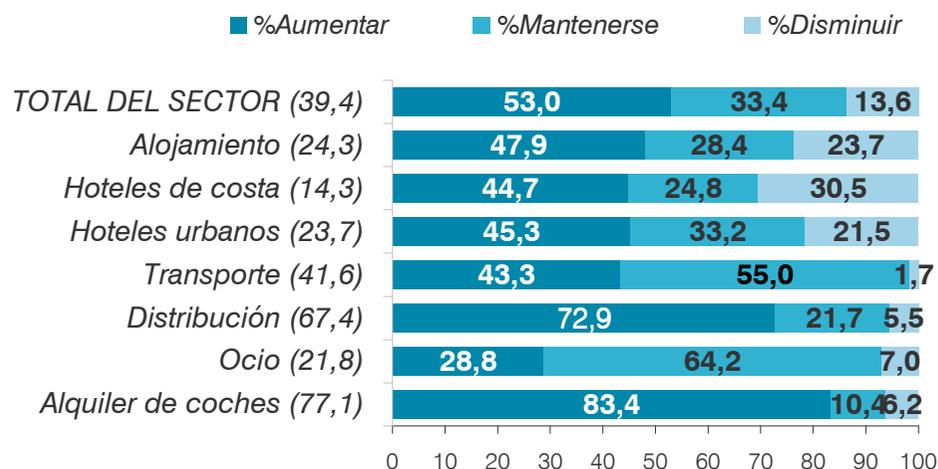
Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



■ **HOTELES DE COSTA:** las empresas de los destinos del litoral español, que son los que más se habían favorecido en el último año del contexto geopolítico del mediterráneo oriental, comienzan a mostrar señales de moderación en sus ritmos de crecimiento, conforme pierde fuerza la demanda extranjera.

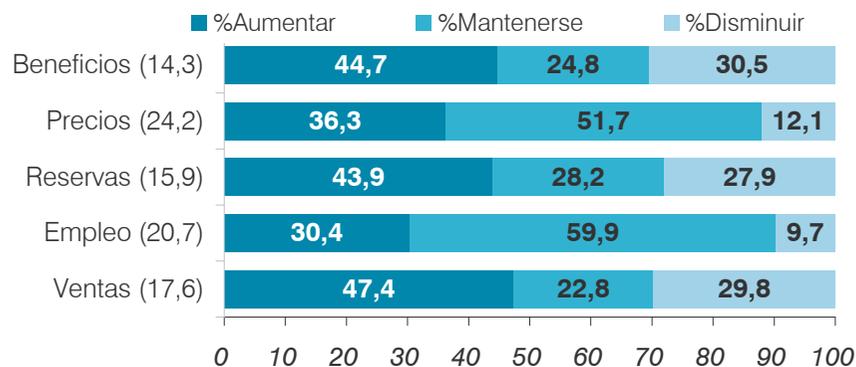
Las ventas se incrementan en el período abril-junio de 2014 en el 47,4% de las empresas de alojamiento, lo que se refleja en un incremento del REVPAR del +8,2% en marzo-mayo, según el INE, frente al +13,3 de inicios de año. En un contexto de leve recuperación de precios(+2,4%, según el INE) el 44,7%, consigue mejorar asimismo los resultados, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.

■ **HOTELES URBANOS:** los establecimientos hoteleros urbanos dan muestras de haber comenzado la esperada senda de la recuperación, impulsados por el mayor consumo de los españoles y la mejora del turismo de negocios. La mejoría en las ventas durante los meses de abril a junio se extiende sobre el 54,3% de los hoteles españoles de ciudad, superando claramente a los que siguen sufriendo caídas (23,9%), gracias a un incremento del REVPAR del +6,4% en el acumulado de marzo a mayo de 2014, según el INE.

Este leve aumento de los ingresos ha permitido que el 45,3% de los hoteles urbanos haya mejorado levemente sus resultados desde unos niveles de rentabilidad aún por debajo de los deseables en muchas ciudades, para garantizar la solvencia en los que la crisis ha situado a buena parte de la hotelería urbana española. En esta tendencia destaca la mejora de los ingresos en Madrid (+10,9% en REVPAR), Sevilla (+9,4%), Valencia (+7,0%), si bien en muchos de los casos, muy afectados en paralelo por la creciente competencia desleal de la oferta de viviendas de uso turístico. A pesar de ello, se espera que esta tendencia se mantenga e el tercer trimestres, donde las principales ciudades españolas (Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada y Bilbao) contarán con el favorable tirón de la celebración del mundial de baloncesto.

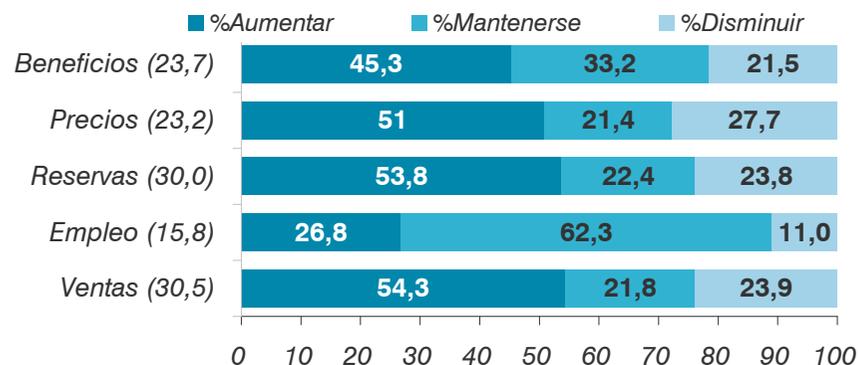
Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES: En un mercado en el que en los últimos años se ha producido un fuerte proceso de ajuste y cierre de puntos de venta y gracias al crecimiento en el consumo de los españoles, las agencias de viajes españolas existentes han experimentado un generalizado incremento en sus ventas, que se extiende sobre el 83,3% del mercado. Los incrementos más generalizados se producen en los viajes por España, donde destaca la recuperación de las ventas a Canarias, a los destinos del mediterráneo peninsular y los cruceros.

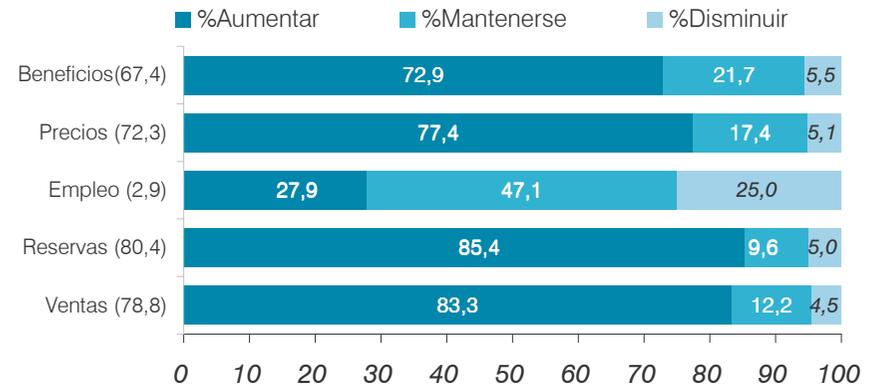
Asimismo se ha iniciado la senda de recuperación de precios, lo que ha permitido, gracias a los procesos de contención de gastos y redimensionamiento aplicados desde que se inicio la crisis, mejorar los resultados en este segundo trimestre de 2014 en el 72,9% de los intermediarios de viajes españoles, respecto a los registros de 2013.

EMPRESAS DE TRANSPORTE: el 56,1% de las empresas españolas de transporte de pasajeros incrementaron sus ventas en el segundo trimestre de 2014, gracias a un crecimiento de los movimientos de los españoles, destacando el transporte ferroviario y las compañías aéreas centradas en los viajes vacacionales y punto a punto. El tráfico aéreo ha intensificado su crecimiento hasta un +4,6%, en el acumulado marzo-mayo de 2014, sostenido sobre los aeropuertos de zonas turísticas vacacionales y la recuperación de Madrid.

Un trimestre más la mejora en las ventas tiene un impacto más limitado sobre los resultados por la presión de los precios (el 57,2% manifiesta haberlos reducido en este segundo trimestre) y el incremento de los costes, muy especialmente del carburante, vinculado a las recientes subidas de precios del petróleo. Con ello, tan sólo el 43,3% de las empresas de transporte manifiesta haber mejorado sus resultados en estos meses de primavera de 2014.

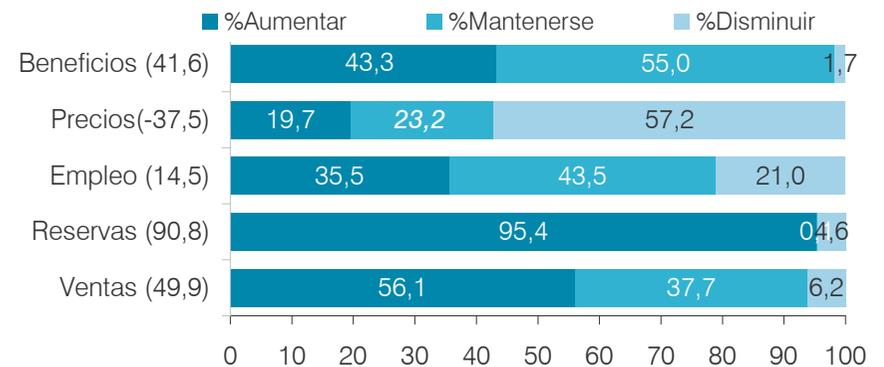
Opinión empresarial de las AA.VV. y Touroperadores españoles SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

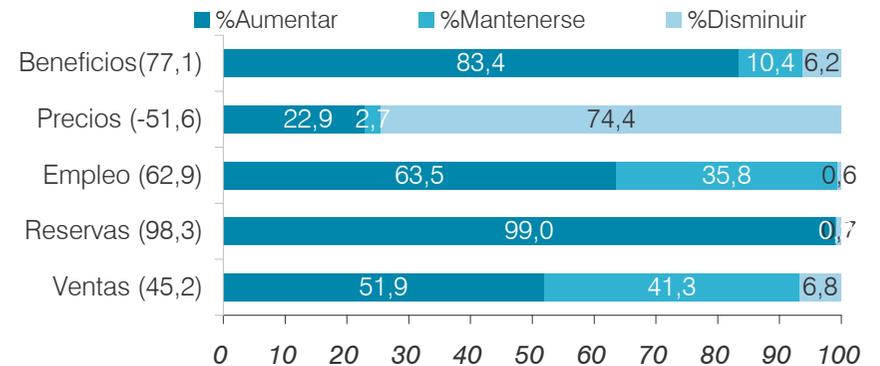


ALQUIER DE COCHES: Mejoran los resultados de las empresas de alquiler de coches impulsados por la mejora de márgenes, gracias a la recuperación del cliente de negocios. **El 83,4% de las empresas de “rent a car” incrementaron sus resultados en el segundo trimestre de 2014, según la encuesta de Confianza de EXCELTUR.**

A pesar de haber tenido que volver a reducir precios en el 74,4% de las empresas, por los excedentes de flota existentes en el mercado y la debilidad de la demanda interna, **las principales compañías de rent a car han podido mejorar sus resultados gracias al alquiler de coches de mayor gama**, asociado al crecimiento en el segmento business y a la reducción de costes. Se trata de una tendencia que se espera se extienda en el negocio vacacional durante el verano.

Opinión empresarial de los RENT A CAR españoles SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

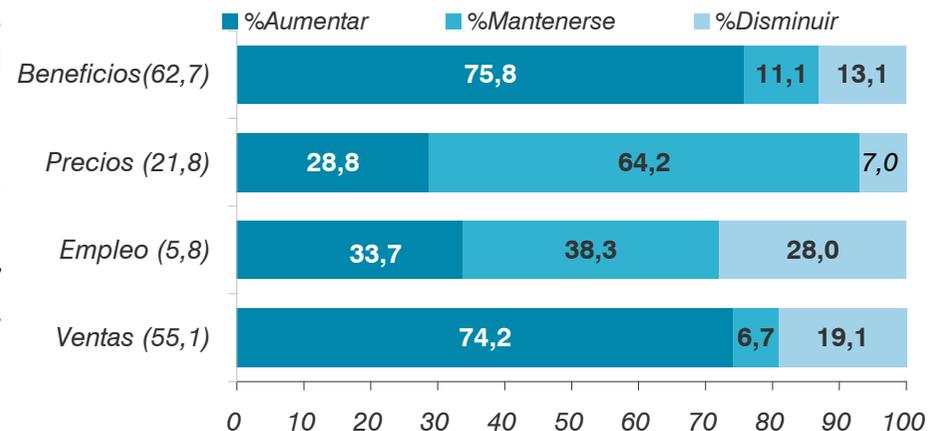


EMPRESAS E INSTITUCIONES DE OCIO: El crecimiento de la demanda nacional y el ligero mayor gasto en destinos de la demanda extranjera se ha dejado notar en una mejora generalizada en ventas y resultados de todas las ramas de ocio que recoge la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR (museos, monumentos, parques de ocio y campos de golf). Concretamente el 74,2% de las empresas incrementaron sus ventas y el 75,8% sus resultados durante el período abril-junio, en relación con los mismos meses de 2013.

Los parques de ocio, con una meteorología más propicia y los museos y monumentos, alentados por la recuperación del turismo urbano, son los que registran crecimientos más generalizados en sus resultados (en el 97,6% y en el 61,9%, respectivamente).

Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO SEGUNDO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



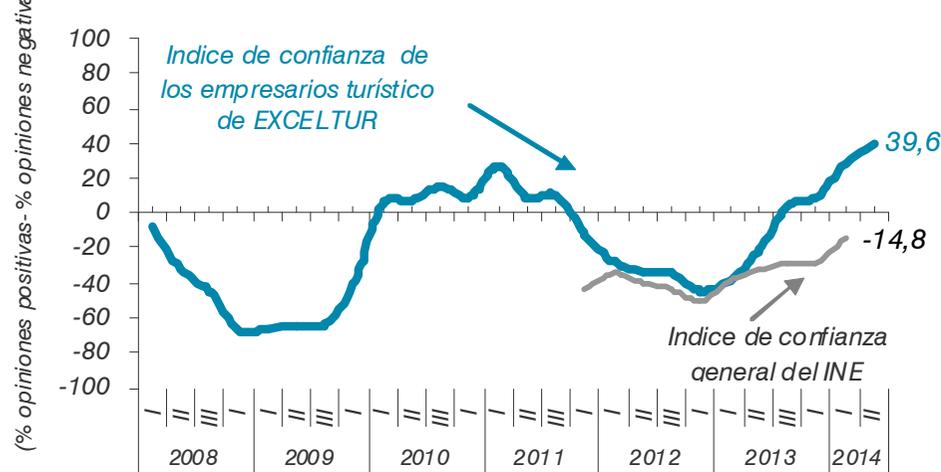
Los niveles de confianza de los empresarios turísticos españoles se sitúan en sus valores máximos al inicio de la temporada de verano. El Índice de Confianza Empresarial Turística de EXCELTUR (ICTUR) alcanza un valor de +39,6, mejorando 12 puntos respecto a sus niveles de abril, muy por encima de los niveles de confianza del resto de empresarios de otros sectores españoles.

Todos los subsectores turísticos mejoran sus niveles de confianza, registrando valores positivos y superiores a los del primer trimestre del año.

Comparativa del Índice de confianza en el sector turístico (ICTUR de EXCELTUR) y el general de la Economía española (INE)

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR e INE

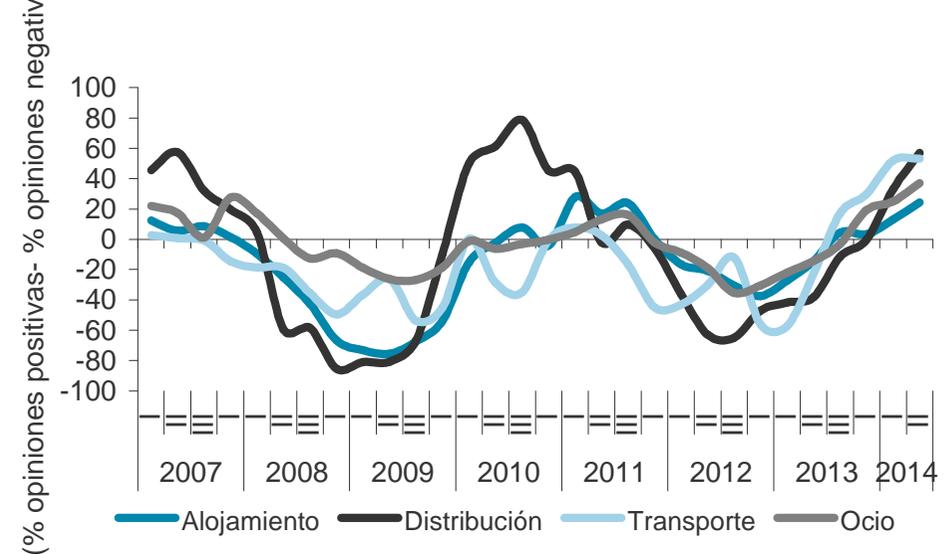
(% opiniones positivas- % respuestas negativas)



Evolución de los Índices de confianza empresarial por subsectores turísticos

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR e INE

(% respuestas positivas- % respuestas negativas)



Andalucía (sus principales ciudades y la Costa del Sol), Canarias y Baleares (gracias a mejoras en precios), entre los destinos vacacionales y Castilla La Mancha, por la celebración del IV Centenario de la muerte de El Greco en Toledo, La Rioja y Navarra, entre los destinos de interior, son los que registran el mejor balance empresarial durante el segundo trimestre de 2014, con un generalizado aumento de sus resultados, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur

Los empresarios turísticos de los destinos del sur del litoral peninsular, junto a los archipiélagos evidencian un positivo balance en el segundo trimestre de 2014. Este es el caso de los principales destinos urbanos andaluces (Almería, Cádiz, Sevilla, Málaga y Granada) y de los valencianos (Alicante y Valencia) y zonas del litoral (destacando la Costa del Sol y Costa Blanca). El 60,7% de los empresarios andaluces evidencian mejoras en sus resultados entre los meses de abril y junio de 2014, 48,3% en el caso de los valencianos.

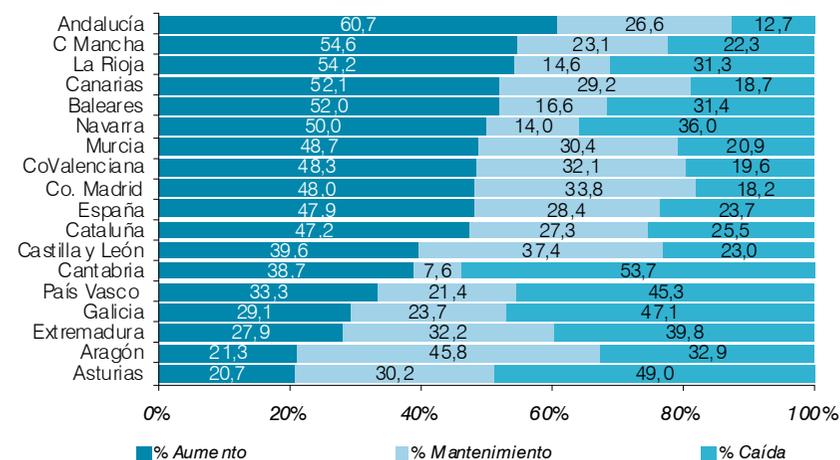
El 52,1% de los establecimientos en Canarias y el 52,0% en Baleares mejoran sus resultados (en el caso de balear más por mejora en precios que por mayor afluencia) entre los meses de abril y junio. La opinión del resto de empresarios en las islas está condicionada por la comparativa respecto a un muy buen segundo trimestre de 2013 y falta de dinamismo del mercado ruso.

Muy positivo ha sido también el balance empresarial del segundo trimestre de 2014 en Castilla La Mancha, por la celebración del IV Centenario de la muerte de El Greco, La Rioja y Navarra, por el reposicionamiento de su oferta turística, y Madrid, que afianza la senda de recuperación de rentabilidad empresarial observada desde el inicio de 2014, según la Encuesta de Exceltur.

Los resultados en la España Verde y otras zonas de interior, como Extremadura, Castilla y León y Aragón, siguen condicionados por la contención de precios.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. Sector Alojamiento II Trimestre 2014

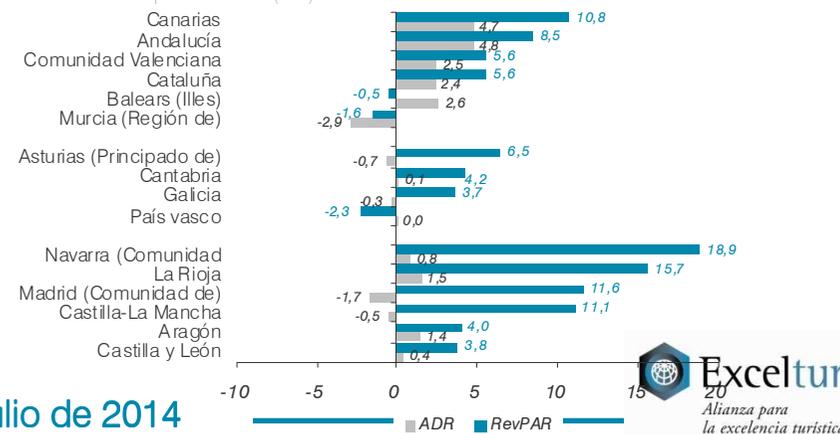
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



ADR y RevPAR por CCAA Mar-May 2014/2013

% Var acumulada

Fuente: Exceltur a partir de EOH (INE)



Islas Canarias e Islas Baleares

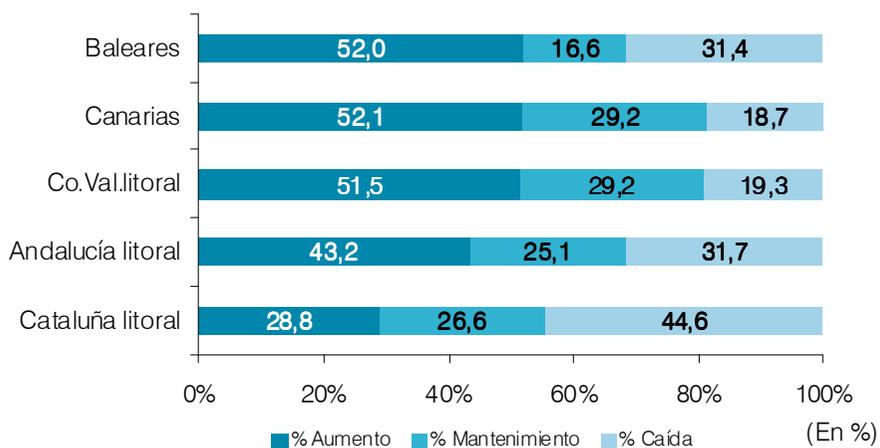
La mayoría de los establecimientos en Canarias revelan mejoras interanuales en sus resultados empresariales en el segundo trimestre de 2014 encadenando cinco trimestres de mejoras en la rentabilidad empresarial, según la Encuesta de Exceltur. El 46,7% de los empresarios manifiestan mejoras en sus ventas y el 52,1% en sus resultados respecto al ya favorable segundo trimestre de 2013. Este positivo desempeño se debe en exclusiva al notable incremento de la demanda extranjera (+11,4% en marzo-mayo de 2014, según la EOH del INE). Los destinos más beneficiados por este dinamismo han sido los de mayor categoría en Tenerife y Lanzarote, así como las islas de La Palma, La Gomera y Fuerteventura. Mientras, el 52,0% de empresarios en Baleares evidencian mejoras interanuales en sus ventas impulsados más por las mejoras de precios que por incrementos en la afluencia.

Litoral Mediterráneo

El 43,2% de los alojamientos del litoral andaluz han evidenciado un incremento interanual en los resultados empresariales en el segundo trimestre de 2014, destacando los resultados de la Costa del Sol (+13,0% en RevPAR entre marzo y mayo de 2014). El litoral valenciano cierra un segundo trimestre con mejoras en la rentabilidad empresarial según el 51,5% de sus empresarios. Este buen comportamiento se ha extendido a casi todos los destinos de la comunidad impulsados por el crecimiento tanto de la demanda nacional como la extranjera. A destacar los resultados de la Costa Blanca y destinos próximos a Valencia (+5,3% en RevPAR y +17,1% entre marzo y mayo de 2014, respectivamente). Los hoteles vacacionales de la costa catalana han experimentado el comportamiento menos favorable y más dispar, y aunque los principales destinos han recuperado en los meses primaverales parte de la demanda nacional perdida en años precedentes, según datos de la EOH del INE, se están viendo muy perjudicados por el retroceso del mercado ruso, con elevada presencia en los mismos.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. Destinos Costa II Trimestre 2014

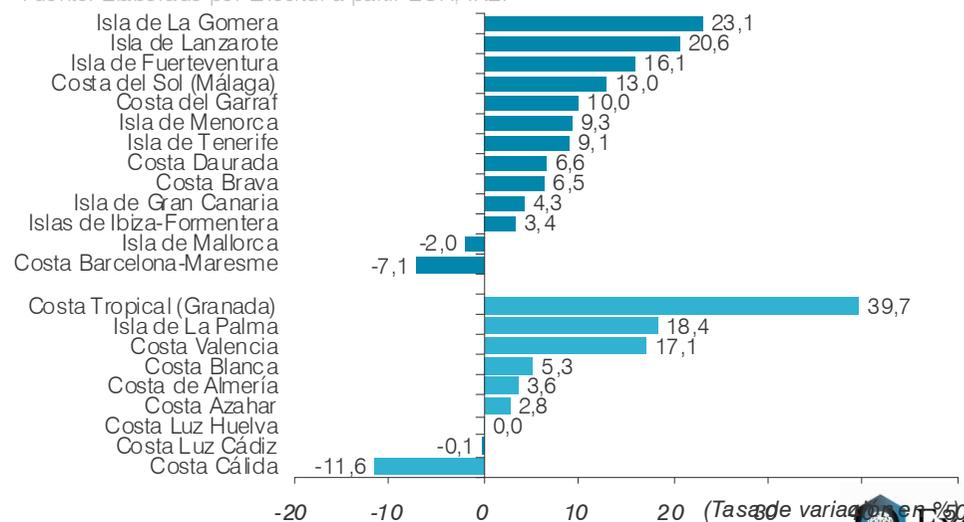
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



RevPAR Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas Mar-May 2014/2013

Variación interanual. En %

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.



Destinos urbanos

Los gestores de establecimientos urbanos madrileños, los de las zonas de costa con alta penetración de demanda extranjera, y principales ciudades turísticas de interior, muchas de ellas favorecidas por la conexiones de alta velocidad ferroviaria, evidencian un muy buen comportamiento en sus indicadores de negocio en el segundo trimestre de 2014.

El 48,0% de los establecimientos en **Madrid** han recuperado rentabilidad empresarial respecto a los niveles del segundo trimestre de 2013, (+10,9% en RevPAR entre marzo y mayo de 2014). El 65,3% de los hoteles en destinos urbanos en la Comunidad Valenciana revelan mejoras de los resultados empresarial que se concentran en **Alicante** (+16,1% en RevPAR) y **Valencia** (+7,0% en RevPAR). En la misma línea, un 50,3% de los gestores de hotelería urbana andaluza han percibido un incremento de la rentabilidad empresarial entre los meses de abril y junio de 2014. Destacan las tasas de crecimiento del RevPAR entre marzo y mayo de 2014 en **Málaga** y **Sevilla** (+16,6%, +9,4%, respectivamente).

Por su parte, se constata el estancamiento de la senda de crecimiento de la rentabilidad empresarial en **Barcelona** (+0,4% en RevPAR entre marzo y mayo de 2014) muy perjudicado igualmente por la irrupción de un gran volumen de oferta de viviendas de uso turístico en alquiler.

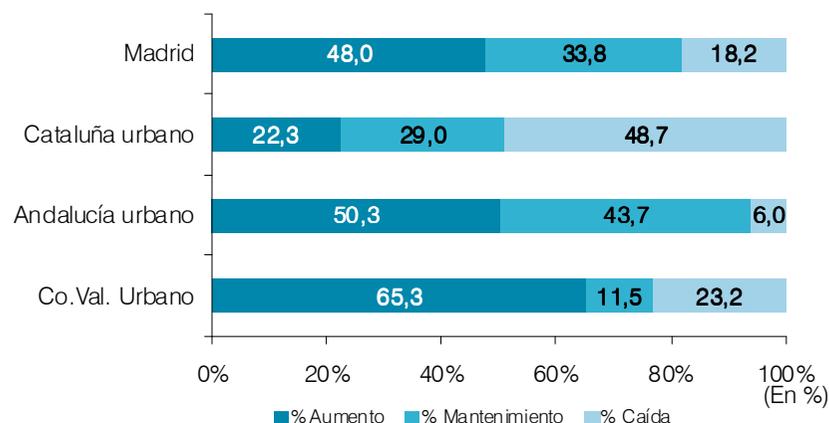
Destinos de interior y España Verde

El mayor dinamismo percibido de la demanda española y de los viajes vinculados a actividades de negocio ha favorecido una recuperación de la rentabilidad en los destinos turísticos de interior, todavía muy condicionados por los bajos niveles de ingresos.

Como ya se ha comentado, destacan los positivos efectos de la celebración de El año de El Greco en la ciudad de Toledo (+39,5% de RevPAR entre marzo y mayo de 2014) y el positivo resultado del posicionamiento del producto turístico que revelan las opiniones de los empresarios riojanos y navarros (un 54,2% y un 50,0%, respectivamente experimentan incrementos de la rentabilidad empresarial).

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. Destinos Urbanos II Trimestre 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



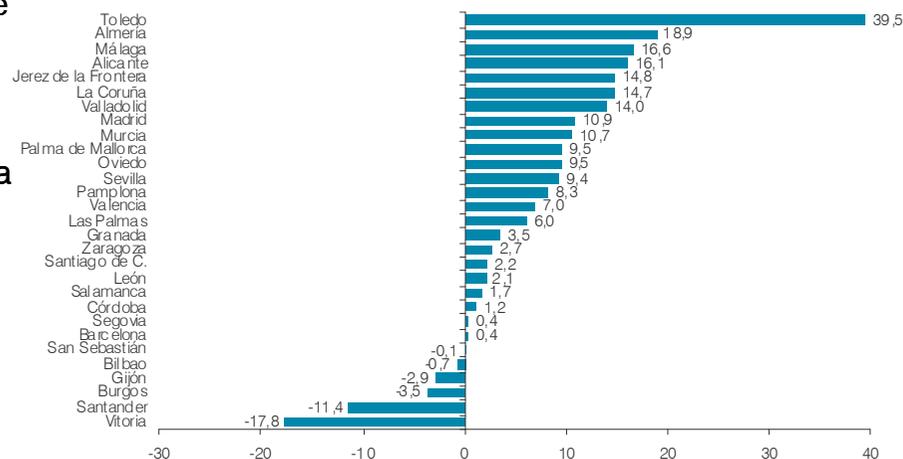
RevPAR del total hoteles en principales destinos urbanos*

Mar - Mayo 2014/2013

Tasa Variación Interanual (en %)

(* Con más de 3.000 plazas hoteleras)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)



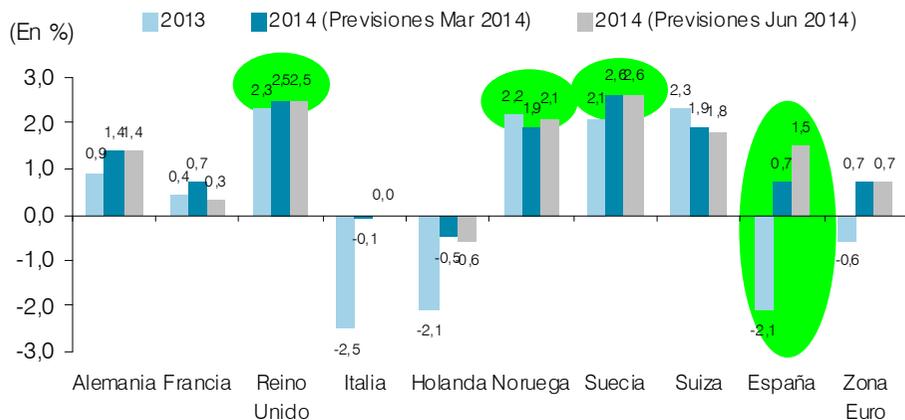
Expectativas turísticas para el tercer trimestre de 2014 y el conjunto del año 2014

Superado el primer semestre de 2014, se confirma el escenario de recuperación económica en los principales mercados emisores turísticos para España, destacando el crecimiento esperado del consumo privado en Reino Unido y los Países Nórdicos, así como la revisión en el ritmo de crecimiento de la economía española, y más en concreto de su componente de consumo privado de los hogares, que favorecerá el crecimiento del consumo turístico de los mismos en España en 2014 con niveles superiores a los previstos hace tres meses.

Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos 2013-2014

Tasa de variación interanual

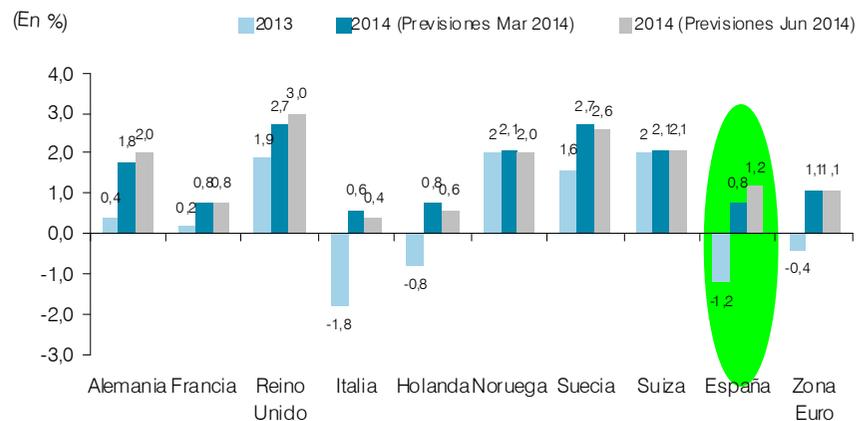
Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (junio 2014) y FUNCAS (julio 2014)



PIB previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos 2013-2014

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (junio 2014) y FUNCAS (julio 2014)



Principales variables que afectarán al devenir del turismo español en el verano de 2014

De signo +

- Crecimientos esperados del consumo de las familias de Reino Unido, Alemania, Francia, países nórdicos, y Suiza, sí bien a ritmos comedidos (excepto en Reino Unido (+2,5%), Noruega (+2,1%) y Suecia(+2,6%)), según el consenso de analistas.
- Continuidad en la recuperación del gasto asociado a los viajes de los españoles en la segunda mitad de 2014 por la mejora de sus niveles de confianza y la creación paulatina de empleo, en un contexto dónde el conjunto de analistas descuenta cierta desaceleración de los ritmos de crecimiento de la capacidad de consumo de los hogares españoles.
- Mejora de la conectividad aérea. AENA espera entre julio y septiembre de 2014 un 3,6% más de vuelos que en el mismo período de 2013.
- Celebración de grandes eventos: Copa del Mundo de Baloncesto y IV Centenario de la muerte del El Greco
- Los mayores niveles de actividad económica favorecerán un incremento de la actividad turística vinculada a viajes de negocio.

De signo -

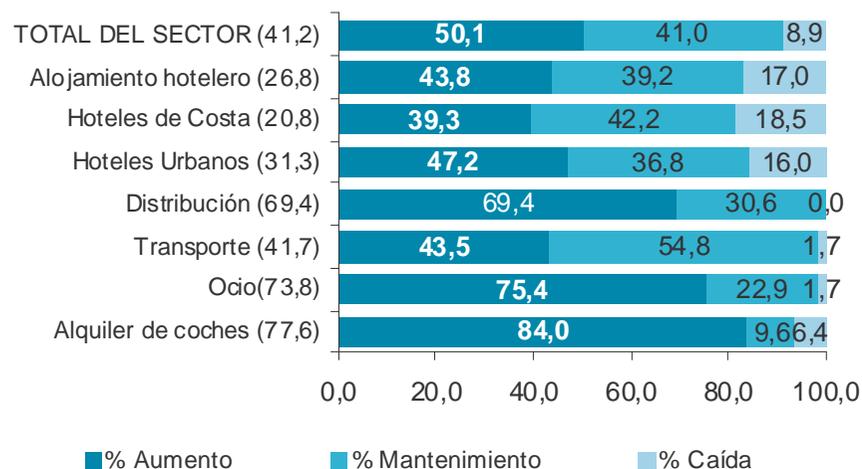
- Desaparición del positivo efecto de comparación interanual derivado del crecimiento de la llegada de turistas extranjeros por el brote de la inestabilidad geopolítica surgido en julio de 2013 en Egipto, además de su posible recuperación en 2014, tras las recientes elecciones.
- La evolución del mercado ruso seguirá condicionada por las tensiones con Ucrania que generan una fuerte depreciación del rublo respecto al euro que ha encarecido los viajes de los mismos a los destinos españoles y seguirá mermando la contribución al crecimiento de sus ingresos turísticos en España.

La mayoría de los empresarios turísticos españoles esperan un positivo comportamiento de la actividad en el tercer trimestre de 2014. El 58,1% de los responsables de las empresas turísticas españolas anticipan un crecimiento interanual de las ventas entre los meses de julio y septiembre de 2014, que en el 50,1% de las empresas se espera se trasladen en mejoras interanuales de su rentabilidad empresarial, aunque la mayor parte de éstos revelan que estas mejoras serán de leve intensidad.

- La mayor afluencia de turistas extranjeros independientes vinculada al mejor contexto macroeconómico y la mejora de la conectividad aérea, junto a la esperada llegada de niveles de turistas paquetizados similares a los del verano de 2013, favorecerá los resultados empresariales de los prestadores de servicios turísticos en las zonas turísticas con una elevada presencia de los mismos. **Las compañías de alquiler de coches, campos de golf, parques de ocio, museos y monumentos y hoteles vacacionales localizados en los mismos** anticipan mayoritariamente incrementos leves de sus niveles de facturación y rentabilidad para el tercer trimestre de 2014.
- Se espera que se mantenga la recuperación de los resultados de las empresas y destinos más vinculadas al turista nacional, todavía a costa de bajadas en los precios.** Los alojamientos vacacionales en zonas con mayor presencia de la demanda española (litoral mediterráneo) y en destinos urbanos y de interior y sobre todo, las empresas de transporte y los grandes grupos de agencias de viajes anticipan de forma generalizada un incremento en las ventas que en gran parte de las mismas se concretará en mejoras de su rentabilidad empresarial, cuantificadas como leves por la mayoría de los empresarios, respecto a un verano de 2013 dónde éstas compañías fueron las más perjudicadas por la debilidad de la demanda nacional.

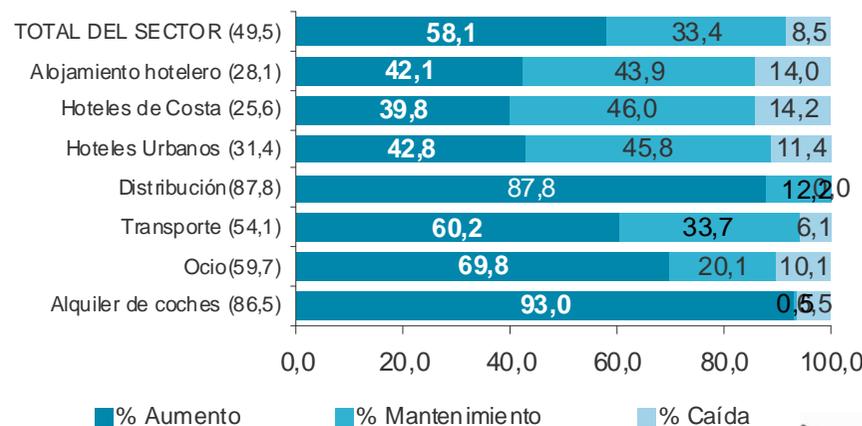
Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS PREVISTOS para el TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Las expectativas para el verano turístico de 2014 son positivas en la mayoría de destinos españoles

La esperada mejora interanual del consumo turístico de los españoles en el tercer trimestre de 2014 favorecerá el inicio de la recuperación de parte de la rentabilidad perdida en los años de crisis en la mayoría de las zonas de interior, destinos urbanos (especialmente Madrid) y zonas en el litoral mediterráneo con elevada presencia de demanda española.

Los destinos del litoral peninsular más dependientes de la demanda extranjera esperan de nuevo un trimestre con crecimientos en ventas y beneficios. Los empresarios de Baleares se muestran optimistas respecto los resultados empresariales del tercer trimestre de 2014, mientras que la mayoría de los canarios esperan repetir o mejorar levemente el buen verano de 2013.

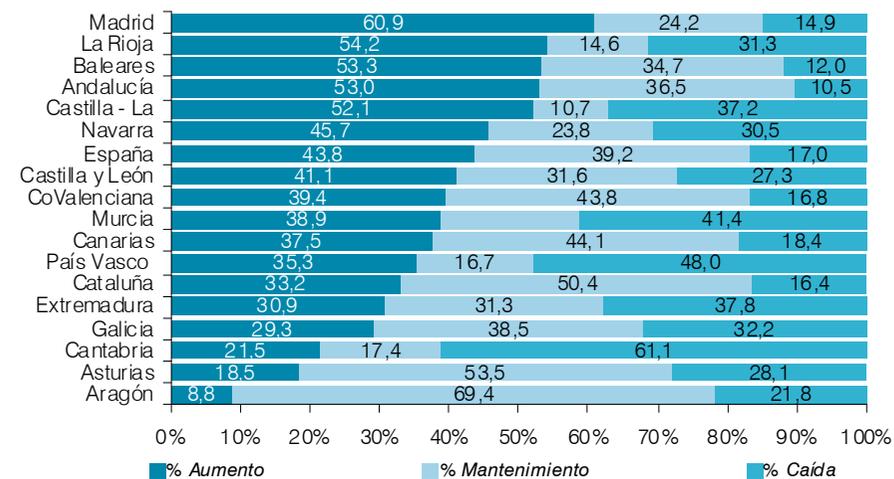
Litoral Mediterráneo e Islas Canarias y Baleares. Los destinos del litoral andaluz, valenciano y murciano, revelan unas expectativas muy claras de mejora de la rentabilidad empresarial en su temporada alta turística. Baleares evidencia ganancias generalizadas de sus resultados empresariales (53,3%) basadas en su buena posición de negociación de tarifas touroperizadas y los empresarios canarios descuentan en un elevado porcentaje (44,1%) repetir los positivos resultados ya obtenidos en el verano de 2013.

Destinos urbanos y de interior. Los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR recogen unas favorables perspectivas de mejora en Madrid, La Rioja, Castilla La Mancha (vinculado a la celebración del Año de El Greco en Toledo) y Navarra dando continuidad a lo observado en el primer semestre del año. La celebración del mundial de baloncesto desde el 30 de agosto al 14 de septiembre tendrá un efecto positivo sobre la actividad turística de las ciudades sedes (Granada, Sevilla, Bilbao, Las Palmas, Barcelona y Madrid).

España Verde. Los empresarios turísticos de la España Verde no perciben que la mejora en ventas se traslade con la intensidad deseada a mayores niveles de rentabilidad en el verano de 2014 debido a la bajada de tarifas para favorecer la atracción de demanda.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS previstos. Sector Alojamiento III de Trimestre 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



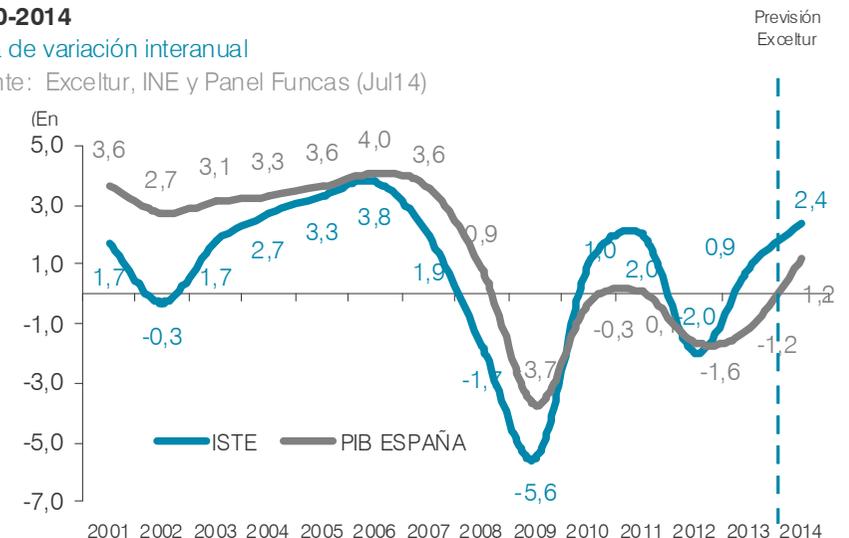
El mejor escenario previsto para la economía española en 2014 con las nuevas expectativas de mejora del consumo privado de las familias españolas, junto a la consolidación de la recuperación económica en gran parte de los mercados emisores europeos (Reino Unido, Alemania, países centro europeos y nórdicos, fundamentalmente) nos llevan a revisar al alza el crecimiento del **PIB Turístico en 2014** hasta el **+2,4%** (frente al +2,0% presentado en abril de 2014).

■ Esta previsión contempla una demanda nacional que seguirá creciendo en los próximos meses y que compensará sólo en parte la mencionada desaceleración prevista de la demanda extranjera, vinculada a una progresiva recuperación de la afluencia turística en el Mediterráneo Oriental, una contención en el crecimiento del mercado ruso y la comparativa con los dos últimos trimestres de 2013 dónde ya se experimentaron intensas tasas de crecimiento en la demanda extranjera por el conflicto político en Egipto. En este sentido, estimamos que la tasa de crecimiento del sector turístico aunque seguirá en niveles positivos, irá perdiendo dinamismo en los próximos trimestres respecto del año pasado.

■ A pesar de ello, **el sector turístico español tendrá un año más una contribución clave para el crecimiento a la economía española en el conjunto de 2014**, creciendo el doble que la previsión que el consenso de las casas de análisis anticipan para la misma en julio de 2014 (1,2%).

Comparación PIB turístico (ISTE) con el PIB general de la economía española 2000-2014
Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE y Panel Funcas (Jul14)



2000-2013 EL TURISMO PRESENTA PROBLEMAS DE COMPETITIVIDAD

El crecimiento de 2013 y el esperado para 2104, no ha sido, sin embargo, la tónica de los últimos tres lustros. De 2000 a 2013 los datos oficiales del INE reflejan que el sector turístico viene mostrando claros problemas de competitividad estructural, que demandan medidas para consolidar un crecimiento sobre bases más sólidas.

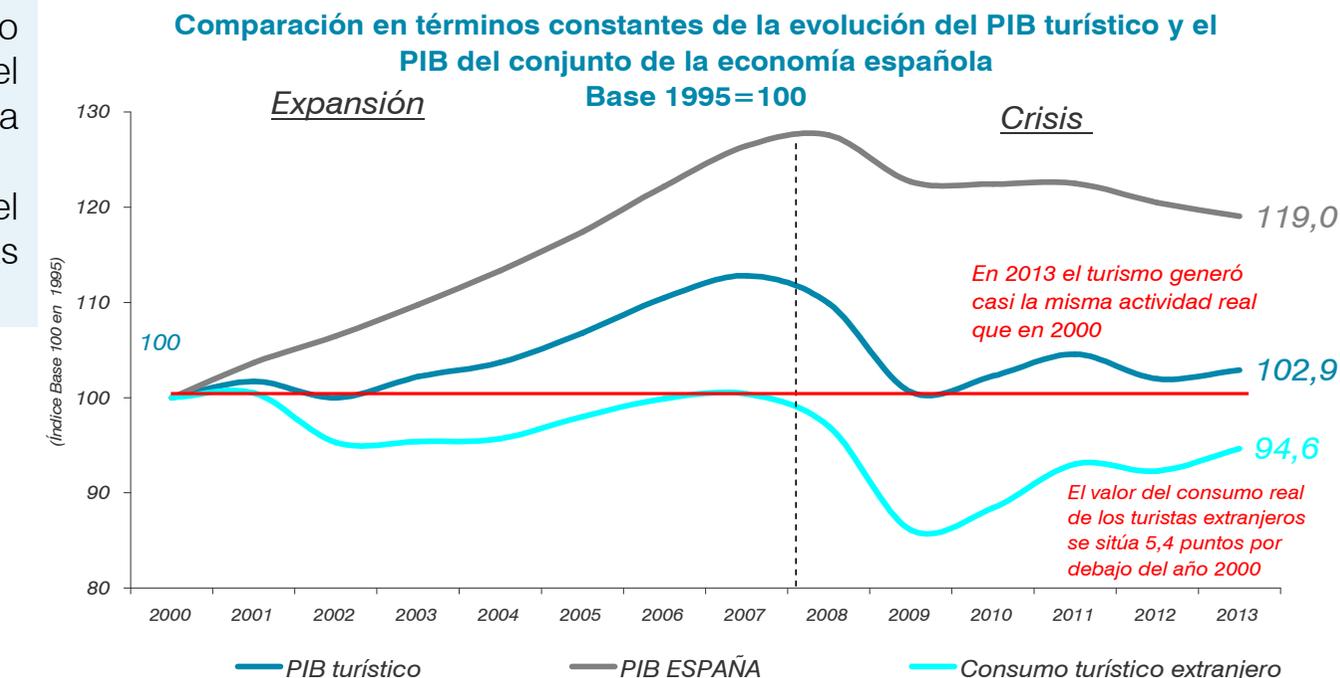
La información del INE contradice dos “mantras” repetidos en la opinión pública por las AA.PP.

1. El turismo es un sector que aguanta mejor.

-El PIB turístico real cierra 2013 tan sólo +2,9 puntos por encima de los niveles del año 2000, mientras la economía española está +19,0 puntos
-También durante la crisis, desde 2007 el turismo ha perdido -9,9 puntos de PIB, más que los -8,6 del total de España.

2. La demanda extranjera crece:

- Es cierto en términos de llegadas, pero no en el indicador más relevante; los ingresos reales que realmente revierten a España y mide el Banco de España.
-El gasto real en España de los turistas extranjeros aún cierra 2013, 5,4 puntos por debajo de los niveles del año 2000, según la Cuenta Satélite del INE.



Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de datos del INE hasta 2012 y de las previsiones de PIB de Exceltur para 2013



Para más información visite la web

www.exceltur.org