

# Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2018 y perspectivas para el verano y el conjunto del año

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 20 de julio de 2018

- ✓ Se inicia la actual legislatura con una tendencia a la estabilización de la actividad turística: España afronta un escenario con nuevos retos y oportunidades de futuro, tras el período expansivo de los últimos años.
- ✓ Se abren nuevos horizontes turísticos que exigirán un mayor foco en el producto, para captar turismo de más valor. Hay que consolidar la tendencia iniciada en 2018, de mayor gasto medio en destino gracias a la notable inversión empresarial en reposicionamiento de oferta, que hay que agilizar e incentivar.
- ✓ Revisamos el crecimiento del PIB turístico al 2,6% al cierre de año, una décima inferior al de la economía que revela unas expectativas de actividad turística, más acordes con los fundamentos macroeconómicos.

## Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2018

- **La actividad turística en España se desacelera en el segundo trimestre de 2018 hasta registrar un crecimiento del PIB turístico del +2,0%, reflejando la tendencia de normalización del comportamiento del sector turístico español, que preveíamos para este año.** La mayor intensidad de la desaceleración respecto a la esperada se explica por la combinación de factores atípicos que se han sucedido en estos tres meses; adversas condiciones meteorológicas, comparación con un extraordinario segundo trimestre de 2017, celebración del mundial de fútbol, inestabilidad política en Cataluña y una Semana Santa en marzo.
- **La capacidad de generación de empleo del turismo se mantiene, ante la mejora de las perspectivas para el verano, cerrando el segundo trimestre con un aumento del +3,2% en el número de afiliados a la Seguridad Social (62.736 más que en el mes de junio de 2017), hasta alcanzar sus valores máximos.**
- **La demanda extranjera hacia España se estanca en volumen (pernoctaciones totales +0,5%, en hoteles +0,0% en marzo-mayo) pero crece notablemente en ingresos (+4,7%), gracias al aumento de los perfiles de demanda de mayor gasto medio diario en destino.** Crecen los turistas de larga distancia de mayor gasto por las conexiones aéreas (Estados Unidos con 137,3€ de gasto medio diario en destino, sube +9,5% la llegada de turistas y +17,2% los vuelos, Latinoamérica 113,2€ de gasto, +14,0% la llegada de turistas y +5,2% los vuelos, Nórdicos 105,1€ de gasto, +10,8% la llegada de turistas y +5,4% los vuelos de), además de los turistas de negocios (+17,0% turistas, +13,3% sus pernoctaciones y 11,3% el gasto total).
- **Los mercados tradicionales hacia España, con Alemania y Reino Unido a la cabeza, descienden afectados por la recuperación de los competidores** (Turquía y Egipto recuperan hasta mayo 4 millones de turistas (2,8 en primavera), afectando a las zonas del sol y playa, principalmente de Canarias y Baleares). Consecuencia de ello, los turistas alemanes a España caen un -4,7% en, sus pernoctaciones en hoteles un -3,0% y su gasto un -0,7%, mientras a Turquía sube un +28,3% y UK cae un -2,1% en turistas a España, un -1,8% en pernoctaciones hoteleras, se mantiene el gasto +0,2%, suben sus viajes a Turquía un +39,1%).
- **La demanda española se resiente en el segundo trimestre marcada por la pérdida de empuje del consumo y una meteorología poco propicia para las escapadas.** (Las pernoctaciones en el total de alojamientos reglados caen un -1,4% y en hoteles un -1,0% en marzo-mayo, mientras sube el uso de las viviendas de alquiler, +32,5% hasta marzo, según la ETR del INE. Aumentan de forma notable los desplazamientos interiores (+11,7% en avión y +1,8% en tren) impulsados por el segmento de negocios y los viajes de un día, además de los viajes al exterior (+11,0%).
- **El atípico segundo trimestre de 2018 y la tendencia a la estabilización afecta a las ventas de las empresas turísticas (el porcentaje en las que suben las ventas (el 35,6%) es muy similar a aquél donde bajan (35,3%), al igual que a los resultados (el porcentaje donde caen (34,3%) supera levemente a aquellos en los que mejoran (31,7%)), respecto a los registros récord de 2017.** Desigual incidencia sobre los resultados empresariales entre los distintos subsectores; hoteles de costa, ocio y agencias de viajes los menos dinámicos, mientras mejoran en las empresas de transporte.
- **Baleares y Canarias, por la recuperación de los competidores, las comunidades del Norte (Cantabria, Asturias y La Rioja) afectados por el clima y Barcelona, marcado por la bajada del segmento de negocio, cierran un 2º Tr. de 2018 por debajo de los buenos resultados de 2017.** Por el contrario, Valencia (+15,9% en ingresos marzo-mayo), Bilbao (+14, 3%), Murcia (+13,2%), Coruña (+11,4%), Santander (+8,4%), San Sebastián (+8,0%), Salamanca (+7,5%), Málaga (+7,2%), Sevilla (+6,5%) y, en menor medida, Madrid (+3,9%) afectada por el crecimiento de las viviendas de uso turístico, registran un gran comportamiento, impulsado en muchas de ellas por el aumento de las conexiones aéreas.

## Perspectivas para el verano (tercer trimestre) y el conjunto de 2018

- **Las empresas turísticas descuentan una ligera aceleración del crecimiento de sus ventas (el 42,5% descuentan aumentar sus ventas respecto a los ya muy favorables registros del verano de 2017) y sus resultados (el 38,9% anticipan una mejora interanual)** para los meses centrales del verano, impulsadas por la demanda nacional y los mercados de larga distancia.

- Los destinos del interior (las dos Castillas, Madrid, Navarra y Aragón), País Vasco, Galicia y la Comunidad Valencia, en la costa, los territorios con mejores perspectivas veraniegas. Baleares, Canarias y Cataluña descuentan caídas en ventas y resultados.
- Revisamos nuestra previsión de crecimiento del PIB turístico para el conjunto del año hasta el 2,6%, desde el 3,3% que estimábamos en el mes de abril. Ello se debe a una desaceleración mayor de la esperada por los factores atípicos sucedidos durante el segundo trimestre, el menor dinamismo económico esperado para nuestros principales mercados y la fuerte recuperación de cuota de mercado de los competidores del Mediterráneo Oriental.
- De confirmarse estas previsiones, el crecimiento de la actividad turística (+2,6%) se situaría una décima por debajo del desempeño que los analistas estiman para el conjunto de la economía española (+2,7%). Más allá del hecho, que supondría, por primera vez en los últimos diez años, un menor empuje del turismo frente al resto de la economía española, ello apunta a una tendencia de estabilización en la evolución de actividad turística, más acorde con los fundamentos macroeconómicos.

## Reflexiones de Política Turística ante la coyuntura de arranque de esta nueva legislatura

El contexto de ralentización previsto, si bien aún reflejará unos buenos resultados turísticos al cierre de 2018, anticipa una tendencia de desaceleración en las tasas de crecimiento que se podría acentuar a partir del 2019, a medida que las cuotas de turistas extranjeros prestados, en especial, en los segmentos más indiferenciados y de menos precio, se recompongan y vuelvan a sus destinos originales y España no fuese capaz de captar otros segmentos de demanda de más valor añadido que lo compensasen.

Se abre pues un nuevo escenario con nuevos retos y oportunidades de futuro, que exigirán revisar nuestras estrategias y modelos de crecimiento para hacerlos más sostenibles y socioeconómicamente más rentables, logrando en paralelo el mayor reconocimiento social y acogida ciudadana posible, en los destinos españoles. Ello exigirá reposicionar nuestra oferta y demanda, compitiendo por diferenciación, procurando mayor calidad experiencial y valor añadido, versus récords de afluencia y/o políticas de bajos precios.

### En opinión de EXCELTUR ello aconseja:

- **El mayor liderazgo transversal del Gobierno para favorecer la gradual evolución competitiva del sector y los destinos**, con una implicación directa de la Ministra de Industria, Comercio y Turismo ante unos retos estructurales, que si bien hartos conocidos se habían ido obviando o posponiendo durante el largo período turístico expansivo, que hemos vivido estos últimos años.
- **Una nuevo espíritu y gobernanza mixta, que concite el mayor diálogo, consensos y compromisos, tanto a las diversas escalas interadministrativas, como público-privados**, que faciliten la gestión más operativa y especializada, de las diversas políticas e iniciativas turísticas: **CONSENSUAR UNA NUEVA HOJA DE RUTA CON VISION DE ESTADO Y HORIZONTE DE MEDIO PLAZO.**
- **Una dotación de recursos públicos más adecuados a los retos que abordar tanto para una mejor promoción, como para acompañar las inversiones privadas en mejoras de la oferta/destinos** (sustancial mejora del presupuesto específico 2019 del Ministerio + partidas de otros Ministerios) y más acordes a lo que el turismo representa en términos de PIB, empleo, divisas.
- **Entender que los principales retos competitivos de futuro ya no se deben vislumbrar solo en clave que vaya a faltar o caer la demanda turística en su conjunto, sino en cómo captar la más deseable y de mayor derrama** en los destinos. Ello abre como reto previo y prioritario, diversificar y poner el foco en mejorar la calidad diferencial de la oferta.

### Ante las reflexiones anteriores sugerimos 5 grandes prioridades de Política Turística y gobernanza con visión de Estado:

1. **Reconducir y coordinar con urgencia desde el Gobierno con las CCAA, el exponencial, descontrolado e ilegal crecimiento de viviendas de uso turístico.** Procurar unas leyes nacionales más clarificadoras, así como normas más homogéneas a nivel regional y asegurando fundamentalmente, que las plataformas velen por su cumplimiento.
2. **Recuperar y/o poner en marcha un gran plan nacional de recuperación de destinos turísticos pioneros, similar al Plan Litoral Siglo XXI, aprobado unánimemente por todas las CCAA, a fines del 2011**, que no se implantó al cambiar la legislatura/gobierno. En ese entretiempp, algunos destacados grupos empresariales turísticos, ya han demostrado el éxito de estos procesos, asumiendo notables inversiones individuales con grandes efectos transformadores en destinos de Mallorca e Ibiza.
3. **Impulsar la más rápida y eficiente implantación de las tecnologías y procesos de digitalización en los destinos turísticos españoles**, que mejoren la captación y satisfacción de los segmentos de turistas más deseados y faciliten avances en los diversos ámbitos trasversales de la gestión municipal, que inciden en mejorar la experiencia turística integral (ej. Movilidad) **PRIORIZAR/FOCALIZAR MEJOR LAS CLAVES Y LA HOJA DE RUTA DE SEGITTUR PARA PROMOVER DESTINOS INTELIGENTES.**
4. **Dar un nuevo impulso a la gestión y especialización de TURESPAÑA**, con un enfoque público-privado más comprometido, segmentado con más recursos e incorporando prácticas ya acreditadas en otras entidades internacionales de promoción.
5. **Dotar de más contenido y periodicidad a los siguientes órganos mixtos:** La Comisión Interministerial de Turismo; la Conferencia Sectorial de Turismo; el Consejo Español de Turismo (CONESTUR); el Consejo Asesor de TURESPAÑA y un nuevo Consejo estratégico-ejecutivo en SEGITTUR.