

# Valoración turística empresarial del año 2018 y expectativas para 2019

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 17 de enero de 2019

## Valoración turística empresarial del año 2018

**El sector turístico español si bien ralentiza su evolución por la recuperación de los competidores, ha estabilizado el crecimiento de su PIB en un +2,0% al cierre del año. Ello supone 142 mil millones de euros de actividad, 62.410 millones de euros de ingresos en divisas que revierten a España. De ello se deriva una mejora del 0,8% del gasto por turista, un empleo adicional de 50 mil puestos de trabajo en las ramas turísticas más característica y un aumento de salarios del 2,7%.**

- El sector turístico español normaliza su comportamiento en 2018, registrando un crecimiento del PIB del +2,0%, hasta alcanzar los 142 mil millones de euros, el 11,8% de la economía española. Por primera vez en los 8 últimos años, el turismo cierra un ejercicio con un crecimiento real por debajo del registrado por la economía española (+2,5%).
- Las empresas turísticas españolas registran un incremento en las ventas del +4,5% y de los resultados del +4,3% en 2018. Se consolida un comportamiento empresarial a varias velocidades entre las compañías que han invertido en la mejora del producto y el aprovechamiento de las oportunidades digitales y de la tecnología y las que no.
- Las empresas de transporte de pasajeros y las de alquiler de coches son las más beneficiadas en 2018, mejoran sus resultados el +8,3% y el +8,4%, respectivamente, impulsadas por la contención de los costes de carburante y el fuerte aumento de la demanda, a pesar de la presión a la baja de los precios. El desempeño es positivo en los hoteles urbanos (+2,6%), salvo Barcelona, y en las empresas e instituciones de ocio (+4,0%) por el notable aumento del gasto en destino. Las agencias de viajes mejoran igualmente resultados (+5,7%) por mayores ventas de los productos de mayor margen y un mayor inventario de venta de destinos vacacionales. Los hoteles de costa (+0,5%) apenas mejoran resultados por la fuerte recuperación de los competidores del Mediterráneo Oriental.
- El empleo turístico crece en 2018 (+3,1%) por encima de la actividad económica, con un alza en los salarios del 2,7% pactados en los convenios, confirmando el compromiso del sector con el empleo. La subida de los costes salariales implementada por el Gobierno para 2019 (SMI y cotizaciones sociales) afectará al dinamismo en la creación de empleo de los subsectores turísticos si se mantiene el contexto de reducción de la productividad de 2018.
- Los ingresos por turismo extranjero se incrementan en 2018 (+3,3%) y por primera vez desde 2010 sube el ingreso real por turista (+0,8%), gracias a las inversiones en mejora de producto, la llegada de un turista de mayor gasto en destino, principalmente de mercados de larga distancia y la pérdida de cuota de mercado hacia los países del Mediterráneo Oriental de parte de los segmentos de turistas más sensibles al precio.
- Los indicadores de afluencia extranjera hacia España pierden fuerza en 2018 (+0,9% la llegada de turistas y -3,4% las pernoctaciones) por la notable recuperación de los competidores del Mediterráneo Oriental; Turquía, Egipto y Túnez ganan 12,5 millones de turistas, que se deja notar especialmente en los destinos del Sol y playa español.
- El aumento de la conectividad aérea ha permitido el aumento de turistas de larga distancia de un mayor gasto en destino, impulsando la mejora de los ingresos. Suben los vuelos desde EE.UU. (+11,8%), Colombia (+7,2%), Brasil (+10,4%) y México (11,3%) en América y Qatar (+15,5%), Emiratos (+6,3%) (canalizando vuelos de Asia), China (+18,2%) o Japón (+11,8%) en Oriente Medio y Asia, más Rusia (+7,3%) en Europa del Este que impulsa el aumento en la demanda turística.
- Los españoles han viajado más en 2018 (los viajes suben el +2,3% hasta septiembre, según la ETR del INE), los viajes han sido más cortos (la estancia desciende un -2,3%) y de un mayor gasto asociado (se incrementa un +6,8% el gasto total y un +4,3% el gasto por viaje). El mayor aumento de los viajes y el gasto turístico de la demanda nacional se produce a destinos internacionales (+11,6% viajes, +8,8% pernoctaciones y +12,6% el gasto), mientras dentro de España el dinamismo se modera sustancialmente (+1,4% viajes, -1,8% pernoctaciones y +4,1% el gasto) y se dirige hacia los viajes y servicios de mayor gasto.
- El segmento del “business travel” impulsa el buen comportamiento del turismo urbano en España. Explicado principalmente por la demanda interna, los viajes dentro de España por motivos de negocio crecen un +4,9% y el gasto un +3,8%. Se identifica una tendencia a la realización de viajes más cortos (las pernoctaciones se reducen un -2,1%, buscando un mayor aprovechamiento del tiempo, pero con menores restricciones de gasto).
- Las comunidades de Interior, con Castilla-La Mancha +4,8%, Navarra el +3,6%, Madrid +3,1% Extremadura +2,4% y Aragón +2,2% registran la mayor mejora en resultados empresariales durante 2018, mientras sufren Canarias (-3,8%) y Cataluña (-3,3%), influida por el impacto en la demanda de los episodios de inestabilidad en las calles derivados de la situación política.

## Perspectivas para el año 2019

**Con unas positivas expectativas empresariales a pesar de las incertidumbres en juego, que según sea el resultado final del Brexit, pudieran alterarse, estimamos para 2019 continúe la leve desaceleración del sector, cerrando con un crecimiento del PIB turístico del 1,7%, tasa aún inferior al 2,2 % que hoy se prevé para el conjunto de la economía española. El reto para 2019 es mantener la inversión en mejora y reposicionamiento de oferta para seguir atrayendo turistas de más gasto.**

- Los empresarios turísticos españoles anticipan un generalizado crecimiento en ventas (+5,5%) y resultados (+5,2%) para 2019, gracias a la mejora en precios por la inversión en reposicionamiento de sus productos hacia turistas de mayor capacidad de gasto. Se espera un nuevo crecimiento desde mercados de larga distancia, en un contexto de desaceleración general del crecimiento económico global, pero de precios del petróleo a la baja.
- En este contexto de positivas expectativas empresariales, esperamos que el PIB turístico real crezca un +1,7% en 2019, por debajo de la media prevista para la economía española (+2,2%), que prolonga la senda de normalización del comportamiento turístico. Las revisiones se basan en un contexto de normalidad en los competidores, que les permitirá recuperar el 20% de cuota de mercado pendiente, y de resolución del Brexit sin un impacto relevante sobre los viajes de los británicos a España.

## Reflexiones de Política Turística ante los nuevos escenarios previstos para el año 2019

La tendencia de leve desaceleración en las tasas de crecimiento que – Brexit aparte – se prevé para 2019, consolida un nuevo escenario competitivo y abre un nuevo ciclo turístico, que exigirá revisar las estrategias y modelos de gestión turística de empresas y destinos españoles para ser más sostenibles, socioeconómicamente más rentables y más deseables por una ciudadanía, más proclive al sector.

Ello exige acelerar e intensificar los procesos de inversión pública y privada en el reposicionamiento de parte de nuestra oferta y demanda turística para competir cada día más por diferenciación, con una mayor calidad y valor añadido que induzca el mayor gasto por turista, como en 2018. Es decir, más que récords de afluencia a bajos precios, lograr una mayor empatía ciudadana favorecida por unos mayores efectos arrastre y mejor empleo en los destinos, y más récords experienciales para turistas a los que ofrecer vivencias irremplazables.

Son ya múltiples los ejemplos de procesos en marcha en destinos vacacionales y urbanos, pilotados por iniciativas privadas para valorizar/ reformar integralmente su oferta, que están demostrando unos retornos económicos y sociales en la línea deseada. Ello aconseja la máxima prioridad transversal con políticas coordinadas, estímulos, recursos e inversiones “ad hoc” del Gobierno, CCAA y entes locales. Se trata de propiciar un círculo virtuoso con nuevas iniciativas y modelos que faciliten y estimulen más inversión para revalorizar la oferta turística, unas políticas laborales para lograr una mayor estabilidad y las mejores condiciones de empleo y otras estrategias de marketing y distribución, impulsadas por la más decidida digitalización del sector y los destinos, para posicionarse en los segmentos de más interés.

## En opinión de EXCELTUR ello aconseja:

- Una mayor prioridad y liderazgo transversal del Gobierno para favorecer la gradual evolución competitiva de un sector y unos destinos que aún tienen retos estructurales pendientes y son un motor clave para la economía y el empleo en España,
- Una nueva hoja de ruta estratégica con visión de Estado y a medio plazo, basada en una nueva gobernanza sectorial a nivel país, que concite tanto el mayor diálogo y consensos interadministrativos y territoriales/CCAA, como público-privadas.
- Una dotación de recursos públicos más adecuados a los retos que abordar tanto para una mejor promoción, como en especial complementar con inversión pública la privada en mejora de la oferta/destinos: **sustancial mejora del presupuesto 2019 del Ministerio más partidas de otros Ministerios, más acordes a los retos y lo que el turismo supone en clave de PIB, empleo y divisas.**
- Que, a los niveles actuales de afluencia, **los nuevos mantras de futuro ya no se deben vislumbrar sólo en clave que pueda variar la afluencia turística, sino en cómo captar la más deseable, la de mayor derrama y con más efectos arrastre para los destinos.**

- **Minimizar las cargas impositivas, tasas y/o gravámenes que puedan afectar al sector, a los diversos niveles de las Administraciones**, para poder impulsar nuevos ciclos de inversión y actividad turística más sostenibles y socioeconómicamente más rentables.
- **Asegurar las mejores condiciones para impulsar el mayor y mejor empleo turístico posible** (según la CSTE: más 2,6 millones de personas), salvaguardando los aspectos fundamentales de la reforma laboral que han demostrado sus bondades para crear empleo.

### Ante las reflexiones anteriores sugerimos 8 iniciativas de Política Turística con visión de Estado:

1. **Acelerar el proceso de implantación de la nueva y reciente regulación nacional para los pisos turísticos y su posterior control** del Gobierno, con las CCAA, que evite las externalidades y posibles Turismofobias derivadas de su descontrolado crecimiento.
2. **Poner en marcha con los recursos e incentivos precisos el gran plan nacional de recuperación de destinos turísticos pioneros aún pendiente**, que concierne a diversos ministerios e instituciones similar al Plan Litoral Siglo XXI, aprobado unánimemente por las CCAA, a fines del 2011.
3. **Impulsar y priorizar la más eficiente implantación de la tecnología y procesos de digitalización en los destinos turísticos**, en los ámbitos clave que mejoren la experiencia turística integral para turistas y residentes y facilite la gestión de los operadores.
4. **Reorientar la gestión y especialización de TURESPAÑA, con una gobernanza y 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 diversos órganos transversales y mixtos**: La Comisión Interministerial de Turismo; la Conferencia Sectorial de Turismo; el Consejo Español de Turismo (CONESTUR); Consejo Asesor de TURESPAÑA.
6. **Abordar con las CCAA y sector privado un plan de concienciación nacional para valorizar lo que representa el turismo y mejorar su reputación y acogida ciudadana**, induciendo en paralelo a la reflexión local sobre los escenarios de futuro más deseables y sostenibles y sin superar sus capacidades de carga.
7. **Asegurar la mayor consistencia y coordinación entre inversión/gestión de infraestructuras públicas de transporte y la deseable hoja de ruta estratégica para lograr un turismo sostenible a medio plazo**, priorizando la intermodalidad y apoyando aquellos modos de transporte internos que faciliten la mayor redistribución/capilaridad del gasto turístico por el territorio.
8. **Disponer de un Plan de emergencia turística nacional negociado por el Gobierno con Bruselas y/o el Reino Unido ante la hipótesis de un posible Brexit Duro**, que contemple entre otros y como ámbito prioritario, asegurar la actual conectividad aérea entre UK y los destinos españoles que resulta clave para mantener la afluencia de un mercado clave como el turístico.

(El informe completo se puede descargar en [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org))