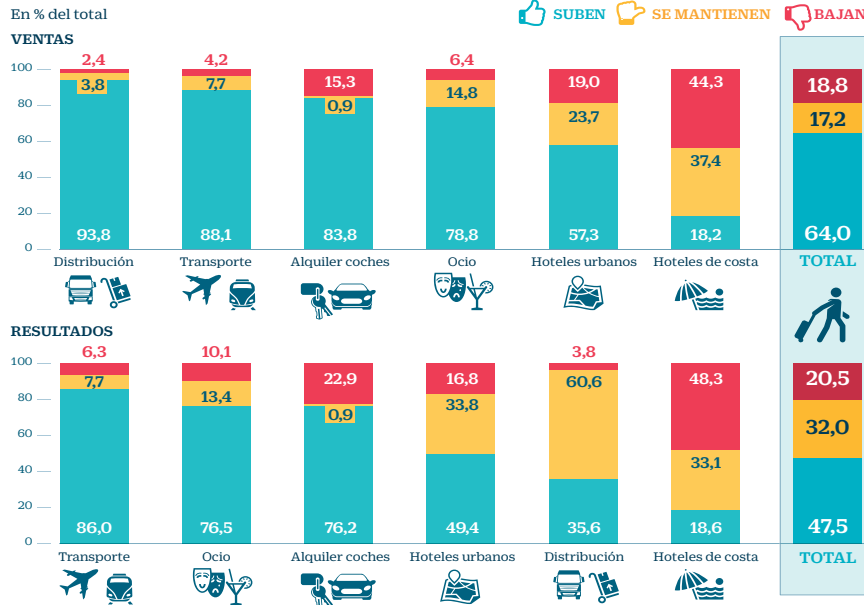


Perspectivas empresariales de la industria turística para el segundo trimestre de 2019



Fuente: Exceltur

BELEN TRINCADO / CINCO DIAS

Previsiones del sector

Exceltur avisa de que un Brexit duro costaría a España dos millones de turistas británicos

El frenazo del turismo recorta las ventas de los hoteles de playa

El lobby exige un plan 'renove' de 8.000 millones para reformarlos

CARLOS MOLINA
MADRID

El sector turístico respira aliviado por el aplazamiento de la salida del Reino Unido de la Unión Europea hasta el 31 de octubre. Pese a ello, el riesgo de un Brexit duro sigue existiendo. Y las empresas ligadas a ese sector ya empiezan a hacer cálculos del coste que tendría para la economía española. El lobby Exceltur, que reúne a 27 de las empresas turísticas más importantes de España (Amadeus, Eu-

ropcar, Globalia, Iberostar, NH, Meliá, Iberia o Renfe, entre otras), estimó que una salida abrupta produciría una caída de dos millones de turistas británicos (un 11% respecto a los registros de 2018) y una merma de ingresos de 1.438 millones de euros (un 8% menos).

Reino Unido es el principal mercado emisor de viajeros y la mayor fuente de ingresos para España. En 2018 llegaron 18,5 millones de viajeros (un 22,3% del total) que gastaron en sus estancias 17.976 millones (un 20% del total).

El ajuste en ese mercado se podría ver acompañado, adicionalmente, por una fuerte desaceleración de las llegadas desde Alemania, visible ya en el primer trimestre, como consecuencia del estancamiento económico y del traslado de turistas a otros destinos más baratos, como Turquía o Egipto. De

hecho, Exceltur ya vaticinó que esos destinos emergentes recuperaron 12 millones de turistas en 2018 por las bajadas de precios aplicadas para recuperar cuota de mercado.

El director de estudios de Exceltur, Óscar Perelli, destacó que los principales damnificados de esta desaceleración son los hoteles de sol y playa. "En ellos estamos viendo una presión a la baja en los precios y un incremento de los costes operativos como consecuencia de las alzas salariales pactadas en la negociación colectiva", remarcó. De hecho, la encuesta realizada por el lobby sobre perspectivas empresariales refleja cómo el 44% de los hoteles de playa prevé unas ventas inferiores en el segundo trimestre respecto al mismo periodo de 2018, mientras que el 48% augura que obtendrá peores resultados. Una situación radicalmente

diferente a la del resto de sectores, como distribución, transporte, ocio o renta car, donde las previsiones son mucho mejores. "Estos últimos sectores han apostado en los últimos ejercicios por invertir en reposicionamiento y puesta en valor de productos y servicios frente a otros que están más expuestos a la competencia internacional del producto de turoperador", aseguró José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur.

El lobby aprovechó la presentación de las previsiones para presentar sus recomendaciones para la próxima legislatura, entre las que destaca un plan renove, precisamente orientado para reformas en el litoral. Ese proyecto, que se realizaría mediante la colaboración público-privada, debería contar con una dotación anual de 2.000 millones en los próximos cuatro ejercicios.