

## Valoración turística empresarial del tercer trimestre (verano) de 2019 y perspectivas para el cierre de 2019

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 15 de octubre de 2019

- En los meses de verano el PIB turístico repunta registrando un crecimiento del +1,9% en el tercer trimestre de 2019, con un aumento del +3,2% en el empleo, por el tirón de la demanda española y la llegada de un turista extranjero de mayor gasto.
- El 58,4% de las empresas turísticas mejoran sus ventas en la temporada de verano y el 44,0% sus resultados, con disparidad de realidades por territorios, donde sufre especialmente Canarias y en menor medida Baleares, mientras crece de forma notable Madrid, las grandes ciudades y las comunidades de interior.
- El efecto del cierre de Thomas Cook y el contexto de generalizada desaceleración económica dibuja un preocupante cuarto trimestre de 2019, hasta registrar un estancamiento del PIB turístico (previsión del +0,0% en oct-dic de 2019), que nos lleva a revisar la estimación del crecimiento del PIB turístico del conjunto de 2019 al 1,4%, desde el 1,6 que preveíamos en julio.
- Se identifican notables disparidades entre empresas que han invertido con determinación en la mejora y diferenciación de su oferta, digitalización, comercialización directa y potenciación de sus marcas, que podrán crecer y mejorar sus márgenes en este contexto, versus aquellas empresas rezagadas, donde se concentrarán las mayores caídas en ventas y resultados.
- El detrimento de actividad turística e incertidumbres previstas para el 4T 2019 y arranque de 2020, precisan más que nunca de un Plan de Estado en favor del turismo, liderado por el Gobierno resultante de las elecciones del 10N junto con las CCAA y el sector privado, para afrontar con la máxima prioridad política y las mayores dotaciones de recursos posibles, el reto de impulsar nuevos ciclos, ritmos y modelos de crecimiento turístico, lo más sostenibles y aceptables por la ciudadanía.

### Valoración turística empresarial del tercer trimestre (verano) de 2019

- Hasta el cierre de Thomas Cook, la actividad turística había repuntado levemente durante el tercer trimestre, con un crecimiento del +1,9%, gracias al tirón de la demanda española y el aumento de la extranjera a ciudades, en un contexto de fuerte incertidumbre.
- La creación de empleo turístico se desacelera hasta el 3,2% en septiembre (aunque por encima del +2,7% del resto de la economía española) lo que supone 64 mil afiliados más que en el mismo mes de 2018, antes de que se hayan empezado a producir los efectos del cierre de Thomas Cook.
- El consumo turístico de los españoles intensifica su crecimiento durante los meses de verano en los servicios de mayor coste (pagos por viajes al exterior crecen +16,5% en julio, las pernoctaciones en hoteles de 4 y 5 estrellas +5,9% julio-agosto, los viajes a destinos españoles en avión +6,9% y en AVE +6,8%) siendo el principal dinamizador del crecimiento de la actividad turística en España este tercer trimestre.
- El volumen de demanda extranjera disminuye tanto por el descenso de la llegada de turistas (-0,9% julio agosto) como por la caída adicional de su estancia media (-2,4% sus pernoctaciones), mientras aumentan los ingresos (+3,7%) por el crecimiento de los perfiles de mayor gasto, principalmente en ciudades.
- Se aprecia un comportamiento diferencial de la demanda extranjera entre la tendencia continuada de crecimiento en los destinos urbanos (+6,6% en pernoctaciones de las principales ciudades) y las progresivas caídas en los vacacionales (-2,3% en pernoctaciones), de nuestros principales mercados, mientras crecen a los competidores (+18,4% a Turquía y Egipto en jul-ago) que siguen recuperando cuota de mercado.
- Disminuye la demanda de mercados tradicionales, especialmente Alemania (-12,0% en pernoctaciones hoteleras) y los países nórdicos (-9,0%), Reino Unido cae mucho en turistas, pero se mantiene en sus pernoctaciones hoteleras (+0,9%), mientras los mercados de larga distancia, junto con Irlanda, Italia, los países del este y los portugueses registran un buen desempeño.
- En este contexto el 58,4% de las empresas turísticas españolas registran un moderado incremento de sus ventas, que se ha trasladado en el 44,0% de los casos a una mejora en los resultados en este tercer trimestre de 2019 respecto al verano de 2018. A pesar de este balance general, las empresas localizadas en la costa más dependientes de la demanda extranjera touroperizada han vuelto a registrar caídas en sus ventas y resultados, muy especialmente en Canarias y Baleares, situación que se ha visto agravada la última semana de septiembre con el cierre de actividades de Thomas Cook.
- Las empresas que han invertido en renovación de producto, eficiencia operativa a través de la digitalización, canales propios de comercialización e imagen de marca mejoran sus ventas y resultados, incluso en los destinos de sol y playa, mientras sufren en mayor medida las empresas de productos indiferenciados y con menor capacidad de llegar al mercado.
- Canarias y en menor medida Baleares sufren en verano, mientras los destinos de interior con Madrid a la cabeza (junto con Navarra, Aragón, las Castillas y Extremadura) mejoran notablemente sus ventas y resultados empresariales.

### Perspectivas para el cuarto trimestre y el cierre de 2019

- La combinación de los efectos del cierre de Thomas Cook, la desaceleración económica, la incertidumbre en torno al Brexit y el impacto de la competencia de los países del Mediterráneo Oriental apuntan al estancamiento de la actividad turística en el cuarto trimestre, aunque se espera un buen comportamiento en las ciudades, con Madrid a la cabeza.
- Los empresarios muestran una mayor cautela de sus resultados con un especial deterioro de las expectativas en las empresas de transporte y de los hoteles en Canarias y Baleares. De forma agregada, el 48,2% de las empresas turísticas españolas espera repetir los niveles de ventas del cuarto trimestre de 2018 y un 37,3% descuenta un deterioro de sus resultados.

- Revisamos a la baja la estimación de crecimiento del PIB Turístico de 2019 hasta el +1,4% para el cierre del año 2018, 0,2 p.p. por debajo de la previsión que presentamos en el mes de julio, por la prevista ralentización económica y la menor actividad prevista por el cierre de Thomas Cook, muy concentrado en estos meses en Canarias.

### Posible impacto de un brexit sin acuerdo sobre el sector turístico

- La incertidumbre económica derivada de la posibilidad de un Brexit sin acuerdo el 31 de octubre ya ha dañado en los meses de verano de 2019 al conjunto del sector turístico español por la depreciación de la libra, con una caída del 3% en las ventas de las empresas turísticas españolas al mercado británico, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR. Se aprecia un especial impacto sobre los hoteles vacacionales (la caída de las ventas a los británicos es del -4,4%) y los localizados en Canarias (-7,2%).
- De producirse una salida sin acuerdo del Reino Unido de la UE el próximo 31 de octubre, el sector turístico español podría sufrir una pérdida de 1.407 millones de euros de actividad entre los dos meses que quedarían de 2019 (58 millones de €) y el conjunto del año 2020, donde se concentraría la mayor parte del impacto por ser los meses de mayor demanda y la de final de 2019 estar en parte ya contratada.

## REFLEXIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA DE EXCELTUR EN EL ESCENARIO ACTUAL ANTE LAS NUEVAS ELECCIONES GENERALES DEL 10N

El cierre de Thomas Cook, la desaceleración económica y el resurgimiento de los destinos competidores dibujan a corto plazo un escenario de enorme complejidad para el sector turístico español. Estos factores se vienen a sumar a la resolución de retos estructurales todavía pendientes concentrados en la inversión en la mejora del producto, especialmente en el litoral, en la gestión de la congestión en espacios urbanos y algunos puntos de la costa en temporada alta, muy afectado por el impacto del crecimiento descontrolado de las viviendas turísticas, en un contexto global marcado por profundos cambios en los patrones de viaje de los consumidores, las oportunidades derivadas de la digitalización, la transformación demográfica y el cambio climático. En esta situación y más que nunca ante la celebración de unas elecciones generales, desde EXCELTUR consideramos clave que el nuevo Gobierno electo dote al turismo de la prioridad y los recursos necesarios para impulsar una nueva Política Turística de Estado.

Como aportación a la reflexión sobre los aspectos prioritarios que deben regir las nuevas líneas de política turística, desde EXCELTUR entendemos prioritario impulsar al menos las siguientes grandes líneas de actuación:

### 14 sugerencias para impulsar una gran apuesta de estado en la próxima legislatura

Con el objetivo de revertir la tendencia a la desaceleración turística prevista para el 2019 -2023, adjunto se enumeran 14 medidas transformadoras, estructuradas en 4 grandes ámbitos, cuya aspiración es lograr un crecimiento promedio anual del 2,4% de la actividad turística en la próxima legislatura (**ver tabla Anexa con las distintas estimaciones de crecimiento, de contar o no con un gran plan/apuesta de Estado en favor del sector turístico**).

#### A.-Máxima prioridad política interna y en Bruselas para impulsar un reposicionamiento turístico español

1. **Dotar al turismo del mayor rango administrativo en el Gobierno con un presupuesto mucho más adecuado a su peso sobre el PIB:** Mínimo una Secretaría de Estado propia, encajada en un ministerio en el que no se diluyan sus prioridades.
2. **Comprometer la celebración mínima semestral de una Comisión Interministerial de Turismo impulsada por el presidente del Gobierno** e integrada por los ministros, que inciden sobre el sector (Fomento, Medioambiente, etc.).
3. **Procurar una gestión mucho más proactiva de los intereses turísticos españoles en la Unión Europea:** desde donde hoy emanan y además desde países turísticamente mucho menos relevantes, directivas no coincidentes con nuestros intereses.

#### B.-Nueva Gobernanza que refuerce la capacidad de liderazgo, gestión y coordinación interadministrativa y público privada del Ministerio/Secretaría de Estado

4. **Crear una nueva Dirección General de competitividad turística:** para impulsar la mejor integración, valorización y reposicionamiento experiencial de nuestra oferta turística, en coordinación con las comunidades autónomas y ayuntamientos
5. **Reestructurar Turespaña en su papel de Dirección General de marketing turístico,** revisando las estrategias de promoción con nuevos modelos de gestión más enfocados “on line”, mayores recursos y gobernanza público-privada más comprometida.
6. **Reestructurar/dinamizar el papel del Consejo Español de Turismo** que mínimo cuatrimestralmente ejerza un papel más proactivo/consultivo para debatir sobre los principales retos y políticas turísticas de interés y alcance nacional.

C.-Invertir en la capacidad de gestión de empresas e instituciones de cara al gradual y más competitivo reposicionamiento con una puesta en valor más experiencial, del conjunto de nuestra oferta turística

7. **Resolver y regular definitivamente con la mayor valentía política, coordinación interinstitucional y legislativa posible, la aún “descontrolada eclosión” de las viviendas turísticas**, que siguen generando crecientes problemas asociados a “turistificación/expulsión del residente/banalización de los barrios, etc.” y afectan la reputación social de todo el sector.
8. **Promover de una vez y con mayores recursos e impulso político un “GRAN PLAN RENOVE”** que estimule y acelere la renovación y reposicionamiento del litoral español y en especial la de sus destinos pioneros con visión de largo plazo”.
9. **Impulsar la formación y nuevos planes de refuerzo competitivo para el tejido turístico empresarial**, promoviendo en especial la evolución de la cultura, tamaño, modelos de gestión y capacidad de innovación de las PYMES.
10. **Establecer prioridades en los obligados procesos de digitalización de los destinos turísticos**: un plan nacional de estímulo a la digitalización de destinos y sus PYMES, que, entre otros, priorice los 10-15 ámbitos clave a nivel local.

D.- Un marco legal, fiscal y financiero con políticas de inversión y gestión de infraestructuras públicas que favorezcan la mayor competitividad y sostenibilidad de nuestros modelos/ destinos turísticos

11. **Asegurar la continuidad de las distintas reformas estructurales que han probado su eficacia en estos últimos años** (laboral, fiscal, financiera, etc.) para diversos sectores económicos y muy en especial para el turístico.
12. **Evitar subidas o nuevos impuestos, o tasas discriminatorias que graven de más al turismo** en un entorno de ralentización y adaptación al cambio de ciclo y de los principales fundamentos competitivos que deben evolucionar.
13. **Procurar la mayor consistencia y convergencia estratégica, entre las inversiones/gestión de infraestructuras de transporte de servicio público y el coste-beneficio aportado a los usuarios finales y a los principales sectores a los que sirven y las justifican, como es en primer lugar el caso del turismo**. Para ello abogamos por una vieja reivindicación de elaborar un Libro Blanco entre el Ministerio de Fomento, el de Turismo y el empresariado turístico más directamente implicado.
14. **Desarrollar una nueva Ley de Haciendas locales que contemple por fin una financiación adecuada y estable para los municipios turísticos** para atender todas sus necesidades de inversión/ mantenimiento, y en especial sus puntas estacionales en los momentos de más afluencia turística.

---

**NOTA:** En el enlace [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org) puede descargarse el informe *Perspectivas Turísticas Completo*

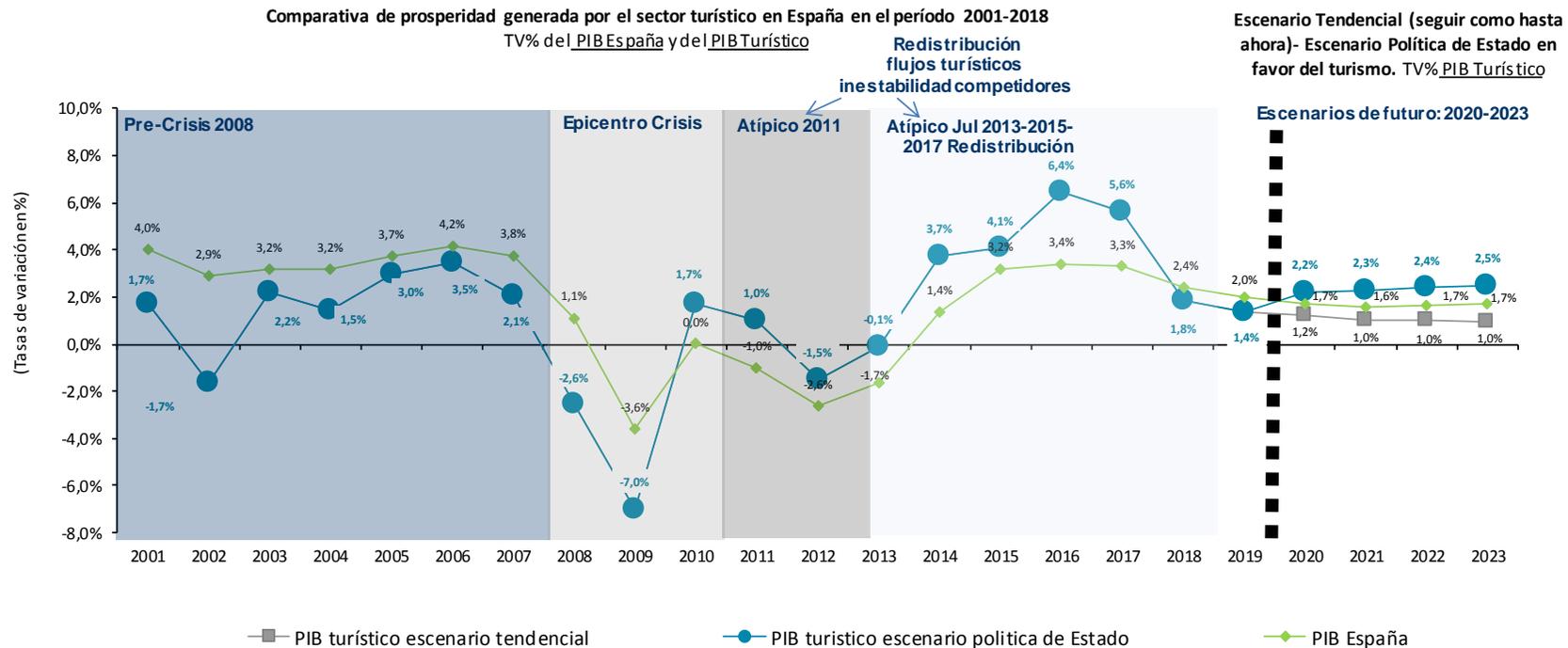
## TABLA ANEXA: EL OBJETIVO TURISTICO DESEABLE DE CARA A LA PRÓXIMA LEGISLATURA

Asumir una gran apuesta de Estado con visión transversal de país, para lograr un crecimiento promedio del PIB turístico en cuatro años: 2019-2023 del 2,4% anual

Supondría: 4.953 millones más de €/año de actividad y crear 74.353 nuevos empleos netos/año.

El gráfico siguiente contempla para el período 2019-2023 dos escenarios diferentes de comportamiento de la actividad turística en España:

- Escenario que refleja una evolución tendencial del turismo = seguir como hasta ahora (es la línea gris clara trazada a partir de 2020): Supone una desaceleración progresiva del PIB Turístico en un contexto de ralentización de la economía internacional dónde en España no se toma ninguna medida efectiva de política turística, de gran calado transformador.
- Escenario que refleja una gran apuesta/ Política de Estado transformadora del escenario turístico competitivo (línea azul) derivada de las diversas medidas de política turística detalladas a continuación ante el cambio de ciclo: Permitiría un crecimiento turístico de cerca de un punto por encima de la economía española (línea negra) de la mano de un decidido liderazgo y apuesta de Gobierno por reposicionar los modelos de gestión de la oferta y la demanda del turismo español.



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

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR  
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org