

Valoración turística empresarial del año 2019 y expectativas para 2020

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 15 de enero de 2020

Valoración turística empresarial del año 2019

- **2019 consolida la desaceleración en el crecimiento de la actividad turística en España hasta el +1,5%** (lo que permite alcanzar los 153 mil millones de euros), **por debajo del dinamismo de la economía española (+2,0%) por segundo año consecutivo**. El balance final es algo más positivo que el que preveíamos en septiembre (+1,4%) por el mejor desempeño respecto al esperado del cuarto trimestre de 2019 (el PIB turístico ha crecido apenas un +0,7% en los últimos tres meses de 2019).
- **El turismo en 2019 mantiene su capacidad de generación de empleo (+3,5%; 64.851)**, 1,2 puntos por encima del resto de sectores (+2,3%), a pesar de una **preocupante caída de la productividad y el aumento de los costes laborales (+2,8%)**, por el esfuerzo en las subidas de los últimos convenios y el impacto del alza del Salario Mínimo Interprofesional, situación difícilmente sostenible a medio plazo.
- **La demanda nacional ejerce de motor del crecimiento de la actividad turística en España**. Todos sus indicadores crecen en 2019 por encima de los registros de 2018 (pernoctaciones en el total de alojamientos reglados +2,6%, hoteleras +2,6%, turismo rural +3,3%) con:
 - Un **fuerte aumento de los viajes al exterior** (los pagos en el exterior de la Balanza de Pagos se elevan un +10,3%),
 - Un **mayor dinamismo en los destinos vacacionales de la costa** (las pernoctaciones suben +3,9%) por el acceso a una mayor oferta por la menor demanda extranjera, mientras en el resto de España suben un +1,8%.
 - Un **mejor desempeño de las gamas de productos/destinos de mayor gasto**, tanto dentro de España (las pernoctaciones de los españoles en hoteles de 5* son las que registran un mayor incremento en 2019 hasta el +4,9%, frente al aumento del +0,9% en sus pernoctaciones en hoteles de 1 a 3*) como fuera (lo que más sube son las ventas de cruceros, viajes a ciudades y a destinos del Mediterráneo Oriental)
 - Un **destacado dinamismo de la movilidad en avión** (+6,6%) y, en una menor medida, AVE (+4,7%) en un contexto de precios a la baja (-0,9% los aéreos, según el IPC del INE).
 - Un **notable debilitamiento en el último trimestre de 2019** (-3,1% sus pernoctaciones en alojamientos reglados en oct-nov), acorde con el deterioro de la confianza y un calendario menos propicio para escapadas.
- **Positivo patrón de conducta impulsora del aumento del impacto económico del turismo extranjero en España; suben los ingresos (+3,3%) por la mejora del gasto medio diario (+6,1%; 110€)**, gracias al esfuerzo inversor en apertura, renovación y reposicionamiento de establecimientos privados y mejora de espacios urbanos, la llegada de turistas de mercados de larga distancia y de un mayor gasto medio diario, y el desvío y progresivo retorno a países competidores de los segmentos de turistas de “sol y playa” más sensibles al precio. Notable disparidad entre mercados y destinos:
 - **Cae la afluencia extranjera a España de los grandes mercados tradicionales europeos** (Reino Unido -2,2% turistas y -5,2% pernoctaciones, Alemania -1,8% y -6,5% pernoctaciones y Nórdicos -4,5% turistas y -8,3% pernoctaciones) y, especialmente, a las islas y las zonas del litoral de sol y playa.
 - **Crece de forma notable en afluencia e ingresos los turistas de los países europeos periféricos** (Portugal +5,0% turistas, Italia +3,5% e Irlanda +6,8%) y, **sobre todo, los de larga distancia** (asiáticos; Japón +25,7% en turistas y China +11,7%, americanos México +22,5% y EE.UU. 13,0%), con un mayor gasto asociado en destino.
- **Las ventas de las empresas turísticas crecen en 2019 el +3,5% y los resultados un +3,3%**, con cada día más notables diferencias en favor de las empresas y destinos que han invertido en la diferenciación de su oferta de producto y las localizadas en destinos urbanos, más favorecidas por la demanda que los vacacionales. En consecuencia, **las empresas de ocio (+6,0%, principalmente museos y monumentos y parques de ocio)**, **las compañías de transporte de pasajeros (+5,1%), los hoteles urbanos (+4,3%) y los touroperadores españoles (+4,5%)** son los que mayor aumento de los resultados registran en 2019, mientras **los hoteles de la costa (-0,7%) y las compañías de alquiler de coches (+0,4%)** ven mermados sus resultados por la caída de la demanda extranjera, especialmente en las islas.
- **La mayor concienciación política sobre los múltiples efectos adversos del crecimiento descontrolado de las viviendas de uso turístico por parte de CC.AA. y ayuntamientos empieza a poner un orden en su evolución**. Por primera vez desde la irrupción de las plataformas on-line de comercialización de las VUT, hace 10 años, **su número ha dejado de crecer en los 22 principales destinos urbanos españoles** y se ha estabilizado en niveles parejos a la oferta hotelera (413.033 plazas en VUT vs 415.404 en hoteles en 2019), tras haberlos superado en 2018.

- **En 2019 los destinos urbanos y de interior con Madrid a la cabeza** (+6,1% los resultados empresariales en 2019, según la encuesta, de confianza empresarial de EXCELTUR) seguido de **Navarra, Castilla y León, Extremadura y Aragón, consolidan la tendencia señalada en trimestres anteriores, de mejores resultados turísticos**, versus las zonas del sol y playa, con peores resultados y con especial intensidad en Canarias (-7,0% en resultados).

Perspectivas para el año 2020

- En un entorno complejo de debilidad en el crecimiento económico, **los empresarios turísticos españoles esperan a cierre de la encuesta de EXCELTUR (8 de enero) un leve repunte en sus resultados (+3,1%) y ventas (+3,9%) para el año 2020**, con una leve recuperación de precios (+3,0%) y **una creación de empleo más moderada (+2,3%)** que la que se ha registrado en 2019 (+3,5%).
- En este contexto, **anticipamos para 2020 una prolongación de la senda de enfriamiento del ritmo de crecimiento del PIB turístico, manteniendo una tasa del +1,5% para el cierre del año**, similar a la registrada en 2019, lo que supondría enlazar **tres años de desempeño del sector turístico inferior a la media prevista para la economía española (+1,7%)**.
- El menor dinamismo del sector refuerza la **necesidad de impulsar una nueva hoja de ruta y política turística de Estado** que, liderada por el nuevo Gobierno y basada en una nueva gobernanza público-privada, fortalezca la capacidad inversora en mejoras de la oferta, abrace aceleradamente y aproveche al máximo las oportunidades que brinda la digitalización, afronte los retos ambientales y persiga una mayor empatía ciudadana.

(El informe completo se puede descargar en www.exceltur.org)