Exceltur

Alianza para la excelencia turística

PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 76

ABRIL 2021

VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL DEL IT DE 2021 Y PERSPECTIVAS PARA IIT DE 2021, AVANCE DEL VERANO Y CIERRE DE AÑO

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL IT 2021

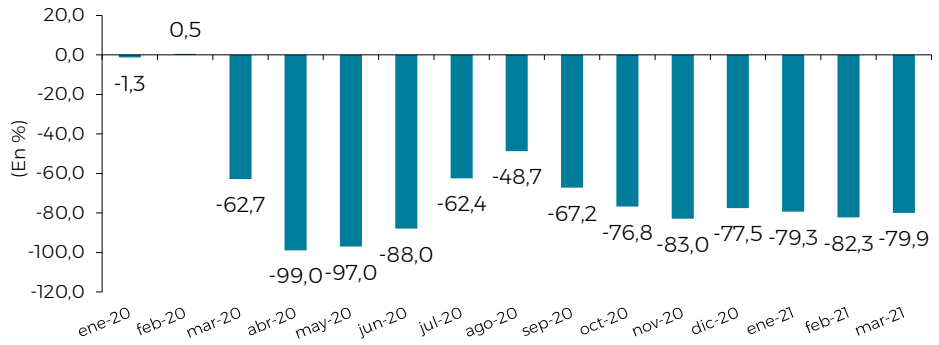
01 En el primer trimestre de 2021, se mantiene el desplome de las cifras de actividad turística del 2020 por la multiplicación de las restricciones administrativas a la movilidad interna y entre países, lo que refleja una caída del -80,4% vs 1T de 2019

La ausencia casi total de turismo extranjero y nacional fuera de la propia comunidad, limitándose a los viajes esenciales por trabajo, han colocado a la actividad turística en los niveles similares de caída de la primera desescalada, a finales de junio de 2020:

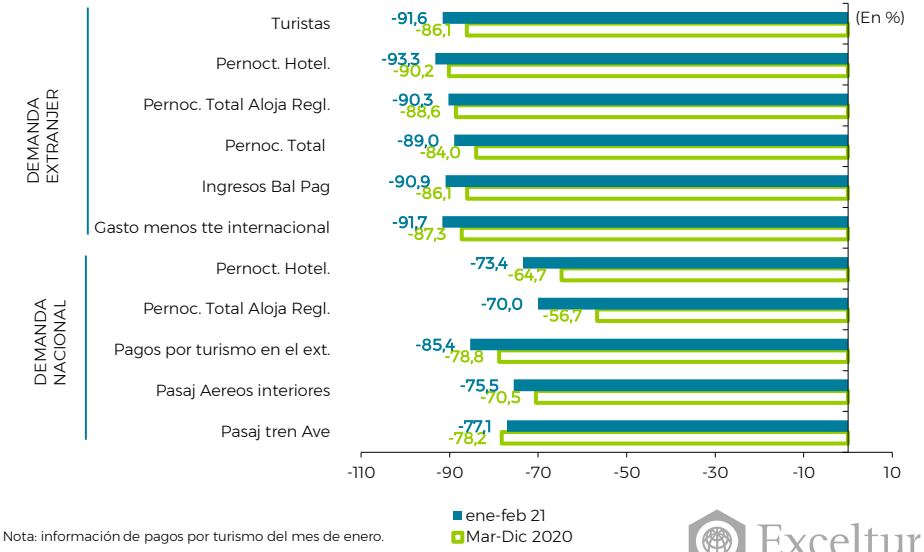
- Los confinamientos y restricciones de movilidad decretadas por **los principales países emisores europeos han impedido los viajes hacia España**, lo que ha hecho que en los primeros meses del año 2021, el turismo extranjero haya sido prácticamente nulo (la llegada de turistas extranjeros cae el -91,6%, sus pernoctaciones en alojamientos reglados el -90,3% y los ingresos el -90,9%).

- Asimismo, los continuos **cierres perimetrales** en España decretados tras las navidades, restringiendo las entradas y salidas en cada comunidad, provincia, e incluso, municipio, **han lastrado fuertemente la actividad turística producto de la demanda nacional.** En este período apenas se ha contado con algo de demanda vacacional de proximidad, siendo el único dinamizador de las ventas los viajes de trabajo estrictamente esenciales. **En total los indicadores de viajes de los españoles se sitúan en caídas alrededor del -70%.**

PIB turístico año 2020-2021
(Tasa de variación interanual en %)
Fuente: Elaborado por Exceltur



Evolución de los indicadores de demanda española y extranjera, ener-feb 21 vs 20
(Tasa de variación interanual, en %)
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, Egatur, Enc. Ocupación y Transporte de Viajeros (INE), y Balanza de Pagos (BdE)



Nota: información de pagos por turismo del mes de enero.

Exceltur

02 El extendido desplome de la actividad turística acentúa su impacto sobre el empleo y se empieza a traducir en destrucción y cierre de empresas, reflejo de ser el turismo la actividad económica más dañada en España por la pandemia

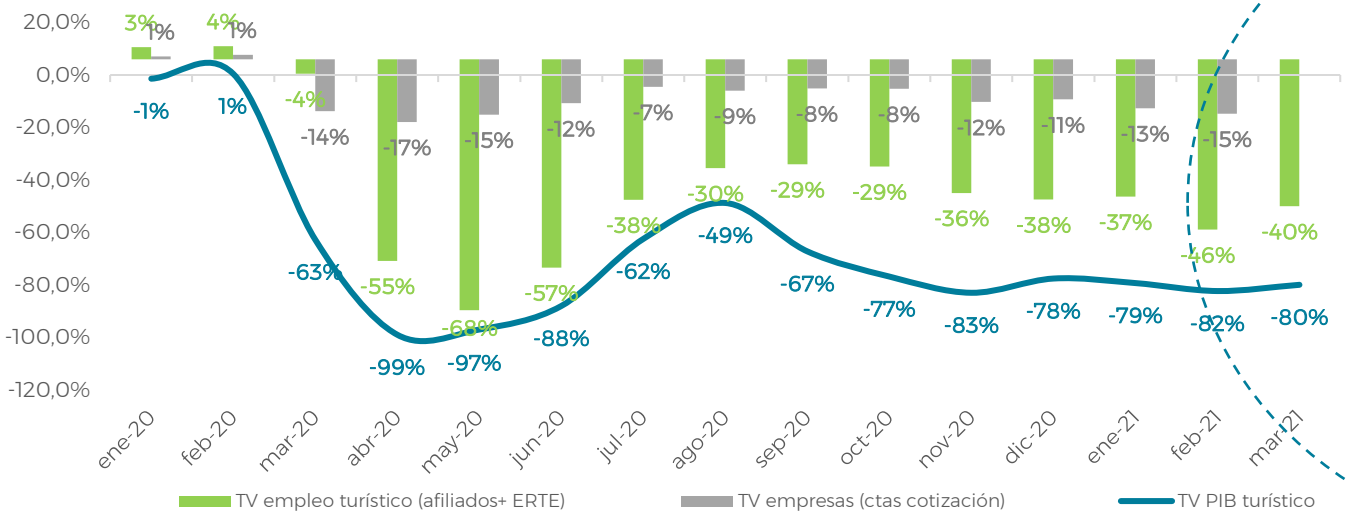
El desastroso inicio turístico de 2021 ha elevado el impacto negativo sobre el empleo, a la vez que su prolongación en el tiempo (*13 meses y en el litoral 17 meses sin casi actividad*) y comenzado a provocar la desaparición de empresas turísticas, según datos oficiales de la Seg. Social.

- En marzo de 2021, todavía había **755 mil empleos turísticos afectados por la menor actividad** (vs marzo de 2019); **445 mil empleados en ERTEs (un 57% de todas las personas en ERTE en España), y 310 mil personas afiliadas menos** (el 61% de todas las ramas donde cae la afiliación), De hecho, mientras, las ramas turísticas acusan un caída del volumen de empleo en marzo, un 40% inferior a los niveles de marzo de 2019, el resto de sectores de la economía española están tan sólo un 1% por debajo en ese mismo periodo.
- Con la información oficial disponible hasta febrero, **el número de empresas turísticas**, medido a través de las cuentas de cotización a la Seg. Social, **se habían reducido en 32 mil.** Ello supone el 29% del total de destrucción de **empresas de toda España**, en un momento donde la moratoria concursal hasta diciembre de 2021 todavía no ha obligado a los administradores a iniciar dichos procesos concursales.

Traslación de la caída de la actividad turística al empleo y el tejido empresarial

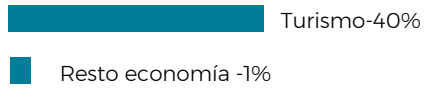
Tasa de variación interanual (en %)

Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social



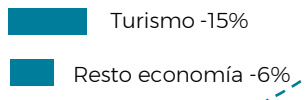
En marzo de 2021:

- **755** mil trabajadores afectados (el 89% del empleo total afectado)



En febrero de 2021:

- **32.000** cuentas de cotización a la Seg. Social perdidas (el 29% de las cuentas totales perdidas)



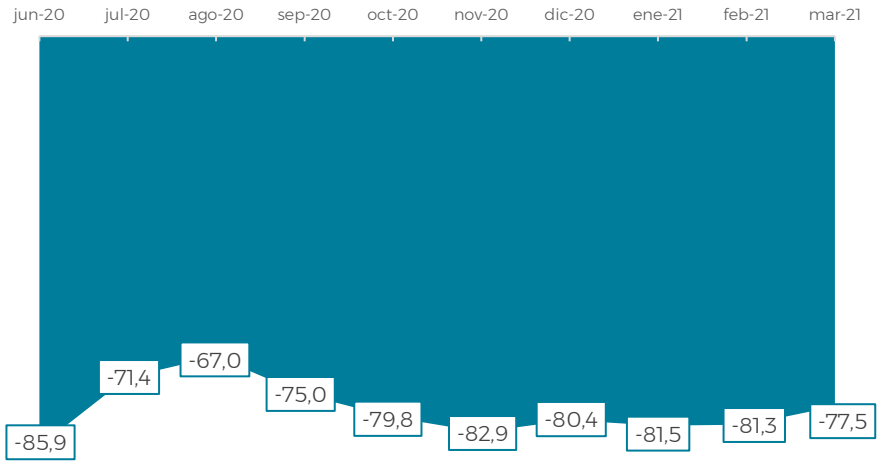
Exceltur

03 Los hoteles vacacionales (-88,0% en ventas vs IT19) y las agencias de viajes (-85,1%) son los subsectores más afectados por las restricciones a la movilidad en el primer trimestre de 2021. Las compañías de transporte (-72,8%), el alquiler de coches (-68,2%) y los hoteles urbanos (-76,2%) sufren algo menos por una actividad de viajeros de negocios, que en cualquier caso ha sido escasa. Las empresas de ocio caen el -77,0%, sólo sostenidos por la demanda local de residentes, cuando se les ha permitido abrir.

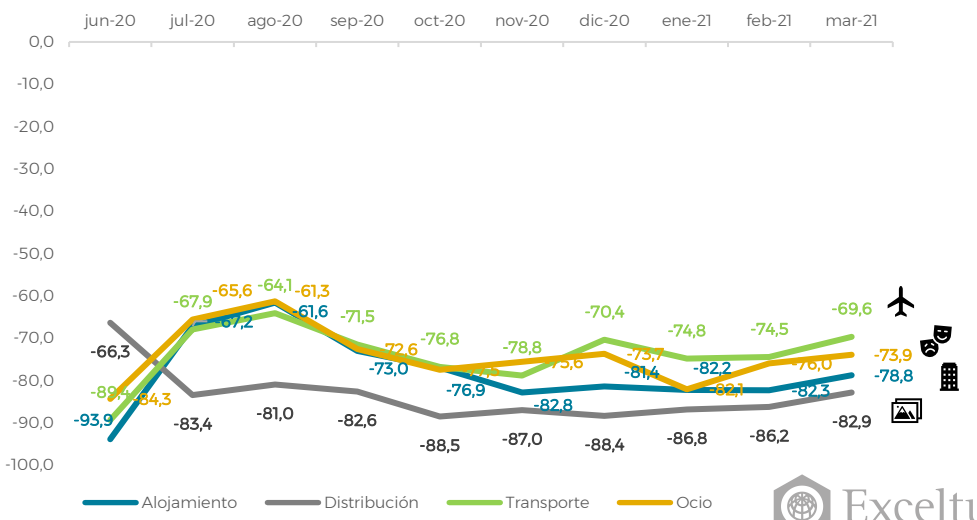
El escaso tirón de los viajes de negocios, permitidos como actividad esencial en los movimientos internos, ha sido prácticamente el único elemento generador de ventas para las empresas turísticas durante el primer trimestre. Ello explica **que las compañías de transporte, los rent a car y los hoteles urbanos hayan registrado caídas de sus ventas en el primer trimestre algo menos intensas** que las producidas en todo el segmento de viajes vacacionales, impedido por las restricciones administrativas a la movilidad interna y externa no esencial. Así, las ventas al mercado emisor español se han mantenido en mínimos (-85,1%) al igual que los hoteles de costa (-88,0%).

La demanda de los residentes ha sido el otro factor generador de algo de actividad, concentrada en los fines de semana, tanto para los hoteles urbanos como para las empresas de ocio, donde **ha destacado el desempeño de los campos de golf, sí bien con una caída del -46%, 34 puntos por debajo de la media de descenso de las ventas del sector turístico.**

Desplome de las ventas del sector turístico español durante la pandemia
Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Desplome de las ventas de los subsectores turísticos durante la pandemia 2020-2021
Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

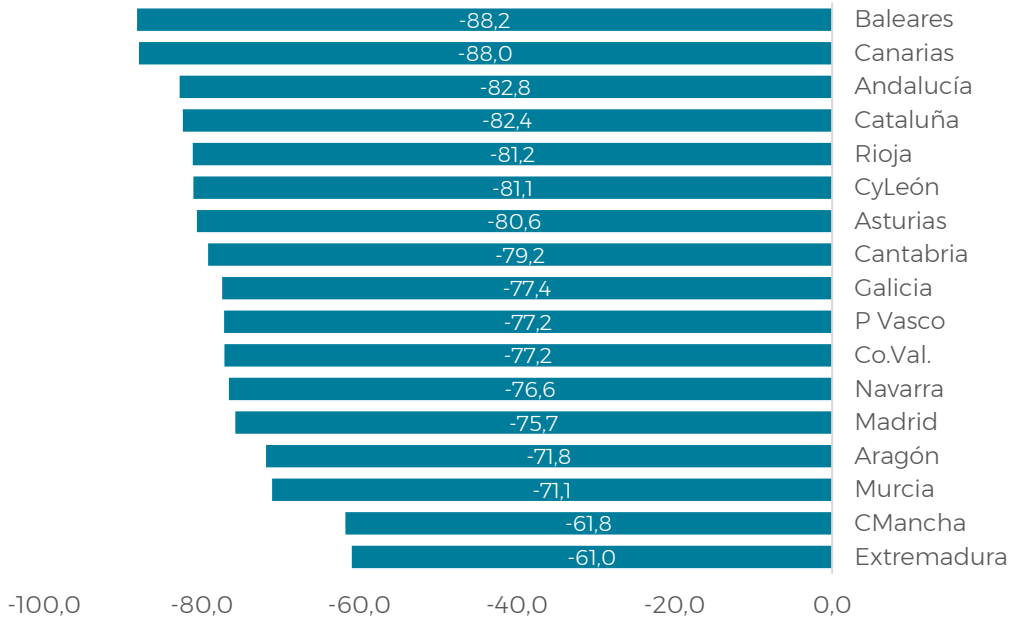


04 La paralización del turismo se ha extendido a toda la geografía española, de forma que incluso los principales destinos españoles en estos primeros meses del año; las ciudades y Canarias, se sitúan en caídas superiores al 85%

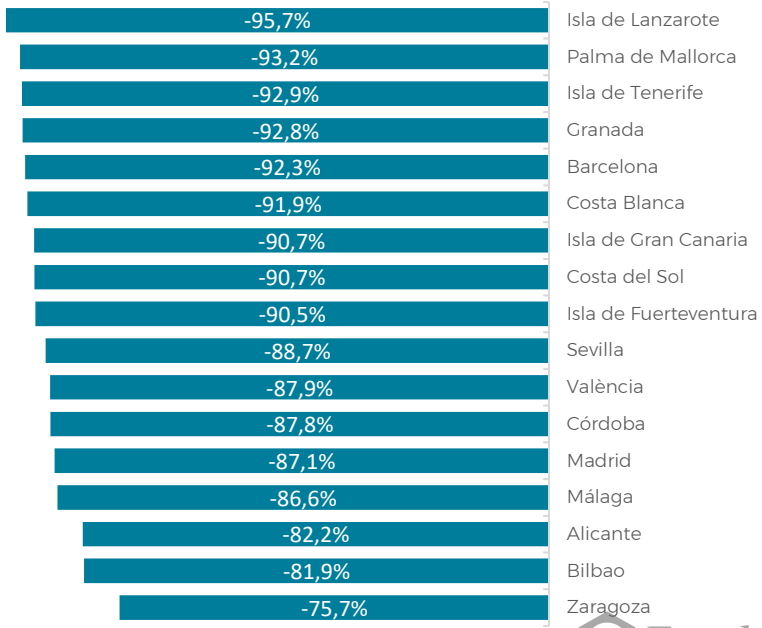
Los destinos de mayor demanda turística en este primer trimestre del año sufren con especial virulencia la paralización de la actividad turística. **Los destinos Canarios (Lanzarote -95,7% ene-feb, Tenerife -92,9%, Gran Canaria -90,7% y Fuerteventura -90,5%) lideran en su temporada punta las caídas, respecto al inicio de 2020, junto con las grandes ciudades (Barcelona: -92,3%, Sevilla: -88,7%, Valencia: -87,9% y Madrid: -87,1%)**, aún a pesar de una actividad de los viajes de negocios, permitida, si bien escasa, durante los momentos de mayores restricciones, dada su condición de viajes esenciales.

A nivel autonómico y en relación con los niveles prepandemia, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR con datos hasta marzo, las comunidades que más sufren son Canarias, en su temporada alta y Baleares si bien, en este caso en su temporada baja, con caídas de ventas de las empresas cercanas al 90% durante el primer trimestre del año 2021. Mientras, los descensos son algo más moderados en Castilla-La Mancha y Extremadura, en gran medida en el caso extremeño por sus menores restricciones de acceso en estos meses y su proximidad a Madrid.

Ventas de los hoteles por CC.AA. .
Variación interanual IT 2021 vs I T 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



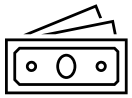
Facturación hotelera en los principales destinos del primer trimestre. Variación interanual enero-febrero 2021 vs 2020 (en %)
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE



05 IMPACTO ANUALIZADO DE LA PANDEMIA SOBRE EL TURISMO EN ESPAÑA

Los 12 meses de pandemia (abril 2020-marzo 2021) han supuesto 116 mil millones de euros menos de actividad (-75,4% respecto de 2019). De ellos 63 mil millones menos de ingresos por turismo extranjero y 841 mil empleos turísticos afectados en media.

El año completo de pandemia que ha arrasado con el turismo en España , ha supuesto:

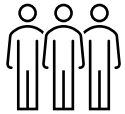


-116.402

millones de euros de menor actividad económica **(PIB Turístico)**

Un 70% de todo el PIB de la economía de **Grecia**

Un 56% de todo el PIB de la economía de **Portugal**



841.436

empleos turísticos medios afectados **(Afiliados + ERTE)**

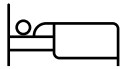
Similar a toda la afiliación en 2019 de la **industria alimenticia, la fabricación de automóviles, el sector textil y la química** en España

-62.849

millones de euros de menores **ingresos por turismo extranjero**

Superior al valor de todas las exportaciones españolas de **coches en** 2019 (44 mil mlls)

Superior a la importación de **energía y materias primas** (55 mil mlls) en 2019



-346 millones de **pernoctaciones** en alojamientos reglados

Mayor que todas las pernoctaciones regladas que se hicieron en 2019 en **Grecia, Portugal, Croacia, Malta y Chipre** juntos (357 mills)

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

PERSPECTIVAS TURISTICAS

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA IIT, AVANCE DEL VERANO Y ESCENARIO PARA EL CIERRE DE AÑO 2021

06 Tras un año de pandemia, se mantiene la elevada incertidumbre sobre el comienzo y ritmos de la esperada reactivación de la actividad turística en 2021, al depender de muchos factores exógenos como: la incidencia del virus, las decisiones administrativas sobre la movilidad nacional e internacional, junto al alcance, aceptación y aplicación final que resulte del certificado sanitario de la UE y los acuerdos con países fuera del Área Schengen

Un año después del inicio de la pandemia, **se mantiene un elevado grado de incertidumbre y volatilidad que hace muy difícil extrapolar tendencias y hacer previsiones empresariales sobre el devenir de la actividad turística en el corto plazo**. Como muestra, el 15% de los empresarios turísticos que participaron en la reciente Encuesta de Exceltur cerrada apenas el 6 de abril de 2021, no han sido capaces de anticipar la evolución de sus ventas para los próximos tres meses.

Factores determinantes para la reactivación del turismo en España en los próximos meses de 2021

Un factor necesario, aunque no suficiente, será que se agilice y extienda al máximo el proceso de vacunación entre la ciudadanía española que entre otros, ayude a **lograr antes del verano tasas de incidencias reducidas de contagio** que favorezcan la **movilidad** entre territorios en España y facilitar en paralelo el comunicar y promover mejor la **imagen internacional de destino turístico seguro**.

La mayor o menor **apertura a los mercados internacionales** estará marcada por el alcance, aceptación y activación del **certificado sanitario digital** europeo para poder viajar, en el espacio intraeuropeo. Para **países fuera del Área Schengen**, se deberá avanzar en paralelo en **acuerdos** bilaterales con países de origen clave que propicien la recuperación de la movilidad entre fronteras conforme vaya mejorando la situación sanitaria y se puedan suavizar las posibles restricciones de viajes. Entre estos países, será crítico el acuerdo que se establezca con Reino Unido, que con 14 mil millones de € anuales de ingresos que suponen el 20% de los ingresos por turismo extranjero de España, y de los que el 67% (9.500 millones) se generan en los meses de primavera y verano .

La movilidad turística dentro de España sentimos que debiera ser la primera en flexibilizarse, supeditada a una gradual relajación y armonización de las restricciones administrativas (cierres perimetrales) tras el fin del estado de alarma, el 9 de mayo de 2021, conforme mejore la incidencia del virus.

El alcance y rapidez de implantación de las **medidas gubernamentales** para **garantizar** la **supervivencia empresarial y del empleo del tejido productivo turístico, que se transfieran a las CCAA** . Así como otras **medidas** de **apoyo al sector para atraer la demanda embalsada (ambiciosas campañas de promoción, bonos turísticos, reducción temporal de tasas e impuestos, etc.).**

Otras iniciativas empresariales para **promover la reactivación** (mejora competitiva y puntual de precios), así como la **capacidad para reestablecer la conectividad aérea y reapertura de la oferta turística complementaria**, esencial para la apertura de la de alojamiento, alquiler de vehículos….etc. en un contexto muy incierto, pero con una gran demanda potencial latente.

El propio ritmo de recuperación económica, los menores niveles de empleo y la disponibilidad de renta de las familias para viajar, en un escenario de presión al alza en el coste operativo de los desplazamientos por las subidas del precio del petróleo.

La intensidad del gasto turístico estará a su vez sujeta durante los próximos meses a diversos condicionantes macroeconómicos y sociales

El peor desempeño económico respecto a lo previsto en los primeros meses de 2021 por la situación sanitaria y el retraso en la vacunación, **ha provocado una revisión a la baja de las expectativas de recuperación económica para Europa y en España, según el consenso de analistas**. Los niveles de actividad económica y consumo de los hogares europeos se situarán en 2021 todavía por debajo de los del año 2019, por debajo de las previsiones de enero (-2,5% vs 2019 PIB zona Euro, -4,6% vs 2019 consumo privado) lo que lastrará la capacidad de gasto turístico, cuándo se relajen las medidas que limitan la movilidad turística entre países y entre territorios.

El impacto negativo de la crisis en los **hogares españoles y británicos**, los dos principales mercados emisores para España, ha sido especialmente intenso. A pesar del ahorro acumulado y la demanda turística embalsada, la **restauración de sus niveles de consumo turístico estarán limitados**, especialmente en el caso del turista español, con altos niveles de desempleo previstos a cierre de año (17%, según el escenario central del Banco de España).

La lenta reactivación de la actividad económica y la adopción del **trabajo y reuniones virtuales de negocio en remoto "on line" mermarán en el corto y medio plazo la capacidad de recuperación de los viajes de negocio**.

Condicionantes macroeconómicos para mercados emisores europeos

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (mar21) y Banco de España (mar21)

	PIB			Consumo Privado		
	Tasa de variación interanual			Tasa de variación interanual		
	2020	2021	2021 vs 2019	2020	2021	2021 vs 2019
Reino Unido	-9,9	4,6	-5,3	-10,7	4,8	-5,9
Alemania	-4,9	3,4	-1,5	-6,1	1,8	-4,3
Francia	-8,2	5,5	-2,7	-7	4,5	-2,5
Italia	-8,9	4,2	-4,7	-10,7	3,5	-7,2
Holanda	-3,8	2,6	-1,2	-6,6	1,8	-4,8
Suecia	-2,8	2,8	0	-4,7	3,2	-1,5
Noruega	-2,5	3,6	1,1	-7,6	5,2	-2,4
Suiza	-2,9	3,2	0,3	-4,4	3,3	-1,1
Eurozona	**-6,8**	**4,3**	-2,5	**-8,1**	**3,5**	-4,6
España	**-11,0**	**6,0**	**-5,0**	**-12,4**	**8,8**	-3,6

Todo ello en un contexto, donde se **encarecerá el coste del desplazamiento por turismo** debido a la **subida prevista del 49% del precio del petróleo** (62,3$/barril en media 2021 vs 41,7$/barril en 2020), según la EIA (Energy Information Administration).

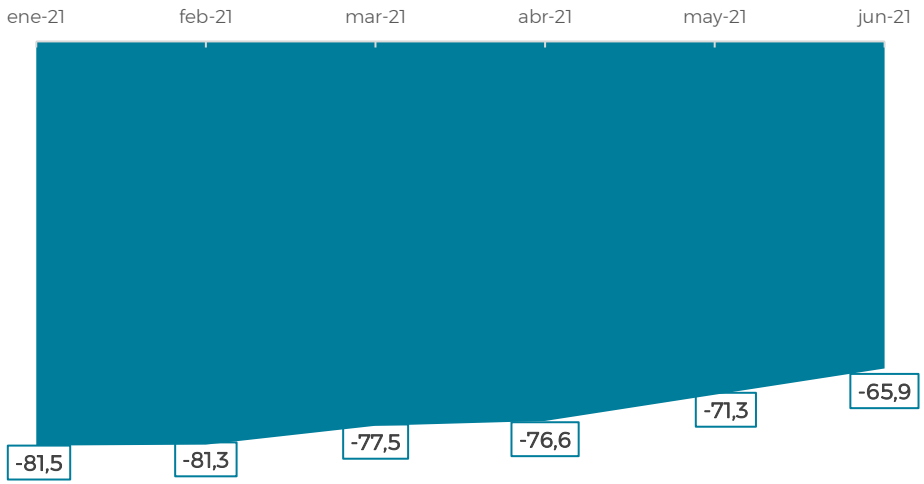
En esta tesitura, será relevante adoptar potentes medidas (mejor comunicación y más promoción) para captar la atención de la demanda turística internacional en un escenario en el que se prevé una muy fuerte competencia a corto de otros destinos mediterráneos. Así mismo sería deseable lograr reducciones temporales de impuestos y tasas para favorecer y redirigir hacia España el consumo turístico de las familias europeas (En especial tasas turísticas, tasas aeroportuarias… etc.), junto al bonos de viaje para fortalecer la demanda turística doméstica.

07 Bajo una aún muy reducida visibilidad, los empresarios turísticos españoles estiman que la reactivación de ventas no se iniciará con entidad hasta el verano, acumulando así más de 15 meses de nula o mínima actividad, y 21 meses en aquellas empresas más orientadas al turismo vacacional de Sol y Playa de la península y Baleares

Tras perder la Semana Santa, los aún altos niveles de incidencia de COVID en los principales mercados emisores, el retraso en los procesos de vacunación y las aún vigentes restricciones a los viajes turísticos tanto en el mercado doméstico como en el internacional, apuntan a que **en el segundo trimestre se producirá una menor intensidad en las caídas de actividad turística agregada derivado del inicio de los viajes de los españoles tras el Estado de Alarma**, siempre y cuando se relajen las restricciones a la movilidad a partir de su fin el 9 de mayo.

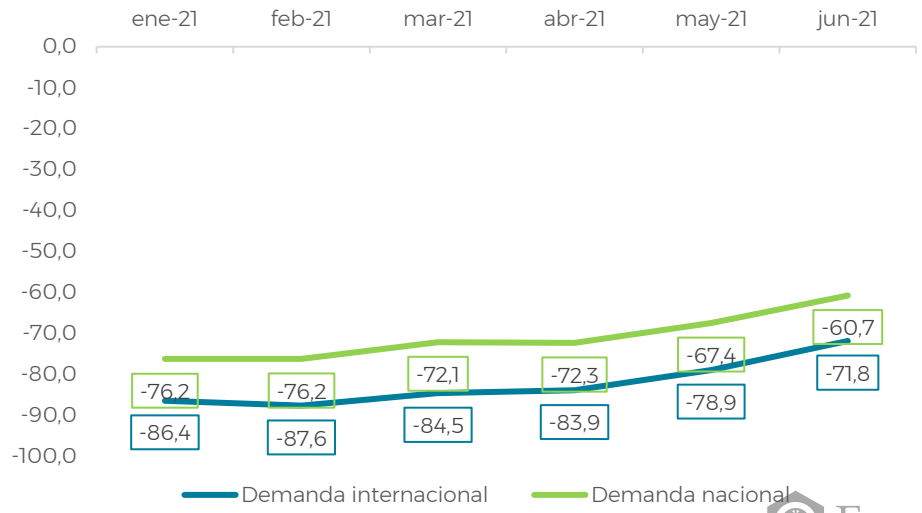
La caída de facturación prevista será muy intensa también en el segundo trimestre de 2021 (-71% vs IIT19) con una muy pausada senda de reducción de los ritmos de caída, todavía en el -66% en junio, **aunque dentro de una senda de mejoría.**

¿Qué caída en las ventas espera registrar para los meses de 2021 respecto a la obtenida en el mismo periodo de 2019?
Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Los empresarios descuentan una reactivación más temprana e intensa del mercado doméstico conforme se vayan eliminando los cierres perimetrales entre CCAA a partir de mayo, aunque todavía un -66,8% inferior al IIT19. Por otro lado, las ventas al mercado internacional se estiman sigan hundidas (-77,6% vs IIT19) con algo menos de caída en junio si comienzan a arrancar los mercados emisores de la UE.

¿Qué caída en las ventas espera registrar para los meses de 2021 respecto a la obtenida en el mismo periodo de 2019?
Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

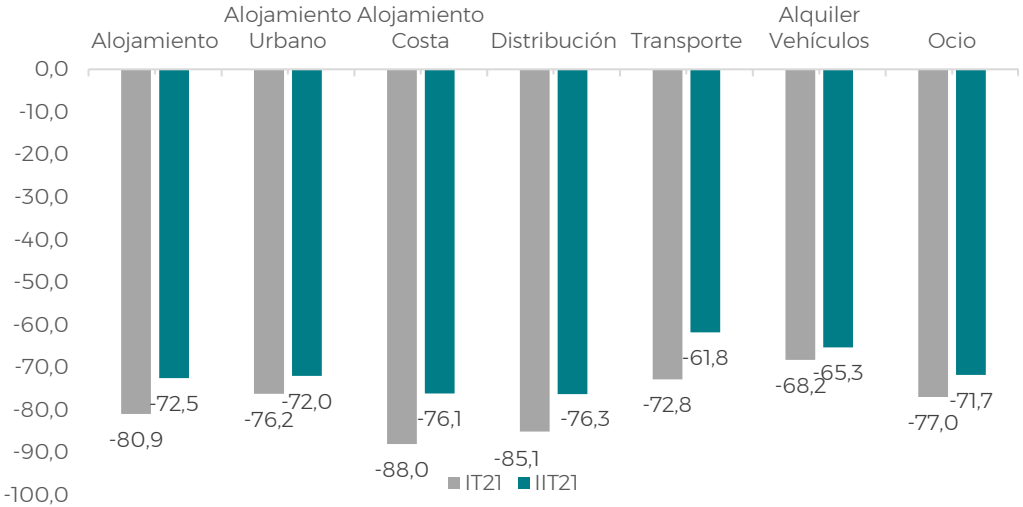


Para el II trimestre, la intensidad en las caídas de ventas se relaja ligeramente en todos los subsectores de la cadena de valor turística, aunque todavía se mantienen notables descensos en los establecimientos alojativos en los destinos urbanos y vacacionales, más orientados a la demanda extranjera y entre los prestadores de servicios finales de ocio

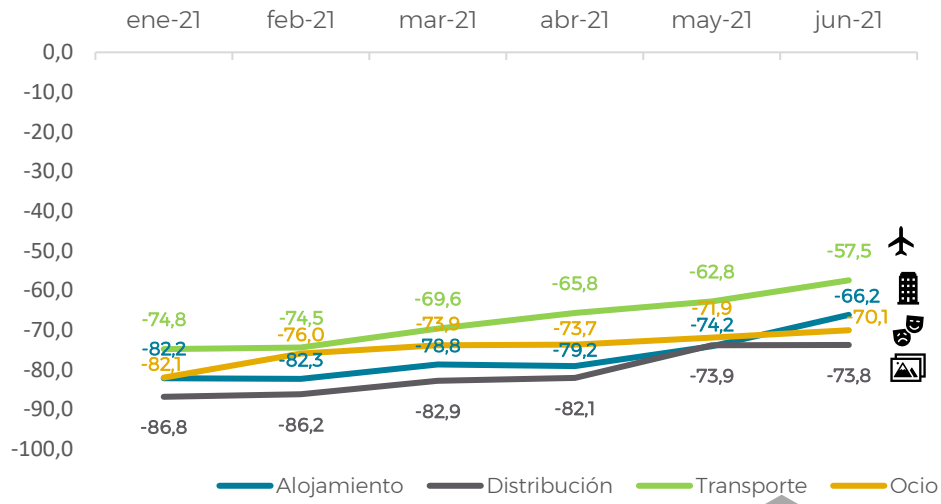
Se descuenta un segundo trimestre de 2021 con aún un reducido peso y presencia de demanda extranjera que se concreta y deriva de la intensa profundidad de la caída prevista de las ventas en **hoteles** en los **destinos urbanos internacionalizados** (-72,0% vs IIT19), alojamientos en el **litoral más touroperizados** (-76,1% vs IIT19) y **prestadores de servicios de ocio** en estos destinos (-71,7% vs IIT19), apenas mínimamente compensado por la demanda prevista de turistas nacional de proximidad o locales.

Los **grandes grupos de agencias de viajes** anticipan mínimos niveles de ventas para los meses de primavera (-76,3% vs IIT19) y principios de verano ante la ausencia de ventas de viajes al exterior y cruceros, y reducidas ventas en destinos insulares. Por su parte, las **empresas de transporte de pasajeros** (-61,8% vs IIT19) y **alquiler de vehículos** (-65,3% vs IIT19), descuentan caídas en sus ventas de algo menor intensidad por la esperada recuperación de la movilidad de los viajeros nacionales en el mes de mayo y los viajes esenciales por motivos de negocios.

Caída en las ventas en España en el I y II trimestre respecto a la obtenida en el mismo periodo de 2019
Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



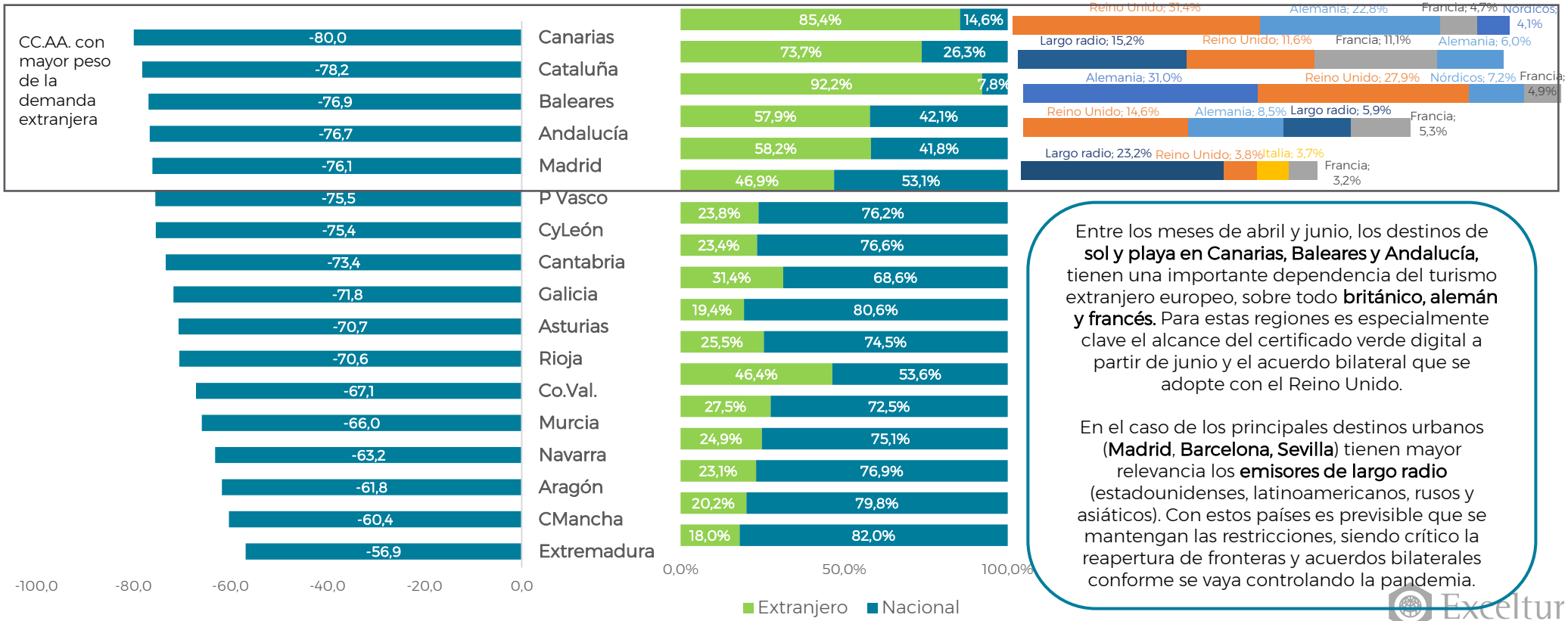
Caída en las ventas en España de los meses del I y II trimestre respecto a la obtenida en el mismo periodo de 2019
Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Las perspectivas para el IITr varían mucho por CC.AA. entre aquellas más negativas que dependen de la demanda extranjera (Canarias, Cataluña, Baleares, Andalucía y Madrid) y las más positivas dependientes de los viajes de los españoles de proximidad

Las expectativas empresariales muestran que durante el II trimestre la actividad turística seguirá siendo muy reducida en todas las regiones españolas. La composición de la demanda determina en gran medida el grado de la caída, siendo **las regiones donde la demanda extranjera tiene un mayor peso durante el trimestre las más afectadas.** Así, **las mayores caídas en la facturación se esperan en Canarias** (-80% ventas vs IIT19 según la Encuesta de Confianza de Exceltur) y un 85% de peso de la demanda extranjera en el IIT), **Cataluña** (-78% ventas y 74% demanda extranj.), **Baleares**, que arranca en estas fechas su temporada (-77% ventas y 92% demanda extranj.), **Andalucía** (-77% ventas y 56% demanda extranj.) y **Madrid** (-76% ventas y 58% ext). En las CC.AA. donde la demanda es mayoritariamente nacional, las caídas esperadas son también muy notables, pero se sitúan por debajo del -75%, con una mayor expectativa de avance a partir del fin del estado de alarma y esperada recuperación paulatina de la movilidad entre territorios.

Ventas de los hoteles por CC.AA. .
Variación interanual IIT 2021 vs IIT 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Peso pernoctaciones hoteleras según nacionalidad
Peso en IIT de 2019 (en %)
Fuente: Exceltur a partir de (INE)

Peso de los principales mercados emisores extranjeros

Entre los meses de abril y junio, los destinos de **sol y playa en Canarias, Baleares y Andalucía,** tienen una importante dependencia del turismo extranjero europeo, sobre todo **británico, alemán y francés.** Para estas regiones es especialmente clave el alcance del certificado verde digital a partir de junio y el acuerdo bilateral que se adopte con el Reino Unido.

En el caso de los principales destinos urbanos (**Madrid**, **Barcelona, Sevilla**) tienen mayor relevancia los **emisores de largo radio** (estadounidenses, latinoamericanos, rusos y asiáticos). Con estos países es previsible que se mantengan las restricciones, siendo crítico la reapertura de fronteras y acuerdos bilaterales conforme se vaya controlando la pandemia.

08 Con muchas cautelas y aún altas incertidumbres, el primer escenario de Exceltur para el verano 2021 (jul-sep) dibuja una reactivación del sector protagonizada inicialmente por la demanda doméstica, seguida por una gradual recuperación de demanda extranjera a partir de Julio en los principales mercados emisores europeos. Con todo ello, el PIB turístico de este 3er trimestre de verano sería aún un -34% inferior a los niveles de 2019 (-19.505 millones de € vs III trimestre de 2019).

Tras un primer semestre de 2021 con mínima actividad turística (-75,4% vs seis primeros meses de 2019), descontamos un verano con una gradual reactivación y recuperación de la actividad turística en España, con un alargamiento de la temporada, si bien con diferentes pautas de comportamiento y velocidades de mercados, que derivarán en realidades dispares para los diferentes empresas y destinos españoles, según evolucionen los siguientes supuestos:

1. Que el recientemente **anunciado proceso de vacunación por el Presidente del G° se haga realidad** y se **traduzca entre otras medidas de contención, en unos niveles reducidos de incidencia de la pandemia** en los destinos turísticos españoles. Junto a la deseada **contención** en paralelo del **COVID en los principales mercados europeos**, provocará que se puedan relajar las **actuales restricciones en el espacio Schengen.**
2. La consecución de este hito se fortalecería de **impulsarse con antelación al verano, una potente campaña diplomática de comunicación/promoción en mercados europeos realzando la** imagen de España como destino seguro con el mensaje a los turistas, que su pronto regreso es muy deseado. Se trata de neutralizar / homologarnos a las destacadas iniciativas en esa línea de países competidores como Grecia, Italia, Malta, etc.
3. Que a partir de finales de **junio se active el uso del un certificado digital para viajar por Europa** que procure **armonizar los procedimientos transfronterizos entre los países Schengen y que respetando al máximo las garantías sanitarias, obvie/minimice posibles restricciones arbitrarias /unilaterales disuasorias para los viajes.**
4. Que en paralelo, se logren los **acuerdos bilaterales** pertinentes para garantizar la movilidad turística y los viajes sin restricciones entre España y **países clave fuera del Área Schengen**, en primer lugar con **Reino Unido.**
5. Que la **reactivación de los viajes de los principales mercados emisores europeos adquiera la mayor intensidad en los meses centrales del verano,** primando los destinos de proximidad como España.
6. Que se vaya **movilizando a partir de mediados de mayo, el consumo turístico de los españoles una vez termine el estado de alarma.**
7. Que se siga **quedando en España este verano del 2021, una parte relevante del gasto asociado a los viajes que los españoles hacían otros años en mayor medida en viajes al extranjero.**
8. Que se **produzca una cierta desestacionalización/extensión/desplazamiento hasta principios de otoño, de la demanda interna y externa, no disfrutada en una primavera , turísticamente aún muy ralentizada.**
9. Que los **distintos operadores turísticos asuman los riesgos inherentes de garantizar la conectividad y la oferta en términos competitivos de los distintos eslabones de la cadena de valor: alojamiento y servicios complementarios en España** (,LLAA, hoteles, alquiler de coches, prestadores de ocio…).
10. Que la capacidad de disponer con la mayor libertad del "ahorro forzado" para propiciar el mayor gasto turístico no esté muy condicionado por una **menor capacidad adquisitiva de las familias europeas,** derivada de las aun **inciertas expectativas que planean en España y la UE, sobre la salida de la crisis económica y sanitaria.**

III Trimestre de 2021 vs
III Trimestre de 2019

-33,9%

-19.803

millones de euros
de actividad económica
(PIB Turístico) respecto del
IIIT de 2019

Representa un
-50,8% vs IIIT19
de la demanda internacional

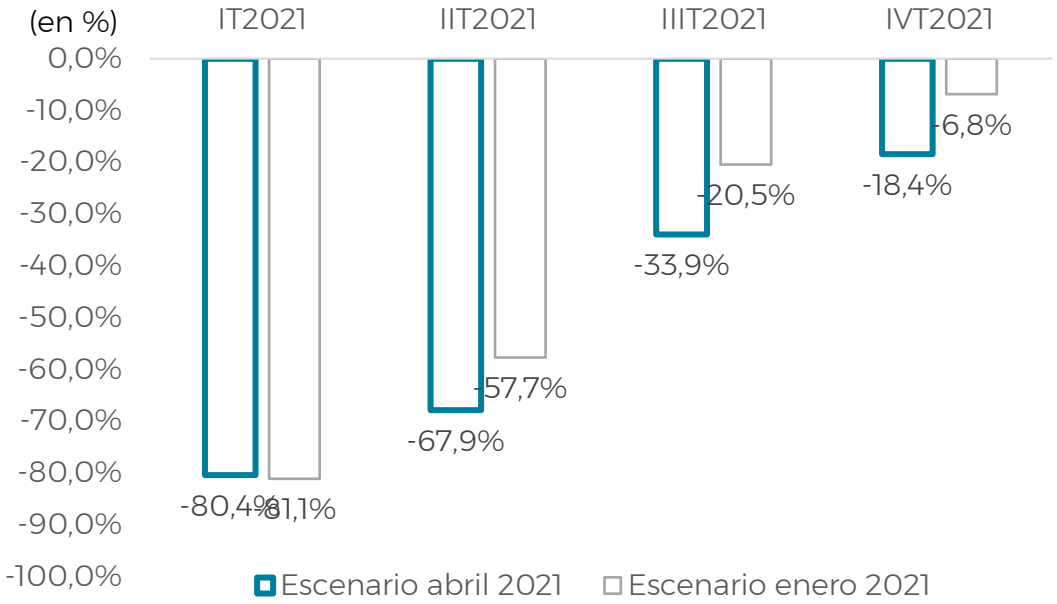
-10,2% vs IIIT19
de la demanda nacional

Exceltur

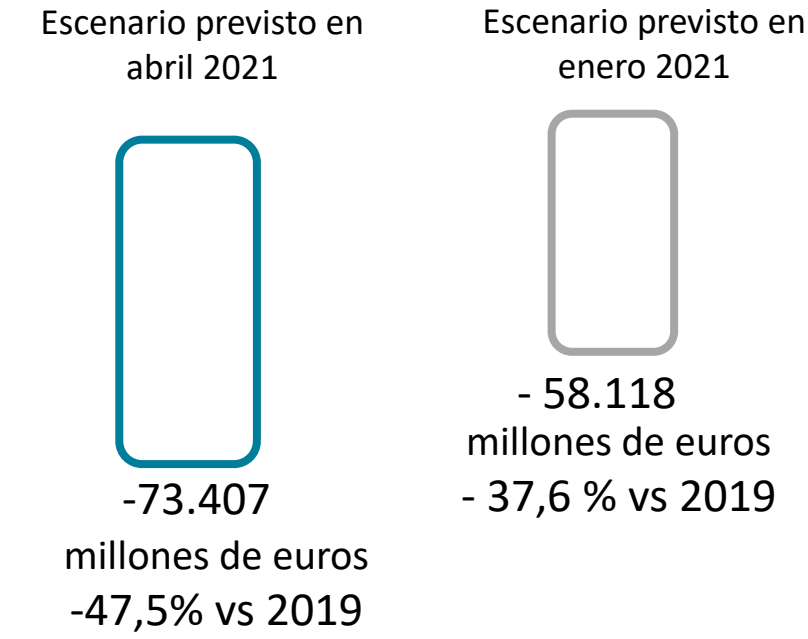
09 Sujeto a la volatilidad de estos condicionantes, estimamos que la actividad turística (PIB Turístico) a cierre de 2021 se pueda situar en 81.080 millones de € (un -47,5%) por debajo de los 154.487 mills. de € de la actividad turística prepandemia en 2019)

La constatación del desplome del primer trimestre y especialmente, el retraso de la reactivación hasta el verano, con un primer semestre que se traducirá en unos mínimos de actividad turística, junto a posibles retrasos en el control del virus dado el aún lento proceso de vacunación en la UE y la menor recuperación económica prevista en 2021 en España y Europa, **nos llevan a revisar a la baja la actividad (PIB Turístico) que habíamos previsto en enero para el conjunto de 2021. Concretamente, el PIB Turístico se situaría al cierre de año en 81.080 millones de € (un -47,5 % inferior a los 154.487 mills. de € de 2019). De cumplirse este escenario, el PIB turístico al cierre de 2021 sería 73 mil mills. de € inferior al de 2019, si bien mejorando los 53 mil mills. con que cerró 2020, lo que supone 29 mil mills. de euros adicionales de actividad económica respecto a lo generado en 2020.**

PIB Turístico. Evolución interanual. 2021 vs 2019
Fuente: Exceltur



Caída del PIB turístico en 2021 en millones de euros y en %, respecto a 2019
Fuente: Exceltur

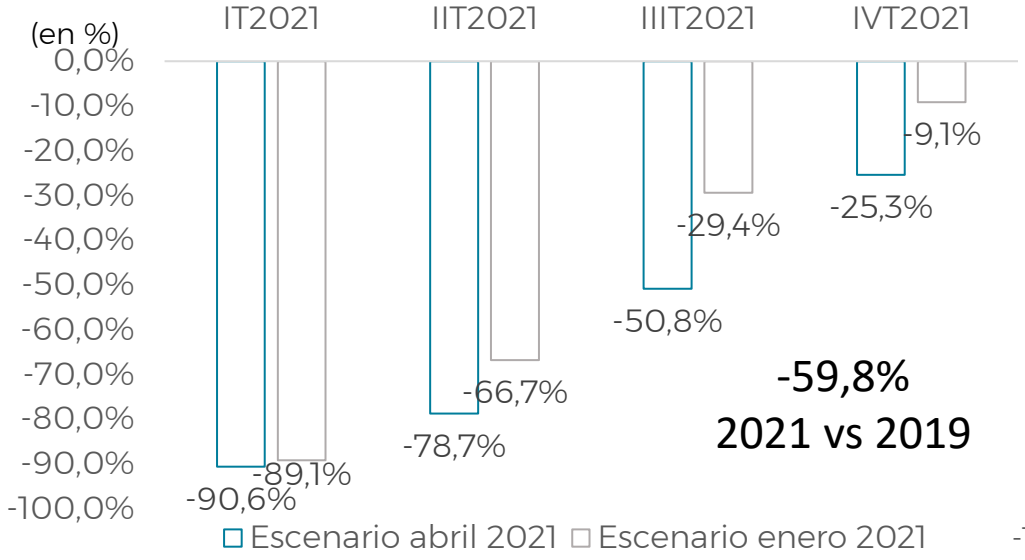


Gran disparidad sobre la potencial reactivación y el perfil de comportamiento por mercados de origen

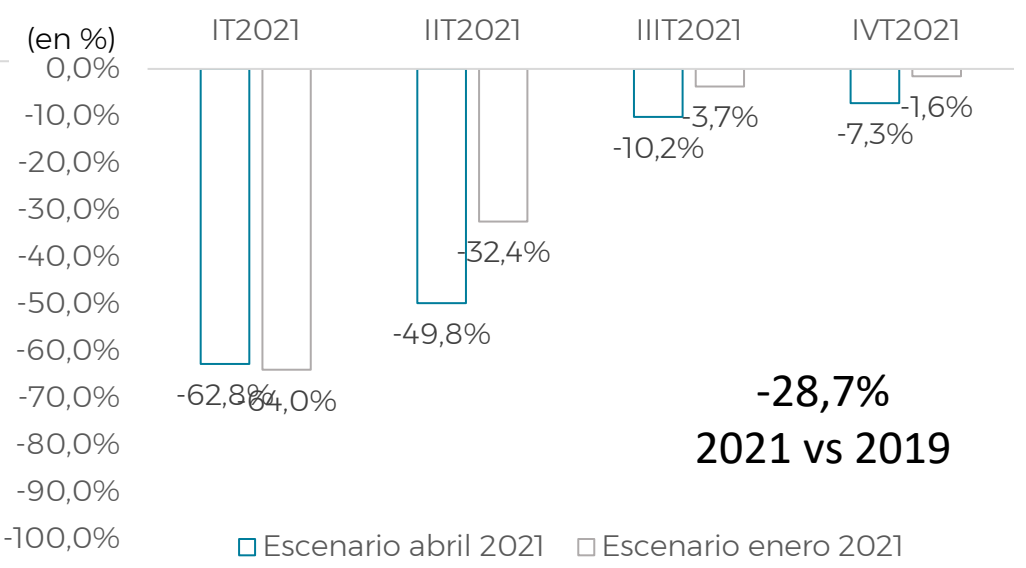
La reactivación de la demanda internacional se estima se iniciará con entidad a partir de julio y será principalmente procedente de mercados emisores europeos de mayor proximidad.

La demanda de los españoles y los viajes de proximidad por España serán los primeros en activarse antes del verano, descontando una relevante recuperación según avancen los meses del tercer trimestre, como ya pasó en las semanas de apertura del verano de 2020.

Consumo turístico extranjeros. Evolución interanual. 2021 vs 2019
Fuente: Exceltur



Consumo Turístico Españoles. Evolución interanual. 2021 vs 2019
Fuente: Exceltur



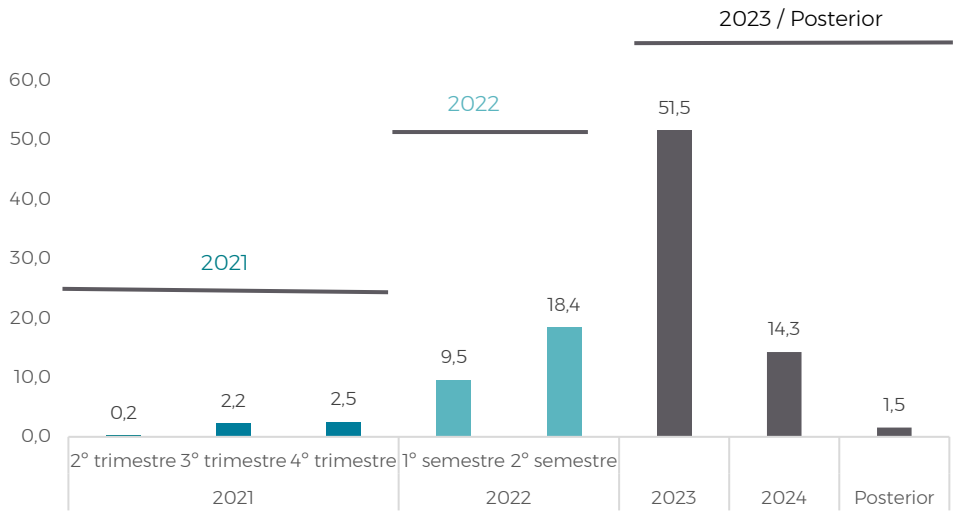
10 La mayoría de empresarios turísticos aún retrasan sus expectativas de recuperar sus niveles prepandemia hasta 2023. Por ello se hace patente la necesidad urgente de acelerar y ampliar al máximo las medidas de apoyo al sector en 2021 (extensión de los ERTEs inyección inmediata y refuerzo de las ayudas directas)

Ante un horizonte de recuperación que sigue constatando que se tardarán años en volver a retomar los niveles de 2019, es necesario para la supervivencia empresarial, que las medidas de sostenimiento que se han ido implementando hasta el momento se intensifiquen y alarguen temporalmente.

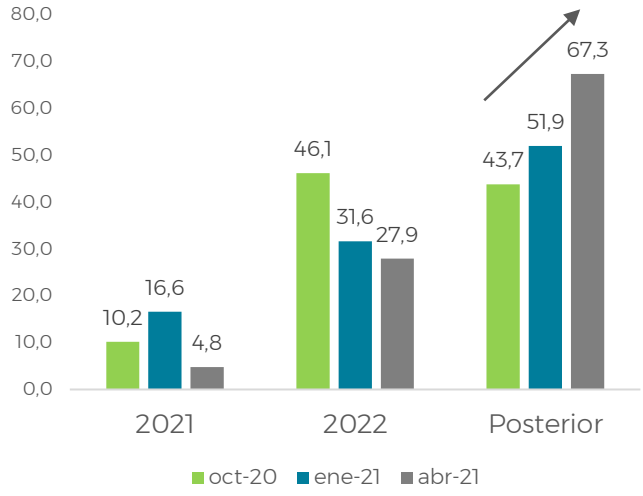
La mayor parte de empresarios turísticos (%) anticipa una recuperación de sus niveles de facturación previos a la crisis COVID-19 a partir de 2023 o posterior.

El horizonte de recuperación que prevén las empresas turísticas se aleja temporalmente ante el alargamiento de la pandemia.

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Escenarios previsto de recuperación de los niveles de facturación de 2019 en oct-20, ene-21 y abr-21
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Exceltur
Alianza para la excelencia turística

Reflexiones de medidas de política turística asociadas

Agilización y ampliación presupuestaria del Plan de Ayudas Directas del Gobierno

Se hace extraordinariamente urgente agilizar la llegada del Plan de Ayudas, establecer unos criterios comunes por CCAA de prioridad y reparto entre las empresas, incrementar su dotación, claramente insuficiente para el turismo, y aumentar el límite de 200 mil euros para inyectar liquidez en las medianas y grandes empresas, igualmente afectadas como las PYMES

El Plan de Ayudas directas aprobado por el Gobierno de España en el Real Decreto-ley 5/2021, de 12 de marzo, ha supuesto una decepción por su insuficiencia y falta de focalización sectorial prioritaria, ante la situación de emergencia especifica y diferencial que sufren en mayor medida las empresas españolas que dependen directamente de la actividad turística. En consecuencia, los empresarios turísticos encuestados, dan a ese plan de ayudas una nota de 3,9 sobre 10, según la Encuesta realizada por EXCELTUR y cerrada el pasado 6 de abril de 2021.

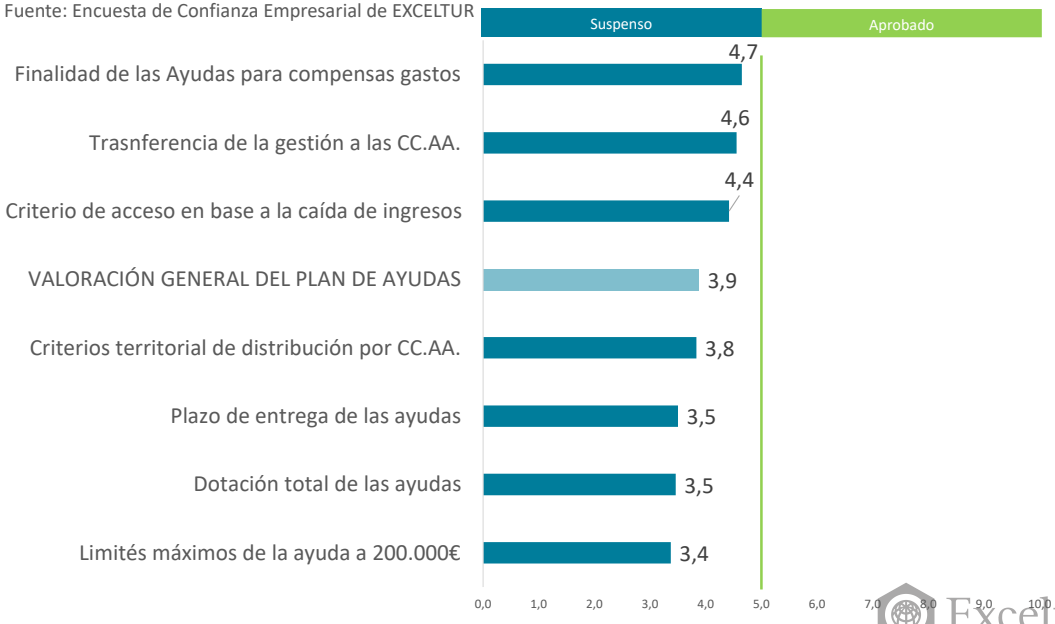
Por un lado, la cuantía se muestra muy exigua respecto a las crecientes pérdidas de las empresas y los costes a abonar de los gastos no ajustables que han soportado desde marzo de 2020. Asimismo, la transferencia de su gestión a las CC.AA. hace pensar que no puedan distribuirse a las empresas hasta bien entrado el verano, cuando las previsiones para el segundo trimestre de 2021 aún son muy dramáticas, además de hacerse previsiblemente bajo criterios no homogéneos por CC.AA.

Desde EXCELTUR pensamos que sería el momento de reorientar de varios de los pilares del Real Decreto de Ayudas aprovechando la necesidad de dotarle de mayor capacidad financiera, debido al retraso de la reactivación de las ventas de las empresas turísticas, especialmente las dependientes de la demanda extranjera. Concretamente, los aspectos más relevantes a modificar se centran en:

3,9 es la nota de 1 a 10 que los empresarios turísticos dan al Plan de Ayudas presentado por el Gobierno de España

Valoración Empresarial del Plan de Ayudas presentado por el Gobierno de España el pasado 13 de marzo

Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR



Agilización y ampliación presupuestaria del Plan de Ayudas Directas del Gobierno al turismo

2. Una revisión de las 95 ramas de actividad de la CNAE (*la gran mayoría no turísticas*) que dan derecho a la recepción de las ayudas para reducirlas y centrarse en aquellas más turísticas, por su condición de ser las que más han sufrido el descenso de sus ventas desde el inicio de la pandemia en 2020 y lo que llevamos de 2021.

Sorprende entender que se hayan introducido actividades como *Fabricación de cables de fibra óptica*, *Actividades de fotografía, Alquiler de maquinaria y equipo de oficina, incluidos ordenadores* o *Reparación de relojes y joyería,* que no estaban ni incluidas en las actividades contempladas en el esquema especial de los ERTEs.

17% Lo que suponen del volumen de negocio las 95 ramas de actividad incluidas en el decreto suponen (de ellas 25 turísticas).

41% Lo que suponen las ramas turísticas de todas las ramas contempladas como beneficiarias de ayudas directas.

RAMAS TURÍSTICAS

25 ramas turísticas de las 95 incluidas en el decreto: Todas afectadas de forma directa en su actividad, con caídas que alcanzan hasta el -75% con respecto a 2019

19 ya estaban incluidas en el decreto que regula los ERTE, debido a la gran afectación de su empleo: Transporte de pasajeros, alojamiento, restauración, alquiler de vehículos, agencias y operadores turísticos y actividades de ocio asociadas al turismo.

6 adicionales al decreto de los ERTE, relativas a actividades de transporte terrestre y marítimo, relacionadas con la restauración, actividades en museos y edificios históricos.

RAMAS NO TURÍSTICAS

70 ramas no turísticas: con una menor caída de su actividad sectorial

27 ya estaban incluidas en el último decreto que regula los ERTE, por una mayor afección en su empleo.

43 son adicionales a los incluidos en el decreto de los ERTE, se trata de actividades que en una parte relevante no tienen ninguna relación con el turismo como:

Actividades de fotografía, Alquiler de camiones, Alquiler de maquinaria y equipo de oficina, incluidos ordenadores, Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles, Reparación de calzado y artículos de cuero, Reparación de relojes y joyería, Comercio al por mayor de artículos de relojería y joyería, Confección y comercio al por menor de textiles, Comercio al por menor de calzado, Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería, Servicios de preimpresión y preparación de soportes, Encuadernación y servicios relacionados con la misma, Fabricación de cables de fibra óptica, Suministro de vapor y aire acondicionado.

3. Ampliar los porcentajes de ayudas, establecidos tanto para empresas pequeñas de menos de 10 trabajadores, desde el 40% actual de la caída que exceda el descenso del 30% de las ventas en 2020 hasta el 60%, y en las de más de 10 trabajadores, 20% actual al 50%.

4. Incrementar los límites máximos de percepción de ayudas para las medianas y grandes empresas, fijado en unos exiguos 200.000€, cuando se están estableciendo condiciones de sobre la remuneración de los directivos y el mantenimiento del empleo, y adaptarlos a los baremos de la mayor parte de países de la Unión Europea.

Agilización y ampliación presupuestaria del Plan de Ayudas Directas del Gobierno

Según la simulación realizada por Exceltur con información oficial del INE de la aplicación de las condiciones del Real Decreto sobre la caída en las ventas de las empresas en las principales ramas turísticas, el acceso medio a las ayudas por tramos de tamaño de empresa sería el siguiente:

ingresos 2020	% ayuda/ Gastos
-68,0%	11,4%
-42,1%	3,6%
-75,3%	13,6%
-42,6%	3,8%
-57,6%	8,3%

Ramas Turísticas	Ayuda media	Ayudas por número de empleados				
		< 10	de 10 a 19	De 20 a 49	De 50 a 249	> de 250
Alojamiento	94.012	20.043	51.284	123.760	200.000	200.000
Restauración	4.000	4.000	6.475	14.040	48.597	200.000
AAVV	75.306	26.255	78.997	129.139	200.000	200.000
Ocio	5.984	4.000	4.500	12.428	72.252	200.000
Alquiler de Coches	65.780	24.976	74.029	200.000	200.000	200.000

COMPARATIVA INTERNACIONAL:
Importe de ayudas directas recibidas por empresas hoteleras españolas de los Gobiernos centrales de los principales países europeos hasta la fecha

	España	Alemania	Austria	Bélgica	Holanda	R. Checa	Reino Unido	Luxemburgo	Italia
Ayudas directas	0	12.000.000	4.000.000	1.800.000	1.200.000	700.000	664.000	600.000	300.000

4. Establecer un mecanismo de inyección financiera urgente, que permita que las ayudas lleguen a las empresas al inicio del mes de mayo y de esta forma garantizar la supervivencia del máximo número de empresas viables que se puedan aprovechar del inicio de las ventas a partir de mediados del mes de junio.

5. Establecer unos criterios mínimos de reparto homologables para todas las CC.AA. y evitar así la heterogeneidad, variedad de condiciones, volumen de los pagos, obligaciones de los empresarios y capacidad de gestión que han caracterizado a los diferentes paquetes de ayudas directas a las empresas turísticas que han aplicado hasta la fecha los diferentes Gobiernos autonómicos.

Otras medidas para procurar la más pronta reactivación turística en el verano de 2021

- ✓ Acelerar al máximo la vacunación general y facilitar el acceso gratuito a los test de antígenos para posibilitar la movilidad de los españoles. Adicionalmente, una vez cubiertos todos los grupos de mayor riesgo, priorizar la vacunación ciudadana en las CCAA más dependientes del turismo extranjero y del propio personal del sector en contacto con el turista, al igual que ya están procediendo otros países competidores, en (Ej. Italia, Grecia, Malta, Chipre, Turquía).

- ✓ Asegurar que los términos y alcance del Certificado Verde Digital (CVD) de la UE sean el instrumento vinculante que el sector precisa para la mayor movilidad turística, evitando medidas restrictivas unilaterales al regreso a los países origen.

- ✓ Procurar acuerdos bilaterales con efectos similares a los CVD con los principales países/mercados turísticos en origen para España (Ej. UK, USA, etc.) fuera del espacio Schengen, bien de manera unilateral o multilateral (vía OCDE).

- ✓ Reforzar la inversión en la campaña de promoción internacional de verano de Turespaña, para homologarnos a la fuerte competencia de otros países, así como otras medidas de estímulo a la demanda interna (Bonos de Viaje, INSERSO, etc.) y garantía de accesibilidad aérea a precios asequibles.

  La oferta turística española necesita estar en la mente de los turistas en los próximos meses cuando se relajen las restricciones a los viajes, para luchar frente a la presión y las múltiples iniciativas de comunicación/promoción que ya están haciendo muchos de los destinos competidores de España, de cara a atraer a los turistas de los principales mercados europeos, deseosos de disfrutar de unas vacaciones de verano fuera de sus países. Si para junio la eliminación de las restricciones y la introducción de un certificado sanitario que favorezca la movilidad son una realidad, los principales destinos y empresas de los principales países competidores (Turquía, Grecia, Italia, Portugal, Malta…) van a librar una enconada batalla por atraer a esta demanda potencial con agresivas campañas de marketing y precios. Son 40 mil millones de euros de ingresos turísticos para España los que están en juego este verano, en términos de los que se generaron entre junio y octubre de 2019.

  En este contexto es clave el papel del Gobierno en términos de comunicación y acuerdos bilaterales, junto al papel de Turespaña para poner en marcha una campaña ambiciosa de promoción (que supera el usar solo redes sociales) y que ponga en valor los atributos de España como destino seguro para disfrutar de las vacaciones de los turistas europeos. Lograr este objetivo implica una inversión puntual y urgente muy superior a los 7 mlls de euros, con los que cuenta hoy la campaña de publicidad del verano de 2021, y debería ser clave y determinante para reconducir la negativa evolución reciente del sector en un año histórico para el sector turístico español.

- ✓ Asegurarse que la terminación del estado de alarma, no genere una serie de actuaciones contradictorias y/o insuficientes en las CC.AA. para poder garantizar que sigue la contención del virus en toda España. Es decir para alentar, con toda la prudencia y garantías sanitarias, los viajes de los españoles entre CC.AA. y los extranjeros a España y evitar que por disparidades normativas y/o controles insuficientes pudieran disuadirlos/retraerlos, amenazando la imagen de confianza sanitaria de alguna CC.AA. o del conjunto del país .

Extensión del esquema de los ERTEs hasta diciembre de 2021

Tras las decisiones de varios grandes touroperadores europeos de paralizar su operaciones a España hasta finales de junio y la incertidumbre respecto al momento e intensidad de la reactivación de las ventas durante el verano exigen mantener y alargar la vigencia del esquema de flexibilidad laboral y mantenimiento bonificado del empleo a través de los ERTEs.

Ni en el mejor de los escenarios para 2021 las empresas turísticas podrán recuperar niveles de ventas suficientes para incorporar una parte sustancial de sus plantillas. Lamentablemente, los niveles de actividad se van a mantener en la segunda mitad de 2021 sustancialmente por debajo de los volúmenes de 2019 (-27,7%, según nuestras previsiones) y es muy previsible que con notables descuentos en precios. En estas condiciones, el mantenimiento del empleo en el sector turístico va a depender de la prolongación del sistema de apoyo a través de los ERTEs, para evitar la aplicación de unos EREs, que en el caso de algunas compañías sometidas a una caída estructural en su ventas (como las hoteleras urbanas) ya están afrontando y se plantea como la única solución para garantizar su viabilidad.

Adicionalmente, las actuales previsiones de recuperación de la actividad turística prepandemia en 2023 y la gran incertidumbre y dificultad de gestión que las prórrogas parciales y temporales de los ERTEs han generado estos meses, recomiendan la introducción definitiva de una figura de ERTE estructural, que permita mantener el mayor empleo posible en las actividades como las turísticas sometidas a un shock sanitario como el que ha generado el COVID.

Medidas para favorecer la evolución/transformación del modelo turístico español

- ✓ **Perseguir de manera mucho más decidida las irregularidades y la pésima imagen de bajo control sanitario externo que están brindando los pisos turísticos** con su fiestas conexas en múltiples ciudades y destinos de Sol y Playa españoles (no solo Madrid). Lograr aparte de erradicar esas trasgresiones sanitarias, conseguir que las plataformas se comprometan al igual que los propios pisos turísticos a garantizar el cumplimiento de las leyes vigentes y se promulgue de una vez una legislación vinculante para toda España.

- ✓ **Asegurarse la mejor asignación de recursos Next Generation** con la mayor focalización, evitando dispersarse en iniciativas poco cualificadas y/o de bajo valor añadido, repartiendo fondos exiguos entre múltiples beneficiarios que generen bajos efectos tractores. .

- ✓ **Priorizar la existencia de un PERTE dedicado en la reconversión de destinos maduros del litoral** (las grandes fabricas del turismo y con los mayores problemas competitivos) que representan nada menos que el 8,5% de la actividad y el 8,8% del empleo de toda la economía española, con una fuerte involucración del sector privado a añadir a los 6 inicial y recientemente destacados al día de hoy.

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

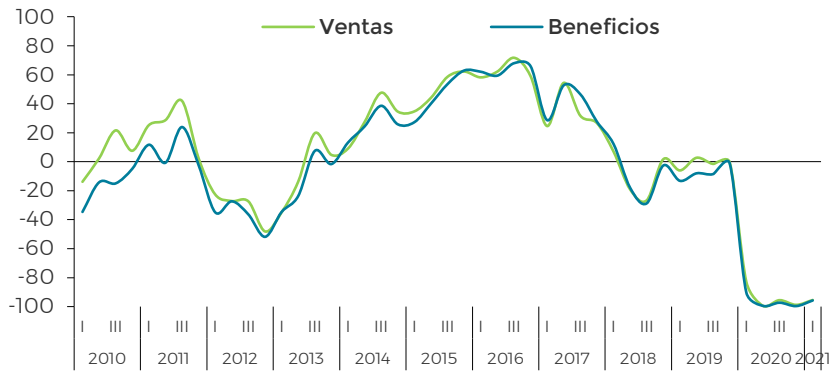
Anexo estadístico:

DETALLE SECTORIAL:

VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL DEL IT DE 2021 Y PERSPECTIVAS PARA IIT DE 2021 Y CIERRE DE AÑO

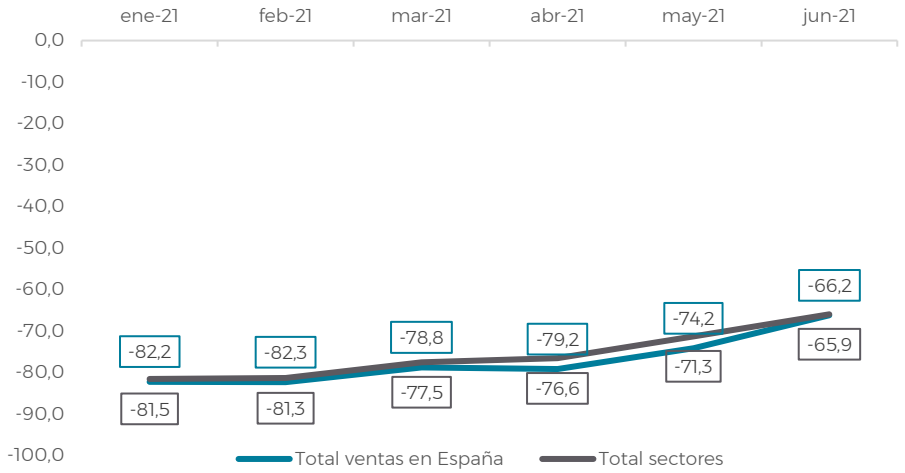
ALOJAMIENTO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Opinión empresarial (*). Total España. Alojamiento hotelero
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

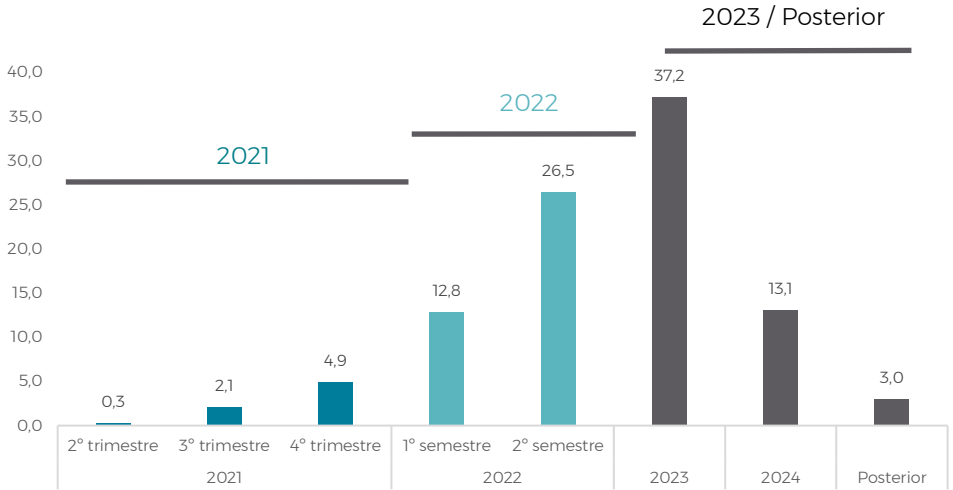


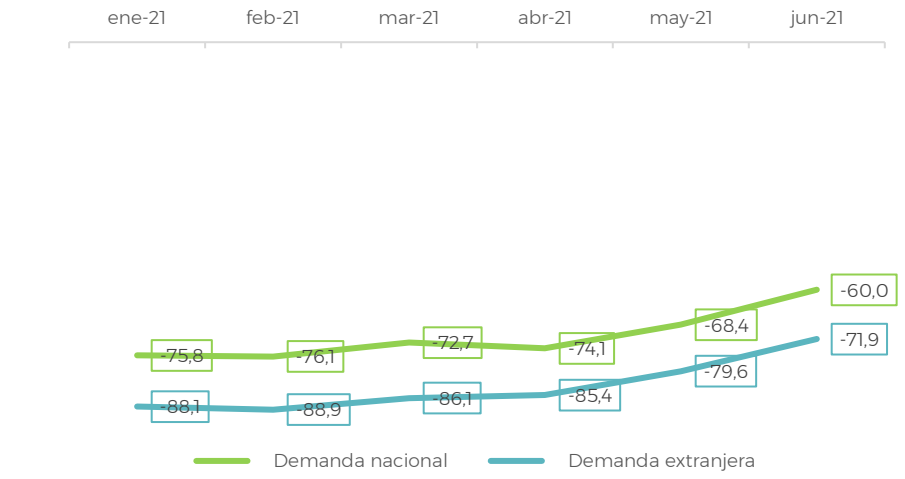
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 SECTOR ALOJAMIENTO
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
SECTOR ALOJAMIENTO
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

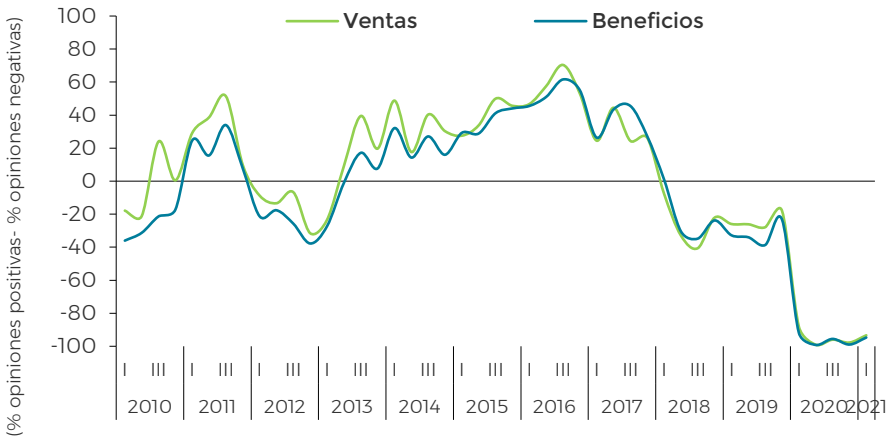




Exceltur

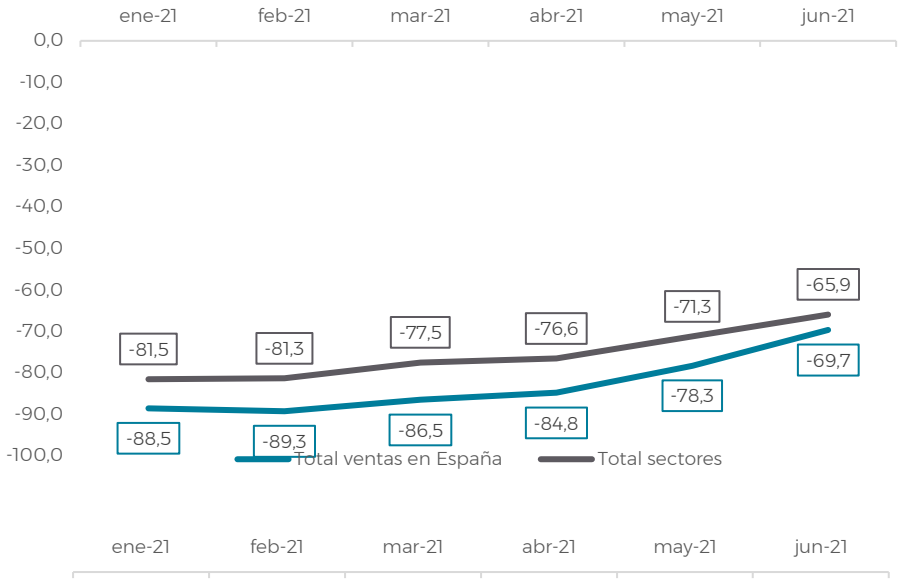
ALOJAMIENTO Costa: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Opinión empresarial (*). Alojamiento hotelero. Hoteles de Costa.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

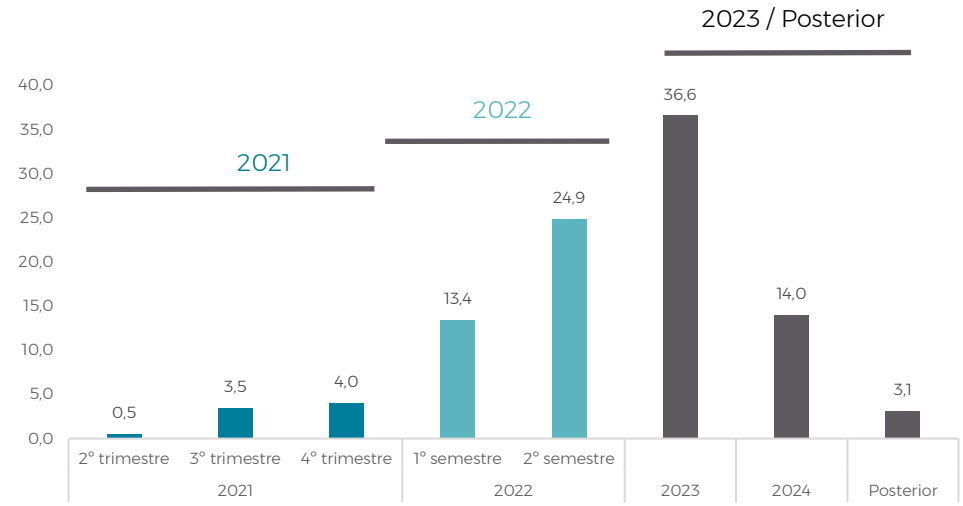


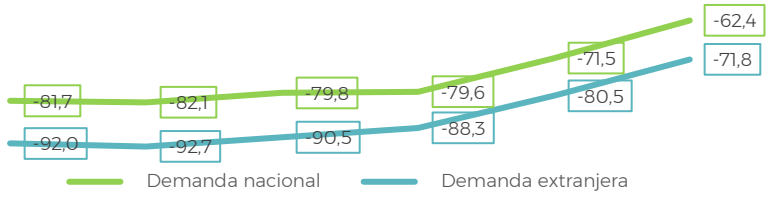
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **SECTOR ALOJAMIENTO Costa**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR ALOJAMIENTO Costa**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



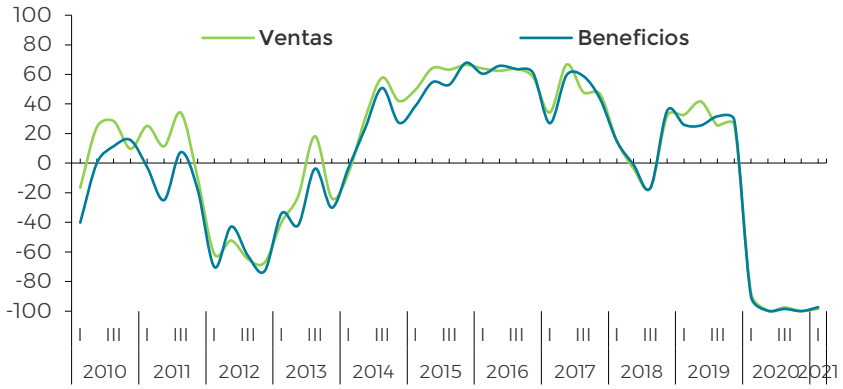


Exceltur

ALOJAMIENTO Urbano: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

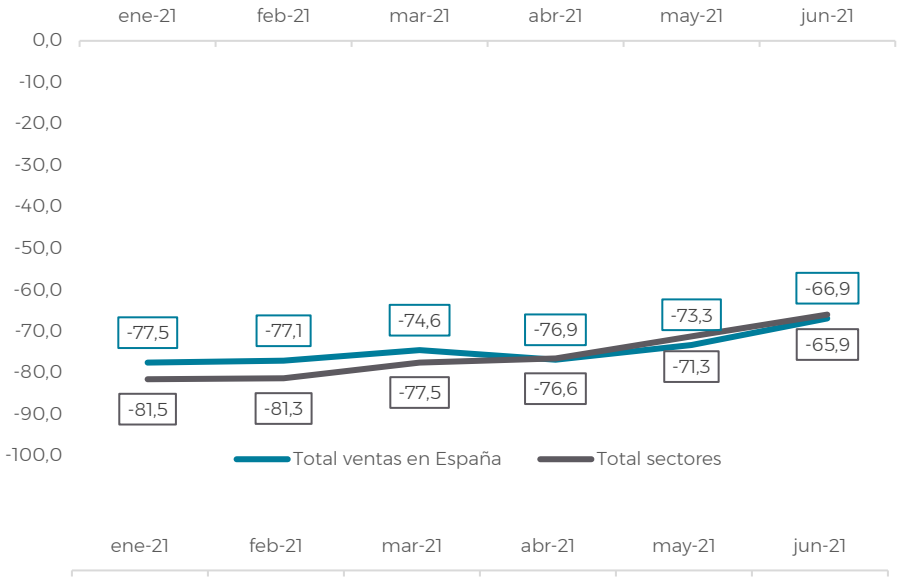
Opinión empresarial (*) Alojamiento hotelero. Hoteles Urbanos.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

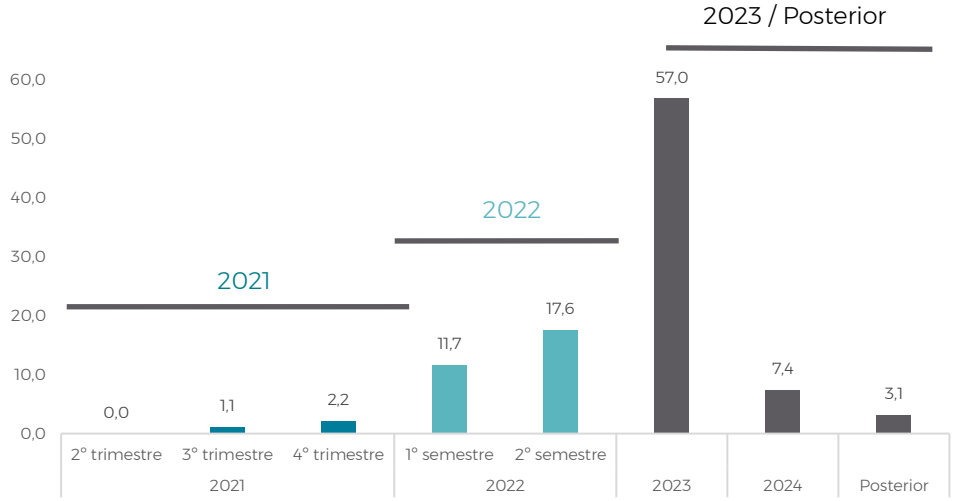


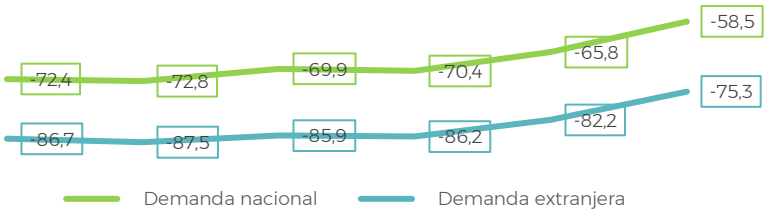
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **SECTOR ALOJAMIENTO Urbano**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Excelturr



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
SECTOR ALOJAMIENTO Urbano
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



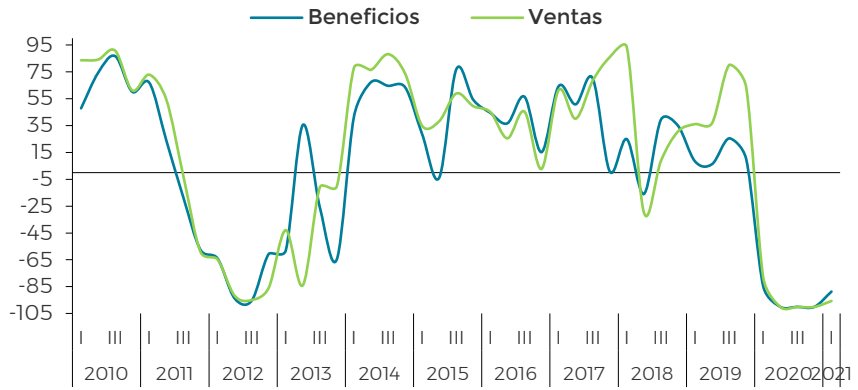


Exceltur

DISTRIBUCIÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

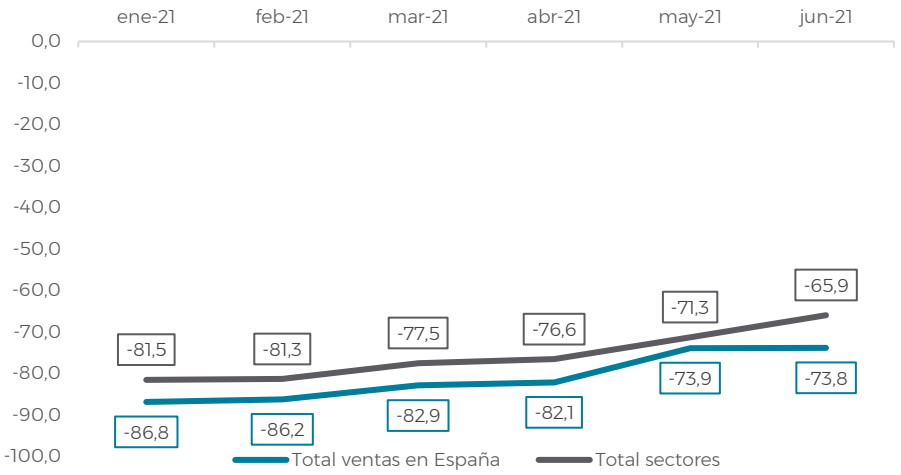
Opinión empresarial (*) AA.VV y Turoperadores españoles
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

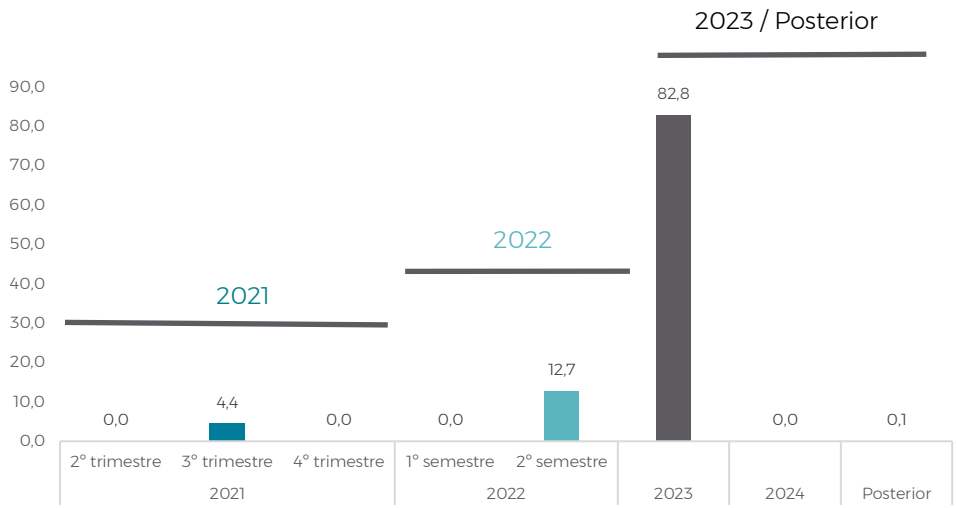


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **DISTRIBUCIÓN**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
SECTOR DISTRIBUCIÓN
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

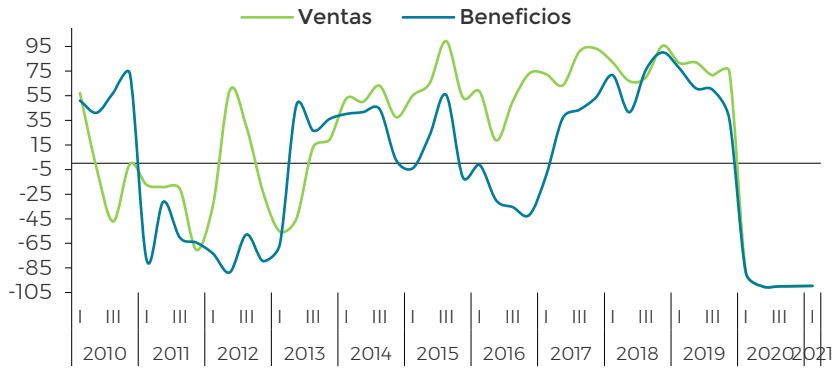


TRANSPORTE: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Opinión empresarial (*) Empresas españolas de transporte

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

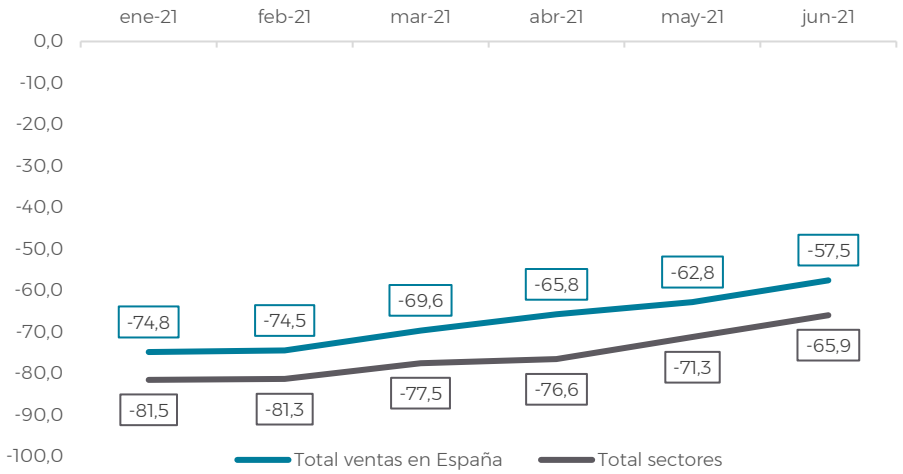


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 SECTOR TRANSPORTE

Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)

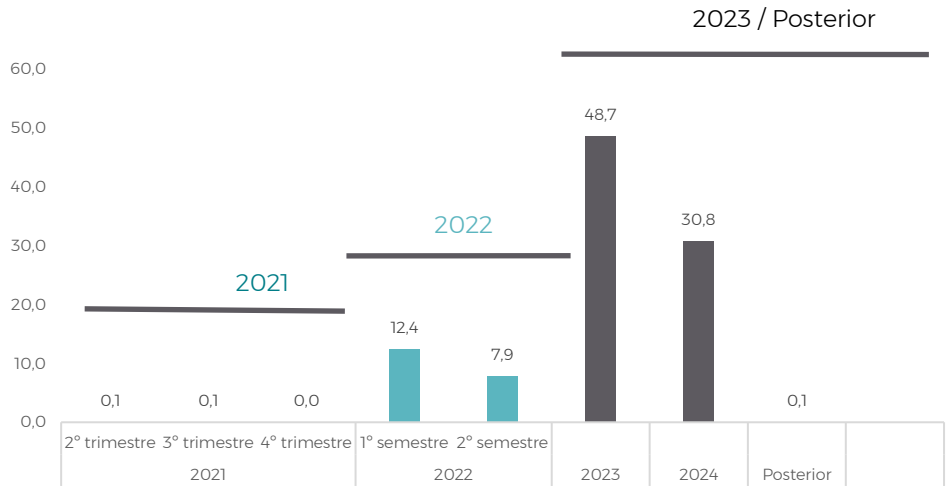
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

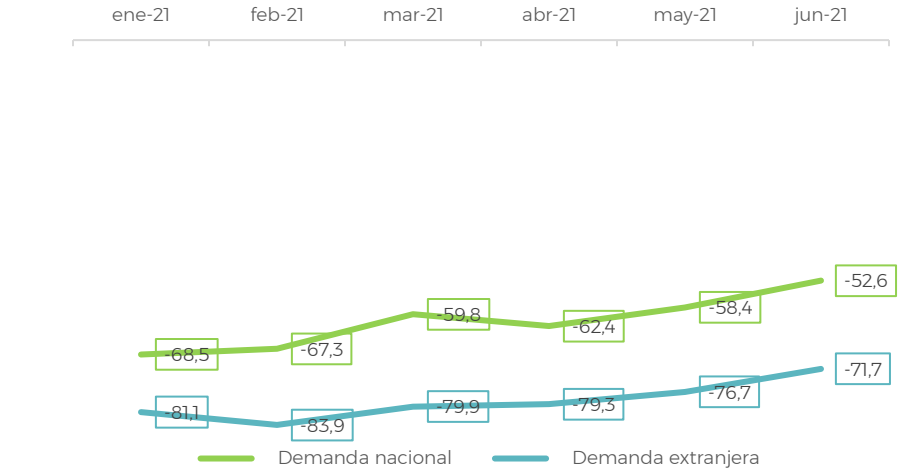


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 SECTOR TRANSPORTE

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



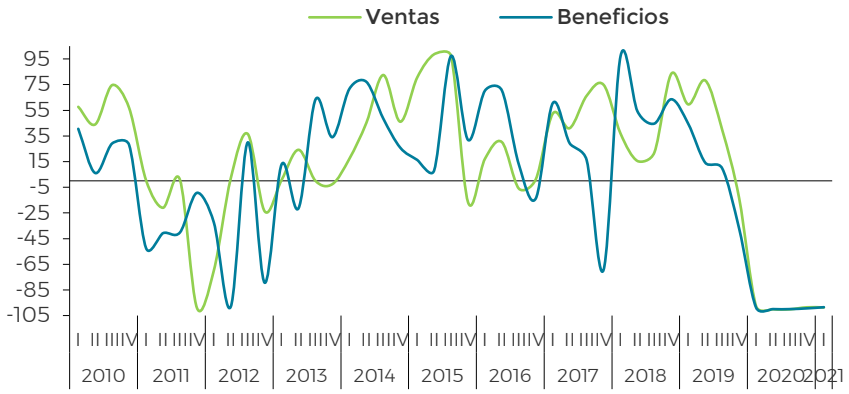


Exceltur

TRANSPORTE Alquiler: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

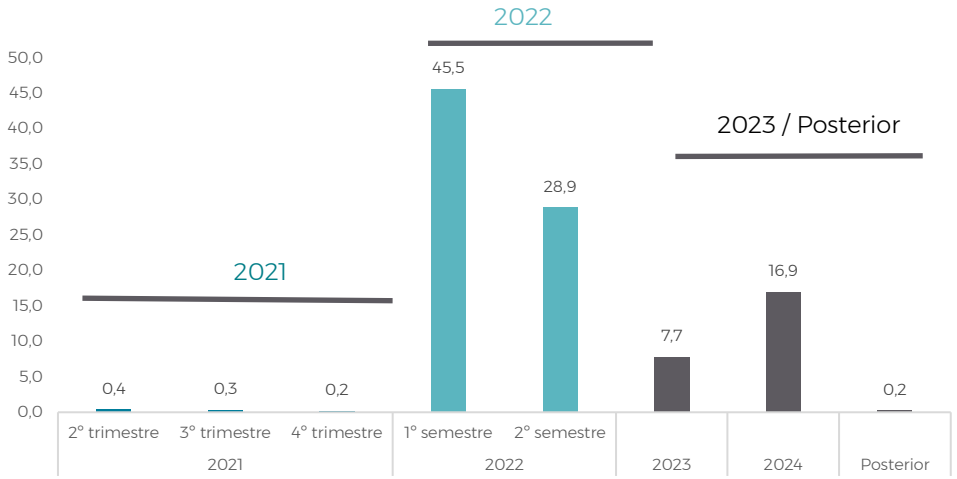
Opinión empresarial (*). Empresas alquiler de coches.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

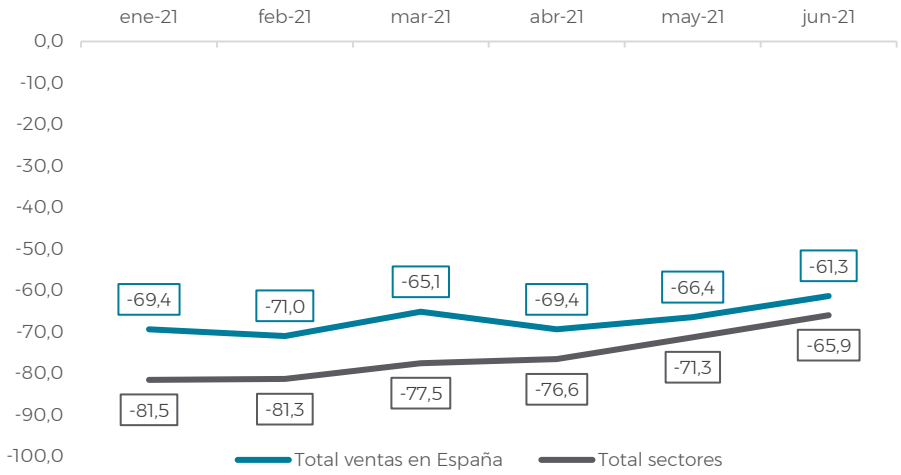


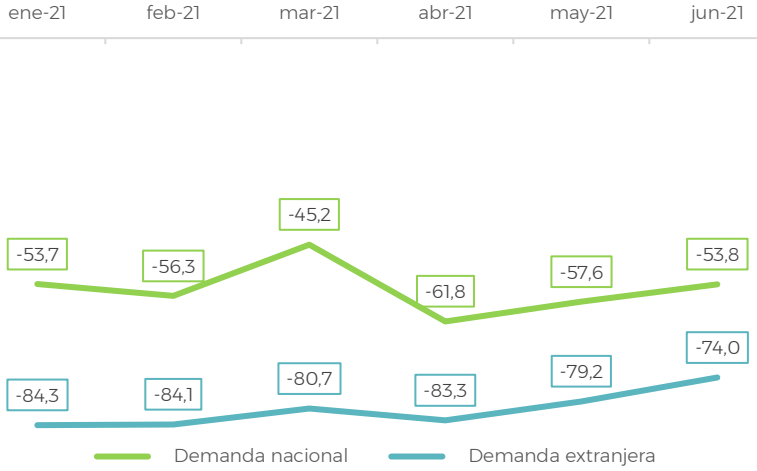
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
SECTOR ALQUILER DE VEHÍCULOS
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Excelturr



Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **SECTOR ALQUILER DE VEHÍCULOS**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



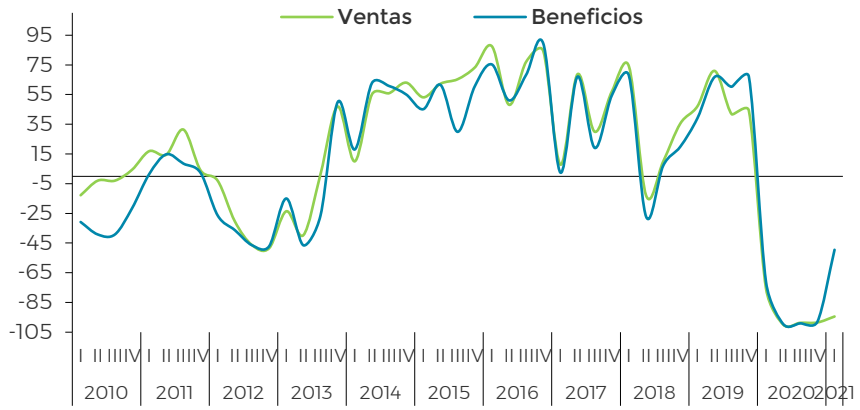


Exceltur

OCIO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

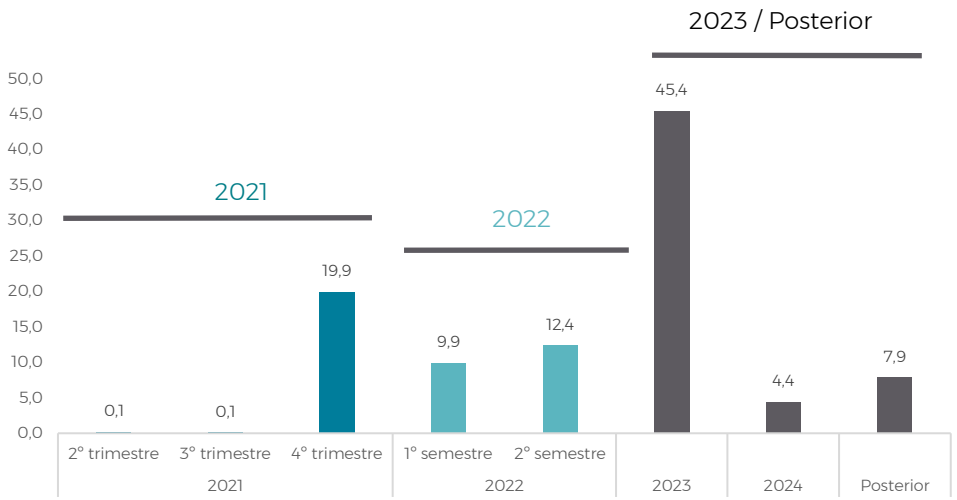
Opinión empresarial (*). Empresas y equipamientos de ocio.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

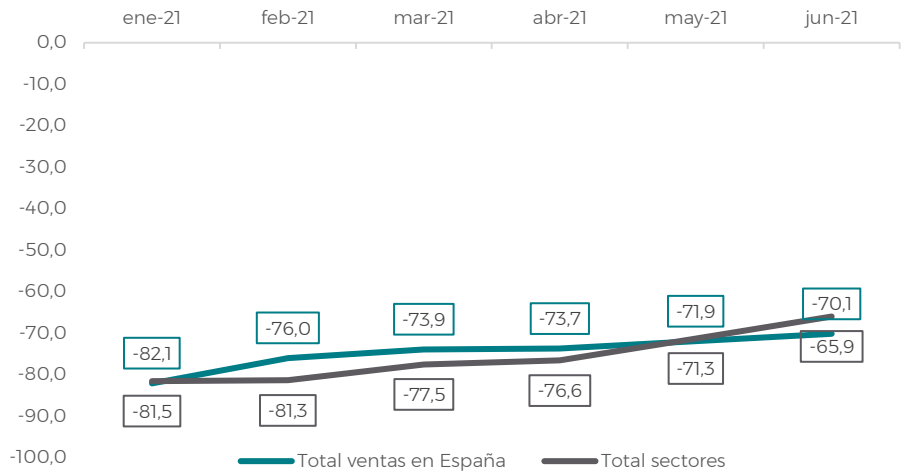


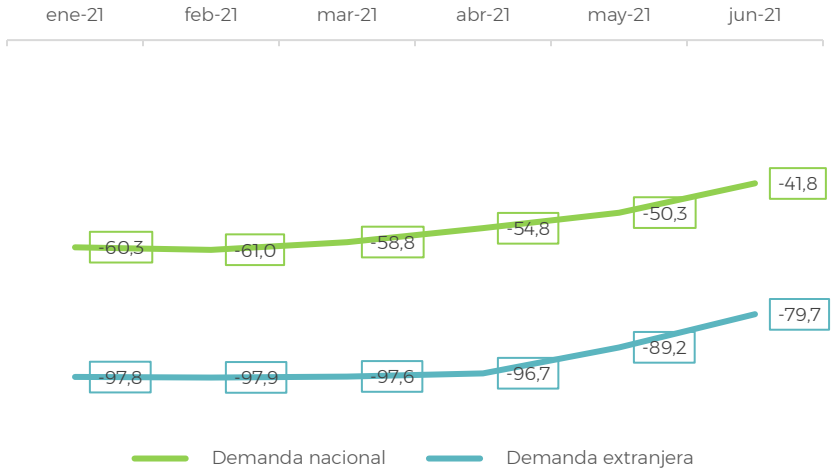
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
SECTOR OCIO
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **SECTOR OCIO**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur





Exceltur

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

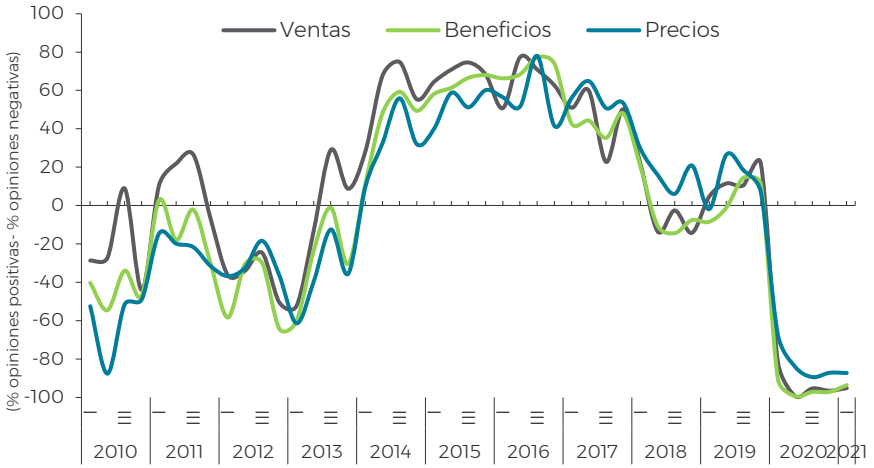
Anexo estadístico:

DETALLE TERRITORIAL:

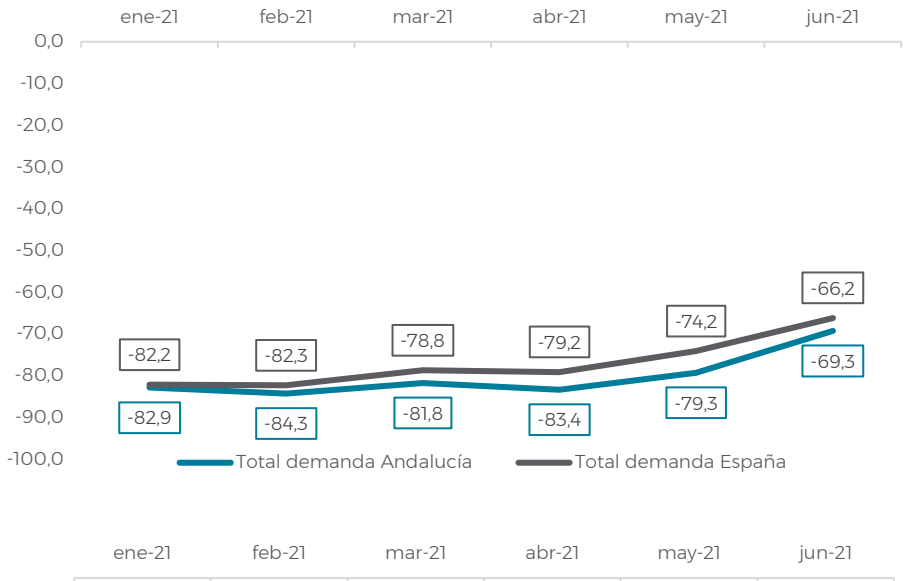
VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL DEL IT DE 2021 Y PERSPECTIVAS PARA IIT DE 2021 Y CIERRE DE AÑO

ANDALUCÍA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

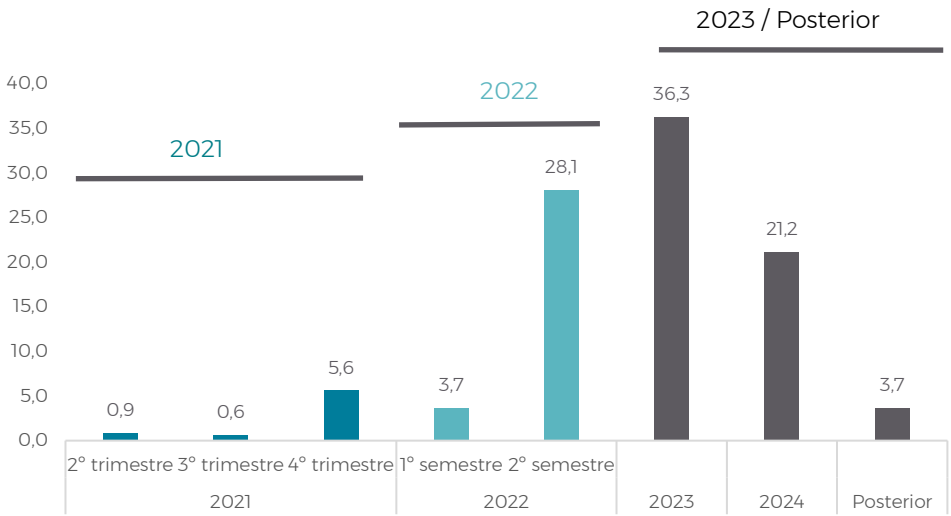
Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

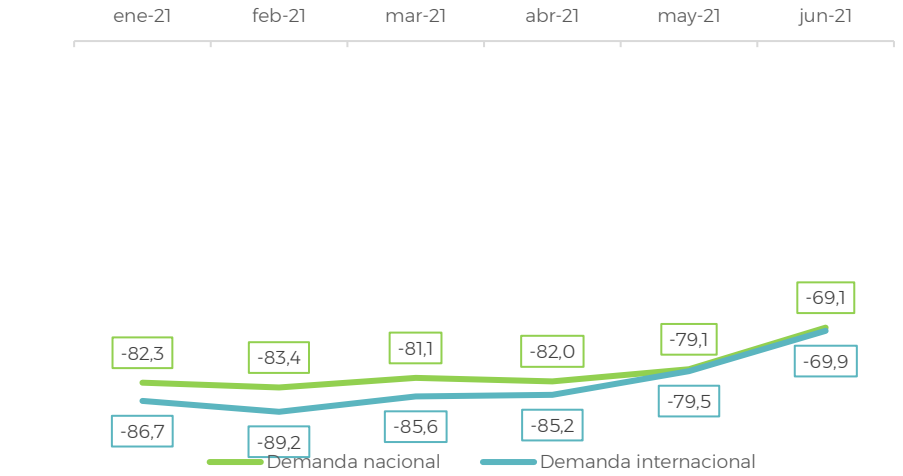


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **ANDALUCÍA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **ANDALUCÍA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

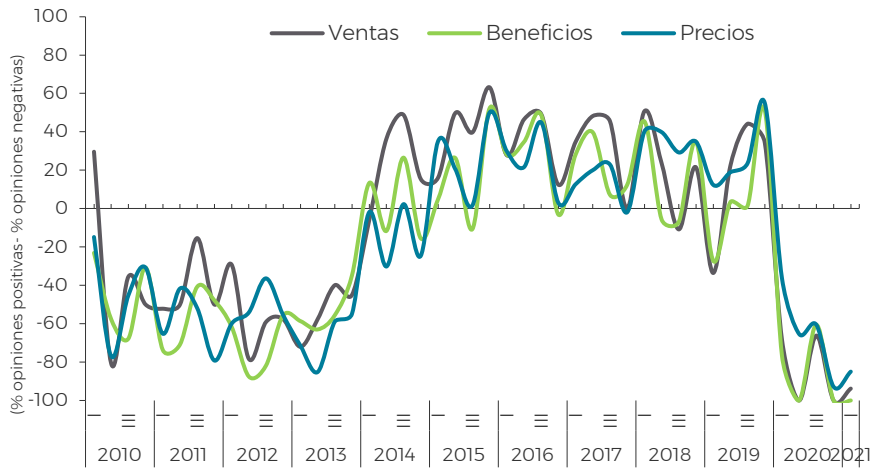




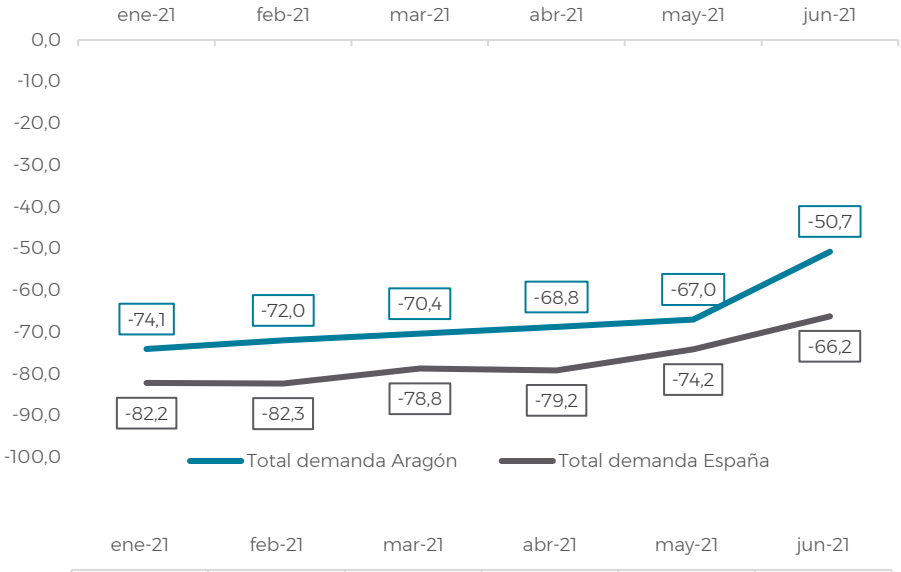
Exceltur

ARAGÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

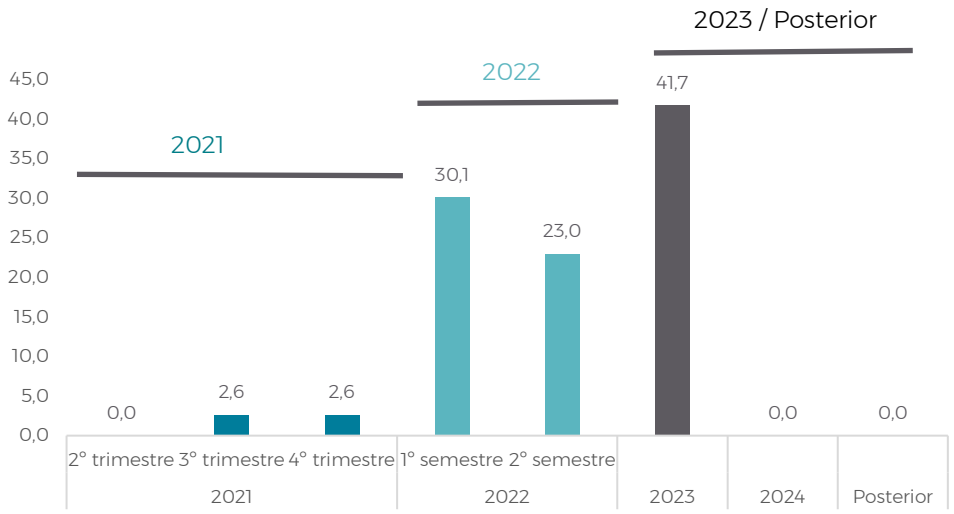
Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

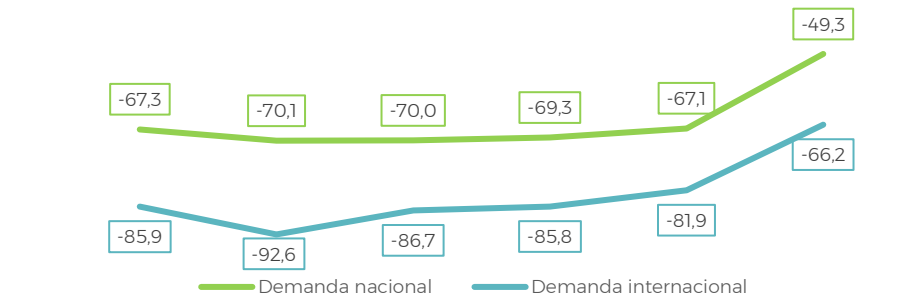


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 ARAGÓN
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 ARAGÓN
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

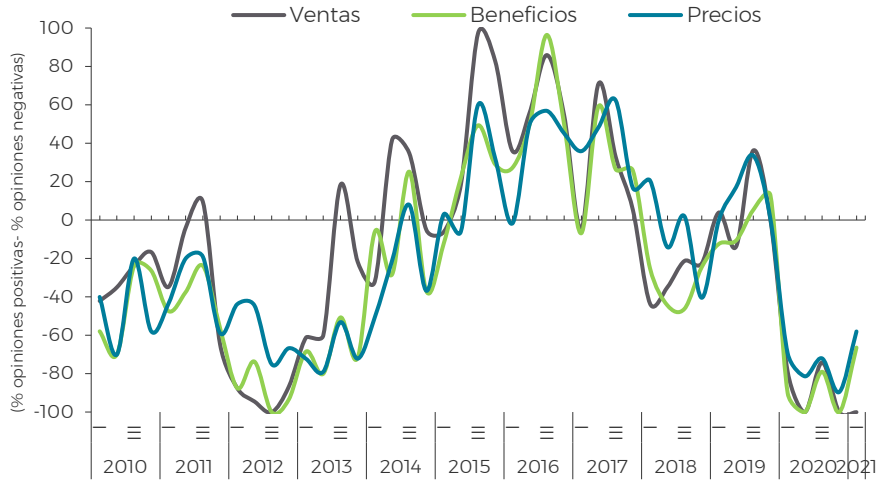




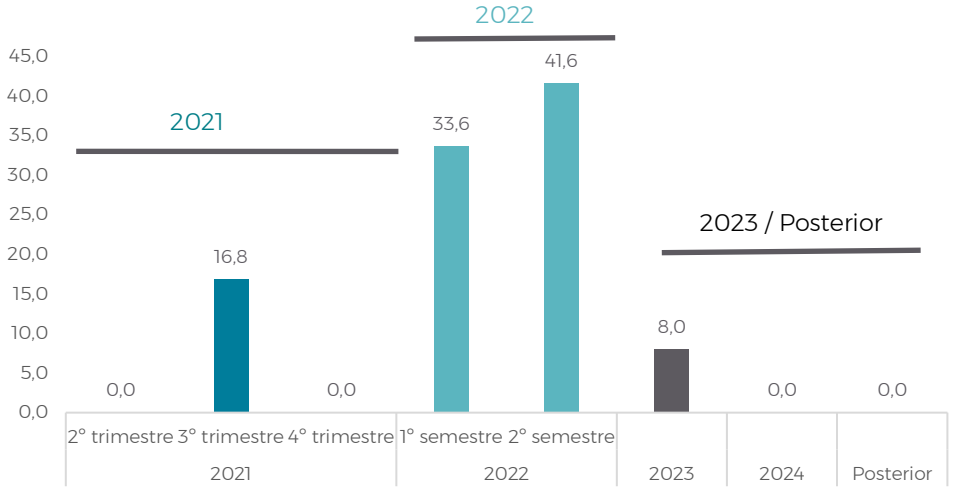
Exceltur

ASTURIAS: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

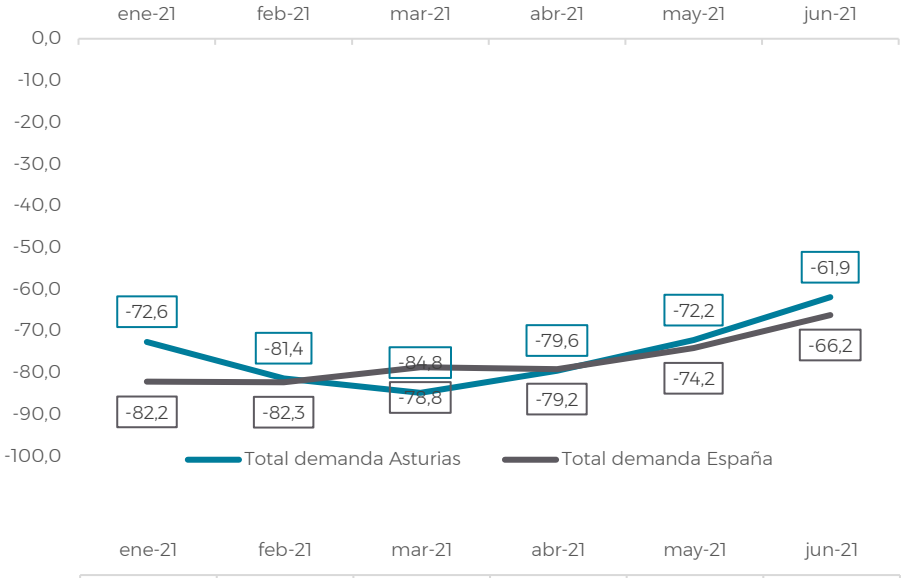
Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

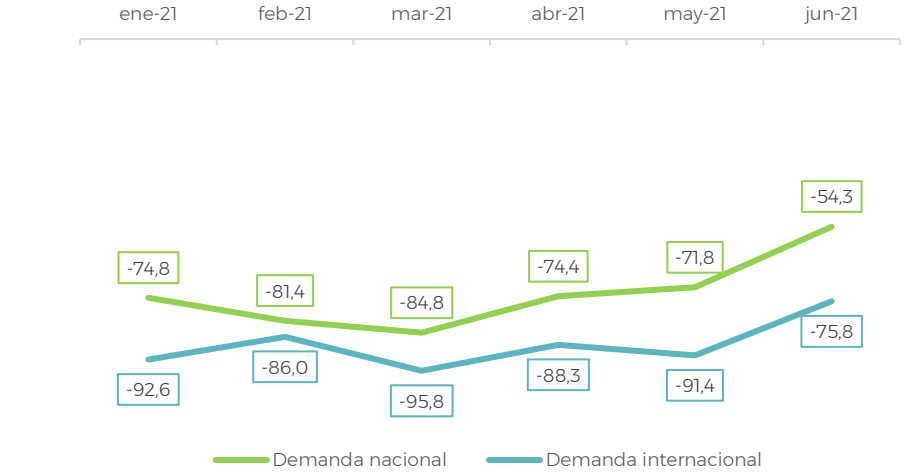


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 ASTURIAS
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



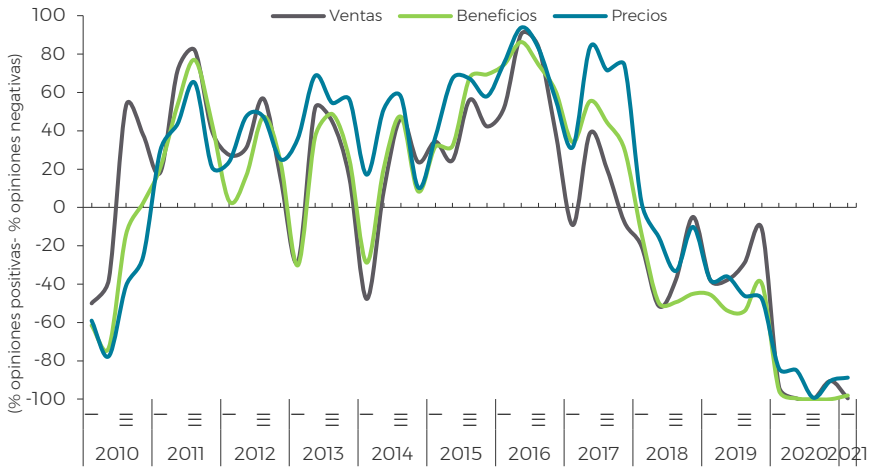
Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 ASTURIAS
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



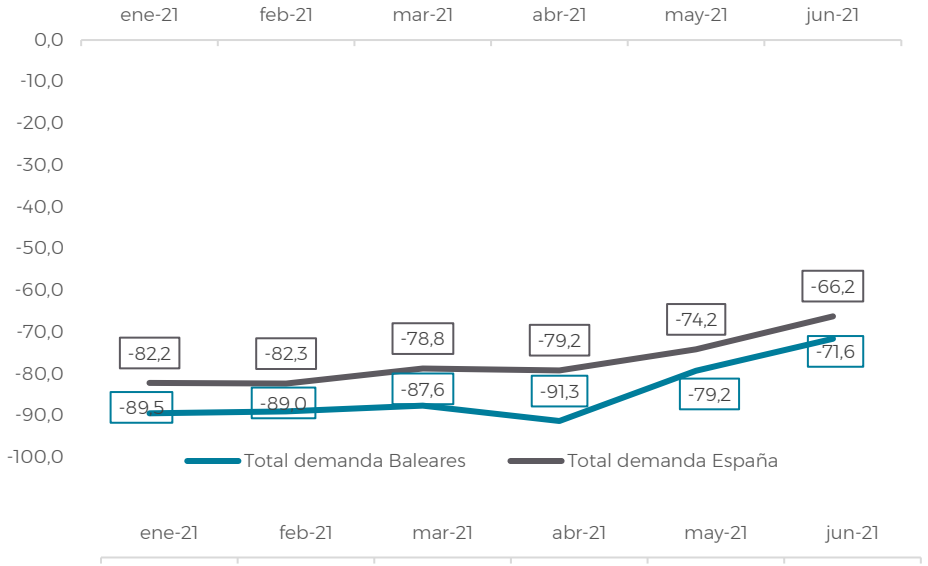


BALEARES: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

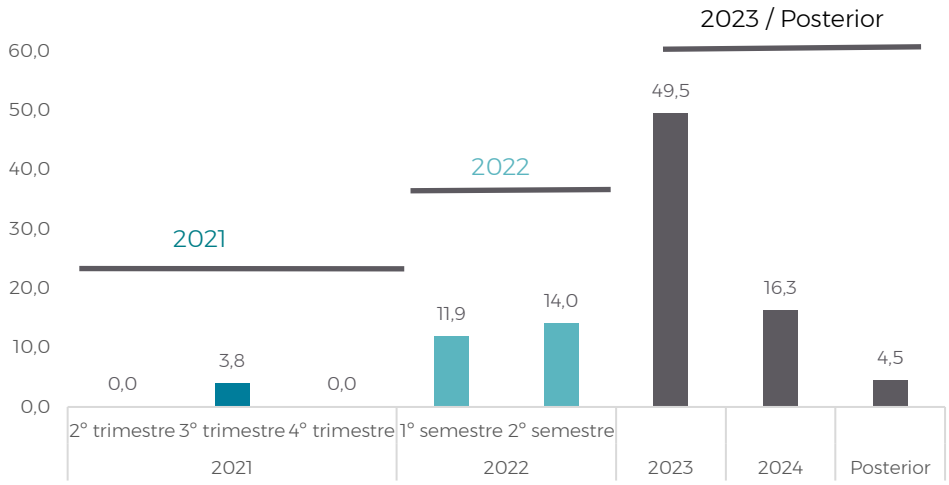
Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

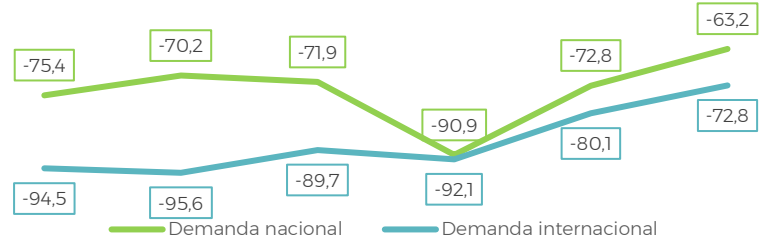


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **BALEARES**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
BALEARES
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

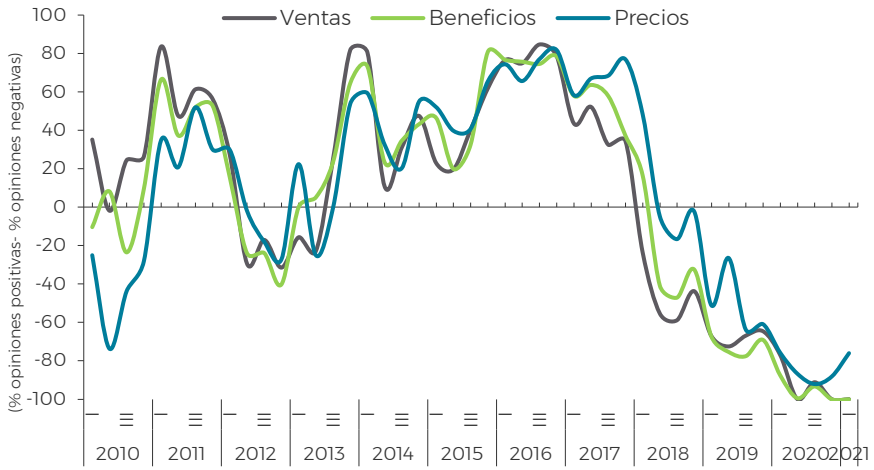




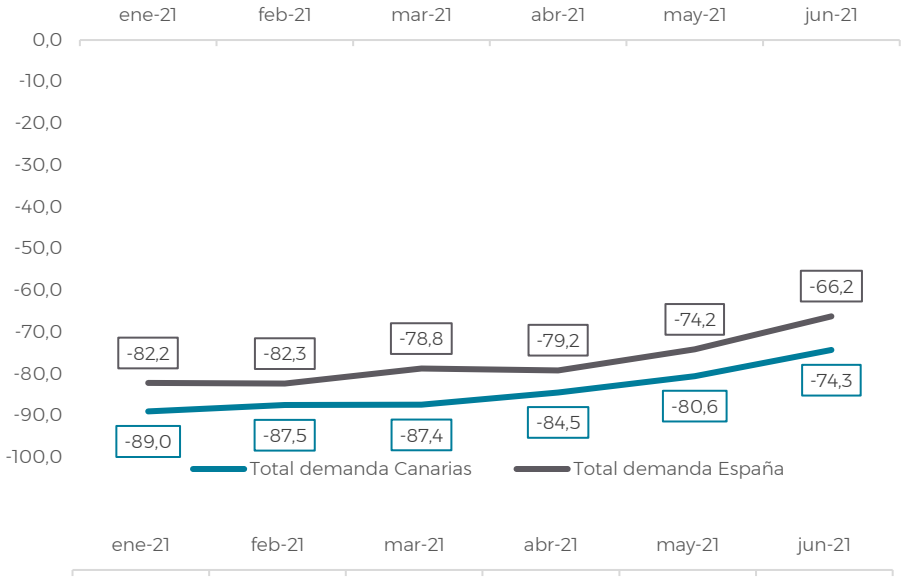
Exceltur

CANARIAS: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

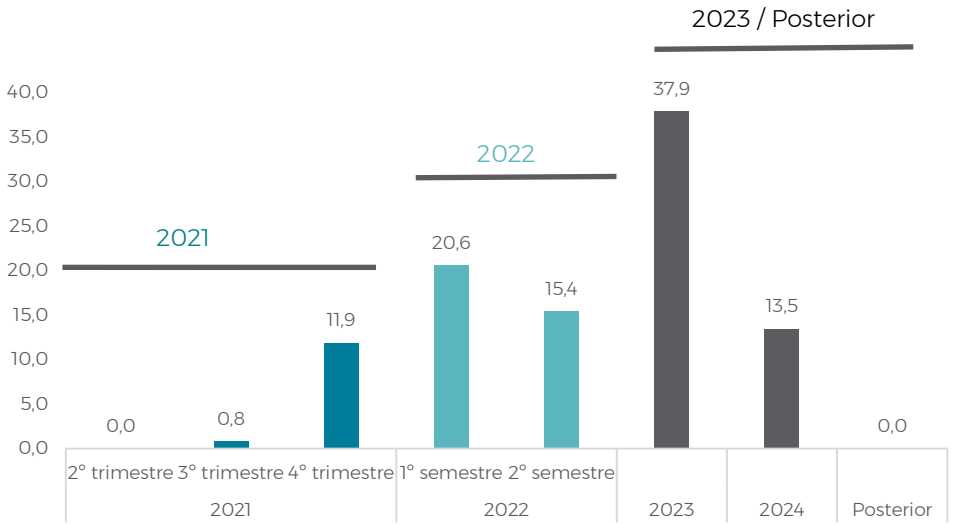
Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

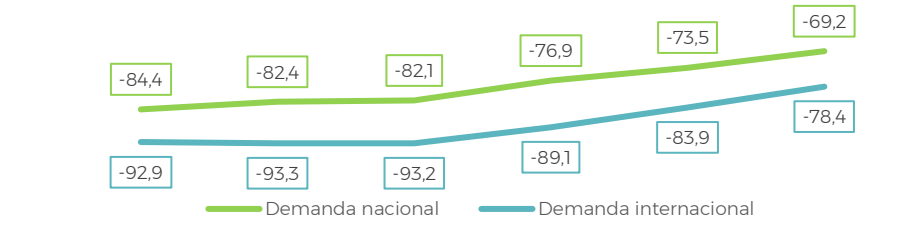


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **CANARIAS**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



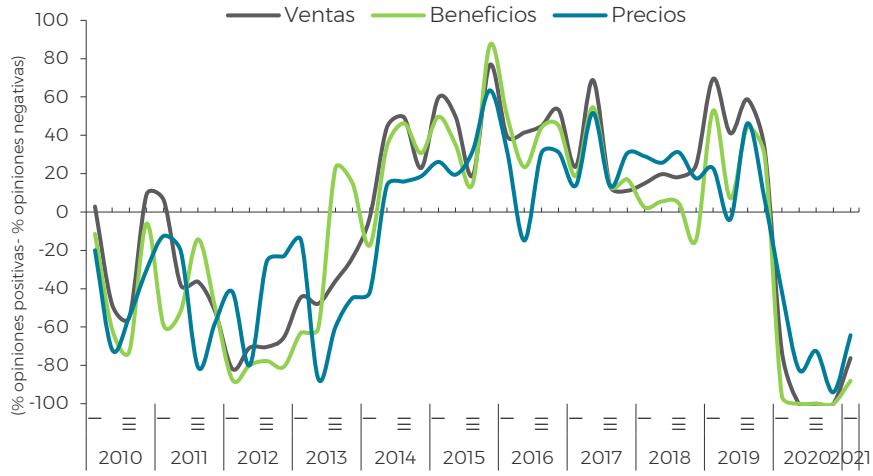
Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CANARIAS**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



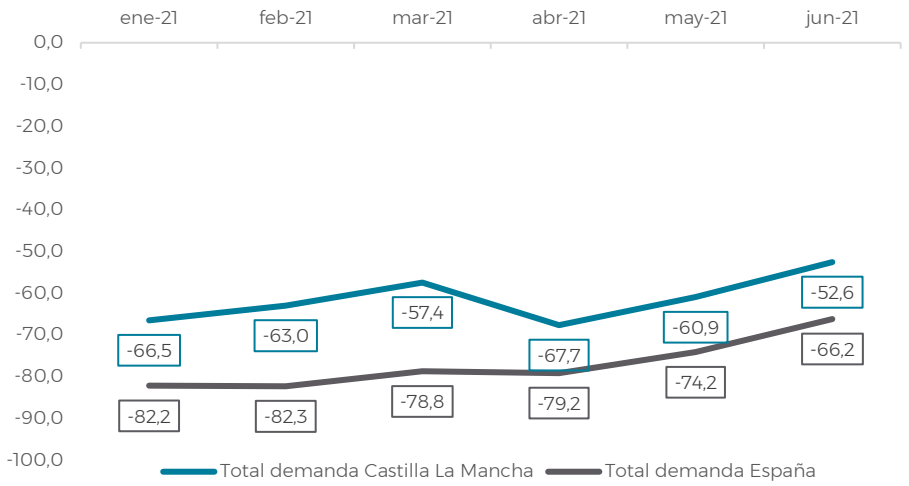


CASTILLA LA MANCHA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

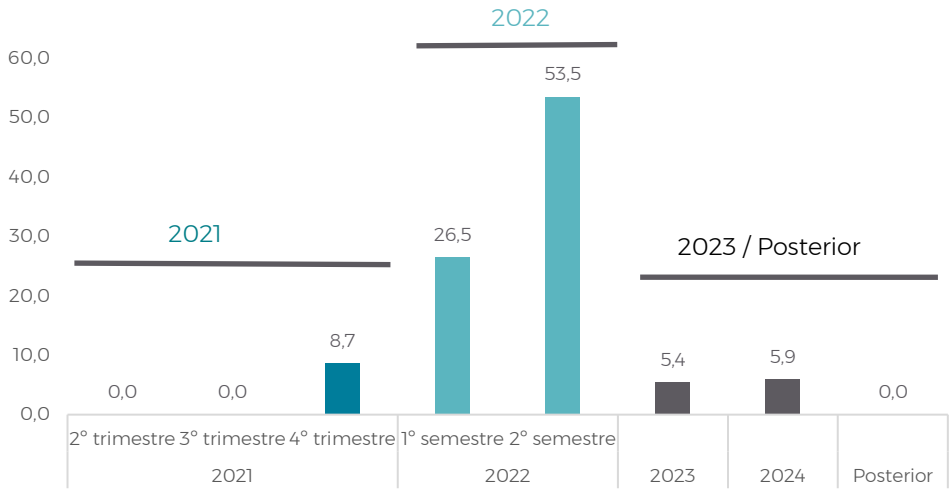
Opinión empresarial en Castilla La Mancha (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

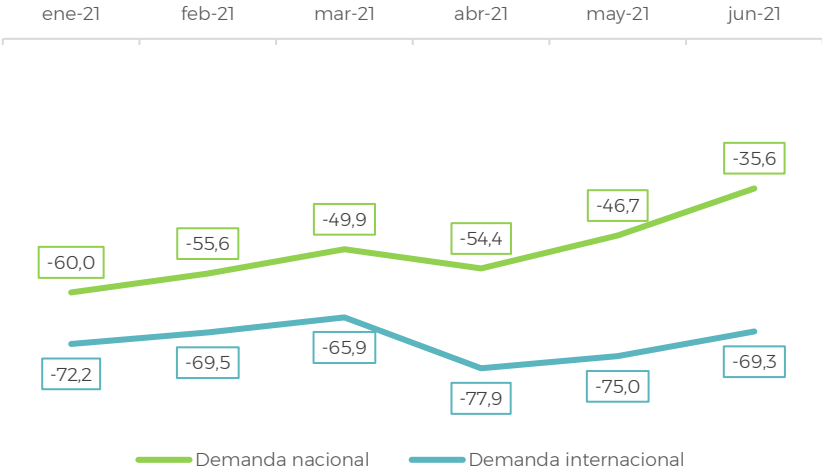


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 CASTILLA LA MANCHA
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 CASTILLA LA MANCHA
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

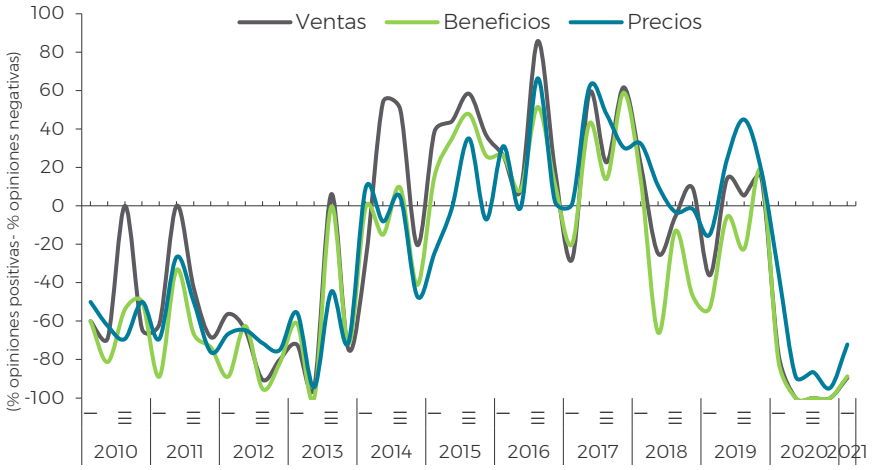




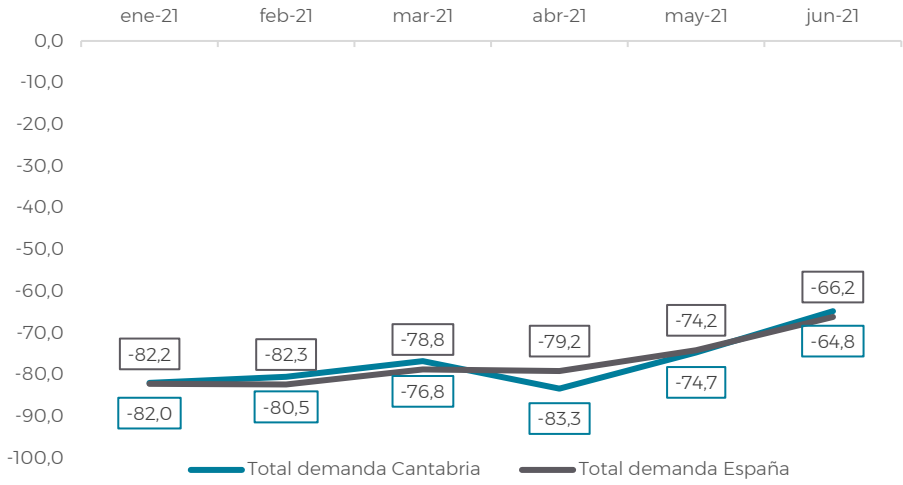
Exceltur

CANTABRIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

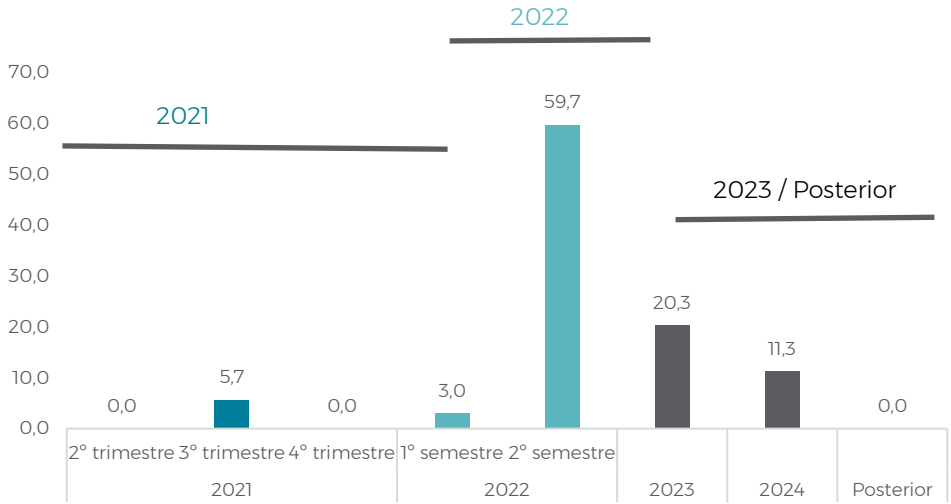
Opinión empresarial en Cantabria(*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

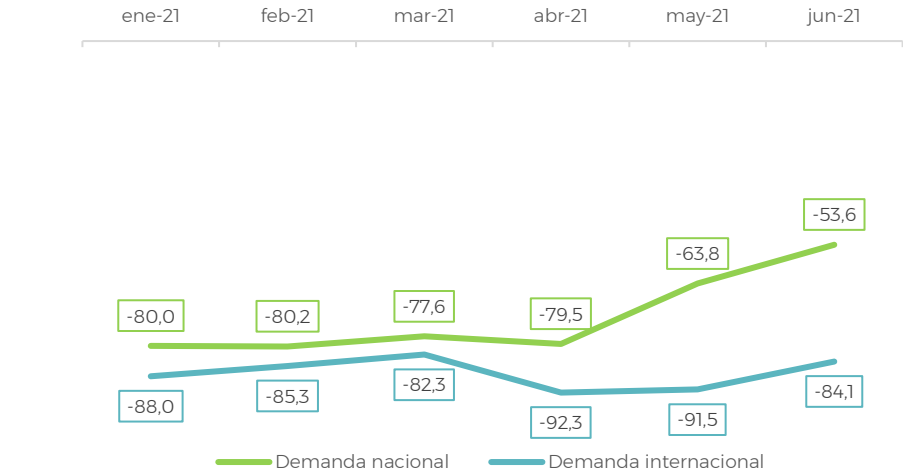


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **CANTABRIA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CANTABRIA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

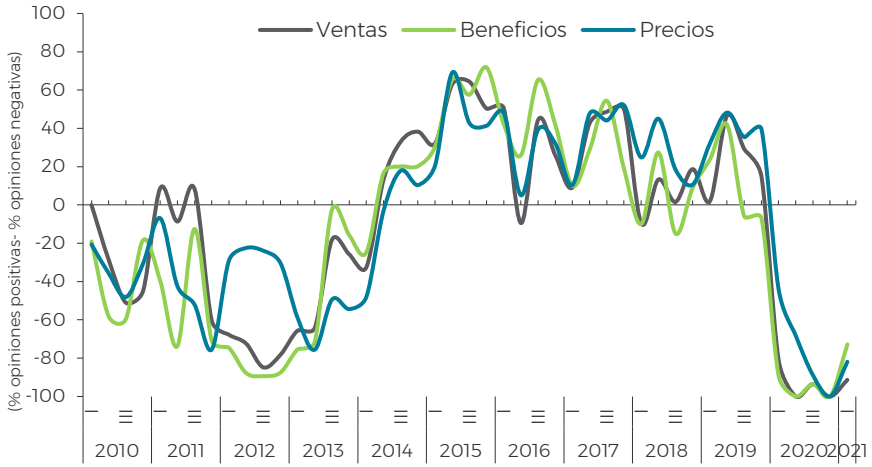




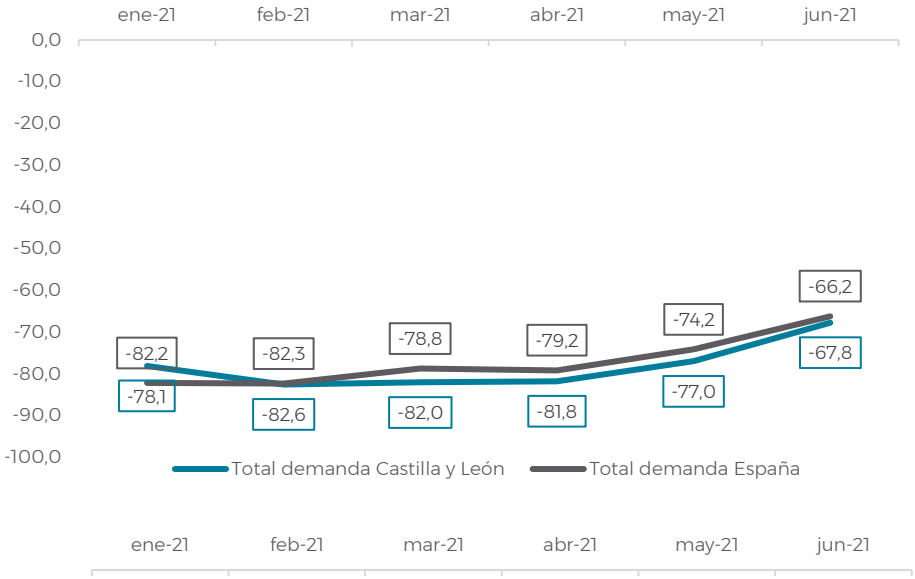
Exceltur

CASTILLA Y LEÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

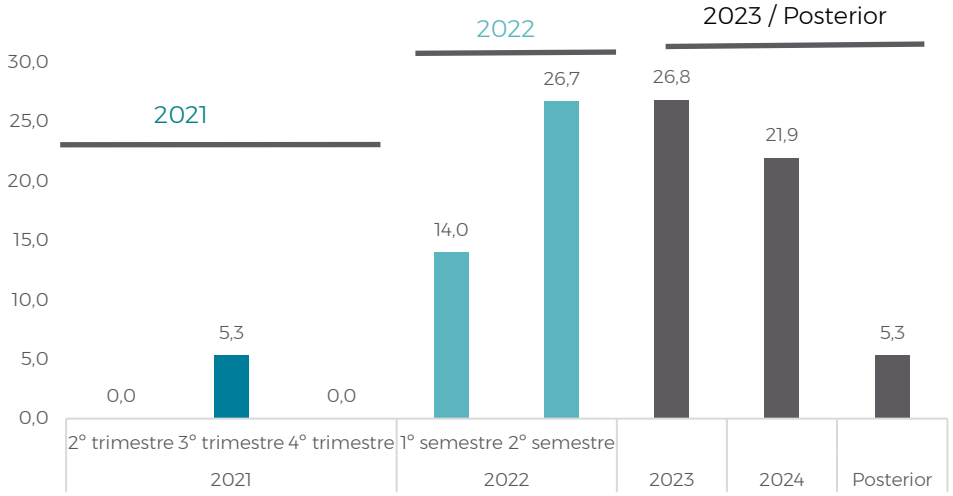
Opinión empresarial en Castilla y León (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

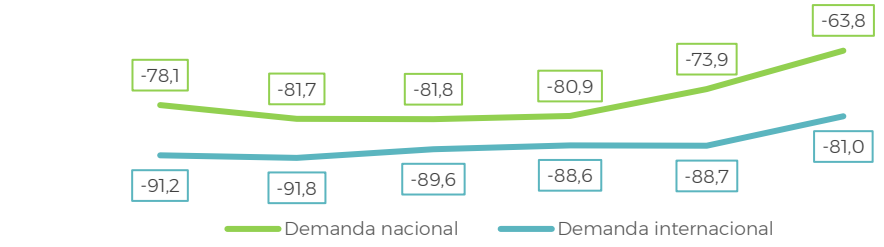


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **CASTILLA Y LEÓN**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CASTILLA Y LEÓN**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

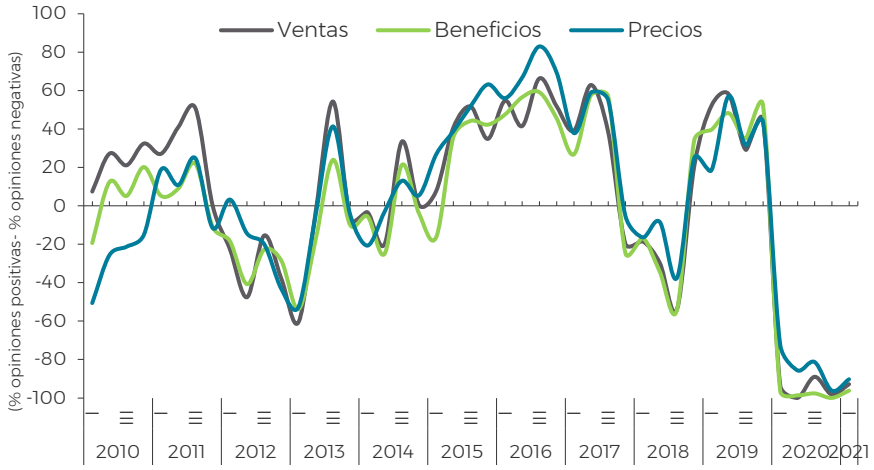




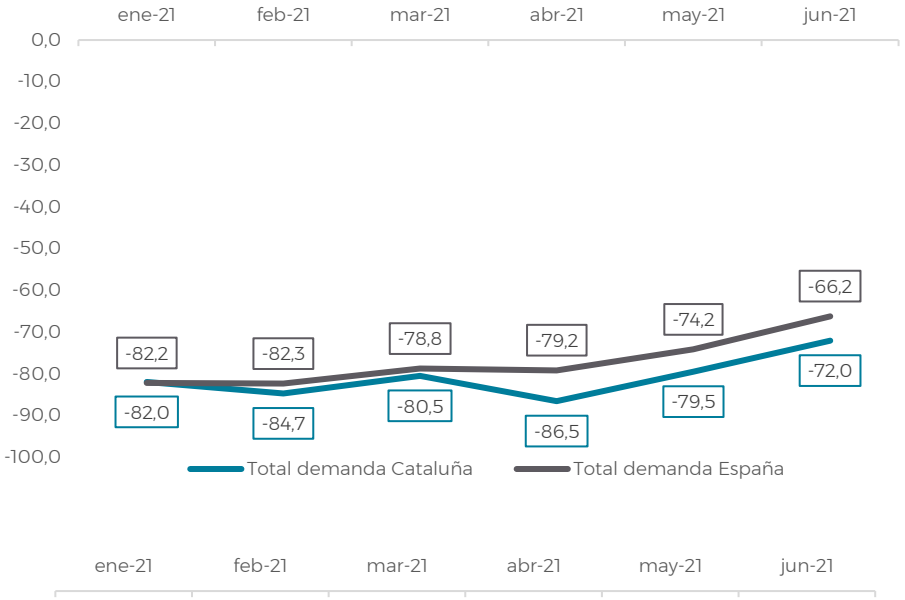
Exceltur

CATALUÑA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

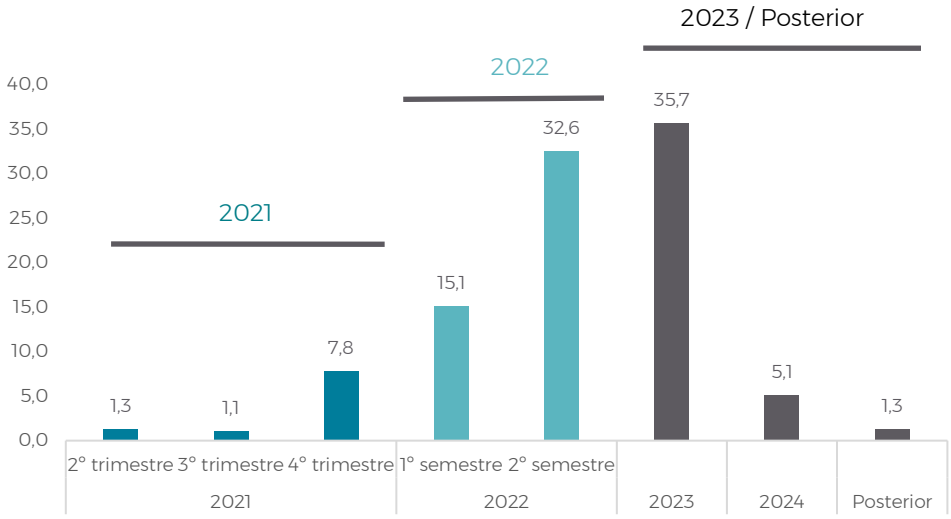
Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

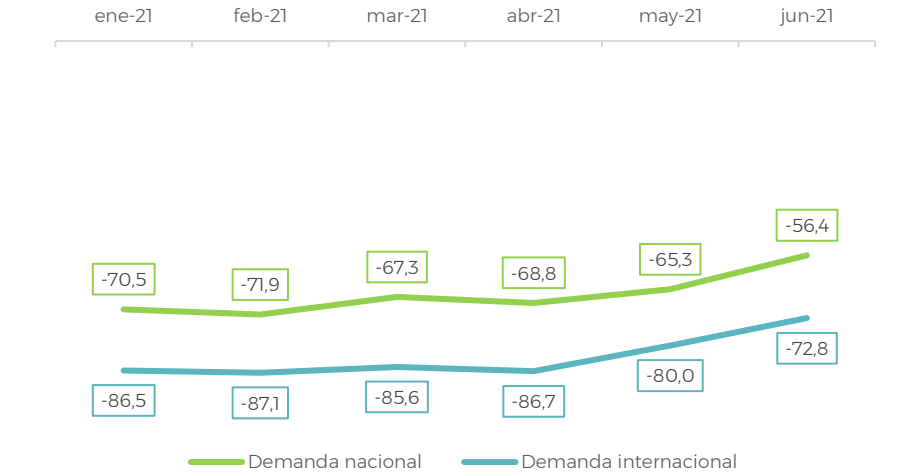


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 CATALUÑA
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 CATALUÑA
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

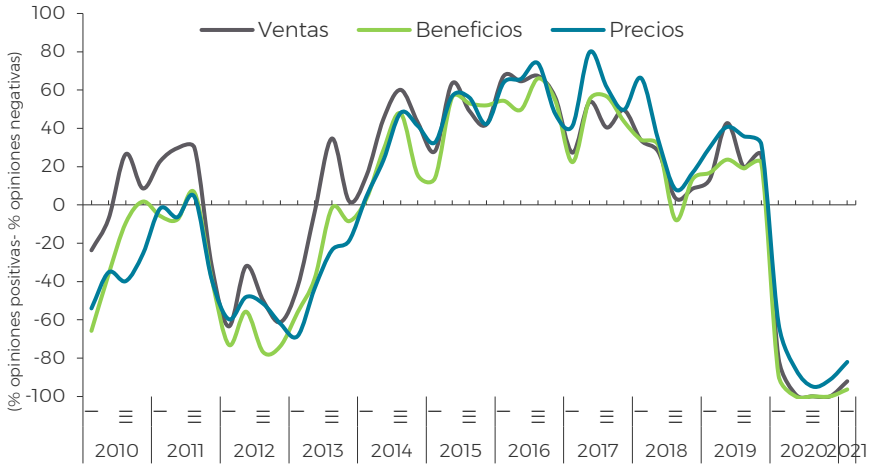




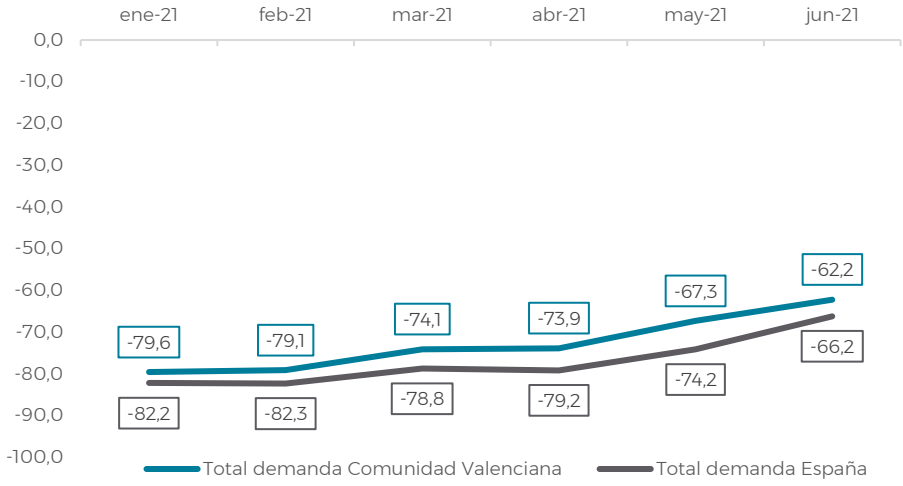
Exceltur

C. VALENCIANA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

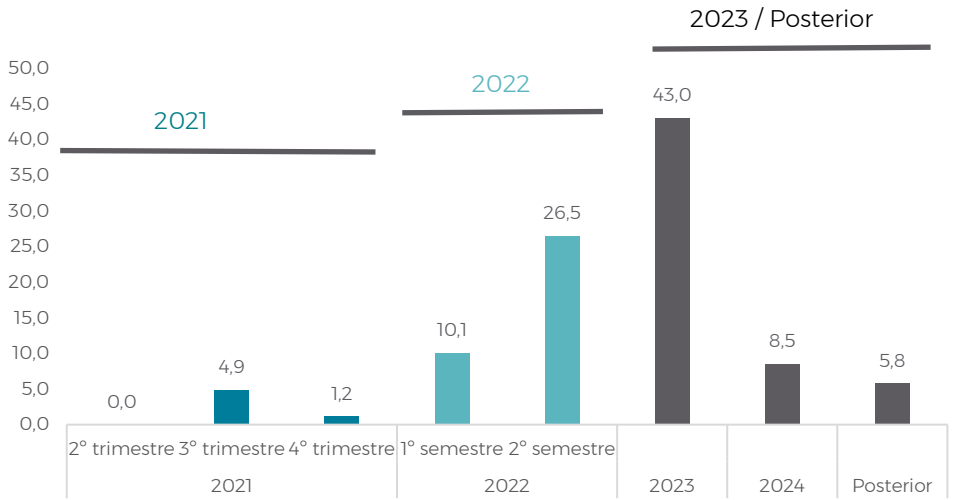
Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

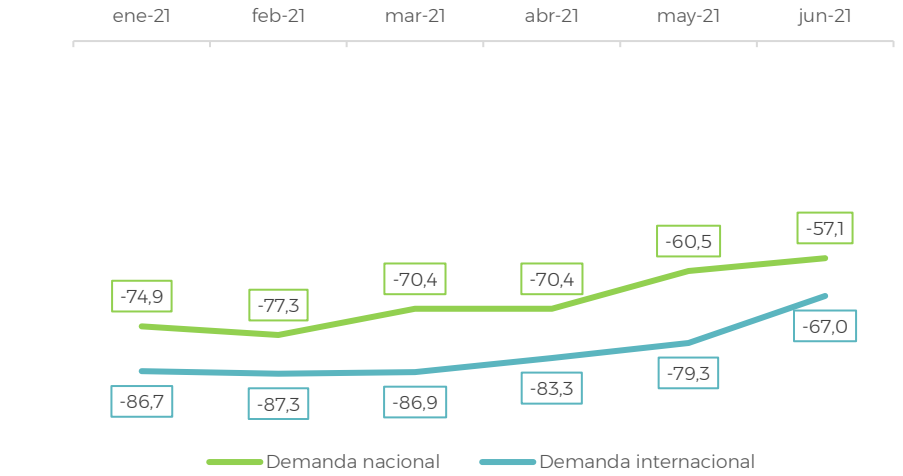


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 COMUNIDAD VALENCIANA
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



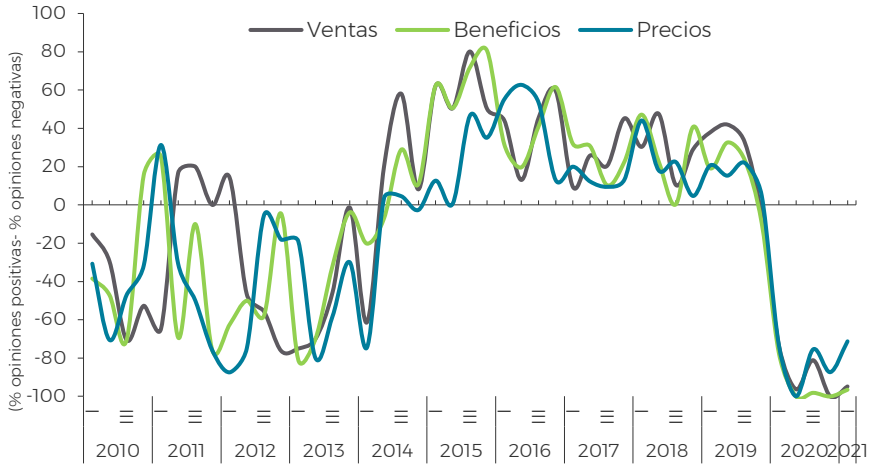
Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
C. VALENCIANA
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



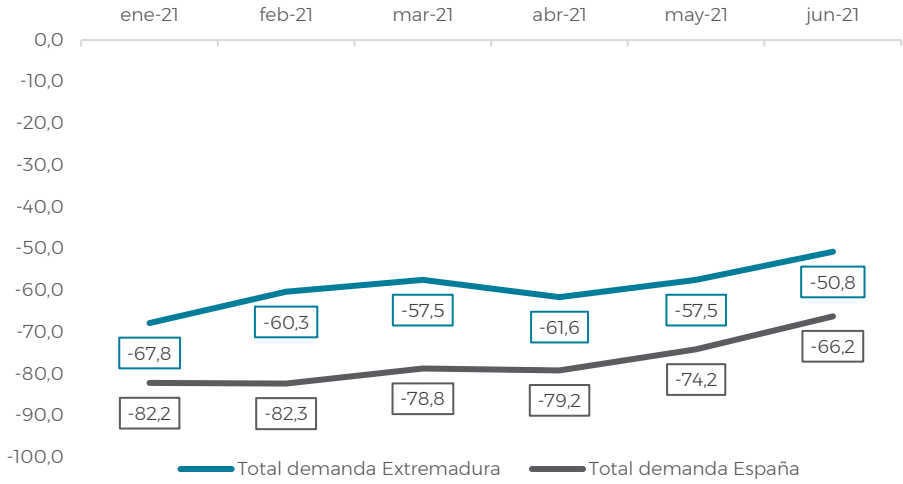


EXTREMADURA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

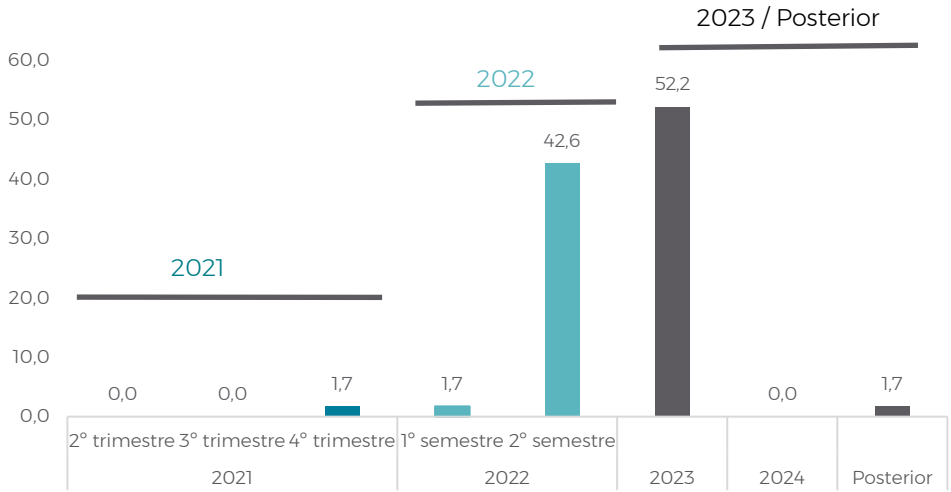
Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

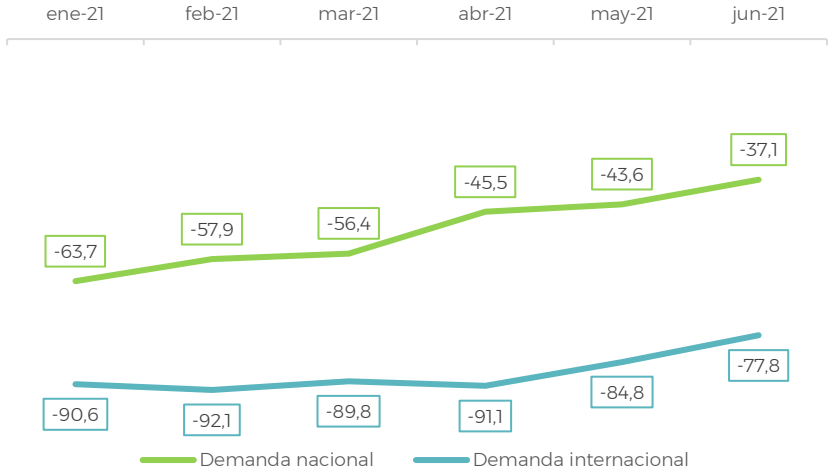


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **EXTREMADURA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **EXTREMADURA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

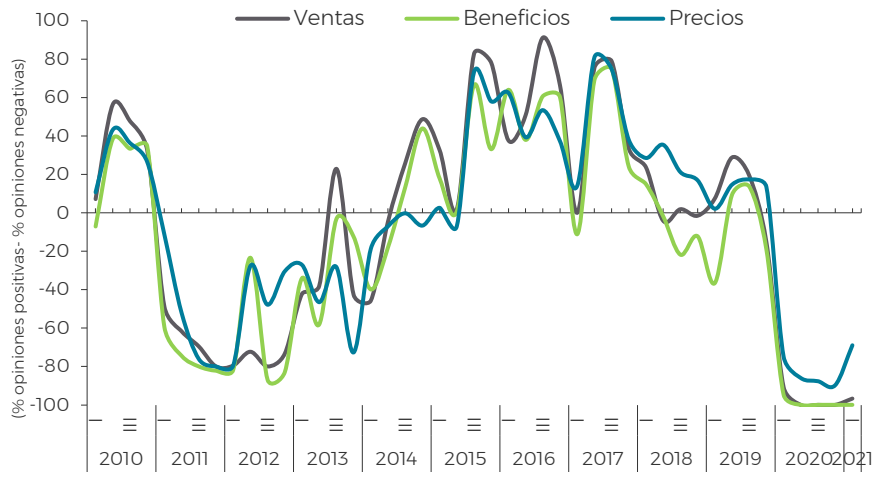




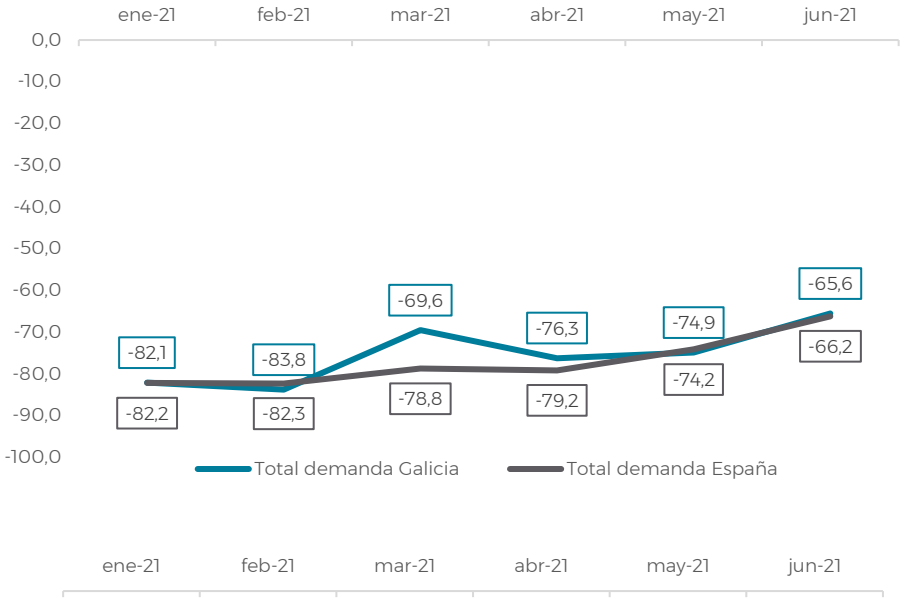
Exceltur

GALICIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

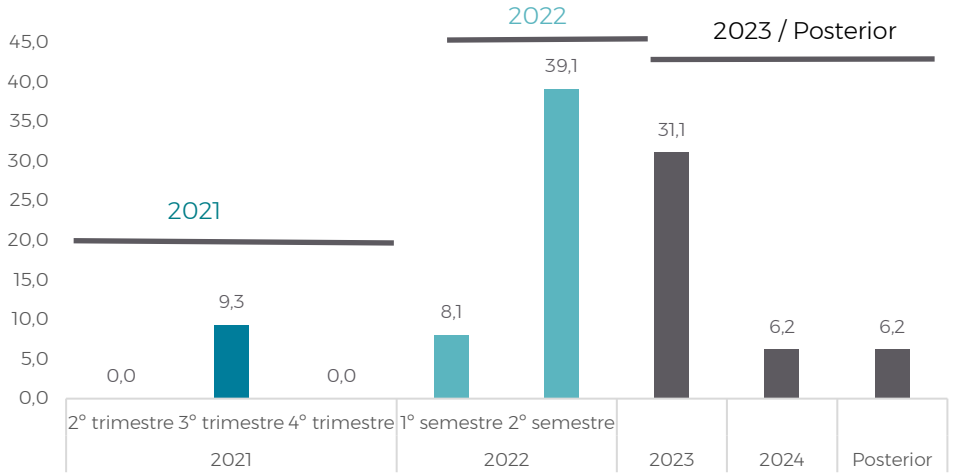
Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

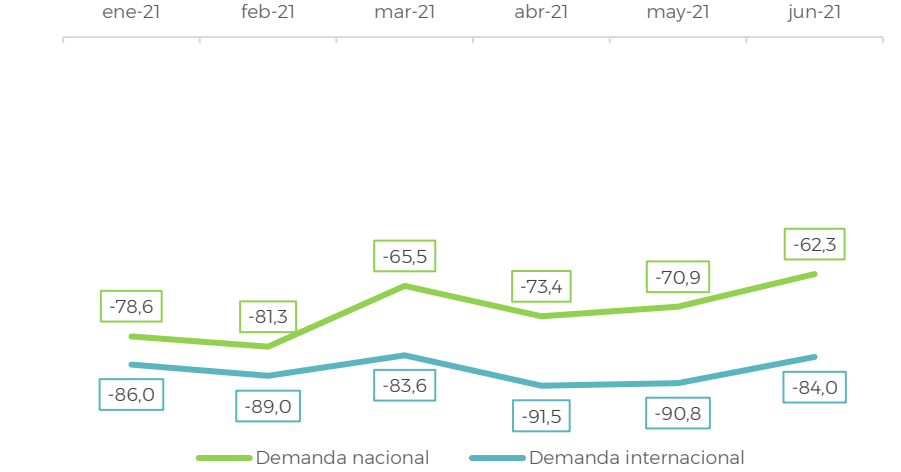


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **GALICIA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **GALICIA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

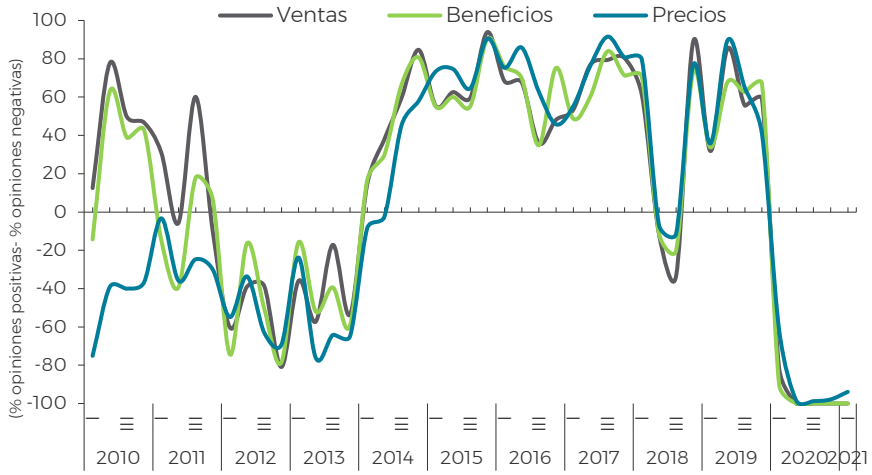




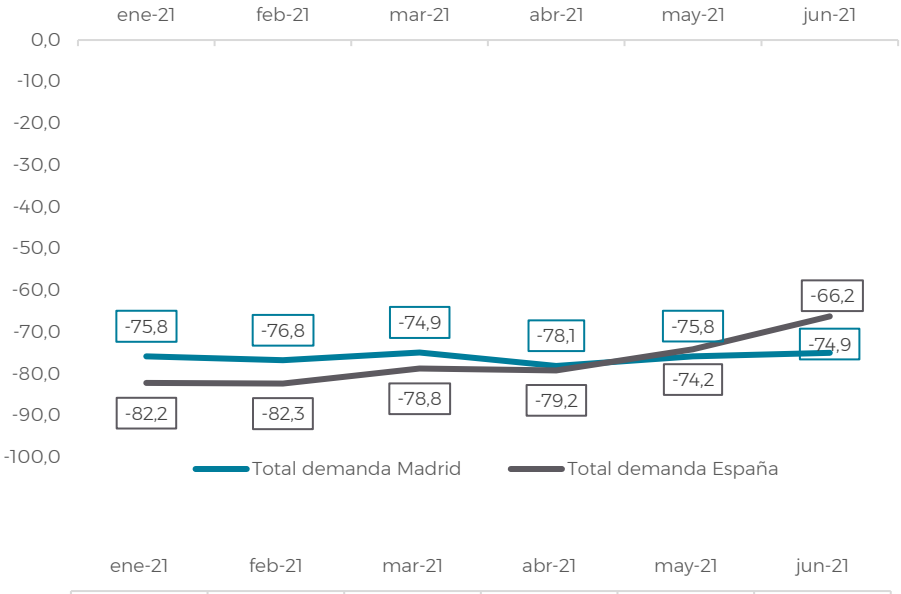
Exceltur

C. MADRID: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

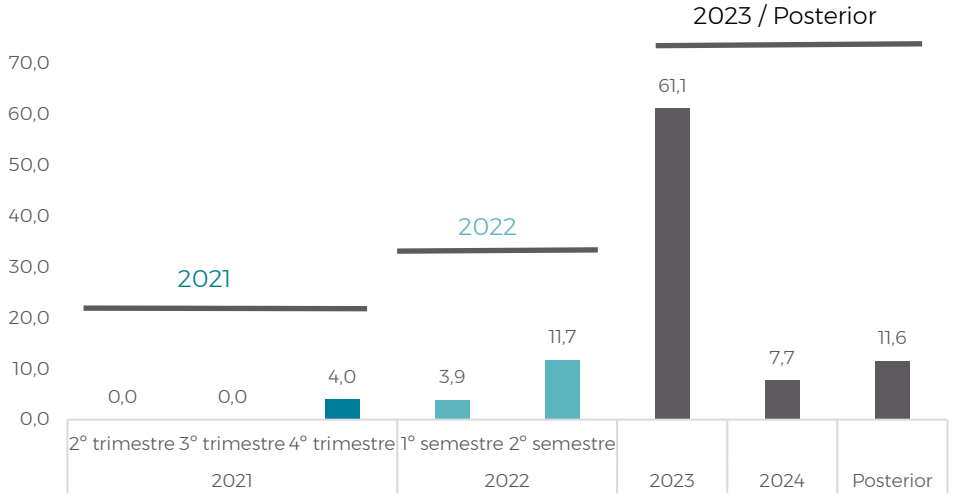
Opinión empresarial en Comunidad de Madrid (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

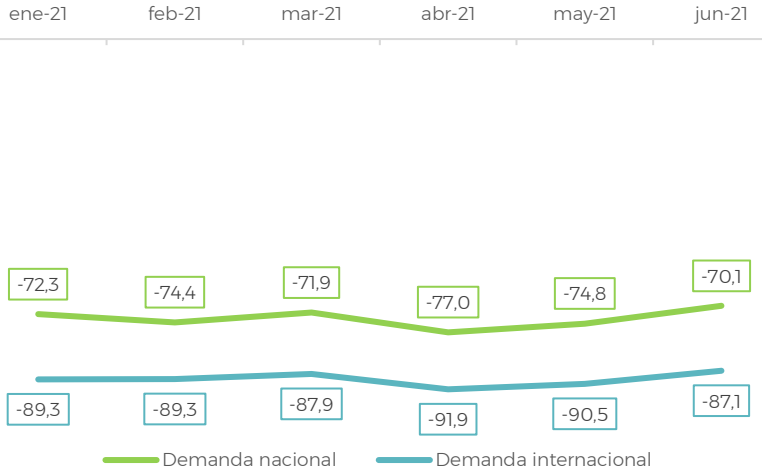


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **MADRID**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



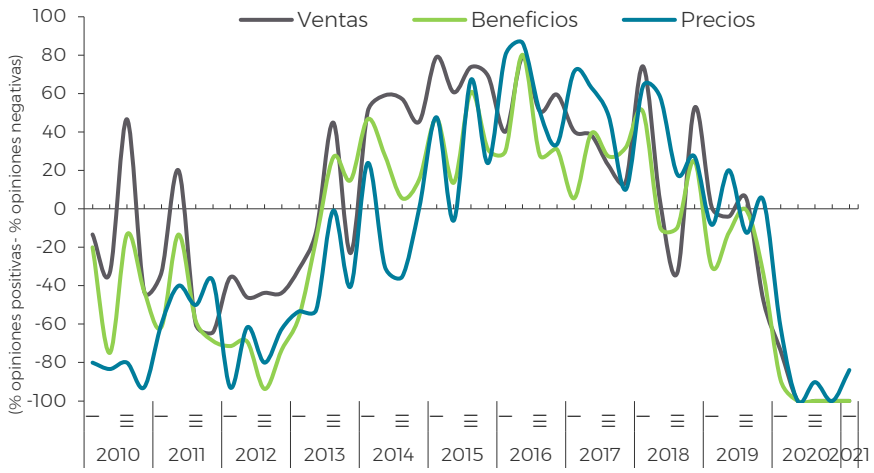
Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
MADRID
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



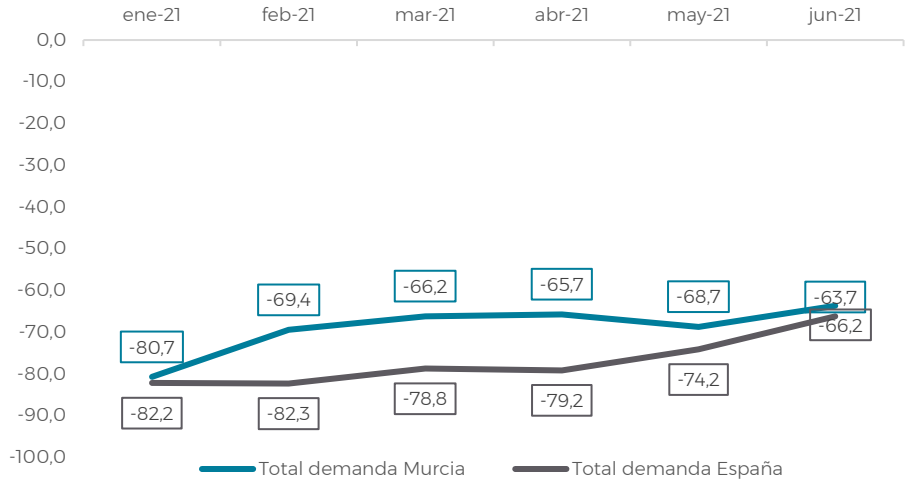


MURCIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

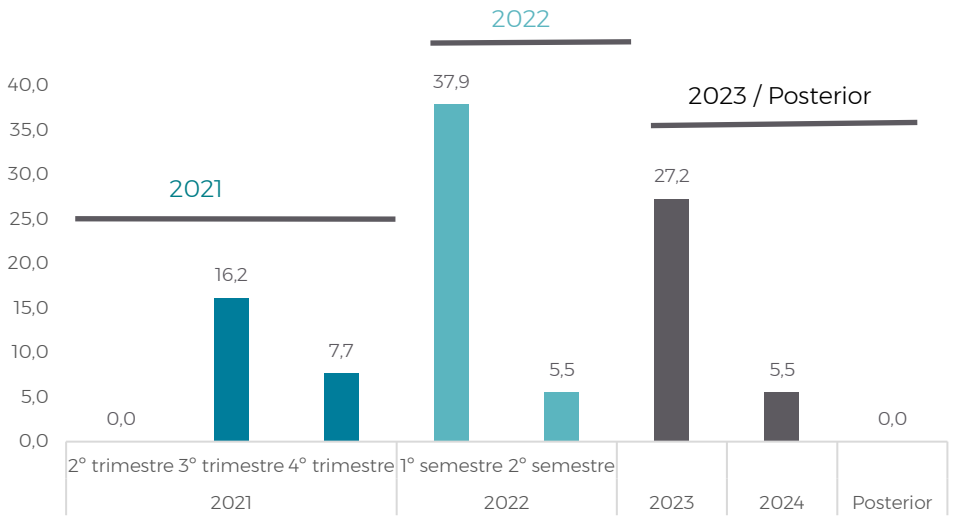
Opinión empresarial en Región de Murcia (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

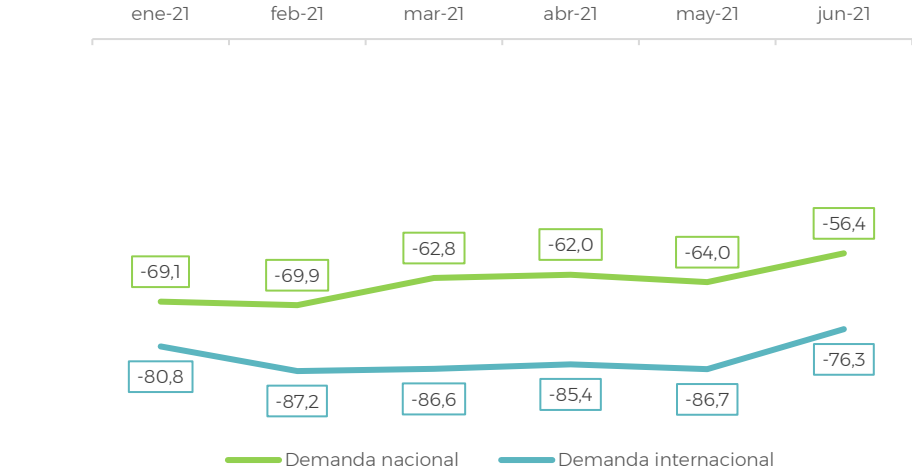


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **MURCIA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



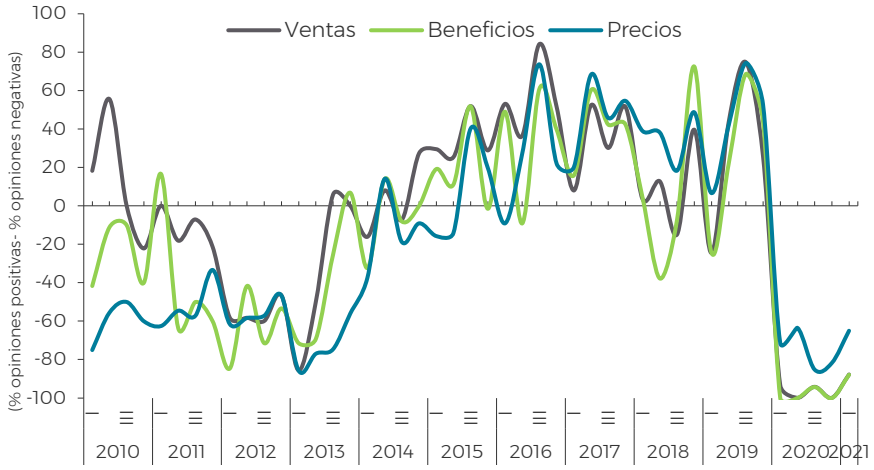
Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **MURCIA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



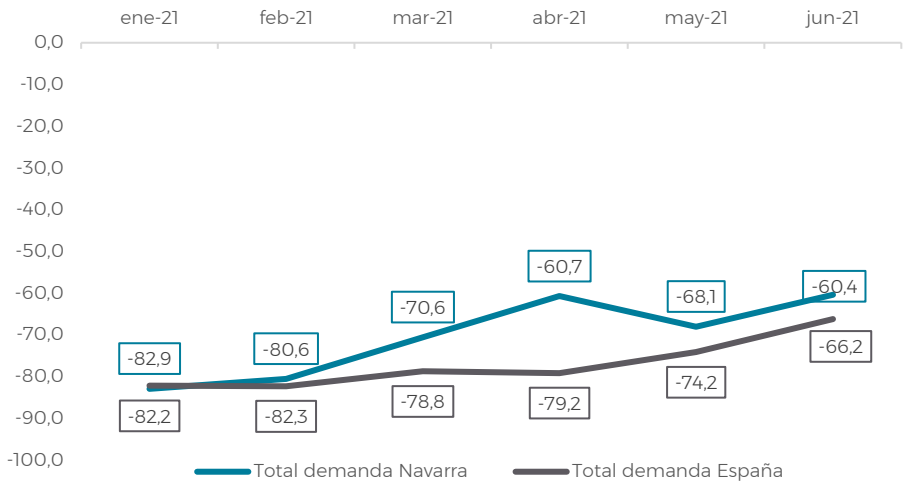


NAVARRA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

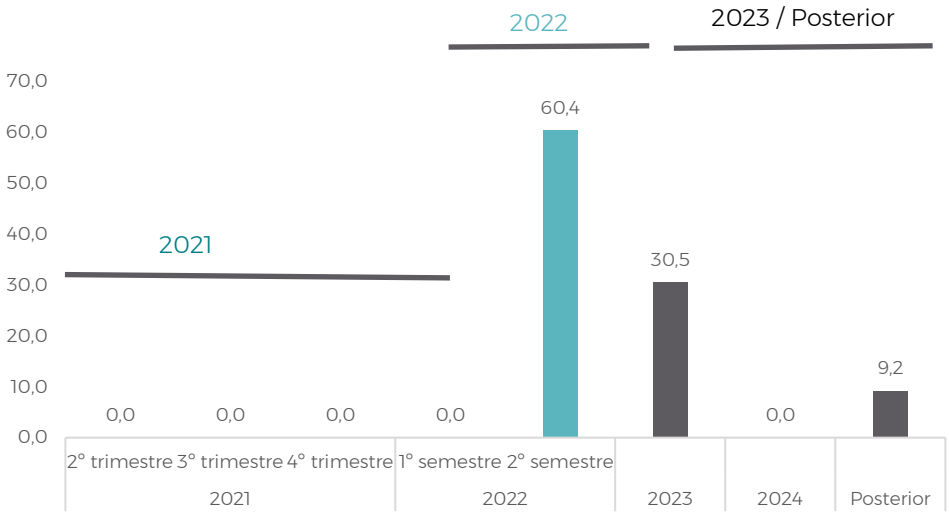
Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **NAVARRA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **NAVARRA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

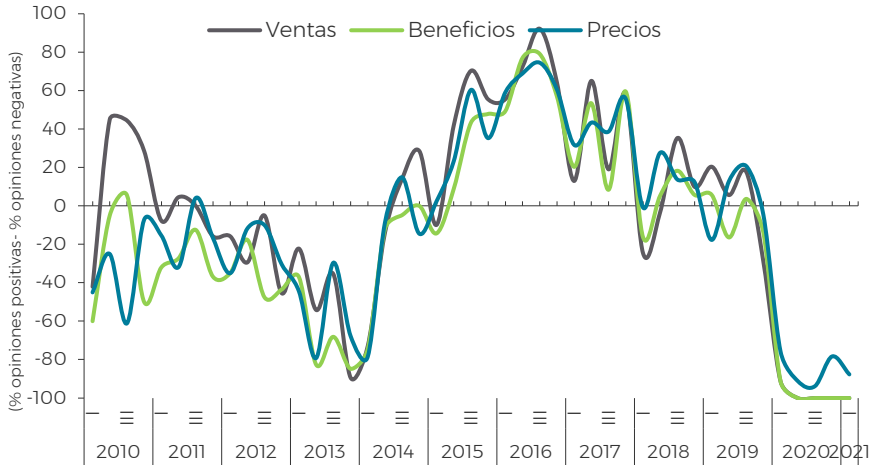


(*) Muestra insuficiente para mostrar el desglose de demanda nacional e internacional.

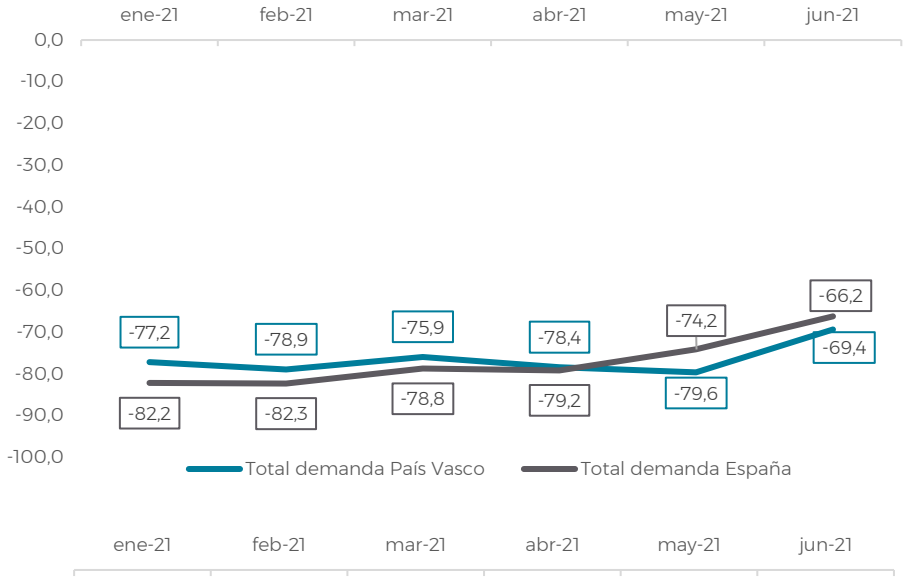
Exceltur

PAÍS VASCO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

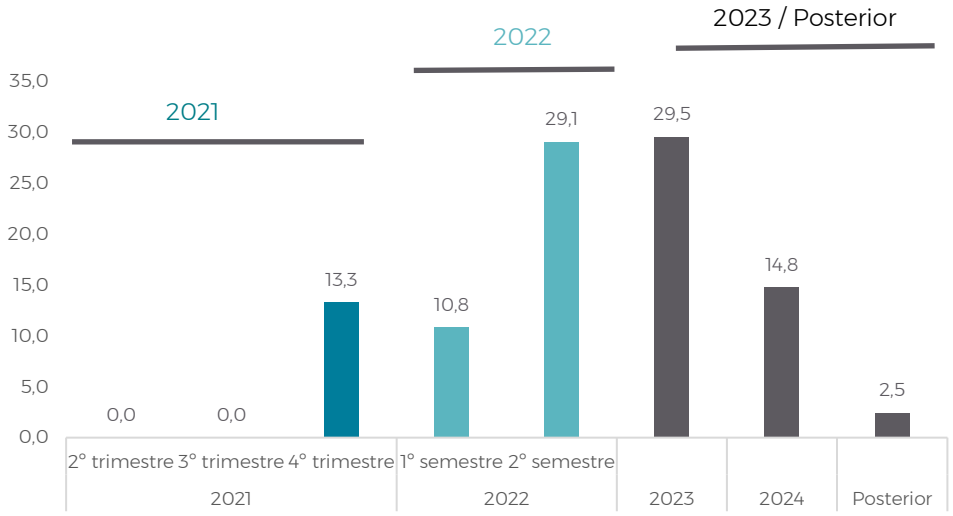
Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

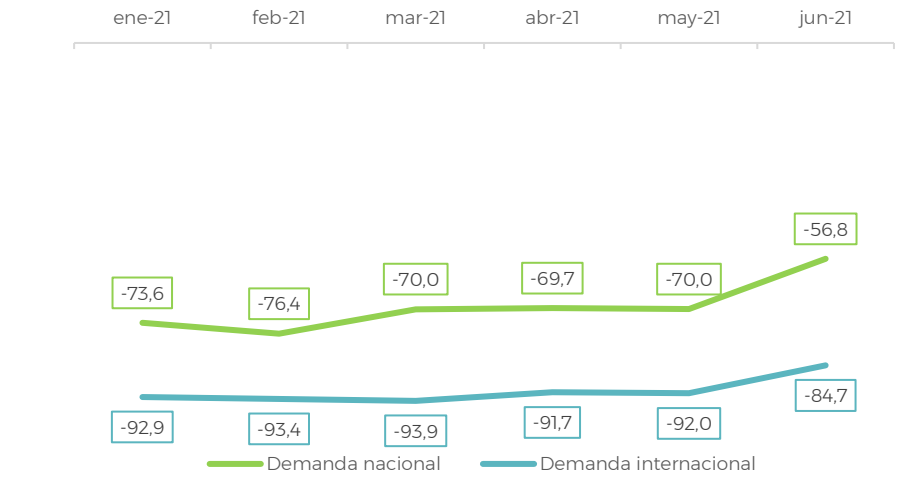


Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **PAÍS VASCO**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
PAÍS VASCO
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

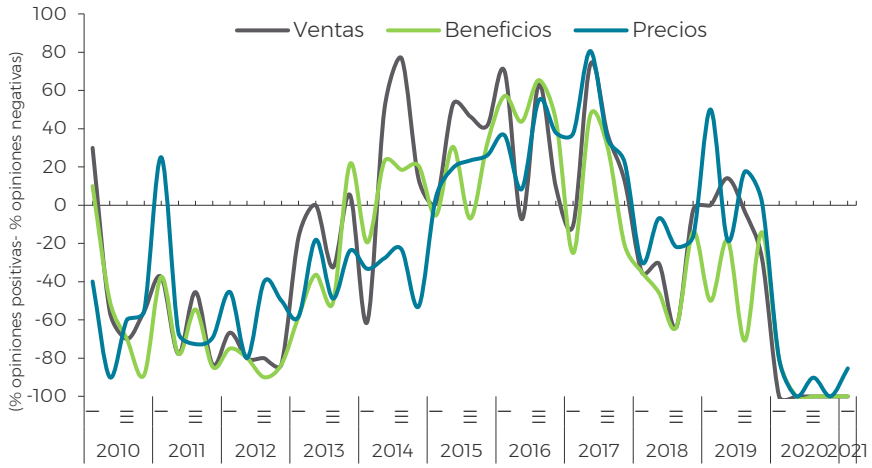




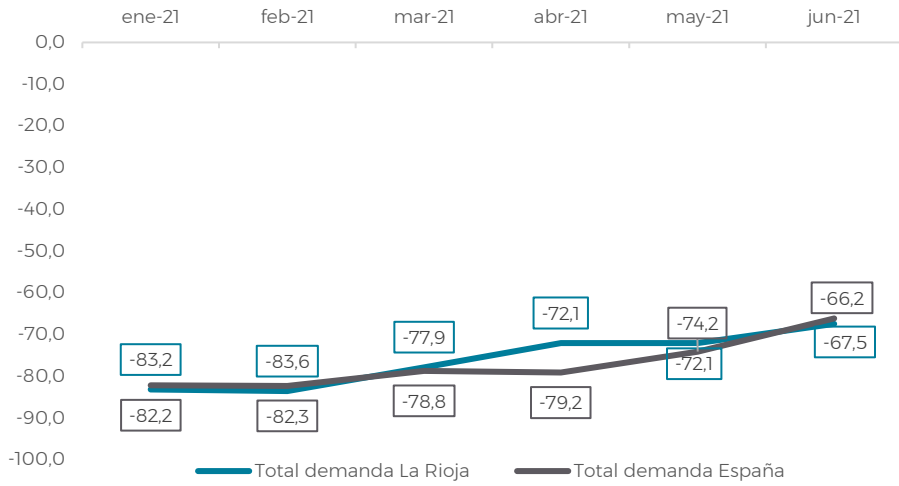
Exceltur

LA RIOJA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

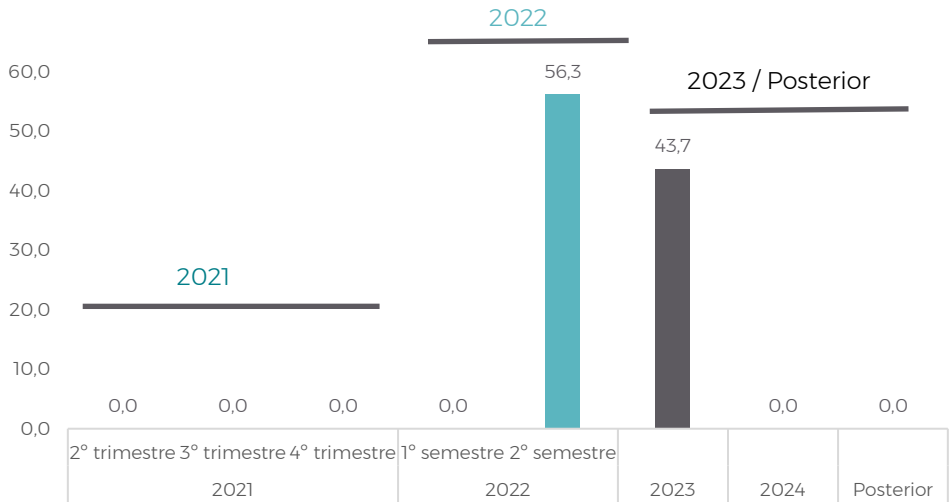
Opinión empresarial en La Rioja (*). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Variación interanual de las ventas en el I trimestre de 2021 y previsiones para los meses del II trimestre de 2021 **LA RIOJA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **LA RIOJA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



(*) Muestra insuficiente para mostrar el desglose de demanda nacional e internacional.

Exceltur

Exceltur
Alianza para la excelencia turística

PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

Nº 76

ABRIL 2021

VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL DEL IT DE 2021 Y PERSPECTIVAS PARA IIT DE 2021, AVANCE DEL VERANO Y CIERRE DE AÑO

Puedes encontrarnos en www.exceltur.org y en www.linkedin.com/company/exceltur