

# Valoración turística empresarial del 2º trimestre de 2021, perspectivas para el 3er trimestre de verano y para el cierre del año

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 14 de julio de 2021

## Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2021

- ✓ A pesar de constatarse una clara demanda embalsada y latente tanto interna como externa con crecientes deseos por viajar, al haberse mantenido las restricciones a la movilidad interna en España hasta el 9 de mayo, junto a limitaciones similares en otros países, ha provocado que **el 2º T de 2021 cierre con un nuevo desplome del PIB turístico del -69,0% vs el 2ºT 2019, si bien inserto en una tendencia de reactivación, acelerada en junio (-58,0% vs -72,6% en mayo)**, aún sujeta a vaivenes e incertidumbres.
- ✓ **El inicio de la temporada veraniega mejora algo el empleo turístico, pero aún sitúa en junio a 527 mil trabajadores del sector afectados por la pandemia (245 mil en ERTES y 280 mil personas afiliadas menos)**. Ello supone un 24,9% menos que en 2019, muy lejos de la ligera creación de empleo (0,6%) que ya refleja en este mismo periodo, el resto de los sectores de la economía española. Las ramas exclusivamente dependientes del turismo (agencias de viajes -47% en empleo (ERTES + menor afiliación) vs 2019, transporte aéreo -44,8% y hoteles y -40,7%) cierran junio como las más afectadas de todo el sistema productivo español (la siguiente es la confección textil y del cuero con el -17%, con muchas actividades ya por encima de 2019).
- ✓ **La escasa demanda turística del II Trimestre se ha visto limitada a los viajeros de negocios y el inicio de algunas ferias (FITUR), unido a una demanda española que a partir del fin del estado de alarma el 9 de mayo, ha favorecido las escapadas a destinos peninsulares de la costa y del interior (la estancia cae un 17%) y a la demanda de alemanes, franceses y centroeuropeos de países de menor tamaño (suizos, luxemburgueses) desde junio**. La de larga distancia y británica se ha mantenido inexistente.
- ✓ **Las compañías de transporte fueron los primeros en notar la reactivación de los viajes por el levantamiento de las restricciones de movilidad (-62,4% IIT21 en ventas vs IIT19)**, mientras los **hoteles urbanos mejoran ligeramente (-69,9%)**. Por el contrario, son los **hoteles vacacionales (del -80% de abril y mayo al -55,8% en junio) y las agencias de viajes (de -85% a -67%)** son los que más notan la recuperación a partir de junio a cargo de la demanda española y por el inicio de las llegadas desde algunos mercados externos, mientras **el ocio sujeto a mayores restricciones no acaba de despejar (-69,9% en el IIT)**.
- ✓ Por Comunidades Autónomas, **las del norte (impulsadas por el Camino de Santiago) y de interior, más dependientes de la demanda española, experimentan notables reactivaciones de sus ventas tras el fin del estado de alarma en mayo y, sobre todo, junio**, mientras **las regiones y destinos más dependientes de la demanda extranjera (Madrid -75,3% IITr vs IITr 2019, País Vasco -72,8%, Canarias -71,5%, Baleares -68,4%, Andalucía -70,3%, Co. Valencia -70,1% y Cataluña -65,4%)** siguen sufriendo caídas intensa en el II Trimestre, a pesar de una tímida reacción en sus últimos días.

## Perspectivas para el segundo trimestre y la temporada de verano (tercer trimestre) y el conjunto de 2021

- ✓ La tendencia que apuntaba a una progresiva y acelerada recuperación turística en España a partir de junio se ha visto truncada por la negativa repercusión internacional de los recientes rebrotes y elevadas tasas de contagio. **Atravesamos desde hace 10 días por un escenario muy volátil, que a modo de montaña rusa, está lleno de vaivenes e imprevistos de signo contrapuesto, que dificultan predicciones a corto sobre la posible evolución del verano y que pudieran empeorar las estimaciones que siguen**.
- ✓ **Ello exige de inmediato el mayor control a nivel nacional con políticas coordinadas del Gª y CCAA sobre los excesos y conductas irresponsables entre los ciudadanos y actores que han propiciado estos rebrotes** (viajes estudiantiles/botellones/pisos turísticos/eventos-espectáculos descontrolados etc.) que ponen en grave riesgo al sector turístico y su generación de empleos.
- ✓ **Asimismo se requieren nuevas métricas y/o una mejor interpretación de las actuales, para comunicar mejor y trasladar internacionalmente una imagen más sosegada y de mayor seguridad de España y sus destinos ante, unos efectos del COVID, distintos y menos alarmantes que hace 1 año, con los que tendremos que aprender a convivir a medio plazo**. Efectos que por el momento, no inciden en mayor presión hospitalaria, o sobre UCI,s , unido a la proximidad de lograr unos niveles de vacunación que pronto superarán el 70% y la inmunidad de grupo en España, que debería reforzar nuestra imagen de seguridad.
- ✓ Sin perjuicio de lo anterior y del potencial riesgo extremo al que pudiera enfrentarse el sector y sus empresas si se siguen recrudeciendo los rebrotes, especialmente en zonas turísticas, **estimamos que ese trimestre de verano cierre con una caída del PIB turístico del -34,9% respecto al verano de 2019**. Si bien mucho mejor que el del verano de 2020, -58,4% vs 2019, es ligeramente peor en un punto, que la previsión anterior de abril (-33,9%). **Ello supondría generar una actividad total directa e indirecta (PIB Turístico y no solo ingresos) en este trimestre de 37.978 Mlls. de euros, que supera notablemente los 24.301 Mlls. de euros de 2020, aunque aún bastante menos de los 58.372 Mlls. de euros -generados en este mismo trimestre de 2019**.

- ✓ Al margen de la potencial incidencia de nuevos rebrotes que podría desvirtuar estas previsiones, esta corrección a la baja del IIT a pesar del gran comportamiento de la demanda interna, viene influida por el retraso del inicio de la llegada de británicos a España, hasta la última decena de julio y al freno y tendencia a la ralentización ya acusada en el ritmo de reservas, de los mercados francés, alemán e italiano ante las recientes recomendaciones de sus Gobiernos, desaconsejando viajar a España.
- ✓ Si las nuevas cepas no generan nuevas limitaciones a la movilidad y/o restringen actividades esenciales de ocio, partiendo de la gran propensión a viajar de la población a nivel global, junto a la velocidad de vacunación y en un contexto de acumulación de ahorro y buenas perspectivas para el consumo, **estimamos que el 4º trimestre de 2021 se comporte mejor de lo previsto** lo que nos lleva a revisar nuestra estimación del PIB para el conjunto del año 2021, cifrando la caída de actividad un -46,9% respecto a 2019 :72.514 millones de € menos, algo mejor que la esperada en abril (-47,5% vs 2019: 73.407 millones de € menos que 2019) y mejor que la del año 2020 (-65,4% vs 2019: -100.979 millones de € vs 2019). **Ello supondría generar 81.973 mlls de € (PIB turístico) para el conjunto del año 2021, versus los 53.508 mlls. de € en el 2020 y los 154.487 mlls. de € del año 2019.**
- ✓ Si bien los empresarios en la última encuesta de EXCELTUR, aspiran con muchas cautelas a una reactivación de sus ventas en todos los subsectores de la cadena de valor turística en los próximos meses de verano, estarán aún muy lejos de los niveles de 2019 y de poderse vislumbrar una clara tendencia de recuperación sin potenciales sobresaltos en el camino. **Empresas de transporte de pasajeros** (-36,3% en el IIT21 vs IIT19 desde el -62,4% del IIT), **alojamientos vacacionales en el litoral peninsular** (-41,1% desde -69,1% en el IIT) y establecimientos de ocio en esos destinos, anticipan mejor reactivación de ventas. Por contra, las caídas de facturación se sitúan por encima del -50% en los establecimientos alojativos de los **destinos urbanos y vacacionales más orientados a la demanda extranjera** y entre los prestadores de servicios finales en esos destinos (**ocio, alquiler de vehículos**)
- ✓ Los destinos **vacacionales de la España Verde** (Cantabria -17,2% IIT21 vs IIT19; Asturias -19,6%; Galicia -23%) y destinos de **interior** (Extremadura -13,1%, Castilla-La Mancha -13,1%, Rioja -17,9%, Aragón -18,3%) serán de nuevo los protagonistas de la reactivación turística en el verano de 2021 por el fuerte impulso de la demanda nacional. Dentro de los destinos del **litoral** se descuenta un **mejor comportamiento en aquéllos con mayor presencia de turistas nacionales** (Andalucía litoral -35,9%, Murcia -35,1%). Por el contrario, la reactivación será menor en **destinos insulares** (Baleares -45,2%, Canarias -44%) y los del **litoral más touroperizados e internacionalizados**. Los empresarios turísticos anticipan una reducida actividad en los dos meses centrales de la temporada estival en los **grandes destinos urbano** (Madrid -62,3%, Barcelona -52,2%), **ciudades vascas** (País Vasco -44,8%), **andaluzas y valencianas** (Andalucía urbano -42,2%, Comunidad Valenciana urbano -47,1%), por la mayor incertidumbre sobre la reactivación de la demanda internacional y del largo radio.

## 20 medidas clave para tratar de sortear la volatilidad actual de cara a la temporada de verano 2021 y favorecer en paralelo, la recuperación y transformación competitiva del sector turístico

### A.- En el ámbito sanitario y la comunicación externa sobre los impactos de los rebrotes/incidencia

1. **Acelerar al máximo la vacunación, priorizando los grupos de mayor riesgo que ahora son los jóvenes, para llegar al 70% de la población española con pauta completa, a la mayor brevedad.**
2. **El turismo como una gran política nacional de Estado ante el COVID, comunicando mejor y evitando contradicciones entre las diversas medidas que para reducir al máximo los rebrotes, se están adoptando por diversas CCAA, eximiendo/suavizando las posibles restricciones para el disfrute de algunas actividades turísticas (ocio nocturno) a los vacunados con pauta completa.** Ej. Frances y valorándose en Baleares.
3. **Enfatizar la comunicación sobre las métricas que reflejan mejor la menor gravedad de la 5ª ola en España y mejoren la comprensión sobre la seguridad de los destinos españoles, relativizando su comparación con la situación del año pasado por estas épocas, dado los actuales y elevados niveles de vacunación y que además afecta a una población joven que apenas genera presión hospitalaria, ni en las UCI's y apenas eleva la tasa de mortalidad por COVID.**

### B.- En el ámbito laboral

4. **Extender los ERTes, para el turismo mínimo hasta finales de 2021 e ideal un año más hasta fines de 2022.**
5. **Contemplar y suavizar en el Diálogo Social, las anunciadas intenciones de devaluar ciertos aspectos de la Reforma Laboral (temporalidad) que son claves para el sector, ya que afectan al turismo de forma muy diferente a otros sectores.**

### C.- En el ámbito financiero

6. **Acelerar el cobro, facilitando las condiciones de acceso y elevando la dotación de las ayudas directas a fondo perdido específicas para el sector** (Hoy no es correcto decir que existan 7.000 MM €. de ayudas disponibles solo para el turismo).

7. **Acelerar la gestión de la SEPI y el posible monto disponible para la concesión de paquetes de rescate para las empresas turísticas que lo han solicitado y/o lo puedan solicitar (muy ralentizado).**
8. **Facilitar / extender las condiciones de repago de créditos ICO.**

#### **D.- En el ámbito del marketing internacional (TURESPAÑA)**

9. **Urgente campaña de comunicación en los principales países europeos que han promulgado recomendaciones (que no prohibiciones) en contra de viajar a España, para trasladar mejor ante sus potenciales consumidores, la realidad actual/ de mucha menor gravedad de los rebrotes/ tasas de incidencia de contagios en nuestros destinos.**
10. **Continuidad y refuerzo de las campañas puntuales de promoción para estimular demanda externa en los principales mercados reforzando la imagen de nuestros destinos como lugares seguros.**

#### **E.- En el ámbito diplomático/ de acuerdos supranacionales y/o bilaterales**

11. **Acordar nuevas métricas o reinterpretación de las existentes a nivel UE, para no alarmar/castigar los rebrotes/tasas de incidencia que hoy generan unos efectos adversos mucho más limitados que cuando se acordaron esas métricas**
12. **Negociar con UK, para que no haya marcha atrás y/o nuevas medidas disuasorias para España que neutralizasen la flexibilidad recién anunciada, de viajar a destinos españoles ámbar, por sus ciudadanos vacunados y los menores de 18 años.**
13. **Negociar en la UE para que se respeten los acuerdos del Certificado Verde Digital, sin aplicar frenos de emergencia arbitrarios/descoordinados o bien bilateralmente, en los casos que proceda (Alemania, Francia, Italia.) para evitar recomendaciones adversas a viajar a España y/o que éstas pudieran llegar a transformarse, sin causas muy justificadas, en medidas claramente disuasorias al turismo como cuarentenas, dobles/triples PCR.s ...etc.**

#### **F.- En el ámbito de la gestión de infraestructuras turísticas clave: Ej. AENA evitando posiciones de dominio en aeropuertos**

14. **Asegurar todos los medios humanos y tecnológicos para agilizar el control y reforzar la imagen de seguridad sanitaria de entrada en aeropuertos, sin repercutir sus costes a los usuarios finales, tal como hacen los demás operadores turísticos que ante la volatilidad existente, hoy asumen esos costes, contra sus propios márgenes.**
15. **Adherirse/respaldar la recomendación de la CNMC de bajada de tasas en los próximos años (para tener aeropuertos más competitivos, evitando posiciones de dominio), tal como el resto de todos aquellos actores turísticos, a los que AENA debe indirectamente sus flujos y resultados, que están sacrificando precios o márgenes, para estimular su demanda.**
16. **Propiciar los acuerdos más consensuados y equitativos con sus diversos concesionarios/arrendatarios, mientras exista volatilidad/incertidumbres en los volúmenes de pasajeros que transitan por sus aeropuertos y, en los que basan sus exigentes condiciones de arrendamiento.**
14. **Evitar subcontrataciones de servicios a la baja, en condiciones que pudieran mermar la calidad de las prestaciones percibidas por los usuarios/pasajeros: Ej. Limpieza, seguridad, control sanitario...etc.**

#### **G.- En el ámbito de promover la gradual transformación estructural del sector turístico y sus modelos de negocio**

18. **Impulsar un PERTE específico para el sector turístico de cara a priorizar y transformar integralmente los destinos maduros, bajo idénticas lógicas a las de los PERTES previstos para el automóvil, agroalimentario etc. Ello reforzaría y complementaría el actual planteamiento de reparto de recursos a ser reasignados/priorizados por las CCAA, sin desvirtuar el potencial arranque de unos pocos grandes proyectos tractores de alcance nacional, apoyados por recursos privados, en proyectos más consensuados y gestionados desde una óptica profesional, que favorezca las economías de escala y las trasposiciones interinstitucionales.**
19. **Procurar una clara identificación y asignación de recursos de otros Ministerios que, por su incidencia sobre el turismo, deban reservarse/priorizarse/coordinarse, sin solaparse con los del Mº de Industria y Turismo ,en favor de potenciar las iniciativas y elevar las dotaciones de fondos, para la transformación estructural del sector.**

#### **H.- En el ámbito de la gobernanza/colaboración público-privada**

20. **Establecer un reducido grupo de trabajo público-privado multinstitucional y multisectorial, que con visión transversal recoja y transponga los inputs empresariales en los diversos proyectos a iniciarse, evitando foros puntuales y multitudinarios donde recabar una adhesión testimonial y/o de trámite, sin capacidad de asumir compromisos/cambios sobre la marcha (CONESTUR).**