

Valoración turística empresarial del verano de 2021 y expectativas para el cuarto trimestre y el cierre del año 2021

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 7 de octubre de 2021

Valoración turística empresarial del verano de 2021

- Se cierra un esperanzador verano turístico de 2021 en cuanto a la tendencia de reactivación de su actividad se refiere, si bien muy desigual y asimétrica y, aún muy lejos de la deseada normalidad. **El PIB turístico cierra el 3er trimestre recuperándose progresivamente de la caída de 2020, con un -27,0% respecto a la actividad del verano 2019. Ello mejora en ocho puntos la previsión de EXCELTUR de julio (-34,9%) y en valores absolutos el PIB/actividad turística Jul- Sept alcanza 42.632 Mills.de €.**
- **A pesar de ello, y con caídas acumuladas de ingresos superiores al -60% a julio de 2021, el turismo según el INE, sigue siendo el sector con la facturación más alejada de la normalidad prepandemia de entre el conjunto de sectores de la economía española. De hecho, las otras ramas de servicios apenas caen un 6,5% y la industria está un 4,4% por encima y cabe señalar que los ingresos por actividad turística perdidos desde marzo de 2020 ascienden a 164 mil Mills. de € respecto a 2019.**
- **El ritmo de recuperación del empleo turístico (un 13,9% en septiembre por debajo del de septiembre de 2019), es mejor que el de la propia actividad (-27,0%). Ello refleja el deseo y compromiso de los empresarios turísticos, para adelantarse a unas expectativas aún inciertas, propiciando una apertura anticipada del mayor número de instalaciones y contratación de empleo posible.** Las ramas más directamente relacionadas con el turismo, son las que siguen sufriendo más en términos de empleo (AA.VV. -36,2% septiembre de 2019 vs sep 19, transporte aéreo -27,8% y alojamiento -20,8%).
- **La demanda española, sorprendiendo por su intensidad, se erige en la impulsora determinante de la actividad turística en España durante los meses de verano de 2021, mejorando los niveles de 2019, con un crecimiento estimado del +3,4% sobre el consumo del 3er trimestre de 2019.** La fuerte demanda cautiva y obligada a vacacionar en España por las dificultades de viajar al exterior, ha elevado los efectos multiplicadores de su consumo turístico, en los destinos españoles.
- **La demanda extranjera hacia España si bien muestra, a pesar de la volatilidad e incertidumbres por las restricciones sanitarias en los mercados origen, una leve recuperación, cierra con un -48,5% por debajo de 2019.** Se identifican fuertes diferencias en función de esas restricciones: mejor comportamiento en mercados de proximidad; el francés (-19,1% en pernoctaciones hoteleras en jul-ago 21 vs 19), de centro Europa (Suiza -20,6%, Holanda -28,9%, Bélgica -31,9%) y, en menor medida, el alemán (-45,3%), mientras sufre UK (-73,5%), Italia (-59,1%) y larga distancia (Japón -91,0%).
- **Resultados muy dispares entre empresas, subsectores y destinos, en el 3er trimestre, con una mayor recuperación agregada de ingresos empresariales (se cierra con un -29,5% jul-sep 2021 vs 2019) que, de márgenes, entre otros, por el encarecimiento de los suministros y costes operativos en los que destaca los energéticos (+20%).**

Aquellas compañías con la mayor orientación digital, mejor imagen de marca y distribución directa, junto a una mejor capacidad de gestión de costes y de generar economías de escala, posicionados en las gamas más premium, registran de manera progresiva, márgenes y resultados manifiestamente mejores que el resto y que algunas compañías, que, en el mismo contexto, ubicación y subsector, atraviesan por graves dificultades financieras.

- Los hoteles vacacionales (-21,3%) y las empresas de ocio localizadas en destinos peninsulares de predominio de demanda española, registran un balance mucho mejor que los hoteles urbanos (-33,4%), las empresas de alquiler de coches (-33,5%), compañías de transporte (-34,4%) o las agencias de viajes (-37,7%), todos ellos afectados por una ralentización en la tendencia de recuperación acusada en septiembre.
- La **costa de Huelva** (+11,8% jul-ago 21 vs 19) y **Cádiz** (+2,9% jul-ago 21 vs 19) cierran un gran verano, con ingresos por encima de 2019, al igual que **Castilla La Mancha** (+1,7% jul-sep21 vs 19) y **Extremadura** (+4,6% jul-sep21 vs 19). En la misma línea, se sitúa **Asturias** (+2,2% jul-sep21 vs 19), **Cantabria** (-1,7% jul-sep21 vs 19) y **Galicia** (-2,1% jul-sep21 vs 19), impulsado por el año Xacobeo.
- Las grandes ciudades dependientes de la demanda internacional sufren notablemente, con **Barcelona** (-62,6% jul-ago21 vs 19) y **Madrid** (-56,6% jul-ago21 vs 19) a la cabeza, al igual que en zonas vacacionales es el caso de los **destinos canarios** (-30,8% jul-sep 21 vs 19), **Mallorca** (-40,2% jul-ago21 vs 19), **Benidorm** (-40,1% jul-ago21 vs 19) o la **Costa Dorada** (-36,2% jul-ago21 vs 19).

Expectativas empresariales para el IV trimestre y el conjunto de 2021

- **La aún baja visibilidad empresarial a corto plazo, para lo que resta del año, salvo para Canarias, dificulta aproximar con mayor certeza la continuidad de la tendencia de reactivación turística y la deseable mejora en intensidad el 4º trimestre.**

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

- **Los empresarios turísticos españoles esperan un ligero avance en la recuperación de ingresos de sus actividades en el 4º trimestre de 2021 hasta lograr un -26,3% respecto al mismo período de 2019, mejorando algo la senda del -29,5% de este verano, aunque sujeto a las incertidumbres de irse consolidando cada día más, la tendencia de reservas de último minuto.**
- **Se observa un perfil desigual en la reactivación de las ventas entre los diferentes subsectores de la cadena de valor turística y destinos por la mayor volatilidad de la demanda internacional y turismo de negocios, junto a unos márgenes debilitados por la senda al alza de los costes de energía e impacto sobre otros suministros:**
 - Los **hoteles urbanos (-30% vs IVT19)** más internacionalizados y **prestadores de servicios de ocio en estos destinos** anticipan un avance en su senda de reactivación con una aún reducida visibilidad a más de un mes. Las empresas de **transportes de pasajeros (-28,3% vs IVT19)** y **grandes grupos de agencias de viajes (-30,1% vs IVT19)** esperan un cuarto trimestre algo mejor que el del verano, mientras en los destinos del litoral abiertos en invierno (**-20,7% vs IVT19**), fundamentalmente Canarias, prevén una tendencia de reactivación y clara mejora para los últimos meses del año, derivada del progresivo mejor desempeño esperado de la demanda de emisores europeos.
 - Las grandes ciudades descuentan seguir avanzando en la senda de reactivación de manera paulatina, supeditado al mayor impulso que pueda llegar de reservas de última hora, la gradual recuperación de los eventos e incentivos, más lúdicos y escapadas de fin de semana, antes que los meros viajes de empresa: **Madrid (-30,0% vs IVT19)** y **Barcelona (-35,2% vs IVT19)**, junto a **destinos turísticos urbanos andaluces (-27,4% vs IVT19)** y **vascos (-31,4%) vs IVT19) más internacionalizados** esperan caídas de facturación todavía en media del -30% sobre los valores pre crisis sanitaria, por la dependencia e incertidumbre del ritmo de reactivación del turismo de negocio y largo radio.
 - **Canarias anticipa una positiva tendencia de reactivación de cara a la temporada de invierno (-19,3% vs IVT19)** con capacidades aéreas similares a 2019, en un contexto de **nula incidencia de la erupción en la Palma, sobre las reservas en el resto de islas.**
 - Los destinos **de la España Verde** (Cantabria y Castilla-La Mancha -2,8% IVT21 vs IVT19; Asturias -10,8%; Galicia -13,1%) y destinos de **interior** (Extremadura -1,3%, Castilla-La Mancha -2,8%, Navarra -9,4%, Castilla y León -11,5%) **anticipan y se mantienen entre los de mayor recuperación esperada en los últimos meses de 2021** favorecidos por el dinamismo de la demanda nacional de proximidad, aunque con menor intensidad que durante el verano.
- El mejor desempeño de actividad turística este verano, gracias a la demanda española y el nuevo avance en la tendencia de recuperación que con todas las cautelas estimamos para el cuarto trimestre, allí donde se pueda ir reactivando la demanda extranjera en varias zonas geográficas, nos lleva a **revisar al alza el PIB turístico de 2021**. En concreto, hoy estimamos que **2021 cerrará con un nivel de actividad/PIB turístico en valores absolutos de 87.000 Mills. de € para el conjunto del año, que aún nos sitúa en niveles del 2003. Ello supone una caída del -43,9% respecto a 2019** (-46,9% era la estimación de julio), si bien supone 4.700 Mills. de € más de actividad que la prevista en julio, para acabar el año con una caída del -19,0% de PIB turístico en el 4º trimestre, respecto al mismo período de 2019, mejorando la senda del -27,0% del trimestre del verano.

[Reflexiones y recomendaciones de EXCELTUR para reforzar la mayor supervivencia empresarial en el contexto de recuperación](#)

El verano y la tendencia que con todas las cautelas estimamos para el cuarto trimestre, reflejan que nos acercamos a la deseada recuperación macro de la actividad turística, favorecida por la bajada de la incidencia gracias a la vacunación masiva en España y los principales mercados europeos. Más allá del optimismo que debe insuflar ese acercamiento paulatino a la realidad pre-covid y la constatación de las ganas de viajar de la población, certificando la potencial resiliencia del sector, hay una serie de elementos que obligan a la prudencia y a reforzar las líneas de apoyo al sector hasta su normalidad. Esto es así en la medida en que:

- La recuperación está siendo muy desigual por subsectores, empresas y destinos, hasta el punto de que, por ejemplo, un 14% de la oferta hotelera (44 mil plazas) aún permanecía cerrada este verano de 2021. Ello refleja que parte relevante de las empresas todavía se encuentran en una situación compleja con baja visibilidad sobre la recuperación a corto.
- Las empresas que mejor han aprovechado la recuperación son aquellas que han apostado decididamente por la digitalización, la comercialización a través de canales directos on-line, el reforzamiento de la marca, mejorar ganancias en eficiencia por gestión operativa y mayores economías de escala y posicionándose en productos premium. Esta es la tendencia hacia la que deberían ir dirigidas las actuaciones de apoyo y estímulos para mejorar la competitividad empresarial, insertas en las próximas políticas turísticas que apliquen las distintas administraciones públicas con los fondos Next Generation.
- Las empresas de toda la cadena de valor turística han dejado de ingresar 164 mil millones de euros desde marzo de 2020, acumulando por la consecuente falta de generación de tesorería, un creciente y elevado volumen de deuda para mantener sus pagos y la supervivencia de las empresas y puede limitar su continuidad y su capacidad de inversión a futuro. Auguramos que, entre otros, por este motivo y para poder acogerse a nuevos modelos de negocio y de gestión más eficientes y sostenibles, se acelerarán los procesos de consolidación empresarial y/o búsqueda de acuerdos para lograr economías de escala, aconsejándose en paralelo nuevos esquemas que faciliten el crédito a las empresas viables.

- La falta de actividad está afectando a elementos relevantes de la gestión operativa empresarial, como es el caso del capital humano. En aquellas zonas donde la pandemia ha afectado de manera intensa, se empieza a percibir una traslación de personal desde actividades turísticas a otros sectores que han recuperado más rápido, así como sorprendentemente, algunas dificultades de contratación en algunas épocas punta del verano.

En este contexto y en el ámbito de las distintas políticas aplicadas por el Gobierno sentimos clave:

En el ámbito financiero

- **Acelerar el pago de las ayudas directas**, tras el reciente y oportuno ajuste de las condiciones para el acceso de empresas con facturas impagadas.
- **Agilizar la adjudicación de los esquemas de ayuda de la SEPI a las empresas turísticas** pendientes y con expedientes de 2020.
- Abrir un proceso de **refinanciación para los préstamos ICO** en empresas viables, aunque con balances especialmente dañados.
- **Evitar la subida de impuestos y tasas** (ecotasas de destinos), en un momento en el que todavía hay empresas en riesgo de extinción, siguiendo como mínimo, la línea de congelación de tasas aéreas que el Gobierno ha señalado para AENA.

En el ámbito laboral

- **Agilizar la gestión en la aprobación de los expedientes para la renovación de los ERTES**, así como el apoyo financiero para las políticas de formación que permitan retener el talento y evitar su fuga hacia otros sectores.
- **Establecer la figura del ERTE estructural bonificado** y vinculado a una formación de diseño empresarial y financiación pública, con sistemas de bonificación asemejados a los establecidos en la última prórroga de los ERTES, para garantizar la estabilización de este instrumento clave para el mantenimiento del empleo en España.
- **Incorporar incentivos para la contratación indefinida**, con especial tratamiento en la flexibilización del contrato fijo discontinuo y eliminar la propuesta de nulidad de la extinción del contrato temporal sin causa justificada en las propuestas para mejorar el mercado laboral.

En el ámbito de la política de vivienda

- **Incorporar en la nueva Ley de Vivienda medidas para el cumplimiento de la normativa sobre las viviendas de uso turístico**, obligando a las plataformas a incorporar en sus webs solo aquella oferta que cumple con las normativas autonómicas y locales que las regulan, con el objeto de garantizar el acceso a la vivienda y hacer compatible su existencia con un modelo turístico y de ciudad sostenible.

En el ámbito de los Fondos Next Generation EU

- **Agilizar la elaboración de una estrategia nacional turística** que permita orientar adecuadamente el uso finalista de unos recursos que si bien exiguos para los desafíos del sector, no dejan de representar los mayores que han estado nunca disponibles para abordar políticas e iniciativas turísticas, que debería servir de gran catalizador para abordar la transformación y los mayores avances competitivos en los destinos y las empresas turísticas españolas.
- **Priorizar en la reciente convocatoria de los planes de sostenibilidad turística, las actuaciones en los destinos pioneros del litoral** que tienen los mayores retos competitivos y necesidad de transformación estructural, evitando un posible reparto indiscriminado de fondos, para contentar a múltiples municipios con escasa capacidad transformadora.
- **Agilizar las actuaciones y convocatorias en el ámbito de la digitalización y la inteligencia turística dirigidas a empresas y destinos**, agrupando a las compañías y operadores con capacidad de aportar valor en grandes operaciones país con capacidad transformadora.
- **Incorporar a expertos del sector privado de reconocido prestigio en los órganos de definición, gestión y evaluación de los programas de los Fondos Next Generation**, hoy excluidos de las bases y convocatorias para aspirar a esos fondos en contra del criterio inicial que contemplaban las líneas del Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia y de la propia Unión Europea.

En el ámbito del marketing turístico internacional

- **Terminar de concretar y/o difundir el Plan estratégico de Marketing de Turespaña**, donde entre otros se especifiquen los procedimientos e instrumentos para abordar campañas de comarketing con empresas privadas, integrando en sus procedimientos de contraste y toma de decisiones, a un comité asesor de altos responsables cualificados en marketing de consumo, de empresas españolas, turísticas y de otros distintos sectores de la economía, reconocidos nacional e internacionalmente en este campo.
- **Refuerzo presupuestario de las campañas puntuales de promoción** para aprovechar hacia España la reactivación de la demanda externa en los principales mercados.

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