



VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL DE 2018 Y PERSPECTIVAS PARA 2019

Pamplona, 8 de febrero de 2019

D. José Luis Zoreda,
Vicepresidente Ejecutivo de
Exceltur



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

**BALANCE GENERAL DEL
AÑO 2018**

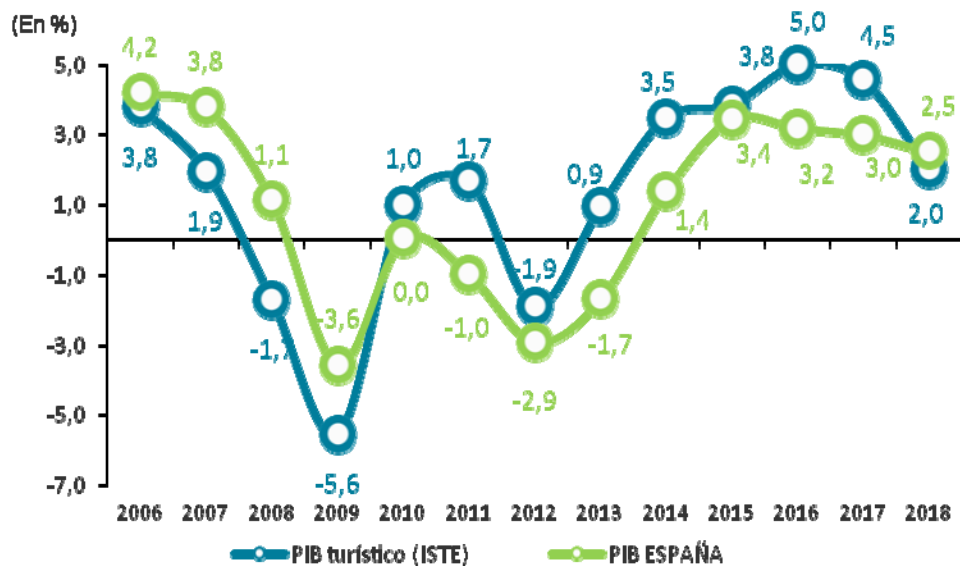
El sector turístico español estabiliza su comportamiento en 2018 registrando un crecimiento del PIB del +2,0%, hasta alcanzar los 142 mil millones de

El devenir del año 2018 ha estado marcado por la relajación de los diferentes y excepcionales vientos de cola que han venido impulsando la demanda turística extranjera hacia España en los últimos años. Como resultado, la actividad turística ha experimentado una normalización en sus ritmos de crecimiento hasta el +2,0%, más acordes a los fundamentos macroeconómicos y al efecto de la recuperación de turistas experimentado por los países competidores del Mediterráneo Oriental, que ha afectado principalmente a los destinos de la costa española.

Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2006-2018

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE y Banco de España (Dic 18)



Reflexiones sobre el crecimiento turístico de 2018

- El turismo cerraría 2018 con un crecimiento inferior al del conjunto de la economía española, para la que los analistas estiman un cierre de 2018 en el +2,5%, lo que no se producía desde el año 2009. El año 2018, cerraría un periodo de 8 años consecutivos en el que el turismo ha ejercido de principal impulsor de la economía española.
- A pesar de la recuperación de la competencia internacional en el ámbito del sol y playa, la actividad económica generada por el turismo en España ha mostrado una notable resistencia, alcanzando sus valores máximos cifrados en 142 mil millones de euros, el 11,8% del total de la economía española.
- El +2,0% de cierre de 2018 se alcanza tras un repunte en el cuarto trimestre debido a la comparación con el mismo periodo de 2017, que se vio afectado por el impacto de la inestabilidad en Cataluña, y al buen comportamiento del turismo de negocios y las ciudades, en general.
- El contexto de normalización impone el reto de reaccionar con una nueva política turística país que, a través de una mayor coordinación y colaboración entre todos los agentes turísticos y basado en el fomento de la inversión en la renovación y reposicionamiento del producto, suponga una nueva hoja de ruta que refuerce la mejora de la oferta que ciertos destinos y empresas han iniciado para atraer a un turista de mayores ingresos y empleo.

Los resultados de las empresas turísticas españolas se incrementan un +4,3% en 2018 respecto a los positivos registros de 2017, gracias a un aumento de precios por mejora de producto y a una mayor eficiencia operativa

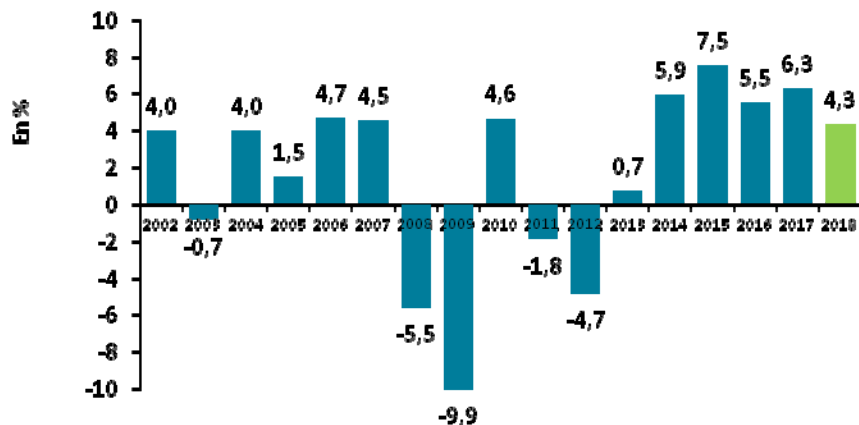
Se mantiene la mejora en los resultados (+4,3%) de las empresas turísticas españolas respecto a un excelente 2017. La mayor parte de subsectores ven mejorar notablemente sus resultados, salvo en los hoteles de la costa (+0,5%), donde el mantenimiento de la cuenta de resultados se ha alcanzado en los productos mejorados por el avance en precios y una mayor eficiencia operativa, en un contexto de incremento general de los costes de suministros y de personal. El desempeño es mejor en los **hoteles urbanos (+2,6%)**, salvo Barcelona, y en **las empresas e instituciones de ocio (+4,0%)** por el notable aumento del gasto en destino.

Las **empresas de transporte de pasajeros se ven beneficiadas (+8,3%)** por el control de los costes del carburante y el fuerte aumento de la demanda, si bien con una notable competencia en precio. Situación similar a la del alquiler de coches (+8,4%), donde el fuerte aumento de la flota ha limitado el recorrido en los precios en los destinos vacacionales, mientras la demanda corporativa ha permitido mejorar márgenes en los últimos meses del año, gracias al buen comportamiento de los viajes de negocios.

Las **agencias de viajes mejoran resultados (+5,7%)** por mayores ventas de los productos de mayor margen y un mayor inventario de venta de destinos vacacionales por el menor empuje de la demanda extranjera en la segunda mitad del año.

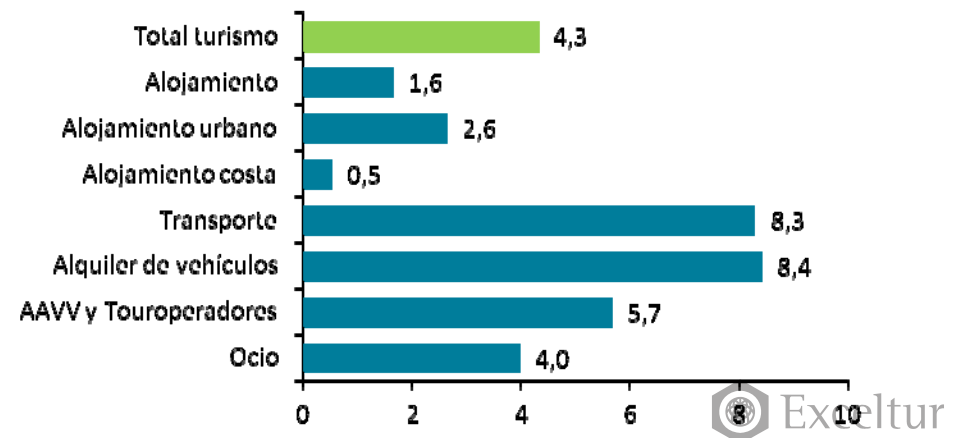
Evolución de los resultados del conjunto de empresas turísticas españolas
% de variación de las ventas 2002-2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Evolución de los resultados de las empresas turísticas en 2018 por subsectores
% de variación de 2018 respecto a 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



El empleo turístico crece en 2018 (+3,1%) por encima de la actividad económica, con un alza en los salarios (2,7%) pactados en los convenios de hostelería, confirmando el compromiso del sector con el empleo

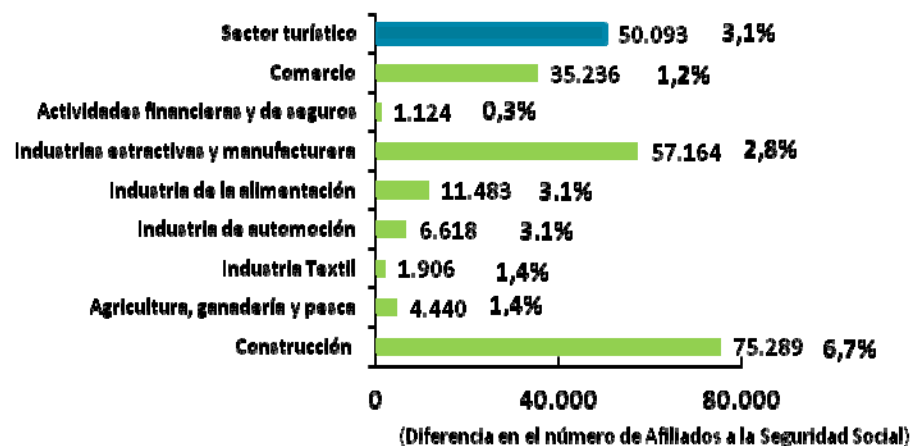
El empleo en las empresas turísticas (alojamiento, distribución, transporte aéreo y ocio) ha vuelto a crecer en 2018 a un ritmo del +3,1% de media anual (+3,5% a cierre de diciembre), lo que supone un **aumento de 50.093 nuevos puestos de trabajo**, según las afiliaciones a la Seguridad Social. La creación de empleo ha venido acompañada de un **alza generalizada (del 2,7% de media) de los salarios** pactados en los convenios colectivos de 2018, por encima de la subida media de los precios en España del 1,7% durante 2018.

Comportamiento del empleo en España por ramas de actividad

Promedio 2018 vs promedio 2017

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



Implicaciones de la evolución del empleo turístico en 2018

La realidad de las cifras del mercado de trabajo de las principales actividades turísticas refleja:

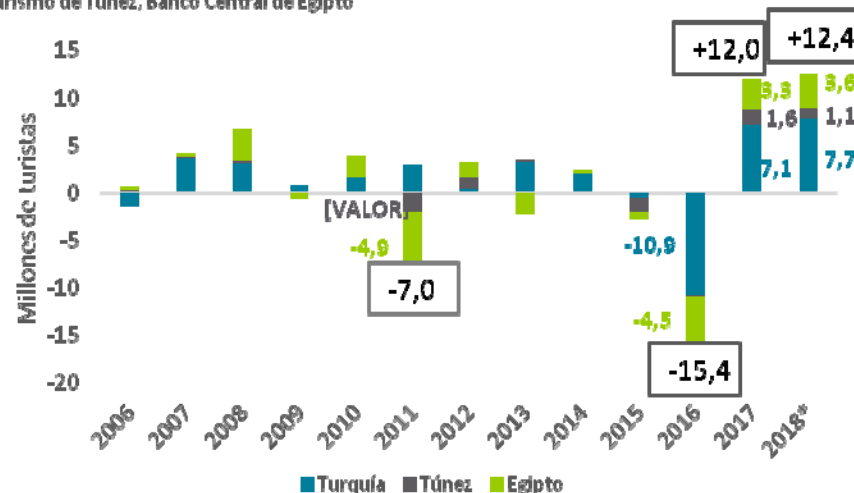
- El compromiso del sector con la creación de empleo, que se eleva (+3,1%) por encima del aumento de la actividad turística (+2,0%), lo que denota una pérdida de productividad aparente, que rompe con el incremento de los últimos dos años.
- La positiva incidencia que el aumento de resultados y la inversión en creación y mejora del producto tiene sobre la generación de un mayor empleo, mejor remunerado.
- El esfuerzo de mejora de las condiciones salariales con un aumento del 2,7% en la hostelería, en un año de deterioro de la productividad aparente.
- El riesgo que, en este contexto, y sobre la creación de empleo del sector supone incrementar los costes laborales con medidas como las aplicadas por el Gobierno para 2019, en relación al aumento del salario mínimo interprofesional y las cotizaciones sociales.

La demanda extranjera hacia los destinos del sol y playa español pierde fuerza en 2018 por la notable recuperación (+12,4 mls) de los competidores del Mediterráneo

El principal factor explicativo de la desaceleración del crecimiento del turismo en España durante 2018 ha sido la notable ralentización en el crecimiento de la demanda extranjera, mucho más marcada en términos de afluencia (+0,9% en el acumulado hasta diciembre) y de pernoctaciones, caen el -3,0% hasta diciembre, que en términos de ingresos, suben un +3,4% hasta noviembre, según el Banco de España.

1. La fuerte recuperación de los mercados competidores del Mediterráneo Oriental, acentuada en el caso de Turquía por la depreciación de la Lira durante el verano, ha sido el principal factor explicativo de la caída de la demanda extranjera hacia España en los mercados tradicionales durante 2018. La llegada de turistas a Turquía en 2018 ha crecido un +23,6% (lo que supone 7,7 millones de turistas más que en 2017), a Egipto un 44,5% (+3,6 millones) y 1,1 millones a Túnez, suponiendo un aumento total de 12,4 millones de turistas.

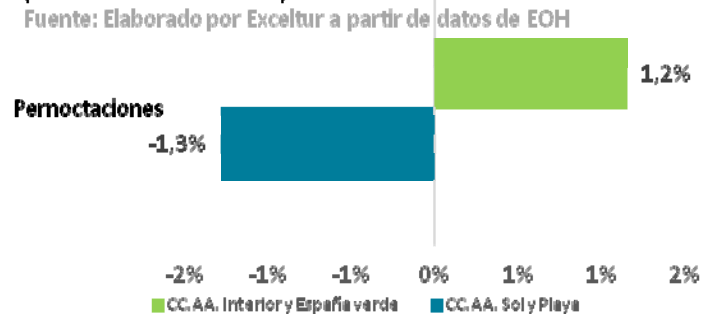
Diferencia en volumen de llegadas de turistas a los principales destinos competidores. Periodo enero-diciembre(*) 2018/2017
Fuentes: Ministerio de Cultura y Turismo de Turquía, OMT, Ministerio de Turismo de Túnez, Banco Central de Egipto



*Los datos de 2018 son del periodo enero-noviembre para Egipto y enero-setiembre para Túnez

2. Como consecuencia, la demanda extranjera hacia España, medida en el número de pernoctaciones en la oferta reglada, ha caído un -1,3% en 2018 en las comunidades del sol y playa español (Andalucía, Baleares, Canarias, Co. Valenciana, Cataluña y Murcia), mientras ha crecido un +1,2% en el resto de destinos españoles del interior y la España Verde.

Variación de las pernoctaciones de turistas a España en CC.AA. de sol y playa y CC.AA. del interior y España verde. Enero - Diciembre 18/17 (Variación interanual en %)



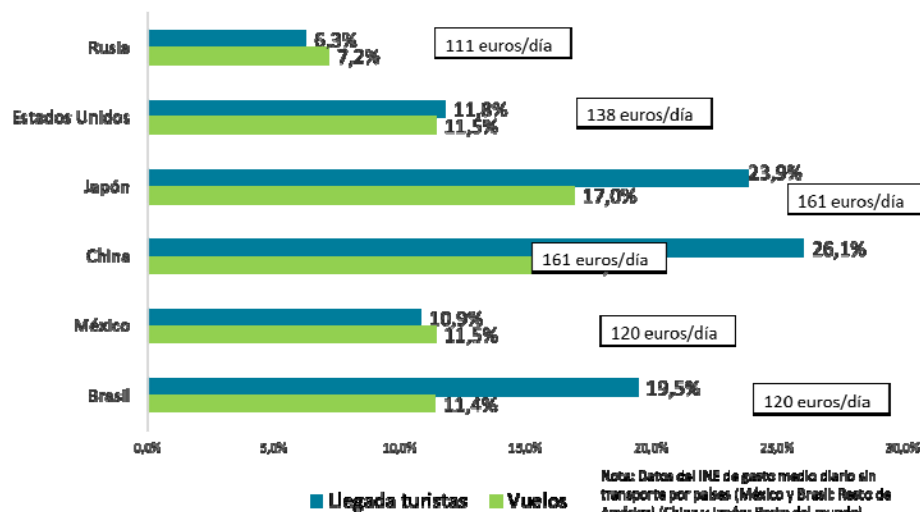
3. La mayor competencia ha afectado a la llegada de turistas a España desde nuestros mercados tradicionales, especialmente de Alemania (-4,1% en turistas y -8,2% en pernoctaciones), Reino Unido (-1,6% en turistas y -2,5% en pernoctaciones), Italia (-4,6% en pernoctaciones) y Francia (-2,0% en pernoctaciones).

El aumento de la conectividad aérea ha permitido el aumento de turistas de larga distancia de un mayor gasto en destino

España ha disfrutado en 2018 de una multiplicación del número de vuelos (+5,8%; 62.912 vuelos más que en 2017 con datos hasta diciembre) que ha favorecido el aumento de la demanda turística, especialmente desde mercados de larga distancia caracterizados por un mayor gasto en destino. Este es el caso de los vuelos desde EE.UU (+11,5%), Colombia (+7,6%), Brasil (+11,4%) y México (11,5%) en América y Qatar (+16,7%), Emiratos (+8,1%) (canalizando vuelos de Asia), China (+16,9%) o Japón (+17,0%) en Oriente Medio y Asia, más Rusia (+7,2%) en Europa del Este.

Aumento del número de vuelos y de las llegadas de turistas por nacionalidad de procedencia, según orígenes de mayor aumento en los vuelos
TV Ene-Dic 2018/2017

Fuente: elaborado por Exceltur a partir de datos de AENA, Frontur e INE



Principales factores explicativos del aumento de vuelos a España desde mercados de larga distancia

- Facilidades de acceso a flota inactiva en otros países
- Planes de expansión de las compañías.
- Aumento de los viajes al exterior en algunos países, principalmente asiáticos.
- Atractivo creciente de los destinos españoles en los países de origen.
- Incremento de los viajes de negocios por crecientes inversiones en España.
- Escenario de precios del petróleo en valores medios de 61 €/barril de la última década y cubiertos con seguros por parte de las compañías.

Los ingresos por turismo extranjero (+3,4%) se incrementan en 2018, gracias a la combinación de avances en precio por inversiones en mejora de producto y la llegada de un turista de mayor gasto en destino

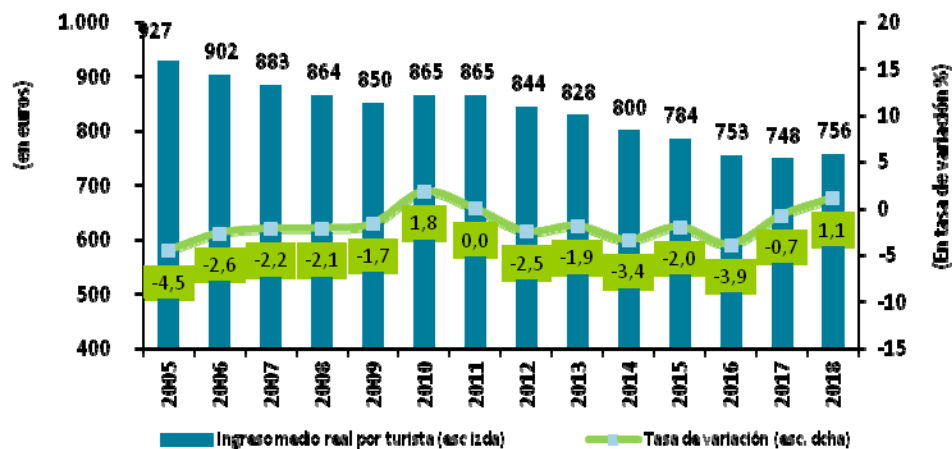
Los ingresos por turismo extranjero se han incrementado de una forma notable en 2018 (+3,4% hasta noviembre, según el Banco de España), a pesar de la caída en su volumen de noches en España. Con esta evolución se consolida la positiva tendencia iniciada en 2017 marcada por mayores aumentos en los ingresos que en la afluencia, especialmente relevante en un contexto de congestión en algunos momentos de la temporada y espacios turísticos emblemáticos de la geografía española.

Como resultado, los ingresos por cada turista extranjero han crecido un +3,0% en 2018, intensificando el aumento ya acontecido en 2017 (+1,7%), pero sobre todo rompiendo la tendencia de caída de los ingresos por turista extranjero calculado en términos reales que se venía produciendo de manera consecutiva desde el año 2010. En 2018(*) alcanza los 756€, un +1,1% superior al registro de 2017.

Ingreso medio real por turista extranjero. Enero-diciembre(*) 2005-2018

(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, INE y Banco de España.



* Dato diciembre: estimación Exceltur

Principales factores determinantes del aumento de los ingresos por turismo extranjero en España

- Renovación de negocios de los distintos subsectores de la cadena de valor turística (alojamiento, restauración, comercio, transporte y ocio) de destinos urbanos y vacacionales y su correspondiente traslación a los precios gracias al acceso a un turista de mayor gasto.
- Atracción de turistas de mercados de mayor gasto en destino por la multiplicación de conexiones aéreas.
- Pérdida de cuota de mercado hacia los países del Mediterráneo Oriental de parte de los segmentos de turistas más sensibles al precio.

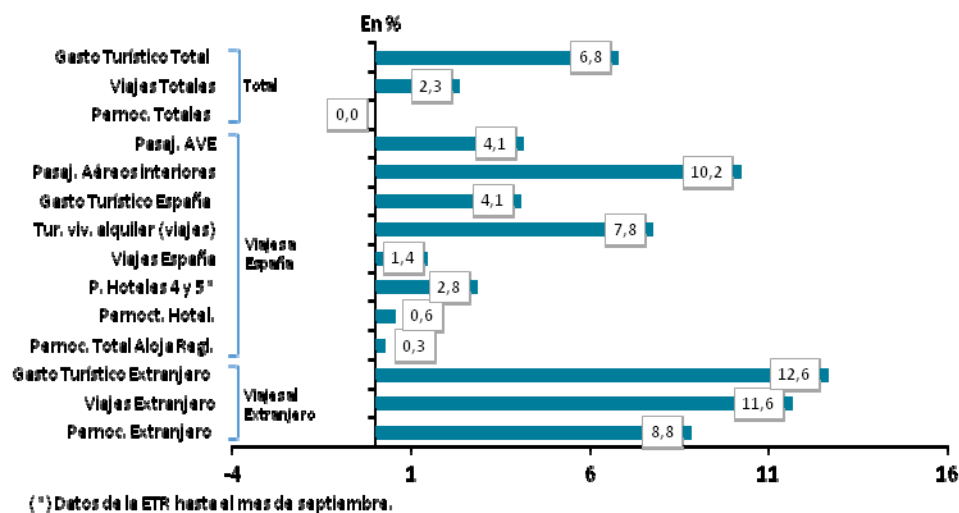
La demanda española crece de forma moderada en 2018, cubriendo parte de la caída en volumen del turismo extranjero en el sol y playa y aumentando con intensidad a destinos internacionales

La demanda española ha mostrado un moderado dinamismo en 2018, con registros positivos en todos sus indicadores de consumo turístico, salvo en los de menor gasto asociado; estancias en hoteles de menor categoría, en turismo rural y en el uso de las viviendas propias y de familiares y amigos.

Indicadores de demanda NACIONAL. Ene-Dic 2018 vs 2017

(Tasa de variación interanual en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE, Bco de España



Principales rasgos de los viajes de los españoles en 2018

- Los españoles han viajado más en 2018 (los viajes suben el +2,3% hasta septiembre, según la ETR del INE), los viajes han sido más cortos (la estancia descende un -2,3%) y de un mayor gasto asociado (se incrementa un +6,8% el gasto total y un +4,3% el gasto por viaje).
- El mayor aumento de los viajes y el gasto turístico de la demanda nacional se produce a destinos internacionales (+11,6% viajes, +8,8% pernoctaciones y +12,6% el gasto), mientras dentro de España el dinamismo se modera sustancialmente (+1,4% viajes, -1,8% pernoctaciones y +4,1% el gasto).
- Dentro de España, aumentan los viajes y servicios de mayor gasto (hoteles, +4,7% viajes, +0,8% pernoctaciones y +5,5% gasto, con los de 4 y 5 estrellas aumentando el +2,8% en noches y los viajes en avión +10,2% hasta noviembre).
- Repunta con mayor intensidad la utilización de viviendas de alquiler (+7,8% viajes, +8,8% pernoctaciones y +12,6% el gasto), impulsado por el crecimiento descontrolado de la oferta comercializada a través de plataformas.
- La demanda española ha avanzado moderadamente (+0,3% en las pernoctaciones regladas) en los destinos del sol y playa gracias al mayor acceso a la oferta, por la debilidad de la demanda extranjera.

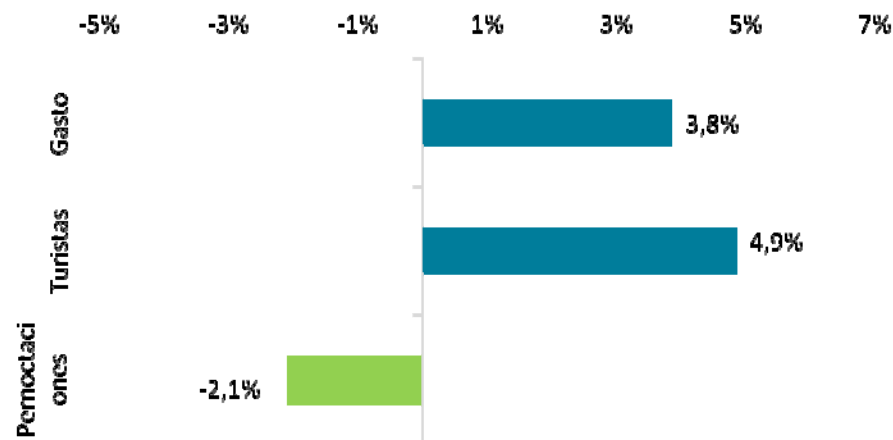
El turismo de negocios crece de forma notable en 2018 e impulsa ventas y resultados de empresas de transporte, alquiler de coches y hoteles urbanos

El segmento del “business travel” ha sido uno de los principales impulsores del buen comportamiento del turismo urbano en España. Los viajes por motivos de negocio han crecido un +4,9% y el gasto un +3,8%, a pesar del ligero descenso de las pernoctaciones (-2,1%).

Comportamiento del turismo de negocios en España Acumulado Enero - septiembre 2018 vs 2017.

Tasa de variación interanual

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la ETR y Egatur (INE)



Factores determinantes del buen comportamiento del turismo de negocios en 2018

- **Los españoles han sido los principales impulsores del turismo de negocios en 2018.** Con datos hasta septiembre de la ETR del INE, los viajes de negocios interiores se han incrementado un +4,4%, las pernoctaciones un +2,1% y el gasto un +8,9%, mientras el impacto de los viajeros de negocios internacionales ha sido mucho más limitado (el gasto apenas sube un 0,7%, con datos hasta diciembre).
- **El notable dinamismo de la economía española**, con un crecimiento del PIB del 2,6%, a la cabeza de los países europeos ha sido el principal detonante del dinamismo del segmento business, lo que se refleja en todos los indicadores de movilidad, alquiler de coches y de ventas de hoteles urbanos.
- **Se identifica una tendencia a la realización de viajes más cortos** (las pernoctaciones se reducen un -2,1%), buscando un mayor aprovechamiento del tiempo, pero con menores restricciones de gasto.
- **2018 ha puesto en valor la notable apuesta e inversión pública y privada por el segmento MICE**, que ha tenido un excelente comportamiento en la mayor parte de ciudades españolas.



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

**BALANCE RESUMIDO DE
NAVARRA DEL AÑO 2018**

Excelente comportamiento de la demanda extranjera. La demanda nacional arroja una caída, si bien, en categorías de alojamiento de menor gasto asociado (no reglado y vivienda gratuita)

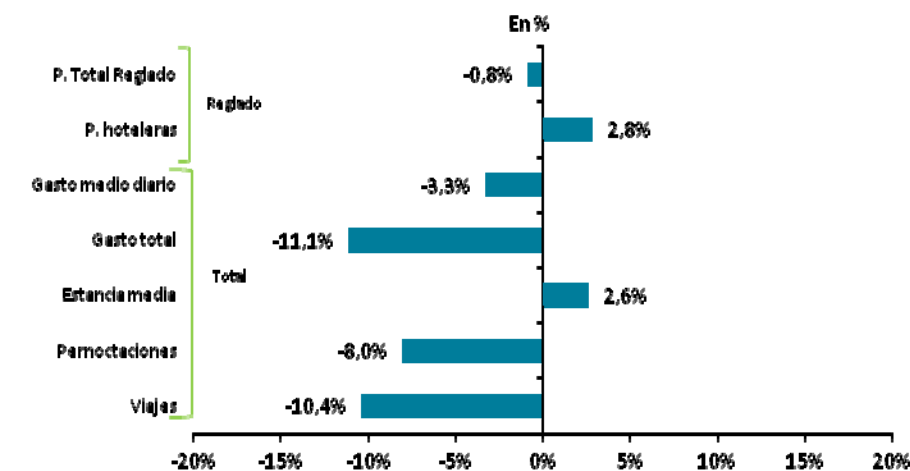
Dispar comportamiento e impacto turístico de la demanda nacional en Navarra, con positivo devenir en las categorías de alojamiento de mayor gasto asociado (hoteleros) y notable retroceso de otras tipologías que se han trasladado (con datos hasta septiembre) en un caída del gasto turístico de los españoles en la comunidad, según datos de la ETR del INE.

La actividad turística vinculada a la demanda extranjera experimentó en 2018 un excepcional comportamiento en Navarra con incrementos de afluencia y de la duración de la estancia, junto a un aumento de la presencia de perfil de turista con una mayor capacidad de gasto, según datos de EGATUR del INE.

Indicadores de demanda NACIONAL en Navarra. 2018(*) vs 2017

(Tasa de variación interanual en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR, ETR del INE

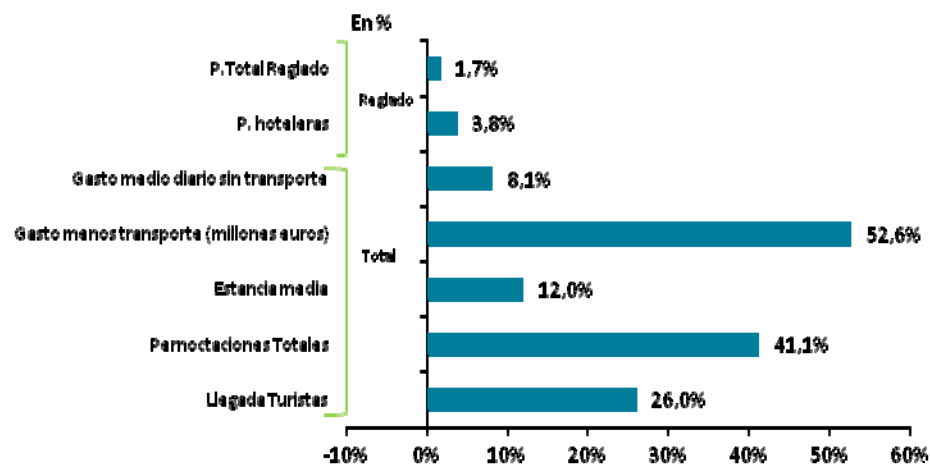


(*) Datos de la ETR hasta el mes de septiembre.

Indicadores de demanda EXTRANJERA en Navarra. 2018 vs 2017

(Tasa de variación interanual en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR, EGATUR del INE



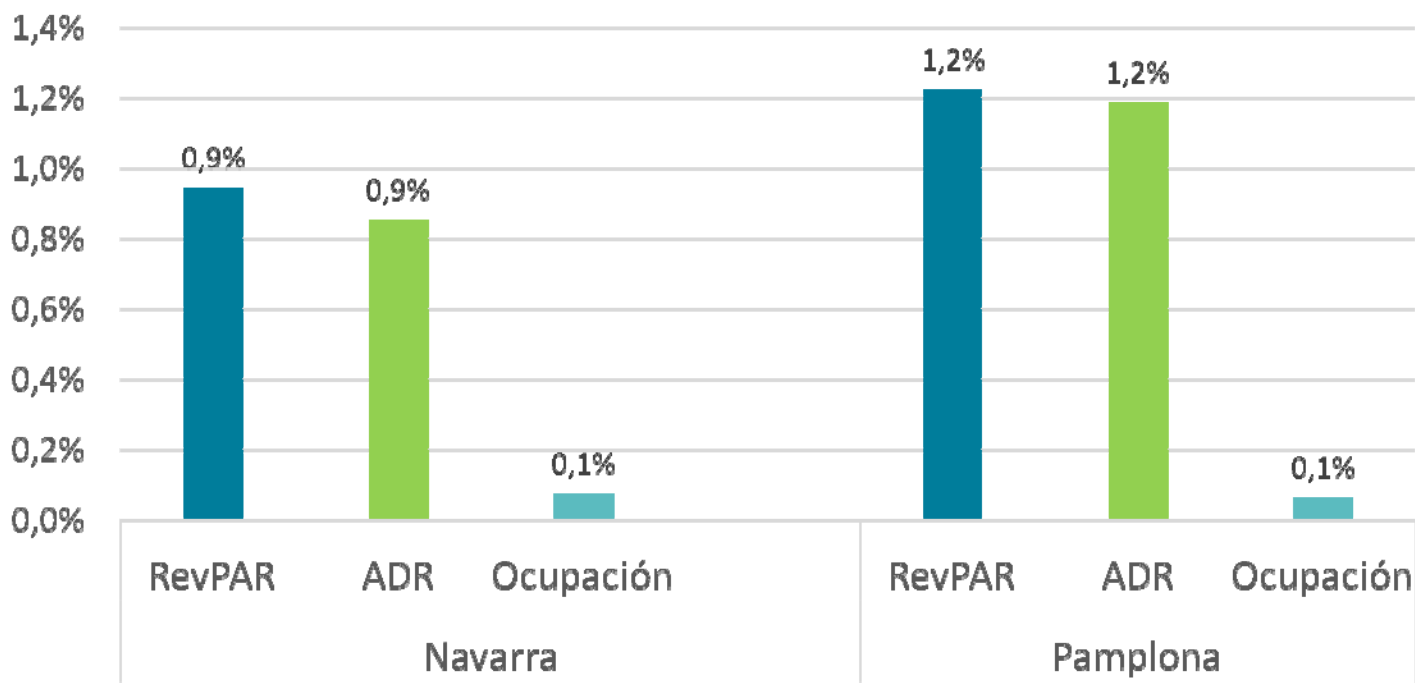
- **Positiva evolución de la rentabilidad hotelera (RevPAR) por la mejora de tarifas mas que por ocupación , según datos del INE, más evidente en Pamplona, que en el resto de la comunidad.**

Indicadores de rentabilidad hotelera en NAVARRA.

2018 vs 2017

(Tasa de variación interanual en %)

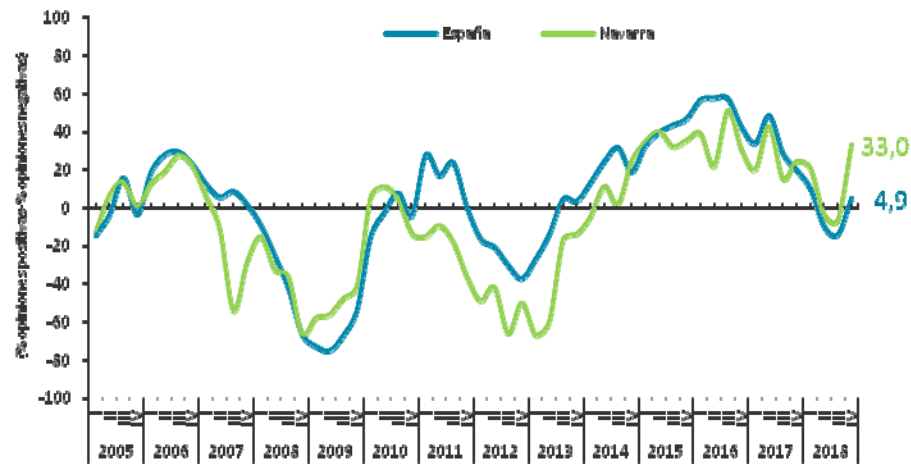
Fuente: Elaborado por Exceltur de CTH del INE



Resultados empresariales dispares en Navarra según el posicionamiento de mercado en 2018 con notable repunte de los niveles de confianza a cierre de ejercicio.

Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Navarra.

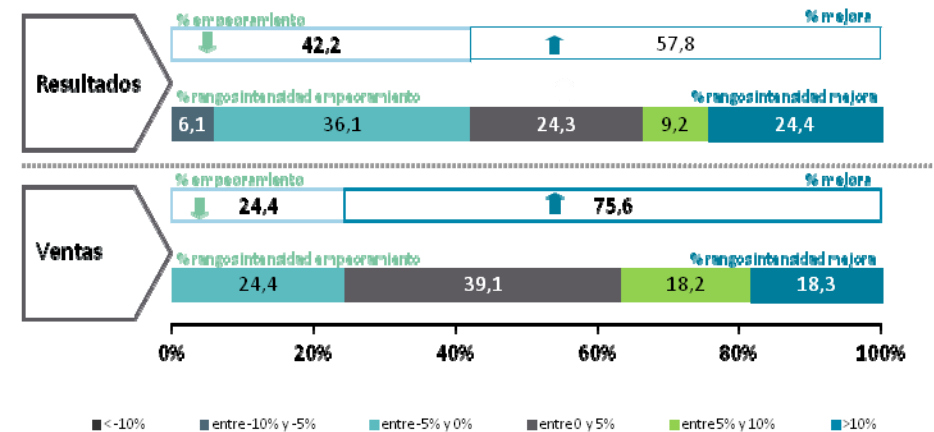
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR





Opiniones empresariales cierre 2018. Navarra. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

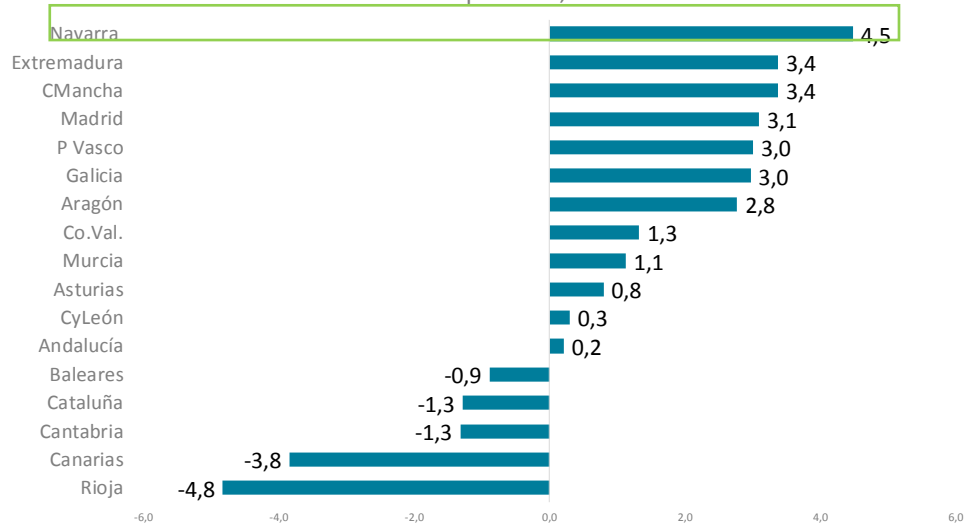


-  Según los niveles de confianza empresarial Navarra, se situó, junto a otras comunidades de Interior (Castilla–La Mancha, Madrid, Extremadura, y Aragón) a la cabeza en mejora en ventas(4,5%) y resultados (3,6%) durante 2018.
-  Este positivo desempeño empresarial ha impulsado el crecimiento del 4,3% de los afiliados en las principales ramas turísticas (hostelería y agencias de viajes) en Navarra en 2018, también por encima del 3,5% de media nacional.

Variación % de las ventas empresariales en 2018 vs 2017 por CC.AA.

% de aumento/caída en ventas en 2018 respecto 2017

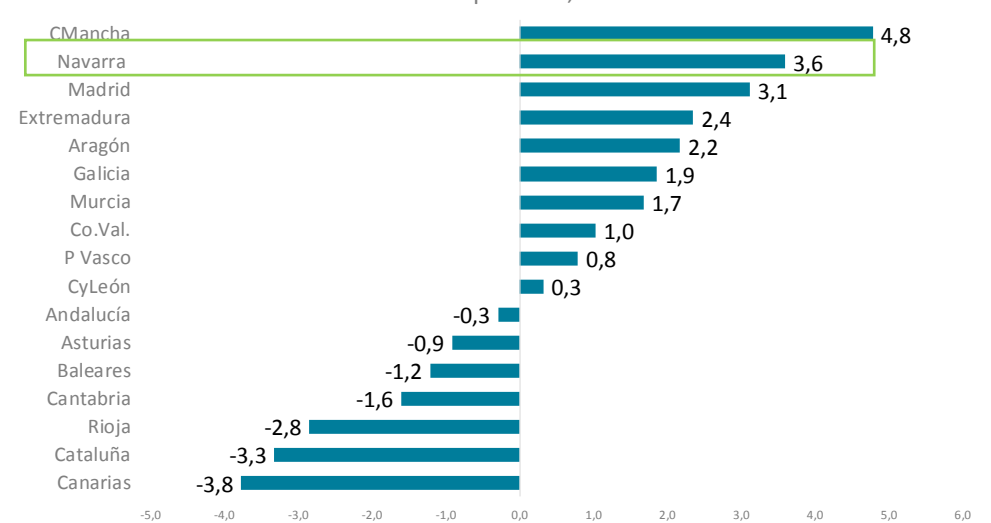
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Variación % de los resultados empresariales en 2018 vs 2017

% de aumento/caída en resultados en 2018 respecto 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





PERSPECTIVAS
TURISTICAS

**PREVISIONES
PARA 2019**

Año 2019 marcado por el efecto de la recuperación de los competidores y la desaceleración económica prevista para nuestros mercados tradicionales, con la incógnita del Brexit, y las buenas perspectivas para los mercados de media y larga distancia favorecidos por la multiplicación de conexiones aéreas

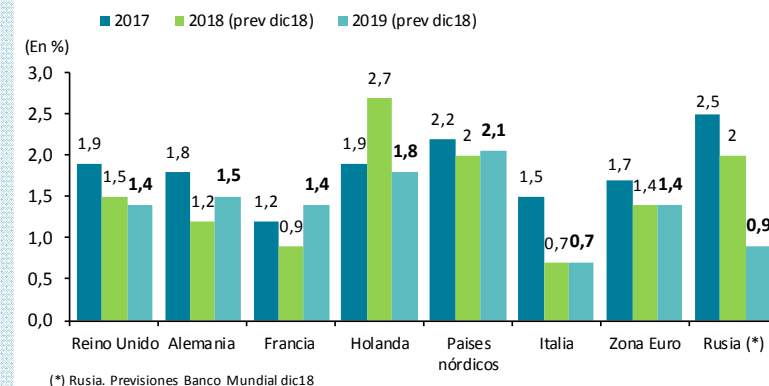
Principales condicionantes del comportamiento esperado de la demanda turística de internacional en España durante 2019

1. Las expectativas para las **economías familiares europeas** (+1,4% de consumo privado para la zona euro en 2019) sugieren un año de **crecimiento moderado** de su **consumo turístico** en nuestro país.
2. El **incierto escenario político y económico en Reino Unido** ante la incertidumbre del proceso de su desconexión con la UE, apuntan cuanto menos a **mantener** en 2019 la **desaceleración de su impacto económico** en los destinos españoles observada en 2018.
3. Los **mercados emisores europeos** estarán afectados por la **prolongación de la recuperación de los destinos del Mediterráneo Oriental**. Con los últimos datos disponibles hasta el mes de noviembre de 2018, la llegada de turistas a estos países desde estos mercados todavía se encuentra en niveles un 20,5% previos al año 2016 cuando, sobre todo en Turquía, se concentraron los mayores niveles de inestabilidad geopolítica por la sucesión de atentados.
4. En los **mercados emisores de larga y media distancia**, que ya revelaron en 2018 un **excelente desempeño turístico en España**, las **principales instituciones económicas internacionales** esperan **se prolongue el crecimiento económico**. Este es el caso de los mercados norteamericano (+2,5% 2019 vs 2018 PIB según Banco Mundial, ene 2019), chino (+6,2%), mexicano (+2,0%) y brasileño (+2,2%), lo que impulsará los ingresos turístico en España en 2019. Todo ello, en un contexto de intenso crecimiento del número de conexiones entre los aeropuertos españoles y los aeropuertos de medio y largo radio.

Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos. 2017-2019

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (dic18)

Tasa de variación interanual



(*) Rusia. Previsiones Banco Mundial dic18

La mayoría de los empresarios turísticos españoles esperan volver a mejorar sus resultados (+5,2%) y ventas (+5,5%) en 2019, con recuperación de precios, y continuidad en la creación de empleo, aunque a ritmos menos

A pesar de la incertidumbre, se aprecia un **generalizado tono positivo en las previsiones empresariales para el año turístico 2019** en un contexto económico externo, que aunque en desaceleración, todavía favorecerá unos mayores niveles de demanda turística hacia España, anclado en el mayor dinamismo de la economía española frente al resto de países europeos, la mayor conectividad aérea respecto a mercados de larga distancia y los resultados de las inversiones en mejora de producto y su capacidad para atraer perfiles de turistas de mayor capacidad de gasto.

Los empresarios turísticos españoles descuentan una generalizada mejoría en las ventas (+5,5%) y resultados (+5,2%), de una leve mayor intensidad de los alcanzados a cierre de 2018 por la recuperación prevista en tarifas (+4,2%), gracias al mencionado esfuerzo inversor en reposicionamiento de producto de los últimos ejercicios.

Opinión empresarial sobre las ventas. Total Sector Turístico.

% de caída/aumento en ventas respecto al año anterior

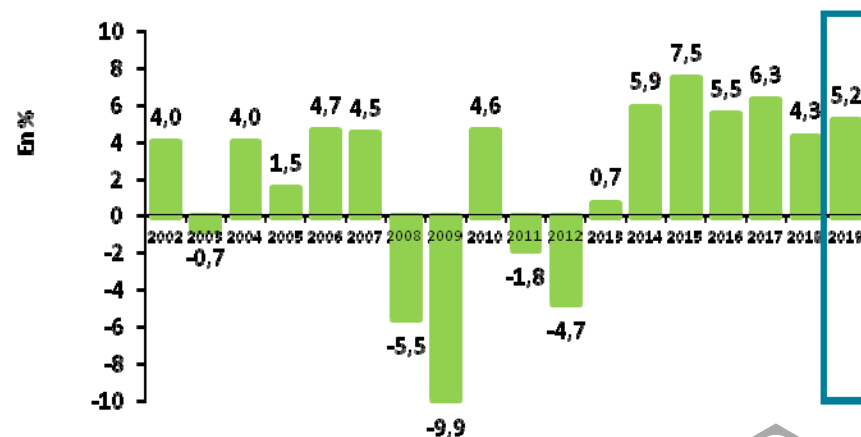
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial sobre los resultados. Total Sector Turístico.

% de caída/aumento en resultados respecto al año anterior

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



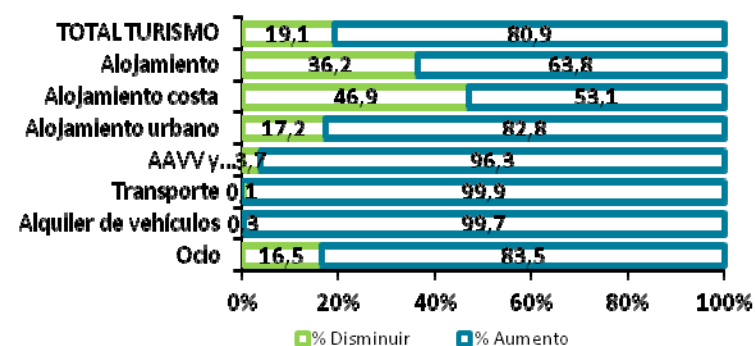
Las expectativas para 2019 son notablemente dispares entre los subsectores y empresas de la cadena de valor turística

Principales claves por subsectores para 2019

1. **Dispar comportamiento entre subsectores y empresas**, en favor de aquéllos que han realizado en los últimos ejercicios **inversiones en reposicionamiento y puesta en valor de productos y servicios**, los que han apostado por su **transformación digital** y aquéllos que están **menos expuestos** a la competencia internacional de **producto touroperizado**.
2. Entre ellos destacan las **compañías de transporte de pasajeros** (+8,9% en resultados), que en un escenario de moderación de precios del petróleo, se verán beneficiadas por la respuesta de la demanda al aumento de la conectividad y por la reducción del 12% en las tasas de ruta y la congelación de tarifas aeroportuarias a partir de marzo en el caso de las líneas aéreas. Esta coyuntura favorecerá igualmente a las **empresas de alquiler de vehículos** (+8,7%).
3. La venta de productos de mayor margen (viajes a capitales europeas, de larga distancia y cruceros) y el acceso a mayor oferta en zonas vacacionales por la menor presión de la touroperación internacional, apoyarán la **mejora de los resultados previsto en los principales grupos de agencias de viaje en 2019** (+6,0%).

Opinión empresarial sobre la evolución de los resultados previstos para 2019 por subsectores

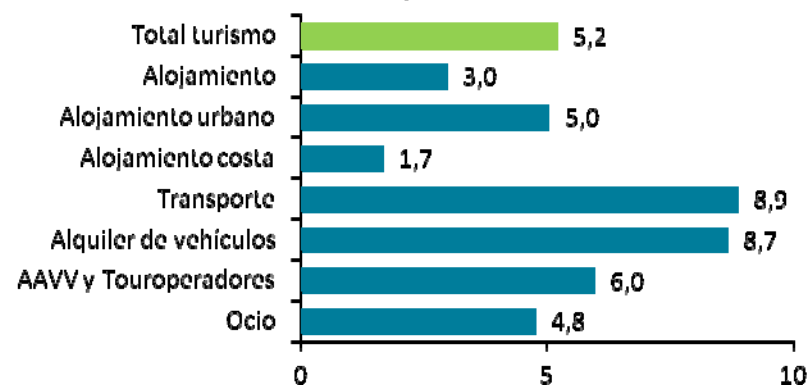
Var % en resultados. 2019/2018



Evolución prevista de los resultados de las empresas turísticas en 2019 por subsectores

% de variación prevista de 2019 respecto a 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Navarra vuelve a destacar (3ª), junto a otras CCAA de interior y los principales destinos turísticos urbanos españoles , por sus buenas perspectivas empresariales para 2019.

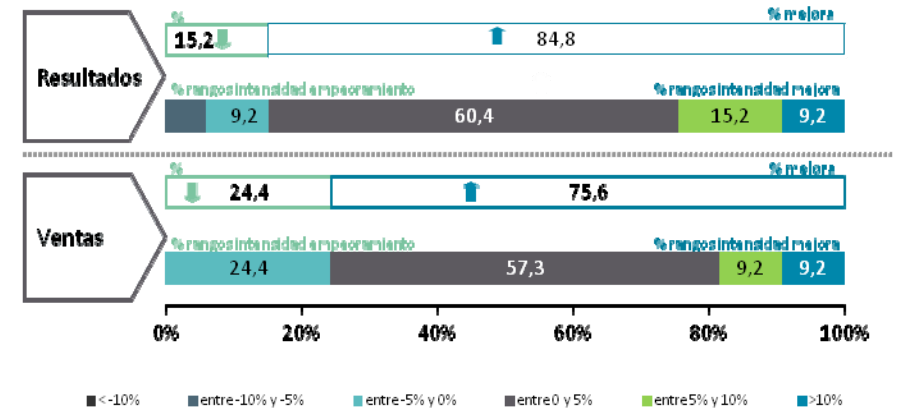
Principales claves por destinos para 2019

1. Destacan las expectativas de los **destinos de interior (Extremadura, Navarra, Castilla y León y Castilla-La Mancha), Galicia, en la España Verde, y la Comunidad Valenciana**, que han apostado en los últimos años por el reposicionamiento y reinención de producto y la diversificación de mercados, reforzando la fidelización de demanda interior y una mayor presencia de demanda internacional.
2. Los **principales destinos urbanos, encabezados por las ciudades andaluzas (+6,3% en resultados) y Madrid (+4,6%)**, serán los más beneficiados de la conectividad puesta en mercado y el dinamismo esperado los viajes de negocio.
3. Los **archipiélagos y zonas vacacionales del litoral mediterráneo** verán muy **condicionados** sus resultados de 2019 por la **recuperación** de cuota de mercado en los destinos del **Mediterráneo Oriental**.
4. La mayoría de **destinos del norte de España**, más dependientes de la demanda nacional, revelan un **menor grado de optimismo** ante la **menor capacidad de consumo** para las familias españolas en 2019.

Perspectivas empresariales para 2019 Navarra. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

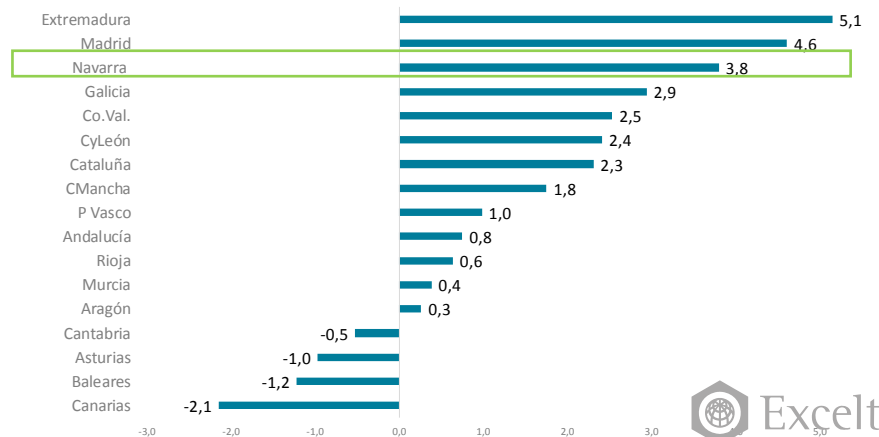
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Expectativas de los resultados empresariales en 2019 derivada de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en resultados en 2019 respecto 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

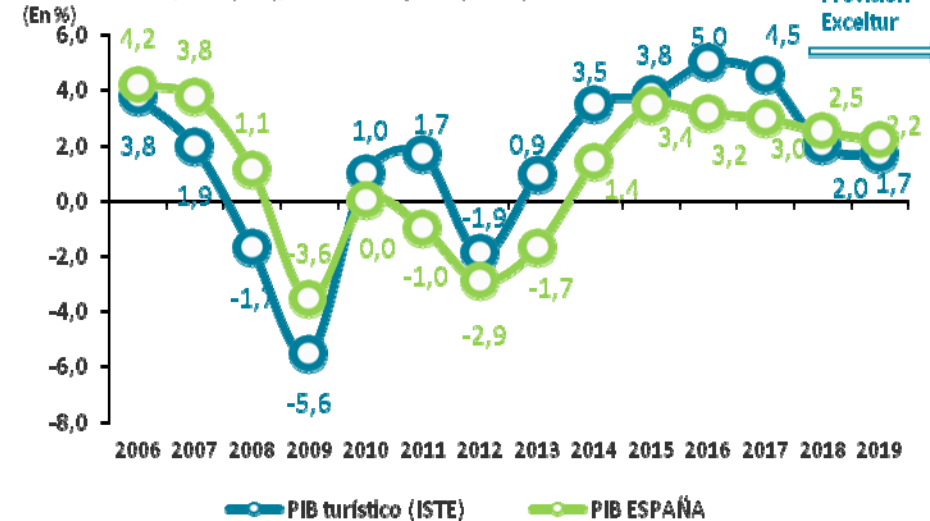


Estimamos para 2019 otro crecimiento del +1,7% del PIB Turístico, por segundo año consecutivo por debajo de la media del prevista para la economía española (2,2%), que prolonga la senda de moderación del crecimiento del sector turístico español

Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2006-2019

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, CNE (INE), Banco de España (dic18)

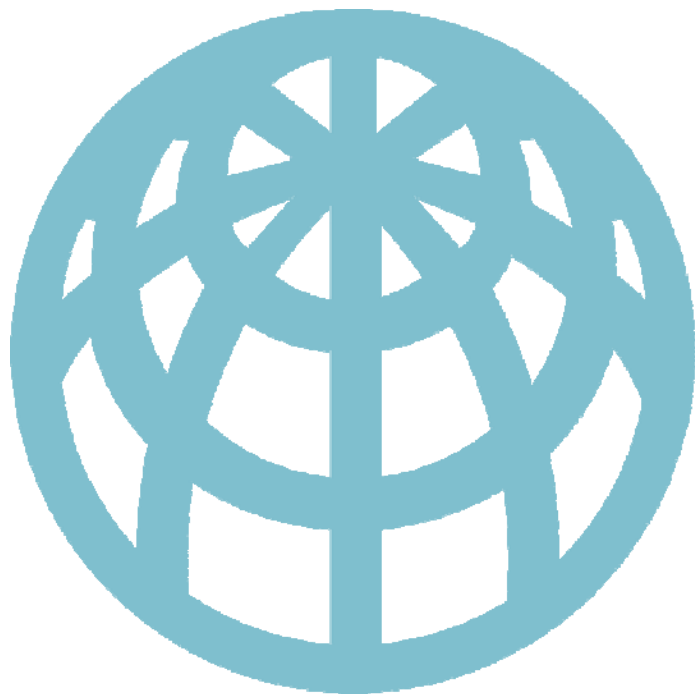


Hipótesis del crecimiento del PIB turístico para 2019

1. Normalidad y continuidad de la recuperación de los destinos del mediterráneo Oriental, a expensas de valorar el impacto de los recientes atentados de Egipto y Marruecos.
2. El escenario actual de crecimiento económico en la economía mundial previsto por los analistas que refleja un ritmo más moderado que en el ejercicio 2018.
3. La desaceleración prevista en los ritmos de actividad económica, consumo de los hogares y empleo previstos para la economía española, en un año de incertidumbre por los distintos procesos electorales en marcha y la inestabilidad política de Cataluña.
4. Escenario de Brexit sin relevantes impactos económicos.
5. Precios del petróleo en un entorno de 69\$ barril de media a lo largo del año.

En opinión de EXCELTUR el cierre de 2018 y expectativas para 2019 aconsejan:

1. La mayor prioridad y liderazgo transversal del Gobierno para acelerar la gradual evolución competitiva de un sector que es motor clave para la economía y el empleo y ante algunos destinos con diversos retos estructurales que siguen aún pendientes.
2. Concretar una nueva hoja de ruta turística estratégica con visión de Estado a medio plazo, que concite tanto el mayor diálogo y consensos interadministrativos y territoriales/CCAA, y amparada en una nueva gobernanza público-privada a nivel país.
3. Una sustancial mejora del primer presupuesto previsto para 2019 del Ministerio para el turismo, que unido a otras partidas de otros Ministerios y CCAA, se traduzca en recursos más acordes a lo que el turismo supone en clave de PIB, empleo y divisas, para afrontar una mejor promoción y poder complementar con inversión pública la privada en mejoras de la oferta/destinos.
4. Que, a los niveles actuales de afluencia turística, las nuevas métricas y paradigmas de futuro deben basarse en procurar no mas afluencia “per se”, sino en cómo captar la más deseable, la de mayor derrama y con más efectos arrastre para los destinos.
5. Minimizar las cargas impositivas, tasas y/o gravámenes que puedan afectan al sector, a los diversos niveles de las Administraciones, para impulsar nuevos ciclos de inversión y actividad turística más sostenibles y socioeconómicamente más rentables.
6. Asegurar las mejores condiciones para impulsar el mayor y mejor empleo turístico posible (según la CSTE: más 2,6 millones de personas), salvaguardando los aspectos fundamentales de la reforma laboral que han demostrado bondades para crear empleo.
7. Abordar con las CCAA y sector privado un plan de concienciación nacional para valorizar lo que representa el turismo y mejorar su reputación y acogida ciudadana.
8. Impulsar y priorizar la más eficiente implantación de la tecnología y procesos de digitalización en los destinos turísticos, en los ámbitos clave que mejoren la experiencia integral para turistas y residentes y facilite la gestión de los operadores.
9. Disponer de un Plan de emergencia turística nacional negociado por el Gobierno con Bruselas y/o el Reino Unido ante la hipótesis de un posible Brexit Duro, que contemple entre otros y como ámbito prioritario, asegurar la actual conectividad aérea entre UK y los destinos españoles que resulta clave para mantener la afluencia de un mercado clave como el turístico.
10. Acelerar el proceso de implantación de la nueva y reciente regulación nacional para los pisos turísticos y su posterior control del Gobierno, con las CCAA, que evite las externalidades y posibles Turismofobias derivadas de su descontrolado crecimiento



VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2018
Y PERSPECTIVAS PARA 2019

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