Turismo

Informe Sectorial

2º semestre 2020

El año más duro para el sector turístico

Resumen ejecutivo de las perspectivas del sector

ESPECIAL COVID-19: El impacto de la crisis y los datos de la recuperacion

Tendencias globales: así va a evolucionar el turismo

CaixaBank Research

INFORME SECTORIAL
Turismo Segundo Semestre 2020

El *Informe Sectorial* es una publicación elaborada por CaixaBank Research

CaixaBank Research
Enric Fernández Economista jefe
Oriol Aspachs Director de Estudios
Sandra Jódar Directora de Estrategia Bancaria
Javier Ibañez de Aldecoa Coordinador del *Informe Sectorial de Turismo*
Fecha de cierre de esta edición: 15 de julio de 2020

Sumario 2020

01 **RESUMEN EJECUTIVO**
La crisis de la COVID-19 está impactando sobre toda la economía española y especialmente sobre el turismo. Aunque las perspectivas de 2020 son sin lugar a dudas muy negativas, los datos a medio plazo invitan a ser más positivos.

22 **TURISMO INTERNACIONAL**
La Organización Internacional de Turismo estima que el sector podría retroceder un 58% en todo el mundo. Analizamos los cambios que provocará la pandemia en todos los continentes, cómo afectará la movilidad y cuáles serán las nuevas tendencias.

02 **ESPECIAL COVID-19**
El año 2020 está siendo muy duro para el sector. Analizamos el impacto de la crisis sanitaria en el turismo y las perspectivas de recuperación.

«No he estado en todas partes, pero están en mi lista».
SUSAN SONTAG

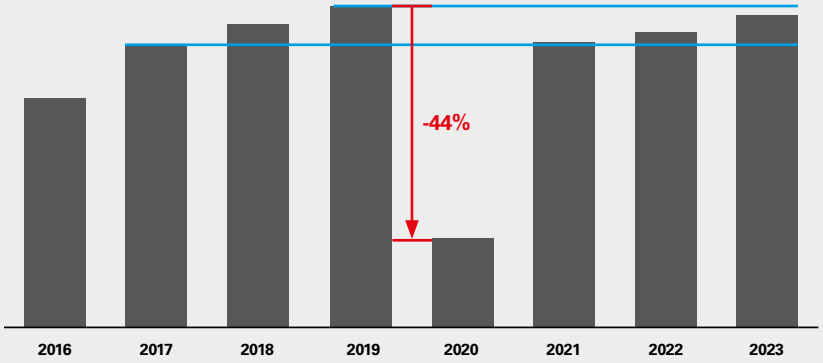
Turismo

IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL

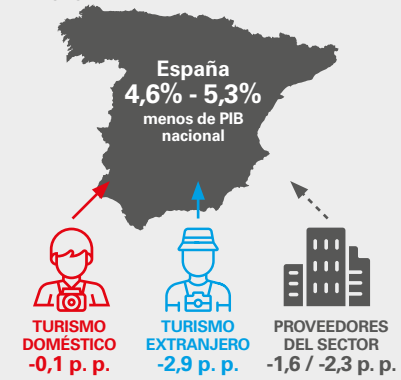
La gran pérdida de actividad turística va a suponer un duro golpe para la economía española en 2020.
A pesar de ello, se espera que buena parte se recupere en 2021 y que alcance un nivel similar al de 2017.

EVOLUCIÓN DEL PIB TURÍSTICO

Índice (100 = 2019)



IMPACTO DE LA CAÍDA DEL TURISMO EN 2020



PREVISIONES DE GASTO TURÍSTICO PARA 2020

GASTO DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

-50%

47.000 millones de euros menos que en 2019

La recuperación del turismo extranjero será más paulatina por el descenso de la conectividad en la UE y por la menor propensión de la población a viajar.

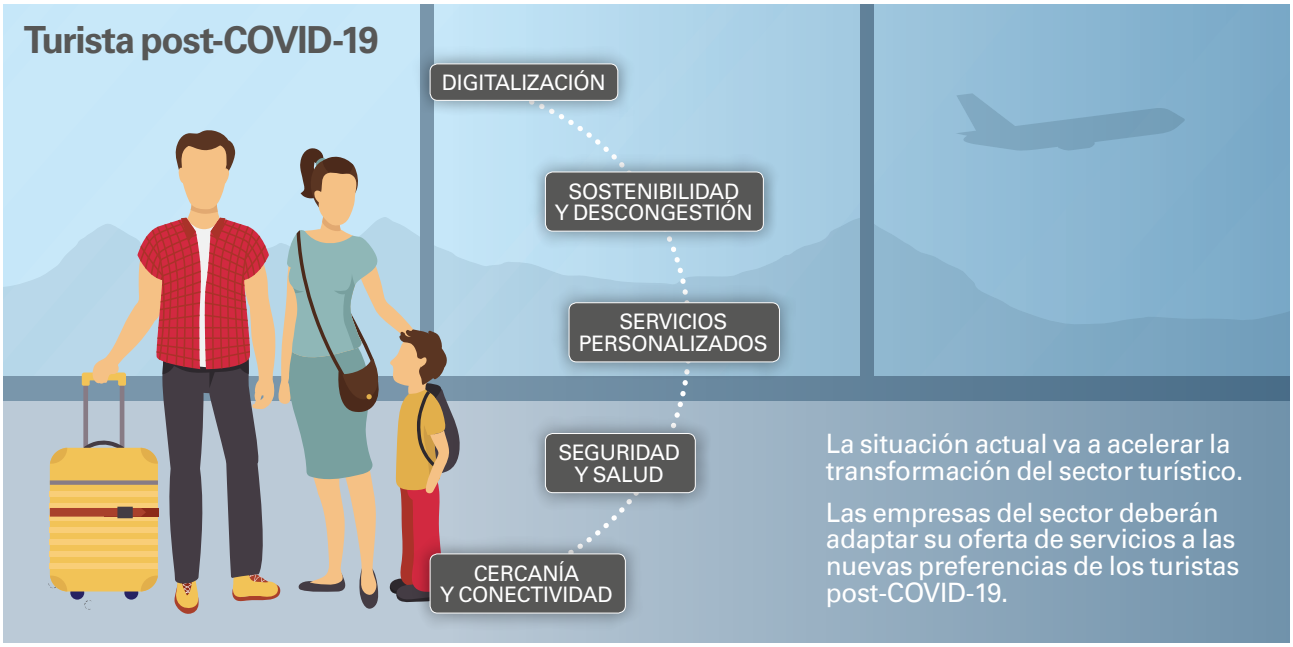
GASTO DE LOS TURISTAS DOMÉSTICOS

-30%

8.400 millones de euros menos que en 2019

El turismo doméstico se recuperará con relativa rapidez en el 2S 2020 gracias al efecto sustitución de los viajes al extranjero y a la recuperación de la movilidad interior.

Turista post-COVID-19



La situación actual va a acelerar la transformación del sector turístico.

Las empresas del sector deberán adaptar su oferta de servicios a las nuevas preferencias de los turistas post-COVID-19.

Resumen ejecutivo

El sector turístico frente a la COVID-19: un impacto sin precedentes

La COVID-19 está teniendo un fuerte impacto sobre la actividad económica de España y, en particular, sobre el sector turístico. **En CaixaBank Research esperamos que el PIB retroceda entre un 13% y un 15% en 2020, y que no recupere los niveles precrisis hasta el año 2023.** En lo que respecta al sector turístico, las perspectivas son incluso más adversas para el año 2020, al ser uno de los sectores más afectados por la pandemia.

Tras decretarse el estado de alarma el 14 de marzo, la movilidad de la población quedó reducida a la mínima expresión. Se cerraron las fronteras y la población tuvo que confinarse en sus hogares con el fin de controlar la propagación del coronavirus. En consecuencia, un sector tan dependiente de la movilidad como el turístico entró en un estadio de inactividad casi total. Solo tras el inicio de la desescalada de las medidas de confinamiento, las perspectivas del sector han comenzado a mejorar. Los indicadores de gasto de tarjetas en TPV de CaixaBank apuntan a que el gasto turístico ha dejado atrás su fase de hibernación y muestra una incipiente recuperación. Por ello, si la situación sanitaria se mantiene bajo control, para la segunda mitad del año 2020 se espera una considerable mejora de la actividad que, en cualquier caso, no impedirá que la caída de la demanda para el conjunto del año sea de gran intensidad. **Según las previsiones de CaixaBank Research, en 2020 el gasto turístico de extranjeros caerá alrededor del 50%, y el de turistas domésticos se verá reducido casi un 30%.**

El tejido empresarial turístico afronta una situación de gran complejidad. Durante los meses más duros del confinamiento, ningún alojamiento turístico pudo abrir sus puertas, de tal manera que la temporada primaveral se perdió por completo. Esta circunstancia ha empujado al sector a recurrir masivamente a las líneas de crédito con el aval del ICO y a los ERTE, para así asegurar la supervivencia de las empresas en un entorno sin ingresos que se ha prolongado durante más de dos meses. En esta situación, el sector ha sido el que más empleo ha destruido en la primera mitad del año. Hasta junio, cerca del 44% de la caída de la afiliación a la Seguridad Social se debió a la pérdida de empleo en empresas turísticas. A pesar de ello, los indicadores de actividad apuntan a una reapertura paulatina del negocio turístico: según los datos de facturación en TPV de CaixaBank, mientras que en el mes de mayo un 75% de los hoteles y agencias turísticas permanecían cerrados, durante la segunda semana de julio la cifra descendió al 31%. **Si en los próximos meses la mejora de las perspectivas de demanda se sostiene, la reactivación del sector continuará avanzando y, con ella, la recuperación de parte del empleo perdido.**

En este contexto, según nuestras estimaciones, **el PIB turístico podría caer cerca de un 45% en el conjunto de 2020, lo que supondría la pérdida de alrededor del 5% del PIB total.** Este impacto será especialmente intenso en las comunidades autónomas mediterráneas y en las islas, donde existe una fuerte dependencia de la llegada de turistas extranjeros y donde los sectores turísticos tienen un mayor peso sobre la actividad económica.

A pesar de que las perspectivas de 2020 son abrumadoramente negativas, el medio plazo invita a ser más positivos. El sector turístico llegó a febrero de 2020 tras encadenar casi una década de resultados extraordinarios, en la que se hizo frente a las inversiones necesarias para apuntalar su competitividad. Los tiempos del turismo poscoronavirus van a requerir una oferta turística adaptada al nuevo contexto y con capacidad de poner a disposición de la demanda servicios personalizados y de calidad, algo por lo que los empresarios del sector llevan apostando durante los últimos años. Por todo ello, **y aunque la COVID-19 dibuja un futuro más incierto que nunca, el sector turístico se presenta capaz de recuperarse de manera vigorosa a medio plazo,** lo que lo recolocaría como un motor de crecimiento clave para la economía española.

Turismo

Informe Sectorial
2º semestre 2020

ESPECIAL
COVID-19

Una pesadilla global

La crisis sanitaria de la COVID-19 ha castigado duramente al sector turístico y ha tenido un fuerte impacto en la economía española. Este informe, que desglosa los pormenores del golpe y presenta las previsiones para 2020, muestra las nuevas formas de monitorizar la actividad turística para pulsar la recuperación y radiografía la situación de los principales mercados emisores de turismo.

PERSPECTIVAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

El año más duro para el sector turístico

La crisis sanitaria causada por la COVID-19 ha supuesto un *shock* sin precedentes para el sector turístico español. Los indicadores de demanda confirman que el parón durante los meses de confinamiento ha sido total, tanto para el turismo internacional como para el turismo doméstico. El cese del estado de alarma y la recuperación de la movilidad internacional en la UE han supuesto un revulsivo para la reactivación de los flujos de turistas en España. Las perspectivas para los próximos meses apuntan a una recuperación relativamente rápida del turismo doméstico y más gradual para el extranjero, aunque la delicada situación sanitaria será un foco muy vivo de incertidumbre.

La movilidad ha sido parte fundamental del éxito del sector turístico español durante las últimas décadas. La gran expansión de las conexiones aéreas internacionales y el *boom* de conectividad que supuso la puesta en marcha del espacio Schengen ayudaron a que España pasase de recibir 32 millones de turistas internacionales en el año 1995 a más de 83 millones en 2019 y se colocase como segundo país en llegadas de turistas internacionales, solo por detrás de Francia. En lo que llevamos de 2020, **la propagación de la COVID-19 a escala global ha puesto contra las cuerdas la movilidad internacional y doméstica de la población mundial**. Las medidas de confinamiento implantadas por un elevado número de países para controlar la crisis sanitaria han comportado que, a finales de junio, 183 países tuvieran sus fronteras cerradas o con restricciones de entrada. Esto ha supuesto una dramática caída de los flujos de turistas internacionales, y España no ha sido la excepción.

El estado de alarma y la paralización del turismo

El estado de alarma se declaró el 14 de marzo y supuso el cierre de las fronteras españolas. Entre esa fecha y el 15 de junio, primer día en el que se permitió la entrada de un grupo de turistas alemanes a la isla de Mallorca, ningún turista extranjero pudo viajar a España. Según datos del INE, entre enero y mayo de 2020 se registraron 10,5 millones de llegadas internacionales, un 63,9% menos que durante el mismo periodo de 2019. La magnitud de la caída es similar si observamos el gasto turístico que efectuaron los turistas internacionales hasta mayo (–61,7%) o las pernoctaciones en alojamientos turísticos (–61,5%), lo cual apunta, inequívocamente, a que la caída durante los meses de abril y mayo de la actividad del turismo extranjero, que representa el 70% de la demanda turística, ha sido extraordinariamente profunda.

Por otro lado, el estado de alarma también supuso el confinamiento de la población local, lo cual provocó que, hasta mayo, las caídas en los flujos turísticos domésticos fueran similares a las de los flujos internacionales. Así, las pernoctaciones en alojamientos turísticos efectuadas por viajeros españoles se desplomaron un 62,8% interanual entre enero y mayo. No obstante, la recuperación de la movilidad doméstica ha sido uno de los ejes centrales de la desescalada que ha vivido España, lo que ha llevado a que a finales de mayo ya se registrara una tímida recuperación de la actividad hotelera.

Según datos de la encuesta de ocupación hotelera, en mayo, 82.600 viajeros españoles se hospedaron en un hotel, pasando una estancia media de 2,5 noches. Se trata de un volumen muy pequeño (un 98% inferior al de mayo de 2019), pero ilustra que la desescalada ya empezó a influir positivamente en los flujos de turistas domésticos.

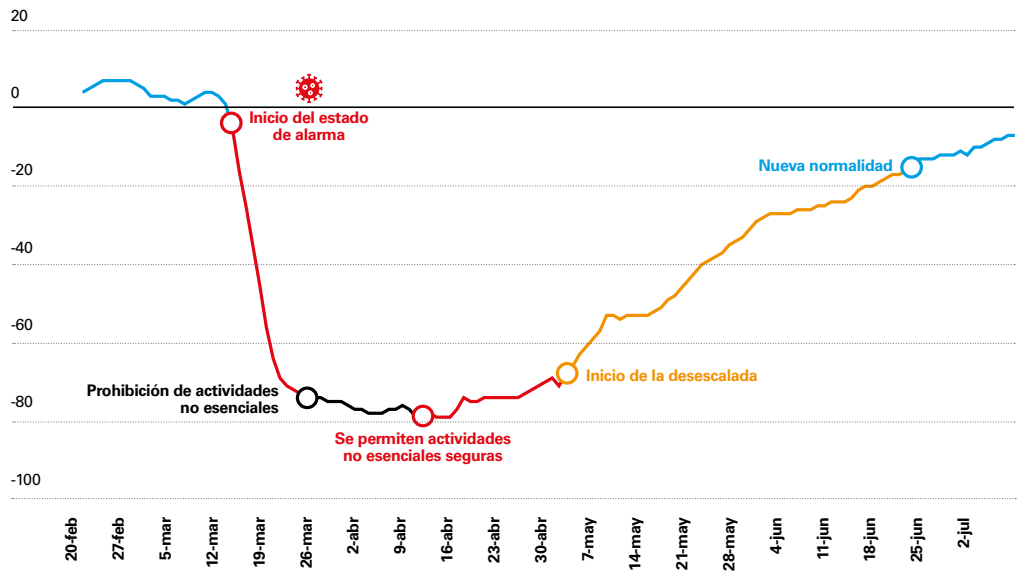
Nuevas fuentes de información para monitorizar la evolución del turismo en tiempo real

En la coyuntura actual, tan cambiante de semana en semana, detenerse en la descripción de los datos oficiales, en su gran mayoría disponibles hasta mayo de 2020, profiere una imagen algo obsoleta de la situación actual del sector. Por ello, en los últimos meses, uno de los principales esfuerzos llevados a cabo por los analistas económicos ha sido la explotación de indicadores de mayor frecuencia que nos ayuden a hacer un seguimiento en tiempo real de la situación. En este sentido, un buen número de empresas tecnológicas y de instituciones públicas ha hecho un esfuerzo por poner a disposición del público estadísticas diarias de movilidad que nos ayudan a comprender la magnitud del impacto y, sobre todo, la velocidad de normalización de la actividad.[1]

Entre estos indicadores, el elaborado por Google a partir de las lecturas de su aplicación Google Maps en dispositivos móviles nos resulta de gran utilidad. Tal y como se observa en el siguiente gráfico, **la movilidad fuera de los hogares durante la fase más intensa del estado de alarma alcanzó caídas del 80%.**[2] Por otro lado, a partir del 2 de mayo, primer día de la desescalada por fases, se observa un claro cambio de tendencia. En tan solo un mes, el nivel de movilidad de la población limitó su caída con respecto a los niveles pre-COVID de un 68% a un 29%. Esta recuperación de la movilidad a finales de mayo, tal y como se ha mencionado anteriormente, facilitó que se registraran las primeras pernoctaciones hoteleras del estado de alarma. Los datos de junio apuntan a que la recuperación de la movilidad doméstica continuó avanzando (a finales de mes se situó alrededor del –12%), y presumiblemente continuarán mejorando en los próximos meses si logramos evitar la expansión del virus sin tener que volver a aplicar medidas de confinamiento estrictas y generalizadas.

Movilidad no residencial en España

Variación con respecto al nivel base* (%)



Nota: Datos en promedio de 7 días. (*) El nivel base corresponde a la movilidad promedio registrada en el mismo día de la semana entre el 3 de enero y el 6 de febrero.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de Google Mobility Report.

① **El INE ha elaborado un indicador de movilidad construido a partir de datos de las principales compañías de telecomunicaciones de España. El Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana ha publicado estadísticas de movilidad diarias a partir de los registros de las infraestructuras de transporte que gestiona (carretera, estaciones de tren, aeropuertos, etc.). Entre otras empresas tecnológicas, Google (google.com/covid19/mobility/), Apple (apple.com/covid19/mobility) y CityMapper (citymapper.com/cmi) han publicado estadísticas de movilidad a partir de las lecturas efectuadas por sus aplicaciones de navegación.**

② **El periodo con mayores restricciones a la movilidad se registró entre el 30 de marzo y el 15 de abril, cuando se prohibieron todas las actividades no esenciales.**

Turismo

Los datos de pagos con tarjetas muestran que el gasto turístico se está reactivando más lentamente que la movilidad

El seguimiento de la movilidad es de enorme utilidad, puesto que actúa como indicador adelantado de la movilización de los flujos turísticos. Sin embargo, no nos revela con exactitud la situación actual y la evolución del consumo, sea turístico o no. Por ese motivo, CaixaBank también ha hecho un gran esfuerzo para elaborar indicadores a tiempo real mediante la metodología *big data*, a partir de los datos de pagos con tarjeta en sus terminales de puntos de venta (TPV), y aprovechando la información sobre el país de emisión de la tarjeta que realiza el pago y sobre el tipo de comercio donde se efectúa.[3]

Lo que revelan estos indicadores es que el consumo de bienes no esenciales se redujo a la mínima expresión durante el estado de alarma y que, con el levantamiento de las restricciones a la movilidad, se recuperó con fuerza. Tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, la evolución del consumo minorista (textil, electrodomésticos, etc.) con tarjetas españolas ha respondido muy rápidamente a la mejora de la movilidad local y, desde mediados de junio, se situó en niveles similares o superiores a los del mismo periodo de 2019. En el caso del consumo de ocio y restauración, que depende en gran parte de la población local pero que también forma parte del consumo habitual de los turistas, se observa una tendencia de recuperación clara. Durante la última semana de junio, el consumo presencial de tarjetas en ocio y restauración cayó apenas un 1% interanual, frente a la caída de alrededor del 95% observada durante el estado de alarma.

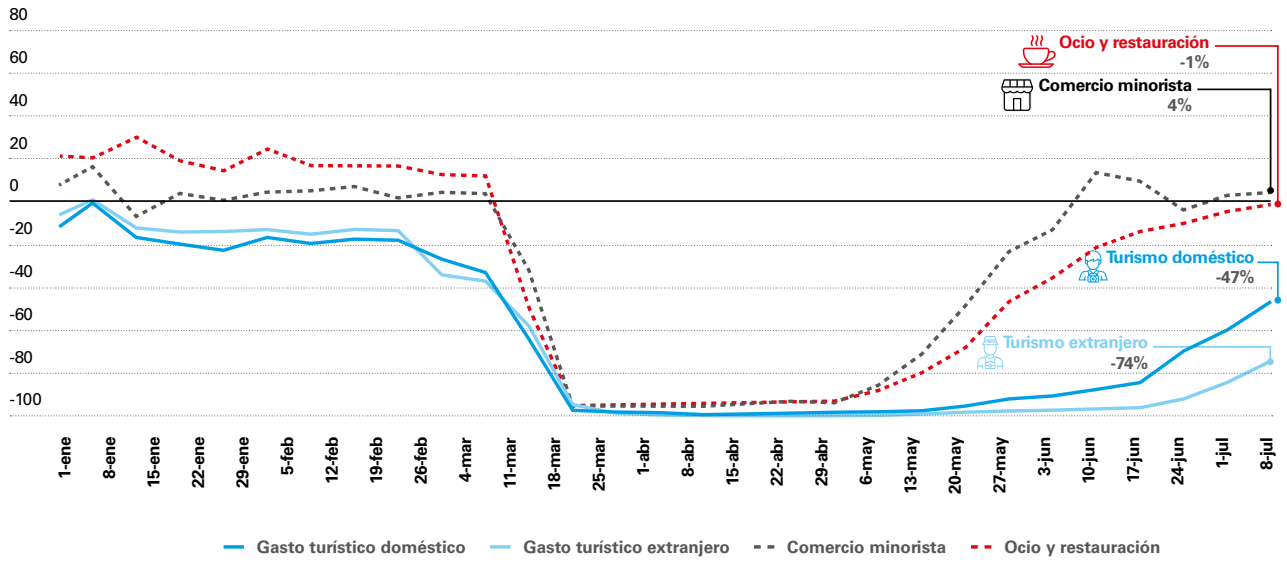
En lo que respecta al gasto turístico, a la recuperación aún le queda mucho recorrido. **El consumo turístico doméstico** mejoró de manera muy tímida tras la entrada en la fase 2 de parte del territorio nacional a finales de mayo, cuando se reabrieron las zonas comunes en hoteles, y ya de un modo más significativo tras la finalización del estado de alarma a finales de junio, que nos permitió volver a viajar entre comunidades autónomas. No obstante, tal y como se observa en el gráfico posterior, el gasto turístico doméstico todavía registró una caída del 47% interanual entre el 6 y el 12 de julio.

③ **CaixaBank Research publica semanalmente un informe sobre la evolución de este indicador de consumo en tiempo real en** https://www.caixabankresearch.com/es/publicaciones/notas-breves-actualidad-economica-y-financiera

En cuanto al **consumo turístico de extranjeros,** mejoró intensamente tras las primeras semanas de fronteras abiertas para ciudadanos del espacio Schengen, al registrar una caída del 74% interanual entre el 6 y el 12 de julio, alrededor de 22 puntos porcentuales (p. p.) menos que antes de la apertura de fronteras. En conclusión, **el gasto turístico se sitúa aún en niveles extraordinariamente bajos,** pero las mejores perspectivas de la movilidad de turistas tras la reapertura de las fronteras autonómicas e internacionales con los países Schengen (80% de la demanda de España) nos invitan a pensar que la recuperación del gasto turístico puede ganar tracción si la conectividad entre orígenes y destinos se reactiva y la pandemia se mantiene bajo control.

Pagos presenciales en TPV de CaixaBank

Variación interanual (%)



Notas: El gasto turístico se aproxima utilizando los pagos en TPV de hoteles y agencias de viajes.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

Los turistas internacionales recuperan su interés por viajar a España, según Google Trends

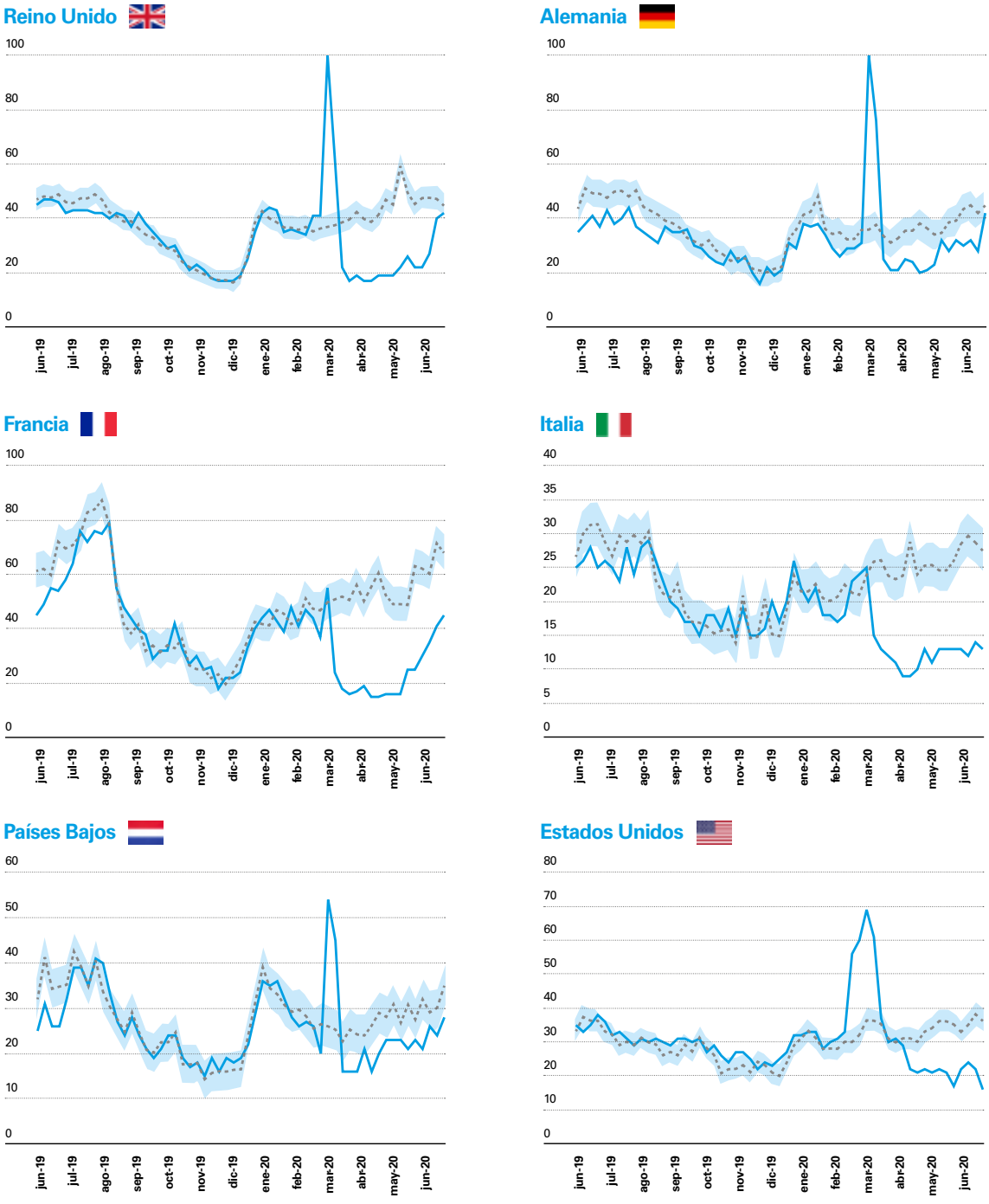
Según lo indicadores de reservas y de búsquedas en internet, que suponen un indicador adelantado de demanda, el interés por hacer turismo en España está mejorando considerablemente. Así, los datos de Google Trends muestran que las búsquedas del término «hotel» realizadas desde España, que ilustrarían el interés por hacer una reserva hotelera por parte de los turistas domésticos, han pasado de un –84% interanual en abril a un –46% durante la última semana de junio. Por otro lado, las búsquedas de turistas extranjeros sobre viajes a España están repuntando en países clave para el sector turístico español. Tal y como se observa en los siguientes gráficos, si comparamos el nivel semanal de búsquedas realizado desde cada país con el nivel esperado de acuerdo con el patrón histórico de búsquedas, vemos que en el Reino Unido y Alemania el interés de la población por viajar a España se ha normalizado en gran medida durante la última semana de junio, mientras que en los Países Bajos se sitúa levemente por debajo del nivel esperado. Por su parte, se observa que en Francia e Italia el interés se situó, respectivamente, un 27% y un 47% por debajo de sus niveles esperados a esas alturas de año, probablemente debido a que son dos mercados emisores que ofrecen alternativas turísticas domésticas muy competitivas. En el caso de Italia, además, el Gobierno ha lanzado una medida de incentivos directos (hasta 150 euros por hogar) a

Turismo

los italianos que decidan hacer turismo doméstico, de tal manera que la perspectivas de llegadas de turistas italianos a España son menos favorables. Finalmente, en el caso de EE. UU., un país con el que la UE mantiene su frontera cerrada, se puede observar que el interés por hacer turismo en España se continúa alejando de su nivel esperado.

Búsquedas semanales en Google sobre viajes a España

Índice (100 = máximo histórico)



Nota: Se utilizan datos de búsquedas de la palabra España en el idioma oficial de cada país dentro de la categoría de viajes. Las búsquedas esperadas consisten en la previsión de búsquedas realizada con datos de un año antes utilizando un modelo ARIMA $(1, 1, 1)_{52}$. El área sombreada refleja un intervalo de confianza del 68%.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de Google Trends.

Previsiones sobre la evolución del sector turístico en 2020

A pesar de la mejora de las perspectivas que se infiere del análisis de los últimos datos, no hay que olvidar que el escenario actual va asociado a una gran incertidumbre y que dependerá de que se consiga mantener el balance entre movilidad y seguridad hasta que se encuentre una vacuna o un tratamiento efectivo contra la COVID-19. Así, las previsiones que presentamos a continuación dependen en gran medida de la evolución de la pandemia en España y en los países emisores de turistas. Nuestro escenario central de previsiones supone que la expansión de la COVID-19 en España se mantiene controlada, aunque incorpora la posibilidad de rebrotes que podrían obligar a tomar medidas de confinamiento localizadas. Adicionalmente, trabajamos bajo el supuesto de que el descubrimiento de una vacuna o de un tratamiento efectivo tendría lugar a mediados de 2021.[4]

Con estos supuestos, prevemos que **el gasto turístico doméstico se recupere considerablemente durante la segunda mitad del año.** En concreto, prevemos que alcance cotas muy similares, aunque ligeramente inferiores, a las registradas en el mismo periodo de 2019, debido al balance de los factores limitantes y de apoyo. En primer lugar, la situación sanitaria continuará restringiendo la recuperación de la demanda, a causa de i) una percepción de menor seguridad, ii) la incertidumbre sobre la evolución de la pandemia y iii) las medidas de distanciamiento social que se mantendrán a lo largo de todo el año. Además, estimamos que las consecuencias de la crisis actual sobre la capacidad adquisitiva de los hogares llevarán a muchos españoles a gastar menos en turismo este año por motivos puramente económicos. Por otro lado, los factores que apoyarán la recuperación serán i) la buena conectividad que ofrece la red de carreteras para el transporte privado dentro de la península, ii) la recuperación de los vuelos domésticos, más fácil de coordinar a través de la acción de Aena, y iii) la sustitución de las salidas turísticas al exterior por viajes domésticos. Este último hecho se presenta como uno de los más determinantes para la recuperación del turismo doméstico. Entre julio y diciembre de 2019, los turistas residentes en España gastaron 9.500 millones de euros en el extranjero, frente a los 18.800 que destinaron al turismo doméstico. Según nuestras previsiones, el efecto sustitución puede aportar unos 2.500 millones de euros al turismo doméstico.

④ **Véase el artículo «La actividad empieza a reactivarse gradualmente con el desconfinamiento» disponible en https://www.caixabankresearch.com/es/economia-y-mercados/analisis-coyuntura/actividad-espana-empieza-reactivarse-gradualmente?212= para una descripción detallada de los supuestos de este escenario y el cuadro macroeconómico completo.**

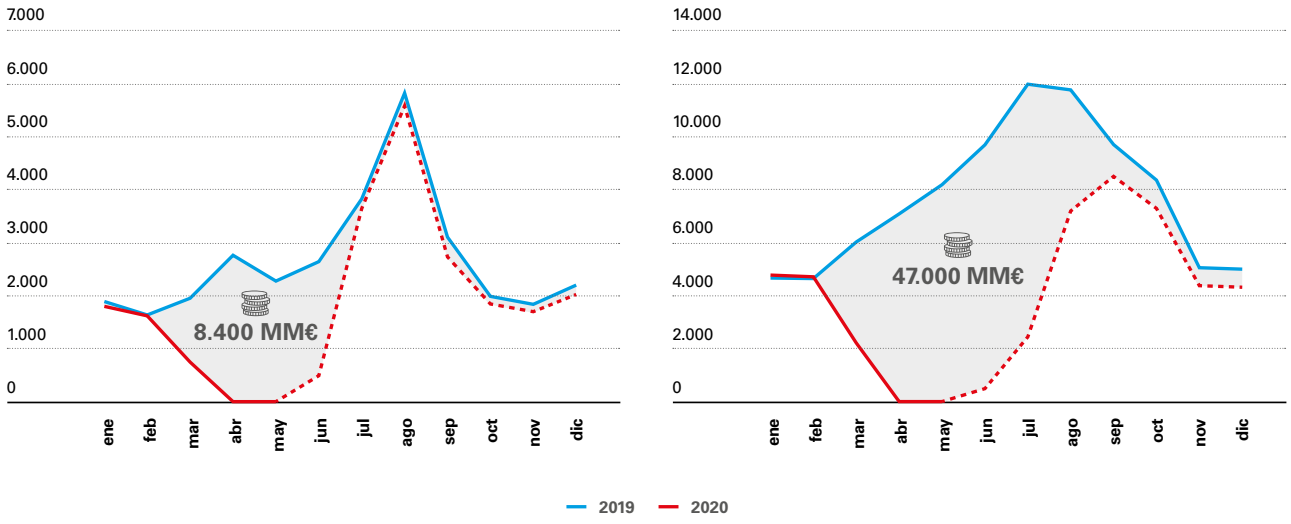
Turismo

Por tanto, si se produce esta recuperación que esperamos, el gasto turístico doméstico para el conjunto de 2020 podría retroceder en torno al 30%, unos 8.400 millones de euros menos que en 2019, principalmente como consecuencia de la paralización de la actividad entre los meses de marzo y junio.

Por otro lado, tal y como se observa en el siguiente gráfico, nuestras previsiones de gasto turístico de extranjeros muestran una evolución algo menos positiva en lo que resta de año debido a i) la pérdida de turismo extracomunitario, ii) una recuperación paulatina de la conectividad en la UE (muy dependiente de las conexiones aéreas y de la situación de la pandemia en el origen) y iii) la menor propensión a viajar fuera del país de residencia a causa de la incertidumbre sobre la evolución de la pandemia. Con todo ello, según nuestras estimaciones, **el gasto turístico extranjero caerá alrededor de un 25% interanual entre julio y diciembre de 2020, lo que llevaría a registrar una caída de más del 50% para el conjunto del año 2020** (47.000 millones de euros menos que en 2019).

Gasto turístico doméstico (izquierda) y extranjero (derecha)

Millones de euros



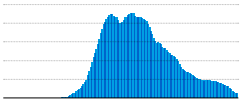
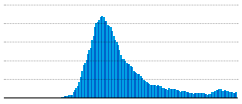
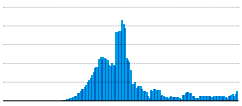
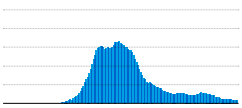
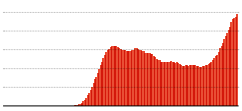
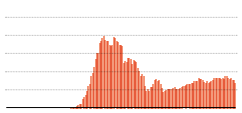
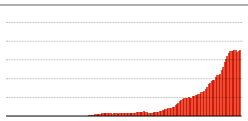
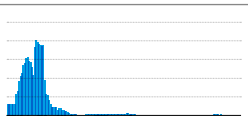
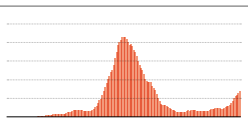
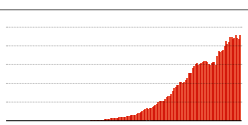
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

Con todo, el turismo doméstico no será capaz de mitigar el efecto de la caída en la demanda extranjera, que supuso el 70% del gasto turístico en 2019 y que en 2020 representará alrededor del 60%. Así, **el gasto turístico total que efectuarán turistas residentes y extranjeros en España podría situarse alrededor de los 68.000 millones de euros en 2020, una caída cercana al 45% en relación con el año anterior.**

La complejidad del entorno en el que opera actualmente el sector turístico también obliga a tener en consideración la evolución de la pandemia en los países de origen de nuestros turistas extranjeros, lo que añade, si cabe, mayor incertidumbre a la situación. Tal y como se puede observar en la siguiente tabla, donde se analizan 10 de los principales países emisores de turistas hacia España, la situación sanitaria y de conectividad parece relativamente favorable. Nuestra dependencia de los países europeos, donde la expansión de la pandemia parece más controlada, lleva a que gran parte de la demanda turística internacional de España mantenga unas buenas perspectivas sanitarias.

Tan solo los mercados del continente americano, que suponen menos del 10% de la demanda turística extranjera en España, tienen unas perspectivas claramente negativas. En cualquier caso, a pesar de que la situación de los mercados emisores es buena, se trata de una situación incierta.

Situación de los principales mercados emisores del sector turístico español a finales de junio

	Peso sobre turismo extranjero	¿Pueden venir?	Situación de la pandemia*		
			Evolución del contagio	Última semana de junio	
Reino Unido	22%	**Sí.** Tiene trato de miembro UE hasta 2021		0,9	En remisión
Alemania	13%	**Sí.** Miembro UE		0,5	Controlado
Francia	13%	**Sí.** Miembro UE		1,6	Controlado
Países Bajos	4%	**Sí.** Miembro UE		0,3	Controlado
EE. UU.	4%	**NO**		14,6	En expansión
Portugal	3%	**Sí.** Miembro UE		2,8	Estable pero elevado
Argentina	1%	**NO**		5,6	En expansión
China	1%	Cuarentena obligatoria hasta que China elimine restricciones a europeos		+0	Controlado
Japón	1%	**Sí.** Forma parte del listado de países seguros de la UE		0,1	Repunte, pero nivel bajo
Brasil	1%	**NO**		18,2	En expansión

Nota: **(*)** Los gráficos muestran el crecimiento del número de contagios por 100.000 habitantes entre el 23 de enero y el 30 de junio. A la derecha de cada gráfico, se indican los contagios por 100.000 habitantes los últimos 7 días de junio en cada país.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE y de Johns Hopkins University CRC.

Turismo

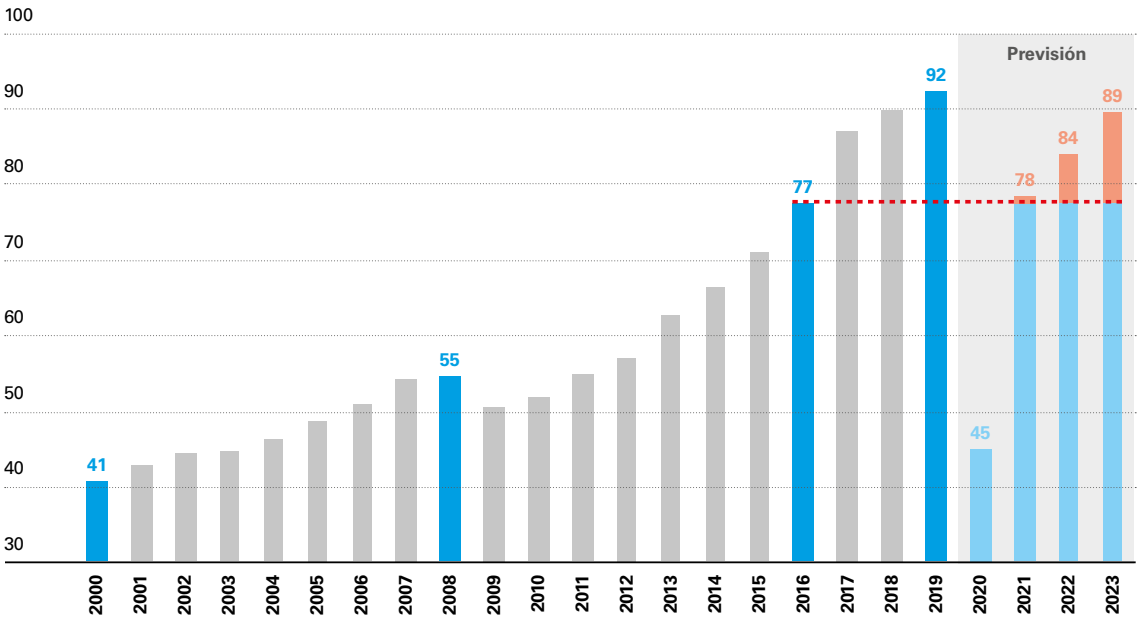
Previsiones sobre la evolución del sector turístico a medio plazo

Realizar previsiones para este 2020 resulta altamente complejo por la elevada incertidumbre que rodea la evolución de la pandemia. En cambio, si nos centramos en el medio plazo, y asumiendo que en este horizonte de previsión ya se ha descubierto una vacuna o un tratamiento eficaz para la COVID-19, la recuperación de la confianza de los turistas internacionales, el mayor atractivo de destinos consolidados y seguros durante las primeras etapas de la recuperación, y el rebote de la economía mundial proyectan unas perspectivas del sector turístico considerablemente mejores que para el año 2020.

Tal y como se observa en el próximo gráfico, **nuestras previsiones apuntan a una recuperación relativamente rápida de la demanda a medio plazo.** En 2021, el gasto de los turistas internacionales alcanzaría un nivel superior al de 2016, aunque aún estaría lejos del nivel precrisis. No obstante, el sector viene de unos años extraordinarios, batiendo en 2019 todos los récords de volumen y gasto turístico, y recuperar los niveles de ingresos de 2016 ya podría considerarse como muy positivo.

Gasto de los turistas internacionales en España

Miles de millones de euros



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

En conclusión:

- La demanda turística en 2020 va a caer dramáticamente, sobre todo debido a la pérdida de movilidad de los turistas entre marzo y junio.
- En la segunda mitad del año, el gasto turístico se irá recuperando gradualmente apoyado por el turismo doméstico y por la llegada de turistas internacionales de países emisores tradicionales como Alemania y el Reino Unido.
- La dependencia de los flujos de turistas a la situación sanitaria en España y en los países emisores supondrá un foco de incertidumbre. A pesar de ello, las perspectivas para el sector a medio plazo continúan siendo positivas, gracias a que parte de una situación precrisis muy sólida.

OFERTA TURÍSTICA Y EMPLEO

La reactivación del tejido empresarial turístico

Tras el *shock* que supuso la irrupción de la COVID-19, el tejido empresarial turístico redujo ostensiblemente sus niveles de actividad, destruyendo una gran cantidad de empleo y acogiéndose de manera masiva a los ERTE. En la actualidad, la oferta turística se encuentra inmersa en un proceso de reactivación. La eliminación de las restricciones a la movilidad ha animado a un buen número de establecimientos turísticos a reabrir sus puertas, a pesar de que los niveles de demanda aún se sitúan en cotas reducidas. Con el arranque de la temporada estival, es fundamental que el sector turístico pueda mantener, y gane, su apuesta por la reactivación. Solo así se logrará volver a generar empleo.

El colapso de la demanda turística entre los meses de marzo y junio estuvo acompañado de la desactivación de una gran parte de empresas turísticas que se vieron obligadas a cesar su actividad por las restricciones de movilidad y la imposibilidad de ofrecer sus servicios. Así, según datos de la encuesta de ocupación hotelera, entre marzo y mayo de 2020, permanecieron abiertos un promedio mensual de 4.100 establecimientos hoteleros, lo que representa un 73% menos que en el mismo periodo de 2019. Se trata de una caída muy importante, pero algo menor que la sufrida por la demanda (más del 90%). Esto se debe a que la reactivación del sector durante el mes de mayo ha sido algo más intensa de lo que se podría inferir a partir de los datos de demanda. Así, en el mes de mayo, un 12% de los establecimientos que estaban activos en febrero reabrieron sus puertas (principalmente establecimientos pequeños y con bajas necesidades de personal), adelantándose ligeramente a la demanda y a la expectativa de hacer frente a un repunte de reservas.

Un análisis de la facturación por TPV para seguir a tiempo real la actividad de la oferta turística

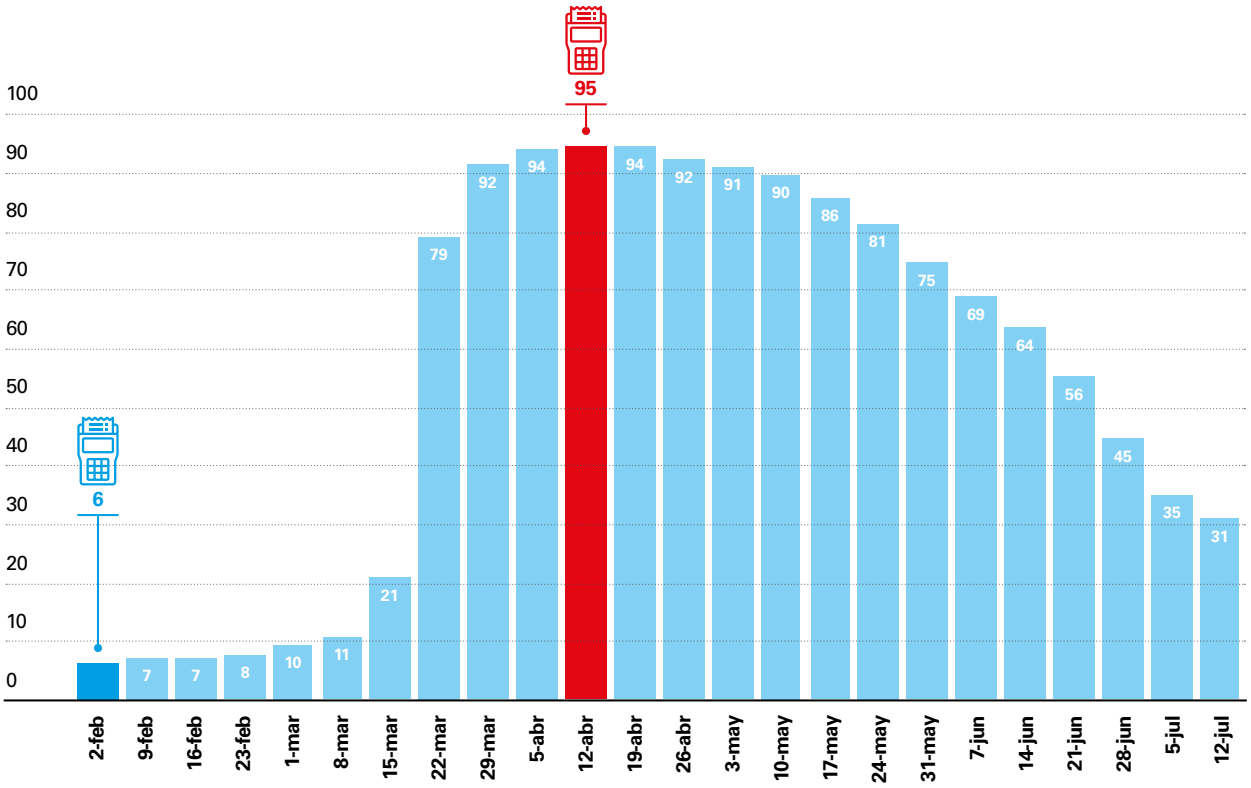
La complejidad de la coyuntura actual es tal que las encuestas que realiza el INE y que tradicionalmente nutren el análisis de la oferta turística de este informe nos otorgan mucha menos información que en el pasado, ya que el número de encuestas llevadas a cabo a establecimientos abiertos es insuficiente.[5] Gracias a la explotación del *big data* de CaixaBank, hemos podido sortear este problema mediante la elaboración de un indicador que permite hacer un seguimiento en tiempo real de los niveles de inactividad de la oferta turística. Para ello, utilizamos la proporción de comercios con TPV de CaixaBank, que han pasado a no registrar facturación. Tal y como se observa a continuación en el gráfico, según este indicador el sector vivió un cierre casi total en el periodo comprendido entre la declaración del estado de alarma y el 24 de mayo, fecha que marcó el inicio de la fase 2 en parte del país. Desde entonces, la reactivación de la oferta ha ido ganado tracción. A finales de junio, y por primera vez desde el mes de marzo, la proporción de comercios turísticos inactivos se situó por debajo del 50%, coincidiendo con la finalización del estado de alarma y la apertura de las fronteras con los países de la UE.

⑤ **El INE no ha publicado datos a nivel regional de la encuesta de ocupación hotelera, debido al limitado número de establecimientos encuestados en abril y mayo. Tampoco se han publicado datos del índice de precios hoteleros ni de rentabilidad (ADR y RevPAR).**

Turismo

Proporción de hoteles y agencias de viajes sin facturación en sus TPV de CaixaBank

% sobre el total



Nota: La serie está normalizada para que la proporción de comercios inactivos sea igual a 0% en diciembre de 2019.
Fuente: CaixaBank Reserach, a partir de datos internos.

La reactivación de la oferta turística está respondiendo de manera anticipada a la demanda, reaccionando positivamente a las perspectivas de recuperación y a la relajación de las medidas de distanciamiento social. De la limitación del aforo al 30% y del cierre de las zonas comunes en los establecimientos hoteleros que se estableció en la fase 1 de la desescalada, se ha pasado en muchos casos a un límite de aforo por encima del 70% en la actualidad, lo cual permite superar ampliamente el umbral de demanda necesario para compensar costes.[6] Aun así, **según datos internos de CaixaBank, durante la segunda semana de julio, el 31% de los establecimientos turísticos permanecían inactivos y la facturación de establecimientos hoteleros presentaba aún caídas alrededor del 65% interanual,** lo que lleva a inferir que probablemente no se ha alcanzado el umbral de rentabilidad para la mayor parte de operadores.

La reactivación del sector turístico: políticas económicas y adaptación a la nueva demanda

Hasta que no se alcance dicho umbral de rentabilidad, es importante que se sigan tomando medidas de política económica que continúen apoyando al sector. Las principales medidas de apoyo se han basado en facilitar los ajustes temporales en las plantillas mediante la flexibilización de los ERTE y en proporcionar liquidez a las empresas (100.000 millones de euros en avales ICO para empresas, con un tramo de 2.500 millones de euros solo accesible para empresas turísticas), además de una moratoria de hasta 12 meses para operaciones de financiación hipotecaria de inmuebles ligados a la

⑥ En la actualidad, la regulación de las medidas de distanciamiento social son competencia de las comunidades autónomas, por lo que no hay un criterio común sobre los límites de aforo en establecimientos turísticos y hostelería. Cabe señalar que, en el caso de establecimientos comerciales y hosteleros pequeños, las medidas de distanciamiento social entre clientes suponen limitaciones de aforo más estrictas que las indicadas.

actividad turística suscritas con entidades de crédito. Todas estas medidas, enfocadas a mitigar el impacto de la crisis del coronavirus, han sido fundamentales para que el tejido empresarial turístico sobrellevara estos meses de parón de la demanda.

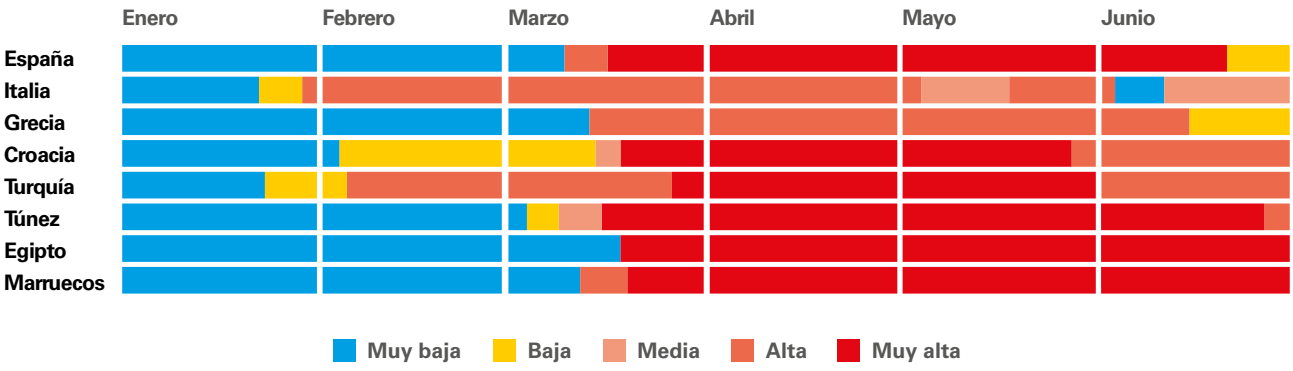
El sector turístico deberá impulsar su transformación para adaptarse a los nuevos parámetros de seguridad sanitaria a corto plazo y a las nuevas corrientes de fondo de la demanda a medio y largo plazo.[7] Así, el plan de reactivación del turismo propuesto por el Gobierno a mediados de junio contempla medidas en esta misma dirección, como los créditos blandos para financiar soluciones sostenibles para empresas turísticas o inversiones en transformación digital. En este sentido, ampliar el papel de las políticas públicas podría suponer un elemento dinamizador fundamental para que el sector tenga la capacidad de llevar a cabo estas inversiones y logre mantener sus niveles de competitividad.

Por otro lado, **la disminución de la competencia internacional por el turismo en un entorno de menor demanda como el actual puede ser clave también para acelerar la reactivación del sector este verano.** Cabe recordar que, en 2019, mejoró la percepción por parte de los turistas británicos y alemanes de otros mercados mediterráneos como Turquía, Egipto, Túnez y Marruecos, lo cual limitó el crecimiento de la demanda extranjera en España.[8] Sin embargo, la pandemia ha provocado que dichos mercados estén sufriendo restricciones importantes para recibir turistas europeos, no solo por no formar parte de la UE, sino porque las restricciones que han impuesto sus gobiernos son más severas que en el caso de España y de otros socios comunitarios del Mediterráneo. Así lo recoge el siguiente gráfico, basado en el COVID-19 Government Response Tracker que elabora la Universidad de Oxford.

⑦ **Véase el artículo «Lo que se avecina en el turismo global» en este mismo informe.**

⑧ **Véase artículo «La lucha por el turismo internacional en el Mediterráneo» del *Informe Sectorial de Turismo* del 1er semestre de 2020 publicado en www.caixabankresearch.com**

Intensidad de las restricciones fronterizas



Fuente: CaixaBank Research, a partir de Oxford COVID-19 Government Response Tracker.

El empleo del sector turístico, el más afectado por la COVID-19

La reactivación gana, si cabe, un mayor protagonismo por razón del impacto que puede tener sobre el empleo. El mercado laboral español ha sufrido un *shock* contundente. En el mes junio, el número de afiliados a la Seguridad Social se situó en 18,6 millones de personas, 974.000 empleos menos con respecto a junio de 2019 (–5% interanual), de los cuales alrededor del 70% eran trabajadores temporales. Adicionalmente, 1,8 millones de empleados estaban afectados por ERTE, es decir, seguían afiliados a la Seguridad Social, no contabilizaban como parados, pero o bien no trabajaban o bien no lo hacían a tiempo completo.

Turismo

El empleo del sector turístico ha sido el más afectado por las condiciones actuales. A cierre de mayo, el empleo asociado a actividades turísticas se situó en 2,5 millones de personas, cerca de 387.000 empleos menos que en el mismo mes de 2019 (–13,5% interanual). Esto implica que **el 44% de la destrucción del empleo en España fue causada por el sector turístico.** Además, alrededor del 31% de los afiliados del sector turístico entraron en ERTE y el 5,5% se acogieron a la prestación por cese de actividad, muy por encima de la media de España en mayo, con un 9,8% en ERTE y un 2,0% en prestación por cese de actividad.

Partiendo de un nivel de empleo tan bajo y dado el peso tradicional del empleo turístico en el conjunto de la economía (el 12,8% de la afiliación en 2019), la «reapertura» del sector podría tener un efecto sustancial sobre la ocupación y sobre la moderación de la cifra del empleo afectado por los ERTE. A pesar de que el empleo del sector turístico acusa una gran estacionalidad a lo largo del año, el nivel de ocupación que genera el turismo en momentos de demanda moderada es muy relevante. Es decir, el grueso del empleo se genera cuando el establecimiento hotelero decide abrir, aunque el nivel de ocupación de las plazas disponibles en el hotel sea bajo. Lógicamente, a medida que aumenta el grado de ocupación también aumenta la contratación de empleados, pero de una forma mucho más gradual. En concreto, según nuestras estimaciones, la plantilla base de un hotel (aquella que no depende del grado de ocupación) es de alrededor del 65% del personal que contrataría el hotel en caso de estar lleno. Por ejemplo, un hotel medio español, que según datos del INE consta de 49 habitaciones, con un grado de ocupación del 100% contrataría a 17 empleados, mientras que con un grado de ocupación mínimo del 35% contrataría a 13. Si bien la diferencia de empleo entre la temporada alta y la baja es sustancial, destaca que la contratación del grueso de la plantilla de los establecimientos hoteleros no depende tanto de la estacionalidad de la demanda.

En este sentido, a pesar de que la ocupación media en España se situará en niveles contenidos en lo que queda de año, una pequeña mejora en las perspectivas de llegadas de turistas podría suponer un factor diferencial para la reactivación del sector y para el conjunto del mercado laboral.

Simulación de personal hotelero contratado según nivel de ocupación

			Hotel promedio				
	Habitaciones		10	25	49	100	200
	Ocupación (%)	Plantilla (%)	Número de empleados				
Demanda apertura	30%	76%	3	7	13	27	53
	35%	77%	3	7	13	27	54
	40%	79%	3	7	14	28	56
Demanda baja	45%	81%	3	7	14	29	57
	50%	83%	3	7	14	29	59
	55%	85%	3	7	15	30	60
Demanda media	60%	87%	3	8	15	31	61
	65%	89%	3	8	15	31	62
	70%	90%	3	8	16	32	64
Demanda elevada	75%	92%	3	8	16	32	65
	80%	94%	3	8	16	33	66
	85%	95%	3	8	16	33	67
	90%	97%	3	9	17	34	68
	95%	98%	3	9	17	35	69
	100%	100%	4	9	17	35	70

Nota: Se ha estimado la sensibilidad del número de empleados por plaza hotelera frente a distintos grados de ocupación utilizando datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera para 106 municipios entre los meses de enero de 2005 y diciembre de 2019.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

En conclusión:

- La oferta turística se está reactivando paulatinamente. La proporción de comercios turísticos inactivos pasó del 95% a mediados de abril a situarse en el 31% durante la segunda semana de julio.
- Las medidas de liquidez y de ajustes temporales en las plantillas han sido y serán fundamentales para que el tejido empresarial turístico pueda superar el periodo de menor actividad turística.
- La «reapertura» de los comercios turísticos podría suponer una fuerte generación de empleo y moderaría considerablemente la cifra de afectado por ERTE.

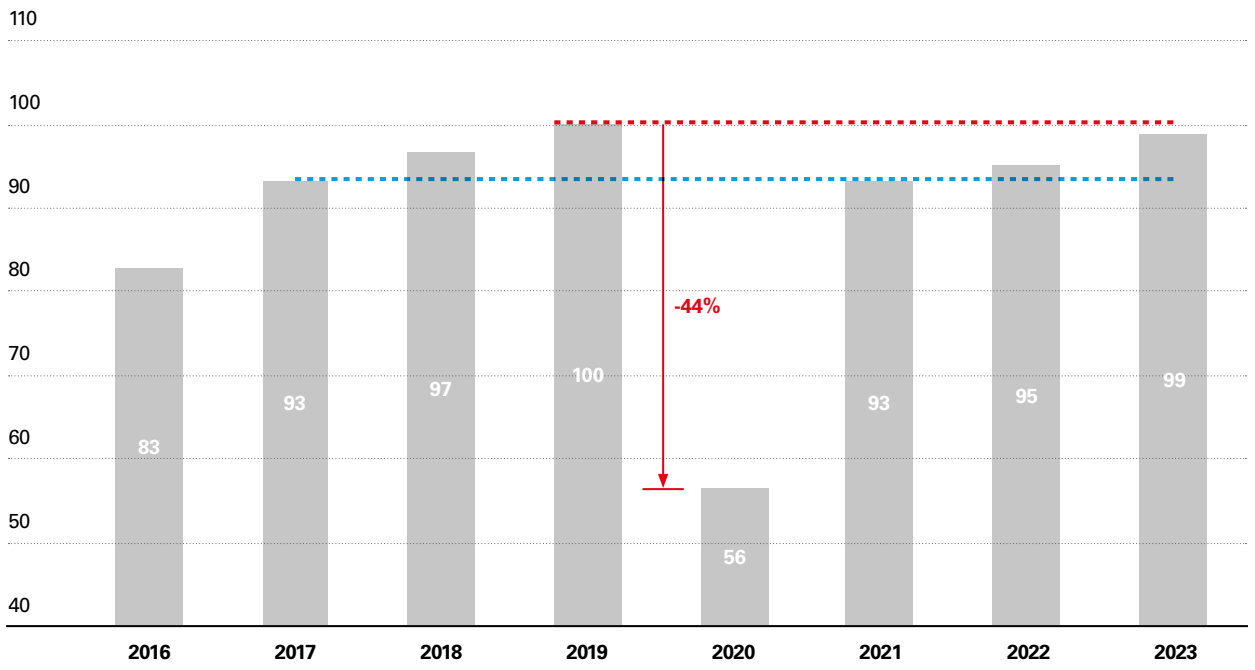
IMPACTO EN LA ECONOMÍA

La pérdida de actividad turística supone un duro golpe para la economía española

El sector turístico es un sector clave para la economía española y, por ello, la caída del turismo prevista para 2020 supondrá un impacto mayúsculo sobre el nivel de actividad económica del país. Además, el impacto económico no se distribuirá de manera homogénea en la geografía española puesto que existen profundas diferencias en el peso del sector turístico entre regiones. Así, esperamos que las comunidades insulares y mediterráneas quedarán más expuestas que el promedio de España, mientras que las del interior sufrirán de manera más leve.

Mucho se ha hablado durante la crisis actual del elevado peso del sector turístico en la economía española y no es para menos, puesto que se trata de uno de los sectores económicos que más va a sufrir las consecuencias de la crisis causada por la COVID-19. Según los datos de la cuenta satélite de turismo que publica el INE, el sector turístico genera el 12,3% del PIB de España y el 12,7% de la ocupación. Esta gran relevancia del sector en la economía española no es una casualidad, sino que es fruto de su gran competitividad y de su resiliencia. No obstante, en 2020 el sector turístico ha pasado a ocupar el epicentro de la crisis en la que ha entrado la economía española, que, según las previsiones de CaixaBank Research, registrará una caída del PIB de entre un 13% y un 15%.

Evolución del PIB turístico en España
Índice (100 = 2019)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

El impacto de la reducción de la actividad turística en la economía española

Debido a la fuerte caída del gasto turístico prevista para 2020, que ciframos en torno al 50% para el turismo extranjero y en torno al 30% para el turismo doméstico, el sector dejará de generar una gran cantidad de actividad económica. En concreto, **según nuestras previsiones, el PIB turístico caerá alrededor de un 44% en 2020,** suponiendo un severo impacto para la economía española. Esta caída de la actividad turística **podría suponer una pérdida de 3 p. p. de crecimiento del PIB de manera directa.** Además, debido al fuerte efecto arrastre del sector sobre el resto de la economía, **de manera indirecta se podrían llegar a perder entre 1,6 p. p. y 2,3 p. p. adicionales.**[9] Así, el sector turístico contribuiría negativamente al crecimiento de la economía española entre 4,6 p. p. y 5,3 p. p. del PIB.

A medio plazo, prevemos que la actividad turística recuperará el nivel precrisis a partir del 2024. Sin embargo, ya en 2021 se recuperaría el nivel de actividad del 2017, un año que puede servir de referencia, puesto que los resultados cosechados fueron positivos.

Análisis de la caída del gasto turístico por comunidad autónoma

En clave regional, el impacto económico que tendrá la caída de la actividad turística en 2020 será muy heterogéneo y dependerá, principalmente, del peso del turismo extranjero y de la importancia del sector turístico en la economía de cada región.

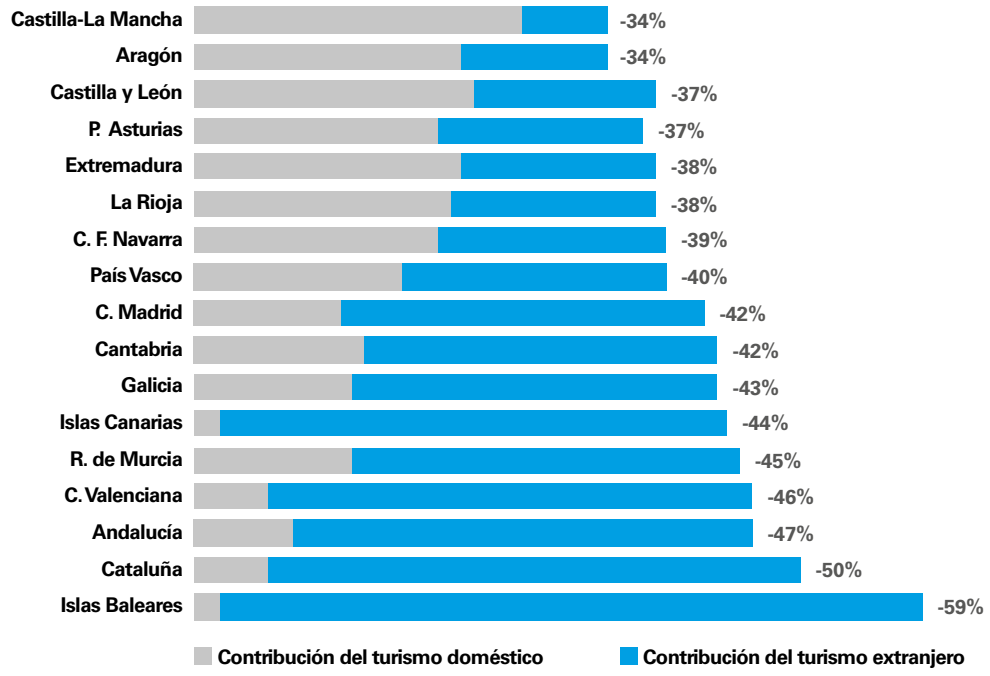
(9) Según nuestras estimaciones, por cada 100 euros de valor añadido que genera de manera directa el sector turístico, se generan 76 euros de valor añadido indirectos en el resto de la economía, lo que implica que alrededor del 40% de la actividad económica que genera el sector turístico es indirecta.

Turismo

En el siguiente gráfico se muestran las previsiones de la variación del gasto turístico por comunidad autónoma para 2020. De acuerdo con estas estimaciones, las Islas Baleares son la región que más sufrirá la caída del gasto turístico (un 59%), por su gran dependencia del turismo extranjero (95% del gasto) y también porque los meses de primavera y verano (los que más están acusando el *shock* de la COVID-19) concentran una gran parte de su demanda turística (el 86% de su demanda anual en 2019). En el otro extremo, Castilla-La Mancha y Aragón son las comunidades que registrarán una caída menos intensa del gasto turístico, por su reducida dependencia del turismo extranjero (un 14% y un 24%, respectivamente). Obviamente, estos resultados quedan muy condicionados por la evolución de la pandemia en las distintas regiones.

Caída del gasto turístico en 2020 en las CC. AA.

Variación anual % y contribución en puntos porcentuales



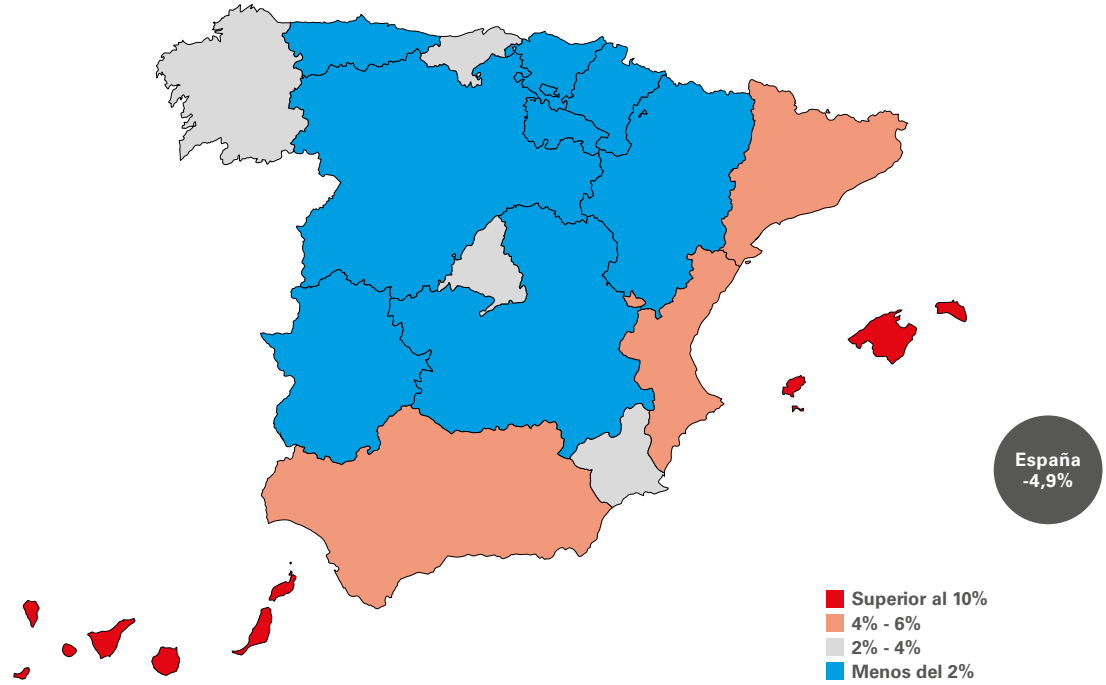
Fuente: CaixaBank Research.

Análisis del impacto económico de la caída del gasto turístico por comunidad autónoma

El peso del sector en la economía regional también es muy relevante para entender el impacto económico de la caída del turismo, siendo además un factor muy heterogéneo entre comunidades autónomas. Dado que no disponemos de estimaciones de la contribución del sector turístico al PIB por comunidad, nos servimos de la ratio de gasto turístico sobre PIB para obtener una medida aproximada de la relevancia del sector turístico. Utilizando esta métrica obtenemos que las comunidades de Navarra y La Rioja son las que registran un peso menos relevante del sector turístico (alrededor del 4% de su PIB), mientras que las comunidades insulares de Baleares y Canarias registran una ratio de consumo turístico sobre PIB de más del 40%.

Mapa del impacto de la caída del gasto turístico en 2020

Caída del gasto turístico en % de PIB



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

Al combinar el peso del gasto turístico y nuestro escenario central de previsiones para 2020, obtenemos una medida de impacto económico en las comunidades autónomas, que recogemos en el mapa anterior. Así, vemos cómo la pérdida de actividad turística será muy relevante en las Islas Baleares y las Islas Canarias, con caídas del gasto turístico que representan el 28% y el 18% de sus PIB regionales, respectivamente. Las comunidades mediterráneas de Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía registrarán un impacto más contenido aunque aún superior al del promedio de España, con una caída del gasto turístico de más del 5% del PIB en los tres casos. Por su parte, la Comunidad de Madrid, la Región de Murcia, Cantabria y Galicia registrarían un impacto medio de entre el 2% y el 4% del PIB, mientras que el resto de las comunidades autónomas se verían menos afectadas.

En conclusión:

- El sector turístico sufrirá muy duramente las consecuencias de la crisis sanitaria causada por la COVID-19, lo que provocará que el PIB turístico caiga en torno al 44% en el año 2020.
- A causa de su destacado papel en la economía española, el impacto de la crisis en el sector turístico lastrará la evolución de la economía nacional, a la que restará 5 p. p. de crecimiento en 2020.
- A escala regional, el impacto será heterogéneo, concentrándose especialmente en las Islas Baleares y en las Islas Canarias, así como en la costa mediterránea.
- Las perspectivas de cara a 2021, aunque inciertas, apuntan a un fuerte rebote de la actividad que podría llegar a situar el PIB turístico en niveles similares a los de 2017.

Turismo internacional

Lo que se avecina en el turismo global

La pandemia de coronavirus tomó al mundo por sorpresa y paralizó el turismo internacional casi por completo. Las primeras etapas de una cierta recuperación están pasando por la reinstauración de la conectividad entre los países emisores y destinos turísticos que hayan controlado la expansión del nuevo coronavirus. No obstante, el sector deberá acometer una profunda y rápida transformación para adaptarse a un nuevo perfil de turista internacional pos-COVID-19, mucho más preocupado por recibir un servicio personalizado, flexible y, sobre todo, más seguro.

La irrupción del coronavirus SARS-CoV-2 ha sido un fenómeno global. Hasta el mes de junio se registraron más de 10 millones de contagios y 500.000 fallecidos a causa de la COVID-19 en todo el mundo. Ninguno de los 177 países para los que el Centro de Investigación del Coronavirus de la Universidad Johns Hopkins publica estadísticas está libre del virus y más del 25% de los países presentan una incidencia de más de 1.000 casos por cada millón de habitantes.[1] La situación ha llevado a que se hayan tomado **medidas sin precedentes para limitar la movilidad internacional y doméstica de los ciudadanos en todo el mundo,** lo cual provocó que el flujo de turistas internacionales se paralizara entre marzo y junio.

Las implicaciones del parón del turismo para la economía global son de gran magnitud. La Organización Mundial del Turismo (OMT) baraja tres escenarios para el año 2020, dependiendo de cuándo empiecen a retirarse las restricciones para viajar en el mundo. El escenario menos adverso, y más probable, plantea una caída del 58% del turismo mundial bajo el supuesto de que las fronteras se abran de manera gradual a partir del mes de julio, lo que ya está sucediendo. Por el otro lado, un escenario más extremo, en el que las restricciones fronterizas no se suavizaran hasta el mes de diciembre, plantearía una caída de hasta un 78%.[2] Con ello, incluso en el escenario menos pesimista, el número de turistas en el mundo retrocedería a cifras inéditas en lo que llevamos de siglo, lo que supondrá un duro golpe para un sector que genera más del 10% del PIB mundial y cerca del 12% del empleo.

El turismo internacional podría retroceder un 58% según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo, un duro golpe para un sector que genera más del 10% del PIB mundial y cerca del 12% del empleo

① Véase al *dashbord* interactivo que elabora la Universidad Johns Hopkins para consultar los datos relativos a la COVID-19 en https://systems.jhu.edu/

② Véase «UNWTO World Tourism Barometer (May 2020)».

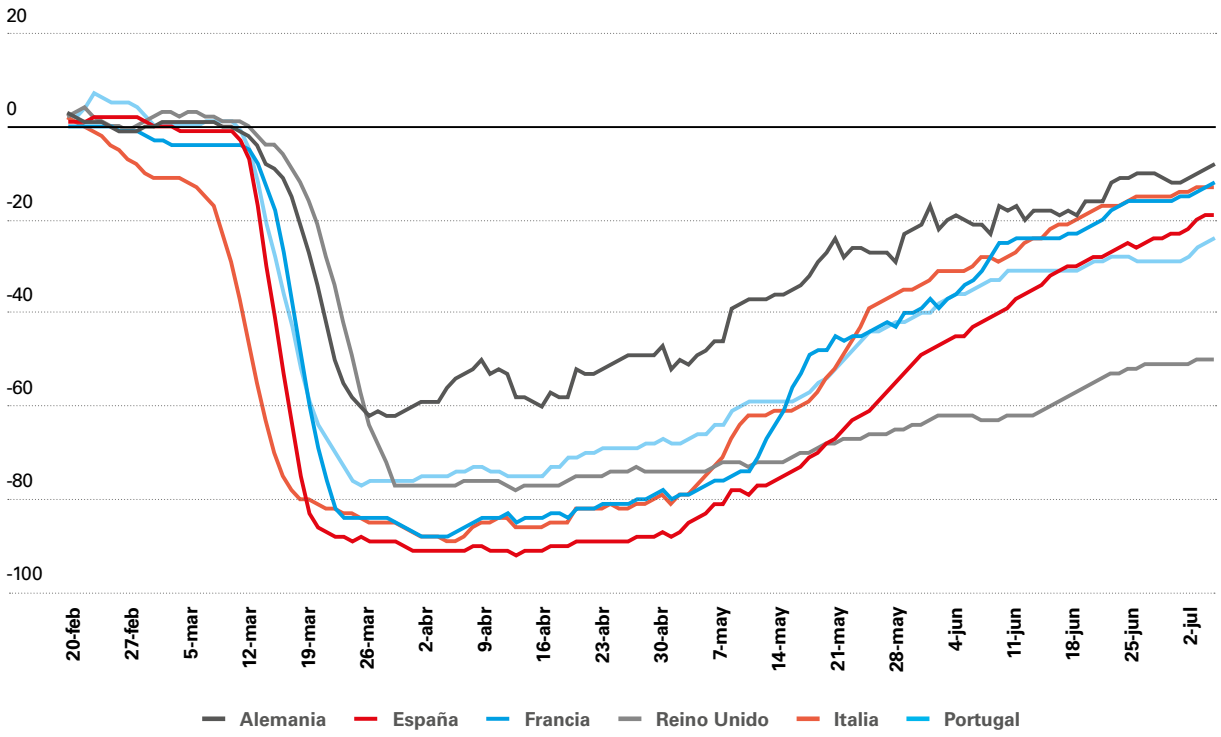
Un primer paso para comprender cuál será la situación del turismo mundial a corto plazo es analizar los indicadores de movilidad de la población, condición *sine qua non* para que el turista pueda desplazarse a su destino. En un contexto en el que la proximidad al destino turístico va a ser fundamental, analizamos a continuación la situación de la movilidad dentro de las principales regiones del mundo: Europa, Asia y las Américas.

Europa: coordinación en la desescalada y buenas perspectivas

En Europa, las medidas de confinamiento se iniciaron en Italia el día 7 de marzo, cuando el Gobierno implantó restricciones a la movilidad de la población en la región de Lombardía, en primera instancia, y poco después en toda Italia. A las pocas semanas, la gran mayoría de los países europeos ya habían implantado medidas similares y la movilidad de personas en el continente se redujo al mínimo esencial para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios esenciales a la población. Si nos detenemos a observar los indicadores de movilidad que elabora Google a partir de los registros de la aplicación Google Maps, comprobamos que **las medidas de confinamiento fueron extraordinariamente efectivas en Europa** (véase el gráfico). En apenas 20 días, la movilidad en establecimientos comerciales a lo largo de toda Europa Occidental cayó alrededor de un 80% (entre el –62% de Alemania y el –91% de España). Y, aunque se fue recuperando paulatinamente a lo largo de la desescalada (iniciada en mayo en muchos países de la UE), a finales de junio todavía no había recuperado los niveles pre-COVID-19: en el Reino Unido, el país que se encuentra más rezagado en el proceso de desescalada, la movilidad todavía es un 50% inferior, mientras que en Alemania, Italia o Francia la movilidad en los locales comerciales se encuentra «solo» un 20% por debajo de los niveles pre-COVID-19.

Movilidad de la población en locales comerciales

Variación con respecto al nivel base* (%)



Nota: Datos en promedio de 7 días. (*) El nivel base corresponde a la movilidad promedio registrada en el mismo día de la semana entre el 3 de enero y el 6 de febrero.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de Google Mobility Report.

Turismo

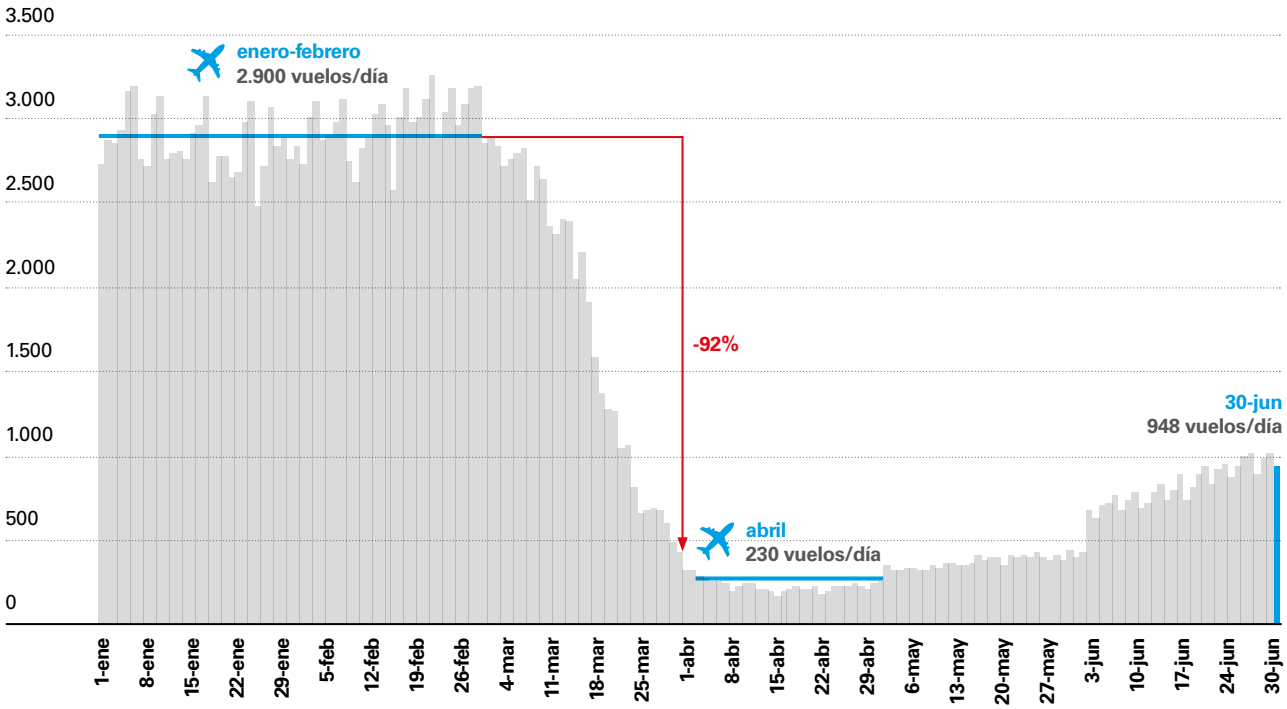
Una vez encaminada la recuperación de la movilidad doméstica, desde finales de junio la desescalada europea ha pasado a tener como objetivo la recuperación de los flujos turísticos internacionales. Para ello, se ha iniciado un proceso de reapertura de fronteras, eliminando a su vez los periodos de confinamiento obligatorios a la entrada en el país de destino. Se trata de un proceso algo más complejo y delicado, puesto que depende de la situación de la COVID-19 tanto en la región de destino como en la región de origen del turista. A pesar de ello, **las perspectivas de reactivación de los flujos turísticos domésticos e internacionales en el continente parecen relativamente positivas,** a tenor de los siguientes factores. El primero es que gran parte de los países del sur de la UE, donde se localizan la mayoría de los destinos turísticos y donde con más rudeza golpeó el coronavirus, han conseguido controlar la expansión del virus tras un periodo de medidas muy estrictas de confinamiento y los rebrotes que se han observado son, por ahora, localizados. En segundo lugar, los países emisores del norte de Europa, salvo en contadas excepciones, han mostrado una sólida capacidad de detección de nuevos brotes y están tomando las medidas necesarias para permitir viajar a su población de manera segura y controlada. Por último y no menos importante, la figura de la UE y del espacio Schengen está empujando a que se alcance un nivel de coordinación entre países de la UE que no se está observando en ninguna otra región del mundo a la hora de reabrir fronteras.

La figura del espacio Schengen ha forzado a un elevado nivel de coordinación entre los países de la UE que será clave para iniciar la recuperación del turismo en Europa

Si bien es cierto que las posibilidades de conectar a los turistas europeos con multitud de destinos dentro de la UE parecen favorables, aún queda un largo camino por recorrer. Si nos fijamos en el siguiente gráfico, con datos de conectividad aeroportuaria en los principales aeropuertos de Europa entre el 1 de enero y el 30 de junio, se puede observar el recorrido que aún existe. La movilidad aérea se sitúa en la actualidad un 67% por debajo de la observada entre enero y febrero, aunque ligeramente por encima del nivel registrado en abril, cuando la movilidad aérea era un 92% inferior a los niveles pre-COVID. A la luz de los exiguos niveles de movilidad internacional en la región, queda claro que la recuperación del turismo en Europa es todavía incipiente.

Conexiones aeroportuarias diarias en los principales aeropuertos de Europa

Número de vuelos



Nota: Se contabilizan las salidas en los aeropuertos de Londres (Heathrow), París (CDG), Fráncfort, Amsterdam, Madrid, Roma, Zúrich y Moscú.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de OpenSky Network.

Turismo

Asia: la gran potencia turística avanza a paso lento

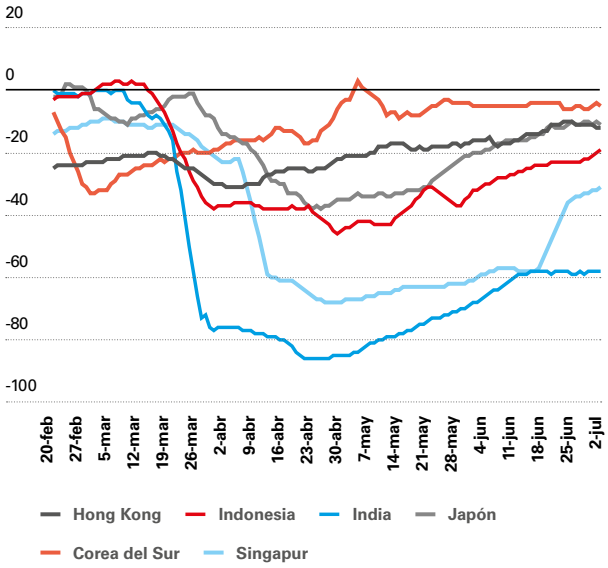
El caso de Asia ha sido comúnmente señalado a la hora de entender los posibles escenarios futuros del sector turístico. No en vano, se trata de una región que en 2019 emitió el 38% del gasto turístico mundial y que recibió más de 360 millones de turistas al año (25% del total). Además, algunos países asiáticos se encuentran en estadios más maduros de la pandemia, lo que nos empuja a pensar que se sitúan en una posición más avanzada del calendario de la recuperación. Cabe recordar que el día 8 de abril, la ciudad de Wuhan, donde se detectó el primer brote de COVID-19, acababa de finalizar un periodo de confinamiento de 76 días. En esas mismas fechas, Europa aún se encontraba en su fase más inicial y dura del confinamiento. No obstante, hay algunas diferencias que han llevado a que los calendarios de Europa y Asia se solapen, lo que nos impide poder elaborar predicciones a partir de la experiencia asiática.

Según lo que podemos observar en los indicadores de movilidad domésticos, la reacción en el sudeste asiático fue, en general, más comedida que en Europa, aunque mucho más heterogénea que en el Viejo Continente.[3] Países como Hong Kong o Corea del Sur tomaron medidas muy tempranas pero menos severas, y vieron reducida la movilidad de su población en solo un 30%. En el caso de Singapur, hasta que sufriera un rebrote a principios de abril, apenas había limitado la movilidad de su población. Caso aparte es el de India, con una reacción mucho más tardía pero mucho más intensa que la del sudeste asiático.

Ante esta reacción más temprana pero contenida, los países asiáticos pudieron anticipar mejor la crisis sanitaria y evitar el colapso de sus sistemas sanitarios, pero también dilataron el tiempo que les ha llevado controlar la expansión del coronavirus, hasta tal punto que la desescalada en países como Hong Kong y Japón estaba a finales de junio al mismo nivel que en Europa, con un turismo doméstico aún arrancando y con restricciones a las llegadas internacionales.

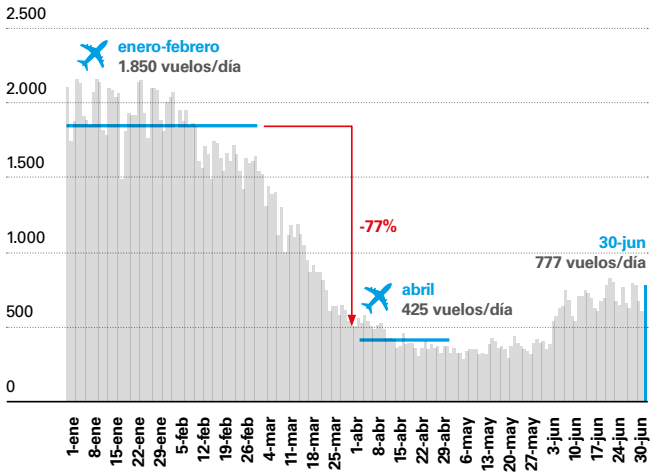
③ **Llegado este punto, es relevante señalar que Google no dispone de datos de movilidad para China, puesto que a pesar de que Android es el sistema operativo mayoritario, no se permite la instalación de *software* de Google en dispositivos chinos.**

Movilidad de la población en locales comerciales
Variación con respecto al nivel base* (%)



Nota: Datos en promedio de 7 días. (*) El nivel base corresponde a la movilidad promedio registrada en el mismo día de la semana entre el 3 de enero y el 6 de febrero.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de Google Mobility Report.

Conexiones aeroportuarias diarias en los principales aeropuertos del sudeste asiático
Número de vuelos



Nota: Se contabilizan las salidas en los aeropuertos de Hong Kong, Tokio, Osaka, Seúl, Taipéi, Singapur y Manila.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de OpenSky Network.

La situación del sector turístico asiático continúa siendo compleja debido a que las restricciones a la entrada de extranjeros siguen activas en todo el continente

Con ello, la situación del sector turístico asiático sigue siendo compleja. Si nos fijamos en los datos de movilidad aérea que se muestra en el gráfico anterior, vemos cómo el número de vuelos en la zona a finales de junio mantenía caídas cercanas al 60%, aunque se alejaba de los mínimos marcados durante la segunda mitad de abril. A pesar de ello, las restricciones a la entrada de extranjeros continúan vigentes en junio en todos los países de la región, según datos de la Agencia Internacional del Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés). En caso de que no haya una coordinación clara entre países para la reapertura controlada de fronteras, como en el caso de la UE, difícilmente los flujos turísticos en Asia retomarán el vuelo.

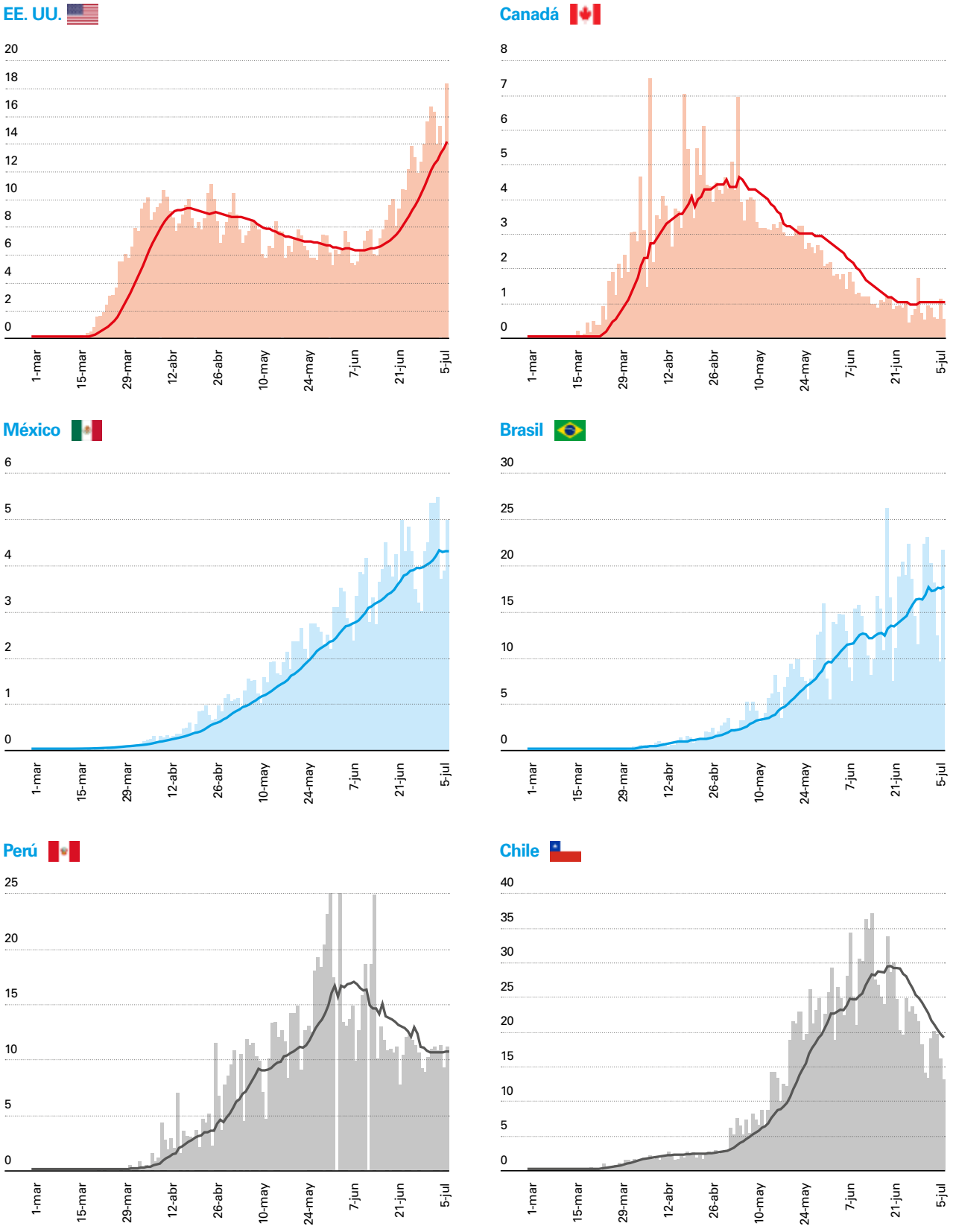
Américas: malas perspectivas para el nuevo foco mundial de COVID-19

La situación sanitaria del continente americano es más preocupante. En el último mes, el 54% de los nuevos casos de COVID-19 se produjeron en países del continente americano. El número de casos positivos en Brasil, Chile, México, Colombia y Argentina se multiplicó por tres en el mes de junio y se dobló en los casos de Estados Unidos y Perú. En otras palabras, las américas han pasado a ser el foco mundial de la pandemia. Tal y como se puede observar en los siguientes gráficos, el único país donde se observa una clara tendencia bajista desde el mes de mayo es Canadá.

Turismo

Incidencia del contagio de la COVID-19 en América

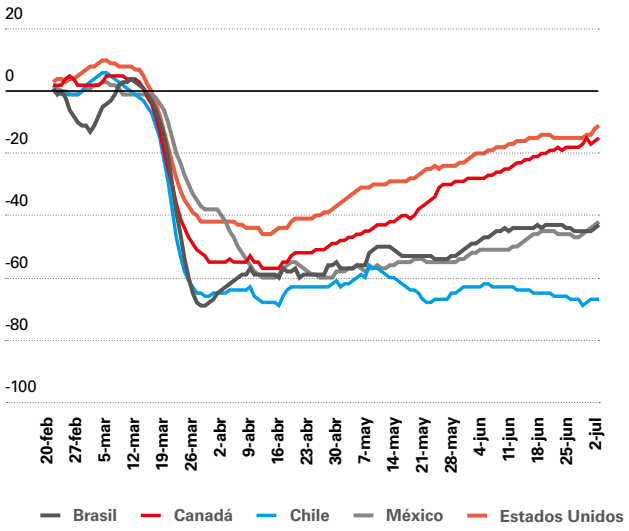
Casos positivos diarios por cada 100.000 habitantes



Nota: Los sombreados reflejan datos diarios y las líneas, promedios de 7 días.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de Johns Hopkins University CRC.

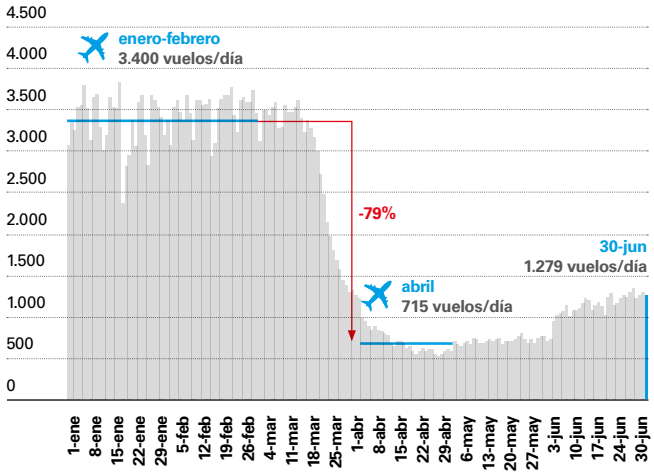
Lo más preocupante es que esta complicada situación sanitaria se ha dado en un contexto de movilidad reducida. A pesar de que las medidas aplicadas por los gobiernos nacionales no han sido de un calado tan profundo como las europeas y se han tomado con cierto retraso, según los indicadores de movilidad doméstica, la población de los países latinoamericanos presenta una movilidad un 50% menor a su nivel habitual. En Canadá y EE. UU. sí se observa cierta mejora de la movilidad, aunque existen dudas sobre la sostenibilidad de esta tendencia en el caso del segundo, dada la magnitud de la segunda oleada de contagios. A causa de esta situación, el sector turístico del continente lleva paralizado desde mediados de marzo, con una caída de la movilidad aérea de hasta el 63% con respecto al nivel precrisis a finales de junio.

Movilidad de la población en locales comerciales
Variación con respecto al nivel base* (%)



Nota: Datos en promedio de 7 días. (*) El nivel base corresponde a la movilidad promedio registrada en el mismo día de la semana entre el 3 de enero y el 6 de febrero.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de Google Mobility Report.

Conexiones aeroportuarias diarias en los principales aeropuertos de América
Número de vuelos



Nota: Se contabilizan las salidas en los aeropuertos de Atlanta, Los Ángeles, San Francisco, Nueva York (JFK), Toronto y São Paulo.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de OpenSky Network.

La crisis sanitaria en buena parte de los países de América hace imposible, por ahora, que la recuperación del sector turístico se active

Con todo ello, podemos afirmar que las perspectivas de recuperación del turismo americano son especialmente negativas. Es fundamental que la región acometa las medidas de contención necesarias, para, ante todo, atajar la crisis sanitaria. **Solo a partir de una situación sanitaria bajo control se podrá comenzar a recuperar el nivel de movilidad suficiente para iniciar la reactivación del sector turístico.** No obstante, lo que hemos aprendido de la experiencia de Europa y Asia es que controlar el crecimiento de los contagios es un proceso lento, lo que nos lleva a prever una recuperación muy tardía para el conjunto de la región.

Turismo

El turismo global pos-COVID-19: gran incertidumbre y grandes cambios a medio plazo

Este contexto ha llevado a la OMT a contemplar una caída de los flujos de turistas internacionales de más de un 58% en sus previsiones de 2020. A pesar de ello y bajo las condiciones adecuadas, una vez la movilidad internacional gane tracción, **se prevé que la recuperación del turismo global sea relativamente rápida, aunque el próximo año se mantendría apreciablemente por debajo de los niveles de 2019.** Así, la OMT espera que el número de turistas internacionales pase de una caída de cerca del 100% durante el segundo trimestre de 2020 a situarse «solo» un 30% por debajo de los niveles precrisis al inicio del año 2021, gracias a la recuperación de las regiones europeas y asiáticas. La cuestión, entonces, es enfocarse en el medio plazo, en lo que los analistas han pasado a llamar «el turismo pos-COVID-19».

Es difícil pensar que el sector turístico saldrá de la situación actual sin sufrir cambios de gran calado por el camino. La principal transformación, que probablemente será el gran dinamizador de la renovación de todo el sector, será la manera en la que los turistas querrán hacer turismo. Antes de la irrupción repentina del coronavirus, la demanda turística estaba dando señales de cambio, aunque graduales. El número de turistas que apostaban por elegir destinos con una oferta de mayor calidad, donde se pusieran a su disposición un mayor número de servicios, crecía fuertemente, además de la entrada en juego del turista con conciencia ecológica, que apostaba por destinos sostenibles e innovadores.

La irrupción de la COVID-19 acelerará cambios que ya estaban en marcha: la calidad y la sostenibilidad como banderas de un nuevo turismo

Probablemente el coronavirus no supondrá un cambio de dirección en las tendencias que veníamos observando, sino más bien una gran aceleración. Estos son algunos elementos que podrían ser clave a la hora de entender cómo será el nuevo turismo pos-COVID-19:

1. **Descongestión y destinos sostenibles:** parece más claro que nunca que la sostenibilidad es una apuesta de futuro. Tan solo unas semanas en casa han puesto en evidencia que la acción individual de cada uno de nosotros tiene un gran impacto medioambiental, lo que ha concienciado a buena parte de la sociedad. Con este cambio de actitud, es ciertamente probable que los destinos que sean capaces de ofrecer una solución sostenible y no masificada pasen a ser más atractivos para una parte de la demanda que cada vez será más importante. Por otro lado, mientras no exista una vacuna o un tratamiento eficaz, los turistas preferirán destinos en los que se pueda mantener la distancia social con facilidad frente a los destinos con mayor congestión.

2. **Servicios personalizados:** el turista poscoronavirus valorará más poder personalizar su experiencia en detrimento de las experiencias masificadas. En otras palabras, el valor añadido de la oferta turística ganará peso. Ante este cambio, aquellos destinos que apuesten por reducir el volumen y que ofrezcan experiencias únicas serán ganadores.

3. **Digitalización:** el turista que viene será mucho más digital, porque la sociedad actual ya lo es. No hay que olvidar que vivimos en un contexto en el que la utilización de medios digitales ha repuntado con fuerza por la necesidad de mantenernos conectados desde casa, tanto por motivos laborales como personales. Con ello, se han puesto en valor los canales digitales para muchos ciudadanos que no los dominaban y que probablemente los demandarán a la hora de hacer turismo.

4. **Seguridad y salud:** la seguridad siempre ha sido un factor de gran peso a la hora de elegir destino turístico y, tras un *shock* como el actual, la accesibilidad y la calidad del sistema sanitario serán factores a tener en cuenta a la hora de valorar la seguridad de dicho destino.

5. **Cercanía y conectividad:** en este artículo ya se ha comentado que la conectividad es un factor fundamental para el turismo. Se trata de un hecho obvio, pero nada trivial. Es muy probable que los primeros canales de conectividad que se reactiven sean los de rango medio y corto. Con ello, hasta la consecución de una vacuna, el turismo de proximidad (doméstico y de países cercanos) planteará muchas más posibilidades para el turista y más seguridad ante la eventualidad de querer volver a su hogar. De un modo similar, aquellos destinos que puedan ofrecer una conexión cómoda podrían mejorar considerablemente sus perspectivas.

Turismo

Los cambios en la forma de hacer turismo deberán acompañarse de un **esfuerzo transformador de la oferta,** que deberá apostar por la innovación, la integración de un mayor número de servicios, la expansión de destinos menos explotados, una mejora de la conectividad y, en definitiva, por algo que el propio sector ya viene apuntando desde hace años: un turismo de calidad y no de cantidad.[4] Por tanto, se trata del momento oportuno para acelerar las inversiones necesarias para la adaptación del sector a este nuevo mercado turístico mundial. La movilización del empresariado del sector será clave, como también lo será el apoyo del sector público no solamente para salir de esta crisis, sino para garantizar que el sector siga siendo un puntal de nuestra economía de forma sostenible en el futuro.

En conclusión, es palpable que el contexto actual es de una complejidad sin precedentes para el sector turístico mundial, tanto a corto como a medio plazo. En 2020, la demanda turística global probablemente se verá reducida a menos de la mitad de lo alcanzado en 2019 y seguirá estando muy condicionada por la recuperación de la movilidad de la población y la capacidad que tengamos de mantener un nivel de contagios contenido y controlado hasta que se descubra una vacuna o un tratamiento efectivo contra el coronavirus. En este contexto, Europa se presenta como el proyecto piloto para la reactivación del turismo mundial gracias a que ha conseguido reactivar la movilidad de la población y ha iniciado el proceso de reapertura de las fronteras. A medio plazo, los cambios que se infieren en la sociedad acelerarán la tendencia hacia nuevas formas de turismo. Con ello, la oferta deberá adaptarse aún más rápidamente de lo que ya estaba haciendo hacia un turismo más sostenible, digital, seguro y de calidad.

④ **Véanse «Informe Sectorial de Turismo. 2S 2019» e «Informe Sectorial de Turismo. 1S 2020» publicados en www.caixabankresearch.com.**

Principales indicadores del sector turístico

Porcentaje de variación sobre el mismo periodo del año anterior, salvo indicación expresa

	Promedio 2000-2007[1]	Promedio 2008-2014[2]	Promedio 2015-2018[3]	Promedio 2019	2020[4]	Tendencia[5]	Fecha del último dato
Indicadores de actividad							
PIB total	3,4	-1,3	2,8	2,0	-4,1		1T 2020
PIB turístico	1,7	-0,7	5,7	-	-		2018
Mercado laboral							
Afiliados total	3,5	-2,3	3,2	2,6	-2,1		jun-20
Afiliados en el sector turístico	4,2	0,4	4,5	2,6	-6,0		may-20
Servicios de alojamiento	4,6	-0,9	5,4	0,9	-8,6		abr-20
Servicios de comidas y bebidas	4,4	1,0	4,2	2,1	-4,6		abr-20
Agencias de viajes/operadores turísticos	5,2	-2,7	5,9	3,8	-2,3		abr-20
Otros servicios turísticos	3,8	0,1	4,4	0,0	-1,0		abr-20
Balanza de pagos							
Ingresos por turismo (% del PIB)	4,7	4,6	5,5	5,7	3,0		1T 2020
Pagos por turismo (% del PIB)	1,2	1,2	1,6	2,0	1,4		1T 2020
Saldo turístico (% del PIB)	3,6	3,4	3,9	3,7	1,6		1T 2020
Indicadores de demanda turística							
Turismo internacional							
Número de turistas internacionales	3,8	2,2	6,7	1,0	-63,9		may-20
Procedencia: Reino Unido	-	4,6	5,6	-2,6	-67,5		may-20
Procedencia: Alemania	-	5,7	2,9	-2,1	-67,4		may-20
Procedencia: Francia	-	11,1	2,3	-1,2	-63,8		may-20
Procedencia: Italia	-	14,1	5,2	3,5	-65,9		may-20
Procedencia: Estados Unidos	-	1,2	16,8	12,8	-69,3		may-20
Procedencia: Resto de Europa	-	-	9,5	2,3	-60,8		may-20
Procedencia: Fuera de Europa	-	-	13,8	10,4	-59,2		may-20
Gasto total de los turistas internacionales	5,4	3,3	8,2	2,7	-61,7		may-20
Duración media (días)	-	-	7,8	7,2	0,0		may-20
Gasto medio diario por persona (€)	-	-	136,4	153,8	0,0		may-20
Turismo doméstico							
Pernoctaciones	-	-	2,8	-0,3	-22,3		mar-20
Duración media (días)	-	-	3,9	3,9	3,4		mar-20
Gasto medio diario por persona (€)	-	-	59,9	65,3	73,0		mar-20
Indicadores de oferta hotelera							
Número de plazas hoteleras ofertadas	3,3	1,2	1,3	1,3	-51,8		may-20
Categoría: 4 o 5 estrellas	9,7	3,6	3,0	-0,2	-52,3		may-20
Resto de categorías	0,2	-0,8	-0,4	1,3	-51,2		may-20
Grado de ocupación hotelera (puntos porcentuales)	-0,4	0,2	1,2	-0,1	-45,4		may-20
Categoría: 4 o 5 estrellas	-0,6	0,6	0,7	-0,3	-52,7		may-20
Resto de categorías	-0,5	-0,5	1,4	-0,1	-38,9		may-20
Tarifa media diaria (ADR[6])	-	0,2	4,1	2,5	-26,3		abr-20
Categoría: 4 o 5 estrellas	-	-0,8	4,1	0,0	-26,7		abr-20
Resto de categorías	-	0,4	3,2	0,0	-25,4		abr-20
Ingresos por habitación disponible (RevPAR[7])	-	0,6	6,9	3,2	-37,2		abr-20
Categoría: 4 o 5 estrellas	-	0,4	5,6	2,9	-38,3		abr-20
Resto de categorías	-	-1,3	7,6	2,4	-34,5		abr-20

Notas: : 1. Para los indicadores número de turistas internacionales y gasto total de los turistas internacionales el promedio corresponde a 2004-2007. 2. Para los indicadores número de turistas internacionales por procedencia, el promedio corresponde a 2013-2014. 3. Para el indicador de pernoctaciones domésticas, el promedio corresponde a 2016-2017. 4. Promedio del año hasta el último dato disponible. 5. El sol indica un crecimiento superior al promedio 2015-2017 menos un cuarto de desviación estándar, el sol con nube indica un crecimiento mayor al promedio 2015-2017 menos una desviación estándar, la nube indica un crecimiento negativo o un crecimiento mayor al promedio de 2015-2017 menos dos desviaciones estándar y la lluvia, un crecimiento menor al promedio 2015-2017 menos dos desviaciones estándar. 6. ADR indica *average daily rate*. 7. RevPar indica *revenue per available room*.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de TurEspaña, el INE y el Banco de España.

CaixaBank Research

El *Informe Sectorial* y el resto de publicaciones de CaixaBank Research están disponibles en la web: www.caixabankresearch.com. A través de nuestros estudios, intentamos estimular el debate y el intercambio de opiniones entre todos los sectores de la sociedad, y favorecer la divulgación de los temas clave del entorno socioeconómico de nuestro tiempo.

INFORME MENSUAL
Análisis de la coyuntura económica española, portuguesa, europea e internacional, así como de la evolución de los mercados financieros, con artículos especializados sobre temas clave de la actualidad.

IS INMOBILIARIO
Seguimiento semestral del sector inmobiliario español, a partir del análisis de los principales indicadores económicos y del *big data.*

IS AGROALIMENTARIO
Seguimiento semestral del sector agroalimentario español, a partir del análisis de los principales indicadores económicos y del *big data.*

COLECCIÓN COMUNIDADES AUTÓNOMAS
Diagnóstico estratégico que pretende contribuir a un mejor conocimiento de la compleja realidad económico-territorial de España.

ICIE 2019
Índice que clasifica 67 países según su potencial de internacionalización desde la perspectiva de las empresas españolas.

FICHAS PAÍS
Análisis detallado sobre 30 países avanzados, emergentes y en desarrollo.

PULSO ECONÓMICO
Informe que analiza e interpreta los indicadores económicos más relevantes publicados durante los últimos siete días.

www.caixabankresearch.com research@caixabank.com @CABK_Research Newsletter

El *Informe Sectorial* es una publicación de CaixaBank Research que contiene informaciones y opiniones procedentes de fuentes que consideramos fiables. Este documento tiene un propósito meramente informativo, por lo cual CaixaBank no se responsabiliza en ningún caso del uso que se pueda hacer del mismo. Las opiniones y las estimaciones son propias de CaixaBank y pueden estar sujetas a cambios sin notificación previa. Se permite la reproducción parcial del *Informe Sectorial* siempre que se cite la fuente de forma adecuada y sea remitida una copia al editor.

© CaixaBank, S.A., 2020

Depósito legal: B. 3370-2020

CaixaBank
Research