

# Turismo

Informe Sectorial

1<sup>er</sup> semestre 2021

El inicio de una  
necesaria recuperación

---

El turismo rural  
como respuesta  
a la COVID-19

---

La necesidad  
de alzar el  
vuelo en 2021

---

Turismo en rebajas:  
el papel del ajuste  
de precios hoteleros  
en la recuperación



## **INFORME SECTORIAL** **Turismo Primer Semestre 2021**

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

### **CaixaBank Research**

**Enric Fernández** Economista jefe

**José Ramón Díez** Director de Economías y Mercados Internacionales

**Oriol Aspachs** Director de Economía Española

**Sandra Jódar** Directora de Planificación Estratégica

**Javier Ibáñez de Aldecoa** Coordinador del *Informe Sectorial de Turismo*

Fecha de cierre de esta edición: 01 de abril de 2021

# Sumario

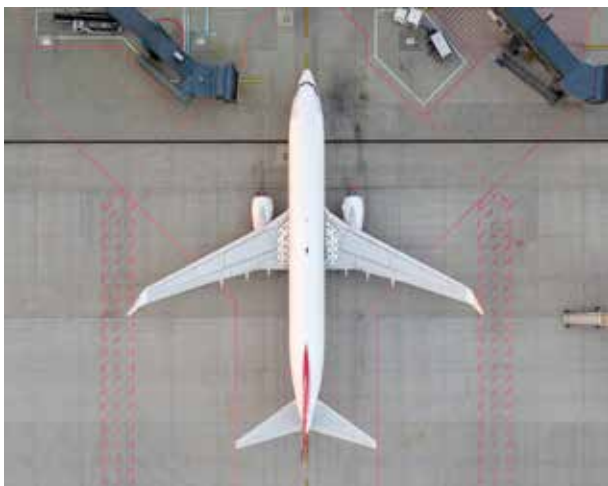
## 2021



**02 EL INICIO DE UNA NECESARIA RECUPERACIÓN**  
Nuestras previsiones apuntan a una fuerte recuperación del sector durante el segundo semestre, que empujará al PIB turístico a crecer un 80% anual y a que vuelva a ser un sector tractor de la economía española.



**13 TURISMO RURAL COMO RESPUESTA A LA COVID-19**  
El análisis de *big data* sobre la evolución de los pagos de los turistas confirman la mayor resiliencia de los destinos turísticos rurales durante 2020 y dibujan unas perspectivas positivas para el turismo rural de cara a 2021.



**19 LA NECESIDAD DE ALZAR EL VUELO EN 2021**  
Este año se presenta como el año de inflexión que necesita el sector turístico: el avance de la vacunación y medidas como el pasaporte sanitario serán claves para que el transporte aéreo inicie su camino hacia la recuperación.



**26 EL AJUSTE DE PRECIOS HOTELEROS**  
La pandemia ha comportado que los turistas apuesten por destinos cercanos, familiares y poco congestionados, dando menos prioridad al precio y minorando el efecto llamada de la rebaja de precios hoteleros.

«Nuestro destino nunca es un lugar,  
sino una nueva forma de ver las cosas».

HENRY MILLER



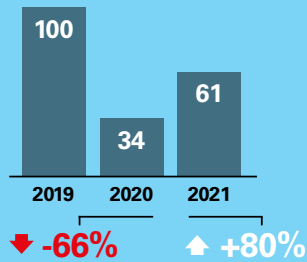
# Turismo

## PREVISIONES DE CAIXABANK RESEARCH PARA LA INDUSTRIATURÍSTICA ESPAÑOLA

La vacunación de la población de riesgo, el control de nuevos rebrotes y la puesta en marcha del Certificado Digital Verde serán los factores claves para que la situación del sector turístico mejore significativamente durante la segunda mitad de 2021.

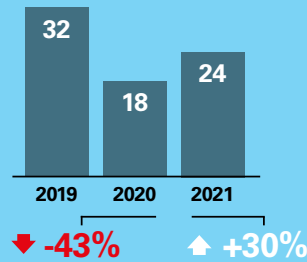
### PIB TURÍSTICO

Índice (100 = 2019)



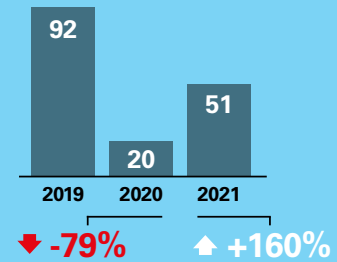
### GASTO DE TURISTAS DOMÉSTICOS

Miles de millones de euros



### GASTO DE TURISTAS INTERNACIONALES

Miles de millones de euros



## GRAN RESILIENCIA DEL TURISMO RURAL TRAS EL ESTALLIDO DE LA PANDEMIA

Según el *big data* de CaixaBank, el gasto de turistas domésticos e internacionales en destinos rurales ha resistido considerablemente mejor el impacto de la pandemia.

Pagos con tarjeta en TPV de CaixaBank efectuados por turistas domésticos e internacionales en 2020:



**-31%**  
anual



**-56%**  
anual



**-46%**  
anual

La industria aérea ha sido clave para el desarrollo del turismo en España.



Peso sobre el PIB turístico total  
**7,3%**

Actualmente es uno de los sectores que más está sufriendo las consecuencias de la pandemia.



Caída de los ingresos de las aerolíneas en 2020  
**-80%**

Según nuestras estimaciones, el ajuste de precios hoteleros realizado en algunas CC. AA. durante 2020 tuvo un efecto promedio prácticamente nulo sobre la demanda turística.

Una rebaja del **1%** en la tarifa media diaria hotelera



Entre 2010 y 2019  
**+1,3%**  
en las pernoctaciones



2020<sup>1</sup>  
**+0%**  
en las pernoctaciones

Nota: (1) El efecto promedio estimado en 2020 de una rebaja en los precios del 1% en 2020 es del +0,1% en las pernoctaciones. A pesar de ello, se trata de un efecto estadísticamente no significativo, por lo que se puede afirmar que el efecto es igual a 0.

Font: CaixaBank Research, a partir de datos internos de CaixaBank y del INE.

## Resumen ejecutivo

# Capeando un temporal histórico que toca a su fin

El año 2020 ha sido muy duro para la industria turística. Todas las métricas que se han ido conociendo al cierre de año **muestran que el impacto de la pandemia sobre el sector ha sido devastador**. Tras el parón total vivido durante los meses de marzo, abril y mayo de 2020, la demanda turística no consiguió levantar el vuelo de manera apreciable durante el resto del año, incluso durante los meses de verano, cuando los contagios parecía que estaban bajo control. Además, las oleadas de COVID-19 vividas a finales del 2020 y al inicio de 2021, junto a las distintas medidas de restricción a la movilidad y la actividad, han mantenido los flujos turísticos en mínimos, extendiendo así las pérdidas sufridas por el sector.

En este informe analizamos en detalle el impacto que ha supuesto la COVID-19 en tres dimensiones específicas de la industria turística. En primer lugar, **nos centramos en el desempeño del sector de la aviación**, que está atravesando grandes dificultades a causa de las restricciones fronterizas a escala global. **También analizamos el ajuste de precios que ha llevado a cabo el sector turístico, especialmente la rama hotelera**, que evidencia que las intensas rebajas de precios que se llevaron a cabo tuvieron una capacidad muy limitada de estimular la demanda. Finalmente, **estudiamos la respuesta del turismo rural en 2020, con la utilización de la metodología *big data***. En este caso, el turismo rural ha sido una de las buenas noticias del pasado año gracias al atractivo de su propuesta –distanciamiento social, tranquilidad y naturaleza– tras el duro confinamiento sufrido durante el segundo trimestre del año.

**Las perspectivas de 2021 invitan a ser más optimistas.** La elevada efectividad de las vacunas y su distribución durante estos meses, aunque con importantes diferencias de velocidad entre países, apuntan a que **el inicio de la recuperación del turismo en Europa**

**podría materializarse en la segunda mitad del año.** No obstante, esta recuperación no está exenta de riesgos, especialmente a corto plazo. Tras el control de la tercera ola de COVID-19 en España, ya estamos observando cómo algunos países de nuestro entorno comienzan a sufrir incrementos en el número de contagios. Será importante que el virus se mantenga controlado en España y, a poder ser, también en Europa para que el inicio de la recuperación del sector se adelante lo máximo posible, evitando que las pérdidas se extiendan a lo largo de la primavera y al inicio de la campaña de verano.

Por su parte, **la meta volante clave para la recuperación del sector la marca la vacunación de la población de más de 60 años**, a la que nos referimos como población de riesgo. Este grupo de población aglutina tan solo el 20% de los contagios, pero concentra dos terceras partes de las hospitalizaciones y el 95% de los fallecimientos que causa el virus. Esperamos que el ritmo de vacunación continúe acelerando semana a semana y que a finales del mes de mayo se haya podido vacunar a cerca del 90% de la población de riesgo. Con ello, la presión hospitalaria se contendría significativamente y se abriría la posibilidad de moderar las medidas de restricción a la movilidad.

En este escenario, esperamos que el gasto que efectúan los turistas internacionales y domésticos en España mejore considerablemente con respecto a 2020, aunque se mantenga significativamente por debajo del nivel de 2019. Así, **esperamos que el PIB turístico aumente alrededor de un 80% en 2021**, lo que significa un gran avance, aunque aún se situaría un 40% por debajo del nivel pre-COVID. A medio plazo, las vacunas deberían suponer la salida definitiva de la situación que está viviendo el sector y consolidar su recuperación y su papel como uno de los motores de crecimiento de la economía española.



## Situación y perspectivas

# El inicio de una necesaria recuperación

Hemos dejado atrás 2020, el año que será recordado en la industria turística como el más duro de su historia reciente. En 2021, el combate contra la pandemia continúa, y las restricciones a la movilidad y al comercio siguen impidiendo un desempeño normal de la actividad económica que está afectando con especial crudeza a las empresas dependientes del turismo. Sin embargo, la entrada en juego de la vacuna va a suponer un claro punto de inflexión una vez permita alcanzar la inmunidad de la población de riesgo. Nuestras previsiones apuntan a una fuerte recuperación del sector durante el segundo semestre del año, que empujará al PIB turístico a crecer un 80% anual y a que vuelva a ser uno de los sectores tractores de la economía española.

## El año 2020 en cifras

El año 2020 ha sido muy duro para la industria turística. Todas las métricas que se han ido conociendo a cierre de año muestran que el *shock* que ha sufrido el sector ha sido devastador. Además, el impacto no solo ha venido dado por el parón total vivido durante los meses de confinamiento más duros en el 2T 2020, si no que, tras la retirada de las restricciones más fuertes sobre la movilidad, la demanda turística no llegó a levantar el vuelo de manera apreciable el resto del año. Además, las oleadas de COVID-19 vividas a finales del año pasado y al inicio de 2021 han supuesto un duro golpe para el sector, que ha visto cómo su demanda ha permanecido muy reducida hasta la actualidad.

Si nos detenemos a evaluar las cifras de 2020 que nos ofrece el INE y que recogemos en los siguientes gráficos, queda claro que la industria turística ha sufrido un *shock* sin precedentes.

**El gasto efectuado por los turistas internacionales en el conjunto del año se hundió hasta los 20.000 millones de euros, un 79% menos que en 2019, cuando se alcanzaron los 92.000 millones de euros.** Así, incluso durante los mejores meses turísticos tras el inicio de la pandemia, que fueron julio y agosto, las caídas en el gasto turístico internacional se mantuvieron en torno al 80% interanual.

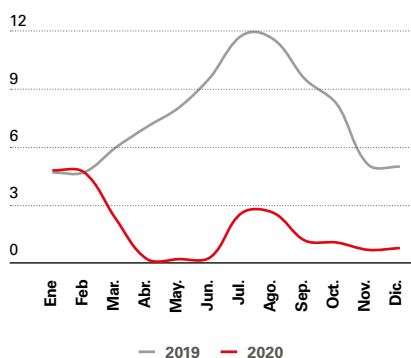
Los datos de las encuestas de ocupación hotelera y extrahotelera revelan que los alojamientos turísticos son una de las ramas de actividad de la industria que más está sufriendo las consecuencias de la pandemia.<sup>1</sup> El total de pernoctaciones turísticas en alojamientos hoteleros y extrahoteleros cayó un 69% anual, a pesar del mejor comportamiento de la demanda doméstica en términos relativos. **La tasa de ocupación hotelera se mantuvo muy reducida durante el conjunto del año (con un promedio anual del 26%), lo cual arrastró a los ingresos por habitación disponible de los hoteles a caer un 68% anual.**

<sup>1</sup> En este informe analizamos en profundidad la situación de otra de las ramas de actividad que más ha sufrido las consecuencias económicas de la pandemia: el transporte aéreo de pasajeros. Véase el artículo «La necesidad de alzar el vuelo en 2021».

## Las cifras de la industria turística en 2020

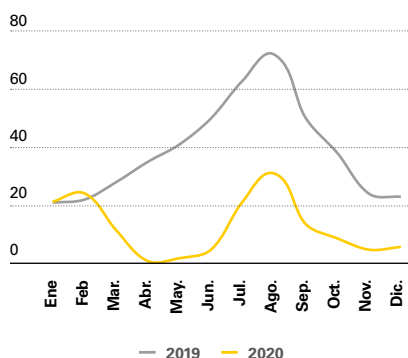
**Gasto de turistas internacionales**  
miles de millones de euros

2019	2020	
92	20	-79%



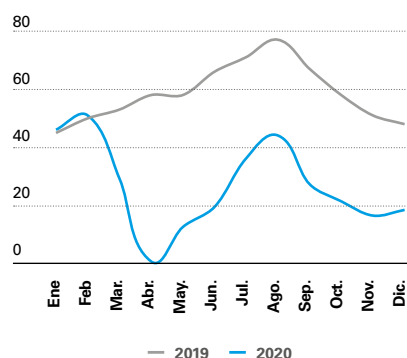
**Pernoctaciones en establecimientos turísticos**  
millones de pernoctaciones

2019	2020	
467	143	-69%



**Grado de ocupación hotelero**  
% plazas ocupadas

2019	2020	
58	26	-32 p.p.



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE

Una de las pocas notas positivas que observamos en las cifras de 2020 es que la demanda doméstica se ha revelado como un potente sostén de la industria cuando las restricciones de movilidad se moderan. A pesar de ello, las cifras de gasto de los turistas domésticos también han sufrido fuertes caídas, especialmente desde el pasado mes de octubre, cuando se iniciaron los cierres perimetrales en las comunidades autónomas, lo que limitó la práctica totalidad del turismo doméstico al turismo intracomunitario. Según nuestras estimaciones, el gasto de los turistas domésticos cayó un 45% en 2020, considerablemente menos que el turismo internacional. Así, **la demanda doméstica, que tradicionalmente representa una cuarta parte del total, pasó a generar el 64% de las pernoctaciones tras la irrupción de la COVID-19. Cabe destacar que durante el mes de agosto, cuando las restricciones de movilidad no eran tan elevadas, el gasto de los turistas domésticos apenas cayó un 13% interanual.** Esto dibuja unas perspectivas relativamente positivas para la segunda mitad de 2021, cuando se habrá alcanzado la inmunización de la población de riesgo y las restricciones a la movilidad comiencen a retirarse progresivamente.

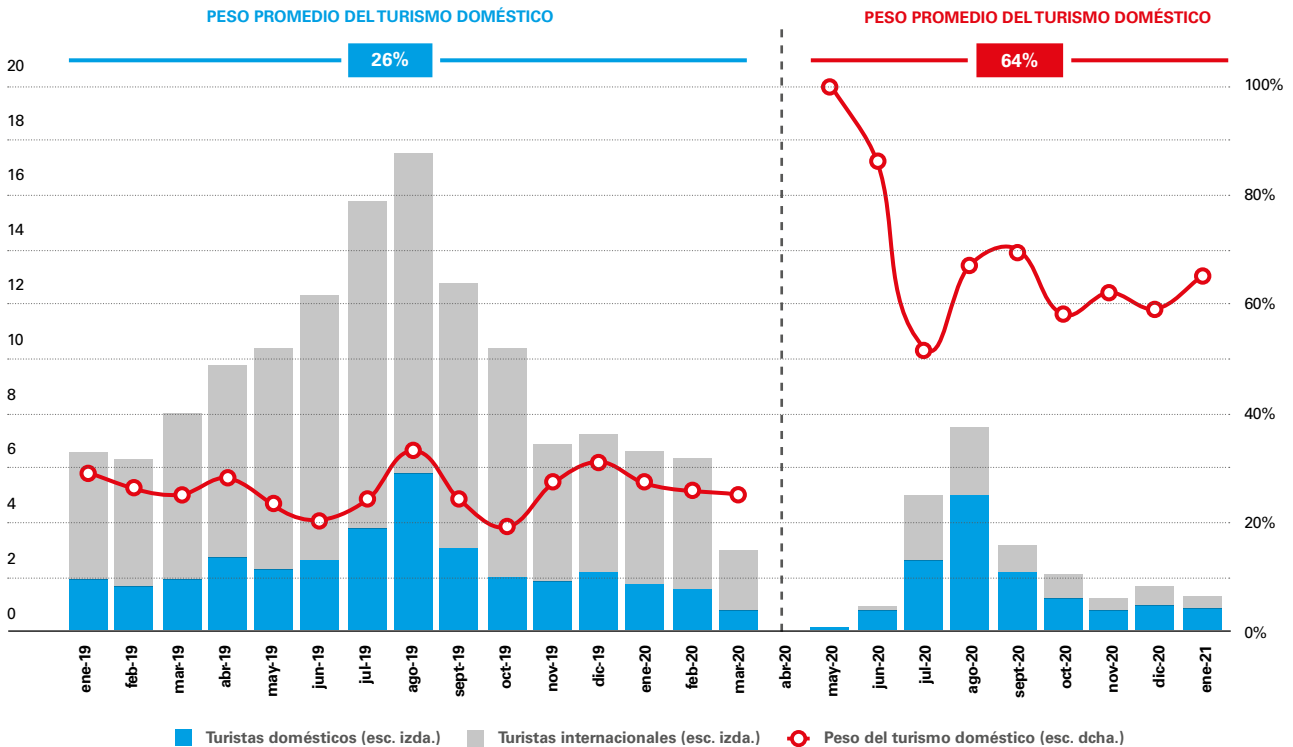
**El gasto de los turistas domésticos cayó un 45% en 2020, considerablemente menos que el del turismo internacional. Así, la demanda doméstica pasó de una cuarta parte del total a generar el 64% de las pernoctaciones tras la irrupción de la COVID-19**



## Gasto efectuado por los turistas en España

Miles de millones de euros

Peso del gasto de turistas domésticos



Nota: Los datos de gasto de los turistas domésticos a partir de octubre de 2020 se estima a partir de las pernoctaciones en alojamientos turísticos y del gasto de tarjetas españolas efectuado en TPV de CaixaBank.  
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

## Situación en tiempo real del sector turístico

La coyuntura de la industria turística es, en los momentos que vivimos, extraordinariamente cambiante. Por esta razón es de vital importancia poder disponer de un análisis de situación lo más actualizado posible, salvando el retraso con el que se publican las estadísticas oficiales. Para ello, **realizamos un análisis en tiempo real, utilizando metodología big data, de los pagos con tarjeta en terminales de puntos de venta (TPV) de CaixaBank.**

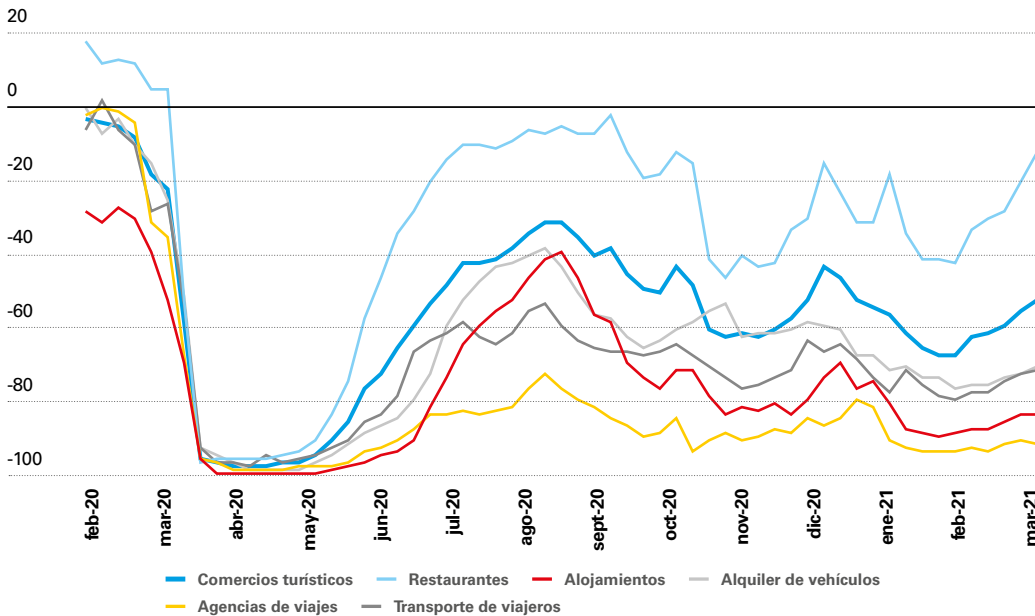
Según nuestro indicador, el inicio de año se ha visto fuertemente condicionado por la tercera ola de COVID-19 vivida en enero y parte de febrero y al endurecimiento de las restricciones para combatirla. Más recientemente, **los datos apuntan a una incipiente mejora en la facturación de algunos comercios turísticos tras la moderación de las restricciones sobre la restauración en buena parte de las comunidades autónomas.** Según las lecturas que nos ofrecen los datos de gasto de tarjetas en TPV de CaixaBank durante la primera mitad del mes de marzo, la facturación en TPV de los comercios dependientes del turismo todavía se situaba un 52% por debajo de la facturación observada durante el mismo periodo de 2019. En este sentido, cabe destacar las fuertes caídas de facturación en TPV que se mantienen en los alojamientos y agencias de viajes, que muestran caídas del 83% y del 91%, respectivamente. Por otro lado, la facturación en TPV de comercios de restauración, que ha sufrido considerablemente las medidas para contener la segunda y tercera ola de COVID-19, mejoró considerablemente su situación en las últimas semanas, pasando de registrar caídas del 40% a finales de enero con respecto al mismo periodo de 2019 a una caída de «solo» el 12%.<sup>2</sup>

② El mayor uso de la tarjeta como medio de pago durante la pandemia implica que nuestro indicador de facturación en TPV infraestima la facturación real de los comercios. Por ejemplo, el caso más destacado es el de restaurantes que, según los datos de cifra de negocios que publica el INE, registraron una caída de la facturación del 45% interanual en diciembre de 2020, mientras que la facturación de restaurantes en TPV de CaixaBank cayó un 30% interanual en el mismo periodo.



## Gasto en TPV de CaixaBank

Variación con respecto a la misma semana de 2019 (%)



Notas: El gasto en comercios turísticos aglutina los pagos en TPV de alojamientos, agencias de viajes, restaurantes y comercios de alquiler de vehículos y transporte de viajeros.  
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

La mejora de las condiciones que se observa en la hostelería, principalmente en la restauración, ha empujado a muchos negocios de la rama a reabrir sus puertas durante las últimas semanas, algo que puede ser muy importante de cara a la recuperación del empleo destruido. Para hacer un seguimiento a tiempo real de la inactividad, calculamos la proporción de comercios que han pasado de registrar pagos en sus TPV de CaixaBank en 2019 a no registrar ninguna actividad en 2020 y 2021.<sup>3</sup> Tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, según este indicador, **la proporción de comercios de restauración inactivos durante la segunda semana de marzo de 2021 se situó en el 7%, 10 p. p. menos que al cierre del mes de enero**. Por su parte, los alojamientos turísticos registraron un 33% de comercios inactivos, un nivel muy elevado, aunque significativamente mejor al observado a finales de enero.

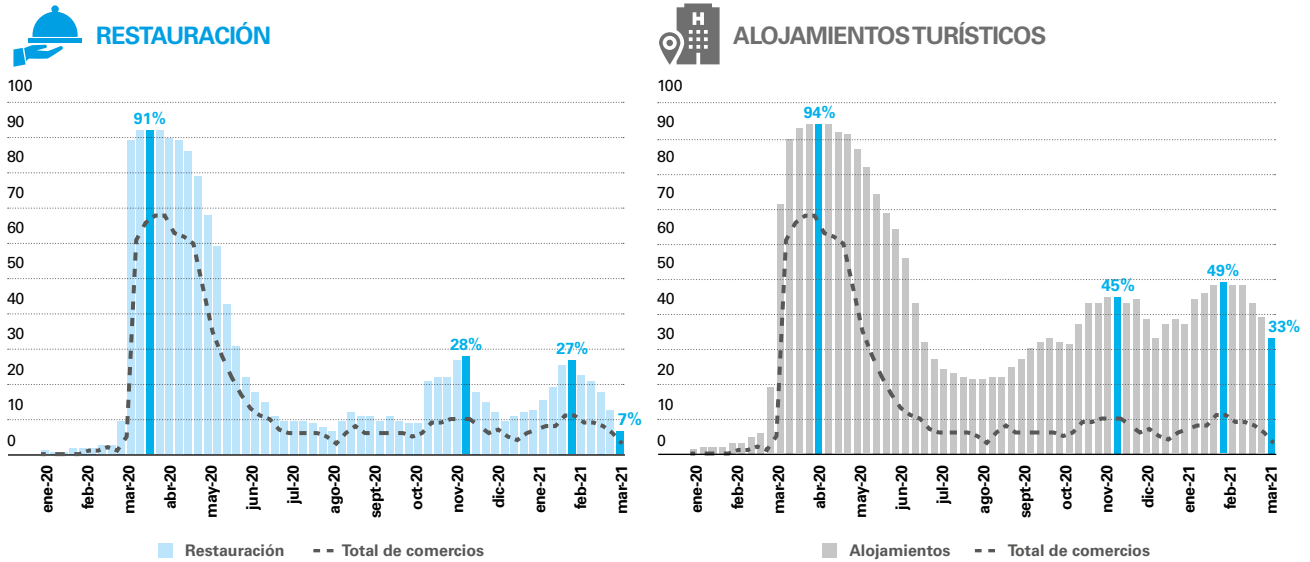
③ Debido a que la métrica compara semanas equivalentes de 2019 y 2020/2021, el indicador no sufre efectos de estacionalidad.





## Proporción de comercios sin facturación en sus TPV de CaixaBank\*

% sobre el total



Notas: \*Para cada semana, se calcula la proporción de comercios con TPV de CaixaBank que facturaron ingresos en dicha semana de 2019, pero que en el mismo periodo de 2020 o 2021 no lo hicieron. La serie está normalizada para que la proporción de comercios inactivos sea igual a 0% en enero de 2020  
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos internos.

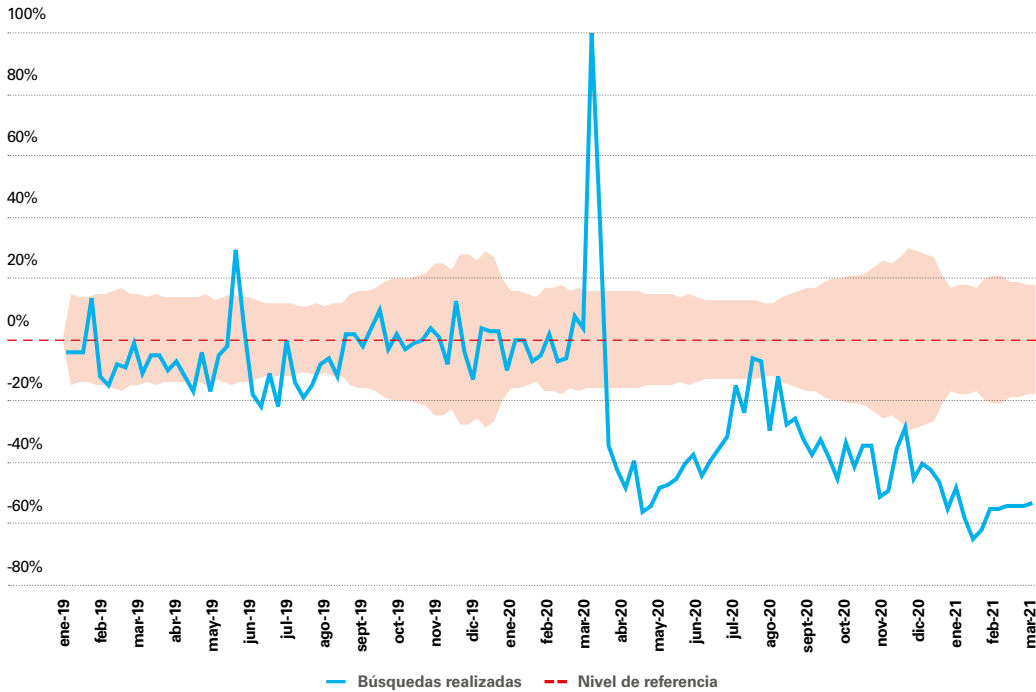
## Perspectivas para la temporada de primavera

De cara a los próximos meses, las perspectivas no son positivas. Si analizamos las búsquedas en Google sobre viajar a España efectuadas en nuestros principales mercados emisores, observamos que el interés se mantiene bajo y, por ende, las perspectivas de llegada de extranjeros a corto plazo son moderadas. Tal y como se observa en el siguiente gráfico, según nuestro análisis, las búsquedas de los turistas internacionales se situaron un 53% por debajo del nivel de referencia. Sin embargo, el turismo dependerá de la evolución de la pandemia, y es de esperar que cuando podamos relajar las restricciones a la movilidad internacional el interés por viajar despierte rápidamente. Así, la experiencia vivida tras la retirada coordinada de las restricciones fronterizas en la UE en junio de 2020, cuando el interés de los turistas por viajar a España pasó de situarse un 60% por debajo del nivel de referencia a tan solo un 5%, reveló que la ganas de viajar por parte de los turistas europeos se mantienen a pesar de las restricciones y, en 2021, si estas restricciones se moderan, el interés por viajar a España se recuperará. Mención aparte merece el fuerte repunte de las búsquedas en Google de mediados de marzo de 2020, fruto del interés de los internautas por conocer las restricciones fronterizas implantadas a raíz del primer estado de alarma.

**La retirada de las restricciones fronterizas en la UE en junio de 2020 reveló que las ganas de viajar de los turistas europeos se mantienen a pesar de todo. Si en 2021 estas restricciones se moderan, el interés por viajar a España se recuperará**

## Búsquedas semanales en Google sobre viajes a España

Desviación con respecto al nivel de referencia\*



**Nota:** Se utilizan datos de búsquedas de la palabra España en el Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Países Bajos y EE. UU. en el idioma oficial de cada país dentro de la categoría de viajes. (\*) El nivel de referencia equivale a la previsión de búsquedas realizada con datos de un año antes utilizando un modelo ARIMA (1, 1, 1)<sub>62</sub>. El área sombreada refleja un intervalo de confianza del 68%.

**Fuente:** CaixaBank Research, a partir de datos de Google Trends.

**Es de vital importancia evitar una cuarta ola de contagios. De lo contrario, el sector podría sufrir de nuevo una situación similar a la vivida a principios de año, cuando se experimentaron caídas de facturación de cerca del 70% durante varias semanas.** Al cierre de la edición de este informe, la situación de los principales países europeos continúa siendo muy delicada y se observa un nuevo repunte en el número de contagios diarios, lo que evidencia que aún existe un elevado riesgo de rebrotes en Europa.<sup>4</sup>

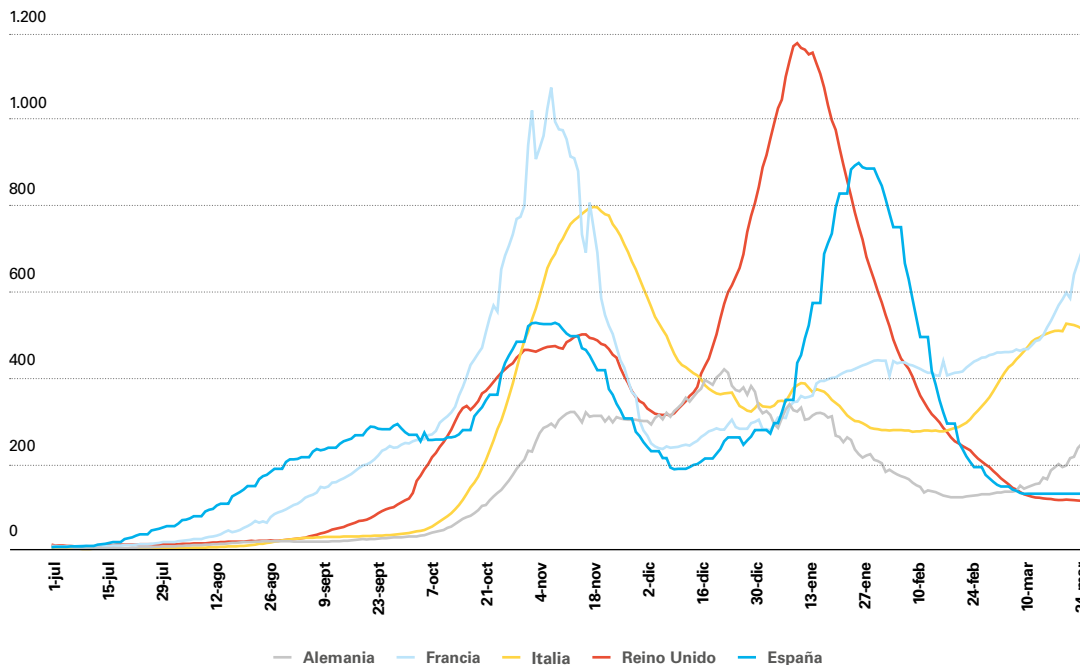
<sup>4</sup> En la web de CaixaBank Research, [www.caixabankresearch.com](http://www.caixabankresearch.com), encontrará un seguimiento semanal de la evolución de la pandemia en España y en los principales países a nivel internacional.





## Incidencia acumulada

Contagios por 100.000 habitantes acumulados en 14 días



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del Ministerio de Sanidad de España y del CSSE Johns Hopkins University.

La rápida distribución y administración de las vacunas es el factor clave para iniciar la recuperación del sector turístico y del conjunto de la economía. Según el objetivo de la Comisión Europea reflejado en el plan de vacunación europeo, el 80% de los sanitarios y de la población de más de 80 años deberían haber sido vacunados a cierre del mes de marzo, mientras que el objetivo de vacunación del 70% de la población adulta –que debería permitir la llamada inmunidad de rebaño– se ha fijado para finales del mes de septiembre.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Véase *Coronavirus Vaccines Strategy*: [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/public-health/coronavirus-vaccines-strategy\\_en](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/public-health/coronavirus-vaccines-strategy_en)

Si bien se han producido retrasos en la distribución de las vacunas, el objetivo fijado para septiembre probablemente se podrá alcanzar. **El ritmo de vacunación promedio de la población española en el mes de marzo fue de alrededor de 1,1 millones de dosis semanales.** Así, según se puede observar en la tabla, **sería necesario incrementar este ritmo al menos en un 40%, hasta la administración de 1,5 millones de dosis semanales, para poder alcanzar el objetivo de inmunidad de rebaño a finales del verano.** Si bien se trata de un incremento significativo, es un objetivo razonable teniendo en cuenta que: en el último mes el ritmo de vacunación en España ya se incrementó en un 45%, que se ha confirmado la seguridad de la vacuna de AstraZeneca y que desde abril se han comenzado a recibir vacunas de Janssen/J&J.

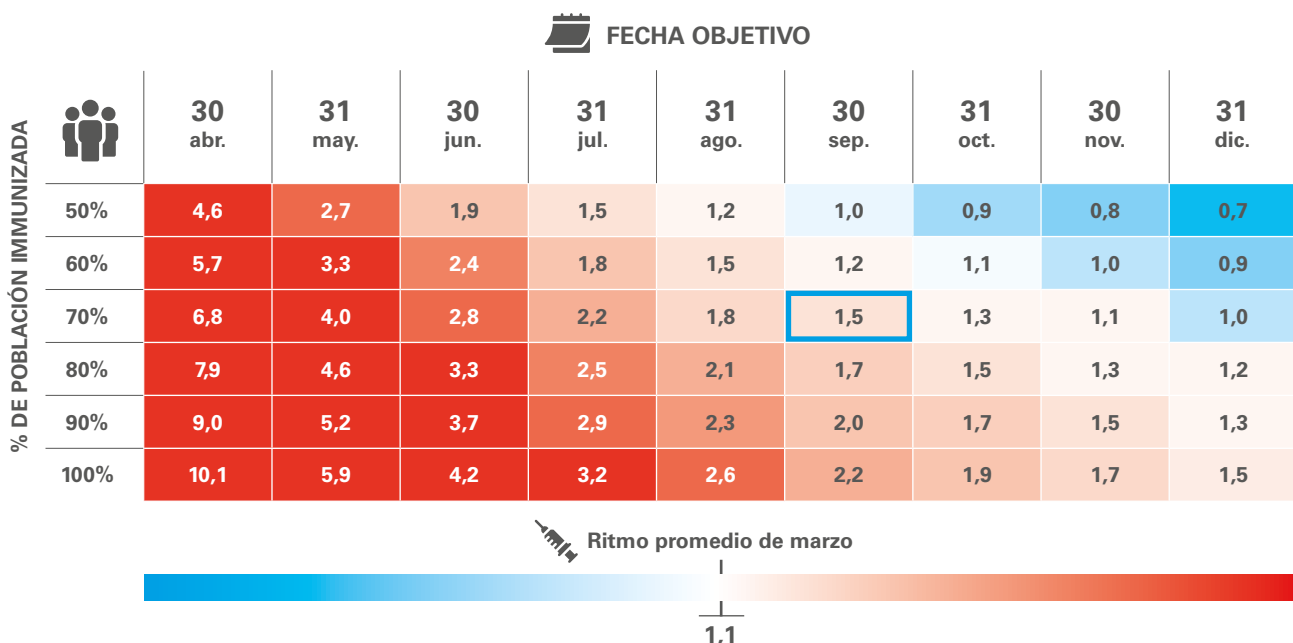
**La rápida distribución y administración de las vacunas es el factor clave para iniciar la recuperación del sector turístico y del conjunto de la economía**



A corto plazo, **para el sector turístico la clave es que se inmunice a la población de más de 60 años antes del verano**. Este grupo de población aglutina tan solo el 20% de los contagios, mientras que concentra dos terceras partes de los casos graves de COVID-19 y cerca del 95% de los fallecimientos que causa el virus. Si se incrementa el ritmo de vacunación hasta los 1,5 millones de dosis semanales, se alcanzaría la inmunidad del 90% de la población de riesgo en mayo. Una vez se alcance este hito, la presión hospitalaria se reduciría ostensiblemente y las medidas de contención de la COVID-19 podrían relajarse para dar lugar a un escenario donde la movilidad de turistas domésticos e internacionales podría mejorar considerablemente.

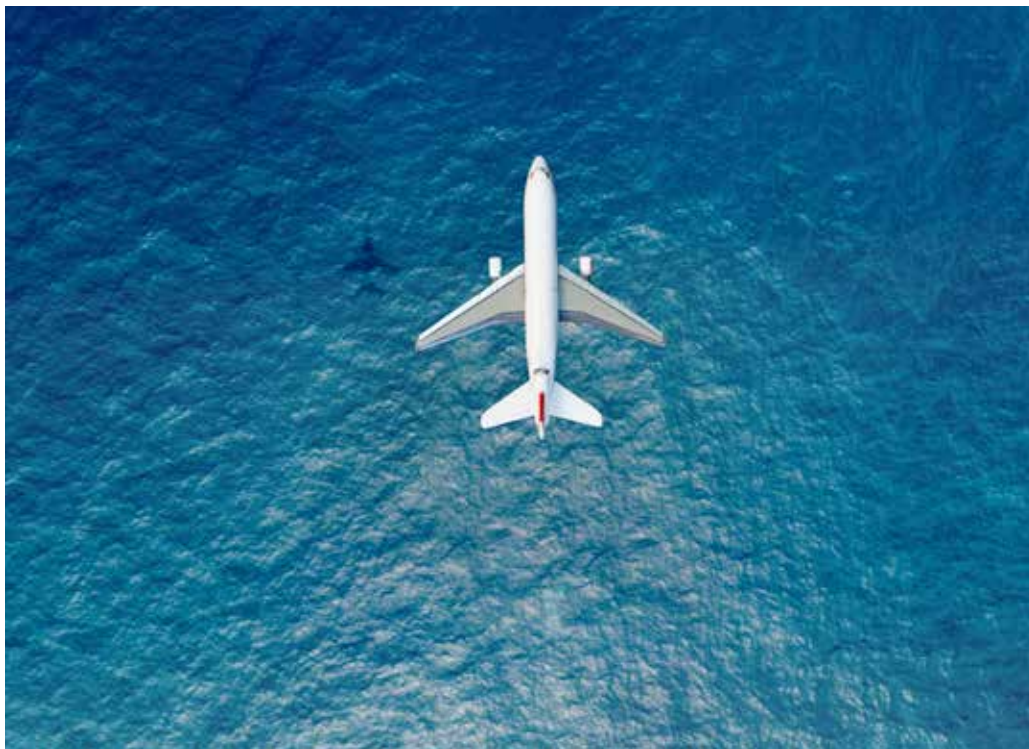
### Matriz de ritmos de vacunación de la población de más de 16 años

Millones de dosis semanales



**Notas:** Ejemplo de cómo leer la matriz: administrando 1,5 millones de dosis/semana se lograría inmunizar al 70% de la población de más de 16 años para el 30 de septiembre. Los cálculos se realizan según el supuesto de que para inmunizar a la población de más de 16 años se requiere un promedio de 1,9 dosis por persona.

**Fuente:** CaixaBank Research, a partir de datos del Ministerio de Sanidad.



Dado que este primer hito parece que se podrá alcanzar, desde CaixaBank Research esperamos que el gasto turístico se recupere con fuerza a partir de la segunda mitad del año. Concretamente, elaboramos nuestro escenario de acuerdo con la hipótesis de que las restricciones a la movilidad y a la actividad se empezarán a relajar de forma notable a partir del mes de mayo, cuando una parte apreciable de la población de riesgo estará finalmente inmunizada y que, en el mes de septiembre, cuando se alcanzará la inmunidad de rebaño, se podrá hacer un nuevo pase adelante hacia una mayor normalización de la situación. Asimismo, la implantación del pasaporte sanitario a partir del mes de junio, tal y como plantea la Comisión Europea, facilitará y estimulará la movilidad de la población durante la temporada de verano.<sup>6</sup> También, la rápida –aunque breve– mejora de los flujos turísticos durante los meses de julio y agosto de 2020, en un contexto donde se permitía la movilidad aunque se mantenían las medidas de distanciamiento social, apoya una potente recuperación del turismo en caso de que se rebajen las restricciones de movilidad en Europa.<sup>7</sup>

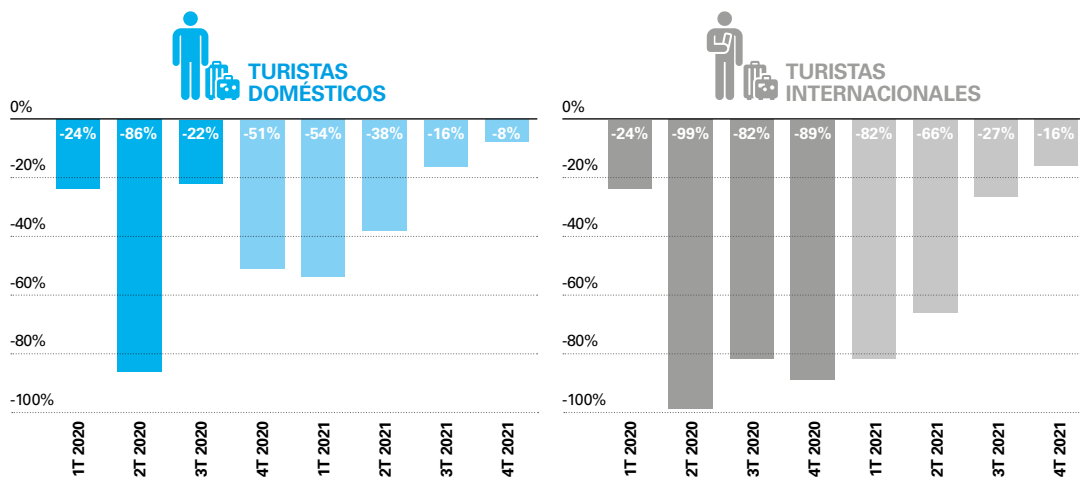
Bajo estas tres hipótesis, y reconociendo que existe una gran incertidumbre alrededor de nuestro escenario, esperamos que el gasto turístico internacional en 2021 se multiplique por 2,3 con respecto a los niveles de 2020, lo que lo dejaría un 45% por debajo de los registros de 2019. Por lo que respecta al gasto de los turistas domésticos, esperamos que crezca un 30% anual y se sitúe un 25% por debajo de 2019 (–45% en 2020). **En lo que respecta a la temporada estival, las perspectivas son relativamente positivas: esperamos que el gasto internacional limite su caída frente al verano de 2019 hasta un 27%, mientras que, en el caso del turismo doméstico, esperamos que esta caída se sitúe en el 16%.**

⑥ La Comisión Europea ya ha realizado una propuesta legislativa para el pasaporte sanitario (*Digital Green Certificate*) que se planea tener en funcionamiento a partir del mes de junio.

⑦ En 2020, el gasto de los turistas domésticos pasó de caer un 70% interanual en junio a un 13% en agosto. Por su parte, los turistas franceses, que en agosto podían viajar a España, aunque sometiéndose a una cuarentena a su vuelta, pasaron de caer un 95% interanual en junio a un 60% en agosto. En un contexto de menores restricciones en Europa, esperamos que el comportamiento de los flujos turísticos desde países emisores tradicionales (75% del gasto total) se acerque más a la situación del turismo doméstico de 2020 y se sitúe un 25% por debajo del nivel de 2019 (–77% en 2020).

## Gasto turístico en España

Variación con respecto al trimestre equivalente de 2019



Notas: Previsiones de gasto de turistas domésticos y de turistas internacionales a partir de octubre de 2020 y febrero de 2021, respectivamente.

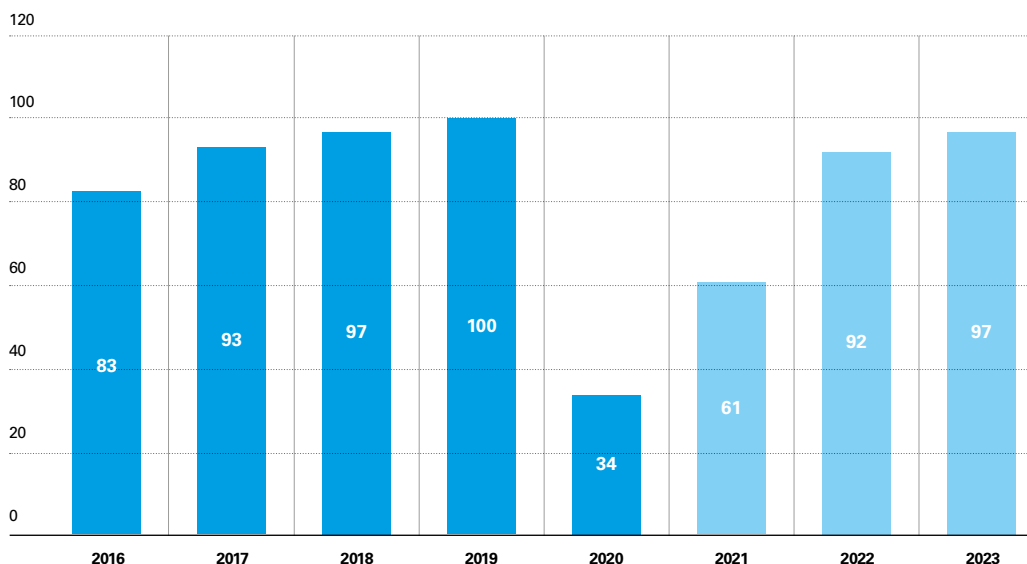
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

A raíz de estas cifras de gasto, esperamos que el PIB turístico se sitúe cerca de un 40% por debajo del nivel pre-COVID de 2019, lo que implicaría una recuperación del 80% con respecto a 2020.<sup>8</sup> Esta recuperación contribuiría al crecimiento de la economía española en 1,9 p. p. de manera directa. De cara a 2022 aún existe mucha incertidumbre asociada, sin embargo, la evolución de la campaña de vacunación nos invita a seguir siendo positivos. Así, confiamos en que la inmunidad de rebaño de la población nos lleve a alcanzar la normalización de la movilidad de turistas en España y Europa. Esto comportaría que el sector recuperara unos niveles de actividad aún por debajo pero más cercanos a los de 2019, suficientes en todo caso para volver a asegurar la rentabilidad del tejido empresarial que compone la industria turística.

<sup>8</sup> El PIB turístico es una medida de la actividad económica que genera la actividad de los turistas en España. Según datos del INE, en 2019 las actividades turísticas generaron alrededor del 12,4% del PIB nacional.

## Evolución del PIB turístico en España

Índice (100 = 2019)



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



## Los fondos Next Generation EU serán importantes a la hora de sufragar inversiones en digitalización, sostenibilidad y mejora de infraestructuras, actualmente difícilmente asumibles por una industria turística muy dañada

A pesar de que la sostenibilidad del sector a largo plazo está fuera de dudas, durante el periodo de recuperación gradual que aún tenemos por delante, el papel de la Administración pública será crucial. Por ello, es importante destacar el papel de la política económica en el conjunto de 2021, que deberá continuar adaptándose de manera efectiva y ágil. En este sentido, **consideramos clave la extensión de los ERTE mientras no se asiente la recuperación.** También será importante aprovechar la flexibilidad que pueden aportar la extensión de los ICO y la ampliación de sus periodos de carencia. Además, **las ayudas directas que recibirá el sector serán de gran utilidad para facilitar la supervivencia de empresas que serán rentables una vez la movilidad se recupere.** Así, el paquete de 7.000 millones de euros que lanzó el Gobierno central y los fondos disponibles para reforzar la solvencia – los 10.000 millones gestionados por la SEPI más los 4.000 millones que acompañan a las ayudas directas en el último paquete– van en la dirección acertada. Finalmente, el papel de los fondos Next Generation EU (NGEU) también será importante a la hora de sufragar inversiones en digitalización, sostenibilidad y mejora de infraestructuras, que actualmente son difícilmente asumibles por una industria turística muy dañada, pero que serán muy necesarias para salir de esta crisis manteniendo nuestro estatus como destino turístico más competitivo del mundo.

### En conclusión

2020 ha sido un año muy duro para la industria turística y el inicio de 2021 no ha sido más fácil debido a los efectos de la tercera ola de COVID-19.

El control de los contagios, la vacunación de la población de riesgo y la puesta en marcha del pasaporte sanitario europeo durante el segundo trimestre del año deberían apoyar una rápida recuperación de la industria durante la segunda mitad de 2021.

Nuestras previsiones apuntan a que el PIB turístico rebotará un 80% este año, lo que situará a la actividad económica de la industria turística alrededor de un 40% por debajo del nivel de 2019.

Esperamos una fuerte recuperación en años venideros gracias a la normalización de la movilidad que traerá consigo la inmunidad de rebaño. El turismo seguirá siendo uno de los motores de la economía española.

A pesar de que la recuperación está cerca, el apoyo de la política económica seguirá siendo fundamental a corto plazo.



Nuevas alternativas

# Turismo rural como respuesta a la COVID-19

Los destinos rurales se han revelado como los más atractivos tras el estallido de la pandemia. Para los turistas que buscaron viajar y mantener el distanciamiento social durante el pasado verano, los espacios rurales han supuesto una gran alternativa que ha llevado a que la pérdida de actividad turística en las regiones menos urbanas de España haya sido mucho menor que en destinos más tradicionales de costa y en las ciudades. En este artículo recurrimos a técnicas de análisis de *big data* para analizar la evolución de los pagos con tarjeta efectuados por los turistas domésticos e internacionales según las características de los destinos que visitaron. Los resultados confirman la mayor resiliencia de los destinos turísticos rurales durante 2020 y dibujan unas perspectivas positivas para el turismo rural de cara a 2021.

El turismo rural se ha revelado como una de las alternativas para los turistas domésticos e internacionales durante 2020. Así, durante los meses de verano, las regiones con gran presencia de agroturismos, como Asturias, Cantabria y Navarra, registraron caídas menos acusadas en el número de pernoctaciones de turistas domésticos, mientras que la que más sufría era la Comunidad de Madrid, principal destino urbano junto a Barcelona. En efecto, las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural apenas cayeron en los meses de julio y agosto, concretamente un 12% interanual, mientras que el total de alojamientos turísticos registró un descenso del 60% interanual.

Sin embargo, los datos de pernoctaciones que nos ofrece el INE solo nos permiten hacer un análisis de la movilidad de turistas, y no podemos valorar los probables cambios en la manera de consumir que han tenido los turistas durante 2020. Para poder hacer un análisis más amplio, recurrimos a los datos de pagos de tarjetas y retiradas de efectivo en TPV y cajeros de CaixaBank. Concretamente, nos centramos en los pagos que efectuaron las tarjetas de los turistas, eliminando de la muestra todo el gasto efectuado por consumidores locales.<sup>9</sup> Por otra parte, elaboramos una clasificación de todos los municipios de España según sean urbanos, rurales o costeros,<sup>10</sup> con el fin de analizar el gasto que realizaron los turistas en la distinta tipología de destinos.

**Recurrimos a metodología *big data* para analizar los datos de pagos con tarjeta efectuados por los turistas en destinos rurales**

⑨ Para identificar el gasto de turistas internacionales se utilizan los pagos y las retiradas de efectivo de tarjetas emitidas por entidades extranjeras. Para el caso de los turistas domésticos, se utilizan los pagos de tarjetas y retiradas de efectivo emitidas por entidades españolas fuera de su lugar habitual de residencia. La medida resultante se ajusta utilizando una medida de penetración de TPV de CaixaBank para equilibrar la muestra entre regiones con una presencia dispar de CaixaBank.

⑩ Se clasifican como destinos costeros todos aquellos municipios, urbanos y rurales, que tengan línea de costa. Se clasifican como municipios rurales todos los municipios no costeros de menos de 30.000 habitantes o menos de 100 habitantes por km<sup>2</sup>. Los municipios no costeros restantes se clasifican como municipios urbanos.



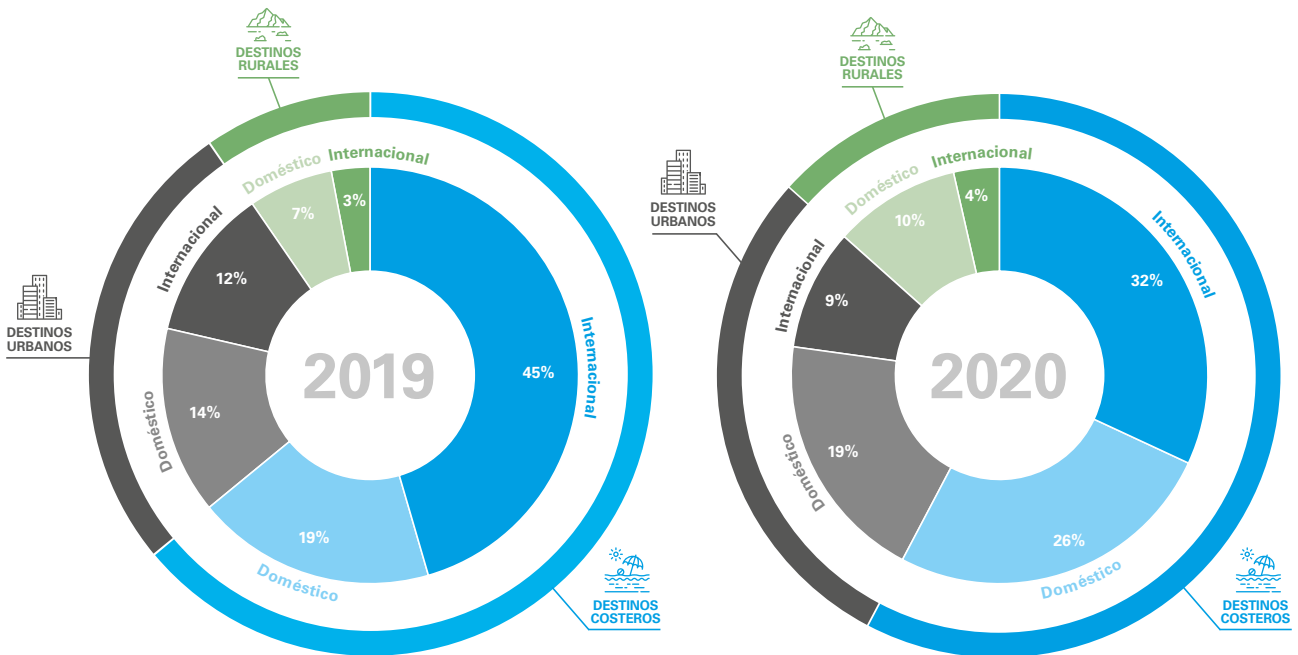
# Turismo

## Distribución del turismo según el tipo de destino

Según este análisis, el turismo rural movilizó alrededor del 10% del gasto turístico total en 2019, de los cuales solo 3 p. p. fueron debidos al gasto de turistas internacionales. En 2020, por su parte, el mejor comportamiento del turismo rural respecto al resto del sector incrementó su peso hasta el 14%. Se trata de una porción apreciable del gasto total, en consonancia con el porcentaje de población que reside en municipios rurales, que también es del 14%. Tal y como se observa en el siguiente gráfico, el turismo en municipios de costa, que podríamos calificar como los destinos más tradicionales de la industria turística, supuso el 58% del gasto total en 2020. Además de ser el que más peso tuvo, también fue el que más proporción de extranjeros atrajo el año pasado, con un 55% del gasto en destinos costeros efectuado con tarjetas extranjeras. Finalmente, los destinos turísticos urbanos movilaron un 28% del gasto turístico total en 2020.

## Gasto turístico según tipo de municipio

% sobre el gasto turístico total



**Notas:** Gasto de tarjetas emitidas por entidades extranjeras (turistas internacionales) y gasto de tarjetas emitidas por entidades españolas fuera de su lugar habitual de residencia (turistas domésticos) registrado en TPV de CaixaBank. Para identificar los municipios urbanos, rurales y costeros, se clasifican según su cercanía al mar y sus características demográficas (población y densidad).

**Fuente:** CaixaBank Research, a partir de datos internos.

**El turismo rural movilizó alrededor del 10% del gasto turístico total en 2019. En 2020 el mejor comportamiento del turismo rural respecto al resto del sector incrementó su peso hasta el 14%**



### Gasto turístico según el tipo de destino

Si observamos la evolución del gasto turístico durante el año 2020, el gasto efectuado por todos los turistas (domésticos e internacionales) identificado a través de sus pagos con tarjeta y retiradas de efectivo en TPV y cajeros de CaixaBank retrocedió un 51% en 2020.<sup>11</sup> Si nos fijamos en los diferentes tipos de destino, el gasto turístico en ciudades cayó un 46% anual y el gasto turístico en destinos de costa, un 56%. Por el contrario, el gasto turístico en destinos rurales retrocedió considerablemente menos (el 31% anual) gracias a una recuperación mucho más rápida durante los meses de desescalada y a que mantuvo un mayor atractivo en el contexto de distanciamiento social durante los meses de verano e inicio del otoño.

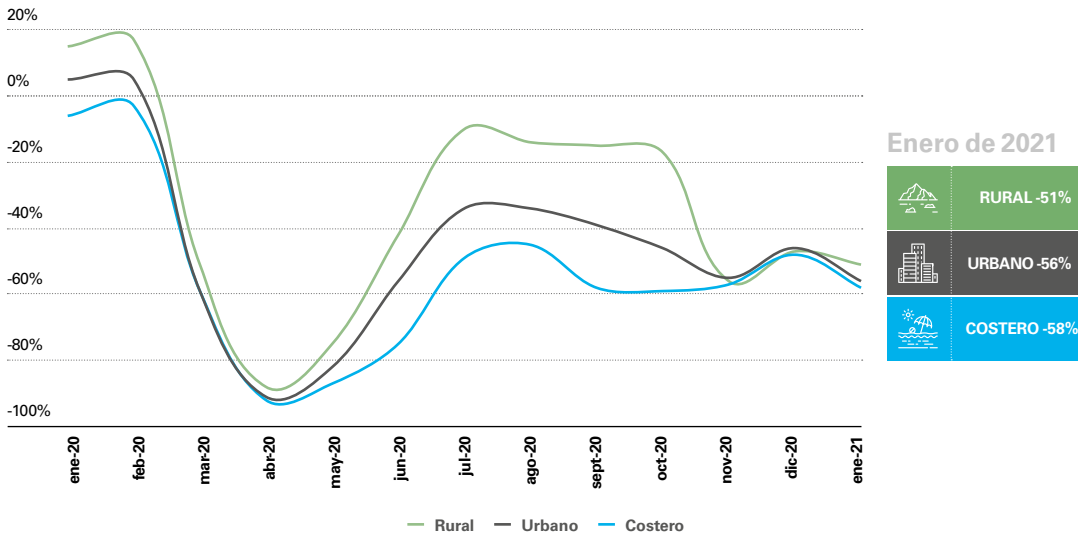
Tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, en enero de este año, último mes para el que contamos con este desglose detallado en el momento de cierre de este artículo, las caídas en el gasto turístico son muy similares en todos los tipos de destino: de entre el 51% y el 58% interanual. Esto se debe al hecho de que las restricciones a la movilidad han afectado a las comunidades autónomas de un modo similar durante la segunda y tercera olas, al prohibirse en muchos casos el movimiento intercomunitario (o incluso dentro de la misma comunidad) y, por lo tanto, impedirse atravesar las fronteras autonómicas para hacer turismo.

<sup>11</sup> La caída del gasto turístico que capturamos en TPV de CaixaBank es menor que la publicada por el INE. Así, el gasto turístico total publicado por el INE entre enero y septiembre de 2020 (a cierre de este informe aún no había datos de turismo doméstico para el 4T) cayó un 67,0% interanual, mientras que el de CaixaBank cayó un 50,5% interanual. En este sentido, nuestra medida está afectada por la evolución al alza de la utilización de tarjetas como medio de pago tras el estallido de la pandemia. Adicionalmente, puede haber diferencias de medida debido a que a través de los TPV de CaixaBank no capturamos el gasto efectuado en origen y los pagos con efectivo no retirado en cajeros en el destino, mientras que el INE sí lo refleja en sus encuestas Egatur y Familitur.



## Gasto turístico según tipo de municipio

Variación interanual



**Notas:** Gasto de tarjetas emitidas por entidades extranjeras (turistas internacionales) y gasto de tarjetas emitidas por entidades españolas fuera de su lugar habitual de residencia (turistas domésticos) registrado en TPV de CaixaBank. Para identificar los municipios urbanos, rurales y costeros, se clasifican según su cercanía al mar y sus características demográficas (población y densidad).

**Fuente:** CaixaBank Research, a partir de datos internos.

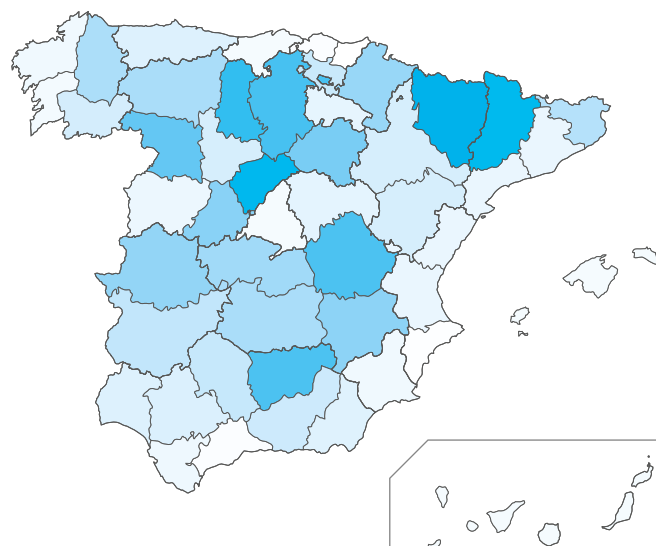
## Peso del turismo rural en España

La mayor resiliencia de los destinos rurales durante 2020 no fue suficiente para amortiguar el profundo impacto de la COVID-19 en el sector turístico español, debido a su reducido peso dentro de la industria turística y a que las caídas de turistas en los destinos rurales también fueron apreciables. A pesar de ello, sí ha tenido un papel muy relevante en lo que respecta al alcance geográfico del *shock*. Si bien en 2020 el peso del turismo rural representó un 14% del total, 15 provincias españolas registraron más del 40% de su gasto turístico en municipios rurales. En estas provincias más dependientes del turismo rural, el gasto turístico total cayó un 33% anual, 17 p. p. menos que en el promedio de España. Por su parte, las regiones predominantemente urbanas y costeras han sufrido en mayor medida el *shock* que ha supuesto la COVID-19. En las nueve provincias con menos de un 5% de turismo rural, el gasto turístico cayó un 60% (9 p. p. más que el promedio de España).

**15 provincias españolas registraron en 2020 más del 40% del gasto turístico en municipios rurales. En estas provincias más dependientes del turismo rural, el gasto turístico total cayó un 33% anual, 17 p. p. menos que en el promedio de España**

## Peso del turismo rural en España

Gasto turístico en municipios no urbanos sobre gasto turístico total



### España 14%

Andalucía	Jaén	63%	Castilla-La Mancha	Cuenca	63%
	Córdoba	26%		Albacete	47%
	Granada	23%		Toledo	40%
	Sevilla	17%		Ciudad Real	37%
	Huelva	16%		Guadalajara	13%
Aragón	Almería	15%	Cataluña	Lérida	71%
	Cádiz	8%		Gerona	33%
	Málaga	2%		Tarragona	10%
	Huesca	79%		Barcelona	5%
Balears	Teruel	67%	C. de Madrid	Madrid	5%
	Zaragoza	19%		C. F. de Navarra	Navarra
Canarias	Baleares	1%	C. Valenciana	Castellón	10%
	S. C. Tenerife	0%		Valencia	10%
Cantabria	Las Palmas	0%	Extremadura	Alicante	1%
	Cantabria	5%		Cáceres	45%
Castilla y León	Segovia	73%	Galicia	Badajoz	28%
	Palencia	67%		Lugo	36%
	Burgos	64%	Orense	20%	
	Zamora	58%	La Coruña	7%	
	Soria	53%	Pontevedra	6%	
	Ávila	48%	La Rioja	La Rioja	12%
	Salamanca	39%		Pais Vasco	Álava
	León	37%	P. de Asturias	Vizcaya	2%
Valladolid	19%	Guipúzcoa		0%	
R. de Murcia	Murcia	7%	Asturias	16%	

**Notas:** Gasto de tarjetas emitidas por entidades extranjeras (turistas internacionales) y gasto de tarjetas emitidas por entidades españolas fuera de su lugar habitual de residencia (turistas domésticos) registrado en TPV de CaixaBank. Para identificar los municipios urbanos, rurales y costeros, se clasifican según su cercanía al mar y sus características demográficas (población y densidad).  
**Fuente:** CaixaBank Research, a partir de datos internos.

## Gasto turístico según el tipo de destino y de negocio

En este sentido, si nos fijamos en la evolución del gasto turístico según el tipo de destino y según el tipo de negocio, vemos que todos los tipos de comercios localizados en municipios rurales han registrado caídas menores en la facturación que les suponen los turistas internacionales y domésticos. En primer lugar, los alojamientos turísticos –hoteleros y extrahoteleros– localizados en municipios rurales sortearon el año 2020 mucho menos golpeados por la crisis. Tal y como se muestra en la siguiente tabla, el gasto turístico rural cayó un 44% anual, mientras que en ciudades y destinos de costa alcanzaron caídas anuales del 76% y 79%, respectivamente. Se observa una dinámica similar en el gasto en hostelería, uno de los sectores que más está sufriendo las consecuencias de la COVID-19 en los grandes destinos turísticos, con caídas del gasto turístico de más del 55% anual en destinos urbanos y de costa, mientras que en los destinos rurales cayó un 27% anual. En cualquier caso, cabe mencionar que las caídas del gasto turístico en los destinos rurales, a pesar de no ser tan extremas como en el resto de los destinos, también han sido muy abultadas.

**Si nos fijamos en la evolución del gasto turístico según el tipo de destino y según el tipo de negocio, vemos que todos los tipos de comercios localizados en municipios rurales han registrado caídas menores en la facturación**



## Evolución del gasto turístico en 2020, según tipo de destino y gasto

Variación anual

	Gasto turístico total			Turistas domésticos			Turistas internacionales		
	Urbano	Costero	Rural	Urbano	Costero	Rural	Urbano	Costero	Rural
<b>TOTAL</b>	-46%	-56%	-31%	-34%	-32%	-26%	-61%	-65%	-42%
<b>Alojamientos</b>	-76%	-79%	-44%	-55%	-47%	-32%	-84%	-84%	-66%
<b>Hostelería</b>	-54%	-56%	-27%	-37%	-22%	-18%	-70%	-69%	-53%
<b>Compras y ocio</b>	-58%	-63%	-38%	-40%	-36%	-30%	-68%	-69%	-44%
<b>Resto</b>	-37%	-46%	-29%	-31%	-31%	-27%	-48%	-55%	-35%

**Notas:** Gasto de tarjetas emitidas por entidades extranjeras (turistas internacionales) y gasto de tarjetas emitidas por entidades españolas fuera de su lugar habitual de residencia (turistas domésticos) registrado en TPV de CaixaBank. Para identificar los municipios urbanos, rurales y costeros, se clasifican según su cercanía al mar y sus características demográficas (población y densidad).

**Fuente:** CaixaBank Research, a partir de datos internos.

### En conclusión

Los datos internos de CaixaBank nos muestran que el impacto de la COVID-19 sobre el turismo rural y de interior ha sido notable pero más contenido que en el resto de los destinos. Ha predominado el apetito de los turistas por encontrar destinos des congestionados y tranquilos, con el turismo rural como máximo exponente. Para 2021, el turismo rural también será una de las fuerzas motrices de la recuperación, gracias a que el distanciamiento social no encorsetará tanto su crecimiento durante los meses más incipientes de la vuelta a la normalidad en los que la inmunización de la población aún sea incompleta.

A medio plazo, la industria turística pos-COVID seguirá teniendo sus dos grandes puntos de apoyo en los destinos costeros y urbanos. No obstante, el papel de la COVID-19 como acelerador de las tendencias de cambio en la economía podría suponer un revulsivo para que el turismo rural gane peso. En este sentido, las iniciativas que arroja el Plan de Recuperación Europeo (NGEU) en pos de la digitalización y la modernización de la oferta turística podrían repercutir de manera especial en los destinos menos consolidados –entre ellos los rurales– permitiendo así que la oferta turística en España se diversifique y mantenga su ventaja competitiva frente al resto de mercados internacionales.

## Análisis del sector aéreo

# La necesidad de alzar el vuelo en 2021

El transporte aéreo es uno de los grandes puntos de apoyo de la cadena de valor del sector turístico. Por este motivo, y de un modo similar al resto del sector, ha sufrido una caída muy profunda de la actividad en 2020 a raíz de la COVID-19. Las compañías aéreas están atravesando una etapa que combina elevados costes de capital por sus grandes estructuras y una ausencia casi total de ingresos operativos. Las evidentes necesidades de liquidez de las aerolíneas europeas han empujado a algunos gobiernos a inyectar capital público para evitar su colapso. 2021 se presenta como el año de inflexión que necesita el sector turístico: el avance de las campañas de vacunación y la aprobación de medidas como el pasaporte sanitario serán claves para que el transporte aéreo inicie su camino hacia la recuperación y vuelva a ser uno de los puntales del sector.

La excelente evolución del turismo internacional en España de los últimos años no puede entenderse sin la labor de las compañías aéreas, que lograron incrementar la conectividad entre destinos a precios muy competitivos. Tanto es así que el gasto turístico en transporte de viajeros, en el que destaca de forma abrumadora el transporte aéreo, supone la nada despreciable cifra del 11,2% del total del gasto turístico, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico. Dada la importancia del transporte aéreo para el turismo, no es de extrañar que en la crisis actual del sector las aerolíneas se encuentren en el epicentro del impacto económico que están causando las medidas implementadas para combatir el avance de la COVID-19 en todo el mundo.

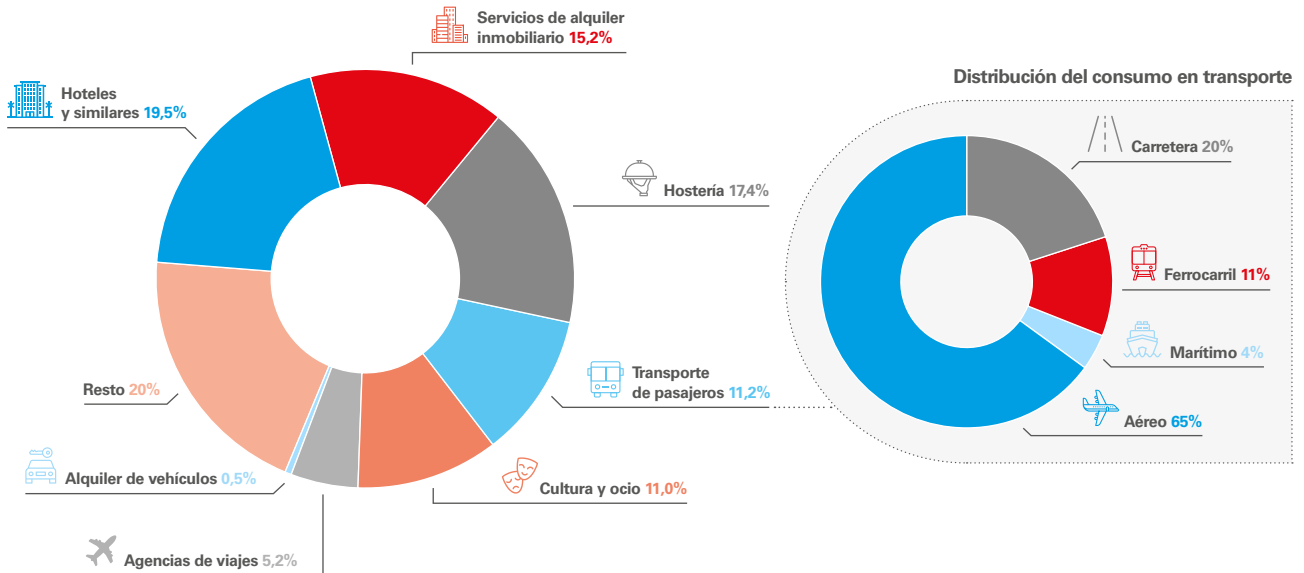




## Consumo turístico en España según partida de gasto

% sobre el consumo turístico

### Distribución sectorial del consumo turístico



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE

### Caída del tráfico aéreo global

La situación actual de las compañías aéreas a nivel global es demoledora. En febrero de 2021, un 16% de los países tenían sus fronteras cerradas y un 65% aplicaban restricciones de entrada selectivas o cuarentenas a la llegada al país.<sup>12</sup> Este hecho, en combinación con el enorme peso de las conexiones internacionales en el sector, ha supuesto que, según datos de la Official Airline Guide (OAG), en enero de 2021 el número de vuelos programados a escala mundial fuera casi un 50% inferior al de enero de 2020. Por regiones, observamos cómo los países de la UE y, sobre todo, el Reino Unido son los que presentan una peor situación, con caídas interanuales el pasado mes de enero del 66% y del 83%, respectivamente. Por su parte, el mercado estadounidense, también muy golpeado por la COVID-19 presenta una caída del 44% en enero, aún muy elevada pero mucho menor que la registrada por los países europeos, gracias al apoyo que está suponiendo el mercado doméstico. En una situación intermedia encontramos a países como Japón, Corea y Australia. Allí el volumen de vuelos domésticos se ha recuperado relativamente mejor, pero presentan caídas muy profundas de los vuelos internacionales, debido a que han controlado la evolución de la pandemia de manera extraordinaria con el mantenimiento de restricciones muy duras en sus fronteras. Caso aparte es el chino, con un mercado doméstico de transporte aéreo muy amplio y donde, gracias al bajo nivel de incidencia de la COVID-19 en el territorio, han conseguido recuperar el tráfico aéreo casi en su totalidad.

<sup>12</sup> De acuerdo con el indicador de controles fronterizos del Oxford COVID-19 Government Response Tracker: <https://www.bsg.ox.ac.uk/research/research-projects/covid-19-government-response-tracker>

**El transporte de pasajeros en la UE y en el Reino Unido es el que presenta mayores caídas en su actividad**





## Vuelos programados

Variación interanual (%)

	2020												2021
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.
Reino Unido	-4	-3	-23	-93	-94	-90	-80	-67	-65	-68	-82	-74	-83
UE	-1	1	-43	-89	-88	-81	-59	-49	-55	-58	-65	-62	-66
Emiratos Árabes	-2	-3	-23	-81	-79	-80	-70	-65	-63	-65	-63	-61	-61
Australia	-2	-3	-6	-85	-86	-83	-77	-76	-74	-71	-67	-46	-60
Corea del Sur	-2	-11	-49	-56	-49	-49	-48	-41	-46	-40	-41	-50	-56
Japón	3	-3	-16	-39	-46	-44	-37	-30	-37	-38	-36	-36	-49
EE. UU.	3	2	0	-58	-73	-67	-51	-48	-47	-47	-43	-42	-44
India	3	7	9	-82	-60	-66	-53	-60	-56	-47	-44	-36	-32
China	5	-54	-39	-42	-28	-20	-17	-10	-5	0	-3	0	-13
<b>GLOBAL</b>	<b>2</b>	<b>-8</b>	<b>-15</b>	<b>-66</b>	<b>-69</b>	<b>-64</b>	<b>-54</b>	<b>-48</b>	<b>-48</b>	<b>-46</b>	<b>-46</b>	<b>-44</b>	<b>-49</b>

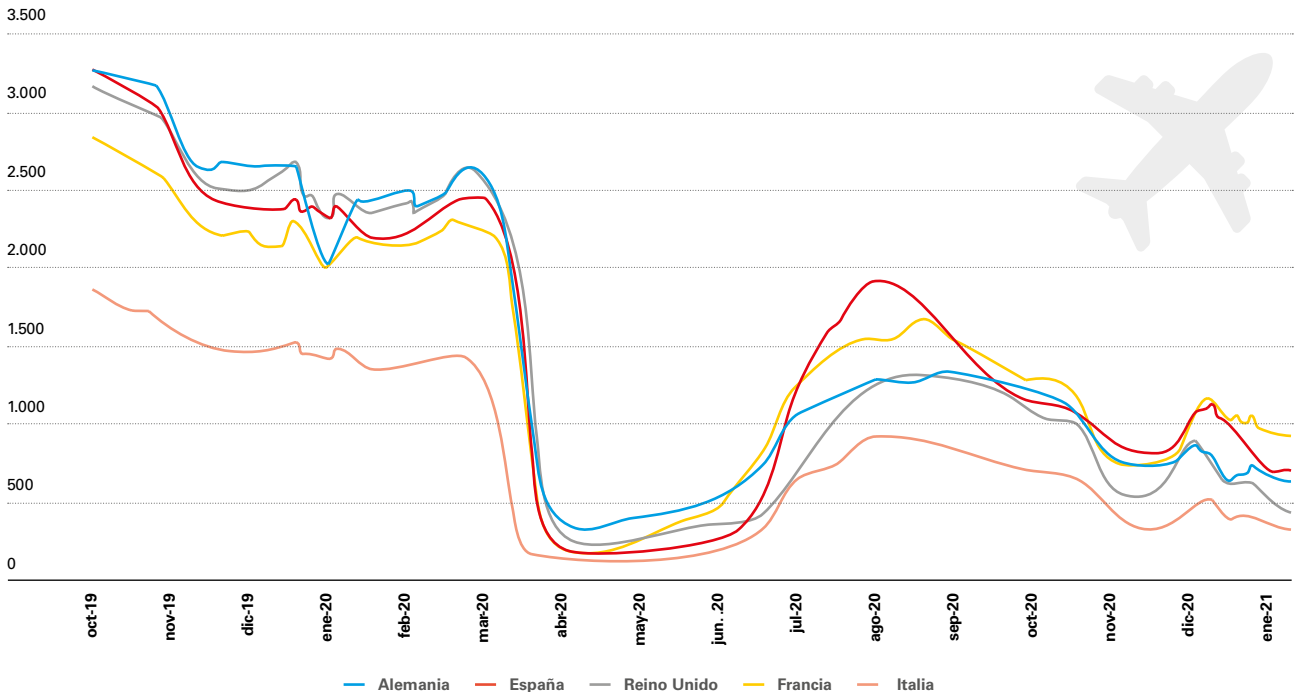
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de la OAG.

Dentro del mercado europeo, las caídas son muy similares y profundas. Según datos de EUROCONTROL, organismo que coordina las agencias nacionales de controladores aéreos del continente, el pasado mes de enero todos los países de Europa occidental sufrían caídas interanuales de entre el 55% y el 80% en el volumen de vuelos comerciales. Tal y como se muestra en el siguiente gráfico, los cinco principales mercados europeos (España, Italia, Alemania, Francia y Reino Unido) registran un volumen de vuelos diarios a cierre de enero muy similar al de finales del mes de junio. Se trata de un hecho muy destacable, puesto que ninguno de estos países abrió sus fronteras antes del 15 de junio.



## Volumen de vuelos en Europa

Llegadas diarias en aeropuertos nacionales, promedio de 14 días



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de EUROCONTROL.

## El estado financiero de la industria aérea

Estas cifras tan pobres han llevado a la industria aérea a una situación financiera muy compleja. Las aerolíneas tienden a ser empresas de gran estructura con un uso muy intensivo en capital físico, lo que implica grandes costes difíciles de ajustar a corto plazo. Además, se trata de compañías expuestas a un elevado nivel de competencia. Por ello, los márgenes con los que operan son pequeños y basan su rentabilidad en mantener una masa de clientes amplia y tasas de ocupación de sus aviones elevadas. Según estimaciones de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés), los ingresos de la industria habrían descendido un 66% en 2020, debido a la caída del 80% en los ingresos por transporte de pasajeros y a pesar de que los ingresos por transporte de mercancías crecieron un 17% anual. Por el otro lado, los costes operativos –consumo de combustible, logística, mantenimiento y costes salariales– se redujeron un 43% debido a la consecuente caída del número de operaciones y a los programas temporales de flexibilización de empleo (en España, los ERTE). En este contexto, las pérdidas fueron generalizadas, con un margen de beneficios sobre ventas a escala global que pasó del 11% en 2019 al -45% en 2020.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> El margen de beneficios se trata de la ratio de EBIT sobre ingresos totales. En 2020, la combinación de la entrada en pérdidas (numerador) y de la profunda caída de los ingresos (denominador) han resultado en ratios negativas muy elevadas.

**La situación financiera de la industria aérea es muy compleja debido a la gran escasez de ingresos y a la dificultad de ajustar sus elevados costes fijos**

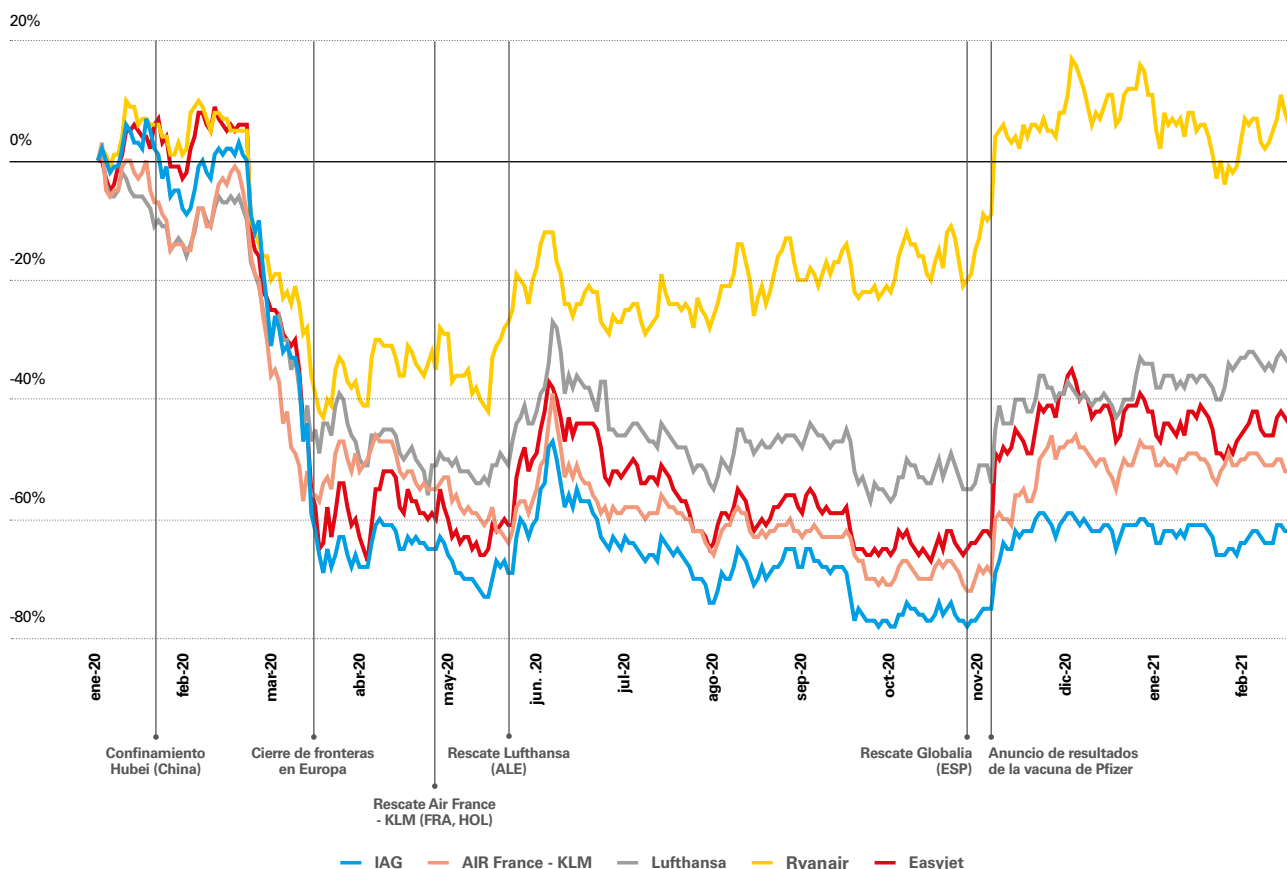
En estas condiciones, la industria ha tenido que recurrir de manera extraordinaria a instrumentos para aumentar su disposición de liquidez y captar capital. Según datos de IATA en relación con los balances de sus cerca de 290 aerolíneas adscritas, el endeudamiento de la industria aumentó un 51,4% durante 2020 a través de emisión de bonos, créditos del sector bancario y préstamos concedidos por el sector público.<sup>14</sup> En lo que respecta al papel de los gobiernos para apoyar la sostenibilidad de las compañías aéreas, en Europa destacan los casos de Air France-KLM, que recibió 11.000 millones de euros en créditos y préstamos garantizados de los gobiernos de Francia y Países Bajos a finales de abril, y el de Lufthansa, que recibió una inyección de capital del Gobierno alemán de 9.000 millones de euros en mayo de 2020, ampliando su participación en la empresa hasta el 25%. En España también hemos vivido el rescate de Globalia, matriz de Air Europa, a través de dos préstamos convertibles en capital por valor de 475 millones de euros concedidos por el SEPI a finales del mes de octubre.

<sup>14</sup> IATA no ha publicado información sobre la composición de la muestra de aerolíneas utilizada, aunque es presumible que se trate de una muestra representativa. Las aerolíneas de la muestra incrementaron su deuda desde los 430.000 millones (MM) de dólares a los 651 MM. De estos, 78 MM fueron a través de emisión de bonos, 58 MM por préstamos del sector público, 47 MM por préstamos comerciales, 24 MM por garantías públicas de crédito y 14 MM por impuestos diferidos.

Esta situación también se ha visto reflejada en las cotizaciones bursátiles de las compañías aéreas. Tal y como se observa en el próximo gráfico, la capitalización de las principales aerolíneas de Europa mantuvo caídas de más del 50% entre marzo y noviembre. Solo tras el anuncio de la vacuna, las cotizaciones han flexionado ligeramente al alza. Solo Ryanair presenta una capitalización superior a la del 1 de enero de 2020.

## Capitalización bursátil de las principales aerolíneas europeas

Variación con respecto a 1 de enero de 2020

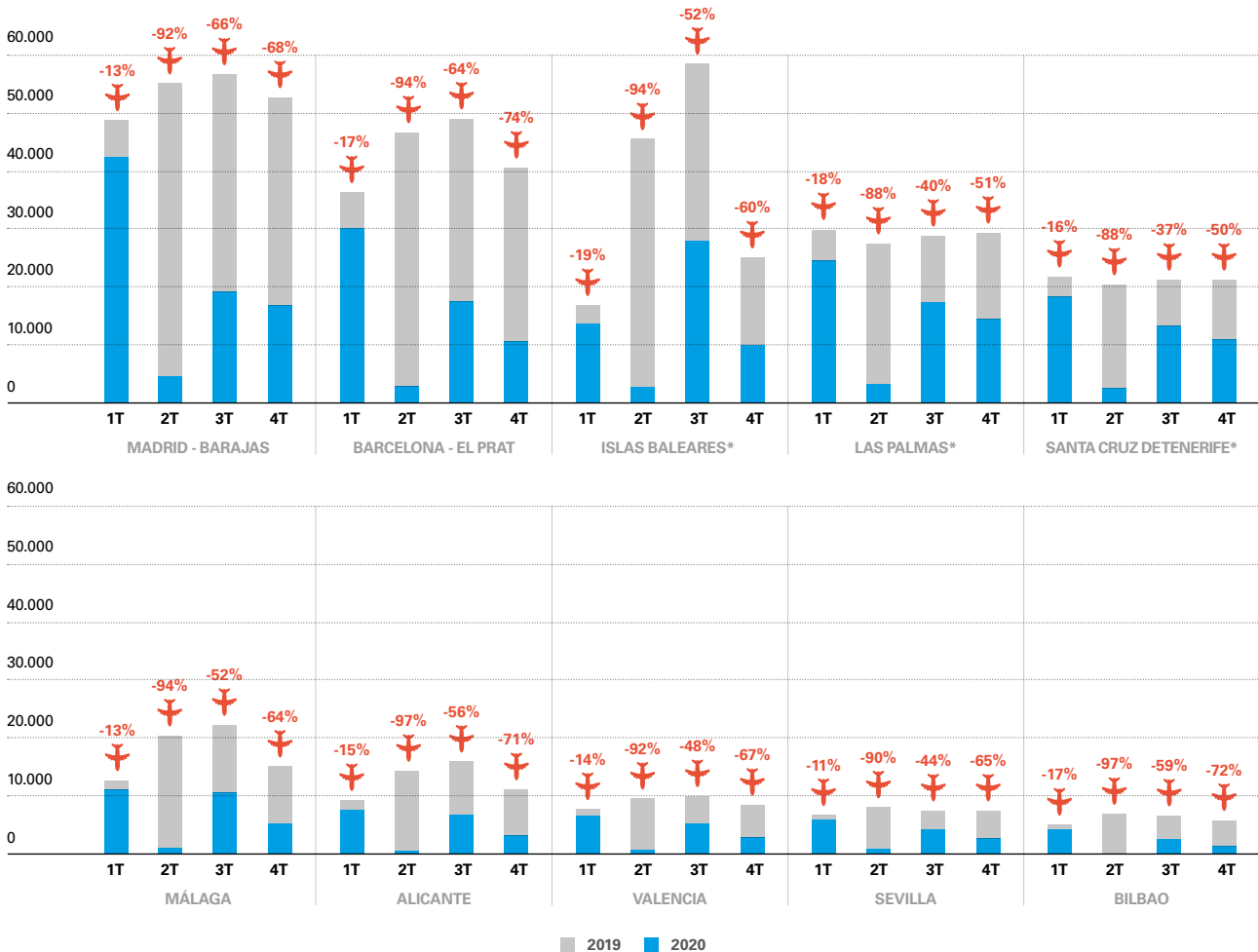


Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de Thomson Reuters Datastream.



## Volumen de vuelos en los principales aeropuertos de España

Llegadas

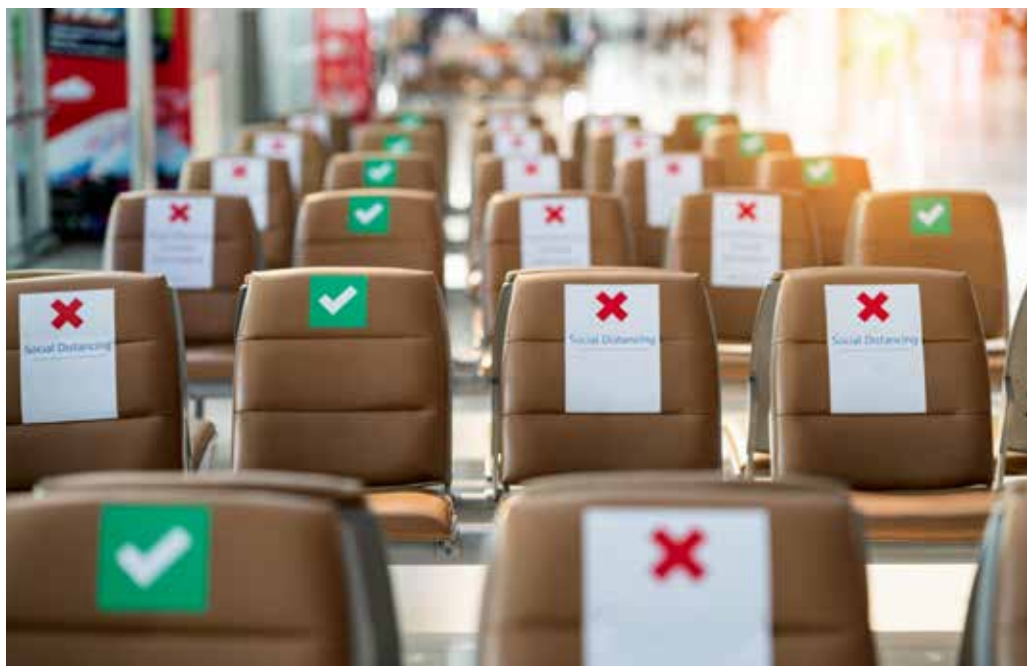


Notas: \* Se suman los principales aeropuertos provinciales en islas (i) Islas Baleares: Palma de Mallorca, Ibiza. (ii) Las Palmas: Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura. (iii) Santa Cruz de Tenerife: Tenerife Norte y Sur, La Palma, el Hierro y La Gomera. Fuente: CaixaBank, a partir de datos de EUROCONTROL.

## Mercado del transporte aéreo en España

El caso de la industria aérea en España no es un caso singular. Al igual que en el resto de Europa, tras el inicio de la pandemia en marzo de 2020, la movilidad aérea de pasajeros se frenó en seco. Según datos del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, se pasó de un volumen de pasajeros en los aeropuertos españoles de 274 millones en 2019 a tan solo 73 millones en 2020 (-73% anual), lo que implicó un retroceso a niveles similares a los observados en 1990. Además, las cifras más recientes no revelan una mejoría: en enero de 2021, el número de pasajeros en España caía un 85% interanual.

Si nos fijamos en la evolución de los principales aeropuertos de España que mostramos en el siguiente gráfico, se pueden extraer tres conclusiones: (i) las severas caídas de actividad se imponen como factor común en el conjunto de España, (ii) los destinos preferidos por los turistas domésticos han resistido relativamente mejor y (iii) las Islas Canarias han tenido mayor éxito que las Baleares a la hora de captar demanda doméstica. Destaca el caso de Madrid, principal aeropuerto español gracias a su papel de intercambiador entre vuelos internacionales y domésticos, que registró descensos de más del 65% interanual en la



segunda mitad de 2020. Por su parte, los aeropuertos de Barcelona y Alicante, situados en sendos destinos ilustres para el turismo internacional, han sufrido las caídas más severas en el último trimestre de 2020. En cambio, aeropuertos como los de Sevilla y Bilbao, con mayor peso de vuelos domésticos, muestran caídas también muy pronunciadas, aunque más moderadas.

**España pasó de un volumen de pasajeros en sus aeropuertos de 274 millones en 2019 a tan solo 73 millones en 2020 (-73%), lo cual implicó un retroceso a niveles similares a los de 1990**

#### En conclusión

A la luz de los números que se han comentado en este artículo, la situación en la que está inmersa la industria aérea es muy vulnerable. Se estima muy necesario que en 2021 la movilidad comience a recuperarse para que los ingresos recurrentes vuelvan a fluir hacia las empresas del sector y evitar así una mayor reestructuración del sector. En este sentido, la recuperación, como no podía ser de otro modo, dependerá de cuán efectiva y ágil sea la campaña de vacunación. Alcanzar la inmunización de cerca de un 90% de la población de riesgo en Europa y la aprobación de un pasaporte sanitario que posibilite la movilidad de la población inmune antes de la temporada alta de verano serán las claves para que cambie la tendencia en el sector este verano.

A pesar de esta previsible mejora, la industria seguirá bajo mucha presión. Según **las previsiones de IATA, en 2021 los ingresos de la compañías aéreas se mantendrán** alrededor de un 40% por debajo de los niveles pre-COVID y continuarán teniendo flujos de caja negativos hasta el cuarto trimestre del año.



La evolución de la oferta

## Turismo en rebajas: el papel del ajuste de precios hoteleros en la recuperación

El colapso del turismo en España tras la irrupción de la COVID-19 ha empujado a la industria turística a acometer grandes ajustes en los precios. El sector hotelero ha sido el máximo exponente de esta tendencia: según datos del INE, el precio por habitación y día que cobraron los hoteles en verano de 2020 fue un 16% inferior al del año anterior. No obstante, no parece que esta enorme rebaja en los precios haya jugado un papel determinante en la revitalización de la demanda de algunas regiones. El cambio de preferencias a la hora de viajar que ha traído consigo la pandemia ha comportado que los turistas apuesten por destinos cercanos, familiares y poco congestionados, dando menos prioridad al precio y minorando el efecto llamada de la gran rebaja de precios hoteleros.

La ley de la oferta y la demanda es muy clara: si la demanda disminuye y la oferta se mantiene, los precios caen; si la oferta cae y la demanda se mantiene, los precios suben. En 2020 asistimos a un ejercicio donde se dieron ambos movimientos. Por un lado, la demanda turística cayó con fuerza incluso durante los meses de verano, cuando las restricciones de movilidad y la tasa de contagios eran muy reducidas. Por el otro, se impusieron fuertes restricciones a los aforos en la hostelería, que restringieron considerablemente el número de plazas turísticas disponibles en hoteles y el número de clientes al que se podía dar servicio en restaurantes.

Según la teoría económica, la restricción de los aforos que vivimos durante la segunda mitad de 2020 debería haber limitado las rebajas de los precios de muchos establecimientos, pero la caída de la demanda turística fue tan imponente que la mayoría de las empresas y comercios que dependen en alguna medida del turismo ajustaron los precios con la esperanza de avivar la demanda.<sup>15</sup>

**La caída de la demanda turística fue tan imponente en 2020 que la mayoría de las empresas y comercios que dependen del turismo optaron por ajustar sus precios con la esperanza de avivar la demanda**

<sup>15</sup> Nótese que esta rebaja de precios se produjo en un contexto de aumento de costes que sufragaron los establecimientos para adaptarse a las medidas de seguridad anti-COVID (por ejemplo, gel hidroalcohólico, mamparas protectoras, mayor limpieza, señalización, etc.), además de unos costes fijos unitarios mayores (debido a las restricciones de aforo y la caída de la facturación).

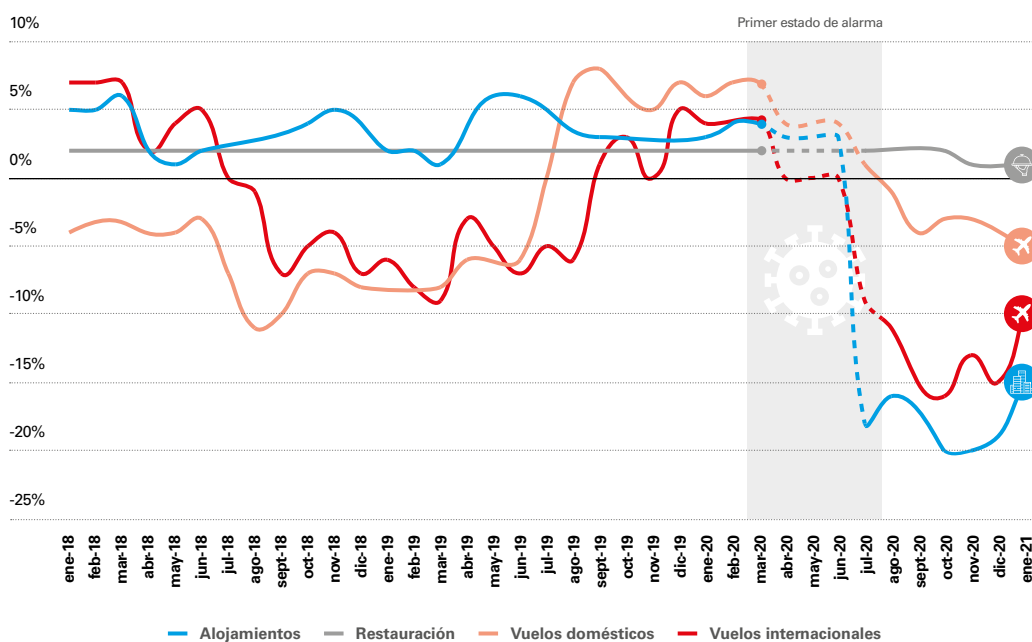
## Los precios de los alojamientos turísticos, los que más se ajustaron tras el confinamiento

Según los datos del índice de precios del consumidor (IPC), los precios de los alojamientos turísticos, muy dependientes de la demanda turística internacional, fueron los que más se ajustaron tras el confinamiento que vivimos entre marzo y junio del pasado año. Así, durante la segunda mitad del 2020, los precios de este tipo de negocios cayeron en promedio un 18% interanual. Por su parte, también se observaron grandes ajustes en el precio de los vuelos internacionales y domésticos, con caídas interanuales del 14% y del 3%, respectivamente, algo muy destacable en un sector donde los márgenes ya eran muy ajustados antes de la pandemia.<sup>16</sup> Finalmente, cabe considerar que no todos los comercios dependientes del turismo rebajaron precios. Ese fue el caso de los comercios de restauración, que a pesar de sufrir una caída en la facturación, fueron capaces de sustituir parte de su clientela de turistas por clientes locales y situaron sus precios en promedio un 1% por encima de los niveles de 2019.

<sup>16</sup> Véase el artículo «La necesidad de alzar el vuelo en 2021» en este mismo informe.

## Índice de precios del consumidor de bienes y servicios ligados al turismo

Variación interanual, promedios de dos meses



Notas: Durante el primer estado de alarma, la información recogida por el INE de los precios de algunos bienes y servicios fue muy incompleta, por lo que es posible que los datos entre abril y junio no reflejaran la realidad.  
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

## Diversidad en la industria turística, diversidad en las caídas de los precios

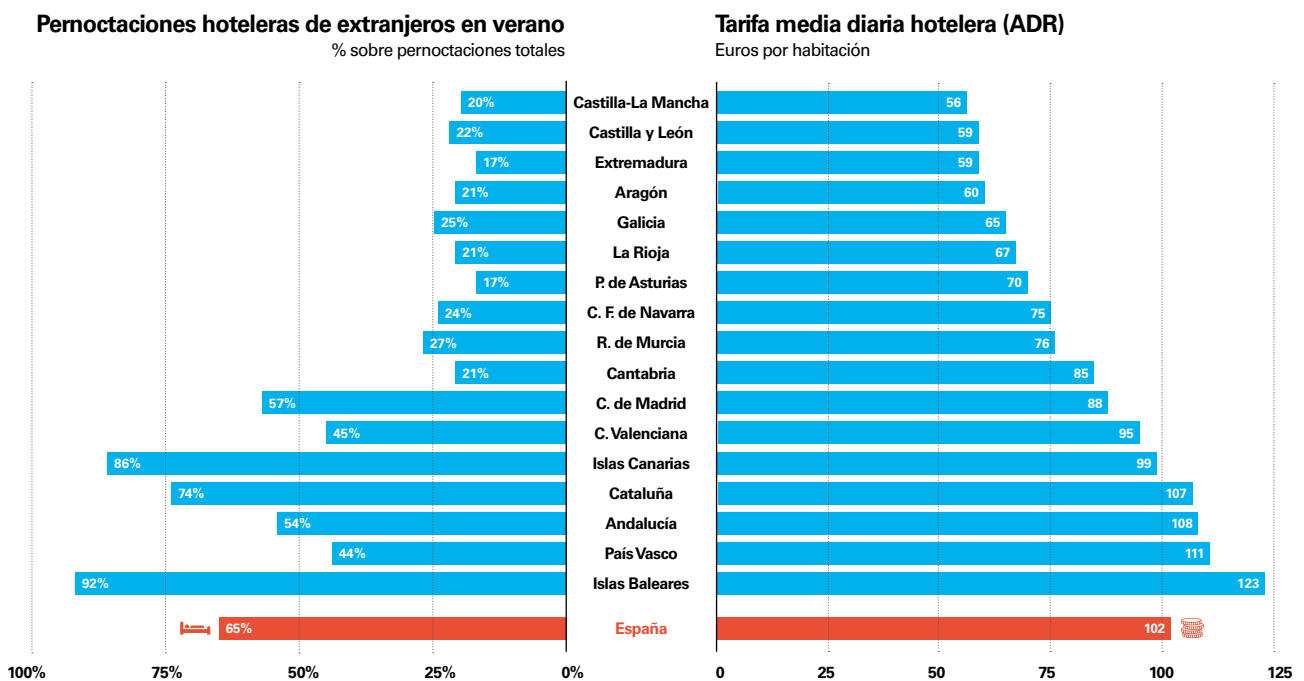
Las grandes caídas en los precios de los alojamientos turísticos no fueron homogéneas en España debido a la diversidad que existe dentro de la propia industria turística. La composición de la demanda turística, los cambios de preferencias de los turistas tras el estallido de la pandemia y las profundas diferencias en el nivel de precios pre-COVID entre regiones son algunos de los factores que nos ayudan a entender cómo se ha distribuido el *shock*. Tal y como se observa en el siguiente gráfico, las diferencias en los precios hoteleros entre comunidades autónomas (CC. AA.) son palpables. Uno de los principales determinantes de estas diferencias es el peso de la demanda internacional, que tradicionalmente atesora un poder adquisitivo mayor, frente al peso de la demanda turística doméstica, que prefiere destinos con un nivel de precios más moderado. Así,



vemos cómo en Baleares, un destino eminentemente internacional, la tarifa media diaria por habitación (ADR, por sus siglas en inglés) fue de 123 euros durante los meses de verano, mientras que el Principado de Asturias, un destino con una industria turística mucho más enfocada a los turistas domésticos, presentó un ADR de 70 euros, más de un 40% inferior al de Baleares.<sup>17</sup> Según estas diferencias, cabe esperar que las CC. AA. con precios más elevados, que a su vez son aquellas más urbanas e internacionales, fueran las que acometieron ajustes mayores en los precios.

<sup>17</sup> Una parte de las diferencias en precios viene dada por las diferencias en la planta hotelera de cada región en términos de estrellas. En el caso mencionado, el peso de los hoteles de 4 y 5 estrellas en Baleares es del 53% y en Asturias, del 31%.

## Peso de la demanda extranjera y precios hoteleros en las CC. AA. en 2019



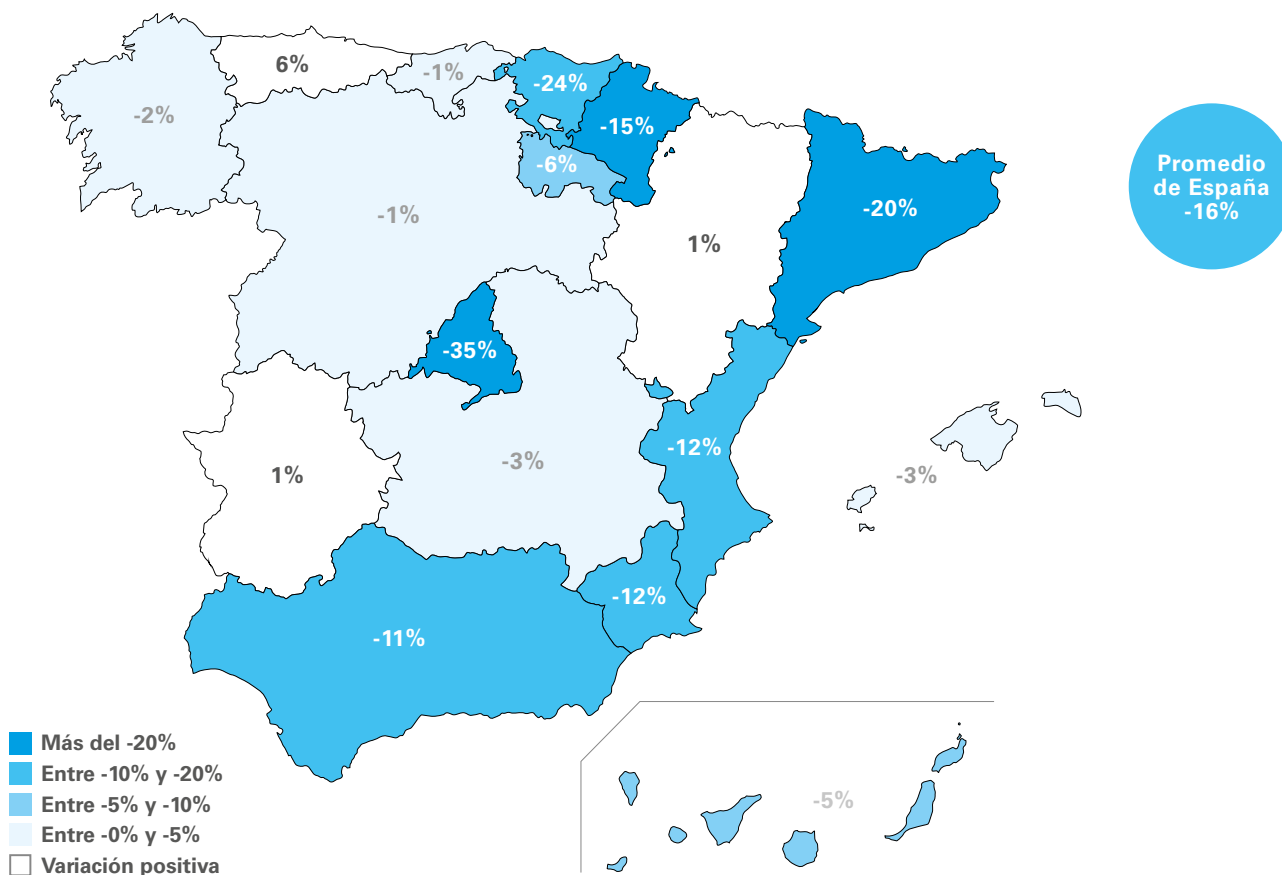
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

Así, las CC. AA. que más ajustaron los precios hoteleros durante los meses de verano de 2020 fueron Madrid (-34,8% interanual), País Vasco (-24,0%) y Cataluña (-20,2%), donde encontramos los principales destinos urbanos de España. Por su parte, en Baleares (-5,1%) y Canarias (-3,4%), dos destinos que han sufrido relativamente más debido a su dependencia del turismo extranjero, no se optó por una estrategia tan agresiva. Finalmente, en Asturias (+6,0%), Extremadura (+1,2%) y Aragón (+0,8%), tres CC. AA. con un mayor peso del turismo rural de costa y de interior –menos congestionado– y tradicionalmente más dependientes del turismo doméstico no se optó por una rebaja de precios, abogando por su mayor competitividad en el contexto de distanciamiento social.



## Caída de los precios hoteleros en el 3T 2020

Variación interanual del ADR



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

### ¿Sirvió la rebaja de precios para atraer a turistas?

Durante la última década, la creciente demanda turística que recibió España empujó los precios del sector al alza año tras año. A pesar de ello, la competitividad frente a otros destinos internacionales permaneció robusta, gracias a que la industria turística compitió a nivel internacional a base de mejorar la calidad de los servicios que presta y a que ha capitalizado al máximo el gran atractivo del destino (cultura, clima, horas de sol, etc.). Esta situación se invierte por completo en 2020. La ausencia de turistas dispuso la presión de la demanda sobre los precios y empujó a la oferta a efectuar grandes ajustes en los precios buscando ganar atractivo e incentivar el consumo.

**Según nuestras estimaciones, la demanda turística no respondió a los ajustes de precios durante el año 2020**



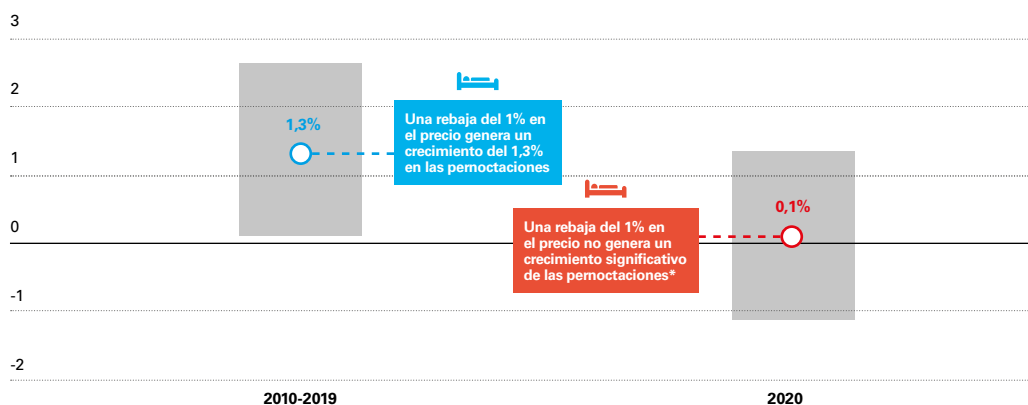
Una de las cuestiones que aflora tras ver estas grandes rebajas de precios es si fue una estrategia adecuada que permitió atraer a una mayor porción de los turistas que viajaron por España. Sobre el papel, fue una estrategia natural dada la caída de la demanda, pero la situación en 2020 fue tan singular que surge la duda de si realmente las decisiones de los turistas se guiaron en gran medida por los precios. Una hipótesis muy plausible es que los pocos turistas internacionales que vinieron a España y que no tenían una segunda vivienda en el país (es decir, que se alojaron en hoteles, apartamentos turísticos, *campings*, etc.) fueron los turistas fidelizados que eligen el mismo destino año tras año en España. En cuanto a los turistas domésticos, es probable que también primaran los destinos familiares y cercanos. De ser así, la relación entre demanda y precio perdió intensidad en 2020 y las rebajas en los precios no fueron tan efectivas como cabía esperar.

Para contrastar esta hipótesis realizamos una serie de ejercicios cuantitativos para estimar la intensidad de los canales que relacionan los precios con la demanda. En primer lugar, calculamos la correlación entre las variaciones anuales en el ADR y las cuotas de mercado de turistas internacionales y domésticos en las CC. AA. El resultado es de una correlación casi nula, lo que apunta a que las rebajas de precios hoteleros no consiguieron mejorar el porcentaje de turistas que consiguió atraer cada CC. AA. en 2020. Al hacer un análisis más sofisticado para tratar de estimar la elasticidad precio de la demanda, los resultados apuntan en esta misma dirección. Tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, según nuestras estimaciones, la demanda hotelera fue muy inelástica durante 2020 y no respondió significativamente a los cambios en los precios que propusieron muchos establecimientos hoteleros. Por el contrario, estimamos que la demanda hotelera sí fue elástica entre 2010 y 2019, con una elasticidad precio de 1,3, lo que implica que una rebaja de los precios hoteleros del 1% causaba un incremento de las pernoctaciones turísticas del 1,3%.<sup>18</sup> Esto revela que las ofertas y rebajas en los precios sí tenían un claro efecto llamada antes del estallido de la pandemia; no obstante, las estimaciones apuntan a que en 2020 no parece que las rebajas de precios que se dieron en algunas regiones ayudaran de manera significativa a captar una mayor porción de la baja demanda turística.

<sup>18</sup> La elasticidad precio se corresponde al coeficiente  $\beta$  estimado utilizando mínimos cuadrados en dos etapas en la siguiente regresión en logaritmos:  $D_{i,t} = \alpha + \beta P_{i,t} + \delta X_{i,t} + \delta_i + \zeta_t + \varepsilon_{i,t}$  donde  $D_{i,t}$  son las pernoctaciones hoteleras en la provincia  $i$  en el mes  $t$ ,  $P_{i,t}$  es el ADR hotelero instrumentado utilizando los costes laborales unitarios,  $X_{i,t}$  es una matriz de variables de control y donde las variables  $\delta_i$  y  $\zeta_t$  son los efectos fijos temporales y regionales no observables. Se utilizan dos muestras de datos de panel a nivel de provincia, una entre el 1T 2010 y el 4T 2019 y otra entre el 1T 2020 y el 4T 2020.

## Efecto de una rebaja del 1% en los precios hoteleros sobre las pmoctaciones

Variación (%)



**Nota:** El área sombreada muestra un intervalo de confianza del 95%. (\*) Se trata de un efecto no significativo debido a que el intervalo de confianza comprende valores positivos y negativos. Por ello, se puede decir que el efecto es estadísticamente igual a 0. Para más detalles sobre la metodología, véase la nota a pie 18 en este artículo.

**Fuente:** CaixaBank Research.

### En conclusión

El colapso del turismo en España tras la irrupción de la COVID-19 ha empujado a la industria turística a acometer grandes ajustes en los precios. El sector hotelero ha sido el máximo exponente de esta tendencia y, en algunas regiones de España, ha llevado a cabo una estrategia de precios muy agresiva para tratar de captar la mayor proporción posible de la menguada demanda turística del año pasado. A pesar de ello, debido a los cambios en la manera de hacer turismo que vivimos en 2020, la estrategia de rebaja de precios se ha revelado como poco efectiva y en aquellas regiones donde más se han ajustado los precios la ganancia ha sido mínima. Por encima del precio, todo parece indicar que los turistas han considerado otros factores, como podrían ser la cercanía y el haber visitado el destino con anterioridad.

A pesar de ello, de cara a 2021 es probable que los precios se mantengan ajustados, debido a que en verano la recuperación del turismo será aún parcial y a que existe una enorme necesidad de captar demanda por parte de las empresas más ligadas al turismo. La mayor seguridad a la hora de viajar gracias a que parte de la población estará vacunada pueden llevar a que este año la estrategia de ajuste de precios sea más efectiva. Para confirmarlo, no cabe más que esperar y, mientras tanto, aprovechar el entorno de precios bajos para reactivar el turismo en primera persona.



## Principales indicadores del sector turístico

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

	Promedio 2000-2007 <sup>1</sup>	Promedio 2008-2014 <sup>2</sup>	Promedio 2015-2019 <sup>3</sup>	Promedio 2020	2021 <sup>4</sup>	Tendencia <sup>5</sup>	Fecha del último dato
<b>Indicadores de actividad</b>							
PIB total	3,4	-1,3	2,6	-10,8	-10,8		4T 2020
PIB turístico	1,7	-0,7	4,6	-65,8	-		2020
<b>Mercado laboral</b>							
Afiliados total	3,5	-2,3	4,1	-2,2	1,4		mar-21
Afiliados en el sector turístico	4,4	-1,0	4,0	-10,1	-8,9		feb-21
Servicios de alojamiento	4,9	-0,8	4,9	-19,2	-19,2		feb-21
Servicios de comidas y bebidas	4,6	0,9	4,0	-11,1	-12,6		feb-21
Agencias de viajes/operadores turísticos	5,6	-2,8	5,7	-10,6	-7,4		feb-21
Otros servicios turísticos	4,1	-3,1	3,6	-5,7	-1,7		feb-21
<b>Balanza de pagos</b>							
Ingresos por turismo (% del PIB)	4,7	4,6	5,6	1,4	-		4T 2020
Pagos por turismo (% del PIB)	1,2	1,2	1,7	0,7	-		4T 2020
Saldo turístico (% del PIB)	3,6	3,4	3,9	0,8	-		4T 2020
<b>Indicadores de demanda turística</b>							
<b>Turismo internacional</b>							
Número de turistas internacionales	3,8	2,2	5,2	-77,3	-93,6		feb-21
Procedencia: Reino Unido	-	4,6	3,5	-82,5	-98,4		feb-21
Procedencia: Alemania	-	5,7	1,6	-78,5	-93,1		feb-21
Procedencia: Francia	-	11,1	1,4	-65,1	-87,4		feb-21
Procedencia: Italia	-	14,1	4,8	-79,0	-92,4		feb-21
Procedencia: Estados Unidos	-	1,2	15,8	-87,8	-95,7		feb-21
Procedencia: Resto de Europa	-	-	7,6	-77,4	-92,2		feb-21
Procedencia: Fuera de Europa	-	-	13,0	-79,4	-96,0		feb-21
Gasto total de los turistas internacionales	5,4	3,3	6,8	-78,6	-93,2		feb-21
Duración media (días)	-	-	7,6	6,6	9,6		feb-21
Gasto medio diario por persona (€)	-	-	141,7	103,3	118,0		feb-21
<b>Turismo doméstico</b>							
Pernoctaciones	-	-	1,0	-37,9	-		dic-20
Duración media (días)	-	-	3,9	4,5	-		dic-20
Gasto medio diario por persona (€)	-	-	62,2	45,8	-		dic-20
<b>Indicadores de oferta hotelera</b>							
Número de plazas hoteleras ofertadas	3,3	1,2	1,3	-51,5	-51,8		feb-21
Categoría: 4 o 5 estrellas	9,7	3,6	3,0	-49,2	-54,2		feb-21
Resto de categorías	0,2	-0,8	-0,4	-4,3	-49,1		feb-21
Grado de ocupación hotelera (puntos porcentuales)	-0,4	0,2	1,2	-32,0	-34,3		feb-21
Categoría: 4 o 5 estrellas	-0,6	0,6	0,7	-35,9	-39,3		feb-21
Resto de categorías	-0,5	-0,5	1,4	-27,4	-28,2		feb-21
Tarifa media diaria (ADR <sup>7</sup> )	-	0,2	4,1	-29,0	-28,7		feb-21
Categoría: 4 o 5 estrellas	-	-0,8	4,1	-25,9	-25,0		feb-21
Resto de categorías	-	0,4	3,2	-32,2	-31,2		feb-21
Ingresos por habitación disponible (RevPAR <sup>8</sup> )	-	0,6	6,9	-60,2	-61,6		feb-21
Categoría: 4 o 5 estrellas	-	0,4	5,6	-60,2	-61,7		feb-21
Resto de categorías	-	-1,3	7,6	-58,1	-59,7		feb-21

**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. Último dato disponible para el año 2021. 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 INE y del Banco de España.

# CaixaBank Research

El *Informe Sectorial* y el resto de publicaciones de CaixaBank Research están disponibles en la web: [www.caixabankresearch.com](http://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*.



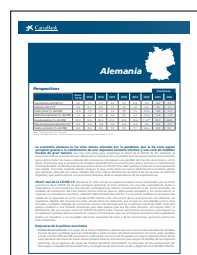
## COLECCIÓN COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Diagnóstico estratégico que pretende contribuir a un mejor conocimiento de la compleja realidad económica-territorial de España.



## ICIE 2019

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



## FICHAS PAÍS

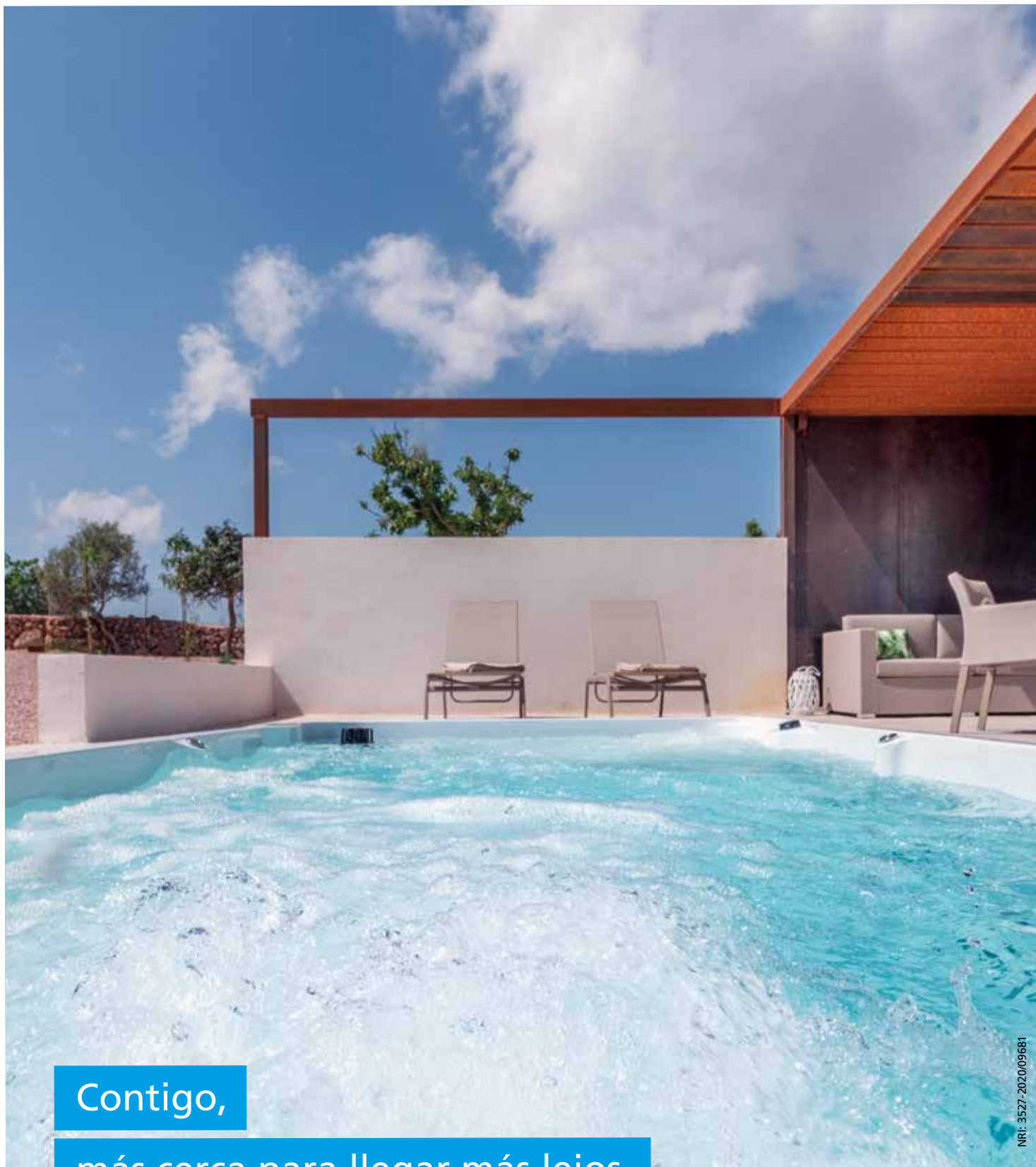
Análisis detallado sobre 30 países avanzados, emergentes y en desarrollo.



## PULSO ECONÓMICO

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





NRI: 3527-2020/09681

Contigo,

más cerca para llegar más lejos

Ahora más que nunca, es el momento de reactivar el sector hotelero y turístico, y en CaixaBank queremos acompañarte en este camino con todo lo que necesites. Para ello, ponemos a tu disposición una oferta de productos y servicios específicos adaptados a cada circunstancia, así como la ayuda de profesionales expertos en el sector y muy cercanos a ti, para apoyar y acompañar el futuro de tu establecimiento.

**CaixaBank. Escuchar Hablar Hacer**

