



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 79

ENERO 2022

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2021
Y PERSPECTIVAS PARA 2022

Índice de contenidos

Balance empresarial del año 2021

- 01** PIB Turístico conjunto año 2021 (Pág.4)
- 02** Empleo turístico a cierre de 2021 (Pág.5)
- 03** Evidencias de demanda turística latente en 2021 y nuevas pautas de comportamiento (Pág.6)
- 04** Demanda española (Pág.7)
- 05** Demanda extranjera (Pág.8)
- 06** Demanda extranjera. Detalle por mercados (Pág.9)
- 07** Facturación empresarial (Pág.10)
- 08** Facturación empresarial. Detalle sectorial y comportamiento frente resto sectores (Pág.11)
- 09** Detalle por destinos (Pág.13)

Previsiones para 2022

- 10** Factores determinantes del año turístico 2022 (Pág.17)
- 11** Perspectivas a corto plazo. Impacto de ómicron en el inicio de año 2022 (Pág.18)
- 12** Escenario del PIB Turístico para el año 2022 (Pág.19)
- 13** Expectativas empresariales. Detalle subsectorial (Pág.21)
- 14** Perspectivas empresariales por destinos (Pág.23)
- 15** Expectativas empresariales de recuperación de las ventas de 2019 (Pág.24)

Medidas de apoyo para facilitar la supervivencia del mayor número de empresas turística viables ante las perspectivas de recuperación

(Pág.25)



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

**BALANCE EMPRESARIAL DEL
AÑO 2021**

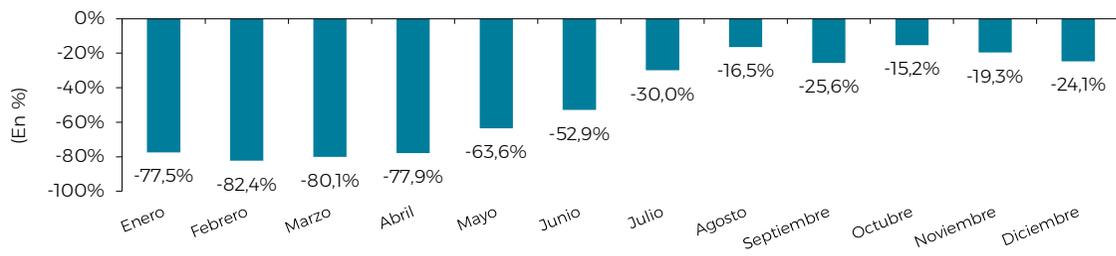
01 2021 es testigo de una recuperación parcial con altibajos de la actividad turística en España por la paralización de los viajes hasta mayo y el efecto en el final de año de la 6ª ola; el PIB turístico recupera 36.039 mills€ respecto a 2020 hasta alcanzar los 88.546 mills€, en 2021 (todavía un -42,8% inferior a 2019), hasta representar según nuestras estimaciones el 7,4% del PIB de España

El turismo en España no ha sido capaz de consolidar los ritmos de la recuperación iniciada por la demanda española tras el fin del Estado de Alarma el pasado 9 de mayo. Tras el ilusionante verano impulsado por los viajes internos de los españoles y la paulatina reactivación de la demanda extranjera en otoño, dado el positivo efecto de la vacunación masiva en España y UE, las nuevas restricciones introducidas para limitar el impacto de la ómicron de la pandemia ha supuesto un súbito freno de esta tendencia, observado desde mediados de noviembre. El último trimestre ha vuelto a estar marcado por la volatilidad, pero dentro de descensos más moderados de la actividad turística respecto a 2019 (-15,2% oct, -19,3% nov y -24,1% dic),

Tras un verano esperanzado el sector turístico español ve frenada la recuperación en los últimos meses de 2021, medida por el PIB turístico

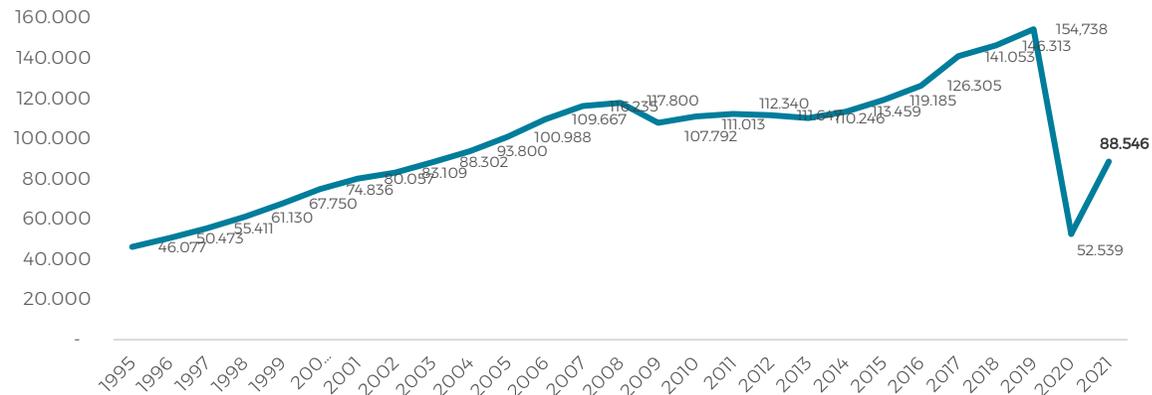
(Tasa de variación interanual del PIB turístico en %)

Fuente: Exceltur



El PIB turístico de 2021 se sitúa en los valores de 2003

Fuente: Exceltur



Las grandes cifras con las que el sector turístico español cierra 2021

88.546 mills € el valor del PIB turístico alcanzado en 2021 en España

36.039 mills € la actividad que ha recuperado el turismo respecto a los niveles de 2020

-42,8% la diferencia del PIB turístico de 2021 respecto al que se generaba en 2019 y frente a la caída del -65% de 2020 vs 2019.

2003 el año al que aún se equipara y retrotrae la actividad generada directa e indirectamente por el turismo en España durante 2021.

7,4% el valor que en Exceltur estimamos alcanza la participación del turismo en la economía española, mejorando el 5,5% que según el INE supuso en 2020, pero lejos del 12,3% alcanzado en 2019

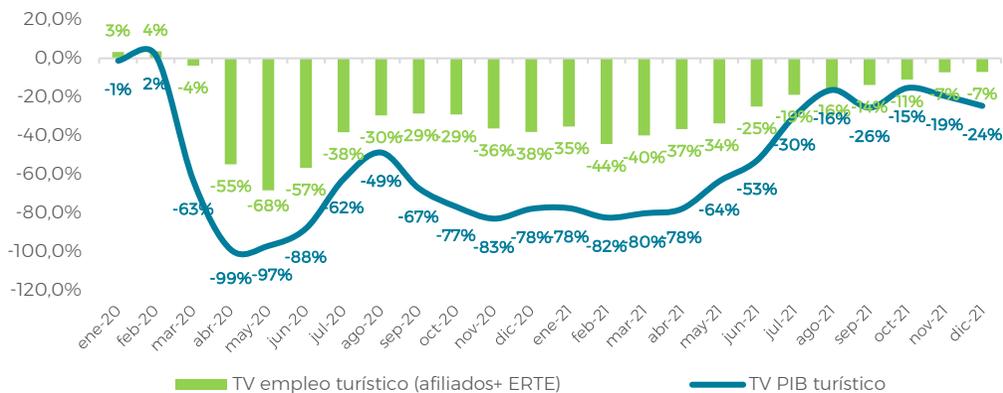
02 El empleo muestra un mejor comportamiento que la actividad turística en 2021, reflejando una decidida apuesta empresarial por tratar de acelerar la recuperación de la normalidad, apoyado por la relevancia del esquema de los ERTE para el mantenimiento del personal.

En un contexto de fuerte incertidumbre vinculada a las sucesivas olas de la pandemia, los empresarios han realizado un esfuerzo en la incorporación de personal para la apertura y puesta en marcha de sus operaciones, que se ha traducido en un mejor comportamiento del empleo que la propia actividad. Esta realidad ha sido posible, a su vez, gracias al mantenimiento del personal que ha permitido el esquema de los ERTE, a pesar de las dificultades de su gestión con la Seguridad Social y la incertidumbre adicional introducida por la aprobación de sus sucesivas prórrogas en el último momento.

El empleo turístico sufre menos que la actividad a lo largo de la pandemia prueba del compromiso empresarial

Tasa de variación vs 2019 (en %)

Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social



Las empresas turísticas han mantenido su compromiso con el mantenimiento de sus operaciones en los dos últimos meses de 2021, a pesar del impacto de la 6ª ola. Concretamente, **el empleo turístico en diciembre se sitúa un -7,1% por debajo de los valores del mismo mes de 2019 (-24,7% el PIB), mejorando respecto a noviembre y dejando la cifra de personal afectado por la pandemia en 135 mil (57 mil en ERTE y 78 de menor afiliación).**



Rasgos del comportamiento del empleo en 2021

- Necesidad de flexibilidad en las relaciones laborales** para adaptarse a la compleja gestión del personal derivada de las aperturas y cierres, como consecuencia de las diferentes decisiones administrativas nacionales e internacionales de restricción de la movilidad por el Covid.
- Apuesta por la adelantar las reaperturas y recuperación de operaciones y la incorporación de las plantillas al trabajo** que ha posibilitado el mencionado mejor comportamiento del empleo que los ingresos.
- Uso responsable de los ERTE** como mecanismo de preservación del empleo. El proceso de recuperación del personal sin que los ingresos hayan acompañado al mismo ritmo demuestra la responsabilidad del empresariado turístico y la validez del sistema de ERTES para preservar el mayor volumen de empleo en circunstancias excepcionales.
- Preocupante dificultad por encontrar trabajadores formados** en los territorios en los que la pandemia ha tenido una duración más prolongada. Una parte del segmento de trabajadores con mayores oportunidades laborales ha optado por reciclarse a otros sectores de actividad menos afectados que los turísticos por el parón de actividad.
- Escasez puntual de personal por causas sanitarias de la 6ª ola.** Las empresas turísticas están viendo dificultadas sus operaciones en las últimas semanas por el masivo impacto de los contagios de la variable ómicron y los protocolos de aislamiento dictado por las autoridades sanitarias.

03 2021 demuestra la fuerte demanda turística latente y las ganas de viajar de la población, reflejando las buenas perspectivas de recuperación del sector en el momento que se normalice la situación y se venza el temor a viajar o las restricciones a la pandemia

A lo largo de 2021, cada vez que se han relajado las restricciones administrativas, se ha producido un repunte considerable de las reservas y los viajes, tanto de la demanda nacional como de la extranjera, y de todas las líneas de productos de ocio y negocio, incluyendo la de reuniones y congresos.

La positiva respuesta de la demanda ha demostrado lo asumido que están los viajes en las pautas de vida de la sociedad, lo que sugiere un contexto de recuperación rápida, en el momento en el que se consiga vencer o superar el temor a la pandemia y dejen de sucederse la aparición de nuevas variantes que vuelvan a activar los recelos y restricciones a la movilidad para preservar la seguridad sanitaria.

La demanda ha repuntado con intensidad cada vez que se han suavizado las restricciones

ESPAÑÓLES



FRANCESES



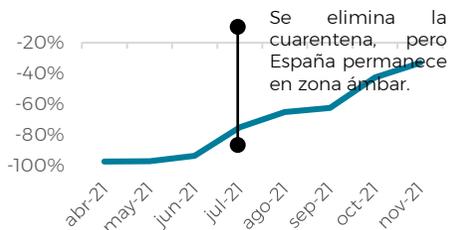
ALEMANES



ITALIANOS



BRITÁNICOS



Nuevas pautas de comportamiento del turista impulsadas por la pandemia

La pandemia ha introducido cambios notables en el comportamiento del turista que se han consolidado en 2021 y han obligado a una readaptación por parte de la empresa y destinos turísticos. Los más relevantes son:

- 1. El crecimiento exponencial de la compra de último minuto y la exigencia reservas muy flexibles y sin gastos de cancelación.
- 2. El disfrute más calmado de los recursos turísticos, primando las visitas a instalaciones, espacios y destinos menos congestionados.
- 3. El uso progresivo de sistemas operativos "contactless" para facilitar la experiencia de usuario y garantizar una mayor seguridad sanitaria, que ha supuesto un impulso a la digitalización de la gestión y la relación con el cliente.
- 4. La preminencia de destinos de proximidad, preferentemente dentro de cada país y utilizando el vehículo particular como medio de transporte.
- 5. Una mayor valoración y preferencia por aquellos productos turísticos y destinos comprometidos con la responsabilidad ambiental y social.

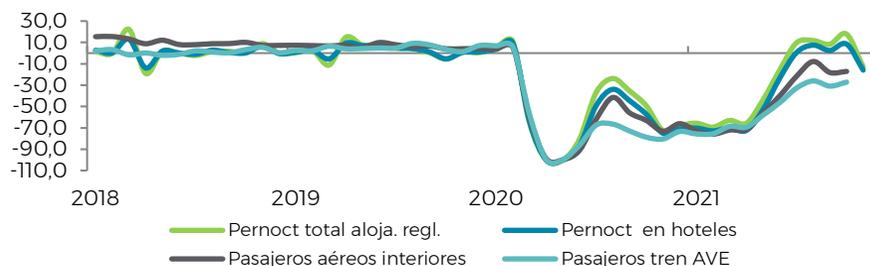
04 La demanda nacional se erige en 2021 como el puntal de la recuperación de la actividad turística en España, tras el fin del estado de alarma en mayo, situándose tan solo un -16,7% por debajo de 2019

El tirón del consumo turístico español y su concentración en los destinos nacionales, a partir de mayo, han erigido al mercado interno como el más importante para el sector turístico español. A pesar de acabar con cifras agregadas hasta noviembre por debajo de 2019 (aún un -25,2% en pernoctaciones hoteleras y -15,9 % en las realizadas en alojamientos reglados), los datos a partir de mayo lo sitúan ya en los mismos niveles de 2019 en pernoctaciones en el conjunto de alojamientos reglados, y con niveles muy por encima en fórmulas de disfrute más individual y en entornos menos concurridos (campings +19,2%, apartamentos +15,8%, casas rurales +10,8%, mientras los hoteles en ciertos destinos se ven lastrados por los menores viajes de negocios, -8,1%).

La demanda española repunta en el verano y se sitúa por encima de los valores de 2019 hasta el impacto de la 6ª ola

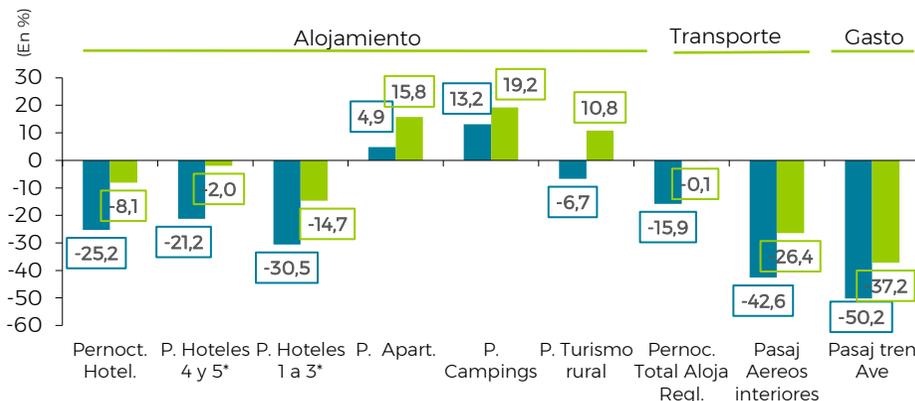
Tasa de variación interanual en % (en 2021 tasa frente a 2019)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Encuestas de ocupación y estadísticas de pasajeros (INE)



Mucho mejor comportamiento de la demanda española a partir de mayo

(Tasa de variación en %)



(*) Datos de pasajeros hasta octubre

■ Ene-Nov 21 vs 19 ■ May-Nov 21 vs 19

Rasgos del tirón de la demanda española en 2021

- Concentración de la fuerte recuperación nacional en el tercer trimestre del año, tras la eliminación de las restricciones a la movilidad entre CC.AA. en mayo.
- Mayor demanda hacia destinos españoles ("staycation") por las dificultades de viajar al extranjero, derivadas de las múltiples restricciones sanitarias impuestas por los países de corto y largo radio y la mayor cautela a asumir riesgos sanitario en el exterior (el gasto por turismo de los españoles en el acumulado hasta octubre reflejaba una caída -66,3% respecto a 2019, según el Banco de España, -61,3% en los últimos 3 meses).
- Predominio de los destinos del interior y de la costa del norte peninsular (Galicia, Asturias y País Vasco) y buen comportamiento en Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, levante y Madrid de septiembre a noviembre.
- Mayor acceso a una amplia oferta de transporte y alojamiento, debido a la apuesta empresarial por el mercado interno, ante la falta de respuesta del internacional.
- Mayor orientación hacia instalaciones y servicios de disfrute exclusivo del entorno familiar de convivientes para evitar el riesgo de contagio (vehículo propio, uso de viviendas propias, alquiladas o de familiares y amigos, ocio en espacios abiertos dentro de destinos y espacios menos concurridos).

05 El turismo extranjero hacia España cierra con un descenso de los ingresos del -59,7% por las sucesivas restricciones a la movilidad que se han venido aplicando a lo largo del año, cortándose súbitamente por ómicron la recuperación que se venía observando desde julio

2021 cierra con unos volúmenes de demanda extranjera y de gasto nuevamente muy lejos de los niveles previos a la pandemia, aunque 15 puntos porcentuales superiores a los registrados en 2020 por la reactivación iniciada durante el verano. Los ingresos por turismo estimados para 2021 cerrarán un -59,7% por debajo de 2019 (-77,3% cerró en 2020 vs 2019), las llegadas de turistas -62,8% (-77,3% en 2020), 17 puntos mejor que en 2020 y mejorando el gasto medio, y las pernoctaciones en alojamientos reglados hasta noviembre un -63,8% (-79,7% en 2020).

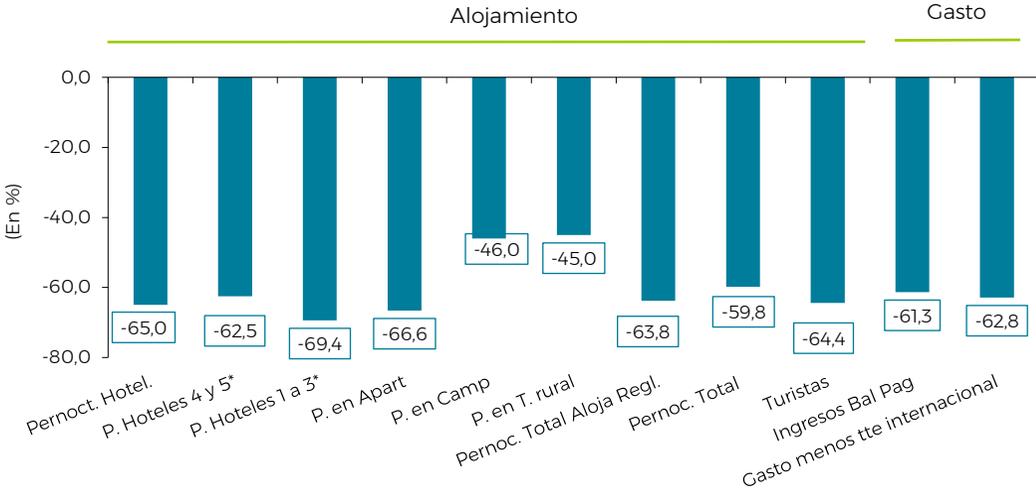
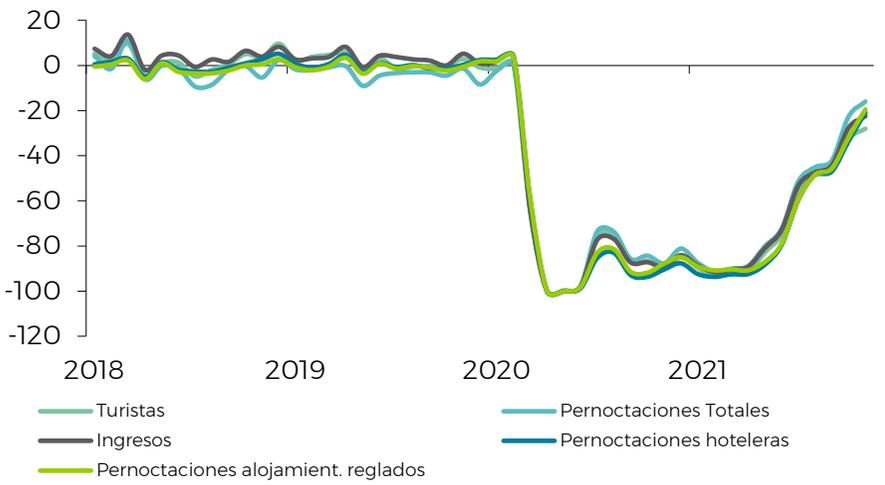
La sexta ola de la pandemia ha supuesto un súbito freno a la paulatina recuperación que se venía observando desde mediados del verano y que tenía en el buen comportamiento de Canarias su máxima expresión durante los meses de otoño (de sep. a nov. las pernoctaciones hoteleras a Canarias tan solo estaban un -17,8% por debajo de los niveles de 2019, favorecido por unas capacidades aéreas similares a las de entonces).



(*) El gasto total del turismo extranjero hacia España será de 34 mil mlls. Euros en 2021

Recuperación inconclusa de la demanda extranjera frenada en diciembre
 Tasa de variación interanual en % (en 2021 tasa frente a 2019)
 Fuente: Elaborado por Exceltur de Frontur, EGATUR y Balanza de Pagos

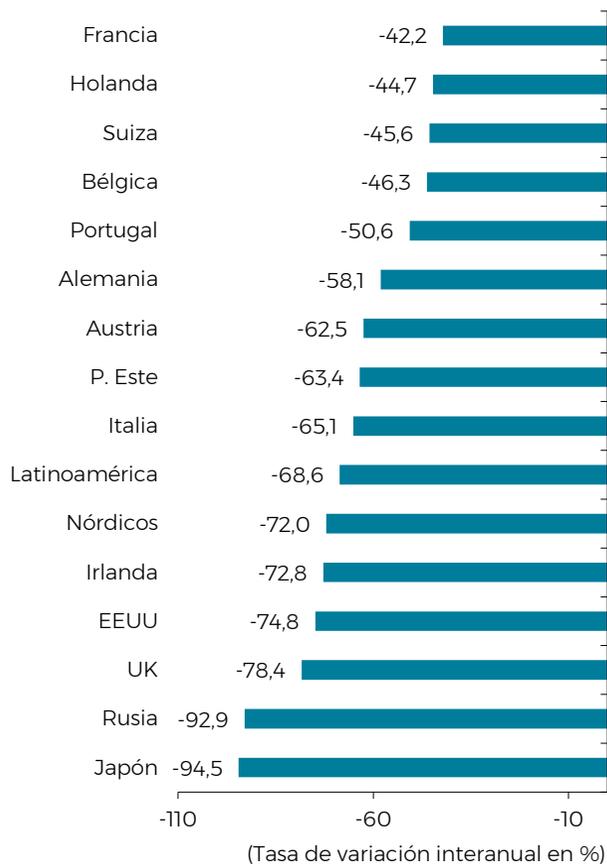
A pesar de la recuperación se cierra un año con caídas muy notables de la demanda extranjera
 (Tasa de variación (en %))



06 El turismo extranjero sufre el efecto de las restricciones: cerrado hasta el verano y con una reapertura parcial y desigual entre países desde entonces, comenzando por los de proximidad y Centroeuropa, siendo más tardía la de Reino Unido y la de los americanos en octubre y sin visos aún la de los asiáticos.

Los mercados próximos y los centro europeos los que menos caen en 2021

(tasa de variación pernoct. hoteleras Ene-Nov 21 vs 19)
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



EVOLUCIÓN RESTRICCIONES EN 2021 PRINCIPALES MERCADOS

Los turistas franceses, además de verse favorecidos por la proximidad, tuvieron restricciones más laxas, no teniendo que guardar cuarentenas

El mercado alemán hacia España ha sufrido los cambios intermitentes en la clasificación de riesgo de España (lo que implica cuarentena sólo para no vacunados). El 11 de julio España dejó de ser zona de riesgo, el 27 de julio volvió a ella y el 29 de agosto consiguió salir.

Los británicos no pudieron viajar sin cuarentena a España hasta el 19 de julio. Pero la situación en ámbar de España supuso una gran incertidumbre. A partir de diciembre volvía ser necesario realizarse una PCR aunque se estuviera vacunado y aislarse hasta el resultado, condición que ha sido revocada en enero.

SITUACIÓN ACTUAL

España se encuentra clasificada como zona verde

Desde el 25-dic-22 España es zona de alto riesgo, aunque se permite viajar con certificado Covid.

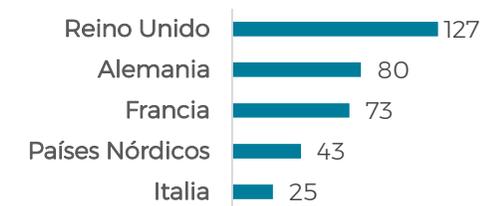
El 9-ene-22 se retira el requisito de PCR y aislamiento

Alemania y Francia desbancan a UK como principales mercados para España

Debido a los distintos criterios seguidos por los países en las restricciones que han impuesto a la movilidad, la estructura de mercado se ha visto afectado notablemente.

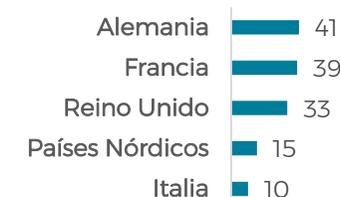
2019

Millones de pernoctaciones ene-nov



2021

Millones de pernoctaciones ene-nov



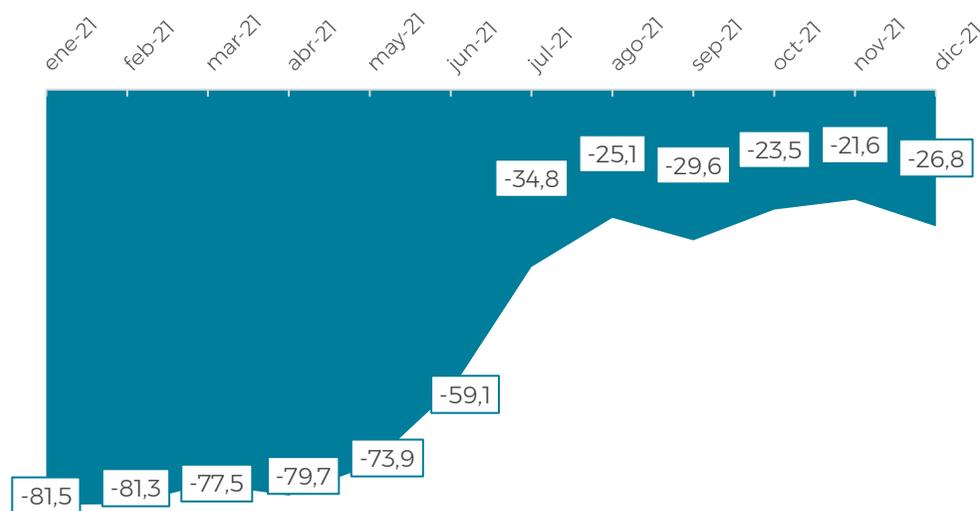
07 Mantenerse operativos y sobrevivir se mantiene como el principal objetivo de buena parte de las empresas turísticas españolas, tras caer sus ingresos un -43,4% en 2021, que se acumulan al descenso del -69,7 % de 2020, manteniendo al sector aún en situación de riesgo

El parón de la recuperación provocado por la variante ómicron sucedido a partir de mediados de noviembre ha supuesto un jarro de agua fría a las expectativas empresariales, tras el esperanzador verano en los destinos dependientes de los viajes de los españoles y el buen comportamiento que venía apuntando la demanda internacional en Canarias en la última parte del año.

La vuelta a un contexto de cancelaciones en las reservas y freno en la demanda, de último minuto que ha llevado a una caída en ventas del -26,8% en diciembre (-21,6% en nov.) respecto a 2019, se ha visto además acompañado por un aumento de los costes de la energía y la ruptura de la cadena de suministros, que ha lastrado la traslación de recuperación de los ingresos a la mejora de los resultados.

Recuperación de los ingresos de las empresas turísticas en el segundo semestre de 2021 frenada por la 6ª ola

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Las empresas turísticas que han resultado más resilientes en 2021 son:

Frente a las dificultades operativas y financieras exigidas por la pandemia las empresas que mejor han superado este 2021 han sido:

Las empresas digitalizadas, con reconocimiento de marca, economías de escala y canales propios de comercialización han resistido mejor por una mayor eficiencia operativa y mayores márgenes en sus ventas.

Las empresas con estructuras operativas más flexibles han sido capaces de adaptarse mejor a los vaivenes de las reiteradas aperturas y cierres exigidas por las distintas olas de la pandemia.

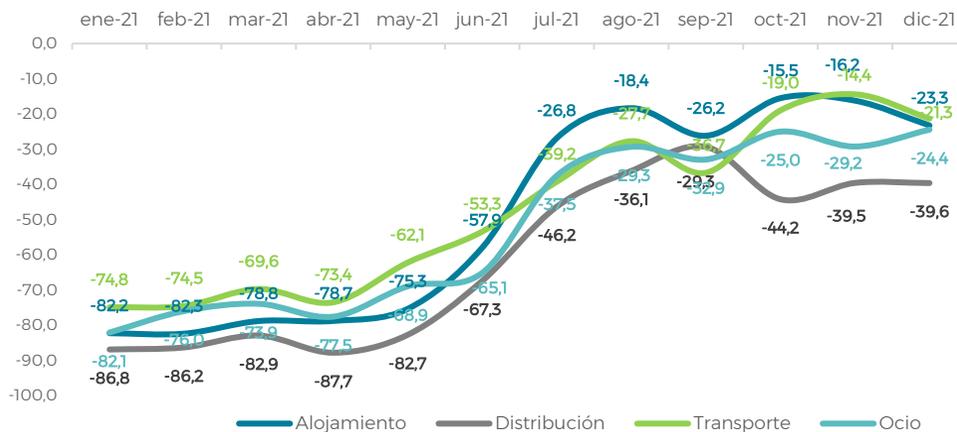
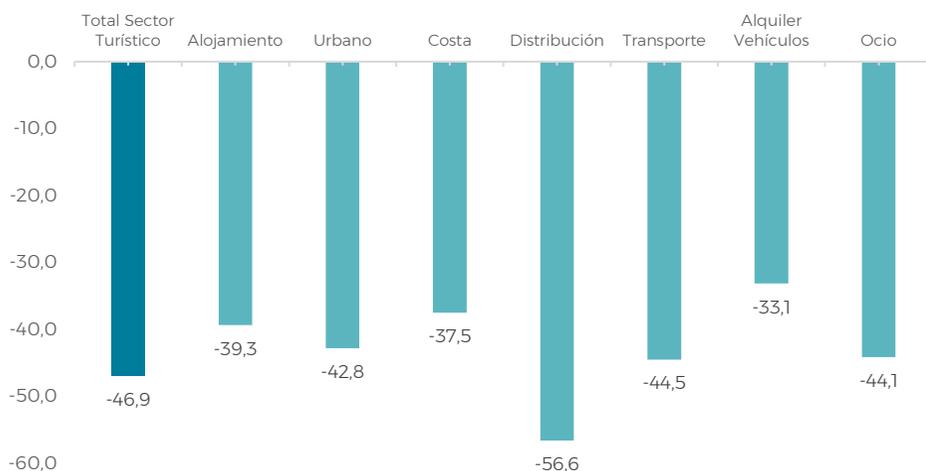
Las empresas con una mayor presencia internacional han conseguido capear mejor su situación, debido a los mejores resultados para aquellas presentes en el Caribe, así como por la mayor generosidad de los paquetes de ayudas aplicados por muchos países europeos respecto a los aplicados en España.

Las empresas que han reorientado mejor sus productos y canales de venta hacia el cliente nacional y de proximidad, que ha sido el predominante ante las distintas restricciones de viajar a otros países.

08 Agencias de viajes enfocadas a canales off-line, líneas aéreas, hoteles urbanos y actividades de ocio en grandes ciudades, los que más sufren en 2021, mientras negocios de distribución on-line, hoteles vacacionales, rent a car y ocio al aire libre y en destinos de demanda española capean mejor el año

Notable disparidad de la evolución de los ingresos por empresas y subsectores turísticos en 2021

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Sub sectores turísticos más afectados en 2021

- Las agencias de viajes más convencionales y en particular las especializadas en viajes a destinos internacionales, son las que más sufren ante las dificultades para salir de España por las diversas razones sanitarias (cierran con ventas un -56,6% respecto a 2019).
- Las compañías aéreas de red centradas en conexiones de media y larga distancia se han visto muy afectadas por el bloqueo hasta final de año de las operaciones con países lejanos (especialmente los americanos y asiáticos) y el reciente encarecimiento del carburante.
- Los hoteles urbanos (-42,8% vs 2019) y las actividades de ocio (museos y monumentos -61,4%) en ciudades con una mayor demanda extranjera y de viajes de negocios han registrado las caídas de ingresos más intensas, no viendo señales de recuperación hasta los meses de otoño, frenados de nuevo en diciembre.

Sub sectores turísticos menos afectados en 2021

- Los hoteles vacacionales de lugares de mayor demanda española, cierran un año incluso en algunos casos con ventas por encima de 2019, aunque el conjunto se sitúa un -37,5% por debajo por los malos resultados de Baleares, Canarias, Benidorm y algunos puntos de la costa catalana y andaluza.
- La oferta de ocio activo en espacios abiertos (campos de golf -14,0% y estaciones de esquí -38,1% vs 2019) más dependiente de la demanda interna.
- Las empresas de alquiler de coches (-33,1% vs 2019) por el inusual e intenso crecimiento de los precios ante la excepcional escasez de coches y seguridad percibida de una movilidad más privada.

Las empresas turísticas se mantienen en 2021 como las que más sufren el impacto de la Covid del conjunto de la economía española

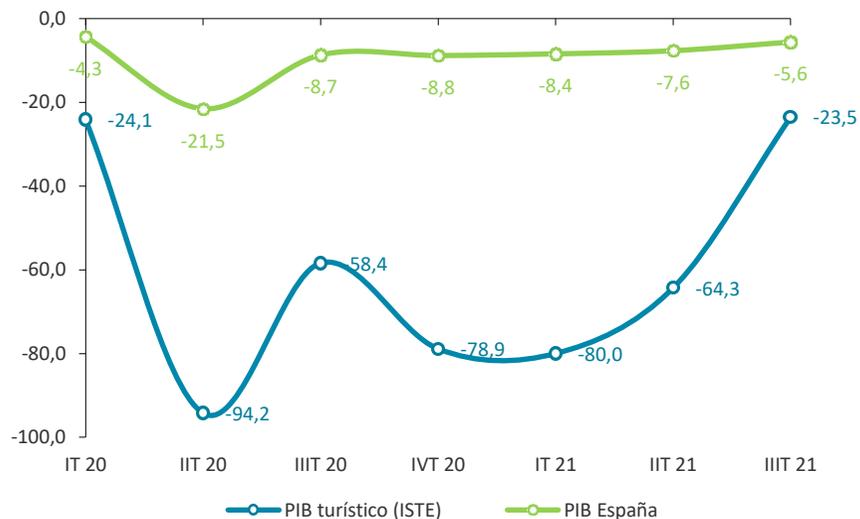
Las restricciones a la movilidad y a las interacciones sociales para limitar la extensión del virus durante las distintas olas han vuelto a impactar de forma desigual entre sectores de la economía española, situando a toda la cadena de valor turística entre los sectores que más han reducido sus ingresos respecto a 2019.

Concretamente las ramas de actividad totalmente dependientes del turismo son las que lideran las mayores caídas según el índice oficial de actividad de los servicios del INE hasta octubre: agencias de viajes -67,9% vs mismo período de 2019, transporte aéreo -57,0% y servicios de alojamiento -52,6%).

Tras el desplome de actividad, la recuperación de la actividad turística muy lejos de la media de la economía española

Tasa de variación del PIB respecto al mismo período de 2019

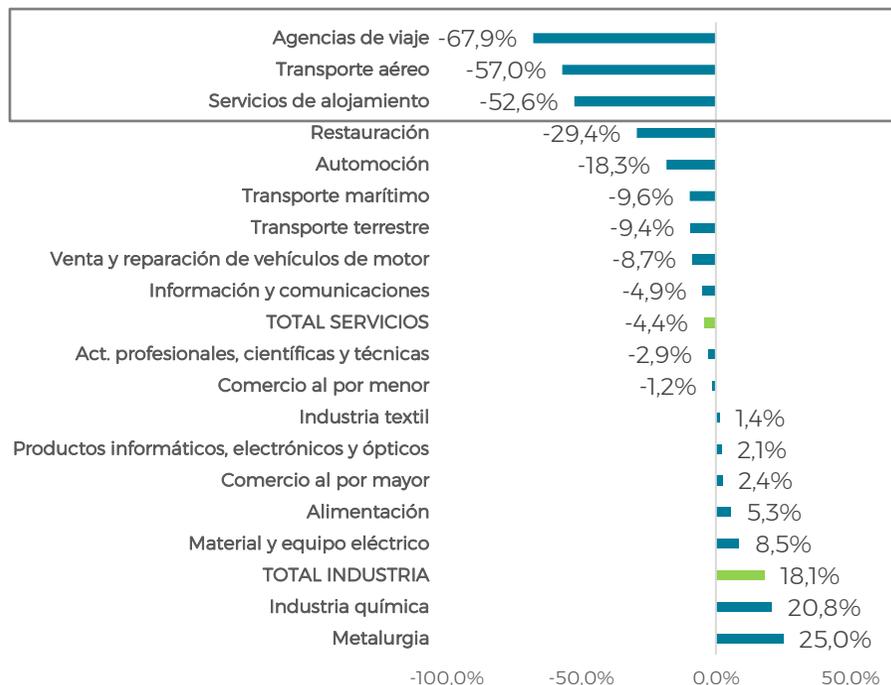
Fuente: Exceltur y CNTR (INE)



Las ramas turísticas son con diferencia las que experimentan en 2021 el mayor deterioro de la actividad

Tasas de variación acumuladas enero- octubre 2021 vs 2019

Fuente: Exceltur a partir de Indicadores de Actividad de Industria y Servicios (INE)



09

Los condicionantes de 2021 provoca resultados muy desiguales por destinos turísticos: El mejor desempeño se produce en las comunidades de la España Verde e interior (Asturias, Galicia, Cantabria, las Castillas, Extremadura, Navarra y Aragón) con caídas en ventas inferiores al 30% respecto a 2019, mientras los que más sufren son los territorios más dependientes de la demanda internacional y de largo radio (Cataluña, Madrid, Baleares, Canarias, la Co. valenciana y el País Vasco), que cierran con descensos superiores al -40%

Las comunidades dependientes de la demanda internacional de largo radio las que más sufren, mientras la de demanda española de la España Verde y el interior cierran mejor 2021

Variación interanual de las ventas del Sector Alojamiento 2021 vs 2019

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



09.1 Los destinos más vacacionales de la costa española (andaluces, gallegos, asturianos y levantinos) de predominio de demanda española son los que cierran mejor el año 2021 (algunos superando los valores de 2019), mientras los de mayor peso de demanda extranjera sufren ante la baja actividad del verano, con Canarias recuperándose en otoño hasta el freno por ómicron

El acumulado del año muestra el buen comportamiento de la **costa asturiana** (-0,4% en ingresos vs 2019), **la gallega** (-11,5% Marina Lucense, -18,2% Rías Baixas y 26,8% Rías Altas), **la Costa de la Luz de Huelva** (-17,4%), **la de Cádiz** (-21,3%), **la Costa Vizcaína** (-29,4%) y **la de Valencia** (-34,4%) gracias al predominio de la demanda española y la concentración de sus viajes en verano en destinos peninsulares.

Los destinos **más afectados por la caída de su demanda extranjera fueron los catalanes** (Costa de Barcelona -75% y Costa Dorada -49,7%), los **canarios** (Lanzarote -59,9%, Tenerife -56,7%, Gran Canaria -50,65 y Fuerteventura -50,3%) por el mal comienzo de año a pesar de una recuperación en los últimos meses, **Mallorca** (-50,9%) y **Benidorm** (-59%).

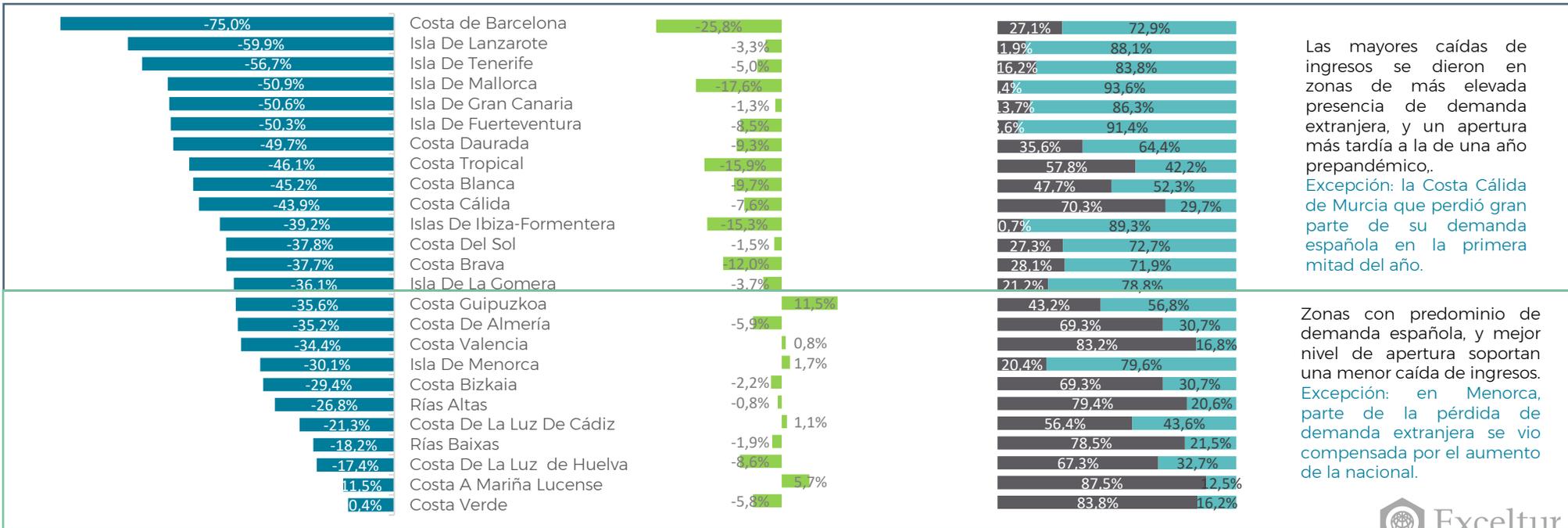
La estructura y origen de la demanda marca los resultados del año 2021 para destinos turísticos vacacionales del litoral

Variación interanual **ingresos hoteleros** ene-nov 2021 vs 2019 (en %)

Variación interanual **número de plazas** hoteleras ene-nov 2021 vs 2019 (en %)

Estructura de demanda Ene-nov 2019 (en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE



09.2 2021 cierra con un deterioro turístico de las grandes ciudades con mayor volumen de turismo de negocios y dependientes de la demanda de largo radio, mientras los mejores resultados se alcanzan en otras urbes con mayor tirón de demanda vacacional española

Las principales ciudades españolas cerraron un año 2021 con **fuertes caídas de sus ingresos y parte de su capacidad alojativa aún cerrada** (especialmente en el caso de Barcelona que en noviembre de 2021 tenía -11 mil plazas menos abiertas de lo habitual). La caída fue muy notable en **Barcelona (-74%) y en Madrid (-64%**, con una apertura casi total de hoteles), ante los cierres territoriales intermitentes, el descenso de la llegada de extranjeros, la ausencia casi total de turistas de larga distancia, y la sustitución de reuniones de negocios por los nuevas alternativas telemáticas.

Las urbes que registraron un menor retroceso de sus ingresos, con un mayor nivel de apertura fueron aquellas en las que la demanda española de ocio tiene mayor protagonismo durante los meses de verano, como es el **caso de A Coruña, Santander, Alicante, Gijón o Santiago de Compostela, favorecida por la celebración del Xacobeo.**

Niveles de facturación hotelera.

Variación interanual enero-noviembre 2021 vs 2019 (en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

Nivel de apertura en plazas.

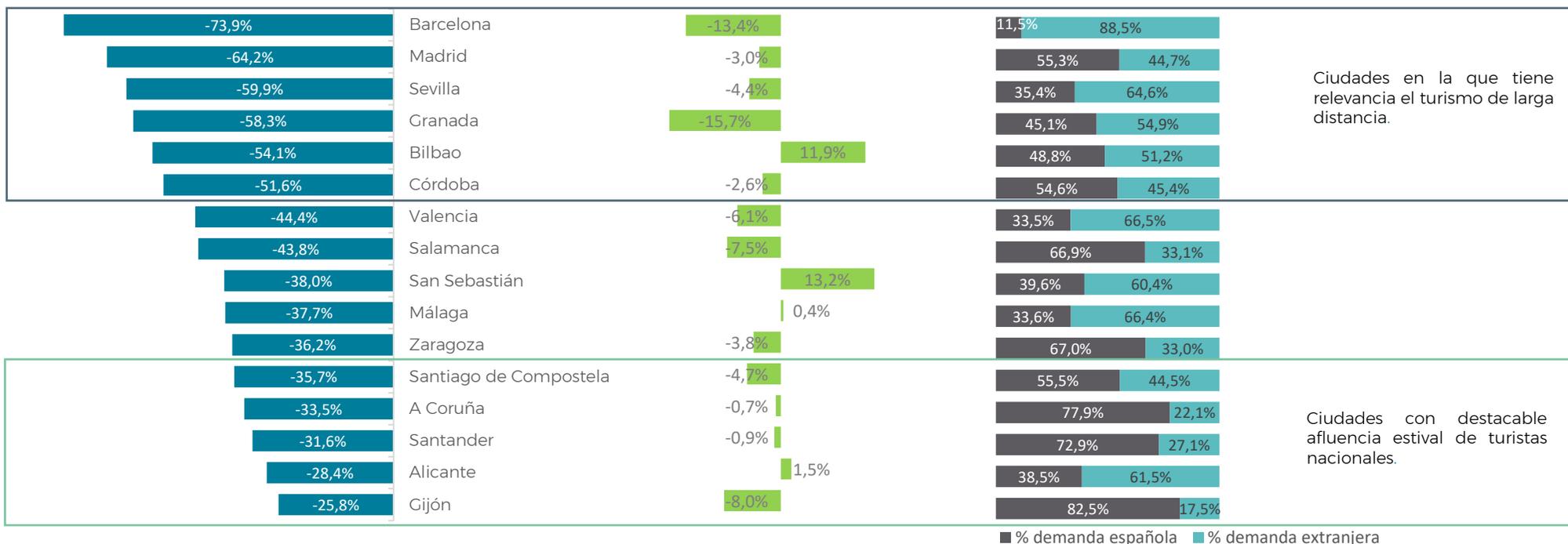
Variación interanual enero-noviembre

2021 vs 2019 (en %)

Origen de la demanda

Distribución en enero-noviembre 2019

(en %)





PERSPECTIVAS TURISTICAS

ESCENARIO DE
PREVISION PARA
2022

10 El año turístico 2022 confiamos consolide una recuperación turística que irá de menos a más principalmente si sucede la mejora esperada de la situación sanitaria y de la economía global. El horizonte a medio plazo ofrece buenas perspectivas por la clara evidencia de una potente demanda latente en cuánto se relajan las restricciones a la movilidad, aunque los resultados empresariales se verán algo mermados por el impacto en márgenes y capacidad de gasto turístico de hogares y empresas, ante la subida de precios energéticos y suministros

FACTORES DETERMINANTES DE LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN ESPAÑA DURANTE 2022



Principales factores que favorecerán la actividad turística en 2022

- Avance generalizado en el proceso de vacunación con dosis de refuerzo e inmunidad de grupo en Europa. A día 10 de enero de 2022, el 70% de la población de la UE y UK (81% en España) ha recibido su pauta completa de vacunación, según datos de OurWorldinData.
- Adopción completa del **pasaporte verde digital** que facilita los viajes intraeuropeos que seguirá impulsando los movimientos entre países. UE
- Progresiva **recuperación de aforos y horarios de apertura de establecimientos turísticos**, en el proceso evolutivo hacia la deseada normalidad.
- Mejora esperada en niveles de empleo y consumo privado en las familias europeas (+5,4% vs 2021, según consenso de analistas), junto al ahorro embalsado durante la crisis, que favorecerá el consumo turístico.
- Apuesta por una mejor **conectividad aérea desde mercados emisores** hacia destinos españoles y doméstica (-5,8% en el IT22 respecto a niveles prepademia para la internacional, según Turespaña, -8,9% hasta febrero para vuelos nacionales, según AECFA)
- Evidencia constatada de una **potente demanda embalsada**, que ha asumido e integrado el disfrute de los viajes, como un ámbito prioritario entre los hábitos de consumo ciudadano primando su bienestar emocional y físico.
- Medidas de apoyo institucionales para la **dinamización de la demanda interna** (promociones, bonos turísticos ..etc.).
- Mejor desempeño del segmento MICE e impulso de nuevas líneas de mercado vinculados a modelos de trabajo más flexibles: nómadas digitales, workation.



Factores que pueden ralentizar la actividad turística en España en 2022

- Mayores costes y menores márgenes ante la escalada prevista de precios de la energía y crisis de suministros. El coste de la energía y de carburantes y combustibles acumulaban incrementos interanuales del 32,1% y 26,3% hasta noviembre de 2021, respectivamente, según el IPC del INE.
- Encarecimiento previsto de los desplazamientos turístico por el incremento acumulado y mantenimiento previsto de **altos precios del petróleo** (las previsiones actuales de precios del combustible apuntan a precio del barril por encima de los 60\$ (66,4\$/barril en media en 2022, en línea con el precio de 2021 vs 39,2\$/barril en 2020, un 69,1% más), según la EIA (Energy Information Administration).
- Merma de la capacidad de gasto turístico en viajes de empresas y familias europeas ante el incremento previsto de los precios en 2022. La inflación alcanzó en la zona euro máximo el 5,0% en diciembre (6,7% en España, máximo en los últimos año), con un máximo previsto por los analistas de esta tendencia en el IT de 2022 y posterior moderación gradual.
- Recuperación de los viajes de los españoles a destinos internacionales (las ventas a estos destinos se estima se sitúen a niveles del 80% de las ventas prepademia, según los principales grupos de agencias de viajes), parte de ese gasto se quedó en España durante 2021 (según el BdE los pagos por turismo acumulados a octubre descendieron un -66,3%, 13.780 millones de euros frente a los niveles de 2019) .
- Impacto sobre el gasto turístico vinculado a los viajes de negocio, derivado de la progresiva consolidación del **teletrabajo y otras alternativas digitales, como sustitutivos de encuentros y reuniones presenciales**.
- Reparición en los destinos españoles del fenómeno descontrolado de las viviendas de uso turístico ante la mejora esperada de la demanda y las externalidades sobre los destinos y rentabilidad del sector regulado.

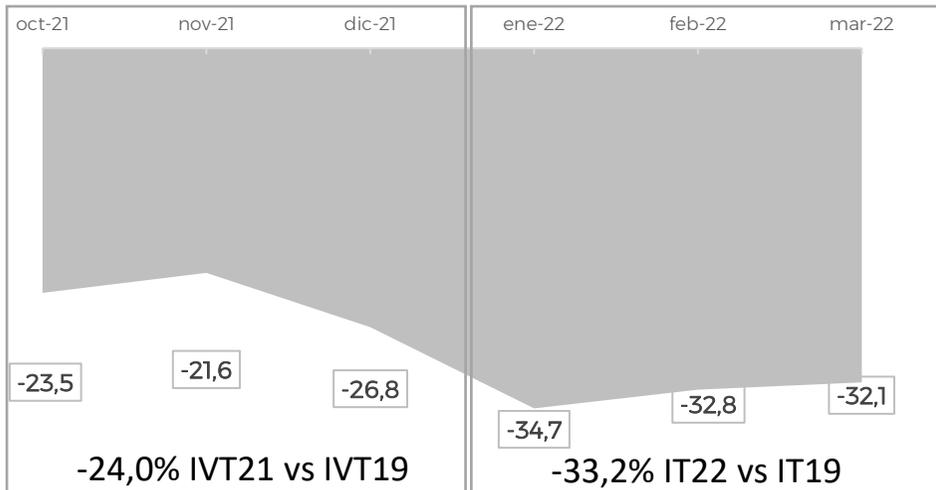
El año turístico 2022 evolucionará de menos a más: el inicio del año estará marcado por un retroceso en la senda de reactivación ante el notable impacto de ómicron en España y Europa (-33,2% en el Itr de 2022 vs el Itr de 2019)

Se descuenta para el ITr de 2022 una **caída de demanda turística extranjera del -41,6% en ventas respecto a enero de 2019** (-32,1% en el IVT), con enero como el mes más afectado por la sexta ola en Europa y la menor movilidad por confinamientos de positivos y medidas administrativas (-44,8% vs ene 19).

Las perspectivas de los empresarios anticipan un relevante freno de actividad desde diciembre de 2021 y en el inicio de 2022 con caídas del -33,2% en el 1er trimestre de 2022 respecto a los niveles de 2019. Los búsquedas relacionada con intenciones de viajes y reservas aéreas y en establecimientos turísticos se encuentran en línea con estas expectativas empresariales de deterioro de la senda de reactivación.

La sexta ola frena la senda de reactivación de las ventas del sector turístico español

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs mismo período de 2019 (en %) Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

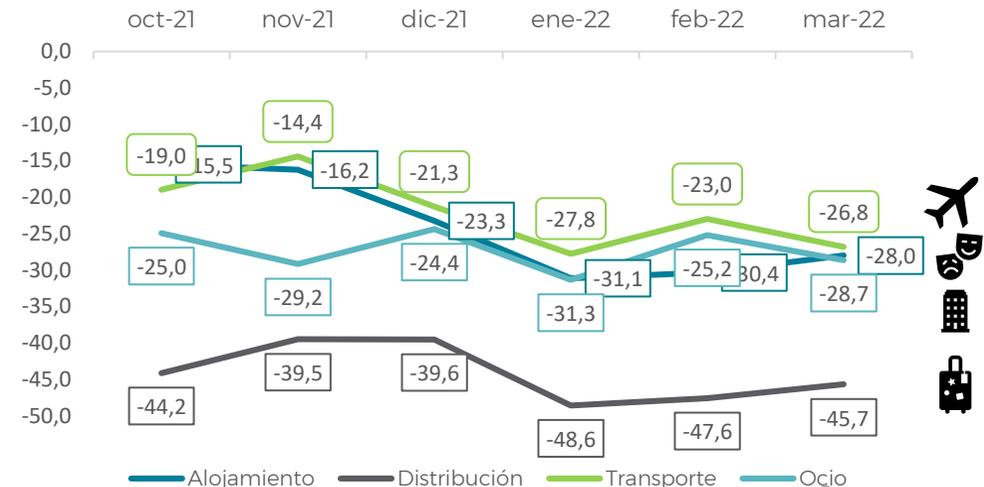


La incidencia prevista de menor **demanda nacional** ante el repunte de los contagios de la pandemia, también se concentra en los primeros meses del año 2022 con un **retroceso esperado del -30,5% de las ventas al mercado nacional en el ITr de 2022 vs 2019** (-18,8% IVT vs IVT de 2019). El mayor impacto negativo en este mercado se espera igualmente en enero de 2022 (-32,6% vs ene19),

Las previsiones de frenazo en la reactivación de la actividad turística en los primeros meses de 2022 se extienden entre todos los subsectores de la cadena de valor turística, situándose en el rango más negativo aquéllos vinculados a la demanda de viajes de españoles al exterior y desplazamientos por viajes de negocio por la vuelta de las recomendaciones de teletrabajo por la situación sanitaria de la sexta ola.

Impacto de ómicron en las ventas constadas hasta diciembre y previstas en los primeros meses de 2022 en todos los subsectores de la cadena de valor turística

Niveles de facturación. Variación vs mismo período de 2019 (en %) Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



12 A pesar de un malo e incierto arranque, el escenario de estimación central de Exceltur para 2022 anticipa que el valor de la actividad turística para el conjunto del año podría alcanzar los 135.461 millones de €, un 87,5% de los niveles prepandemia. Esto supondría situarse 47 mil mills. por encima de 2021, si bien aún 19 mil mills inferiores a los 154.738 mills. € de 2019.

Bajo los condicionantes macroeconómicos mencionados y estrechamente supeditado a la evolución favorable de la pandemia, el escenario central previsto por Exceltur en enero de 2022, para el conjunto del año, contempla **una notable recuperación turística a partir del mes de abril**, basada en un esperado dinamismo de la demanda doméstica, que recuperará su niveles de gasto turístico previos a la pandemia distribuidos de manera mas equilibrada entre destinos nacionales e internacionales, junto al incremento paulatino de la demanda internacional, principalmente europea.

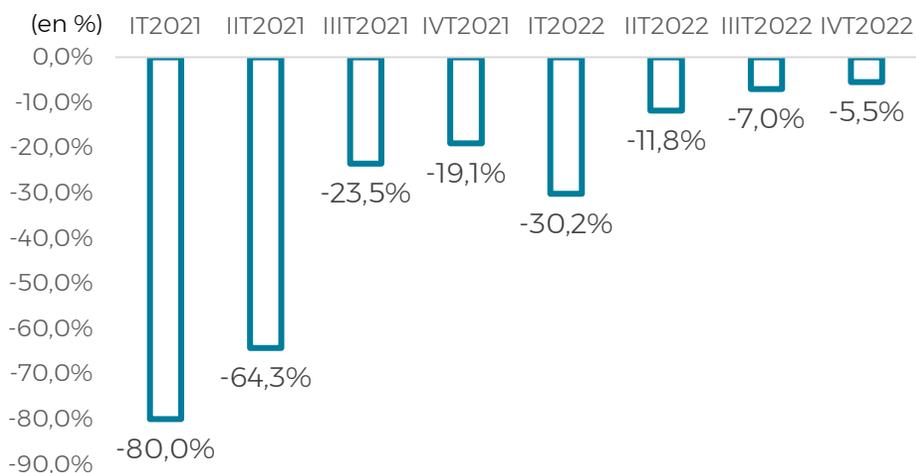
Con ello, el valor estimado de la actividad turística (PIB Turístico) para 2022 se sitúa en 135.461 millones de €. Este nivel de actividad turística supondría recuperar 46.914 millones respecto a 2021, si bien aún 19.277 millones de € menos (-12,5% vs 2019) de los niveles pre-covid logrados en 2019

De cumplirse este escenario central que hoy prevemos, supondría en 2020 una contribución del sector turístico a la economía española del 10,5% del total, desde el 5,5% del año 2020 publicado por el INE y el 7,4% estimado por Exceltur para 2021, aunque aún por debajo del 12,4% del año 2019.

Tras un complejo inicio de año se espera un senda de recuperación global de la actividad turística en España (PIB Turístico)

Fuente: Exceltur

Tasas de variación respecto mismo período de 2019

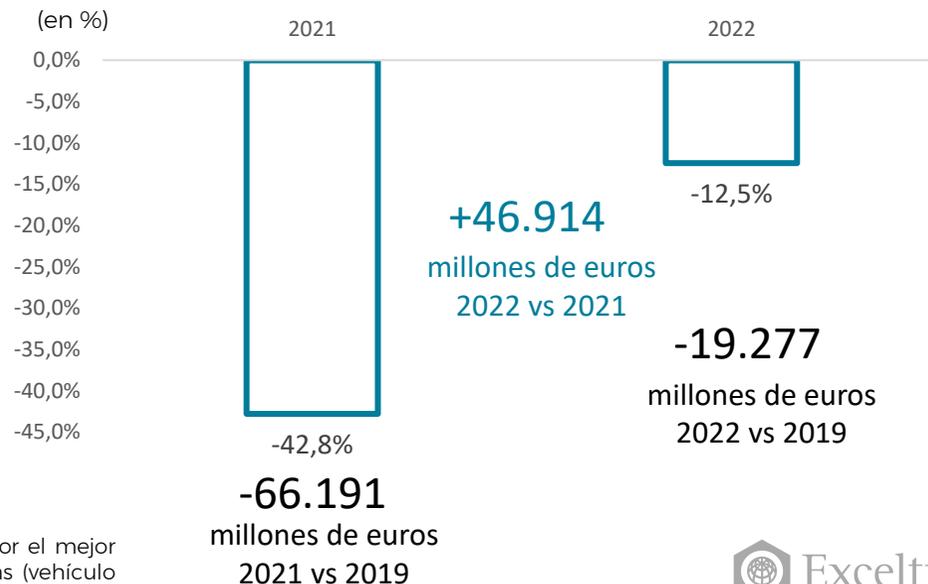


La caída en las ventas de las empresas turísticas es más intensa que su traducción en el PIB por el mejor comportamiento de los viajes en alojamientos y/o servicios no prestados por empresas turísticas (vehículo propio, alojamiento propio o de familiares y amigos, etc)

El PIB Turístico previsto alcanzará el 88% de niveles prepandemia en el año 2022

Fuente: Exceltur

Tasas de variación respecto mismo período de 2019



12.1 Dispar comportamiento del gasto turístico previsto para 2022 según mercados, con casi una recuperación plena de los niveles de demanda prepandemia por parte de la demanda nacional, un elevado dinamismo de la europea y aún, una muy reducida presencia de la de largo radio, especialmente asiática



La activación de la demanda internacional en 2022 será principalmente europea y se anticipa vaya elevándose y consolidándose gradualmente a partir de los meses primaverales.

En ese sentido, estimamos que el turismo extranjero volverá a ser de nuevo el principal componente de la demanda turística en 2022, tras el liderazgo ejercido por la doméstica en la pandemia.



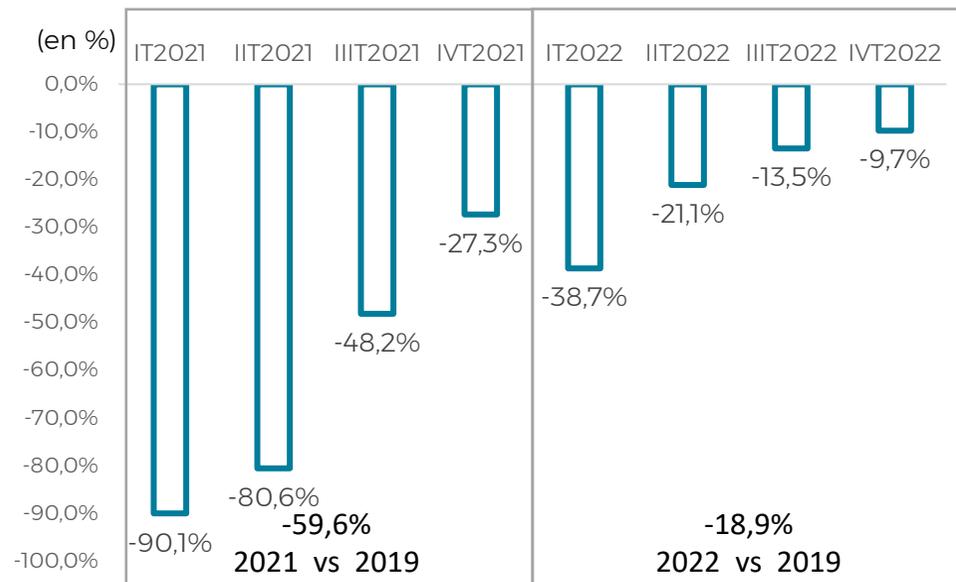
La demanda doméstica y los viajes de proximidad de superarse los temores y restricciones por ómicron, seguirán impulsando la gradual reactivación del sector, con buenas expectativas de desempeño a partir de la Semana Santa en abril.

Se estima mantener ese dinamismo en los meses de verano, aunque con menor intensidad que la registrada en 2021, por la vuelta paulatina de viajes de los españoles al extranjero y la menor redistribución de gasto hacia destinos españoles que ello conlleva.

Tras el parón del primer trimestre la demanda extranjera consolidará su senda de recuperación en 2022

Fuente: Exceltur

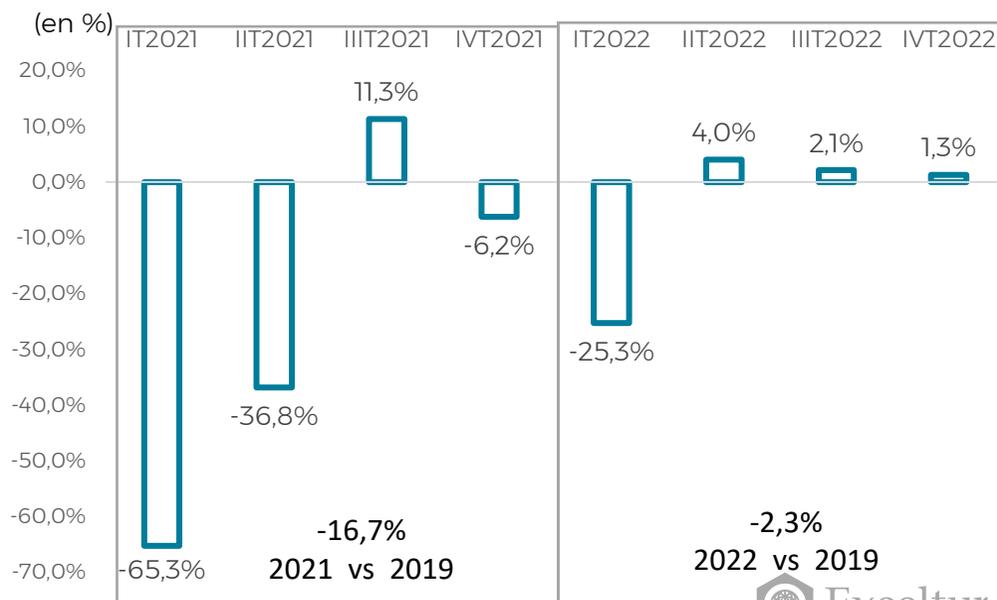
Tasas de variación respecto mismo período de 2019



La demanda nacional seguirá en positivo desde la Semana Santa en abril de 2022

Fuente: Exceltur

Tasas de variación respecto mismo período de 2019



13 Para 2022 los empresarios anticipan un año de tránsito hacia una buena recuperación de la facturación del sector turístico español que se anticipa será desigual e incompleta, con un inicio complicado aunque se atisba poder retomar la senda de la recuperación a partir de Semana Santa.

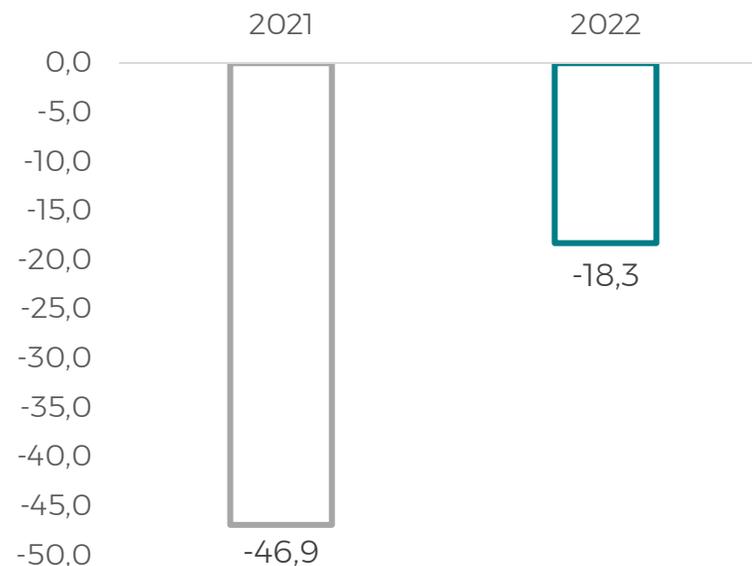
En un contexto todavía de incertidumbres por el impacto final sobre los márgenes empresariales de la crisis energética y de suministros, aunque esperanzados en cuanto a la evolución positiva esperada de la situación pandémica, los empresarios turísticos estiman que el volumen de ventas en 2022 estará todavía un -18,3 % por debajo de los niveles de 2019, lo que supondría recuperar 28,6 puntos de la caída del -46,9% registrada en 2021

Las expectativas empresariales que recoge la Encuesta de Confianza de Exceltur a más de 2.000 unidades de negocio turístico de toda España, cerrada el 4/01/2022, revelan un tono de cautela por la incertidumbre de la evolución de los condicionantes expuestos y en promedio anticipan una recuperación todavía parcial y desigual de los niveles de resultados empresariales prepandemia, aunque dentro de un año 2022 mucho mejor que 2021. Los empresarios del conjunto de la cadena de valor turística descuentan que el año 2022 cerrará con caídas del -18,3% en sus ventas respecto a 2019. El 36,2% prevé la recuperación plena prepandemia en 2022, el 63,8% estima que se producirá a partir de 2023.

Con estas alentadoras expectativas de medio plazo, y si bien condicionados por la complejidad del inicio del año, que alarga la agonía de muchas empresas turísticas viables que acumulan casi 22 meses de mínima o reducida facturación, **es urgente impulsar y ampliar la llegada ayudas directas que asegure su continuidad** y poder acompañar en la salida de la crisis al sector con nuevas medidas que les permita enfrentar de manera solvente y competitiva su vuelta a la normalidad (extensión ERTEs, refinanciación préstamos, evitar subida de tasas e impuestos...).

Las expectativas empresariales anticipan una recuperación parcial de resultados en 2022

Niveles de facturación. Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2022)



13.1 Aunque con intensidades desiguales, la recuperación de las ventas empresariales en 2022 se traslada a todos los subsectores de la cadena de valor turística. Empresas de ocio, hoteles vacacionales y compañías de alquiler de coches, son los que esperan acabar el año más cerca de los volúmenes de ingresos previos a la pandemia

Las expectativas empresariales en enero de 2022 evidencian disparidades por subsectores y empresas de la cadena de valor turística. Aquéllos más orientados a la demanda extranjera, especialmente largo radio, y de los viajes de negocio reflejan unas peores expectativas de reactivación y recuperación de la facturación perdida desde el inicio de la pandemia en marzo de 2020, aunque la intensidad de la misma será más intensa respecto a 2021.

Los hoteles vacacionales, prestadores de servicios de ocio en el litoral (campos de golf, parques temáticos) anticipan una intensa capacidad de recuperación en 2022 de la mano de la solidez esperada de la demanda doméstica y normalización prevista de mercados europeos. Los establecimientos vacacionales esperan una caída de tan sólo el -12,7% en facturación en 2022, parques de ocio una recuperación completa (+0,7% vs 2019) y campos de golf muy próxima (-5,4% vs 2019)

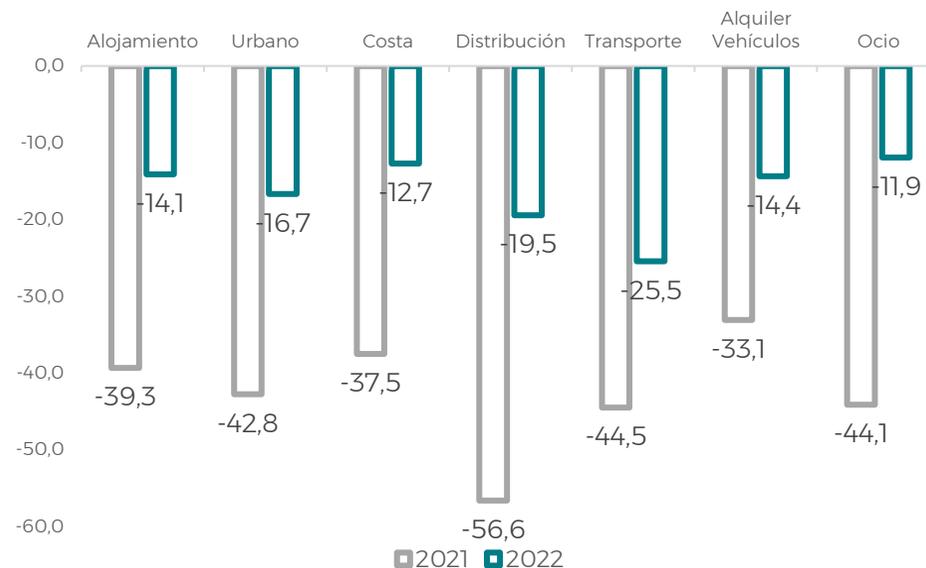
Aunque cautos, los establecimientos urbanos y equipamientos de ocio localizados en ciudades revelan unas expectativas de cierta entidad en la recuperación en 2022 tras un 2021 muy condicionados por la ausencia del turista internacional y de negocio. Sí bien, los hoteles urbanos descuentan todavía una caída del -16,7% respecto a 2019 (-42,8% en 2021 vs 2019) (-26,9% museos y monumentos). La mejora vendrá de la mano de la mejora en conectividad, mayor presencia del turismo internacional, segmento MICE, y en menor medida de los viajes de negocio por la progresiva consolidación del teletrabajo y medios digitales sustitutivos de reuniones presenciales.

Los grandes grupos de agencias de viajes (-19,5% resultados 2022 vs 2019), especialmente las digitales con creciente cuota de mercado, junto a las compañías de transporte de pasajeros y empresas del alquiler de vehículos, anticipan en enero una notable capacidad de recuperación en 2022, por la esperada normalización a lo largo del año de los viajes internacionales, con productos de mayor valor añadido en el caso de las agencias de viajes, y la mayor presencia de turistas del negocio, con mayor margen asociado, especialmente del producto MICE, junto al dinamismo esperado de la demanda doméstica vacacional.

Establecimientos de alojamiento y ocio (estaciones de esquí, +11,5% en sus ventas vs 2019) en destinos de naturaleza, junto a destinos de interior, esperan en media casi recuperación plena en 2022 de los niveles prepandemia.

Disparidad en la intensidad prevista de recuperación de resultados prepandemia entre subsectores empresariales

Niveles de facturación. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2022)



14

Los destinos vacacionales de predominio de demanda nacional localizados en el litoral y el Norte de España, junto a los vacacionales de demanda europea en verano y destinos de interior, anticipan una mayor capacidad de recuperación también en 2022. Los destinos urbanos más orientados a la demanda internacional y de interior dependientes del turismo de negocio revelan también notables expectativas de recuperación, aunque de menor intensidad

Dentro del tono general de cautela aunque esperada consolidación de la reactivación turística en 2022, las expectativas empresariales son dispares entre destinos:

Las expectativas empresariales para 2022 evidencian una mayor cercanía a los valores de 2019 en los destinos con más presencia de demanda interna, especialmente los de interior y del litoral del norte con una elevada concentración de su actividad en verano, que ya experimentaron una notable recuperación en 2021 (Galicia favorecida por el Xacobeo con una variación estimada del -0,3% en facturación en 2022 vs 2019, Asturias -4,9% y Cantabria -7,3%).

En la misma línea, se encuentran destinos turísticos de interior del centro peninsular como Castilla y León (-2,0% vs 2019) Extremadura (-2,8%), Navarra (-3,5%) y Castilla-La Mancha (-9,8%). Todos ellos en su conjunto estiman recuperarán más del 90% del nivel de demanda turística previo a la pandemia, impulsados por la consolidación de la mayor preferencia a viajes en destinos menos concurridos y experiencias al aire libre y en la naturaleza.

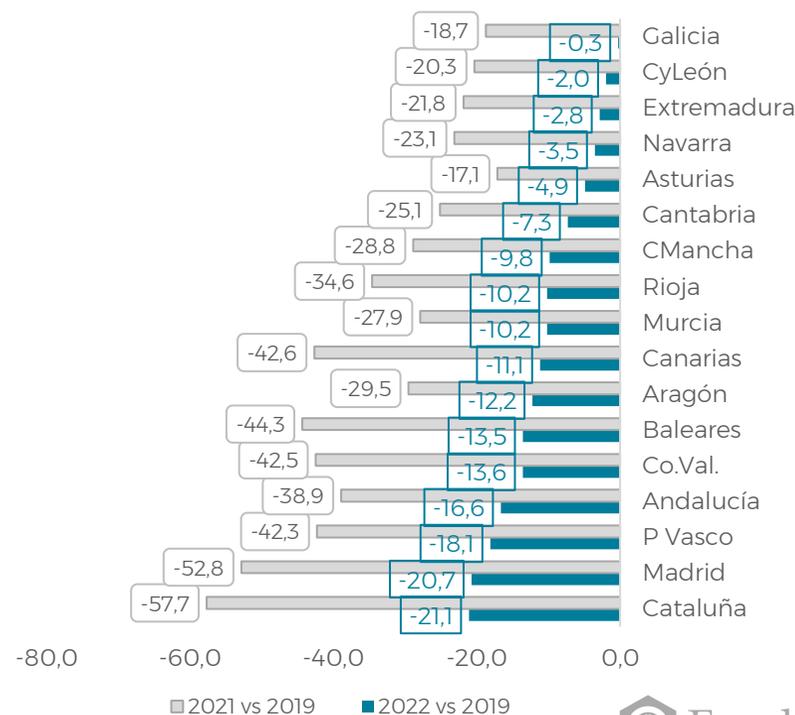
Por su parte, los empresarios turísticos de Baleares, Canarias y del litoral andaluz y mediterráneo descuentan una fuerte recuperación en 2022 por el dinamismo esperado de la demanda extranjera europea y nacional desde los meses primaverales (Murcia estima caídas de la facturación para 2022 un -10,2% vs 2019, Canarias -11,1%, Baleares -13,5%, litoral andaluz -13,8%, valenciano -13,3% y catalán -10,8%)

Barcelona (-23,7%) y Madrid (-20,7%), junto a algunos destinos turísticos urbanos andaluces (-15,6%), valencianos (-11,3%) y vascos (-18,1%) más internacionalizados descuentan igualmente una fuerte reactivación respecto a la caída sufrida en 2021 (un -42,8% respecto a 2019 vs el -18% esperado en media para 2022), pero con la parte de larga distancia sin consolidar en su totalidad e impactado por los menores viajes de negocios.

Los destinos de las diversas CCAA españolas esperan en promedio una notable recuperación de su actividad en 2022

Niveles de facturación. Variación 2022 vs 2019 (en %)

Fuente: elaborado a partir de la Encuesta de Confianza de Exceltur

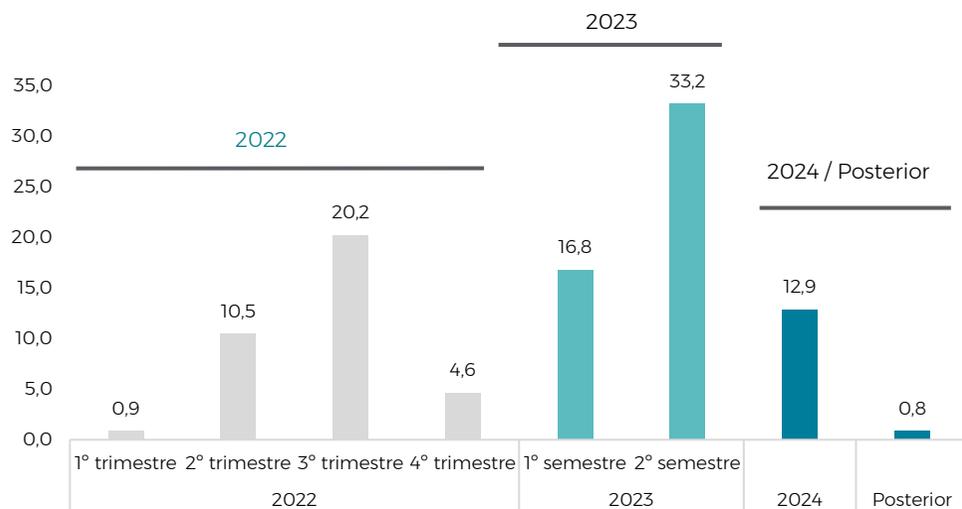


15 Se retrasa el horizonte de plena recuperación de actividad hasta 2023 o posterior para el 63,8% de las empresas turísticas, debido al súbito frenazo en la senda de reactivación debida al impacto desfavorable de ómicron y la incertidumbre todavía asociada a la evolución sanitaria y la crisis energética y de suministros.

Las expectativas empresariales de recuperación se han vuelto a ralentizar y posponer ante la incertidumbre de la salida de la triple crisis sanitaria, energética y de suministros. El 63,8% de los empresarios encuestados hasta el 04/01/2022 anticipan que no recuperarán su actividad a partir de 2023 y sólo el 36,2% estiman que lo harán en 2022. Mientras, que en octubre de 2021, eran un 47,8% los empresarios turísticos que descontaban recuperar sus niveles pre-covid-19 ya en 2022, el 52,2% a partir de 2023.

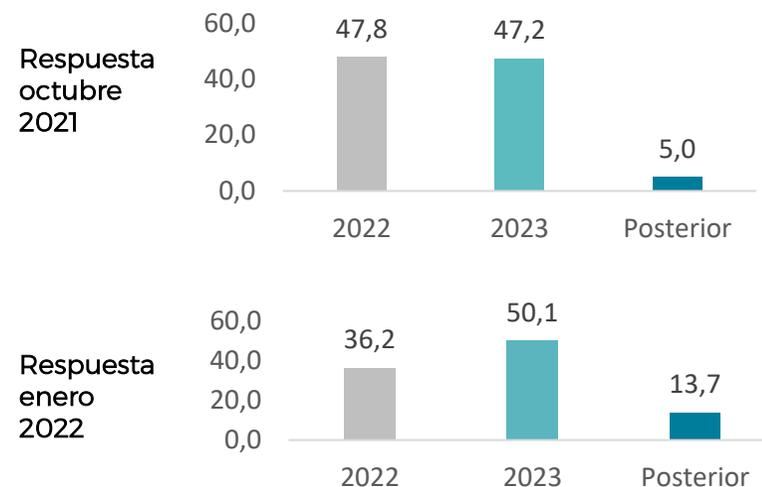
El grueso de empresarios turísticos anticipa una recuperación de niveles de facturación previos a la crisis COVID-19 a partir de 2023

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Horizonte de recuperación de actividad pre-pandemia estimado en enero 2022 vs octubre 2021

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur





El sector turístico frente a un 2022 marcado por un comienzo complejo en la senda de la deseada recuperación

Medidas de apoyo para facilitar la supervivencia del mayor número de empresas turística viables ante las perspectivas de recuperación

16 El complejo inicio de 2022 y el retraso de la recuperación total de ingresos hasta 2023 hace patente la necesidad de mantener y ampliar al máximo las medidas de apoyo al sector turístico español (ayudas directas y ERTes)

A pesar de las positivas perspectivas de paulatina recuperación, gracias al masivo y eficaz efecto de la vacunación en España y la UE, la complejidad que marca el inicio del año 2022 y la posposición de la recuperación total de ingresos a 2023 exigen mantener activos los mecanismos de flexibilidad y apoyo a las empresas turísticas españolas, nuevamente las más afectadas de la economía española. La prioridad en el primer semestre del año debiera volcarse en garantizar la supervivencia del mayor número de empresas turísticas viables

Medidas para preservar la supervivencia del mayor tejido empresarial turístico en el primer semestre de 2022

-  Mantener el esquema actual de los ERTE a partir del mes de marzo y hasta finales de 2022 para las empresas turísticas, aprobándose una prórroga automática de los ERTE actuales e impidiendo que las nuevas figuras incorporadas en la nueva ley de la reforma laboral supongan un cambio de condiciones o nuevas necesidades de farragosos trámites administrativos para su continuidad.
-  Ayudar a preservar la solvencia financiera de las empresas turísticas españolas:
 - i. Aprobando un nuevo plan de ayudas directas y a fondo perdido para pymes turísticas para el primer semestre de 2022, a la vez que se agiliza el pago de los fondos pendientes de 2021 en muchas CC.AA.
 - ii. Priorizando la inyección de los esquemas de rescate de la SEPI y de COFIDES a las empresas turísticas pendientes y con expedientes de 2020.
 - iii. Planteando un proceso de refinanciación y alargamiento de los préstamos ICO en empresas turísticas viables y posponiendo la aplicación de las disposiciones concursales más allá de junio.

17 REFORMA LABORAL: La versión final recién pactada de la misma no supondrá, en general, una limitación para gestionar la incorporación de trabajadores turísticos a sus puestos de trabajo, siempre que además se mantenga el esquema actual de los ERTE a partir de finales de marzo, ante las dificultades generadas en el comienzo del año por ómicron

La reforma laboral recientemente aprobada por el Gobierno y los agentes sociales se encamina en la dirección defendida por las empresas de EXCELTUR de reducir fórmulas lesivas para abordar la temporalidad, sin perder de vista la necesidad de favorecer la flexibilidad de las relaciones laborales para general el mayor y mejor empleo estable. Desde este punto de vista, se valora en la línea adecuada el esfuerzo por perseguir una mayor estabilidad en el empleo, a través del refuerzo del contrato fijo discontinuo, manteniendo la capacidad de las empresas de organizar su actividad en función de sus necesidades de producción.

A pesar de una valoración general inicialmente positiva para el conjunto del sector turístico, es necesario garantizar el mantenimiento del esquema de los ERTEs hasta finales de 2022, junto a una mayor clarificación de algunos elementos concretos, que afectarán más a algunos subsectores, así como evitar que en el trámite parlamentario pendiente se puedan alterar las condiciones que hoy están pactadas.

Aspectos cruciales para gestionar el empleo turístico en 2022 tras la reforma laboral

Las dificultades con las que se inicia el año 2022 para el sector turístico español hace de la necesidad de mantener los esquemas de apoyo y los mecanismos de flexibilidad del empleo un ámbito clave. Tras la reforma laboral se identifican una serie de aspectos cruciales para garantizar la máxima incorporación de trabajadores turísticos con la mayor estabilidad posible. Estos son:

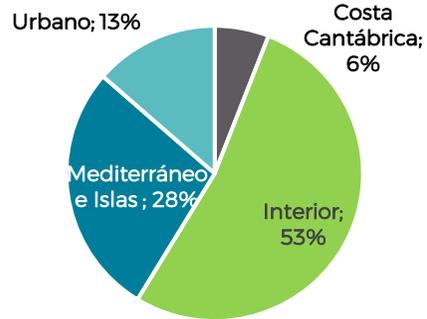
- 
Garantizar el mantenimiento del actual esquema de los ERTE a partir del mes de marzo y hasta finales de 2022, aprobándose una prórroga automática de los ERTE actuales e impidiendo que las nuevas figuras incorporadas en la ley supongan un cambio de condiciones o nuevas necesidades de farragosos trámites administrativos para su continuidad.
- 
Apostar decididamente por una política de inversión en formación en colaboración con las empresas del sector, que aproveche adecuadamente los fondos existentes, para llegar de manera eficaz a los trabajadores y garantice la recualificación y el refuerzo del capital humano turístico perseguido para lograr los retos competitivos del sector.
- 
Aclarar aspectos relevantes del nuevo texto legal, cuya concreción final pudiera llegar a condicionar la capacidad de ayudar a las empresas turísticas en la consecución de los objetivos de creación de empleo señalados. Concretamente, en relación con la contabilidad adecuada de la antigüedad en los fijos discontinuos por el trabajo efectivamente realizado, la definición del puesto de trabajo en relación con el trabajador en los nuevos contratos temporales y algunos otros aspectos que afectan más a diversos subsectores turísticos y cuya interpretación confiamos no se desvirtúen los acuerdos generales alcanzados.

18 FONDOS NEXT GENERATION: Lamentamos no sean de esperar, efectos transformadores de cierto nivel para el sector turístico, derivados de la primera adjudicación de los Fondos Next Gen, tras optarse por una estrategia de reparto territorial masivo por cuotas en proyectos de escaso poder transformador y en muchos municipios con escasa oferta turística

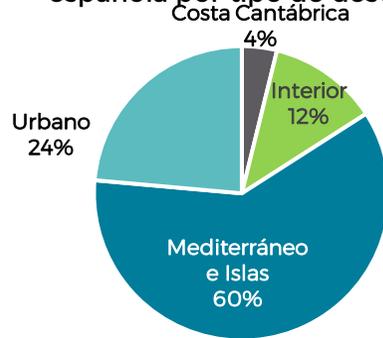
Principales resultados de la convocatoria de 615 mlls € de los planes de Sostenibilidad en Destino de los fondos Next Generation EU

Fuente: Exceltur a partir de la información del BOE

Reparto de los fondos de los planes de sostenibilidad por tipo de destinos



Distribución de la oferta turística española por tipo de destinos



Fondos asignados a los 25 destinos turísticos españoles con mayor volumen de oferta alojativa reglada

	Fondos	Plazas hoteleras		Fondos	Plazas hoteleras
Madrid	10,0	92.332	Sant Llorenç des Cardassa	-	23.341
Barcelona	-	86.253	Alcúdia	-	22.175
Calvià	-	55.396	Arona	0,6	21.337
Palma de mallorca	-	48.711	Valencia	7,5	19.568
Benidorm	-	45.785	Manacor	-	18.273
San Bartolomé de Tiraján	0,6	44.419	Capdepera	-	17.862
Adeje	0,6	37.233	Roquetas de Mar	-	17.823
Salou	6,0	35.919	Yaiza	0,6	17.672
Lloret de Mar	6,0	33.027	Marbella	5,0	17.276
Pájara	0,6	31.325	Mogán	8,0	17.158
Sevilla	2,9	24.181	Santa Eulalia del Río	-	16.691
Torremolinos	-	23.531	Puerto de la Cruz	0,6	15.819
			Granada	2,9	15.702

Los destinos sombreados son parte de alguna entidad supramunicipal a la que se le han otorgado fondos, a pesar de los cual no es posible determinar que importe les corresponde al ser un importe a repartir entre varios municipios. En el caso de los destinos canarios pertenecientes a la Asociación de Municipios Turísticos se han dividido los fondos otorgados entre el número de municipios.

Líneas de mejora sugeridas para las siguientes convocatorias turísticas de los Fondos Next Generation

La reciente adjudicación de los primeros 615 mlls € de los fondos Next Generation EU cuyo objetivo se supone es poder abordar profundas reformas y transformaciones competitivas del sector turístico español, muestra una serie de rasgos que limitarán esa capacidad transformadora y que confiamos se puedan superar en las próximas convocatorias para 2022 y 2023. Los más relevantes son:

- El elevado número de municipios beneficiados con importes insuficientes para afrontar una verdadera transformación competitiva de calado en su oferta turística. La media de importe por cada uno de los 128 proyectos inicialmente adjudicados es de 3,1 millones € a gastar hasta 2026 y de 600 mil € por cada uno de los 637 municipios que reciben fondos en sus territorios.
- La excesiva presencia de pequeños municipios de interior, que aparte del sano objetivo de favorecer con un pequeño impulso, el poner en mas valor sus recursos turísticos, apenas tienen capacidad de generar un impacto relevante sobre el conjunto del sector turístico, frente a los grandes destinos del sol y playa español, con muchos mayores retos y dificultades estructurales. pendientes de fondos desde hace décadas
- La inexistente participación del sector privado en la discusión de los criterios de orientación, gobernanza y evaluación de los fondos, que por ende, además no han favorecido la aportación adicional de recursos de inversión privada que multiplicasen por un lado los Next Gen asignados ,refrendando a su vez, el mejor destino de los mismos.
- La falta de aprovechamiento de economías de escala en la contratación de acciones comunes incluidas en muchos de los planes de sostenibilidad turística aprobados.
- La presencia de numerosos proyectos a financiar sobre ámbitos que debieran ser objeto de la financiación y recursos Next Generation de otros ministerios (Transición ecológica, Economía, Transportes).

19 Nuestra propuesta desde hace más de 12 meses: Priorizar un gran PERTE para la renovación de los destinos pioneros del litoral español



- Son los que contribuyen una mayor generación de actividad económica y empleo

108.000

Millones de euros de contribución económica

8,5% de la economía española
70,5% de todo el PIB turístico

1,6

Millones de puestos de trabajo

8,8% del empleo en España
62% del empleo turístico

- Tienen lo mayores retos competitivos por su condición de pioneros en el desarrollo turístico español

- Dispone de un tamaño en temporada alta, asimilable a muchas ciudades medias españolas, sobre la que se puede producir un mayor avance y capacidad e impacto en términos de los objetivos globales de la agenda 2030

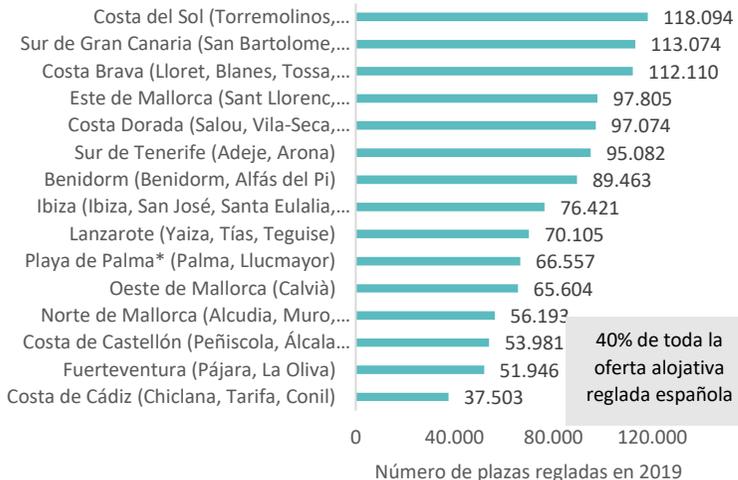


- Concentra el mayor know-how, talento e iniciativa empresarial turística y de otros subsectores

- Se localizan los ecosistemas más vulnerables y se identifican los mayores riesgos e impactos derivados del cambio climático
- Sus corporaciones locales están mal financiadas y no disponen ni del talento, ni de la capacidad financiera para liderar el cambio.
- El turismo supone la casi única alternativa económica para su población

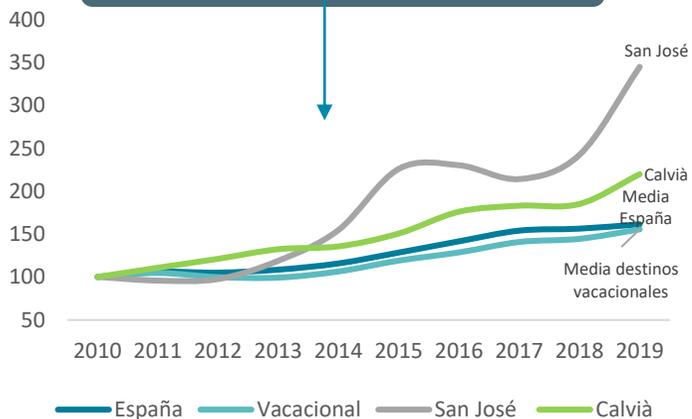
19.1 Alcance y objetivos de un gran PERTE para turismo (similar al automóvil)

15 posibles destinos objetivo del PERTE por la revalorización del turismo vacacional español

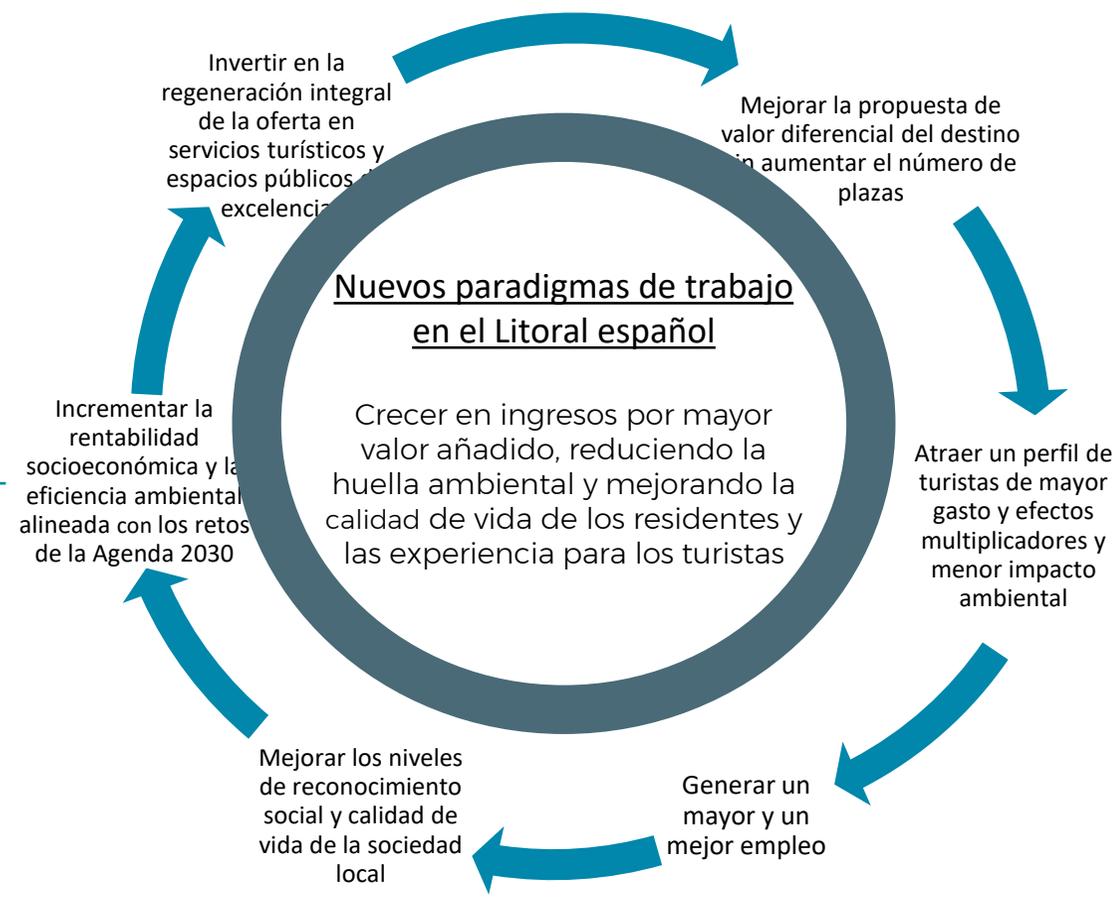


* En el caso de la Playa de Palma están incluidas las alrededor de 10 mil plazas situadas en el entorno de la zona turística.

Ya hay ejemplos de éxito



Crear un círculo virtuoso de inversión que facilite notables efectos multiplicadores de cara a inducir profundas transformaciones competitivas en los destinos para seguir liderando el turismo del litoral del Siglo XXI. Con ello se beneficiaría de manera transversal a todos los actores y diversos subsectores de la cadena de valor que convergen en esos destinos y sus proveedores de servicios.



19.2 Modelo de gobernanza y acciones prioritarias del PERTE de turismo



Modelo de Gobernanza

- **Liderazgo del Gobierno de España**
- **Unidad centralizada de orientación y gestión del PERTE**, compuesta por empresas turísticas con capacidad tractora, las CC.AA. y las CC.LL. con el objetivo de:
 - Aglutinar y atraer talento multidisciplinar
 - Alinear las acciones de otros ministerios
 - Generar y aprovechar economía de escala del trabajo en red y la compra compartida de servicios.
 - Realizar propuestas de cambios normativos
 - Generar la información y conocimiento necesarios para su seguimiento y evaluación



Acciones prioritarias

- Diseñar una estrategia clara “Master plan” de posicionamiento turístico por destino
- Implementar una política de rehabilitación/valorización integral de los espacios y las instalaciones turísticas a tres niveles complementarios: espacios públicos, instalaciones turísticas y edificaciones residenciales
- Invertir en un sistema de accesibilidad y movilidad inteligente y de menor huella de carbono
- Aplicar una estrategia de adaptación a los impactos derivados del Cambio Climático, la aplicación de los principios de la economía circular y la recuperación de los sistemas naturales.
- Desarrollar una política de atracción de talento y fomento del emprendimiento:
- Incorporar las oportunidades digitales y tecnológicas en la gestión del destino, la relación con el turista y la integración de la cadena de valor

19.3 Potenciales resultados estimados y derivados de un gran PERTE extensivo a 15 grandes destinos turísticos, para la economía española



MEJORA DE LOS INGRESOS SIN INCREMENTO DE PLAZAS

1. Incremento medio anual **+9,6%** del **PIB Turístico** en estos 15 destinos (**7.816 millones medio anual**) por la inversión en mejora de la oferta y el mayor valor añadido inducido en gasto y no por mayor afluencia.
2. Aumento de la **estancia media anual**: un **+2,5%** en el **número de pernотaciones**.
3. Incremento **medio anual** del **+2,5%** del **gasto medio diario** en los 15 destinos
4. Aumento de **3.750 millones de euros anuales de la inversión privada** en renovación acompañando a una inversión pública media anual de 1.750, **17.500 millones de euros en 10 años** (PERTE 15.000 en tres primeros años + inversión posterior de 2.500 del nuevo Marco de Apoyo Comunitario).
5. **Reducción de 1 punto anual de la estacionalidad**, por la extensión de la temporada y la llegada de visitantes en los meses de temporada media y baja.



MEJORA DEL EMPLEO Y LAS CONDICIONES LABORALES

6. Creación de **131 mil puestos de trabajo adicionales anuales (+10,7%)** en los 15 destinos contemplados.
7. **Reducción anual de 0,5 p.p.** en el **porcentaje de contratos temporales**.
8. Aumento medio anual del **+2,0% salario por hora trabajada** ligado a mejores productos.
9. Aumento medio del **+2,0%** anual de la **inversión en formación**.



MEJORA DEL POSICIONAMIENTO DE MERCADO

10. Aumento medio anual de **0,2 p.p.** de la **satisfacción de los turistas**.
11. Incremento anual del **0,2 p.p.** de los **índices de repetición**.
12. Aumento de **1 punto anual** de la penetración en **segmentos de turistas de mayor gasto**.



RECONOCIMIENTO SOCIAL

13. Mejora **0,5 p.p. media anual** de los índices de **satisfacción ciudadana** de la actividad turística.
14. Mejora **0,5 p.p. media anual** de los índices de **reputación turismo** entre la ciudadanía.
15. Incremento medio anual del **5%** de la **inversión empresarial** en acciones de **responsabilidad social**.



HUELLA CLIMÁTICA Y ECONOMÍA CIRCULAR

16. **Reducción en 2030 del 40%** de **emisiones de gases de efecto invernadero** producidos por el turismo español respecto al nivel de 1990
17. **Garantizar un 27% de consumo en energías renovables** del total del consumo de energía en **2030** de las actividades turísticas.
18. **Alcanzar un 20% de desplazamientos electrificados a 2030**.
19. **Reducir en 2030 la generación de residuos un 15 %** respecto de lo generado en 2010.
20. **Reducción a 2030 del 30 % el consumo de materiales** en relación con la actividad, respecto a 2010 y un **10 % en el consumo de agua**.



11 FORO DE LIDERAZGO TURÍSTICO DE Exceltur

REPENSANDO EL TURISMO POST COVID:
NUEVOS DESAFÍOS, NUEVAS MIRADAS.

18 ENERO 2022 – Víspera de FITUR en IFEMA

Resumen de sus principales hitos que merecen de la mayor atención tanto de los asistentes, como de medios de comunicación:

- Temáticas de gran actualidad para favorecer la evolución y gradual transformación competitiva de empresas y destinos turísticos españoles, especialmente aconsejables tras los impactos y nuevos desafíos Post Covid.
- Intervención de 38 ponentes de gran nivel, difíciles de hacer coincidir en un evento turístico, entre los cuales destaca un elenco de líderes turísticos empresariales, que son referencia mundial en sus diversos subsectores, anticipando cuales serán los principales desafíos que marcarán el año turístico 2022.
- Intervención de un buen número de los máximos responsables públicos españoles con capacidad de impulsar nuevos proyectos y estrategias de cambio en favor del Sector Turístico Español a nivel Gobierno Central, Comunidades Autónomas y entidades locales: 2 Vicepresidentas y 1 Ministra del Gobierno, 3 Presidentes de importantes Comunidades Autónomas, 2 Alcaldes de grandes ciudades españolas, en un formato de debates abiertos y desenfadados con grandes empresarios españoles.
- Intervención del Presidente de un país como la República Dominicana, explicando las estrategias y políticas turísticas de un país en el que convergen y ha sabido captar el interés, de múltiples inversionistas españoles.
- Debate entre 5 de los principales líderes al frente de compañías de telecomunicación y tecnológicas españolas y multinacionales que entre otros, marcan las pautas tecnológicas y de digitalización del sector turístico y de los CEO's de los dos mayores fondos de inversión en Turismo.
- Visión del Presidente de uno de los principales bancos españoles y del líder del principal partido de la oposición en España.
- 1.580 personas registradas al 12 de enero de muy alto nivel y responsabilidades en sectores públicos y empresariales de toda España y de diversos países latinoamericanos. Entre ellas, 102 personas de distintos medios de comunicación audiovisuales y escritos.

REPENSANDO EL TURISMO POST COVID: NUEVOS DESAFIOS, NUEVAS MIRADAS

Madrid, martes 18 de enero de 2022

 EN EL MARCO Y CON LA COLABORACIÓN DE **(Fitur)** LA VÍSPERA DE SU INAUGURACIÓN OFICIAL

SETTING THE SCENE

08.30 - 09.00

Registro y acreditaciones de última hora

09.00 - 09.30

APERTURA OFICIAL:

- José Vicente de los Mozos, Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA
- Javier Sánchez Prieto, Presidente de FITUR
- Gabriel Escarrer Presidente de EXCELTUR & Vicepresidente Ejecutivo y CEO Meliá Hotels Int.

09.30 - 10.30

(Panel en inglés con traducción simultánea al castellano)

TURISMO POST COVID: MEGA TENDENCIAS Y NUEVOS ESCENARIOS DE FUTURO: panel coloquio

- Gabriele Burgio, CEO de ALPITUR
- Steve Kaufer, CEO de TRIPADVISOR
- Craig Barclay, Vice President & General Manager - Travel & Lifestyle de American Express
- Angela Brav, CEO, HERTZ International
- Gabriel Escarrer, Presidente de EXCELTUR & Vicepresidente Ejecutivo y CEO Meliá Hotels Int.
- Jose Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de EXCELTUR (moderador)

10.30 - 10.50

ESCENARIO QUE DETERMINARÁ LA REACTIVACION DE LA ECONOMÍA Y EL TURISMO

José Ignacio Goirigolzarri, Presidente de CaixaBank presentado por Juan Orti, Presidente de AMERICAN EXPRESS España

10.50 - 11.10

CONSOLIDAR UNA RECUPERACION TURÍSTICA INTELIGENTE: UNA GRAN APUESTA DE ESTADO

Presentación de Pablo Casado, Presidente del Partido Popular, presentado por Ramón Aragonés - CEO de NH Hotel Group

11.10 - 11.40

COFFEE BREAK

NUEVOS RETOS Y POLÍTICAS PARA ABORDAR LA EVOLUCIÓN DEL MODELO TURÍSTICO

11.40 - 12.00

DOMINICANA: UN PAIS REFERENTE DE LA INTERNACIONALIZACION TURISTICA ESPAÑOLA

Luis Abinader, Presidente de República Dominicana, dialoga con Encarna Piñero CEO de Grupo Piñero

12.00 - 12.30

POR EL TURISMO URBANO MÁS RENTABLE Y DESEABLE PARA EL CIUDADANO: panel coloquio

- José Luis Martínez-Almeida, Alcalde de Madrid
- Antonio Muñoz, Alcaldía de Sevilla
- Ramón Aragonés - CEO de NH Hotel Group (moderador)

12.30 - 12.50

ESPAÑA Y SUS RETOS DE DIGITALIZACIÓN TURISTICA MÁS INMEDIATOS

Emilio Gayo Presidente Telefónica España, presentado por José Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de EXCELTUR

12.50 - 13.15

NUEVOS ACTORES Y MODELOS DE INVERSION TURÍSTICO: panel coloquio

- Alejandro Hernández-Puértolas, Founding Partner & CEO HIP Hotel Investment Partners
- Victor Martí, Fundador & CEO de ATOM Hoteles Socimi y GMA
- Oscar Perelli, Director de Estudios e Investigación de EXCELTUR (moderador)

13.15 - 14.00

NUEVAS POLITICAS DE MOVILIDAD, CONECTIVIDAD E INTERMODALIDAD: panel coloquio

- Isabel Pardo de Vera; Secretaria de Estado de Transportes
- Javier Sánchez Prieto, Presidente de Iberia
- Isaías Taboas, Presidente de Renfe
- José Mª González, CEO de Europcar Mobility Group, Sur de Europa (moderador)

14.00 - 15.30

COCKTAIL-ALMUERZO DE TRABAJO PARA TODOS LOS ASISTENTES

SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACION: GRANDES VECTORES DE TRANSFORMACION TURISTICA

15.30 - 15.55

LIDERANDO UNA TRANSICION TURISTICA SOSTENIBLE: ¿CONDICIÓN U OBLIGACIÓN?

panel coloquio entre Teresa Ribera, Vicepresidenta 3ª del Gobierno y Mª para la Transición Ecológica, dialoga con Adolfo Utor, Presidente de Balearia

15.55 - 16.20

NUEVAS TECNOLOGIAS Y MODELOS APLICADAS A LA CONECTIVIDAD Y DISTRIBUCIÓN TURISTICA, panel coloquio

entre: Luis Maroto CEO de Amadeus, dialoga con Nicolas Huss, CEO de Hotelbeds

16.20 - 16.45

NUEVOS CONSUMIDORES Y MODELOS DISRUPTIVOS QUE AFECTARAN AL TURISMO

panel coloquio entre: Irene Cano CEO de Facebook España, dialoga con Fuencisla Clemares CEO de Google España

16.45 - 17.10

POLITICAS DE EMPLEO CLAVE PARA IMPULSAR EL TURISMO MAS SOSTENIBLE

panel coloquio entre Yolanda Díaz, Vicepresidenta 2ª del Gobierno y Ministra de Trabajo y Economía Social, con Gabriel Escarrer, Presidente de EXCELTUR y CEO de Meliá Hotels Int.

17.10 - 18.15

¿REALMENTE COOPERAMOS? NUEVA GOBERNANZA TURISTICA PUBLICO-PRIVADA: panel coloquio

- Juan Manuel Moreno, Presidente de la Junta de Andalucía
- Francina Armengol, Presidenta del Gobierno de las Islas Baleares
- Ángel Victor Torres, Presidente del Gobierno de las Islas Canarias
- Carlos Bertomeu, Presidente de Air Nostrum
- Abel Matutes, Presidente Palladium Hotel Group
- José Luis Zoreda, CEO de EXCELTUR (moderador)

18.15

CIERRE OFICIAL DEL FORO

- Gabriel Escarrer, Presidente de EXCELTUR
- Reyes Maroto, Ministra de Industria, Comercio y Turismo

Ponentes en azul confirmados a 04/01/2022



Anexo estadístico:



DETALLE SECTORIAL:



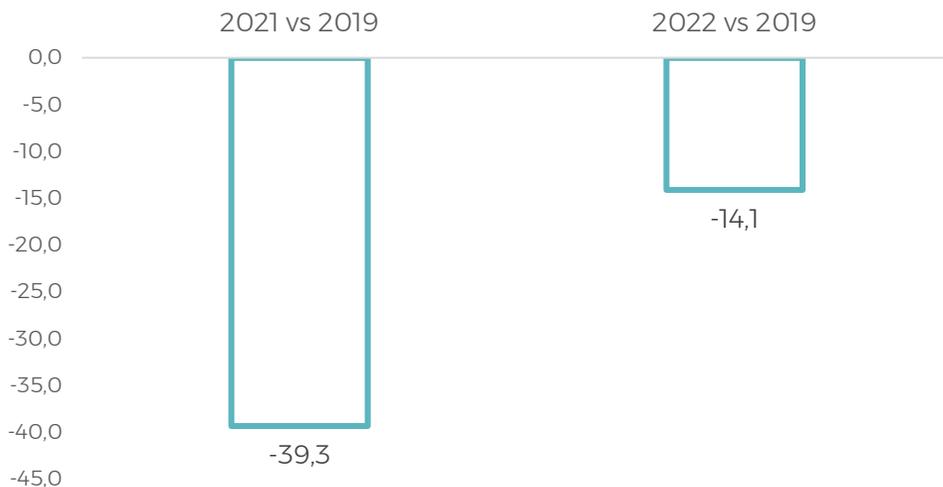
**VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2021 Y
PERSPECTIVAS PARA 2022**

ALOJAMIENTO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **ALOJAMIENTO**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

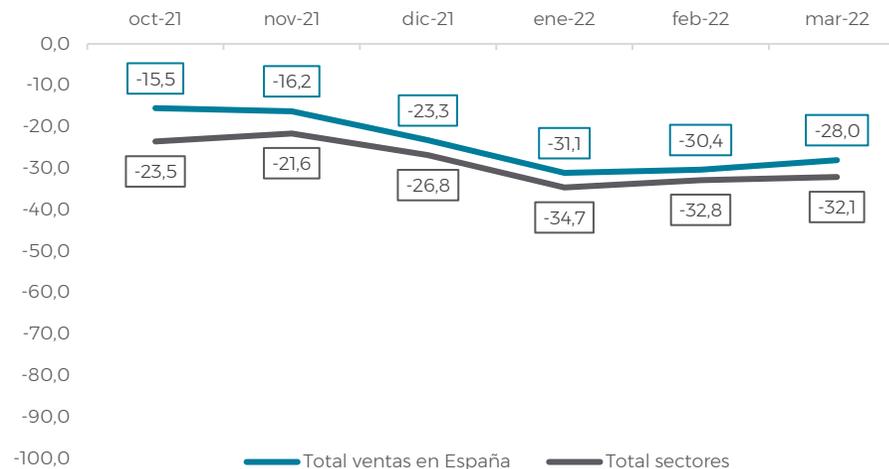
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **SECTOR ALOJAMIENTO**

Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

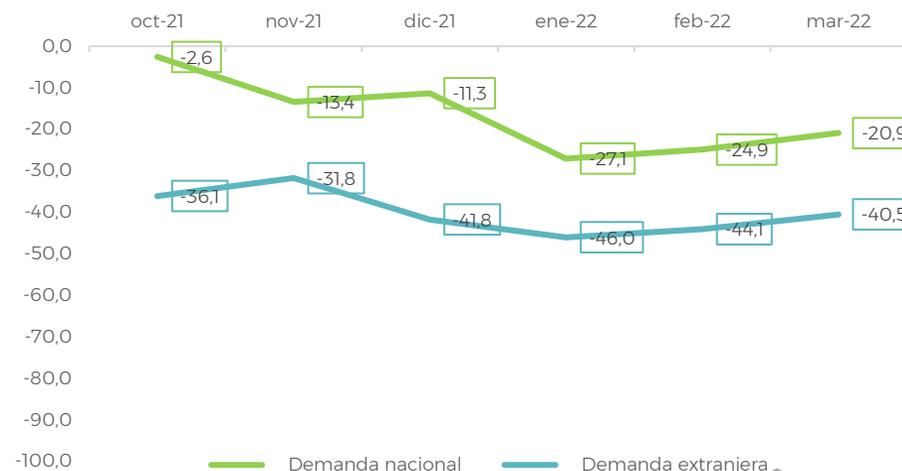
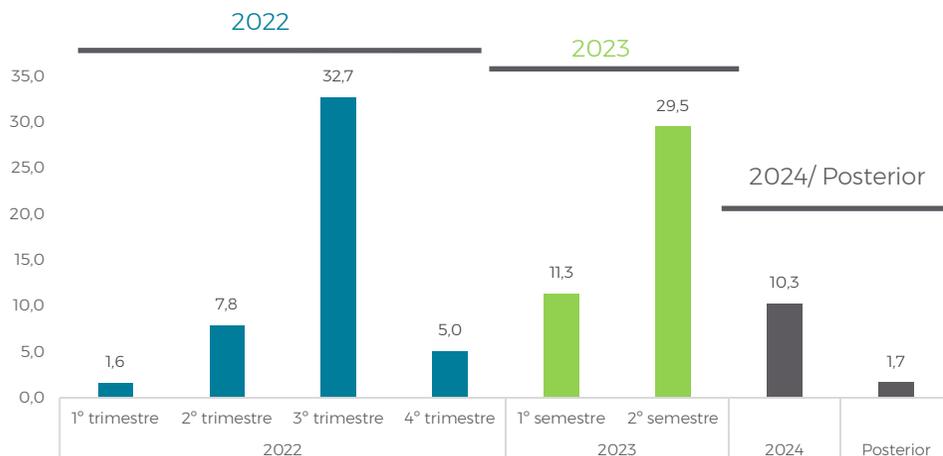


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

SECTOR ALOJAMIENTO

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

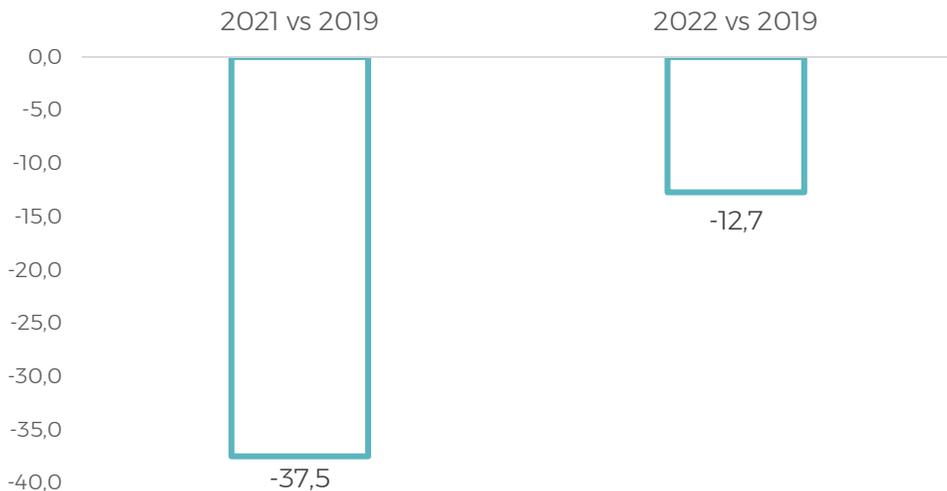


ALOJAMIENTO Costa: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **ALOJAMIENTO Costa**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **SECTOR ALOJAMIENTO Costa**

Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

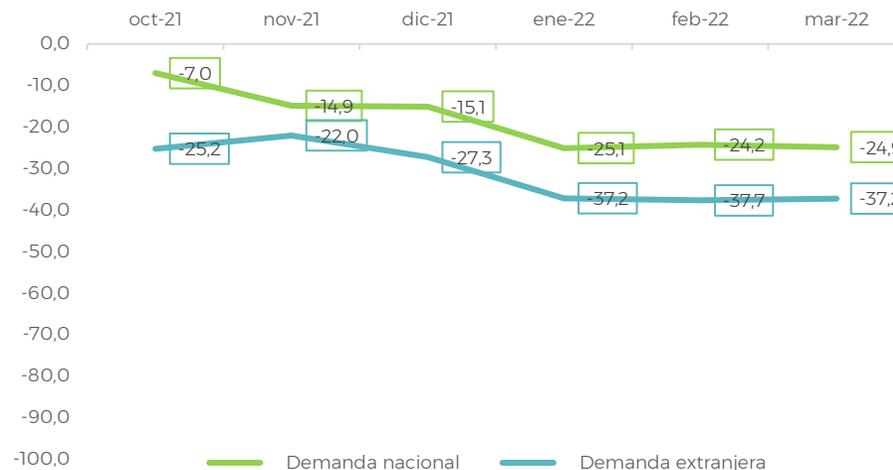
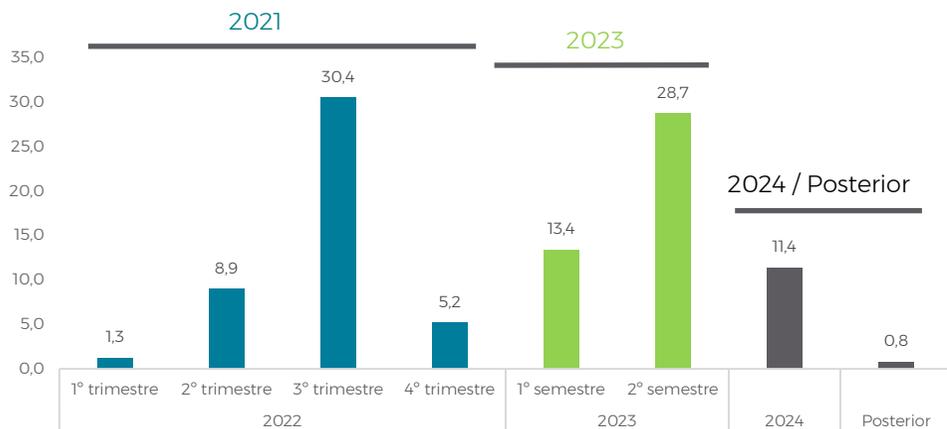


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

SECTOR ALOJAMIENTO Costa

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

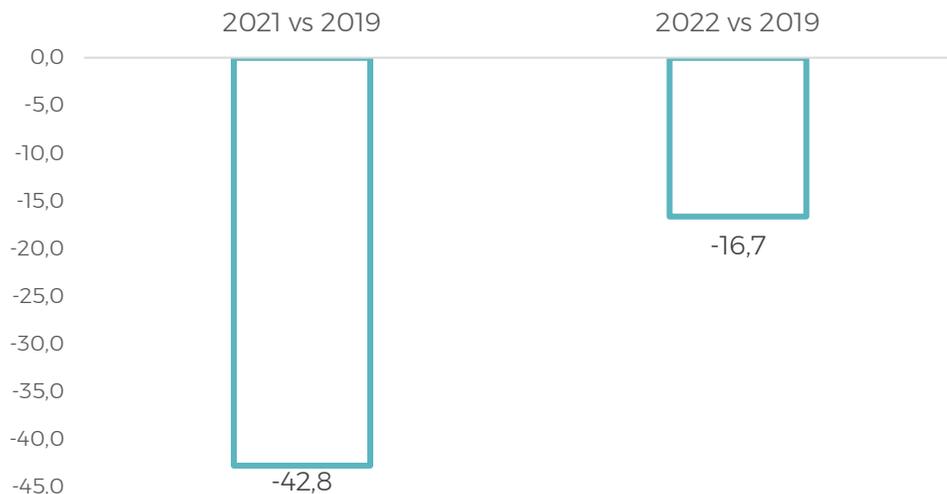
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



ALOJAMIENTO Urbano: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

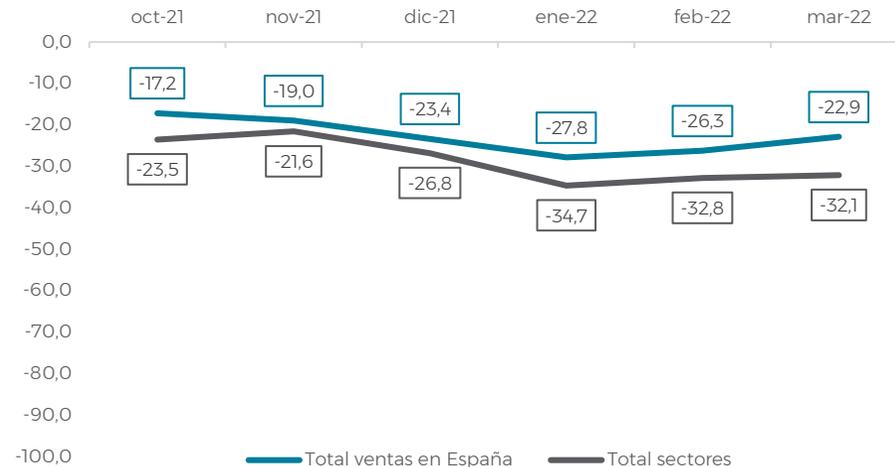
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **ALOJAMIENTO Urbano**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



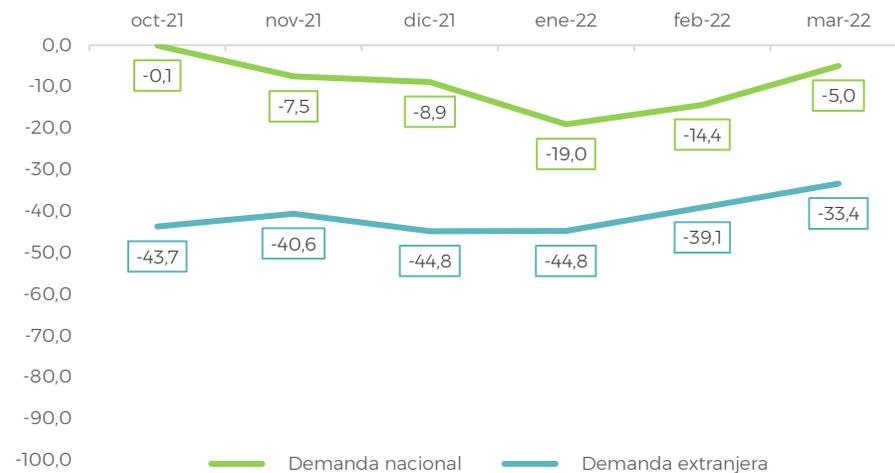
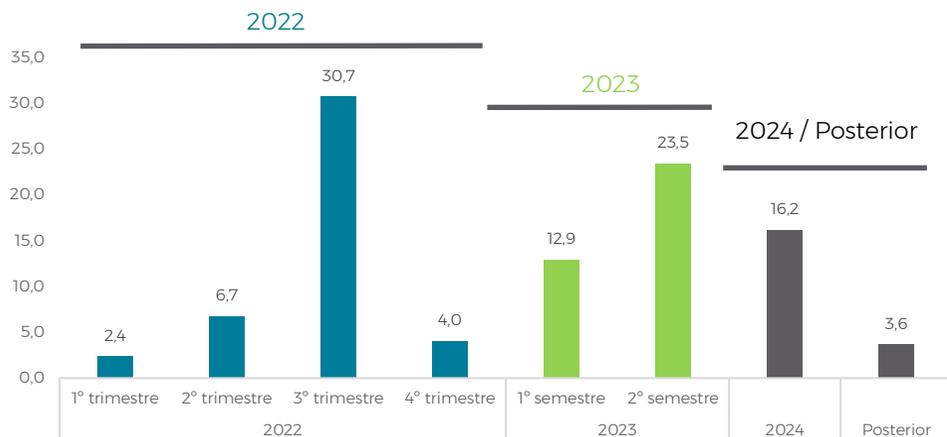
Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **SECTOR ALOJAMIENTO Urbano**

Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR ALOJAMIENTO Urbano**

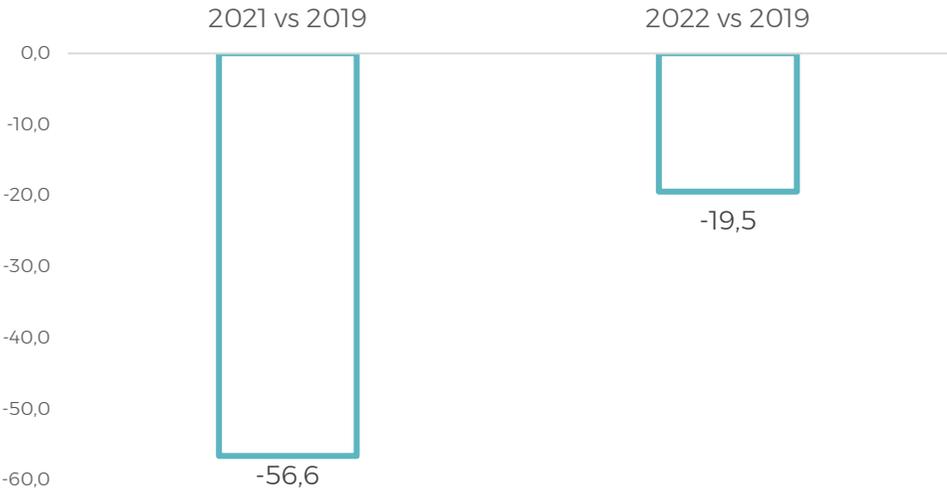
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



DISTRIBUCIÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

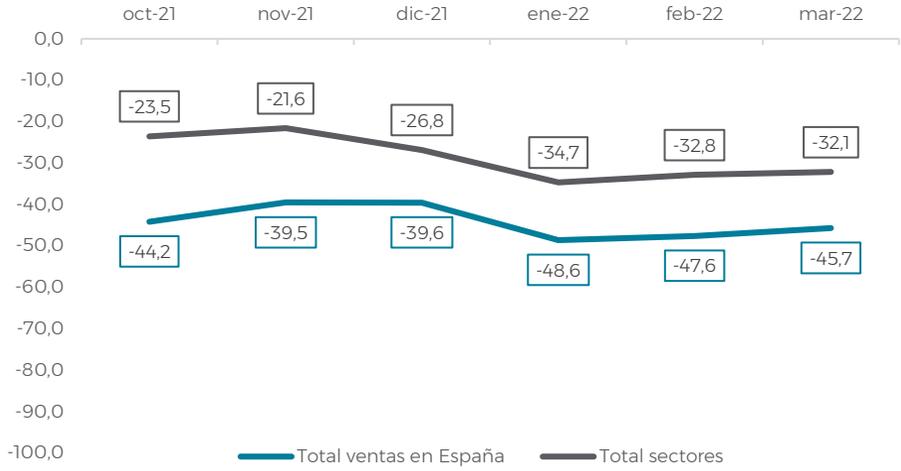
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **DISTRIBUCIÓN**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



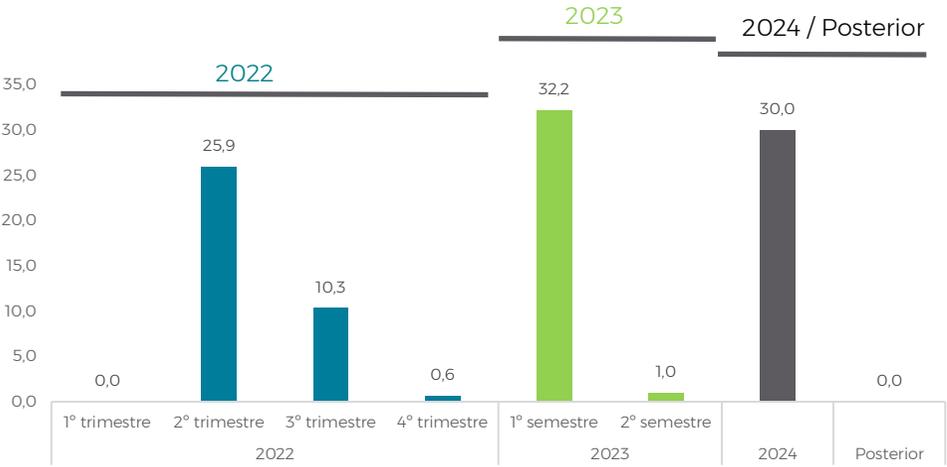
Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **DISTRIBUCIÓN**

Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR DISTRIBUCIÓN**

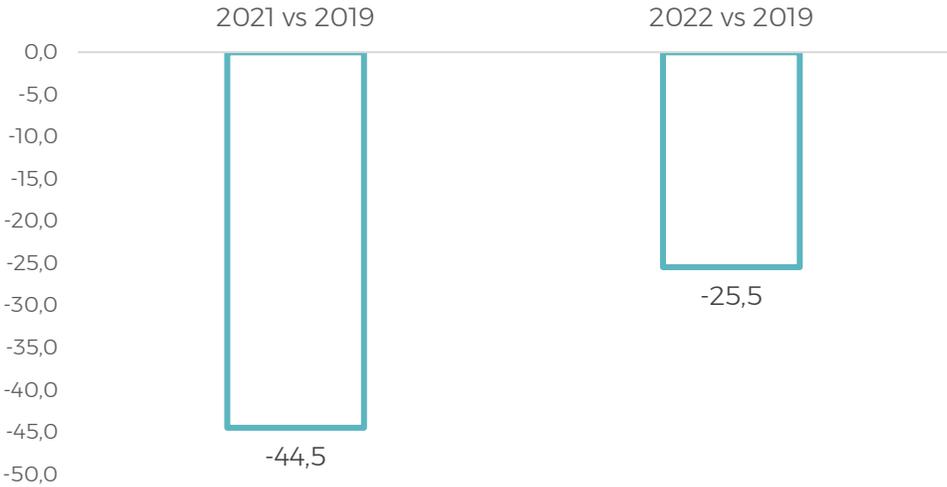
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



TRANSPORTE: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

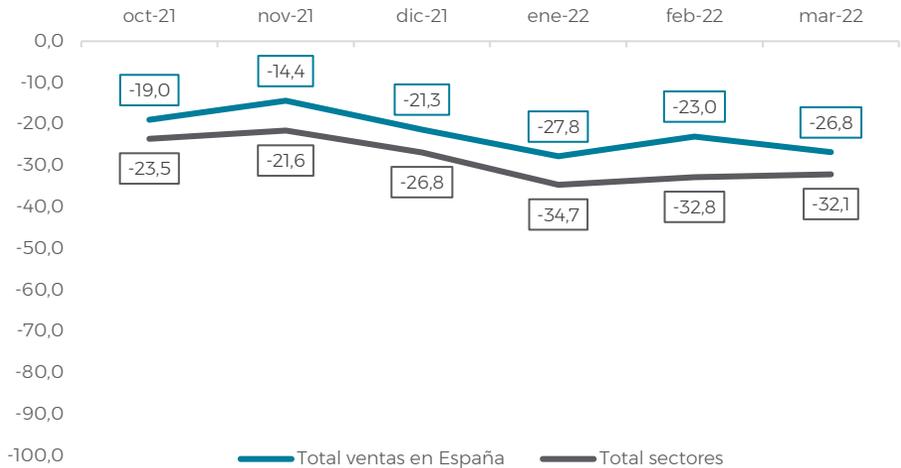
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **TRANSPORTE**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



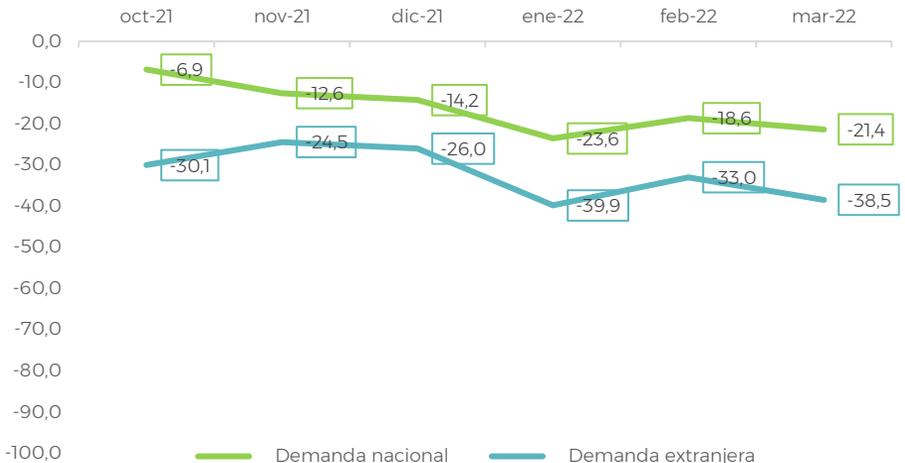
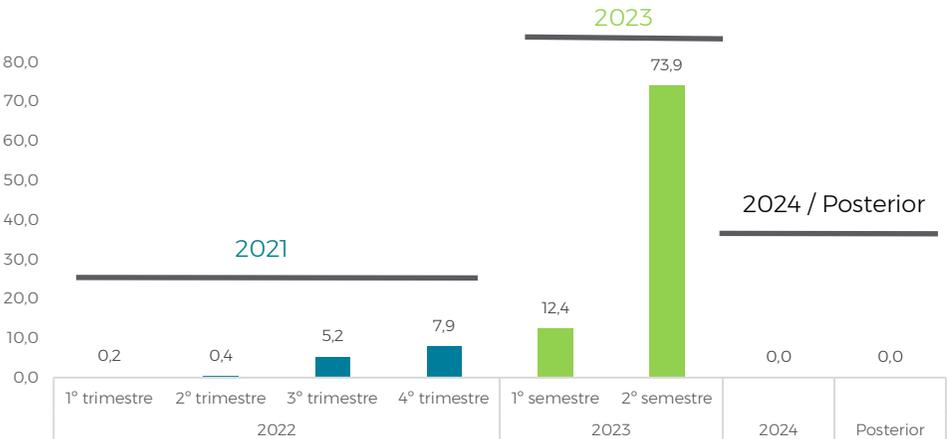
Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **SECTOR TRANSPORTE**

Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR TRANSPORTE**

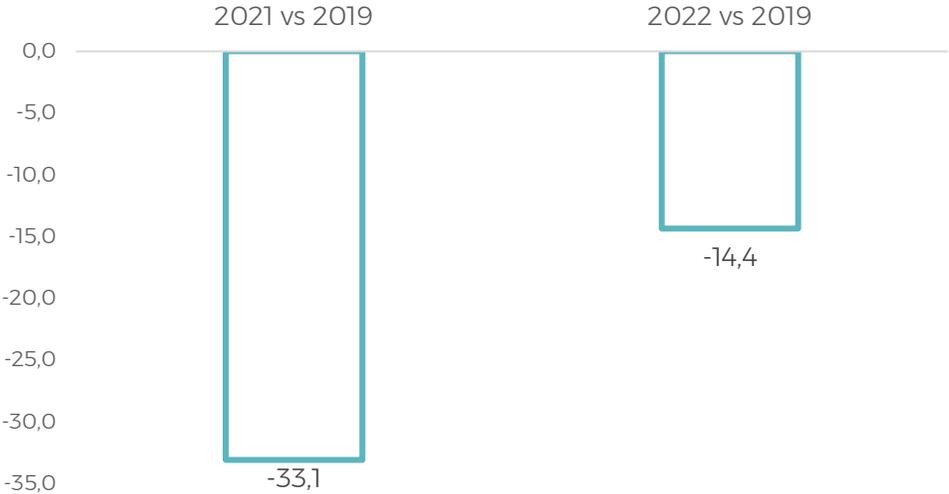
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



TRANSPORTE Alquiler: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

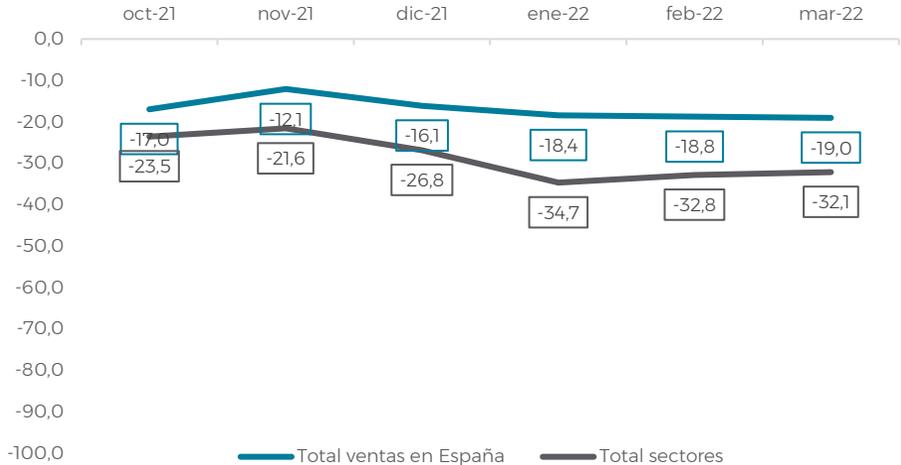
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **ALQUILER DE VEHÍCULOS**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



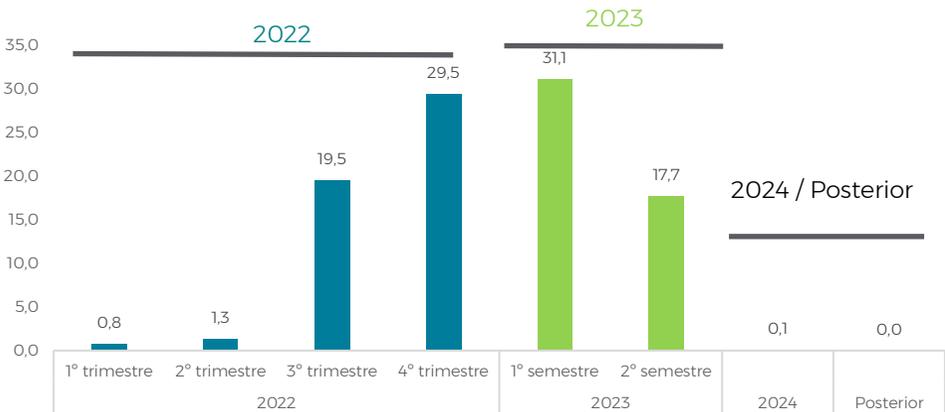
Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **SECTOR ALQUILER DE VEHÍCULOS**

Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR ALQUILER DE VEHÍCULOS**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



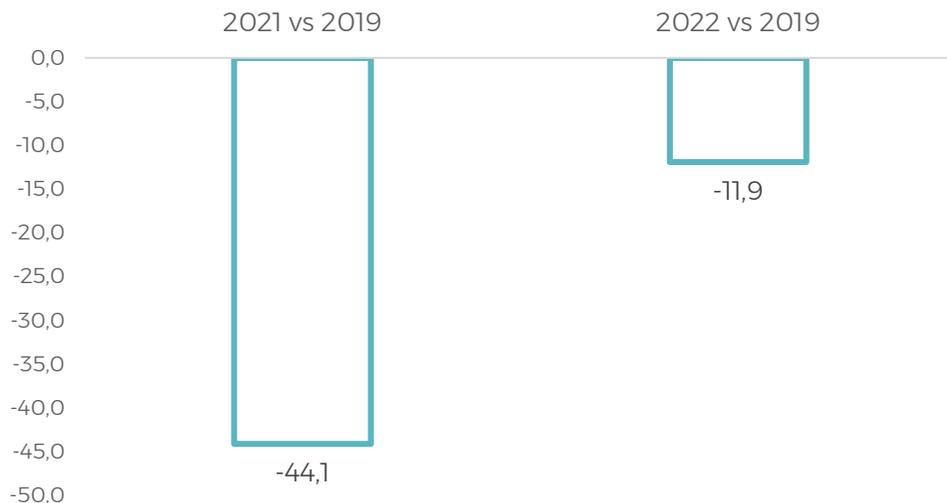
(*) Muestra insuficiente para mostrar el desglose de demanda nacional e internacional.

OCIO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **OCIO**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

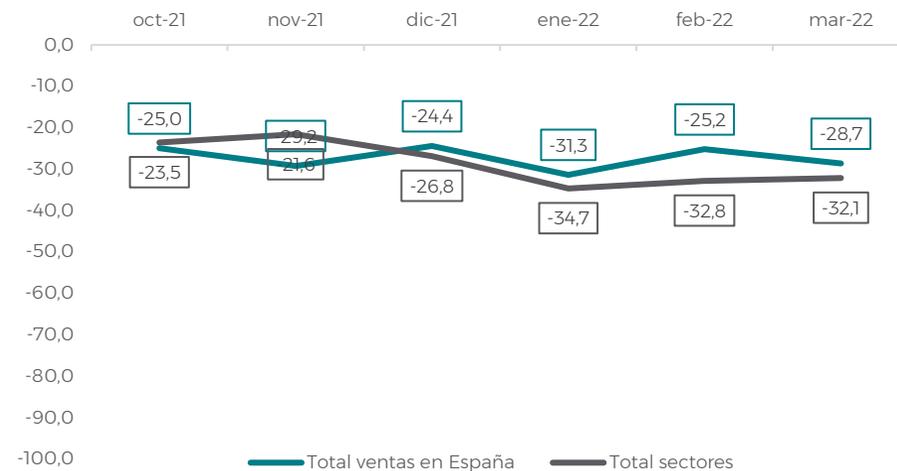
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **SECTOR OCIO**

Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)

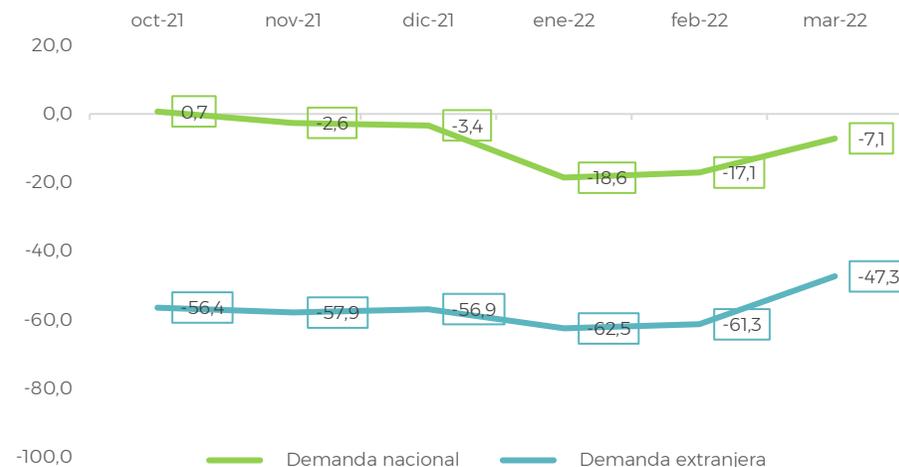
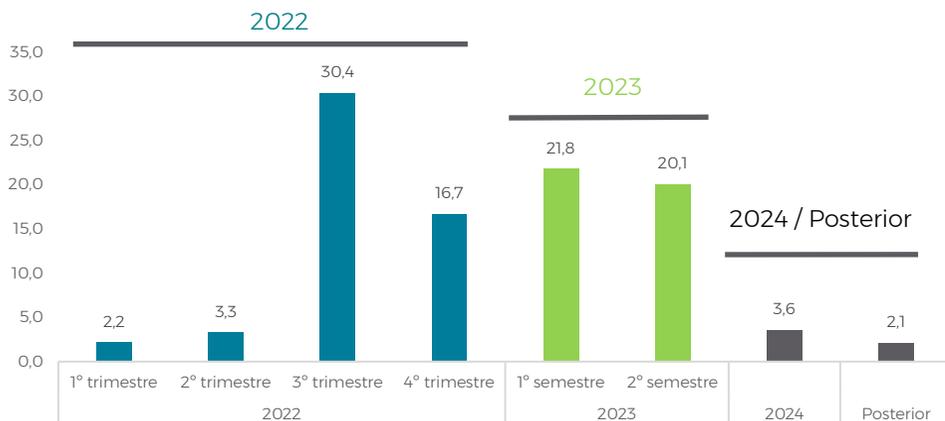
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR OCIO**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur





Anexo estadístico:

DETALLE TERRITORIAL:

**VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2021
Y PERSPECTIVAS PARA 2022**

ANDALUCÍA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **ANDALUCÍA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

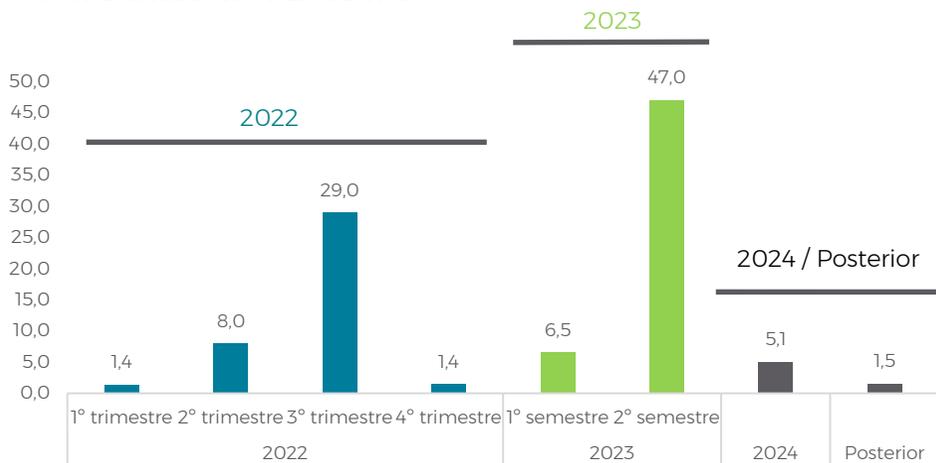
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **ANDALUCÍA**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

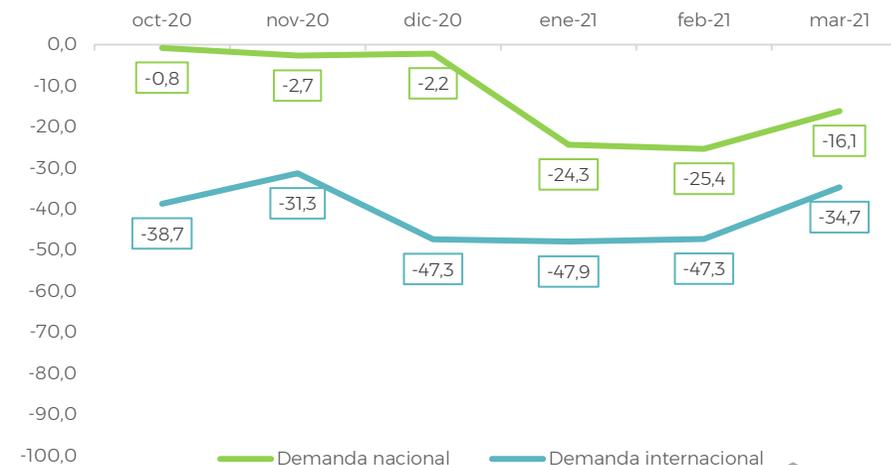
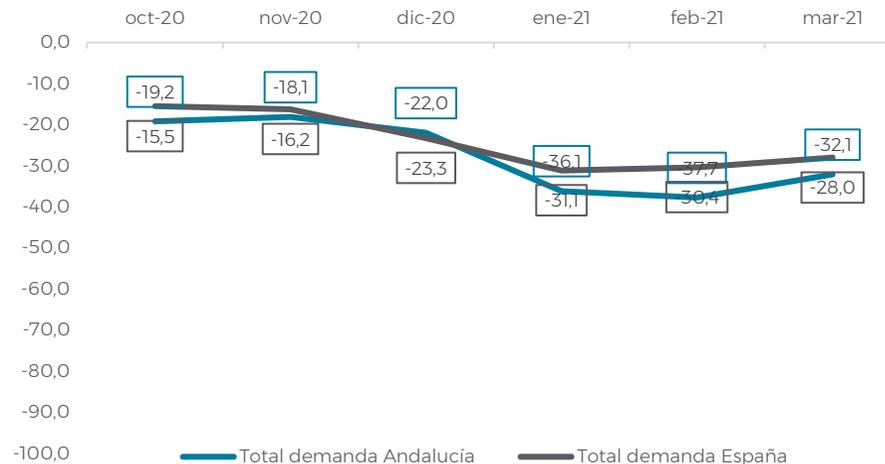
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **ANDALUCÍA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

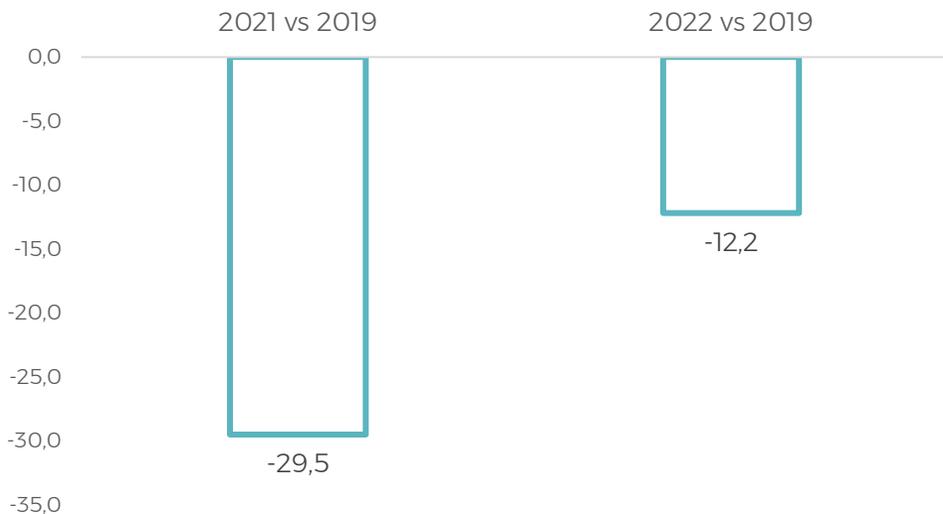


ARAGÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **ARAGÓN**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

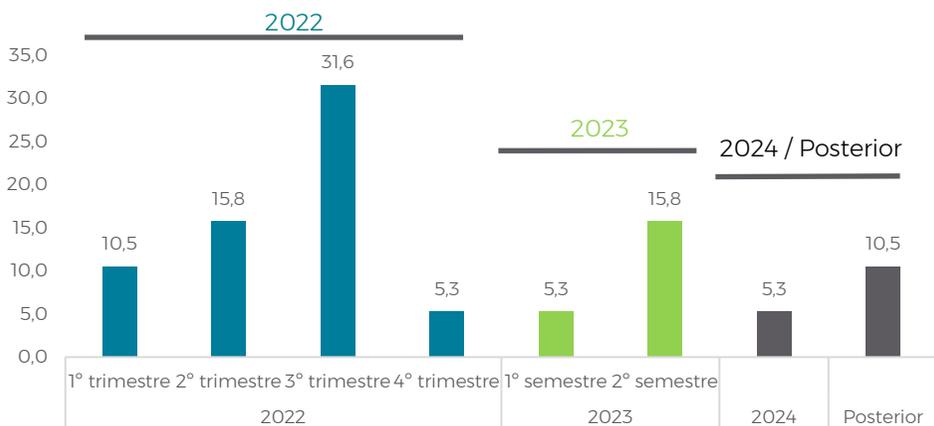
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **ARAGÓN**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

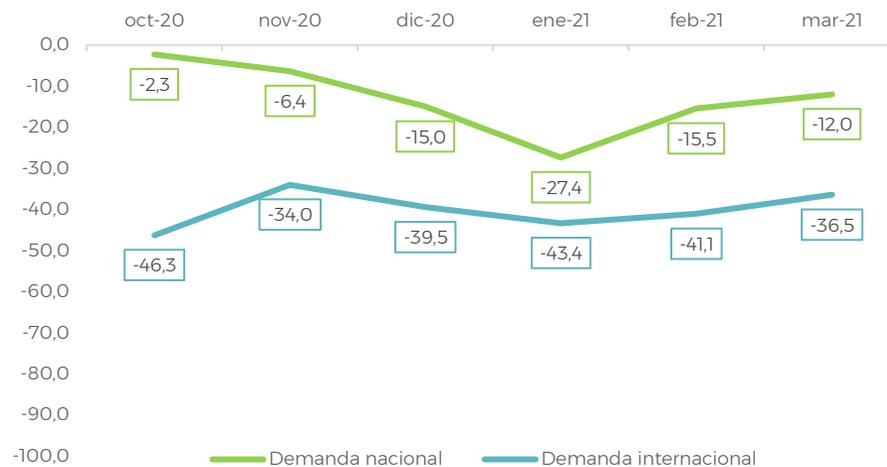
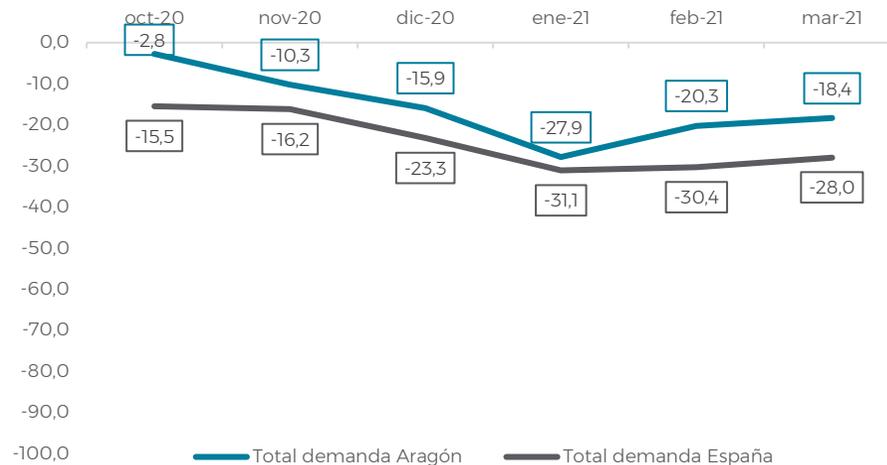
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **ARAGÓN**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

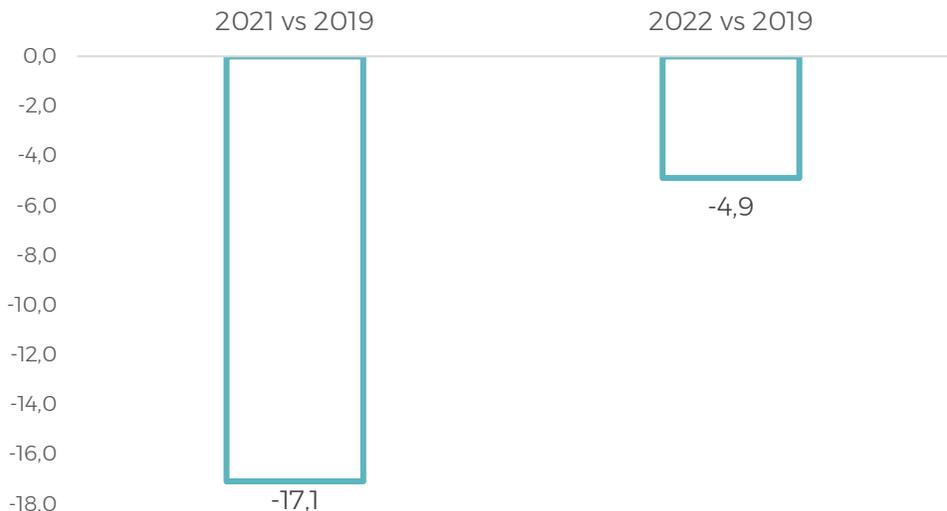


ASTURIAS: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **ASTURIAS**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

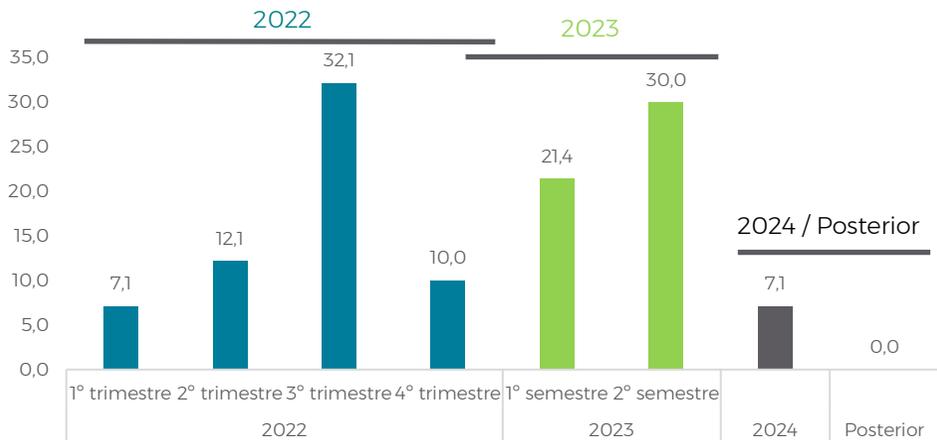


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

ASTURIAS

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

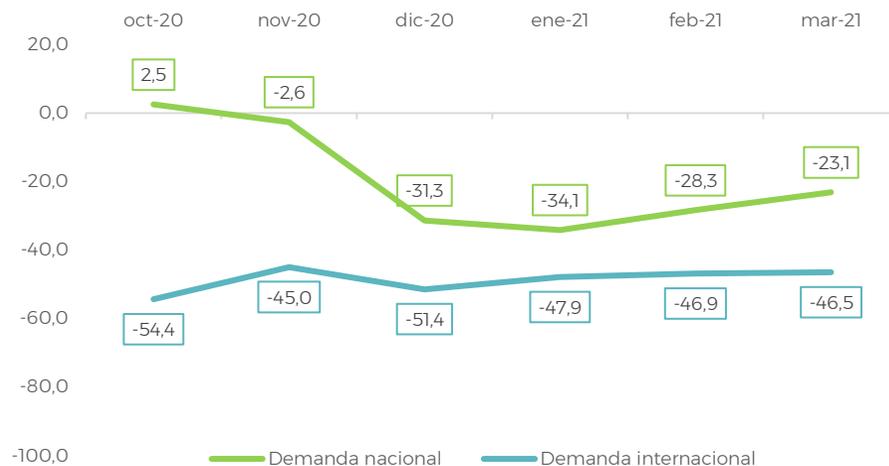
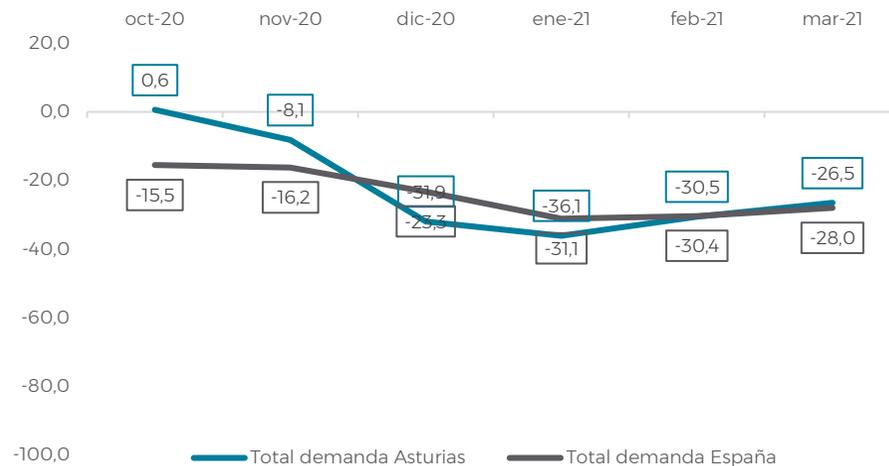
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **ASTURIAS**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

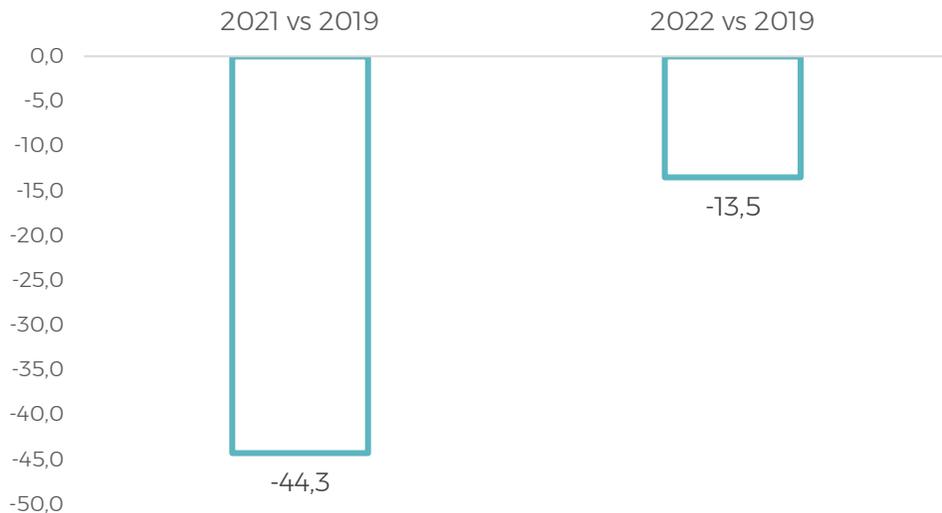


BALEARES: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **BALEARES**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

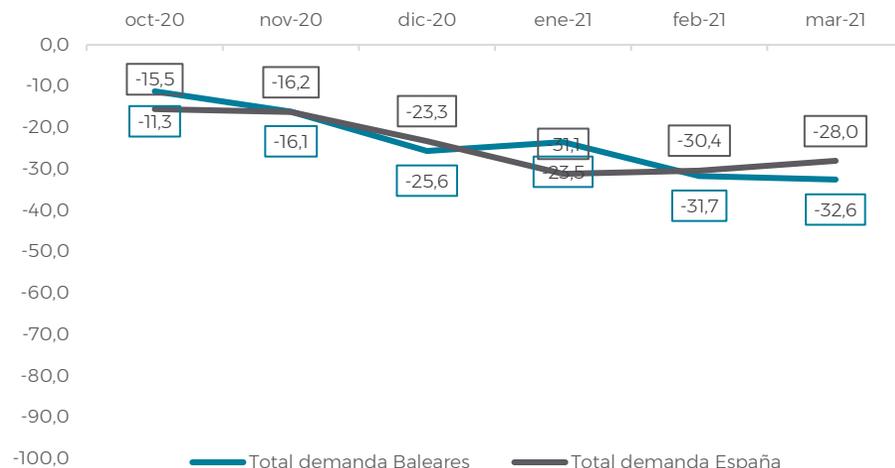
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **BALEARES**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

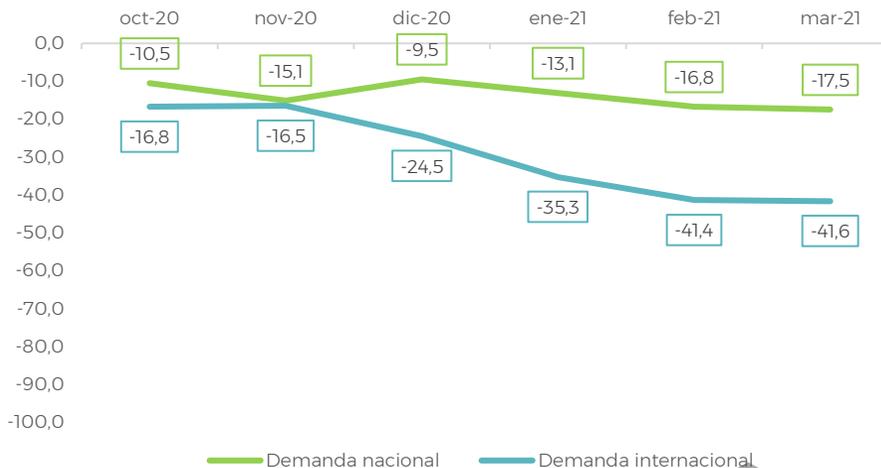
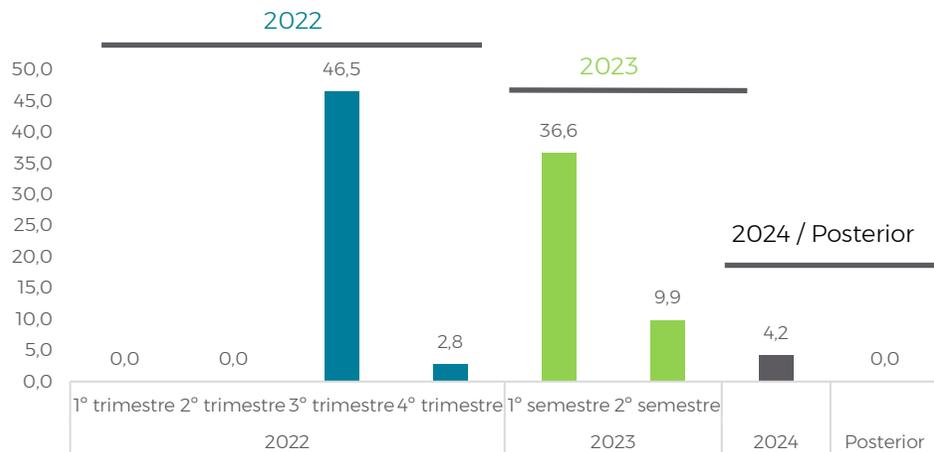


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

BALEARES

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

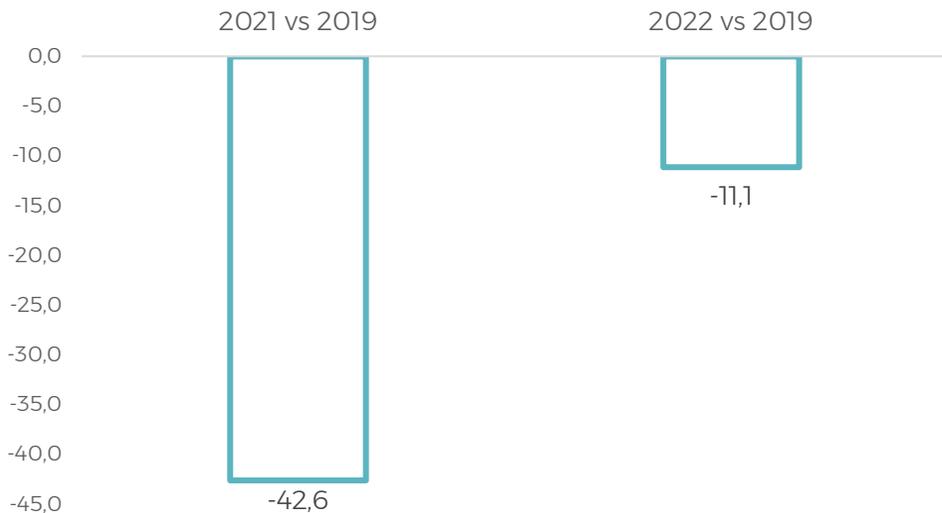
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



CANARIAS: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

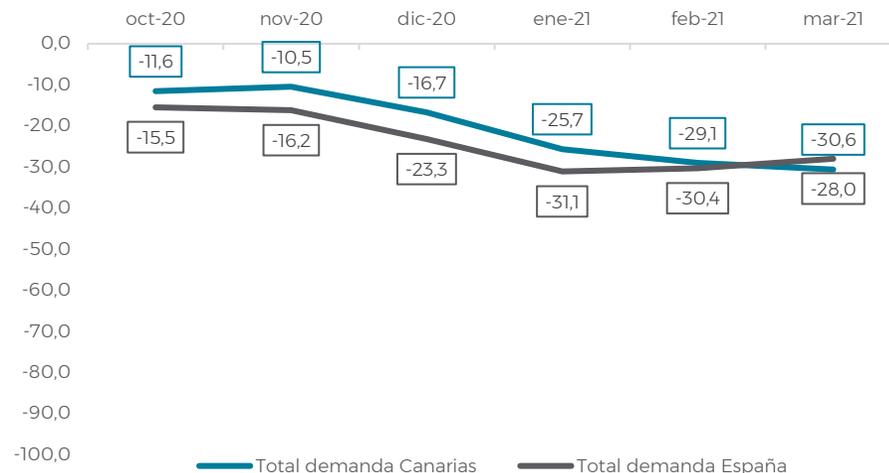
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **CANARIAS**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



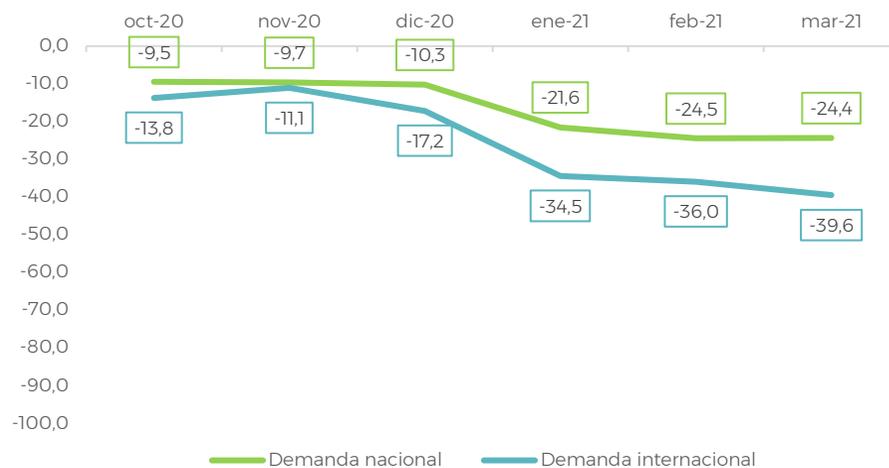
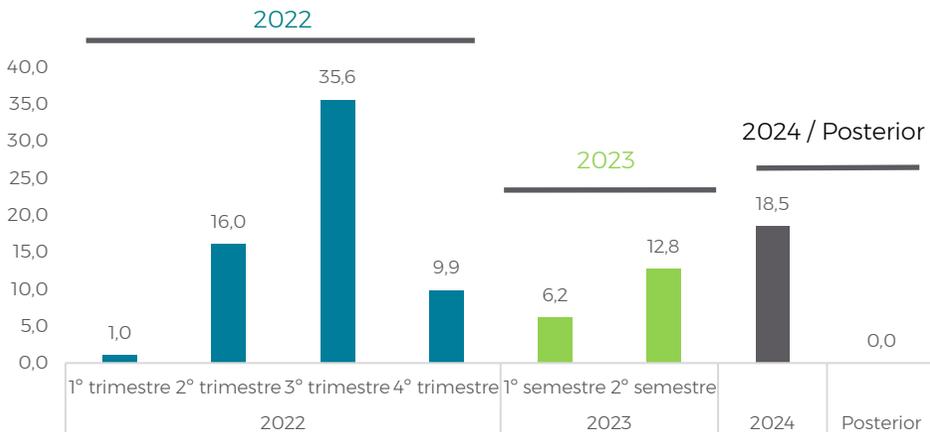
Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **CANARIAS**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CANARIAS**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

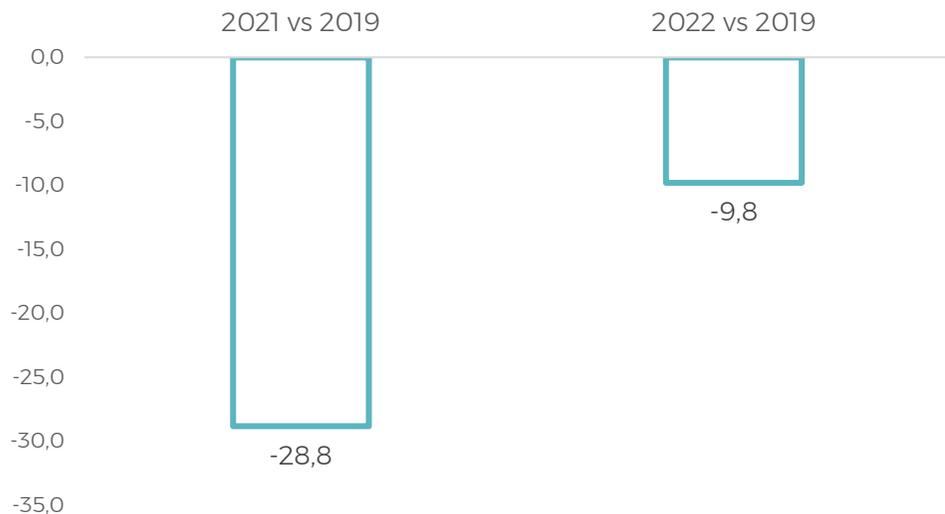


CASTILLA LA MANCHA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **CASTILLA LA MANCHA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

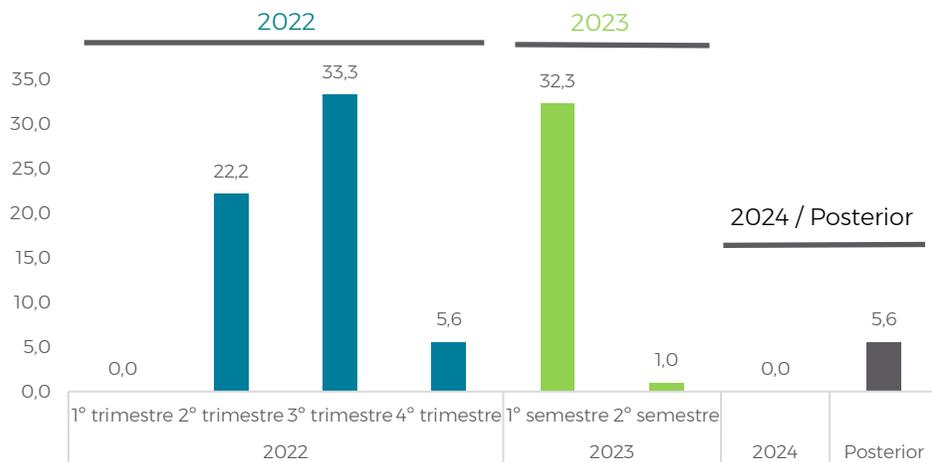


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

CASTILLA LA MANCHA

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

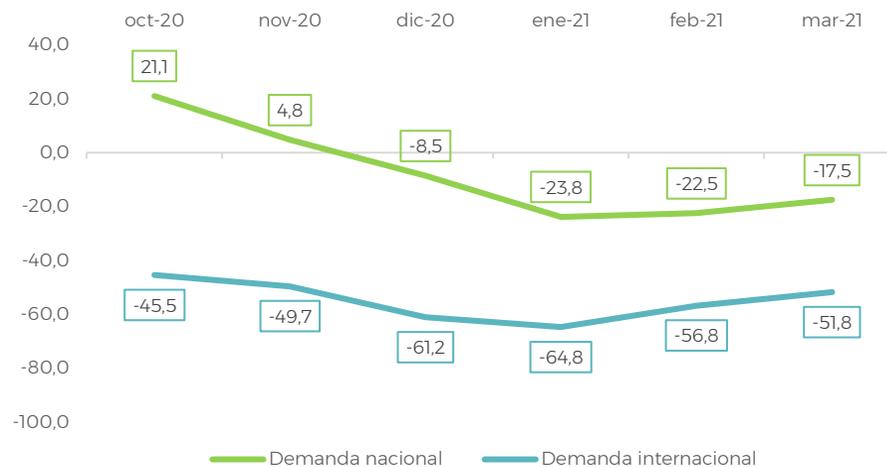
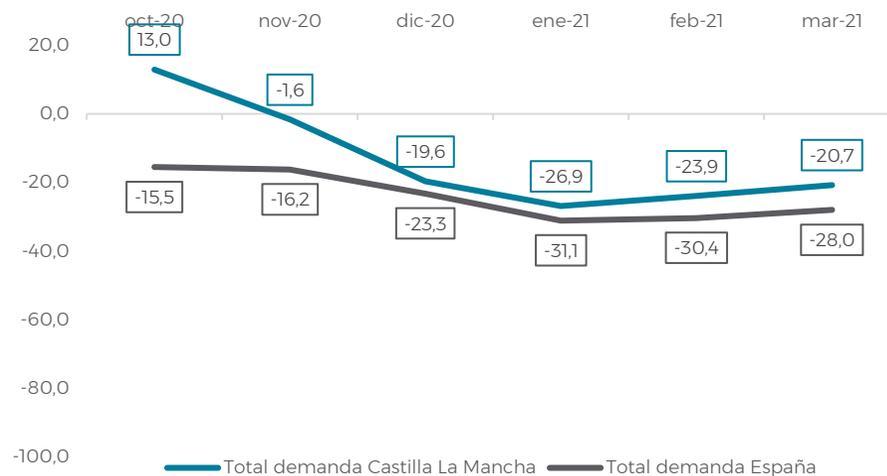
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **CASTILLA LA MANCHA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

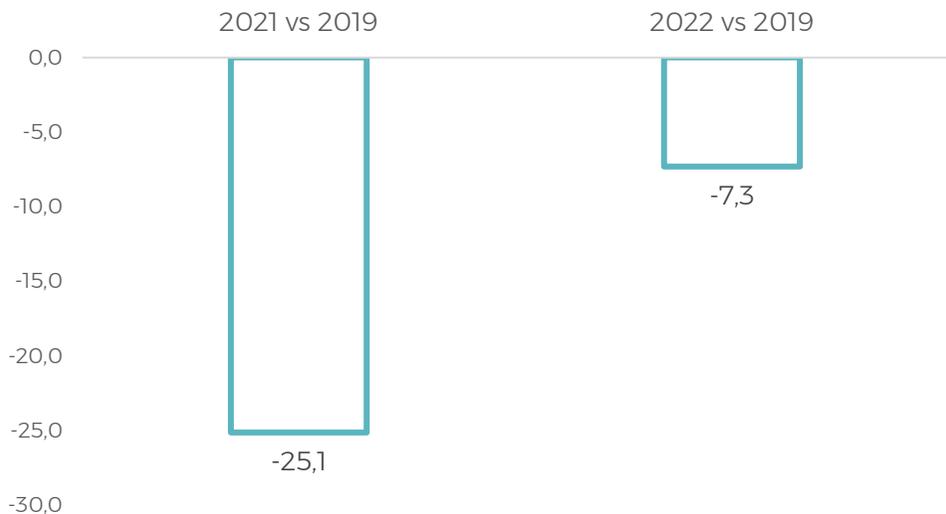
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



CANTABRIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

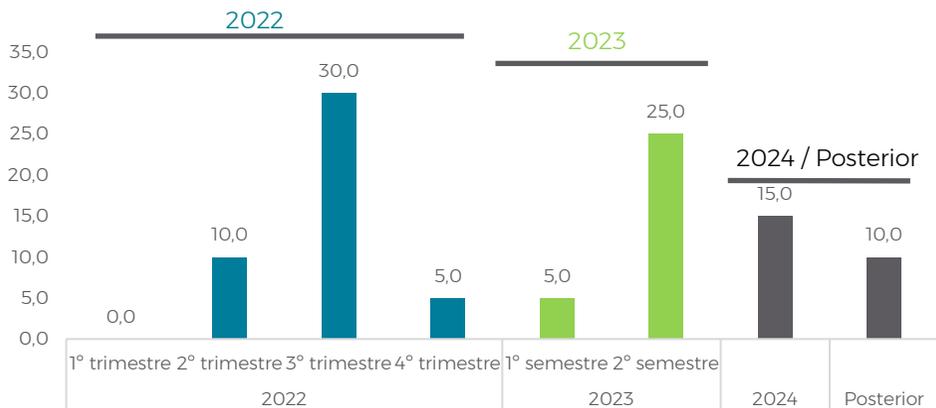
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **CANTABRIA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



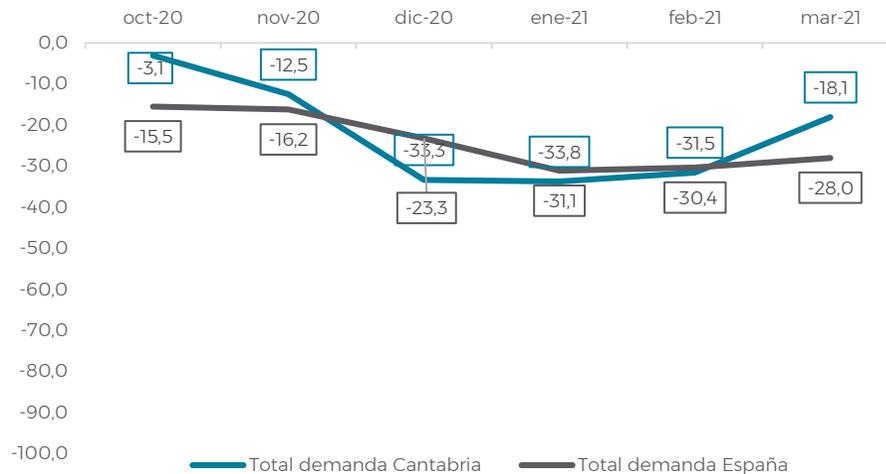
Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CANTABRIA**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **CANTABRIA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

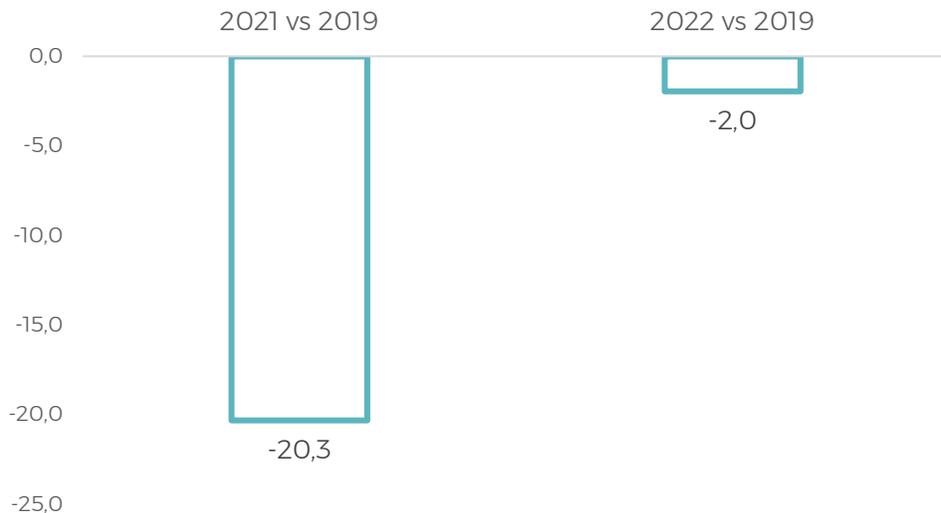


CASTILLA Y LEÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **CASTILLA Y LEÓN**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

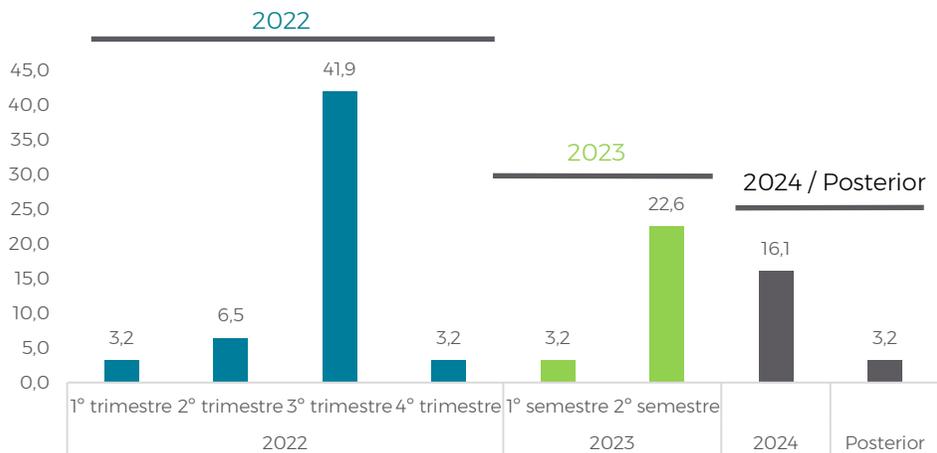
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CASTILLA Y LEÓN**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

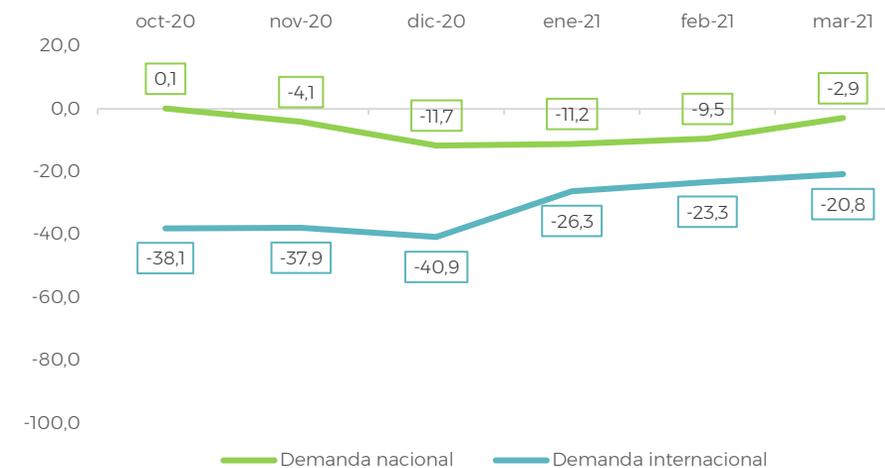
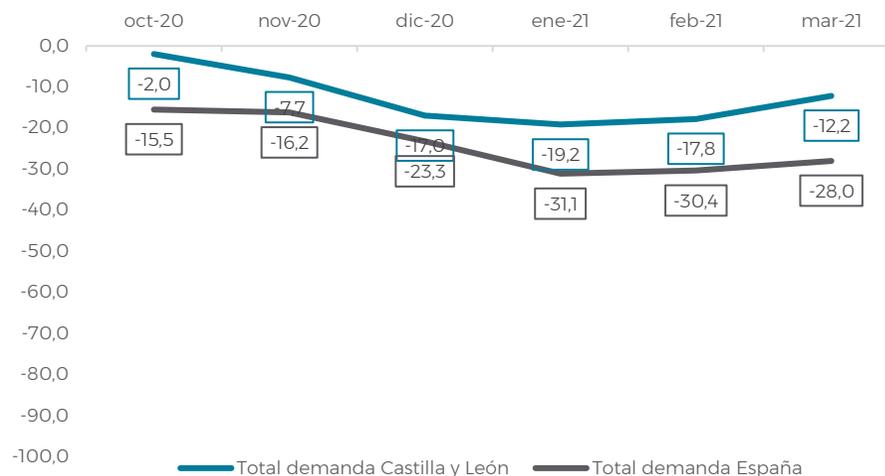
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **CASTILLA Y LEÓN**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

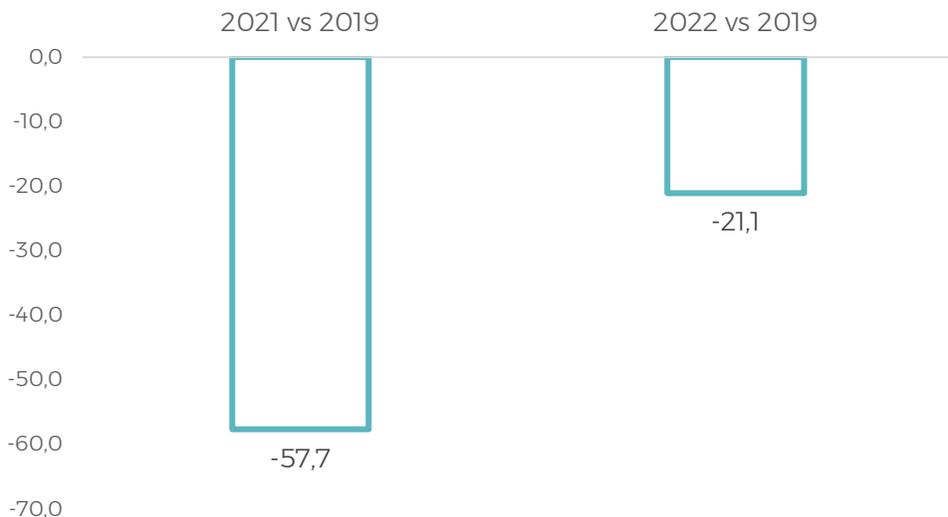


CATALUÑA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **CATALUÑA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

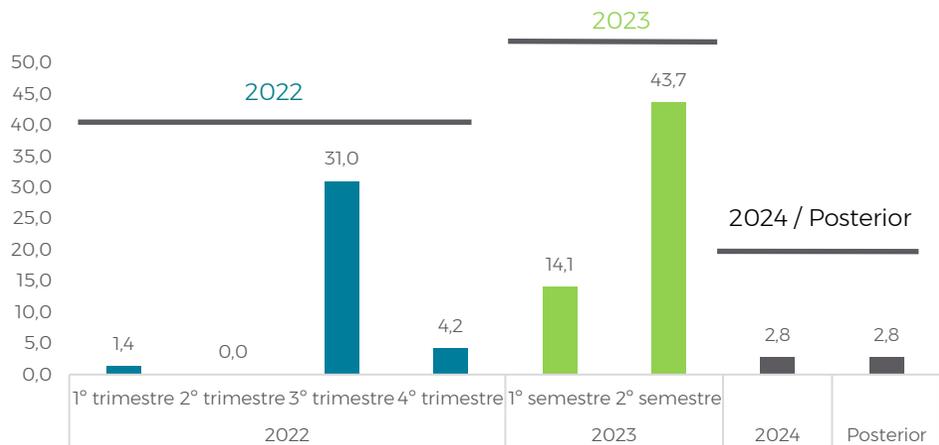
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CATALUÑA**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

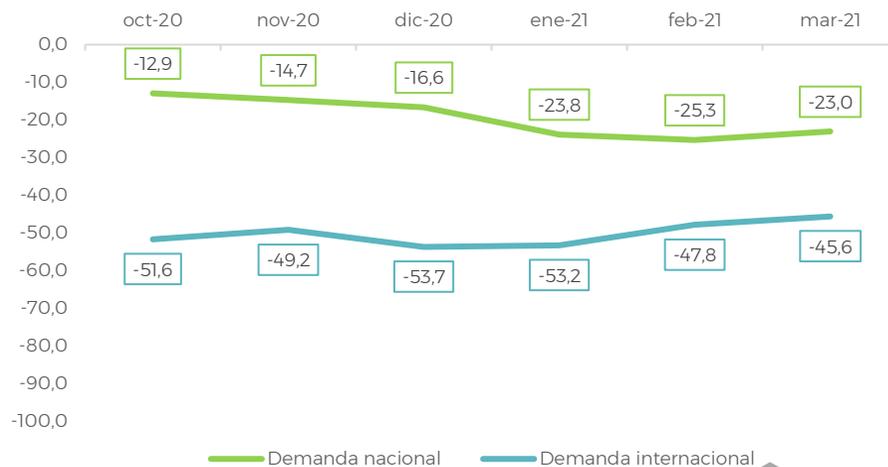
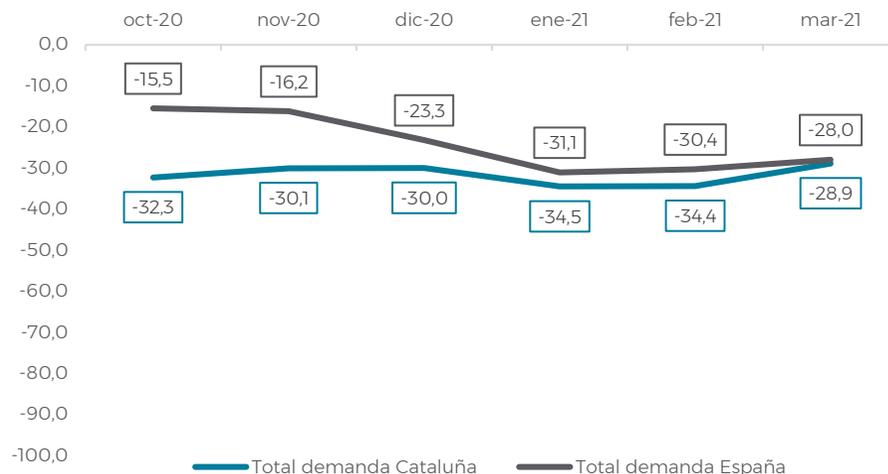
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **CATALUÑA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

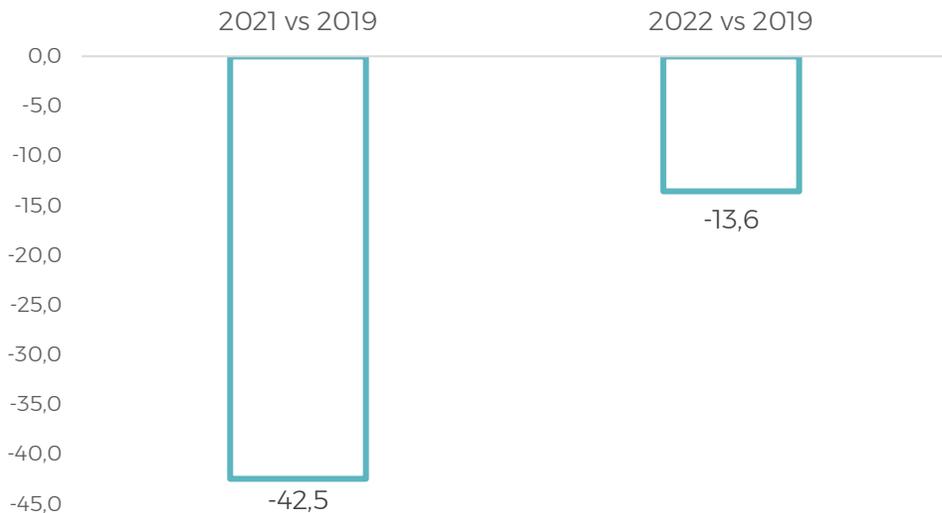
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



C. VALENCIANA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

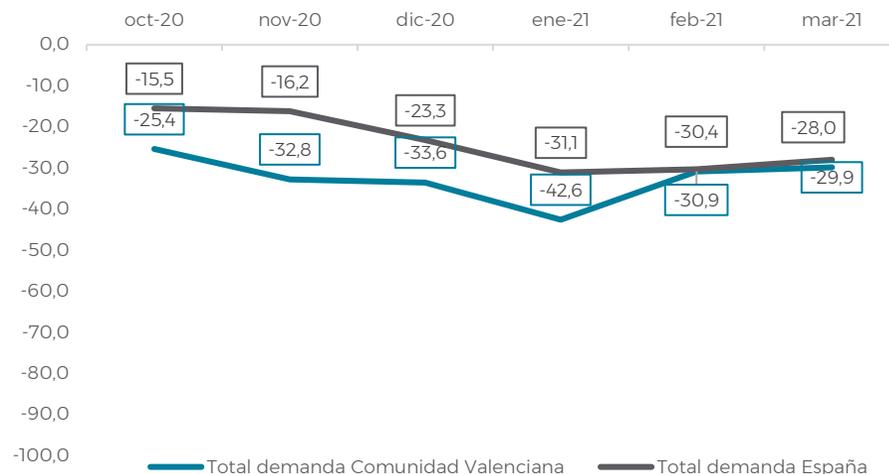
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **C. VALENCIANA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **COMUNIDAD VALENCIANA**

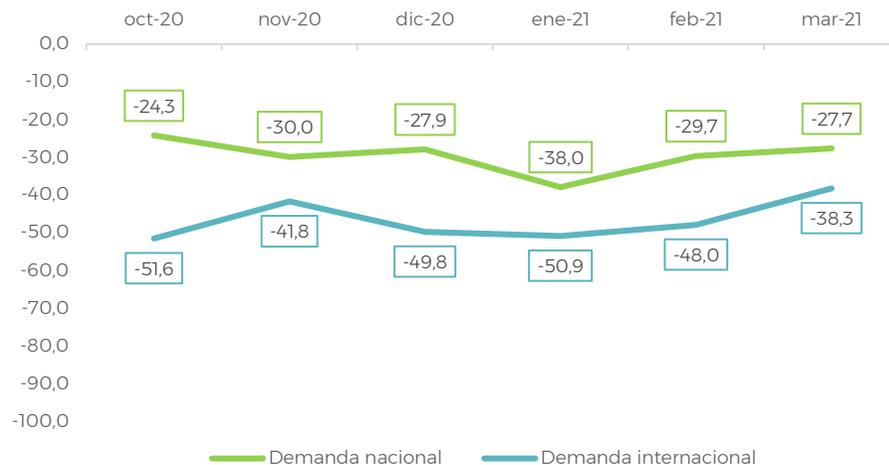
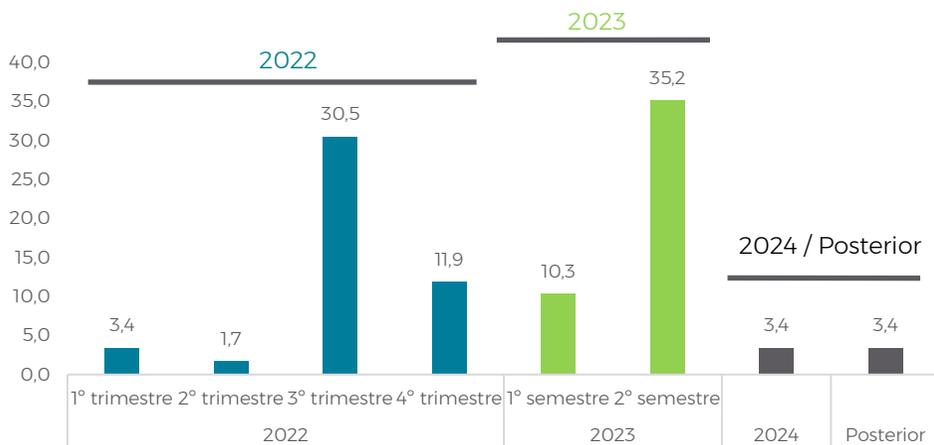
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

C. VALENCIANA

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

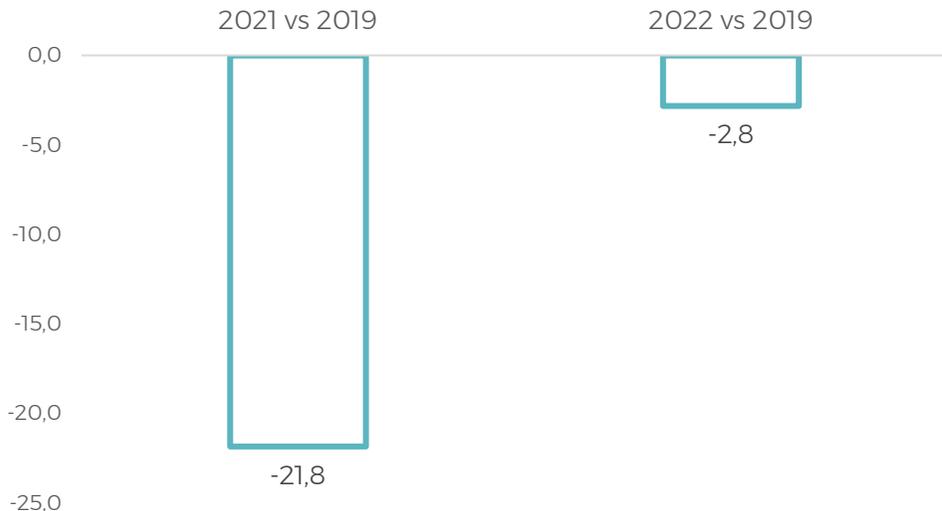


EXTREMADURA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **EXTREMADURA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

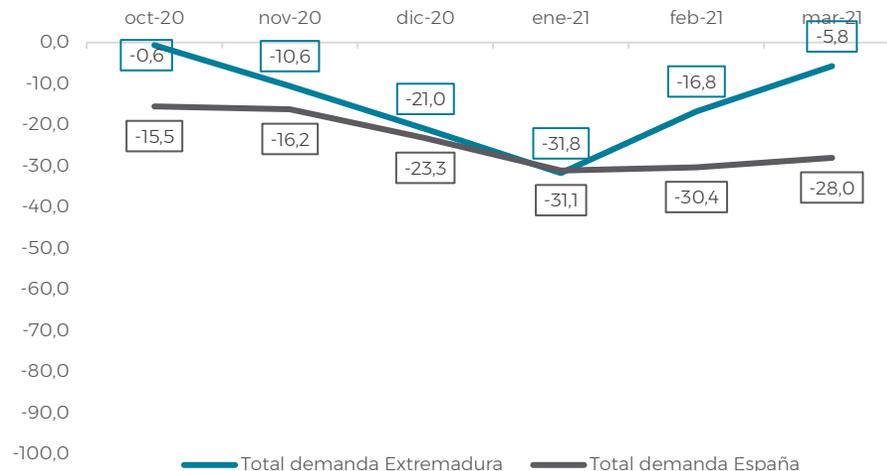
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **EXTREMADURA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

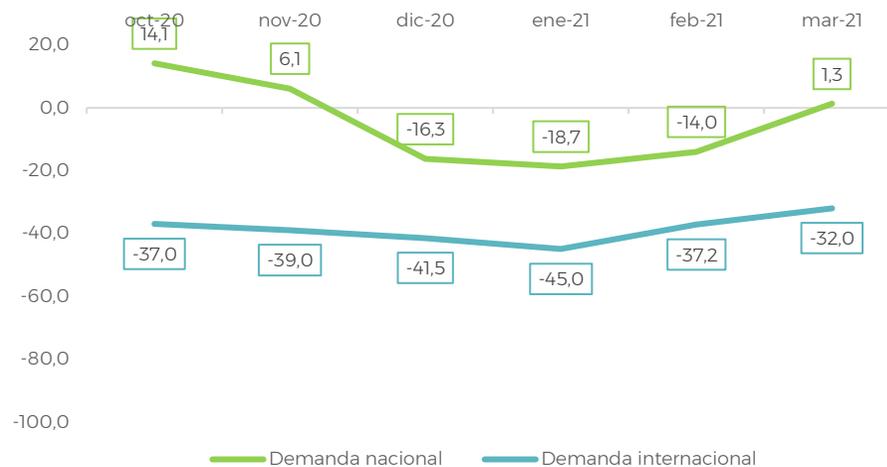
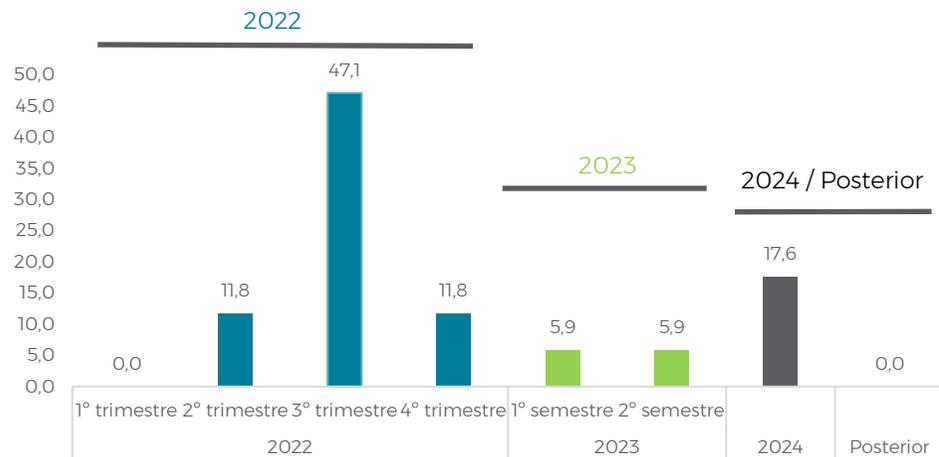
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **EXTREMADURA**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

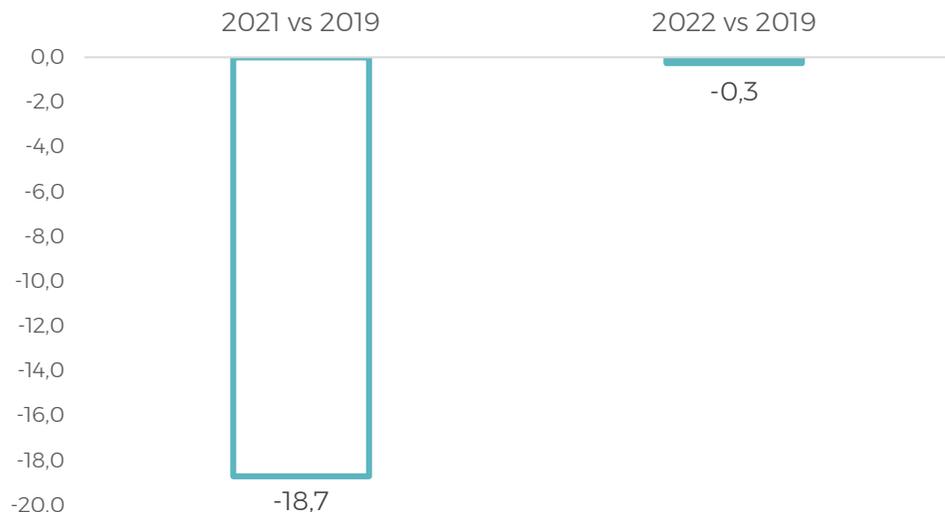
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



GALICIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

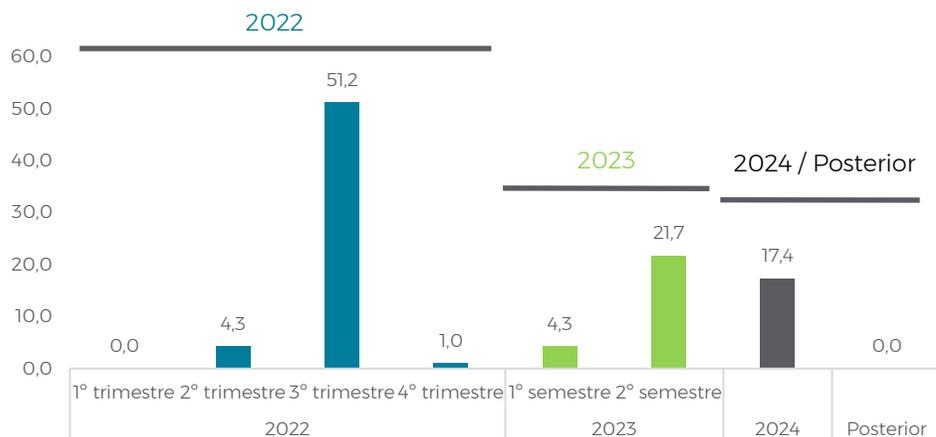
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **GALICIA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



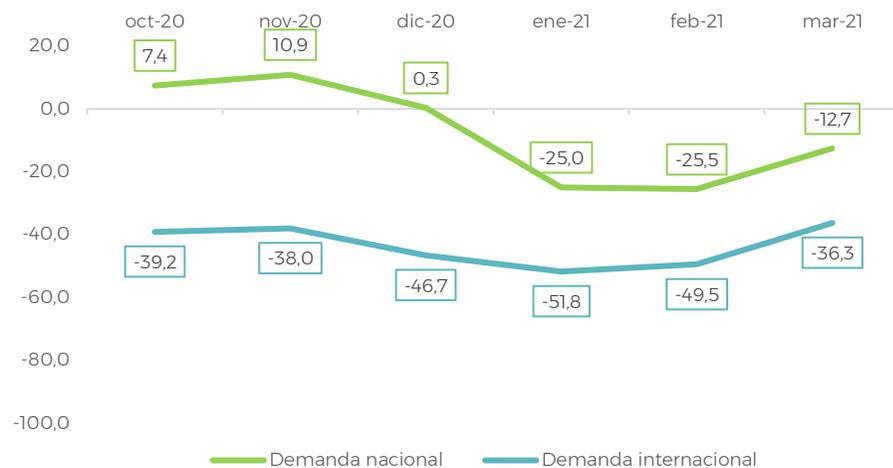
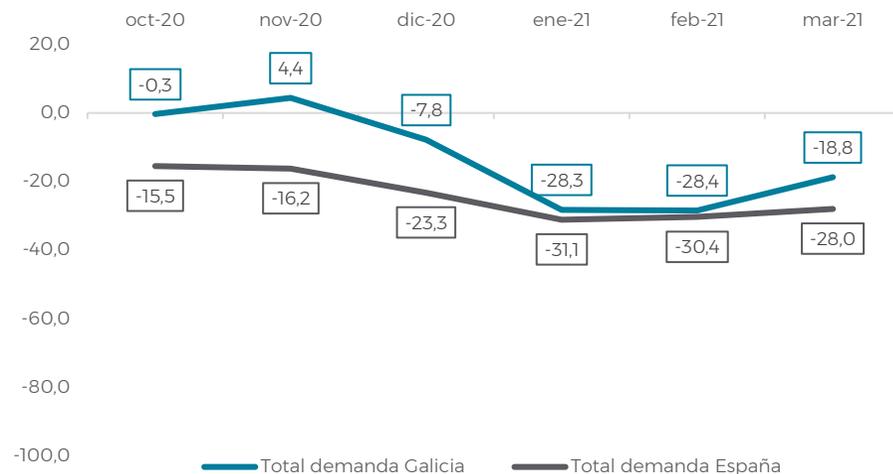
Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **GALICIA**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **GALICIA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

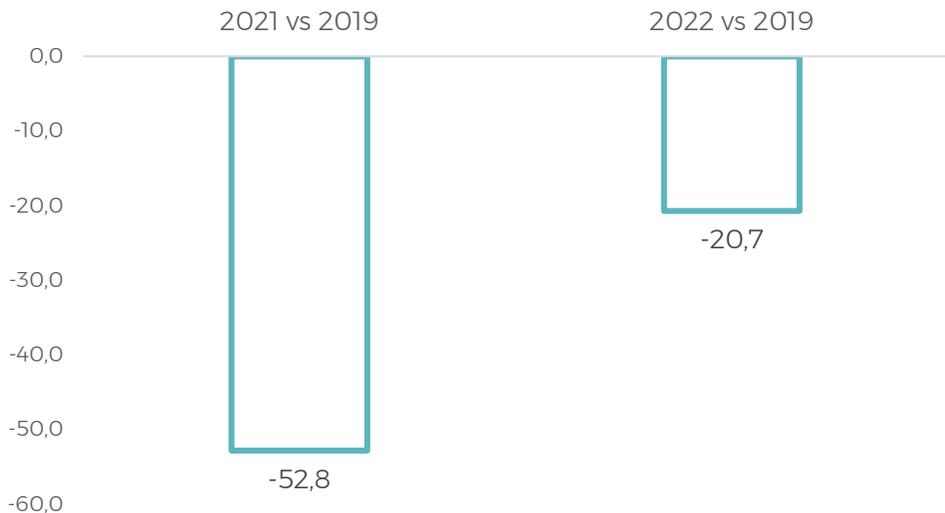


C. MADRID: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **MADRID**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

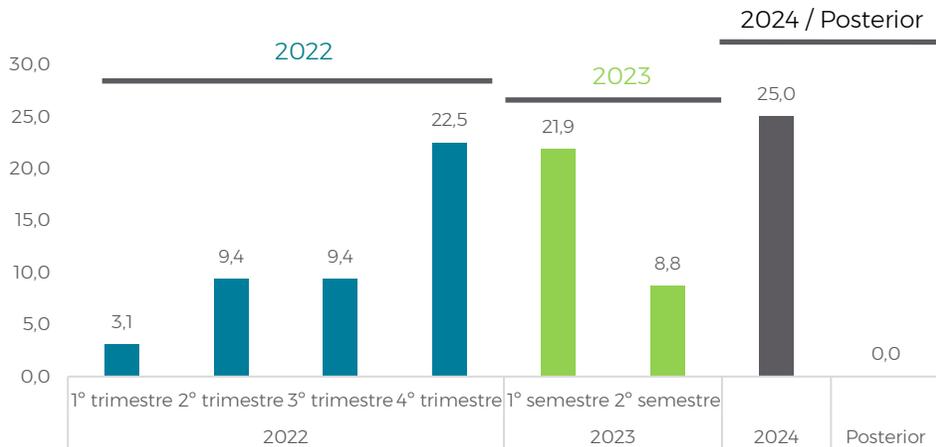


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

MADRID

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

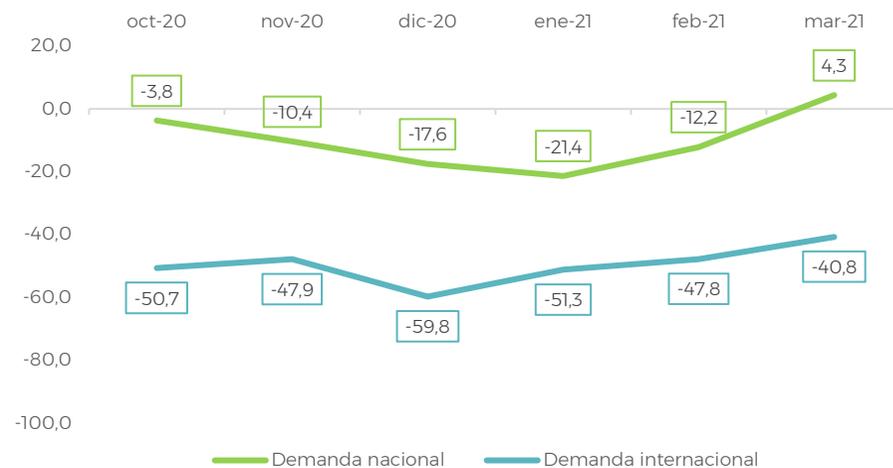
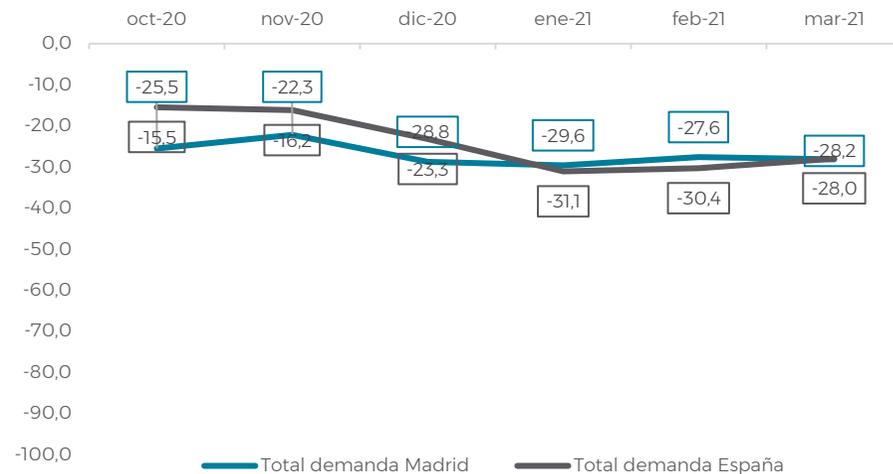
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **MADRID**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

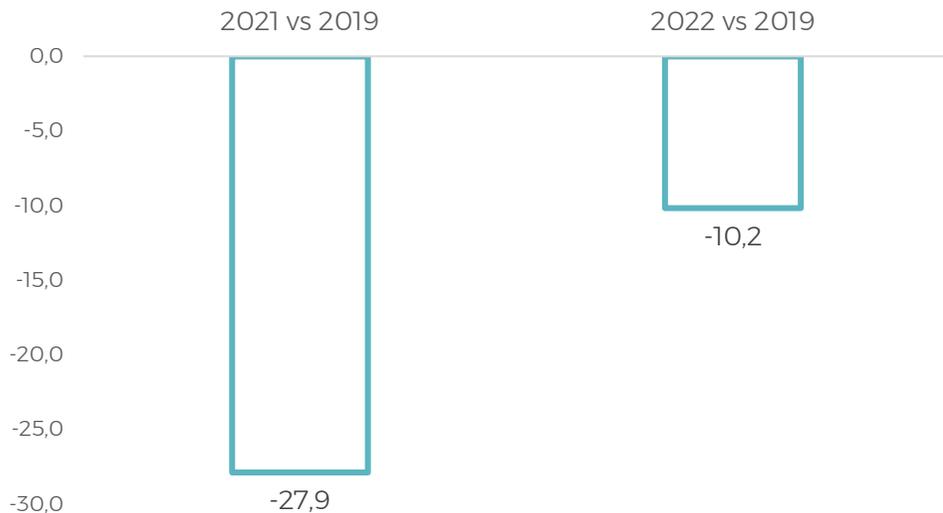
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



MURCIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

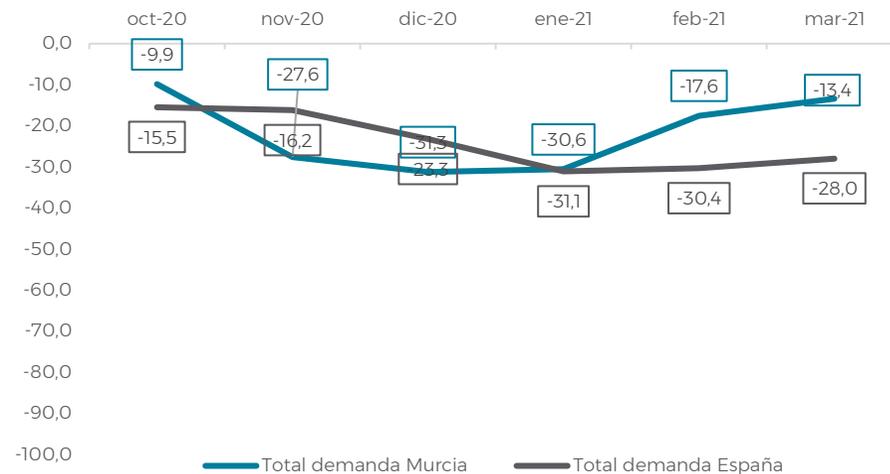
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **MURCIA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



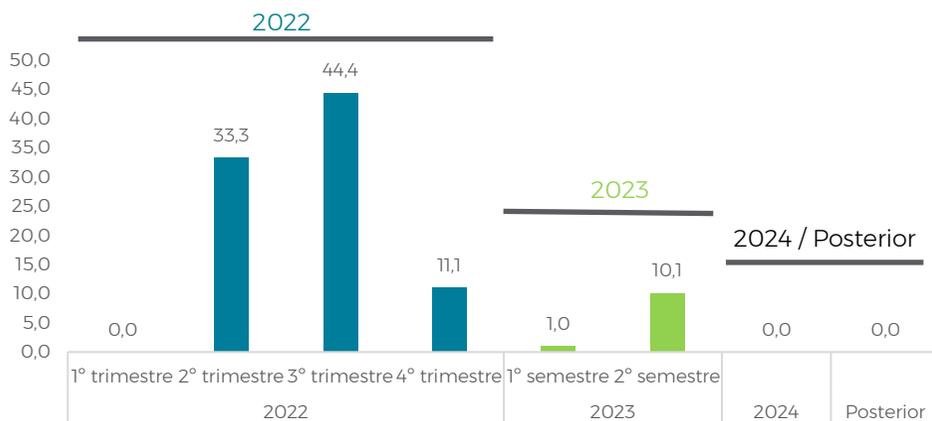
Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **MURCIA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **MURCIA**

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

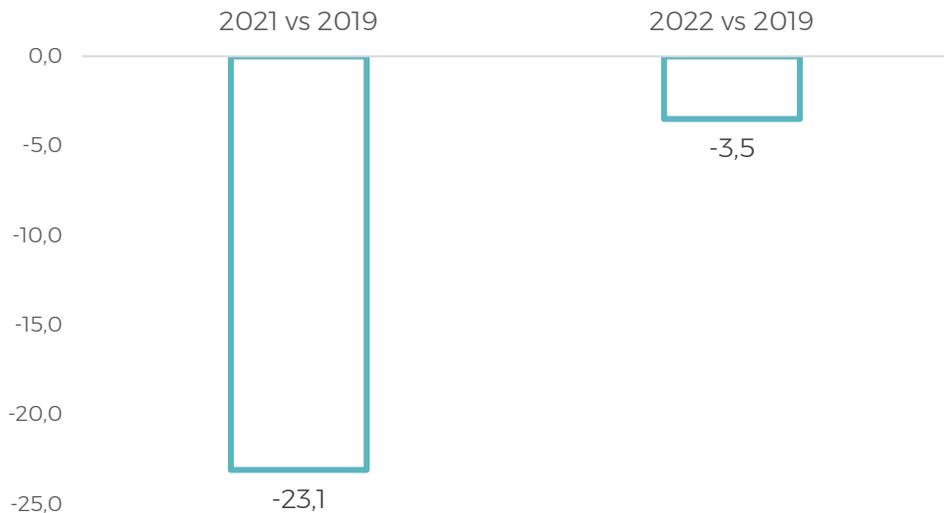


NAVARRA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **NAVARRA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

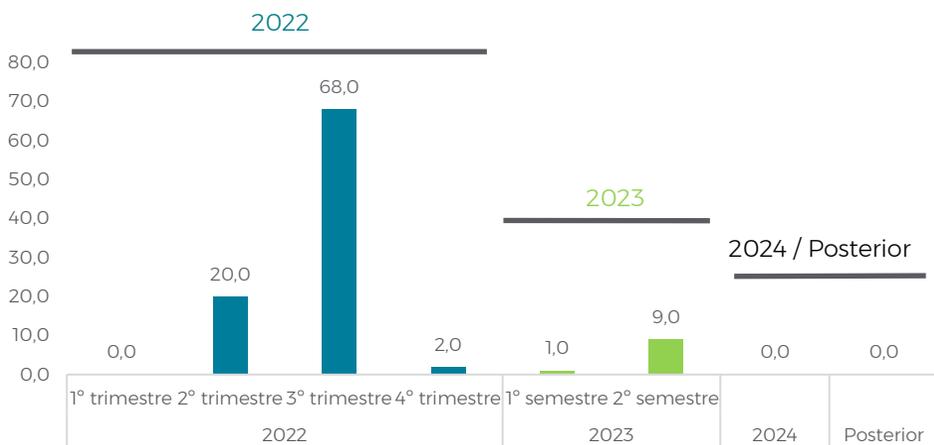


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

NAVARRA

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

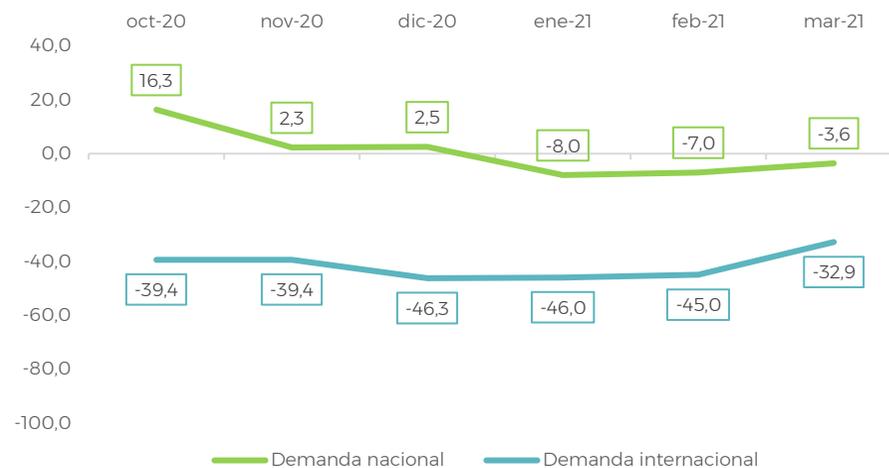
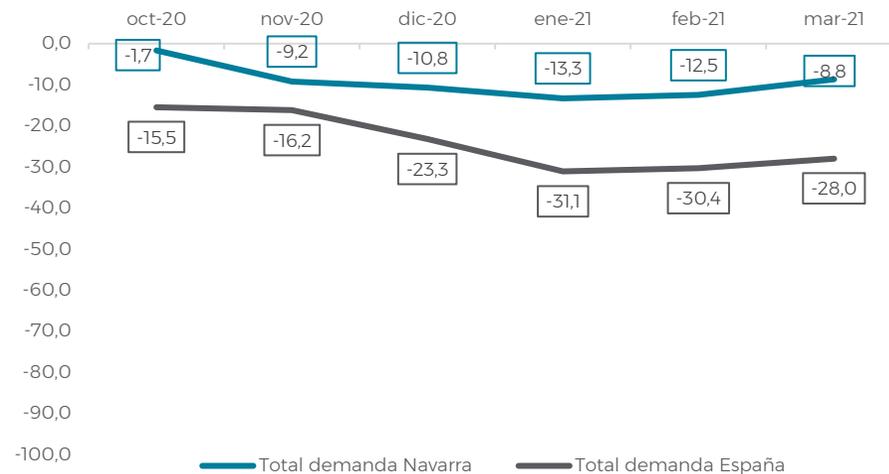
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **NAVARRA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)

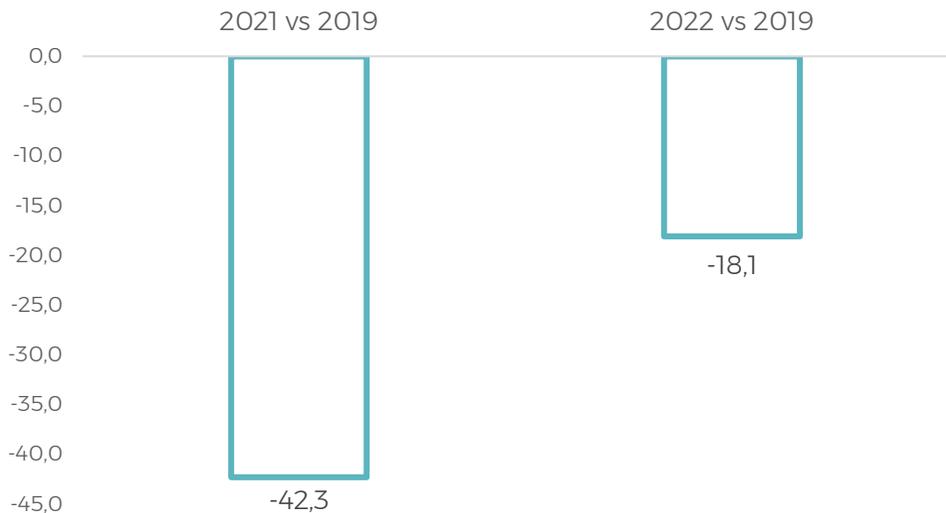
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



PAÍS VASCO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

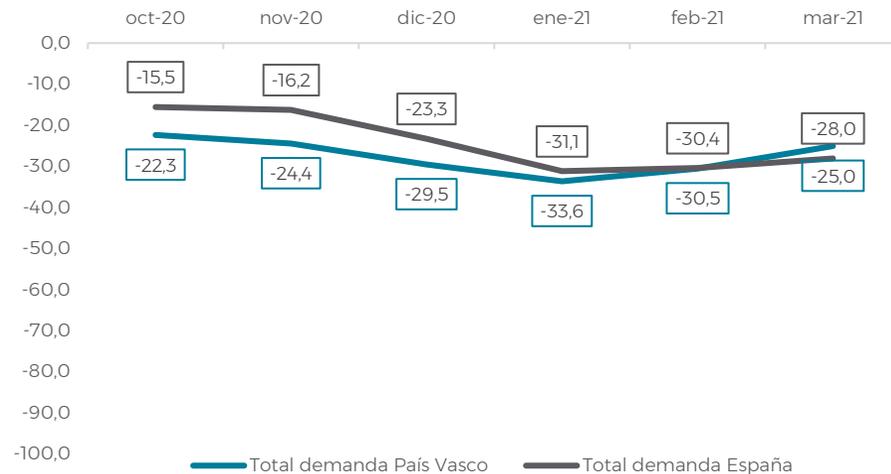
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **PAÍS VASCO**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



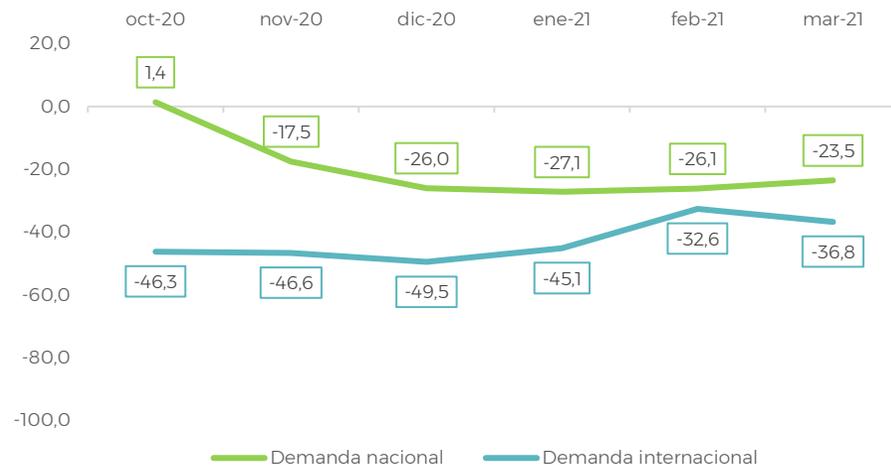
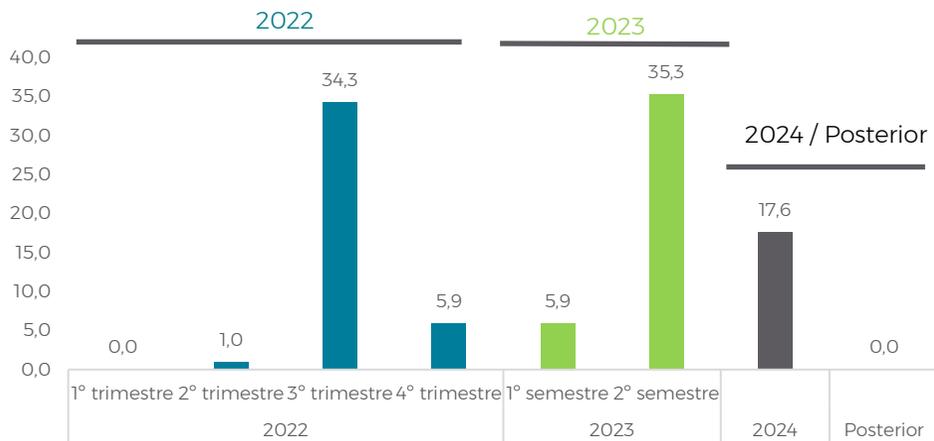
Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **PAÍS VASCO**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **PAÍS VASCO**

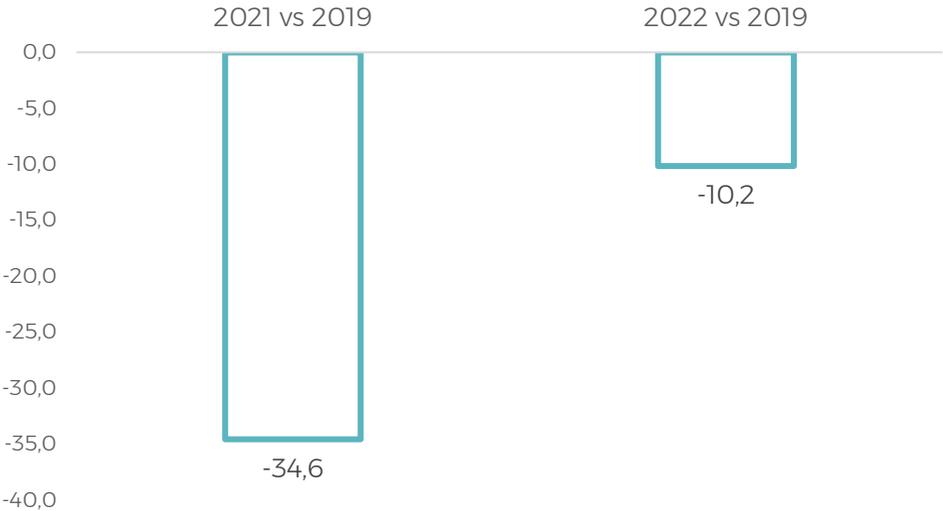
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



LA RIOJA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

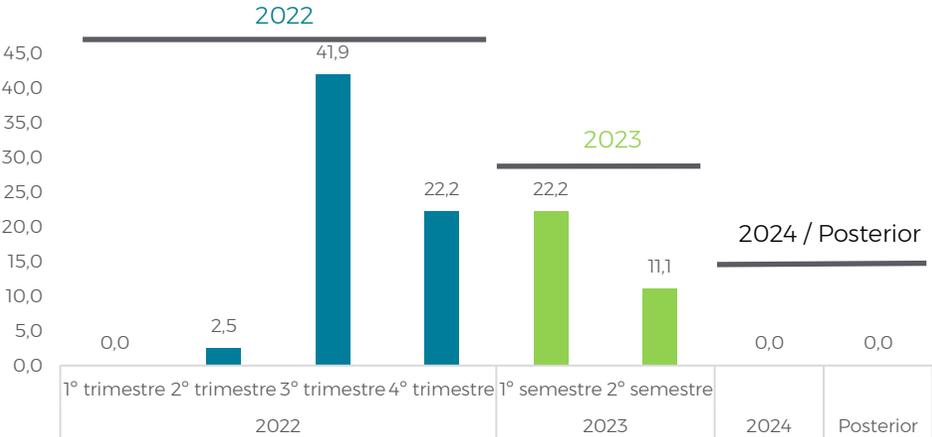
¿Cuál ha sido el porcentaje de variación en sus ventas en 2021 y el esperado para 2022 con respecto a 2019? **LA RIOJA**

Niveles de facturación Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



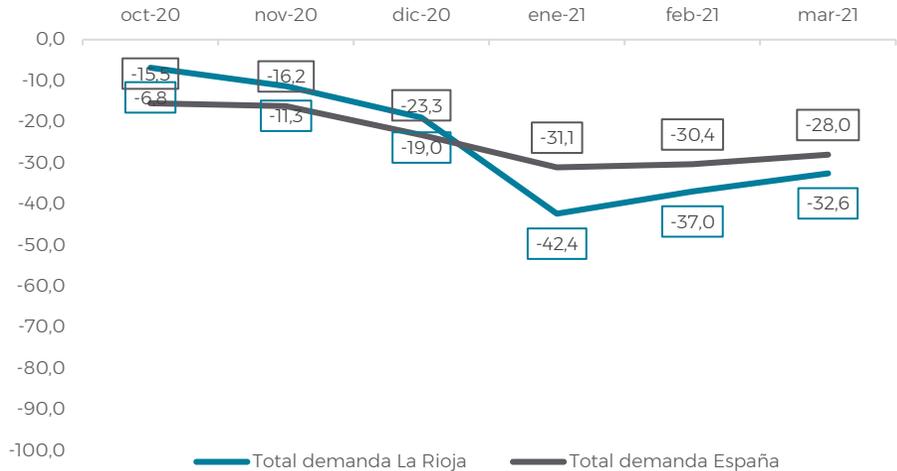
Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
LA RIOJA

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Variación interanual de las ventas en el IV trimestre de 2021 y previsiones para los meses del I trimestre de 2022 **LA RIOJA**

Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



(*) Muestra insuficiente para mostrar el desglose de demanda nacional e internacional.



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 79

ENERO 2022

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2021
Y PERSPECTIVAS PARA 2022