

# El turismo sube precios por la guerra, pero ya apunta a la plena recuperación

► El sector sitúa el PIB turístico a cierre de 2022 en más de 140.000 millones, el 90% de los ingresos prepandemia

ANTONIO RAMÍREZ CEREZO  
MADRID

El turismo abre por fin las puertas a la recuperación, pero no será tan revitalizante como se esperaba por la complicada coyuntura global que está desbocando los precios a niveles no vistos en varias décadas, además de por la «inacción» del Gobierno que ha dejado al sector fuera del paquete de ayudas para hacer frente a los efectos de la guerra de Ucrania. Todo ello ha llevado a las empresas turísticas a tomar decisiones en favor de su tesorería, que sigue en mínimos tras dos años de pandemia. Aunque las firmas del sector siguen ajustando sus márgenes al máximo para no repercutirlos al cliente, irremediablemente ya se ven obligadas a subir precios por la espiral inflacionista.

El último informe de perspectivas de la Alianza para la Excelencia Turística (**Exceltur**), publicado ayer, muestra cómo la repercusión de los sobreprecios a los precios es ya la principal preocupación para el sector turístico. Así las cosas, la subida de la energía (+28,3%), carburantes (+26,2%), suministros (+16,7%) y laborales (+7,8%) impactan de lleno en hoteles y compañías de transporte, que ya aseguran acusar en márgenes y resultados los efectos del conflicto.

Una desdicha por la que las empresas hacen ya malabares para no acabar recayendo el total del sobreprecio al cliente. En este sentido, la mayoría de ellas asegura que apenas repercutirán un 25% del excedente total sobre los precios de sus productos. Las más predispuestas a subir precios serán los alojamientos turísticos de costa, que calculan un alza del 40% sobre el total del golpe inflacionario recibido desde el 24 de febrero. «En cualquier caso, son todavía precios un 3% por debajo de los que existían en 2019», aseguró ayer el director de estudios de **Exceltur**, Óscar Perelli, durante la presentación del informe.

Pero a pesar del alza, todo apunta a que el año 2022 acercará al sector a la plena recuperación. En suma, **Exceltur** calcula que el PIB turístico para el conjunto de 2022 podría alcanzar los 141.681 millones de euros. Es decir, un 91,6% de los niveles prepandemia de 2019. «Ello supondría una revisión al alza de seis mil millones respecto a nuestra propia previsión de enero, si



El turismo espera recuperarse al completo en 2023 // REUTERS

bien aún son trece mil millones menos que los conseguidos en 2019» destaca la organización, que cree que la plena recuperación no llegará hasta 2023 o en trimestres posteriores. Aunque sí se espera recobrar ya el 100% de la demanda nacional y el 91% de la foránea respecto al último año de normalidad.

Las previsiones para las próximas semanas incitan a pensar que se cumplirán o superarán estos cálculos. Para Semana Santa, el turismo espera alcanzar el 90% de la actividad registrada en

2019. Entre los más optimistas, los subsectores de alojamiento, con un 5,4% menos de ventas que la campaña de 2019, y especialmente aquellos con mayor orientación a la demanda nacional.

Las perspectivas también son buenas para el cierre del segundo trimestre, para el que se espera alcanzar el 85% de actividad respecto al último año antes del Covid-19. Misma cifra que ha celebrado el sector en el primer trimestre, tras una previsión inicial de caída del 30% debido al impacto de Ómicron.

La amenaza del virus ya la ven diluida en el sector, al igual que el impacto en las reservas por la guerra de Ucrania, que aseguran, solo provocó una caída del 7% de las reservas con efecto inmediato para Semana Santa. Aunque reconocen la posibilidad de perder al turista ruso, fundamental en algunas zonas del litoral catalán (Costa Dorada y Costa Brava) y algunos establecimientos de Canarias. En todo caso, «se trata de mercados para los que tampoco se esperaba una clara recuperación, según se desprende de la evolución por mercados hasta febrero», analizan.

Pero en los primeros meses del año ha vuelto a ser el turista nacional quien ha tirado del carro y en marzo ya se situó tan solo un -13,1% por debajo de 2019, viéndose acompañado además por la notable reactivación de la demanda extranjera (-22,3% marzo vs. 2019, estaba en -37,7% en enero), a pesar de las incertidumbres de la guerra, y liderada por el Reino Unido. Nuestro principal mercado emisor rozó en los dos primeros meses del año el millón de visitantes, según el INE, al calor de la temporada alta en Canarias y tras la relajación de restricciones por el virus del Gobierno de Boris Johnson.

Lo que también lleva al archipiélago canario a ser uno de los motores para la remontada tras la pandemia. Así, esta comunidad cerró el primer trimestre con sus niveles de ventas un 10% por debajo respecto a 2019. Unas buenas cifras que

## LUCES Y SOMBRAS

### Impulso nacional

La recuperación del sector en los primeros meses del año ha seguido marcada por los movimientos nacionales, con una marcada preferencia por el turismo interior. La patronal espera recuperar el cien por cien de la demanda nacional a cierre de este 2022.

### Sin ayudas

El turismo lamenta que el Gobierno les haya dejado fuera del paquete de medidas para paliar los efectos de la guerra en Ucrania, y avisa de que los daños de la inflación se traducirán en menos inversión y creación de empleo. También denuncian su ausencia en los proyectos a cargo de los fondos europeos.

### Vuelta de los extranjeros

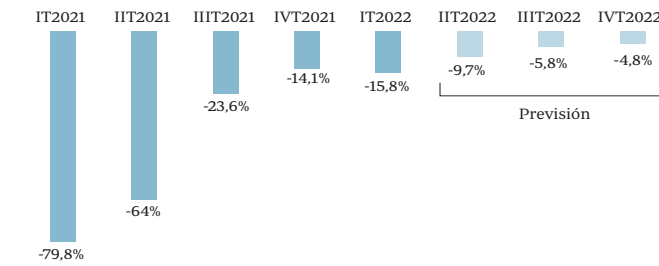
La llegada de visitantes extranjeros ya empieza a ser notoria y en marzo se situó un 23% por debajo del último año de normalidad. El turismo espera remontar esa cifra a cierre de año hasta atraer al 91% de los foráneos que llegaron a España en 2019.

### Rusia, el 2% del gasto

**Exceltur** cree que la pérdida del turista ruso no tendrá mayores consecuencias, aunque había cobrado importancia en los últimos años. En 2019, los visitantes rusos en España gastaron 1.992 millones de euros, con un gasto medio por persona de 1.500 euros, alrededor de un 2% del PIB turístico español.

## PIB turístico trimestral años 2021-2022

Tasas de variación respecto mismo período de 2019



Fuente: [Exceltur](#)

ABC

se han confirmado en un mes de marzo, que ha dejado a la región rozando la plena recuperación, tan solo un 3% por debajo del año pre-pandemia.

Pero, curiosamente, son las comunidades del interior la que más rápido se recuperan, por la elección del turista patrio de destinos nacionales durante el invierno, todavía por pavor a viajar al extranjero por la pandemia. Extremadura incluso ha superado en un 0,1% los ingresos del primer trimestre respecto a 2019. Todavía por debajo de 2019, pero muy cerca de la recuperación, se han quedado entre enero y marzo Castilla-La Mancha (-3,6%), Asturias (-5,1%), Galicia (-8,2%), Castilla y León (-9,6%) y Aragón (-10%).

Desde [Exceltur](#) destacan que son las grandes ciudades (Barcelona, Bilbao, Madrid, Zaragoza, Sevilla, Valencia) los destinos que más están tardando en sobreponerse, por el doble efecto de la tardanza en la recuperación de los turistas de mercados de largo radio y la aún ralentizada recuperación del turismo de negocios. Algo en lo que también ha incidido la invasión de Rusia en Ucrania, que tiró a la baja la demanda proveniente desde Estados Unidos.

La herida es más profunda en Barcelona, principal destino urbano junto a Madrid, al que la pérdida del visitante intercontinental dejó su PIB turístico un 50% por debajo de 2019 en enero y febrero. Aunque la patronal turística señala que en estos datos no están incluidas las ventas de las empresas del sector durante la semana del Mobile World Congress, celebrado entre el 28 de febrero y el 4 de marzo. En todo caso, la pérdida de estos mercados sitúa a Madrid (-17,8%) y Cataluña (-14,7%) a la cola de la recuperación en el segundo trimestre.

### Desigual

Pero la recuperación sigue siendo asimétrica por subsectores. Desde [Exceltur](#) remarcan la lenta recuperación de las ventas y actividad de las agencias de viajes españolas por las incertidum-

bres aún existentes (-32,3% en sus ventas en marzo vs 2019). Por el contrario, los hoteles (-12,5% en marzo vs. 2019), compañías de transporte (-14,9%), alquiler de coches (-12,9%) y actividades de ocio (-18,9%) cierran marzo con una notable mejoría en sus niveles de ventas respecto a 2019.

El sector también pone el foco en la recuperación de trabajadores cualificados, tras el trasvase a otros sectores por la escasa actividad en los últimos 24 meses. Reconoce que muchos establecimientos, sobre todo de costa, ya perciben serios problemas para atraer de vuelta a estos empleados al sector, aunque remarcan el acercamiento en el nivel de empleo en las ramas relacionadas con el turismo a los niveles pre-pandemia, hasta situarse en marzo tan solo un -3,5% por debajo de los de 2019, según los datos de la Seguridad Social.

### Sin ayudas

El sector celebra la revisión al alza de sus previsiones, pero lamenta la falta de ayudas estatales en un momento donde cada euro es bienvenido. «No cabe la idea de postergar y dejar de priorizar la necesidad de ayudas a nuestro sector por haber demostrado una mejor resiliencia que otros sectores. Ni tampoco por nuestra capacidad empresarial para resurgir del devastador hoyo del que venimos tras la pandemia y, por si fuera poco, ante el aún volátil escenario de la guerra y sus potenciales incertidumbres turísticas conexas» lamentó ayer el vicepresidente ejecutivo de [Exceltur](#), José Luis Zoreda. El directivo ya avisa de que la pérdida de márgenes de las empresas del sector por la inflación se traducirá en menor capacidad de inversión y de crear empleo.

Zoreda también denuncia el abandono del Gobierno al sector con vistas al gasto de los fondos europeos. El turismo será una de las pocas industrias que no tenga Perte sectorial. «No habrá otra oportunidad igual para poder llevar a cabo la transformación digital que necesitan los destinos más vulnerables de este país. Hay sectores no menos relevantes que el nuestro que ya tienen su propio Perte y nosotros seguimos sin propuesta. Ningún ministro nos ha sabido dar una razón» aseveró el vicepresidente ejecutivo de [Exceltur](#).

**El sector avisa de la pérdida de trabajadores cualificados con vistas al verano, por la menor actividad desde 2020**