

El turismo elevará su PIB a 141.000 millones pero los costes hundieron sus márgenes

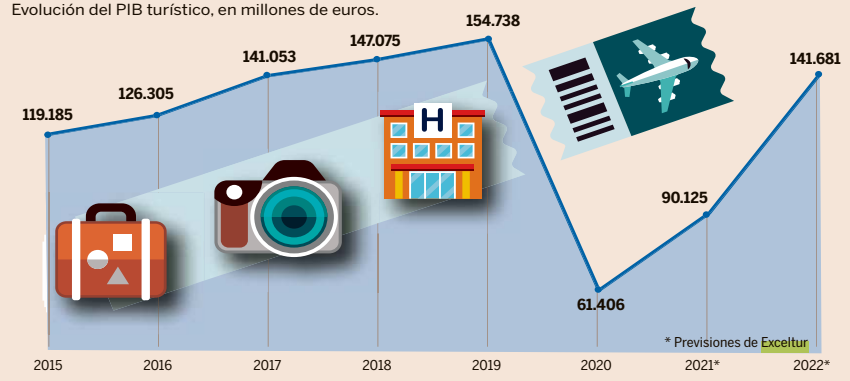
EN 2022/ Exceltur prevé una Semana Santa muy favorable, con unas ventas próximas al 90% de los niveles prepandemia a pesar de la guerra de Ucrania. Espera que el PIB turístico alcance el 91,6% del nivel pre-Covid a finales de año.

J. Díaz, Madrid
 El sector turístico está sometido a la presión de fuerzas de muy diferente signo, provocando que las expectativas para este año sean ambivalentes o, si se prefiere, agrías y dulces al mismo tiempo. De un lado, el sector aprecia claros signos de recuperación de la actividad turística gracias al apetito y fortaleza de la demanda interna y a la gradual recuperación del turista foráneo, especialmente de Reino Unido, a pesar del estallido de la guerra en Ucrania y de los últimos coletazos del Covid. Pero, de otro, las empresas afrontan el futuro inmediato con un fuerte deterioro de sus márgenes por la espiral inflacionista, que ha disparado sus costes operativos y amenaza sus cuentas resultados. Así se desprende del informe presentado ayer por Exceltur, en el que la alianza turística, que agrupa a los mayores grupos empresariales vinculados con el sector (Melía, NH, Hesperia, Riu, Amadeus, Logitravel, Renfe o Iberia, entre otros) hizo balance del primer trimestre de 2022 y actualizó sus perspectivas para el conjunto del año tras la agresión de Rusia a Ucrania, que ha puesto

en jaque la recuperación económica. En el lado positivo de la balanza, Exceltur prevé que, pese al conflicto bélico, la actividad coja velocidad de crucero en los próximos meses hasta llevar el PIB turístico por encima de los 141.681 millones en el conjunto de 2022, 6.000 millones más que en la previsión anterior y 51.556 millones por encima del dato de 2021 (una mejora del 57%), hasta recuperar el 91,6% del PIB previo a la pandemia. Para alcanzar la plena recuperación aún resta un 8,4% de PIB y todo apunta a que ésta no llegará hasta el primer semestre de 2023. De hecho, el 67,1% de las empresas turísticas asume que será ese año cuando recobren la actividad total previa al Covid, según los resultados de una encuesta realizada por Exceltur. La buena noticia es que un 32,9% de las compañías confía en lograrlo ya en 2022, en concreto las empresas hoteleras y de servicios de ocio, mientras que las agencias de viaje y las compañías de transportes de pasajeros retrasan a 2023 la salida final del túnel lastradas por los abultados costes operativos y la incertidumbre que

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA RECUPERA EL PULSO

Evolución del PIB turístico, en millones de euros.



Expansión

Fuente: INE y Exceltur

persiste en el ámbito internacional.

Semana Santa en positivo
 Los pronósticos de Exceltur están supeditados a que el Covid no dé nuevos sobresaltos y a que "el conflicto bélico en Europa sea de corto alcance temporal y territorial". De hecho, la visibilidad es mayor a corto que a medio plazo. Así,

los niveles de ventas y reservas para Semana Santa se acercan ya en promedio al 90% de los registrados en 2019, según la alianza turística, que ve muy posible que algunas empresas y destinos superen ese porcentaje "ante la creciente propensión a las ventas de último minuto". La mejora de las perspectivas se extiende por todo el

territorio español, pero destacan destinos de interior como Extremadura, Navarra, Aragón, Castilla-La Mancha y Cantabria. Todas esas regiones prevén superar esta Semana Santa los niveles de ventas pre-Covid, mientras que Canarias estaría cerca (un 0,7% por debajo) y Baleares a un 3,4% de lograrlo. A ello se une la gradual recuperación

de la demanda foránea, con una mejora esperada de diez puntos en el segundo trimestre, y el relativamente acotado impacto "que por el momento ha tenido el conflicto bélico sobre los niveles de reservas", plasmado en una caída del 7,7%. A pesar de ello, las ventas en este segmento todavía seguirán un 19,2% por debajo de los niveles del mismo pe-

El sector asegura que solo podrá repercutir en precios una cuarta parte del alza de sus costes

riodo de 2019.

Deterioro de márgenes

En el otro fiel de la balanza, el de los contrapesos negativos, la mayor amenaza para el sector en estos momentos son los abultados costes operativos fruto de la desorbitada subida de la inflación por la energía, que la guerra en Ucrania ha exacerbado, y que están deteriorando “notable y aceleradamente los márgenes y resultados empresariales”. Una bola de nieve que crece y que, amén de disparar los costes de las empresas, encarece los desplazamientos turísticos y merma “la capacidad de consumo y gasto turístico de hogares y empresas” por su impacto general sobre la economía, objeto ya de una avalancha de revisiones a la baja en el crecimiento previsto para este año.

Para el sector es una pésima noticia, porque llueve sobre mojado. Las empresas turísticas denuncian caídas medias en ingresos del 55% respecto a los niveles de 2019, lo que, unido a la anémica rentabilidad, “afectará de manera relevante a su recuperación de tesorería tras las notables caídas por la pandemia”. Máxime en un contexto en el que las compañías del sector solo serán “capaces de trasladar a precios poco más de un cuarto de sus incrementos de costes (el 26,3%)”, según una encuesta realizada en marzo por **Exceltur**, que muestra que, solo desde el inicio de la guerra en Ucrania, las empresas turísticas afrontan subidas medias del 28,3% en gas y electricidad; del 26,2% en costes del carburante; del 16,7% en suministros y del 7,8% en costes salariales. Y es que a diferencia del PIB turístico, todavía un 8,4% inferior al nivel prepandemia, el empleo en el sector se situó en marzo solo un 3,5% por debajo de las tasas del mismo periodo de 2019 gracias a la mejora de la actividad y a las perspectivas favorables para Semana Santa y primavera.

La alianza turística insistió ayer en la necesidad de un Perte específico para el turismo, un sector clave para la economía española y que se siente “agraviado por la existencia de siete u ocho Perte en sectores menos relevantes”, según denunció el vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**, José Luis Zoreda.