



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 82

OCTUBRE 2022

VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL
DEL VERANO (IIIT) DE 2022 Y
PERSPECTIVAS PARA EL IVT Y CIERRE DE
2022



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL
VERANO (IIIT 2022)

01 El turismo consolida la vertiginosa recuperación de sus ingresos *–que no de márgenes y resultados empresariales–* en unos atípicos meses de verano (el PIB turístico nominal se sitúa un +2,7% por encima de 2019), donde ha tenido un mayor efecto compensatorio el tirón por la demanda embalsada y con ansias de viajar tras los dos años de pandemia, que los adversos condicionantes geopolíticos y macroeconómicos acontecidos

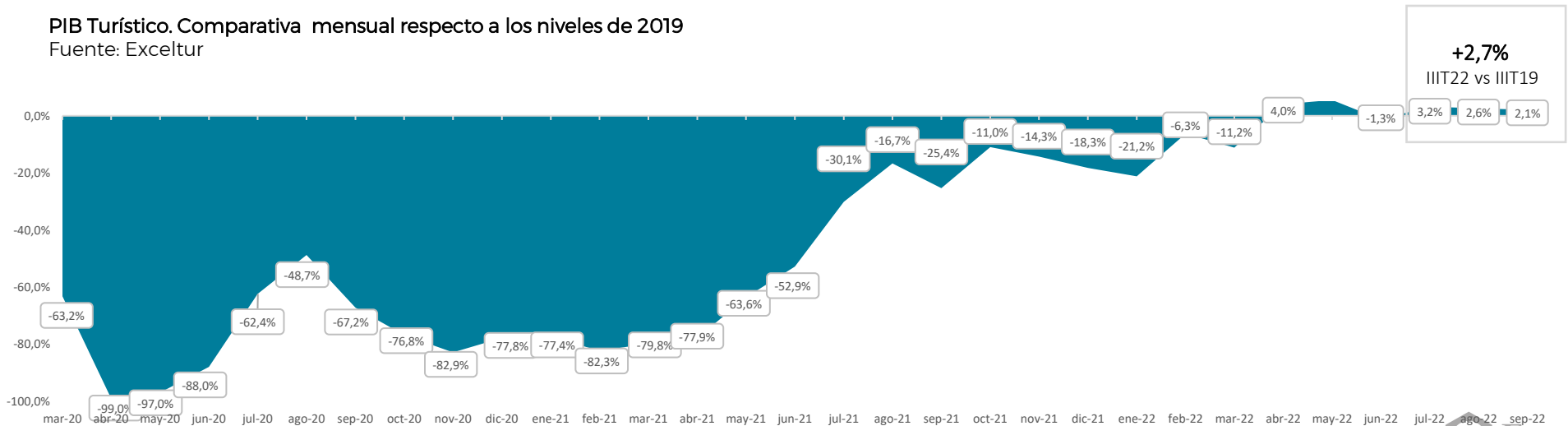
El verano de 2022 se cierra con un aumento notable y atípico de la actividad turística, que acelera hasta el +2,7% su crecimiento (medido por el PIB nominal) en el tercer trimestre de verano respecto a los registros de 2019. Un trimestre más las ingentes ganas de viajar derivadas de los dos años de limitaciones por la pandemia y el ahorro acumulado en este período han podido más que la incertidumbre geopolítica por la guerra de Ucrania y los adversos condicionantes macroeconómicos en forma de inflación energética y de alimentos, corte de cadenas de suministro y subida de los tipos de interés, impulsando una intensa recuperación de los ingresos de las empresas turísticas españolas.

El tirón turístico del verano principal sostén de la economía española

La fuerte recuperación del turismo explicaría el 72,2% del crecimiento del PIB español en el tercer trimestre de 2022. Este atípico crecimiento de la actividad turística en España durante los meses de verano, por encima de lo que apuntarían los condicionantes macro, se ha erigido como el principal puntal y sostén de la economía española en el tercer trimestre. El turismo recupera 15 mil millones respecto al verano de 2021, lo que explica el 72,2% de los 21 mil millones de crecimiento previsto para el conjunto de la economía española en este IIIT de 2022.

PIB Turístico. Comparativa mensual respecto a los niveles de 2019

Fuente: Exceltur



02 A pesar de la fuerte recuperación de las ventas en el tercer trimestre de 2022 (cierran el verano un +1,6% por encima de 2019), las empresas turísticas muestran en lo que llevamos de año, menores tasas de crecimiento respecto a los valores de 2019, que el resto de los sectores relevantes de la economía española. Hoteles y actividades de ocio son los subsectores que cierran un mejor verano, dentro de una creciente asimetría de desempeño por empresas

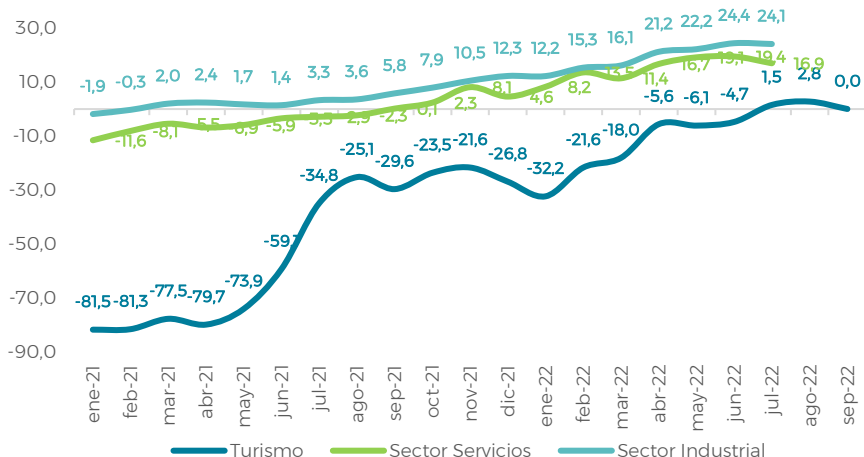
Aún suponiendo la recuperación de las ventas- *que no aún de márgenes y resultados*- de las empresas turísticas una muy positiva señal de resiliencia del sector turístico español, especialmente por producirse en unas condiciones geopolíticas y macroeconómicas cada vez más adversas, el +1,6% de aumento de actividad por encima de 2019 se encuentra bastante lejos respecto a los registros de la mayor parte de los grandes sectores de la economía española, que llevan tiempo habiéndolos superado. De hecho, estos sectores han operado con cierta normalidad en estos dos últimos años, lo que les ha llevado a crecimientos continuos de sus ventas y situarse en 2022 en valores dos dígitos por encima de 2019.

Los hoteles (+9,2% en ingresos julio-septiembre vs 2019), y dentro de éstos, los vacacionales de la costa (+9,9%) mejor que los urbanos (+7,3%), y las actividades de ocio (+4,9%), gracias al buen comportamiento de los campos de golf (+11,9%) y los parques de ocio (+8,9%) y en menor medida los museos (+3,7%) son los que registran el mejor balance de este verano, ya bastante por encima de 2019. Por su parte, el transporte se acerca a esos niveles prepandemia (-1,1%), con el rent a car algo peor de lo esperado (-5,1%) y las agencias registrando el mayor retraso (-11,1%). Este disímil balance por subsectores se extiende de forma más marcada por empresas, donde vuelven a destacar aquellas con productos/marcas más diferenciados, y mayor escala y capacidad de gestión para optimizar su ahorro de costes

Nivel de actividad (ventas) del sector turístico español vs 2019 comparado con el resto de ramas industriales y de servicios

Variación vs 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur, Índice de Actividad del Sector Servicios, Índice de Producción Industrial e Índice de Precios Industriales

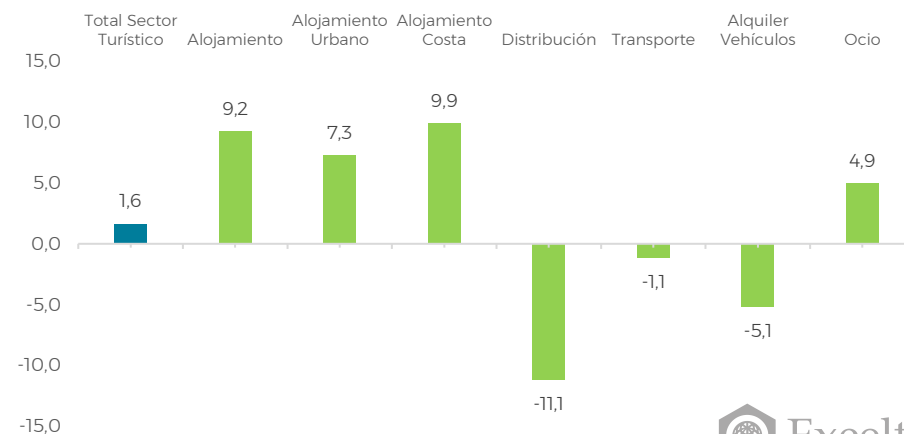


Nota: se han tenido en cuenta los precios del sector industrial excluyendo la energía.

Nivel de ventas de las empresas turísticas en el III Tr de 2022 vs III Tr de 2019

% de variación

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



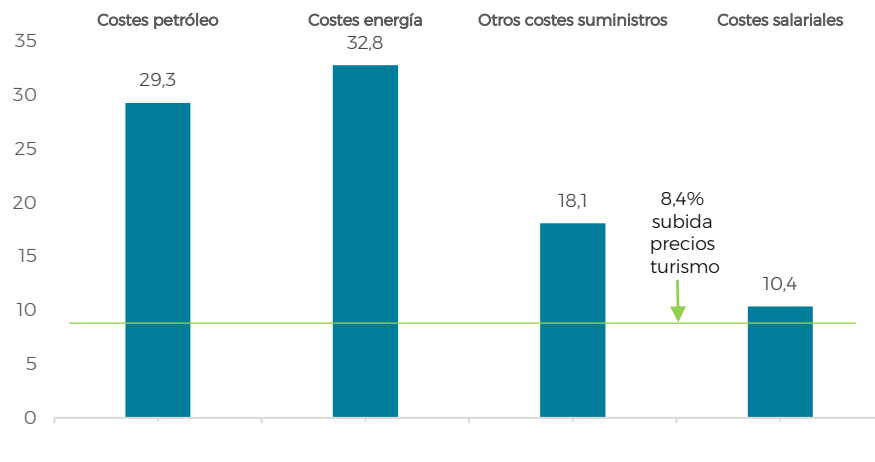
03 El balance empresarial turístico de este verano de 2022, en términos de márgenes y resultados, se ha vuelto a ver lastrado por el fuerte aumento de costes (un +32,8% los energéticos, un +18,1% los de suministros y un +10,4% los laborales) y los problemas operacionales derivados del acceso a personal formado, que ha impedido trasladar a resultados la mayor fortaleza de la demanda y la mejora parcial de los precios

El tercer trimestre ha estado marcado por una intensificación del aumento de los costes empresariales, muy por encima de la recuperación parcial de precios, lo que ha lastrado la capacidad de mejorar los márgenes y resultados en la misma intensidad. La subida de costes (energéticos (+32,8%), suministros (+18,1%), laborales (+10,4%) y financieros, se ha situado por debajo de la de los precios finales (suben un +8,4% según el INE en jul-ago respecto a 2021). En este ámbito se identifican profundas diferencias entre aquellas empresas de mayor tamaño con capacidad para contratar coberturas y generar economías de escala frente a las pymes.

Los precios de los servicios turísticos se han recuperado parcialmente en 2022, aunque en todas las ramas el aumento se sitúa por debajo del crecimiento medio de los mismos respecto a 2019. Tan sólo los hoteles, gracias a una combinación de fortaleza de su demanda, compra de productos más premium y el esfuerzo de inversión en transformación de las instalaciones durante los dos últimos años superan (+14,3%) el aumento acumulado de los precios desde 2019 del conjunto de bienes de consumo del IPC (+13,4%). Los restaurantes (+9,4%), ocio cultural (+5,8%) y paquetes turísticos (+7,3%) acumulan aumentos menores en jul-ago de 2022.

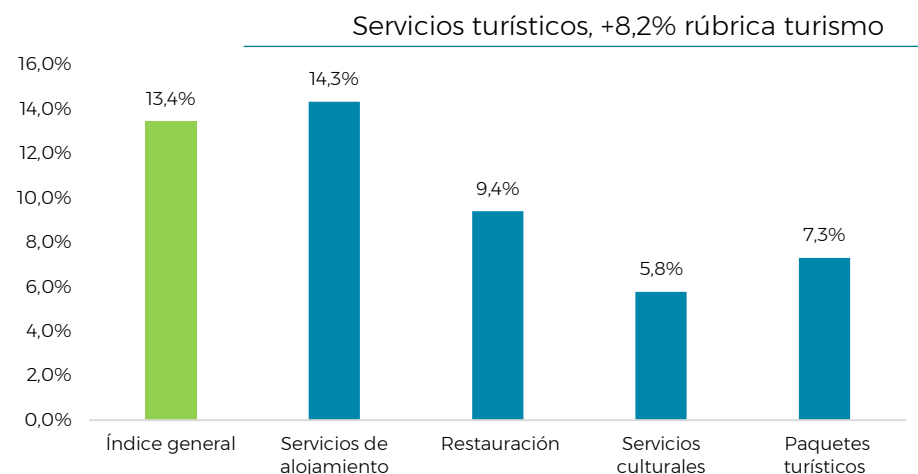
Aumento de los costes empresariales vinculado a la escalada de los precios del combustible, la energía, otros suministros y costes salariales en el 3T de 2022

% de impacto en los costes de la compañía
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Comparativa de la variación media de los precios al consumo en España del total de la economía española respecto los servicios turísticos. Jul- ago 2022-2019

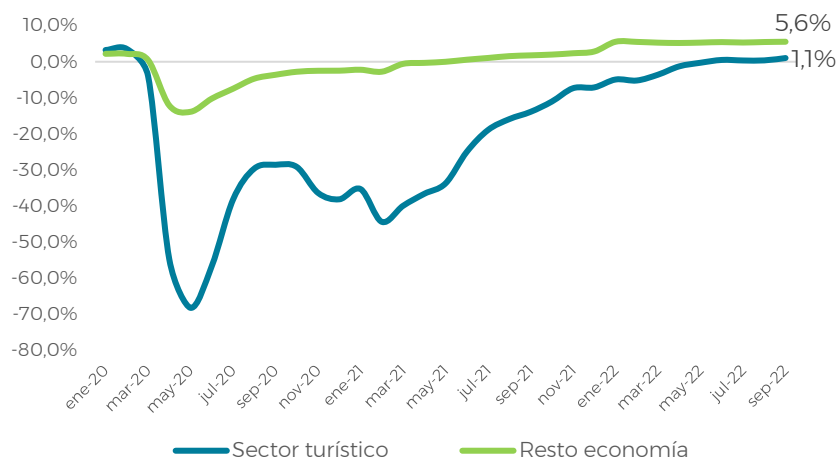
Fuente: EXCELTUR a partir del IPC (INE)



04 El turismo cierra septiembre con la creación de un mayor y más estable nivel de empleo. Los afiliados a la seguridad social se sitúan ya un +1,1% por encima de los de 2019, todavía por debajo del resto de la economía española (+5,6%), con un notable aumento de la contratación estable (la tasa de temporalidad turística pasa del 30,4% de febrero al 11,0% en septiembre de 2022) por la adopción generalizada del contrato fijo discontinuo

Impacto de la Covid-19 sobre el empleo en el sector turístico español

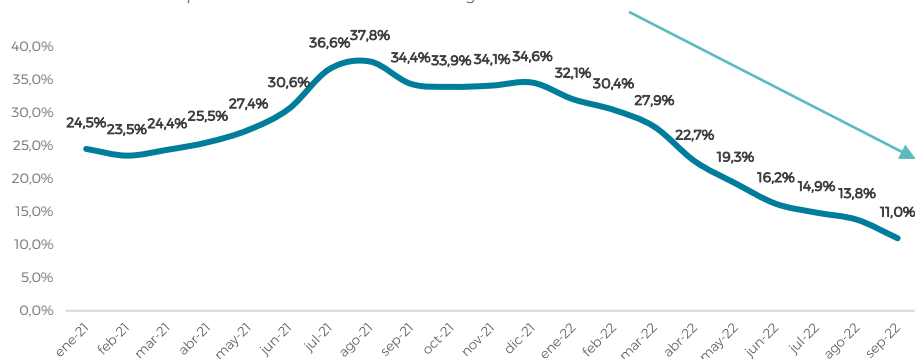
(número de AFILIADOS y trabajadores en ERTE)



Afiliados medios con contrato temporal en el sector turístico 2021-2022

% sobre el total de afiliados

Fuente: Exceltur a partir de datos de afiliación de la Seguridad Social



Principales rasgos de la creación de empleo turístico

Se acelera la creación de empleo en el verano hasta el 1,1% respecto a los niveles de 2019. La creación de empleo podría haber sido mayor de no haberse producido múltiples dificultades para encontrar personal durante los meses centrales de este verano de 2022.

La asunción masiva de contratos fijos discontinuos para dotar de una mayor estabilidad al empleo ha reducido drásticamente la tasa de temporalidad en el sector turístico del 30,4% que registraba en febrero de 2022 (37,5% en septiembre de 2019) al 11,0% que presenta en septiembre de 2022. Las empresas turísticas han pasado de contratar 195.695 personas con esta modalidad en septiembre de 2019 (126 mil había en febrero de 2022) a los 413.911 con los que se cierra septiembre de 2022.

Con ello, por primera vez el sector turístico presenta un nivel de temporalidad en los contratos por debajo del resto de sectores de la economía española, que cierra septiembre en el 17,0%.

Se mantienen las dificultades para la contratación de personal para responder a las mayores necesidades operativas, que en algunos subsectores e infraestructuras (especialmente en aeropuertos y en algunas compañías) han generado tensiones para prestar el mejor servicio en los meses de verano.

La realidad de este 2022 sitúa como prioridad la necesidad de mejorar la imagen del sector como empleador, poner más en valor su atractivo laboral y extender las buenas prácticas en contratación, formación, retención y compensación de cara al futuro.

05

El mercado español vuelve a liderar el tirón de las ventas de las empresas turísticas durante el verano (+3,2% en ventas empresariales vs 2019), acompañado por un buen comportamiento del extranjero (+0,3%), que presenta un desigual balance por mercados, algunos todavía lejos de la normalidad prepandemia

Demanda española

Los españoles han intensificado su consumo turístico en los meses de verano, situándose un +3,2% respecto a los niveles de 2019, a pesar del deterioro de su renta disponible por la inflación y la subida de los tipos de interés. El buen comportamiento de julio (+2,4%) y, en especial de agosto (+3,9%), se ha desacelerado en septiembre (+2,8%), apuntando un cambio de tendencia a la baja para los meses de otoño (ver previsiones para el 4Tr), según los datos de la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

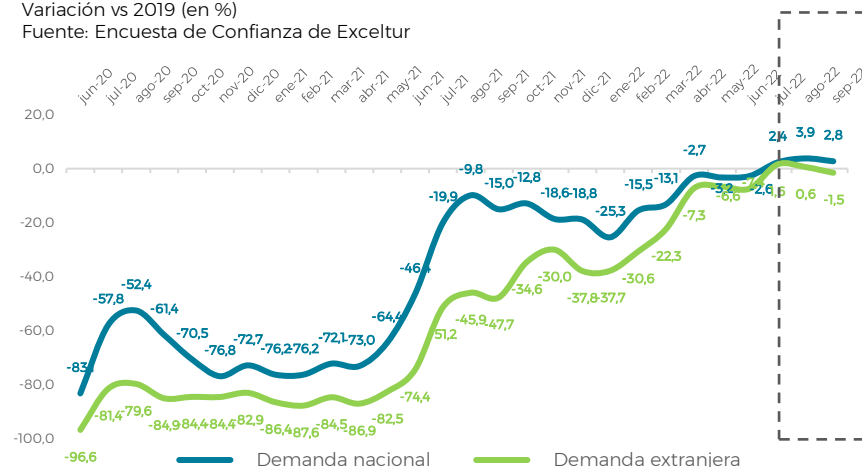
El deterioro de la situación financiera de las familias se ha reflejado en un mayor consumo de las tipologías y productos de menor gasto asociado. Así, en el ámbito del alojamiento para el que se dispone de mejor información, los mayores crecimientos se han producido en los campings (+12,7% en pernoctaciones jul-ago 2022 vs 2019), turismo rural (+9,9%) y apartamentos (+8,3%), mientras en hoteles comienzan a caer las noches en los de 5 estrellas (-2,2%), mientras suben en los 4 estrellas (+4,6%), en un contexto de aumento de precios.

La fuerte recuperación de los viajes al exterior (desde mayo los pagos por turismo en el exterior se han situado de forma continua por encima de los niveles de 2019, un +2,3% acumulado en este período) ha contenido un mayor aumento del consumo turístico interno en España. Se acaba así uno de los factores derivados de la pandemia que habían generado un mayor impulso de la concentración del gasto turístico de los españoles en los destinos españoles durante los meses de verano de los dos últimos años y que había tenido una notable incidencia sobre la pujanza de los productos de mayor valor añadido. En este 2022 el impacto de la recuperación de los viajes al exterior, normalmente de mayor coste, y la subida de precios se ha dejado notar en el gasto de los destinos y productos más premium de la geografía española.

Ventas de demanda nacional y extranjera de las empresas turísticas 2020-2022 vs 2019

Variación vs 2019 (en %)

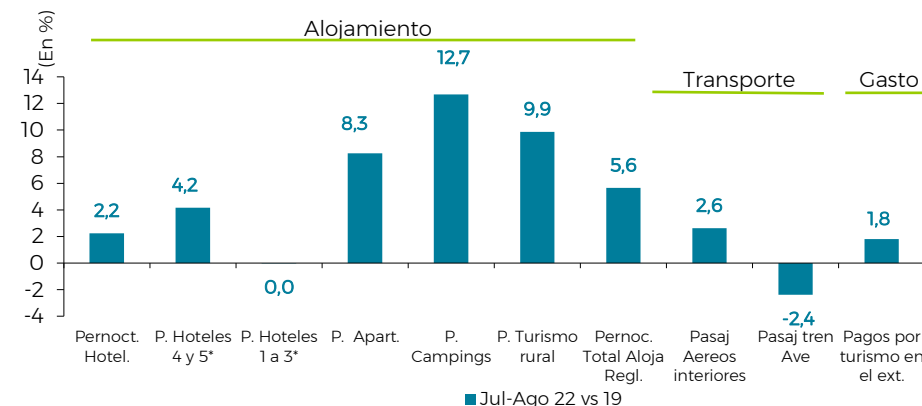
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Indicadores de demanda NACIONAL. Jul-Ago 2022/2019

(Tasa de variación respecto 2019, en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE, Bco de España



*Datos de transporte y de pagos por turismo de julio

06 La demanda extranjera pierde pujanza en afluencia respecto a los meses de primavera, percibiéndose sin embargo una positiva mejora de los niveles de gasto, especialmente en los hoteles, impulsado por el aumento parcial de precios, debido a la combinación de la mejora de producto con la necesidad de cubrir el fuerte aumento de costes

Demanda extranjera

La demanda extranjera ha ralentizado en agosto la fuerte recuperación que venía reflejando desde la Semana Santa. Los factores determinantes de la recuperación de la demanda turística hacia España se han mantenido en junio y julio, si bien se ha comenzado a percibir una cierta relajación de la presión de demanda a medida que ha avanzado el verano. Las ventas de las empresas turísticas a mercados extranjeros pasan de situarse un +1,6% en julio de 2022 respecto a los valores del mismo mes de 2019, a un +0,6% en agosto y un -1,5% en septiembre. Esta realidad es congruente con los datos oficiales de llegas de turistas a España (-12,8%, en agosto vs 2019 por el -8,2% que registraba en julio) y del gasto turístico (-2,5% en agosto por el +2,7% en julio, eliminando el transporte).

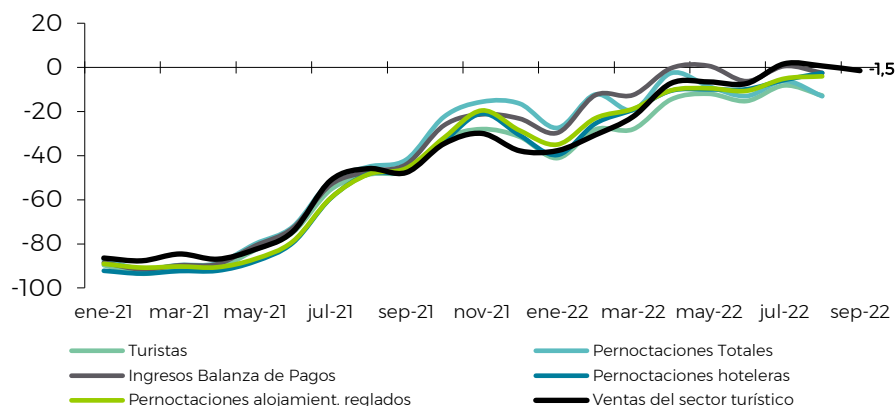
Se percibe un positivo mejor comportamiento de los indicadores de gasto de la demanda extranjera, muy especialmente en hoteles, si bien la mayor parte se explica por el aumento de los precios, en parte ello responde a la mejora de producto y la necesidad de trasladar parcialmente a precios el aumento de costes. Así, tanto el gasto total (-0,1% en jul-ago de 2022 respecto a 2019) como el gasto por turista (+11,8%) y el medio diario (+12,2%), reflejan un mucho mejor comportamiento que los indicadores de afluencia. El balance no es tan positivo cuando se elimina el efecto del aumento de los precios (+8,4%), que hace que estos incrementos por turista y turista y día se reduzcan al +3,4% y al +3,8%, respectivamente.

En el ámbito vacacional se observa un aumento notable de la competencia que en el Mediterráneo también se ha recuperado con celeridad, principalmente por parte de Turquía (de entre los países que existe información actualizada) así como del Caribe. En lo que llevamos de año hasta julio (último dato disponible) la llegada de turistas a Turquía de los mismos mercados europeos tradicionales para España se situaba ya un +13% por encima de los valores de 2019.

Indicadores de demanda extranjera 2021-2022

Tasa de variación en % (en 2021 y 2022 frente a 2019)

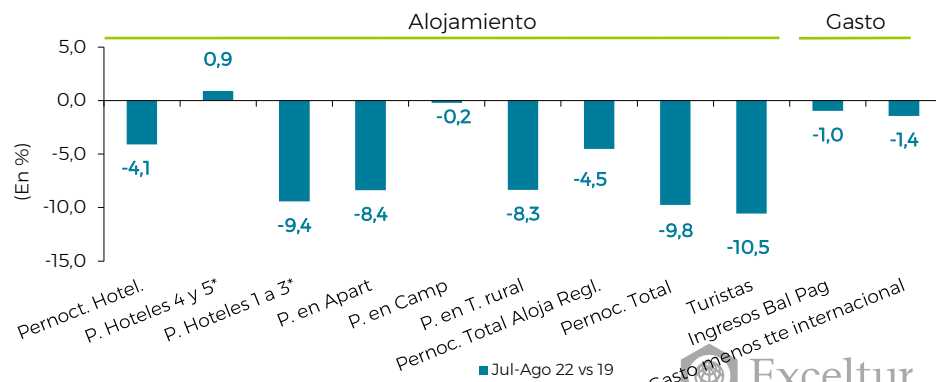
Fuente: Elaborado a partir de Encuesta de Confianza de Exceltur, Frontur, EGATUR y Balanza de Pagos



Indicadores de demanda EXTRANJERA Jul-Ago 2022/2019

(Tasa de variación vs 2019 en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH (*), EOAP, EOAC y EOTR, Frontur, Egatur y BdE



07 La falta de recuperación de los mercados nórdicos (-19,4% en pernoctaciones jul-ago vs 2019), la menor fortaleza del alemán (-3,8%) e italiano (-6,7%) y la falta de turismo ruso y asiático (Japón -72,1% y estar China aún cerrada) principales determinantes del retraso en la recuperación de la demanda extranjera. La demanda británica, francesa, centroeuropea y portuguesa mantienen un notable dinamismo

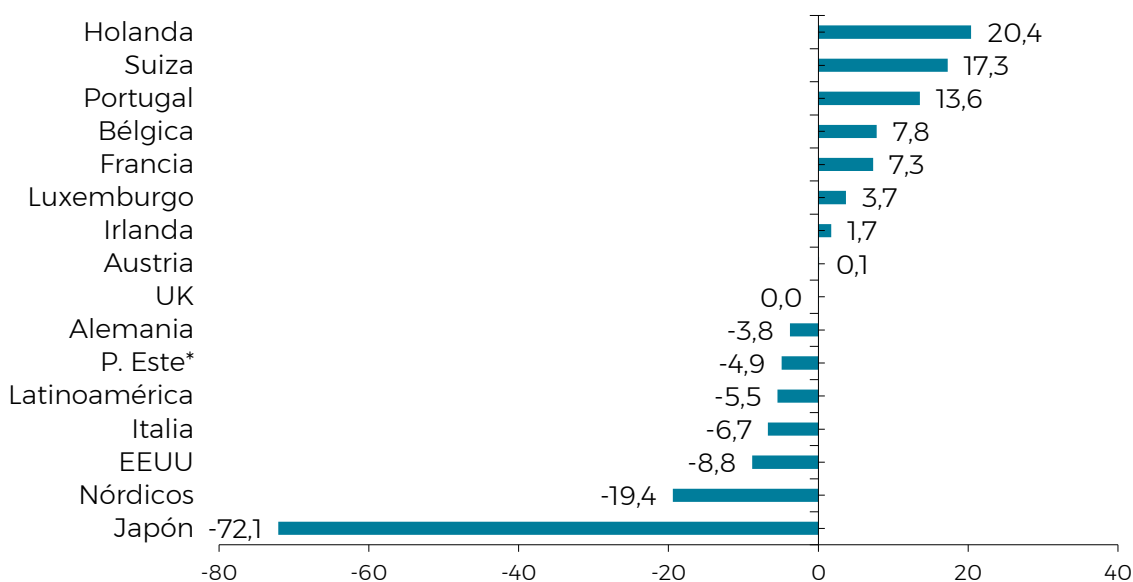


Los países de centro Europa (Holanda +20,4% en pernoctaciones hoteleras en jul-ago de 2022 respecto a 2019), Portugal (+13,6%), Francia (+7,3%) y Reino Unido (ya en los niveles de 2019) presentan el mayor dinamismo y recuperación de la demanda. Los mayores retrasos proceden de Alemania (-3,8%), Italia (-6,7%), los nórdicos (-19,4%) y los asiáticos.

Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen. Jul-Ago 2022/2019

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



08 Se cierra un gran verano de 2022 en términos de ingresos, *(no tanto de márgenes y resultados)* en la mayor parte de destinos españoles con niveles de ventas por encima de los registros de 2019. Los grandes destinos vacacionales insulares (Baleares (+10,1%) y Canarias (+8,7%)), al igual que las zonas del litoral andaluz, valenciano y catalán, acompañados de comunidades de interior (Extremadura (+5,2%) Rioja (+9,2%) y Castilla y León (+5,6%)), además de Santiago (+28,8%), impulsada por el Xacobeo y las ciudades de perfil más vacacional (Málaga (+24,3%), Alicante (+24,3%), Valencia (+19,2%) y Barcelona (+11,1%) y San Sebastián (+9,8%) las que registran el mejor balance de verano de 2022 respecto a 2019

El positivo y atípico verano de 2022 se he extendido por toda la geografía española:

Los grandes destinos del sol y playa español registran ingresos por encima de 2019, más debido a mejores precios que a una mayor afluencia. Baleares lidera los aumentos de ingresos en este verano (Ibiza y Formentera +27,5%, respecto a 2019, Menorca +21,4%, y Mallorca +12,2%), seguido por los canarios (Lanzarote +21,7%, Fuerteventura +16,3%, Tenerife +11,2% y Gran Canaria +5,7%) y las grandes zonas vacacionales peninsulares de Andalucía (la costa gaditana +15,8%, la Costa del Sol +20,8% y la de Almería +11,5%), Levante (Costa Blanca +16,3%) y Cataluña (Costa Brava +20,4%, y la Costa de Barcelona +11,2%).

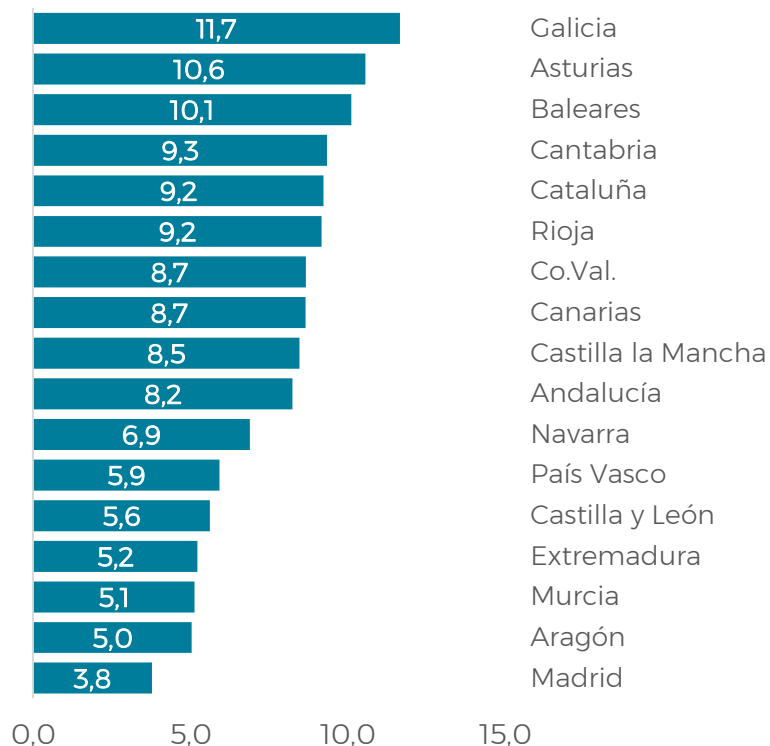
Los destinos del norte mantienen la pujanza de los últimos años y registran un verano excepcional. Galicia, con Santiago (+28,8%) y la Costa da Morte (+95,8%) a la cabeza, la costa Verde (+40,4%), la Costa de Bizkaia (+16,4%) y San Sebastián (+9,8%) reflejan el buen verano de la llamada España Verde.

Las ciudades vacacionales se suman al buen verano Málaga (+24,3%), Alicante (+24,3%), Valencia (+19,2%) y Barcelona (+11,1%), mientras la recuperación es más retrasada en Madrid (-1,5%) y otras ciudades de interior (Córdoba -2,0%, Granada -0,1% y Sevilla (0,0%) afectadas este verano por las altas temperaturas.

Ventas de las empresas turísticas por CC.AA.

Niveles de facturación. Variación IIITr2022 vs IIITr2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



(*) El desempeño de los ingresos por destinos está condicionado por la mayor planta hotelera abierta, por ello la facturación es en media mayor que la venta de las empresas



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Escenario de previsión
para el cierre de 2022

09

La demanda de viajes permanecerá resiliente en los últimos meses de 2022 frente al adverso contexto macroeconómico como consecuencia de la casi completa vuelta a la normalidad en la movilidad, y por dos factores que aunque atenuándose, aún siguen vigentes: el tirón de la demanda embalsada y el ahorro acumulado durante la pandemia

Todo ello a pesar del menor crecimiento económico global previsto, la caída de la renta por la persistencia del incremento de los precios y el encarecimiento de la financiación, junto a la crisis energética e incertidumbre, agravada por la prolongación de la invasión rusa de Ucrania. Estos factores macroeconómicos seguirán condicionando la evolución de las ventas y sobre todo debilitando la recuperación de márgenes empresariales.

Principales factores determinantes de la recuperación del turismo en España en los próximos meses de 2022



Factores de impulso

Movilidad internacional al alza con mínimas restricciones entre países europeos y larga distancia y levantamiento de protocolos establecidos para el contacto social (aforos, mascarillas).

Se mantiene el impulso de la demanda embalsada por viajes que no se pudieron realizar en los dos años de pandemia según evidencia la información de búsquedas de viajes, reservas, ventas empresariales y programación de ferias, congresos y eventos de ocio (culturales, deportivos) para los próximos meses, sustentado en el ahorro acumulado (130 mil mills de euros en España desde el inicio de la pandemia, según el INE).

Relevante apuesta los operadores turísticos por los destinos españoles: la conectividad aérea para octubre y noviembre alcanza los niveles prepandemia, sobre todo desde los principales mercados emisores europeos (-2,7% para vuelos internacionales, +5% para vuelos domésticos, según AECFA).

Junto a **Canarias**, el último trimestre turístico vendrá protagonizado por el mejor desempeño de los **destinos urbanos**, más retrasados en la recuperación, de la mano de la fortaleza del turismo MICE, escapadas vacacionales de nacionales y europeos estimuladas por la reactivación de la oferta cultural y deportiva, junto a la esperada paulatina vuelta del largo radio, encabezados por el mercado mexicano y norteamericano.

Los destinos españoles se beneficiarán de un menor precio relativo frente a otros destinos dolarizados por la depreciación acumulada del euro frente al dólar (-11% en los 9 primeros meses de 2022 y -11,9% previsto a cierre de año en el escenario central del Banco de España de septiembre).

Calendario laboral español propicio para escapadas en los meses de **noviembre y diciembre**, con una notable reactivación de los **viajes al exterior** según revelan las ventas previstas de los principales grupos de agencia de viajes (el gasto de los españoles en el exterior creció un +2,3% entre mayo y julio vs 2019, según Banco de España).

Consolidación del teletrabajo que favorece escapadas de mayor estancia combinando ocio y trabajo (Bleisure), aunque en la mayoría de ocasiones en alojamientos particulares.



Factores de ralentización

La persistencia y altos niveles previstos de **costes energéticos** y especialmente del **precio del gas, con la incertidumbre asociada a un posible corte de suministro por parte de Rusia, y la electricidad** que seguirá lastrando los márgenes de las empresas turísticas, que acumulan ya un 32,8% en sus mayores costes vinculados a la energía.

La prolongación del encarecimiento de los desplazamientos turísticos por precios del barril de petróleo previstos cercanos a los 100\$, que puede ser agravado en las compañías sin coberturas para los próximos meses. El petróleo ha pasado desde los 85 \$/barril en enero de 2022 (71 \$/barril en 2021), hasta superar los 108 \$/barril entre marzo y septiembre de 2022. La EIA (Energy Information Administration) estimaba niveles de 98 \$/barril para el IVT22 y IT23, antes del anuncio del recorte de producción de la OPEP. El precio del carburante en España creció un 29% hasta agosto, según datos del INE.

El elevado nivel de inflación que se espera se mantenga en los próximos trimestres, aunque en una senda de moderación, ello podría **redundar sobre los costes laborales** (+10,4% que los empresarios ya han constatado en el 3er Tr), de pretenderse unas revisiones salariales con incrementos disuasorios e inasumibles.

Perspectivas de enfriamiento de la actividad económica global y empeoramiento de la confianza de los agentes económicos, que podrían afectar a sus decisiones de viajes. El consenso de analistas anticipa un estancamiento en el avance del PIB de la eurozona en los próximos trimestre (+1,0% en el IVT22 vs IVT21, +0,3% en el IT23 vs IT22). La confianza del consumidor en Europa registró en septiembre de 2022 un mínimo histórico (-28,8, según la Comisión Europea, peor que en la pandemia).

Deterioro previsto de la capacidad de gasto de los hogares y empresas ante el incremento esperado de los precios, por encima de los salarios, y menor riqueza financiera en los próximos trimestres, especialmente en nuestros principales mercados emisores (Alemania, especialmente por su mayor exposición de su economía al gas ruso). La inflación prevista en la zona euro es del 8,2% vs 3,6% de incremento salarial, lo que incidirá especialmente en la capacidad de consumo en los próximos trimestres (+0,3% interanual en el IVTr22 y IT23).

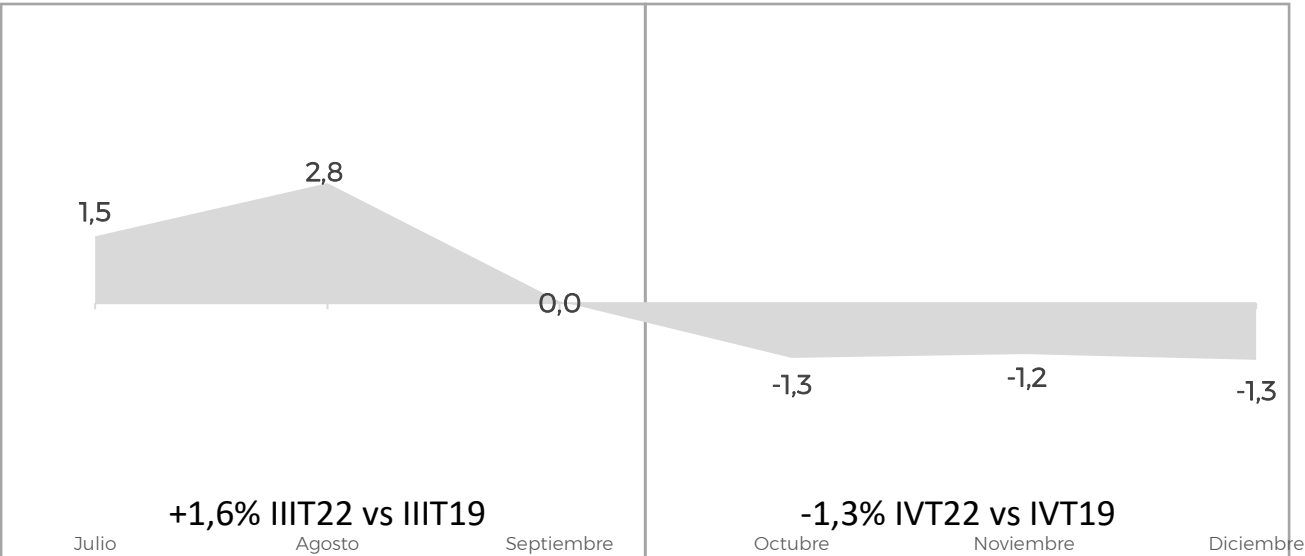
Tendencia de cierta depreciación prevista de la libra respecto al euro, que limitará la capacidad de gasto turístico del mercado británico, junto a la competencia en precios con otros destinos mediterráneos favorecido por devaluaciones de su moneda, como Turquía, la lira acumula en el año una depreciación superior al 70% frente a la libra y euro. La llegada de turistas británicos a Turquía creció un 27 %, en los ocho primeros meses de 2022, un +9% de los mercados emisores de la zona euro, respecto a 2019.

10 Con muchas cautelas por las aún elevadas incertidumbres, el promedio de los empresarios turísticos anticipan niveles de facturación para los tres últimos meses del año similares a los del año 2019, debido a la aun actual resiliencia de la demanda, aunque anticipando cierta pérdida de impulso en un escenario de menor crecimiento económico. La traslación a resultados será incluso menor, debido a unos márgenes empresariales que siguen lastrados por la senda continuada al alza de los costes operativos y financieros, sin perjuicio que el peso de este trimestre, es el menor del conjunto del año para el sector , salvo para Canarias.

Las expectativas empresariales para el 4º Tr revelan cierta pérdida de impulso en la recuperación de la actividad por el efecto del incremento de los precios y la subida de tipos de interés sobre la renta real de los turistas. A 30 de septiembre de 2022, los empresarios turísticos preveían un comportamiento de sus ventas rozando a los del cuarto trimestre de 2019 (-1,3% vs IVTr de 2019), sustentado por la intensa reactivación de la demanda europea y nacional, y la progresiva llegada de los turistas del largo radio, a tenor de la información relativa a la elevada intención de viaje hacia los destinos españoles según revelan las búsquedas y posicionamiento de reservas.

El comportamiento previsto de las ventas de las empresas turísticas es sin embargo algo menor a su reflejo en el PIB (+0,2% vs IVTr19), por el mejor comportamiento de los viajes en alojamientos y servicios no prestados por empresas turísticas (vehículo propio, alojamiento propio o de familiares y amigos, viviendas de alquiler turístico etc).

Ventas constatadas y previstas de las empresas turísticas
Niveles de facturación. Variación vs mismo período de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep22)



11 Gran disparidad en las expectativas de evolución de las ventas entre subsectores y empresas turísticas para el IVTr; los hoteles urbanos, las empresas de transporte de pasajeros y algunos prestadores de servicios de ocio, como parques temáticos y monumentos y museos en principales ciudades, anticipan mejores perfiles en el desempeño de sus ingresos

Las perspectivas empresariales en septiembre de 2022 sugieren una moderación en las expectativas de desempeño de sus ventas en los últimos meses del año, aunque con intensidades muy dispares por subsectores y empresas y muchas cautelas debido a la reducida visibilidad del medio plazo e incertidumbre geopolítica y macroeconómica, consolidándose la tendencia de un volumen creciente de ventas de última hora. Las empresas turísticas con mejores expectativas en la consolidación de la recuperación son aquellas que han reorientado su posicionamiento, trabajando en mejorar su oferta de valor y han optimizado sus procesos de gestión y control de coste, con ganancias en eficiencias operativas y una apuesta clara por transformación digital y ambiental. De este colectivo, aquéllos localizados en Canarias y en los principales destinos urbanos revelan las mejores perspectivas para el último trimestre de 2022.

En niveles levemente superiores a 2019 (+0,5% para el IVTr22 vs IVTr19) se mantienen los hoteles urbanos en destinos más internacionalizadas y los prestadores de servicios de ocio en estos destinos (+0,4%), especialmente los de Madrid y Barcelona, y en ciudades con dinamismo MICE y con potentes apuestas culturales y deportivas para los próximos meses. Las empresas de **transportes de pasajeros** estiman se beneficiarán también de la intensa intención viajera en los últimos meses del año (+0,4% vs IVTr19).

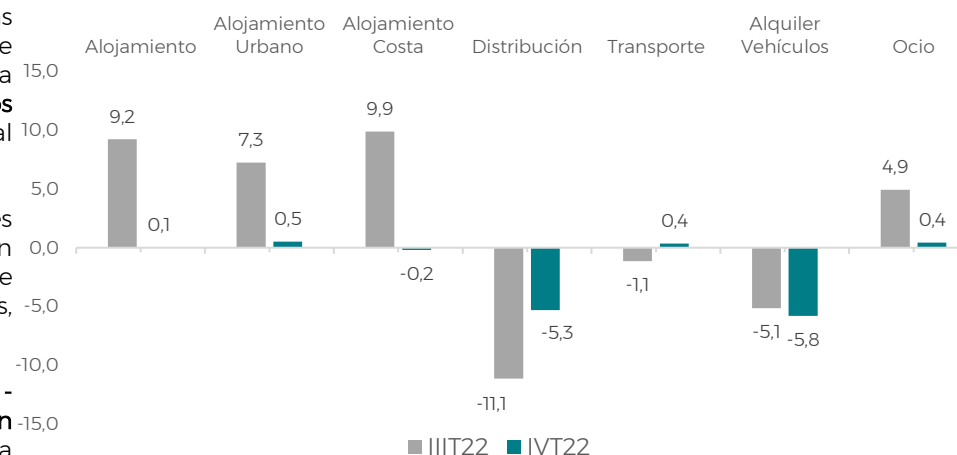
Los **empresarios de los hoteles canarios** (+3,9%) aunque con ciertas cautelas momentáneas por algunos retrasos en pasar de reservas a ventas, anticipan igualmente unas buenas perspectivas para el inicio de su temporada alta, aunque con alguna pérdida de dinamismo, que por el contrario se espera sea de mayor intensidad en los **hoteles vacacionales peninsulares** por el freno esperado de la demanda vacacional española (-0,2%).

Las **empresas de alquiler de vehículos** esperan un desempeño para los próximos meses muy similar al del verano (-5,8%), con menor visibilidad para los meses de invierno, en un contexto atípico de reajuste entre la demanda y la oferta de vehículos, que sigue limitada por la falta de producción de coches vinculada a la crisis global de suministros, con un impacto de costes de adquisición y tarifas al alza.

Las **agencias de viajes tradicionales** anticipan una notable mejora (-5,3% en el IVTr vs -11,1% en IIITr) por la mayor recuperación prevista de la venta de viajes al exterior con un **calendario propicio**, aunque mantienen un elevado grado de prudencia sobre la recuperación total de su facturación afectadas por la manifiesta tendencia a la creciente contratación por canales directos y on-line.

Ventas constatadas y previstas de las empresas turísticas por subsectores

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



12 Canarias, destinos urbanos internacionalizados y Galicia lideran las mejores perspectivas para el cuarto trimestre de 2022 dentro de la senda de ralentización prevista. La pérdida del empuje de la demanda, especialmente nacional, se traslada a unas expectativas más moderadas en las comunidades de interior y destinos del litoral peninsular

Los destinos turísticos españoles comparten esa expectativa de cierta pérdida de vigor en sus ventas para el IV trimestre de 2022, aunque de intensidades dispares entre destinos y empresas dentro del mismo destino:

Madrid (+1,9%) y Barcelona (+2,9%), junto a algunos **destinos turísticos urbanos valencianos** (+0,8%) , **vascos** (+0,4%) y **andaluces** (+1,0%) más internacionalizados (en Valencia y Málaga la conectividad aérea está ya en octubre por encima de los niveles prepandemia) descuentan un cuarto trimestre de 2022 algo por encima del previo a la Covid-19. Ello es explicado principalmente por la celebración de numerosas y relevantes ferias y congresos presenciales, el esperado buen comportamiento de las escapadas de ocio otoñales, puentes y festivos navideños, junto a la consolidación de la gradual vuelta del mercado de largo radio americano y algunos asiáticos más retrasados.

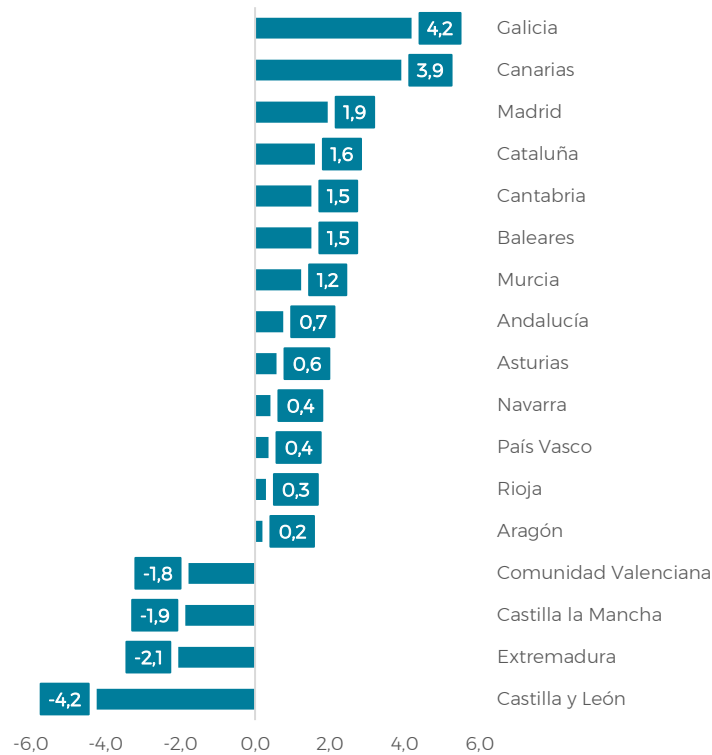
Los empresarios turísticos **canarios**, (+3,9 vs IVT19) con productos mas diferenciados y mejor posicionados estiman se pueda materializar con fortaleza en el arranque de su temporada alta. A ello debe a su vez contribuir la mejora de la conectividad aérea (+16% octubre y noviembre, según AECFA). Junto a ellos, los empresarios turísticos de **Baleares** (+1,5%) se muestran también moderadamente optimista con una conectividad aérea también por encima de 2019 (+10% en octubre y noviembre).

Tras un positivo verano en facturación, las expectativas empresariales para los destinos del litoral mediterráneo sugieren algo más de cautela por el mayor frenazo previsto de los viajes vacacionales de los españoles y la menguante remuneración y desinterés de muchos proveedores hacia los viajes del IMSERSO que ya no cubren costes, en un contexto de crecimiento afectado por la elevada inflación: **litoral andaluz** (+0,3%) , **catalán** (-4,3%) y **valenciano** (-4,5%).

Por su parte, las expectativas empresariales de los destinos de la **España Verde** siguen favorables dentro de la senda de desaceleración prevista tras la excepcional primavera y verano turístico, liderados por **Galicia** (+4,2%) en la celebración de su año Xacobeo, impulsados por el atractivo consolidado por la pandemia de las experiencias más calmada en contacto con la cultura y naturaleza **Cantabria** +1,5%; **Asturias** +0,6%).

Los destinos de interior trasladan menos visibilidad respecto al desempeño de las ventas en el cuarto trimestre más afectados por la pérdida de impulso de la demanda interna y la menor presencia de turismo de negocios para reuniones por el uso de medios digitales sustitutivos. **Navarra, La Rioja y Aragón** se situarían un +0,4%, +0,3 y +0,2% por encima del IVtr de 2019. Mientras **Castilla-La Mancha** (-1,9%), **Extremadura** (-2,1%) y **Castilla y León** (-4,2%) descuentan un cuarto trimestre algo por debajo en facturación al del año 2019.

Niveles de facturación. Variación 2022 vs 2019 (en %) Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep22)



13 Bajo estas premisas y tras la constatación de un buen desempeño en términos de ingresos de la actividad turística en el verano de 2022, que mejora la prevista en Julio, estimamos que el PIB turístico para el conjunto del año roce los niveles prepandemia (154 mil mills €), apenas mil millones menos que en 2019.

Este escenario recoge una moderación en la senda recuperación estimada para los últimos tres meses del año, por el esperado enfriamiento de las economías y consecuente erosión de la capacidad de consumo turístico de hogares y empresas, que se vera compensado en buena parte, por el la prolongación de las inusitadas ansias viajeras tras los años de pandemia y el ahorro acumulado.

De cumplirse este escenario, el 65% de la recuperación de la economía española en 2022 estaría explicado por la actividad turística.

En cualquier caso, la recuperación de la actividad en estos próximos meses se dará en un contexto , donde de nuevo y de manera muy asimétrica según las distintas capacidades de compañías y subsectores turísticos, regirán unos **márgenes y resultados empresariales condicionados por la persistencia de la subida de costes operativos y de financiación en un contexto de crecientes incertidumbres geopolíticas debidas a la evolución de la guerra de Ucrania.** Todo ello aparte de alargar potencialmente la crisis energética, pudiera conducir a un estancamiento de la economía en los próximos trimestres, con expectativas de mantenerse una alta inflación y subidas de tipos de interés.

PIB Turístico trimestral años 2021-2022

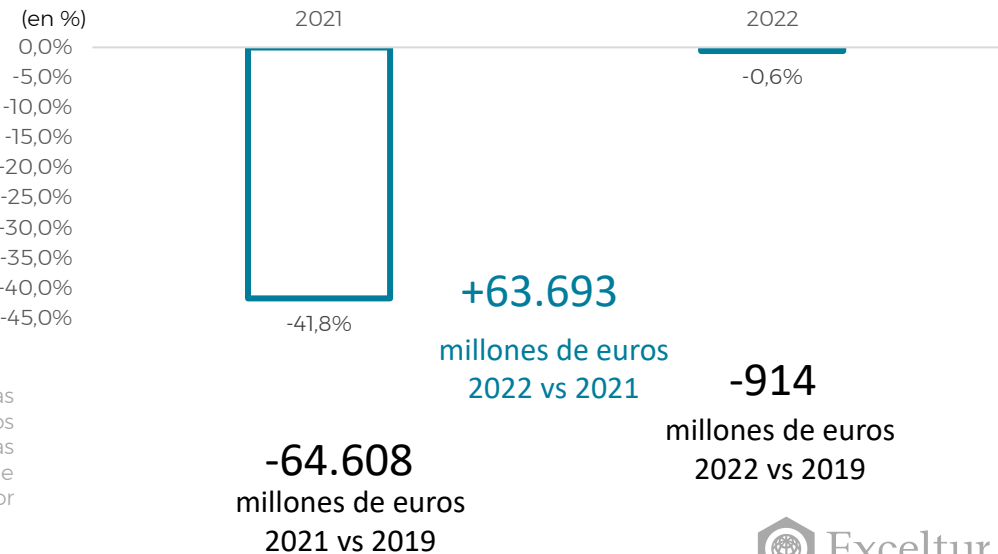
Fuente: Exceltur (oct22)
Tasas de variación respecto mismo período de 2019



La estimación del desempeño para las ventas de las empresas turísticas difiere de 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, viviendas de uso turístico), que generan menores efectos tractores del mayor valor añadido.

PIB Turístico años 2021-2022

Fuente: Exceltur (oct22)
Tasas de variación respecto mismo período de 2019

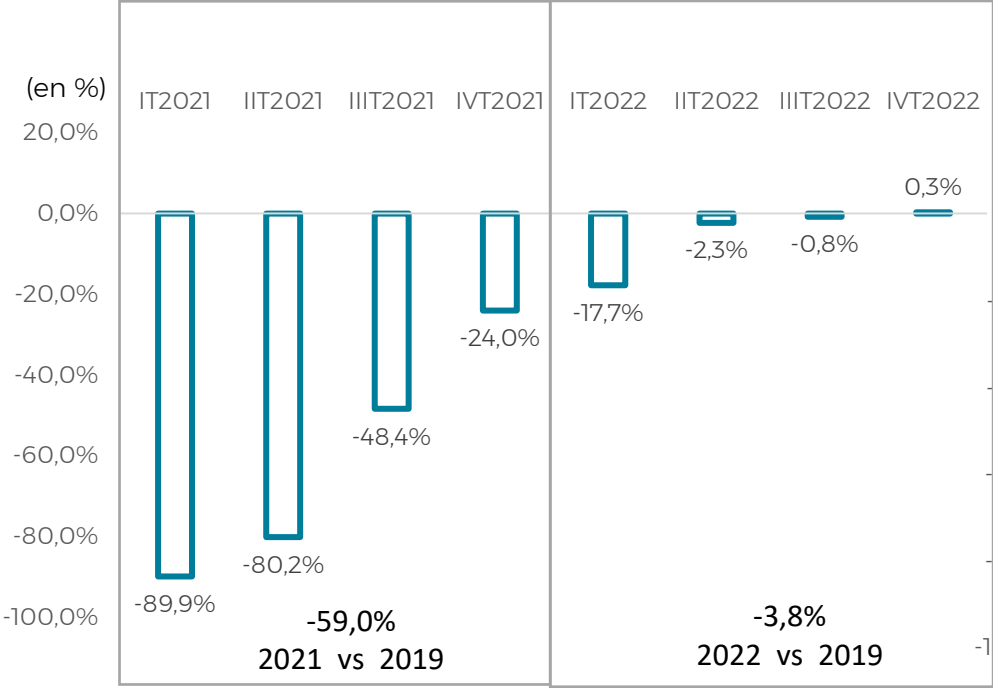


14 Nuestra previsión de cierre de año turístico 2022 contempla una superación plena de los niveles prepandémicos de la demanda nacional y de mercados emisores europeos de proximidad, como el francés, una intensa recuperación de los principales emisores europeos (Reino Unido, Alemania), junto a otros mercados del centro de Europa e Italia, y notable reactivación del largo radio americano



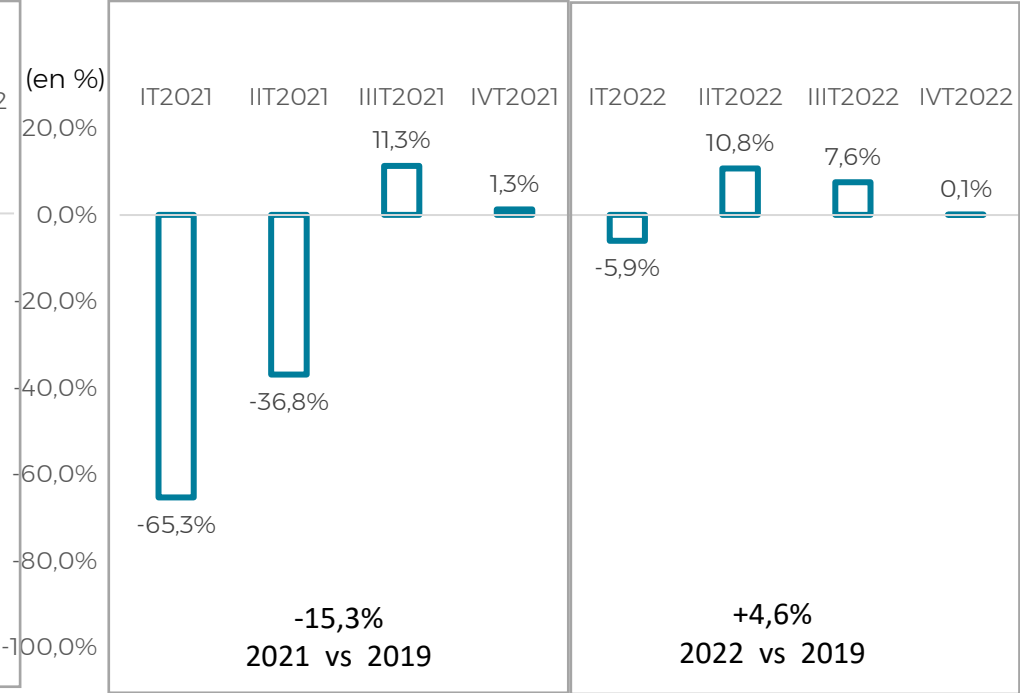
Consumo turístico extranjeros trimestral años 2021-2022

Fuente: Exceltur (oct22)
Tasas de variación respecto mismo período de 2019



Consumo turístico españoles trimestral años 2021-2022

Fuente: Exceltur (oct22)
Tasas de variación respecto mismo período de 2019



15

La recuperación turística de los niveles de facturación - *que no aún de márgenes y resultados* - se adelantan algo en el tiempo para el promedio del sector, aunque como hemos señalado repetidamente, con realidades muy heterogéneas y asimétricas entre empresas. Habiendo algunas que ya han constatado en 2022 mejoras notables respecto a su desempeño prepandemia y aquéllas que aún no recuperarán sus niveles de actividad hasta el próximo año o incluso el 2024, acumulando más de 3 años de impacto.

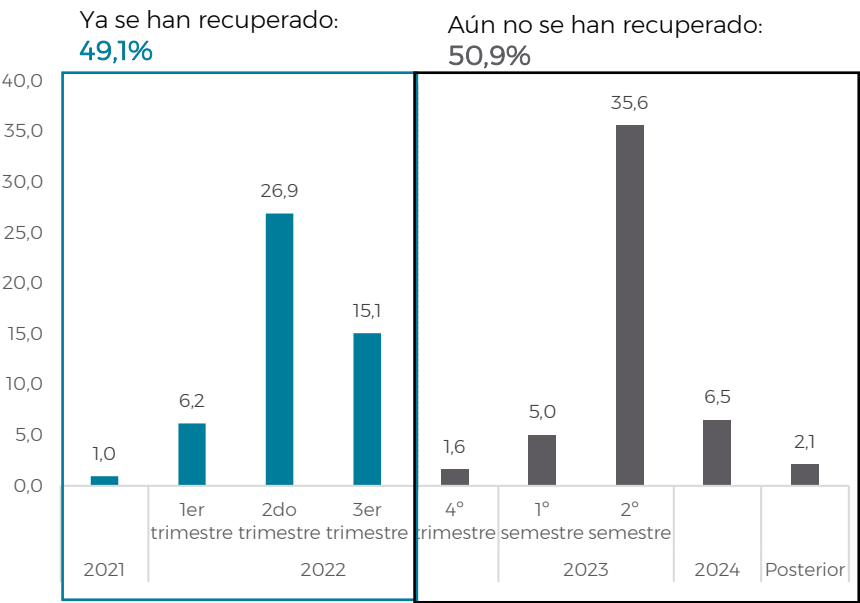
El 49,1% de los empresarios turísticos estiman que ya están en niveles del facturación anteriores a la Covid-19 (el 74,8% en caso de los hoteles y 51,4% de los prestadores de servicios de ocio, por tan sólo el 34,6% de las empresas de transporte de pasajeros y el 12% de los grandes grupos de agencias de viajes). El 50,9% de los empresarios encuestados anticipan que recuperarán su plena actividad a partir de 2023, con muy desiguales expectativas por empresas y subsectores incluso dentro de los mismos destinos y mercados de origen. Los subsectores de transporte y distribución revelan un horizonte de recuperación más lejano, con un elevado porcentaje que estiman que no les llegará antes del segundo semestre de 2023.

Escenarios de recuperación de ventas

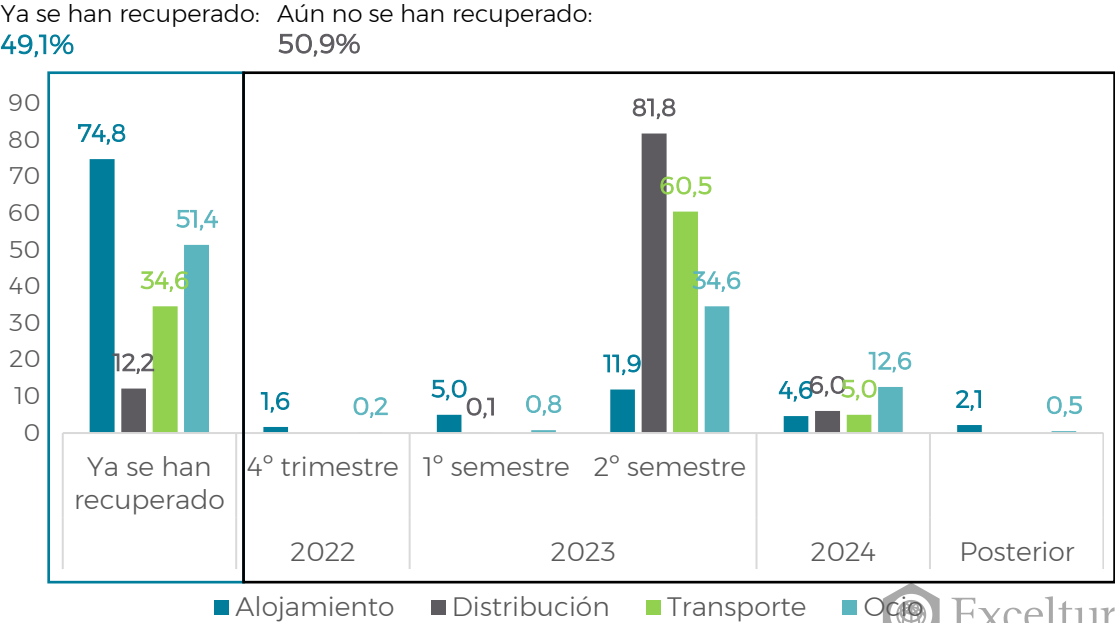
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep22)

Total Sector Turístico



Detalle por ramas de actividad





PERSPECTIVAS TURISTICAS

Reflexiones y
recomendaciones de
política turística

Reflexiones y sugerencias de política turística de cara al cierre de 2023 y complejo arranque del 2023

Ante el horizonte previsto del 4º Trimestre, 2022 y 1er semestre, 2023 lleno de potenciales condicionantes adversos para el sector y ya señalados por múltiples entidades y analistas financieros, cabe plantearse si el turismo vive o no, de un espejismo pasajero, parcialmente a salvo en un oasis, de los vaivenes que debieran mermar su consumo, o ha surgido un nuevo turista Post Covid más inmune a todas estas inseguridades o con un cambio en la prelación de sus opciones de consumo, ya que **al día de hoy, el curso real de la economía turística no se ajusta a los augurios negativos, no exentos de fundamento, que pesan sobre el sector.**

Es por ello, por lo que cabe plantearse cuan sostenible resulta que, a pesar de la resiliencia mostrada hasta el momento, pueda mantenerse la tendencia de recuperación turística en 2023. Ello desaconsejaría cualquier lectura triunfalista sobre que el turismo ha superado sus crisis y evitar la tentación de omitir la necesidad de seguir apoyando/protegiendo al principal sector locomotora de nuestra economía. Sobre todo, a sus empresas turísticas viables, que en este próximo escenario serán aún vulnerables, sobre todo aquellas sobre las que aún gravite un alto endeudamiento para cubrir sus pérdidas del COVID.

De ahí que, choca enormemente que el Turismo, tras su papel clave como sostén de la economía en 2022, y ante sus retos estructurales pendientes y más inminentes, vuelva a merecer en los presupuestos Generales del Estado para el 2023 de una insignificante dotación de fondos y de nuevo, de un cuestionable método de reparto de los mismos. En especial de los NEXT GEN, donde se vuelve a caer en el incomprensible desdén de omitir la urgente necesidad de reasignar y priorizar fondos para un gran PERTE con visión transversal para reposicionar destinos turísticos maduros. Fondos que pueden coexistir perfectamente con otras asignaciones de menor rango, recorrido, y carácter más local, en destinos que políticamente se deseen potenciar. Por último, reprobamos la práctica ausencia de fondos Next Gen para el apoyo directo a proyectos empresariales, versus el previsto reparto local, de nuevo más basado en atender las prioridades institucionales.

Por otro lado, y no menos importante sugerimos como una prioridad creciente, contribuir desde las diversas administraciones en ayudar a gestionar con los mayores consensos público-privados, como obviar la confrontación y las estigmatizaciones con que últimamente se etiqueta al sector, y a sus empresarios. Es decir, mitigar y evitar que, en destinos de éxito, la eclosión puntual de demanda turística recrudezca las polémicas sobre las bondades del turismo entre residentes-turistas y empresarios, que afectan la convivencia ciudadana y a la reputación del sector. También para evitar que ello se pretenda subsanar injustamente, solo gravando con más impuestos y/o tasas al sector y a sus empresarios, sin consensuar además la gestión de sus usos finales. Es por ello, que resulta clave ante la deseable evolución del modelo turístico más sostenible, asumir la cada día más urgente necesidad previa, de abordar una nueva gobernanza público-privada sin ambages, y a todos los niveles administrativos que, asegurando el interés general, agilice y profesionalice la gestión, obviando diagnósticos equívocos, y/o excesivamente politizados.

En este sentido, el sector sufre también en muchos casos de una opinión pública confusa y negativa y de la que se culpa solo al empresariado, cuando en muchos casos ello se debe a la inacción pública. Bien por no presupuestar y abordar a tiempo inversiones en infraestructuras que anticipen las necesidades del crecimiento más sostenible y aceptable para la ciudadanía, o lo que a veces es más preocupante, por mirar hacia otro lado, ante las crecientes externalidades que generan la eclosión de viviendas turísticas en muchos destinos, dado su actual descontrol regulatorio, que entre otros induce a la gentrificación e injustamente afectando la reputación del sector, negando las muchas bondades que brinda.

Por todo ello desde EXCELTUR nos reiteramos en algunas de las peticiones que ya vertimos anteriormente:

A.- Solicitar que, en el trámite parlamentario, se afronte un replanteamiento al alza de los recursos económicos, estímulos e incentivos de distinta naturaleza hoy asignados a turismo en los presupuestos generales del estado a niveles más adecuados y proporcionales a los que se derivan de la elevada recaudación impositiva que genera el propio sector y a su determinante aportación a la recuperación económica española.

1. **Reasignar fondos NEXT GEN suficientes (a fondo perdido y a préstamo) para afrontar prioritariamente y de una vez por todas, un gran PERTE** que permita transformaciones competitivas en destinos vulnerables, que son los que más contribuyen al PIB Turístico y que se deben y pueden complementar con recursos privados, participando en la gobernanza que rijan y priorice su identificación previa y su posterior adjudicación.
2. **Asegurar y consolidar a más largo plazo los niveles de solvencia empresarial, por el sobreendeudamiento para compensar las pérdidas del COVID:** extendiendo los periodos de carencia y amortización de los créditos con aval ICO y renovar un año más, y a más largo plazo, los años para restituir la negativa situación patrimonial por esas pérdidas en especial a las LLAA (un mínimo de 7 años).
3. **Reestructurar completamente los fundamentos, recursos y subvenciones del programa INSERSO** para procurar que cumpla su misión con recursos presupuestarios suficientes para asegurar la calidad deseada al usuario final y retribuir con dignidad los servicios de unos prestadores que, en distintos lugares de España, hoy lo rechazan por unas condiciones que no cubren costes cada día más altos.

B.- Avanzar en iniciativas para potenciar la Gobernanza público-privada, y público-pública en proyectos con visión de Estado en favor del turismo, procurando las mayores adhesiones de administraciones y partidos políticos y empresarios, para superar la incertidumbre de grandes proyectos/iniciativas transformadoras (Ej. PERTE) que requieren de varias legislaturas en su ejecución.

1. **Nos reiteramos en el cada día más urgente replanteamiento jurídico y operativo de Turespaña y SEGITTUR.** Bajo esquemas que aseguren y agilicen la deseable cogestión público-privada, mediante los mayores compromisos recíprocos en clave económica y de talento, para facilitar la gestión más profesionalizada posible, a semejanza de lo vigente en otros países que son referencia.
2. **Bajo el mismo principio, replantear los objetivos, fórmulas de participación y gestión del Consejo Español de Turismo** y convertirlo en un órgano con un enfoque menos asambleario y más ejecutivo, con capacidad de aportar valor y compromisos firmes y transversales en etapas clave, superando su papel de ser un mero refrendo testimonial a iniciativas institucionales, sin apenas debates /reflexiones previas.
3. **En la línea anterior, elevar la prioridad, política y ambición sobre los objetivos deseados, dotación de recursos económicos y talento asignados, al recién iniciado proceso de elaborar un nuevo Plan Estratégico del turismo español,** cuya primera orientación y labor de vigilancia se ha encomendado al CONESTUR, con unos medios económicos y profesionales muy escasos para asegurar su buen fin.

C.- Otras sugerencias regulatorias responsabilidad de las administraciones públicas

1. De nuevo nos reiteramos y sentimos urgente bien aprovechando la nueva Ley de Vivienda, o inserta en el marco de otras leyes de carácter estatal, impulsar una política de Estado por parte del Gobierno, que sin invadir competencias ni propugnar prohibiciones faltas de realismo, dote de mayor seguridad jurídica para que todas aquellas normativas regionales y locales que tratan de adecuar el fenómeno de los pisos turísticos, con la preservación de la identidad y calidad de vida a nivel local, se puedan cumplir. Es una iniciativa clave para el conjunto de un sector turístico que sufre reputacionalmente de las externalidades negativas de esas viviendas.
2. Igualmente nos ratificamos y muy especialmente en las épocas de incertidumbre todavía vigentes para el turismo que se avecinan, en evitar políticas impositivas que puedan afectar el curso de recuperación de nuestra actividad y/o de los resultados empresariales:
 - i. En particular queremos señalar la inconveniencia actual de tratar de aplicar distintos impuestos/tasas y sobrecargas medioambientales muy enfocados al transporte aéreo. Entendiendo su trasfondo, sentimos que la coyuntura actual no puede ser más desfavorable para implntarlos en un país como España cuya principal fuente de acceso de los turistas es la aérea. Tampoco se entendería como ha denunciado la asociación de LLAA (ALA), que fuese desde España y en esta coyuntura, que se impulse el adelantar su implantación en la UE, con el agravio que supondría versus el resto del mundo que es responsable del 80% de las emisiones y mantiene unas legislaciones más laxas.
 - ii. Tampoco somos favorables a aceptar las “Tasas Turísticas”, que se presentan como la solución de moda a diversos problemas del sector y de financiación municipal que se están tratando de consensuar en diversas ciudades, ya que no dejan de ser más impuestos de carácter general y ademas sobre unos pocos actores del sector (básicamente Hoteles). Distinto pudiera ser, si en la nueva gobernanza de gestión deseable a corto plazo,a todos los niveles administrativos, se asegurarse que esas tasas, a diferencia de lo que hoy ocurre, se gestionasen y adjudicasen para usos codecidos con el sector turístico y los actores de los que emanan, evitando terminar financiando puro gasto corriente.
 - iii. Por último, compartimos las consideraciones del conjunto de los empresarios de este país objetando la reciente subida presupuestada y no negociada previamente de las cotizaciones sociales, que pueden incidir desfavorablemente sobre la contratación y las condiciones retributivas de un sector turístico, cuyos empresarios han dado precisamente buena muestra en estas épocas de incertidumbre pasadas, de propiciar las mejores condiciones laborales `posibles para sus empleados.



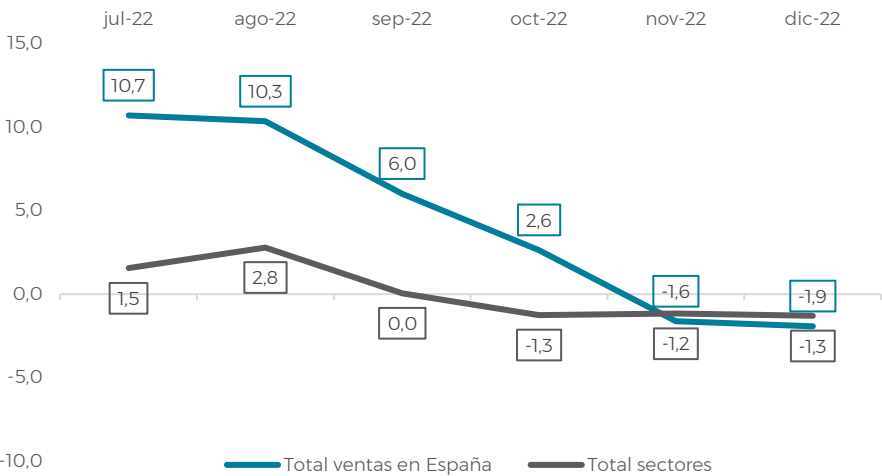
Anexo estadístico:

DETALLE SECTORIAL:

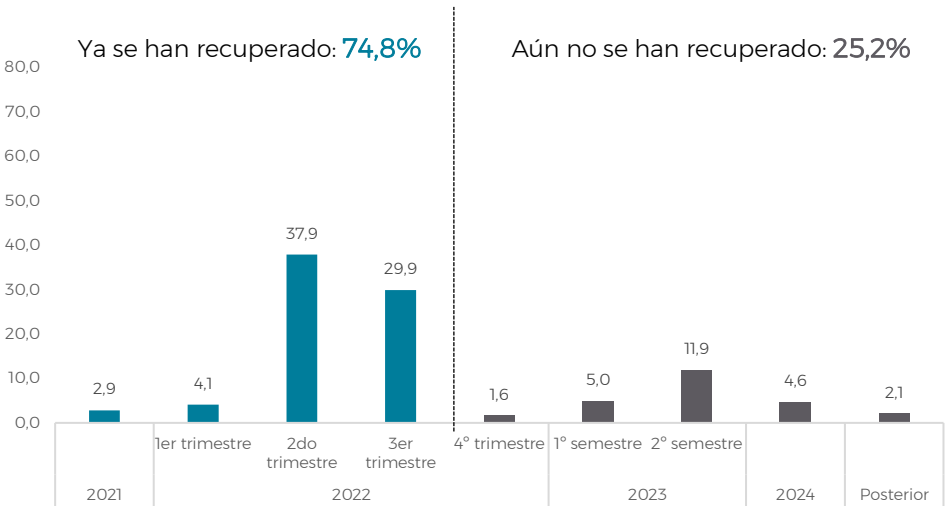
VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL VERANO
(IIIT) DE 2022 Y
PERSPECTIVAS PARA EL IVT
Y CIERRE DE 2022

ALOJAMIENTO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **SECTOR ALOJAMIENTO**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

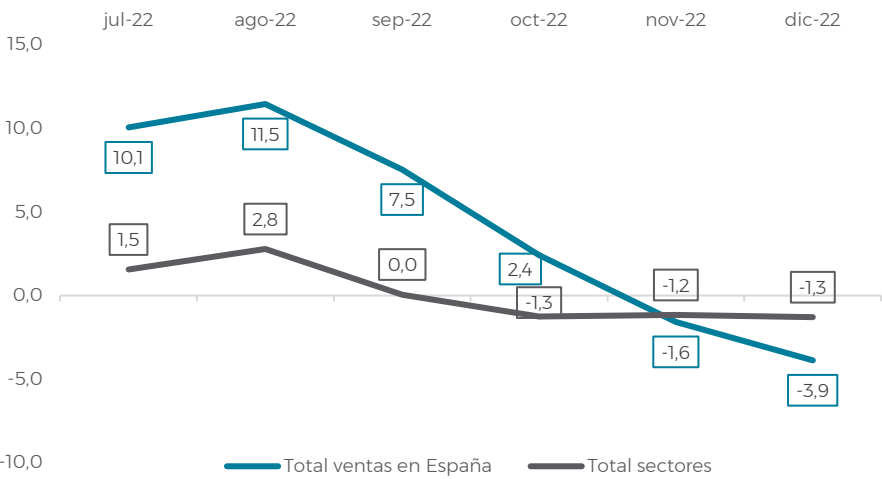


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR ALOJAMIENTO**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

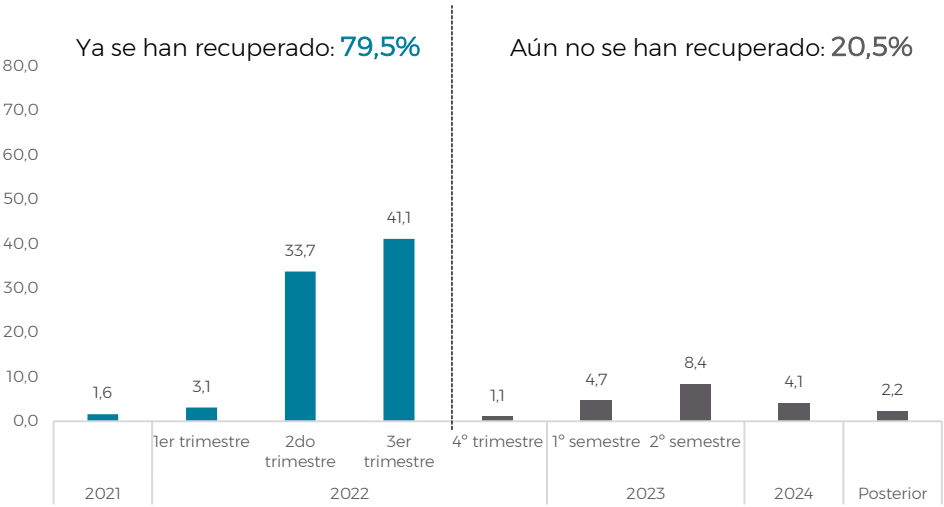


ALOJAMIENTO Costa: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **SECTOR ALOJAMIENTO Costa**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

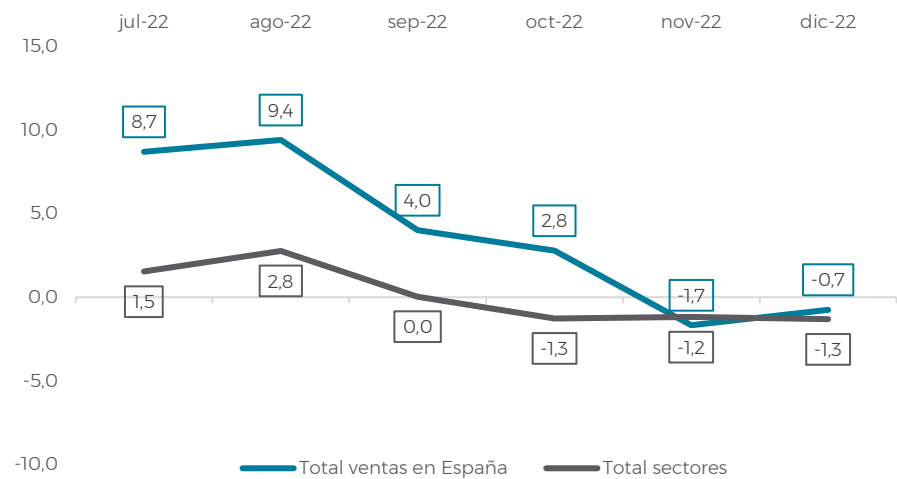


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019
SECTOR ALOJAMIENTO Costa
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

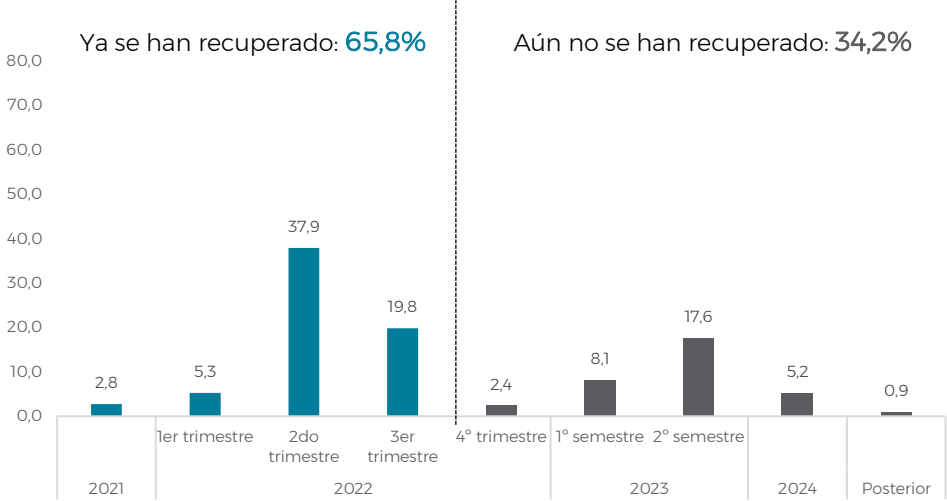


ALOJAMIENTO Urbano: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **SECTOR ALOJAMIENTO Urbano**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

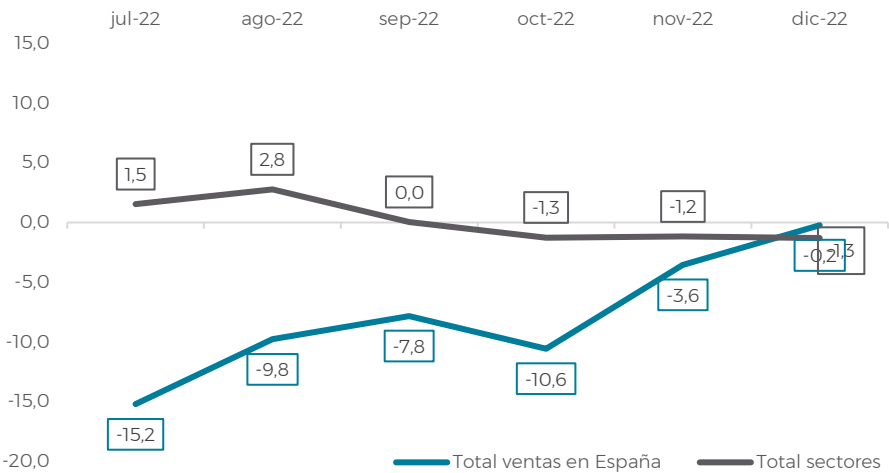


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR ALOJAMIENTO Urbano**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

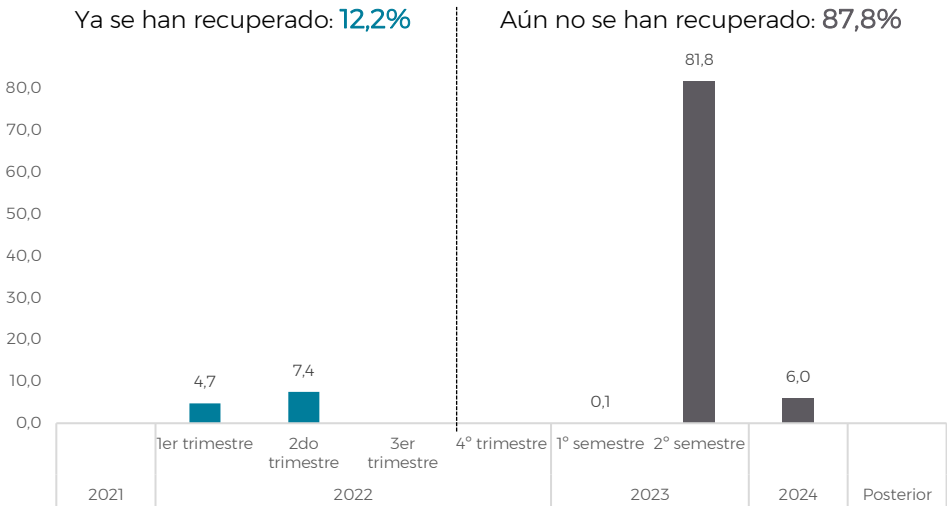


DISTRIBUCIÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2021 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **DISTRIBUCIÓN**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

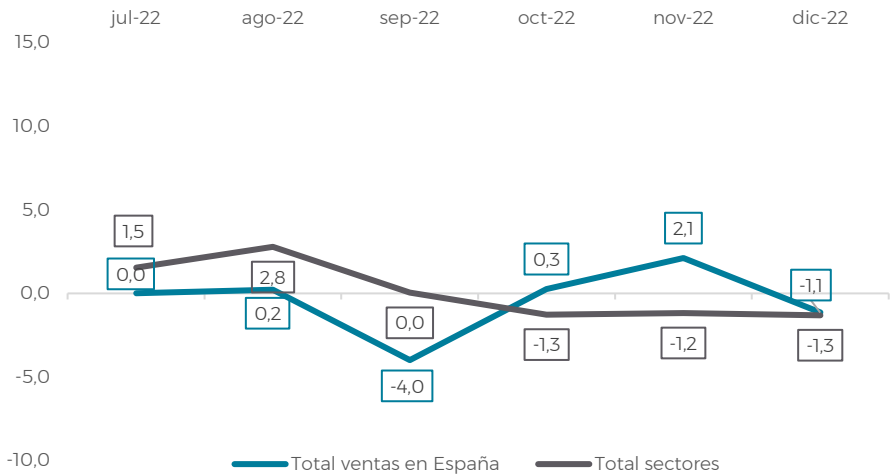


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR DISTRIBUCIÓN**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

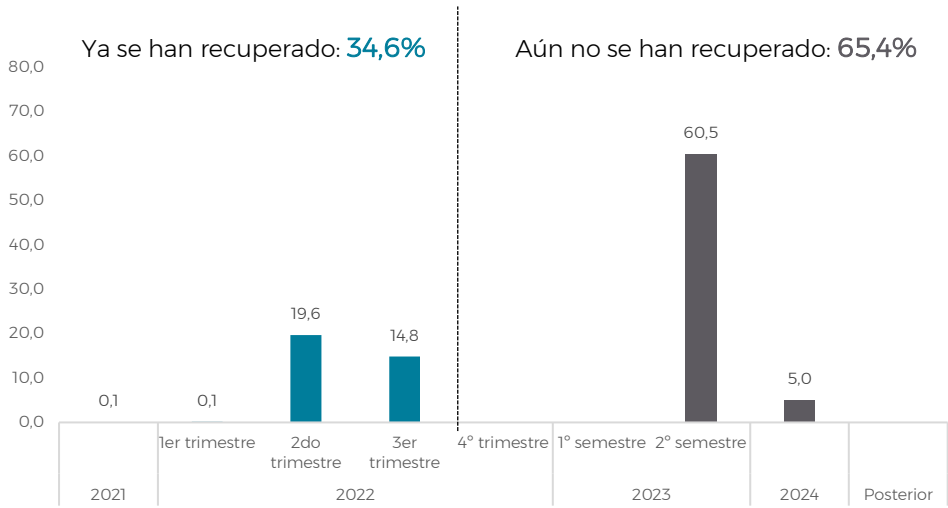


TRANSPORTE: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **SECTOR TRANSPORTE**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

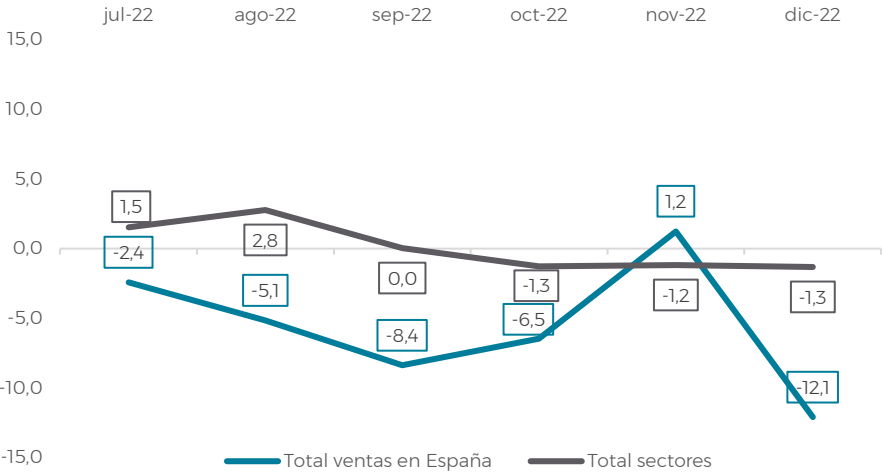


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR TRANSPORTE**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

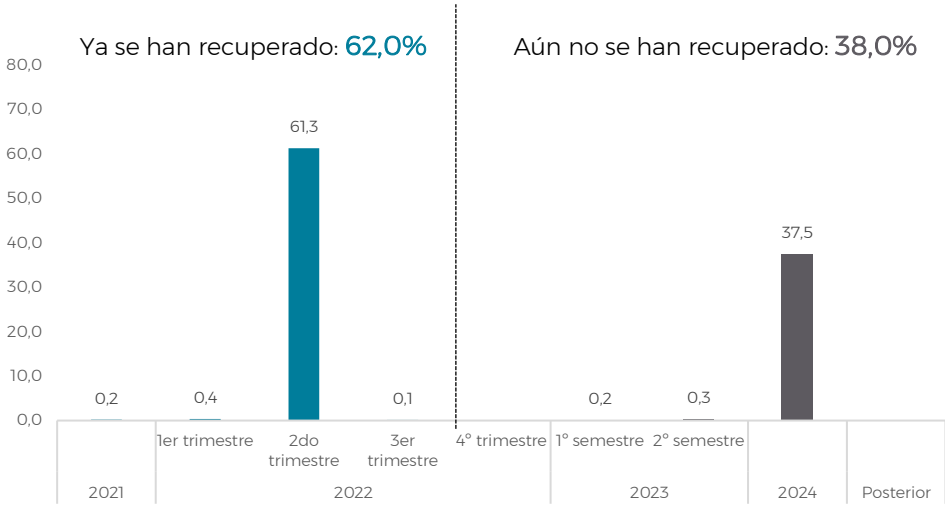


TRANSPORTE Alquiler: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **SECTOR ALQUILER DE VEHÍCULOS**
Niveles de facturación. Variación interanual vs 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

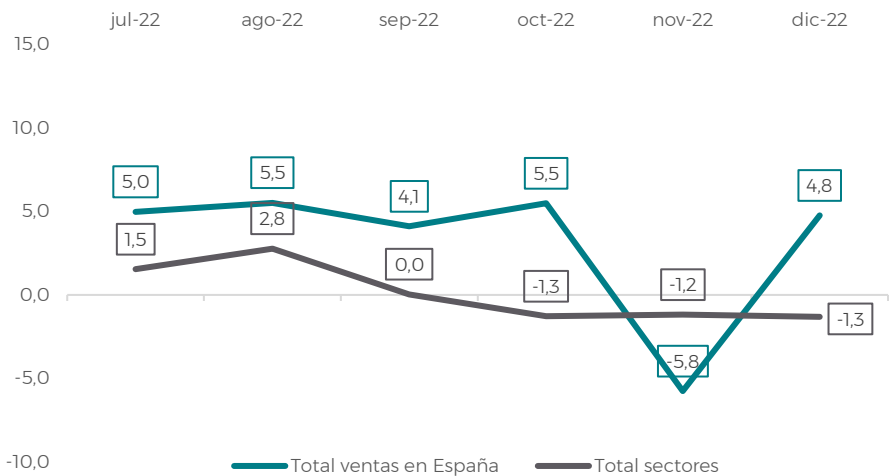


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **SECTOR ALQUILER DE VEHÍCULOS**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

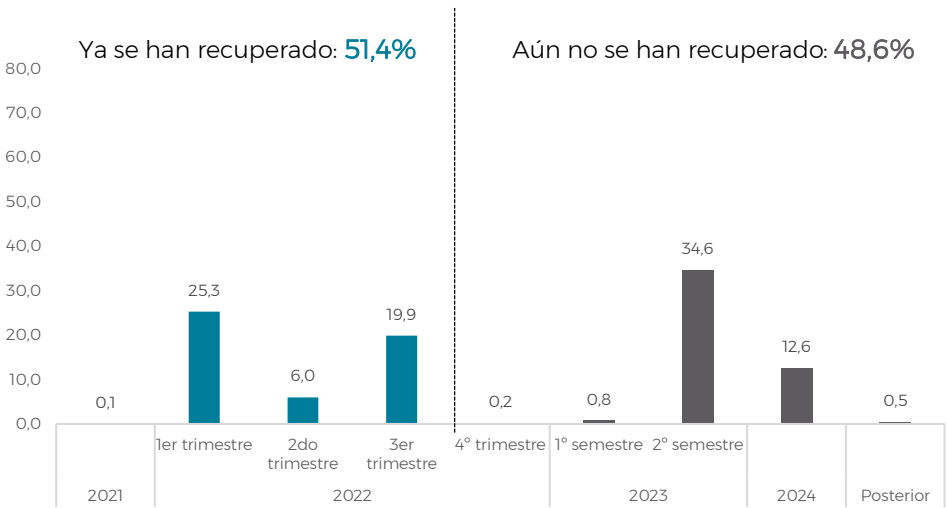


OCIO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV 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





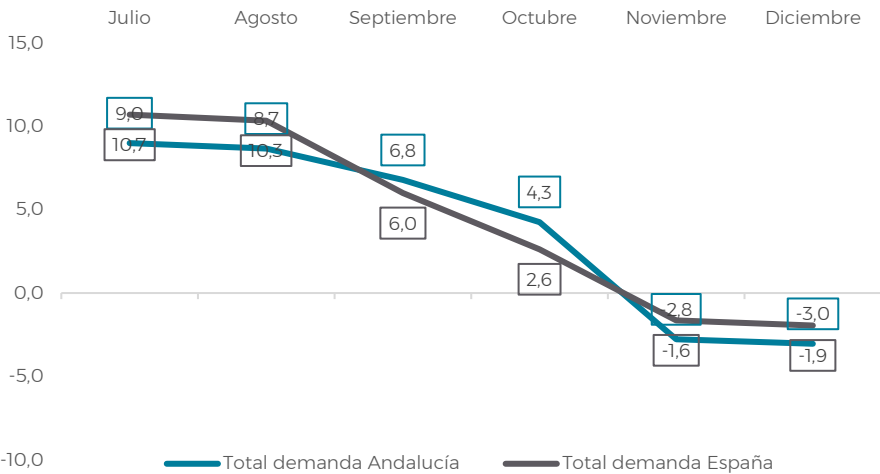
Anexo estadístico:

DETALLE TERRITORIAL:

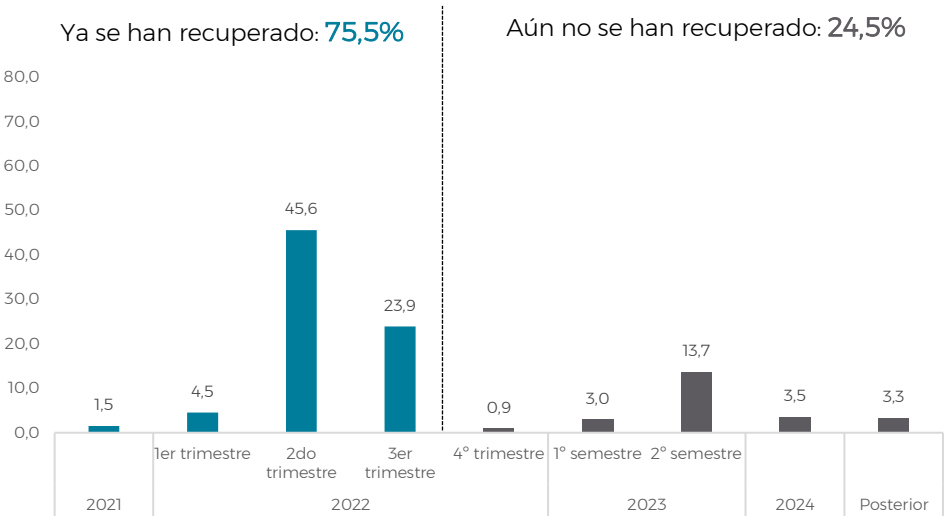
VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL VERANO
(IIIT) DE 2022 Y
PERSPECTIVAS PARA EL IVT
Y CIERRE DE 2022

ANDALUCÍA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **ANDALUCÍA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

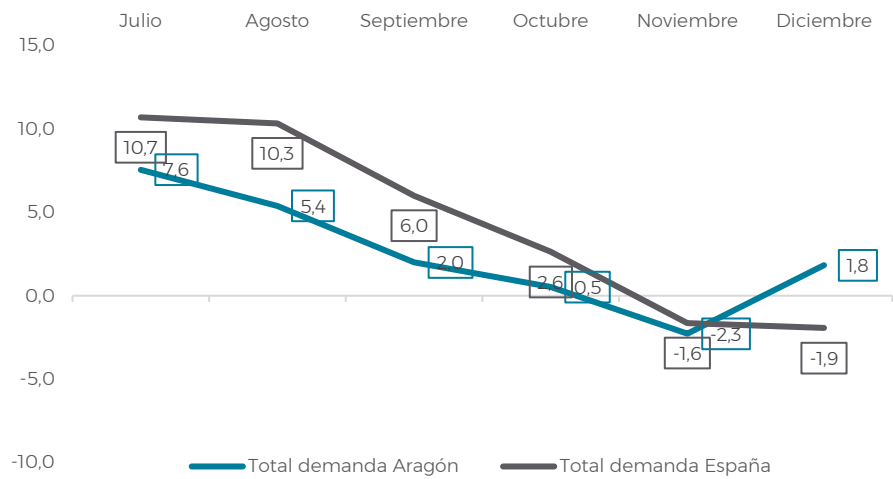


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **ANDALUCÍA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

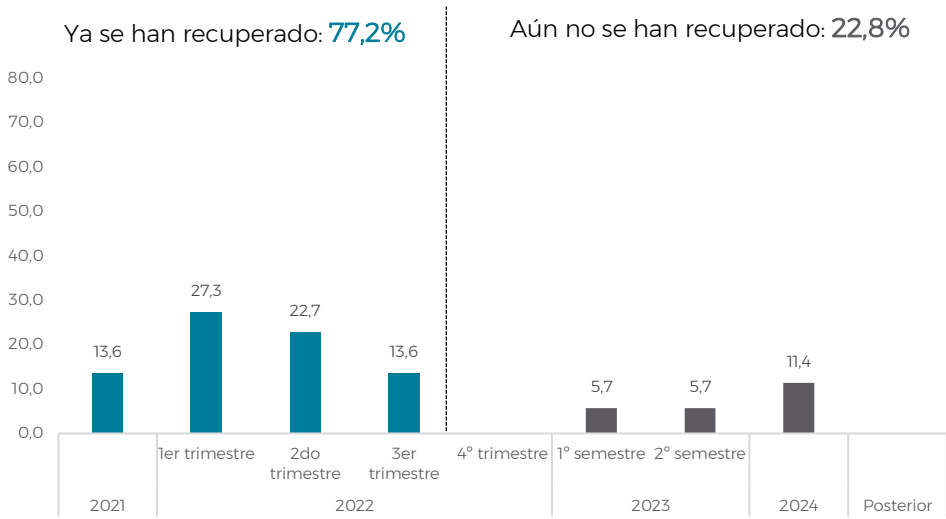


ARAGÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **ARAGÓN**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

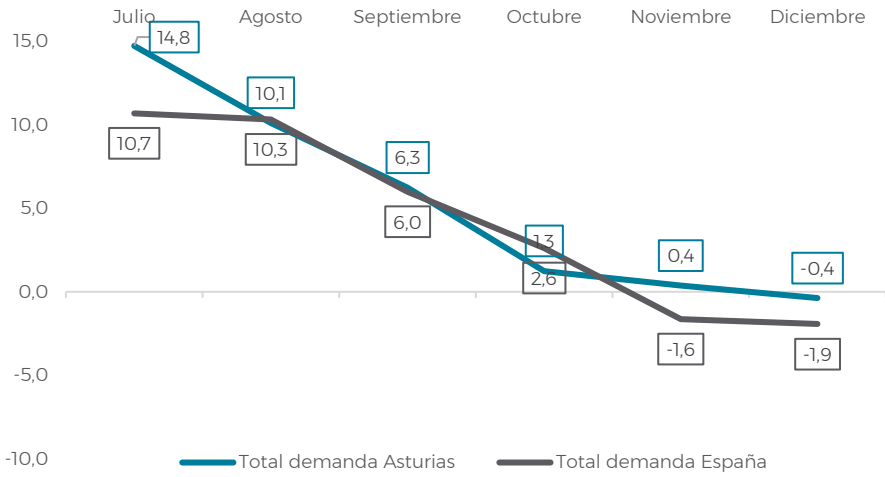


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **ARAGÓN**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

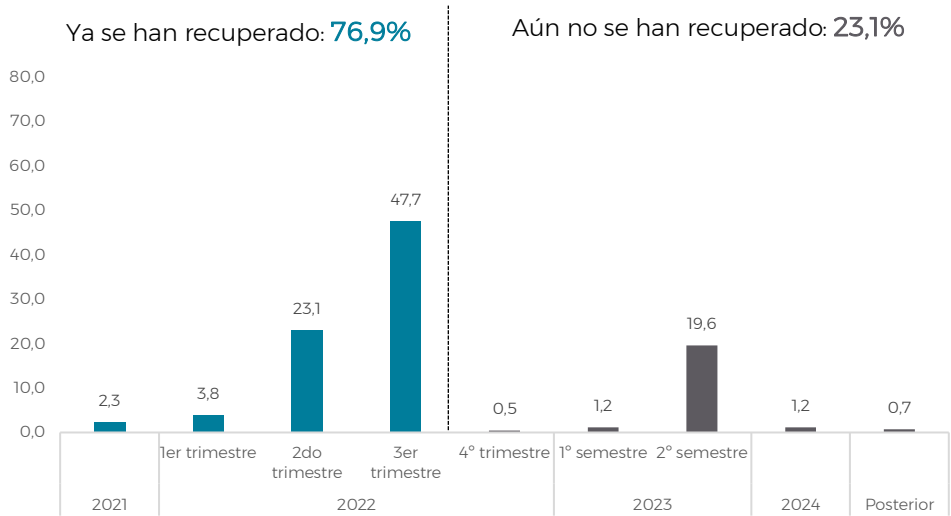


ASTURIAS: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **ASTURIAS**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

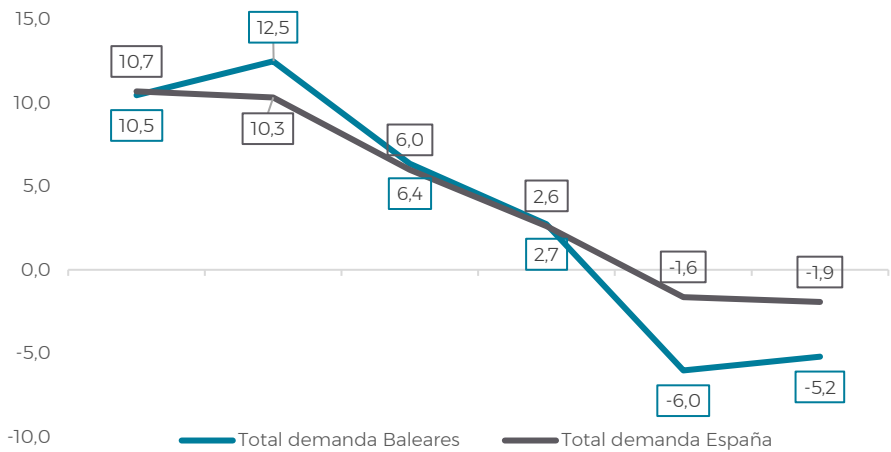


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **ASTURIAS**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

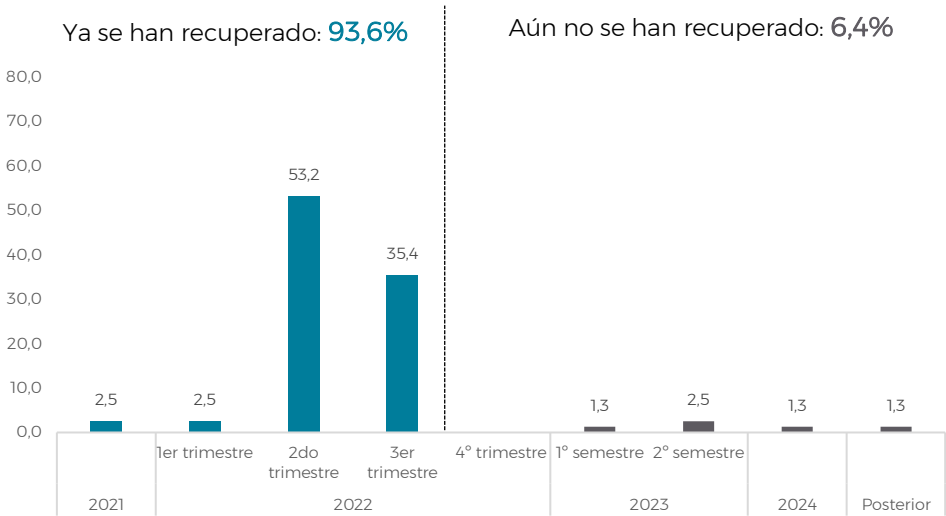


BALEARES: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **BALEARES**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

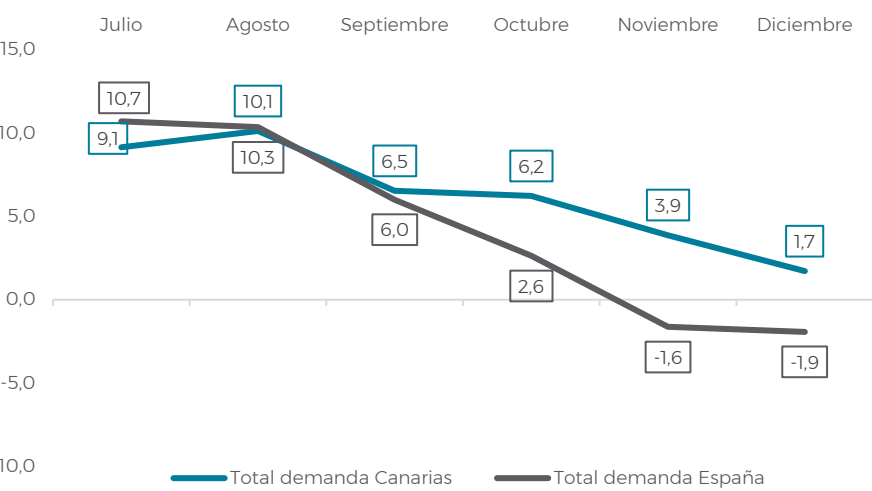


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **BALEARES**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

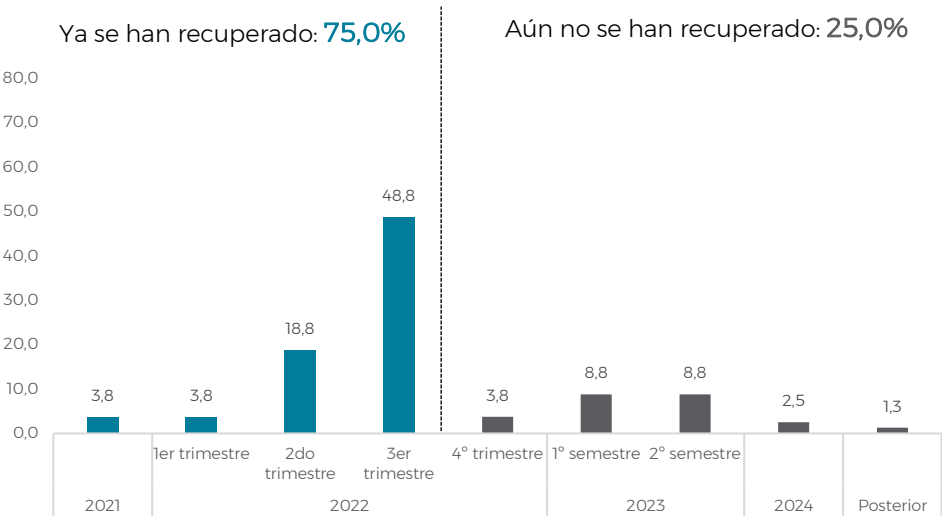


CANARIAS: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **CANARIAS**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

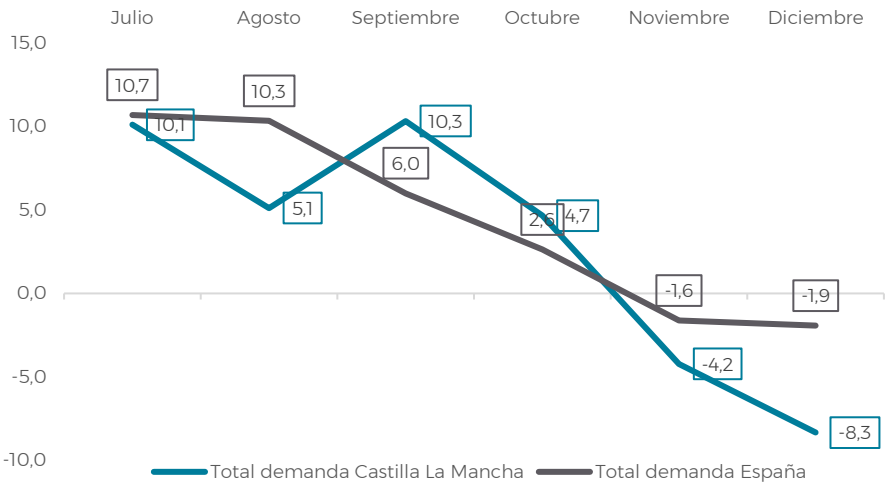


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CANARIAS**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

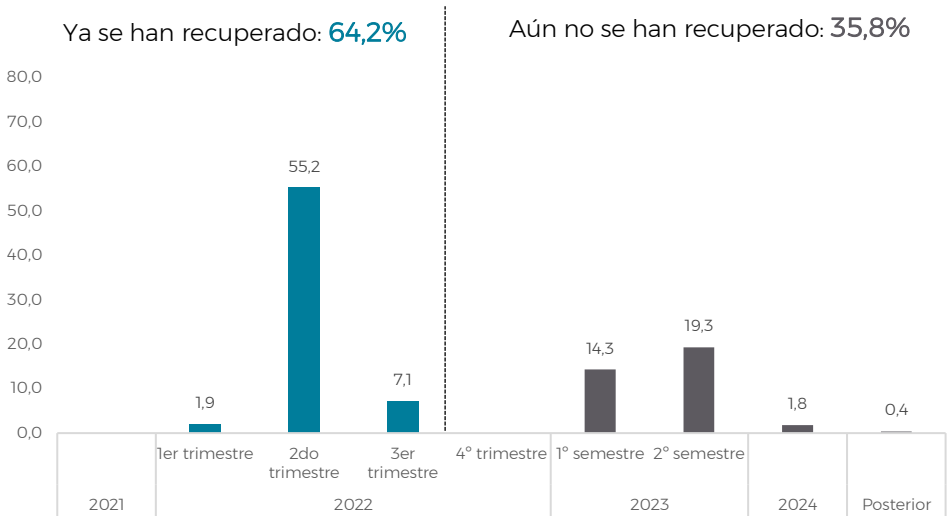


CASTILLA LA MANCHA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **CASTILLA LA MANCHA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

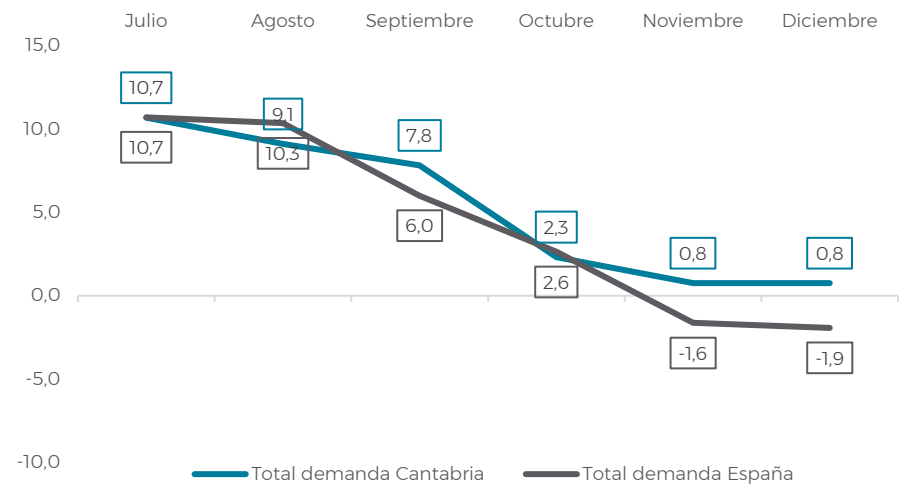


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CASTILLA LA MANCHA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

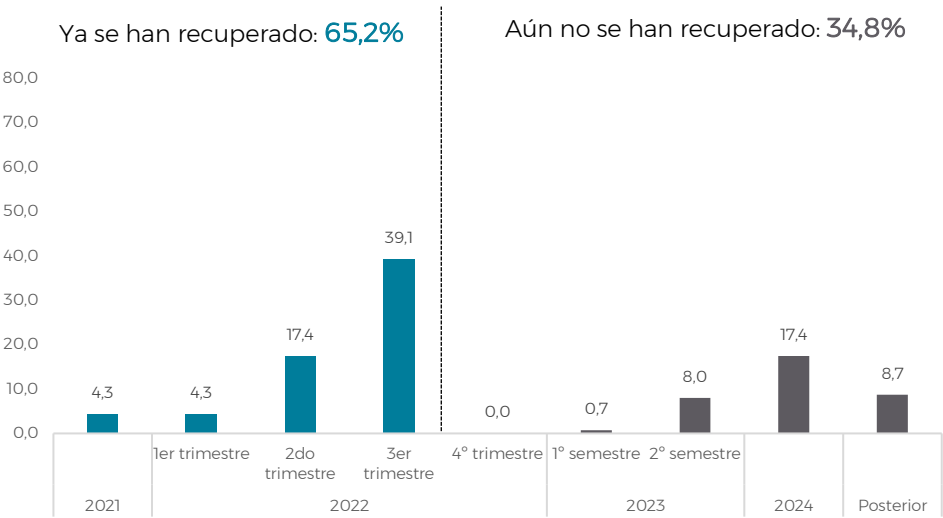


CANTABRIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **CANTABRIA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

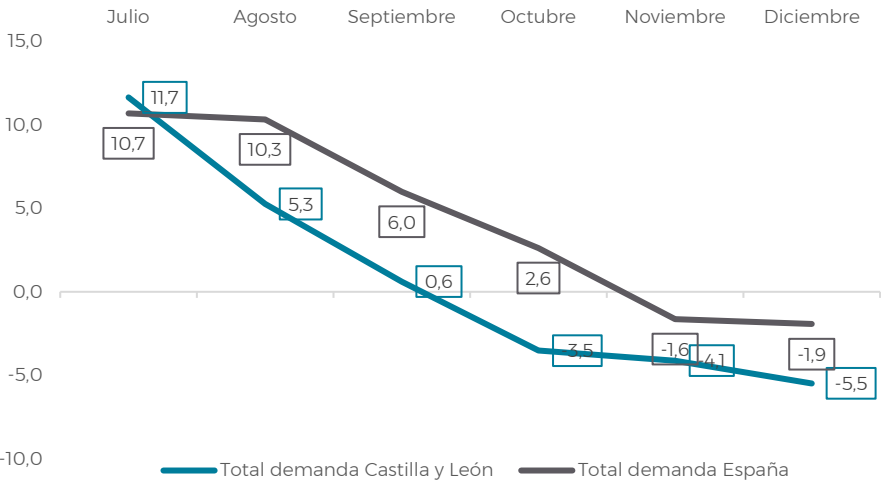


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CANTABRIA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

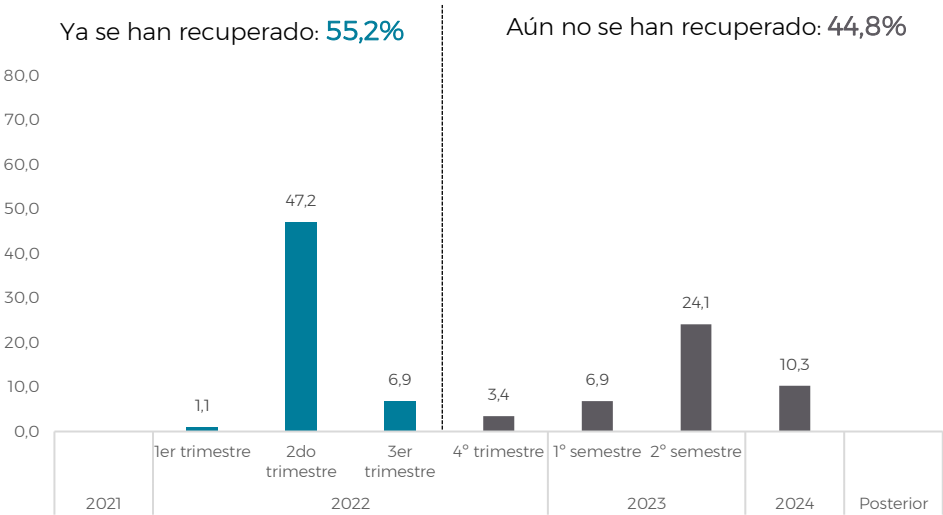


CASTILLA Y LEÓN: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **CASTILLA Y LEÓN**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

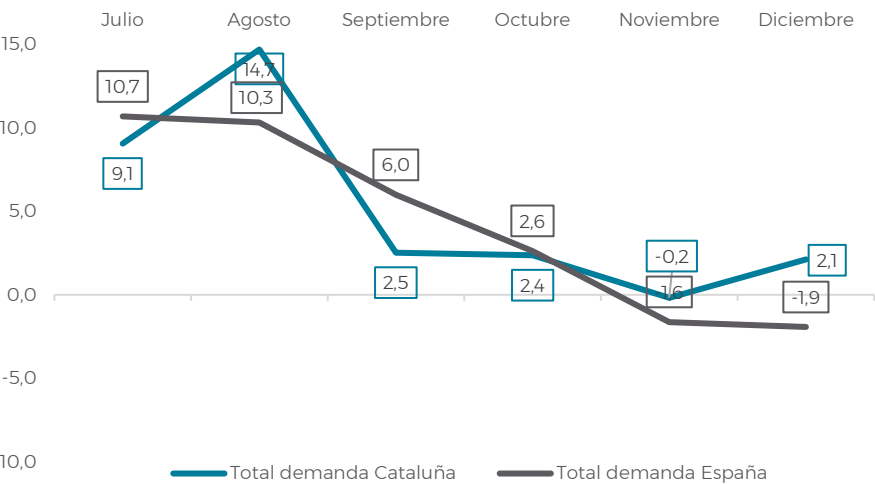


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CASTILLA Y LEÓN**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

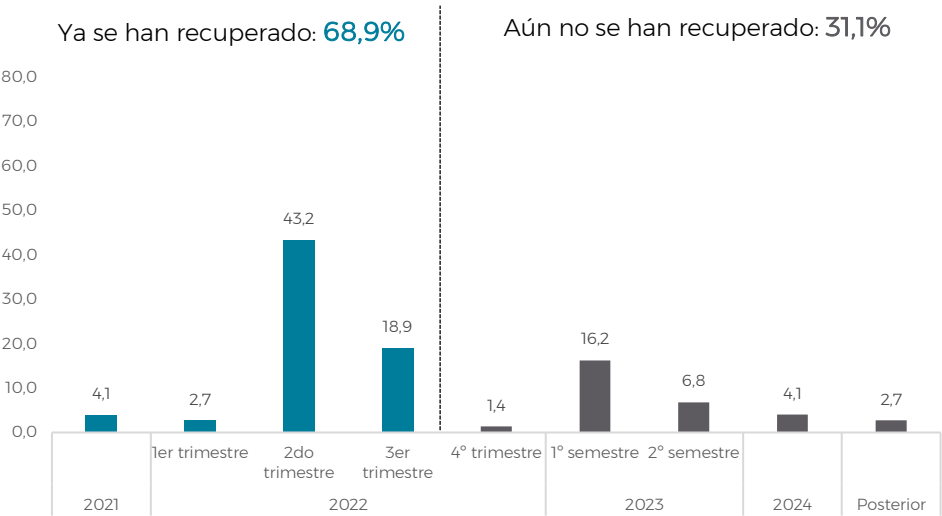


CATALUÑA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **CATALUÑA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

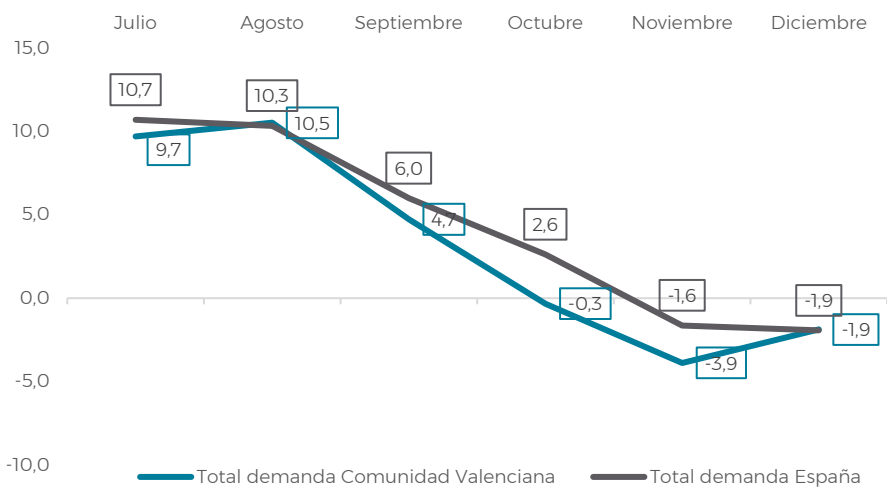


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **CATALUÑA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

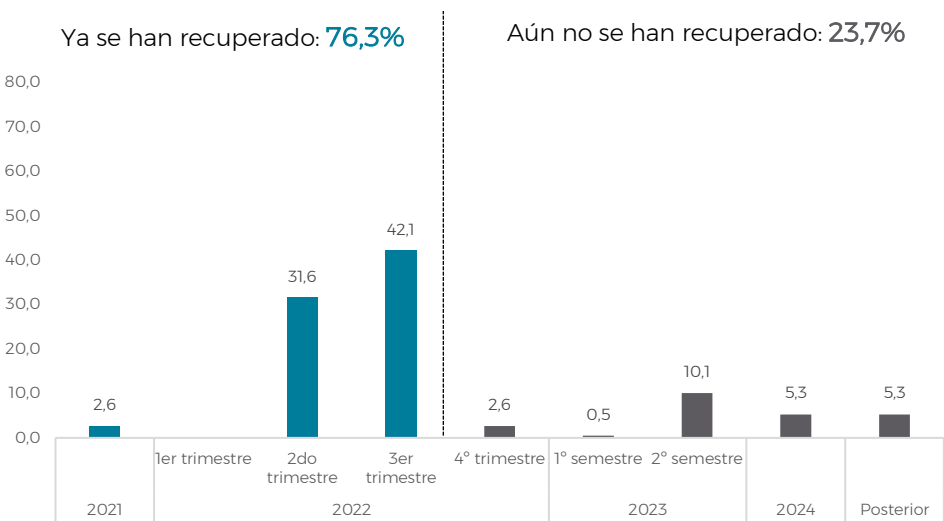


C. VALENCIANA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **COMUNIDAD VALENCIANA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

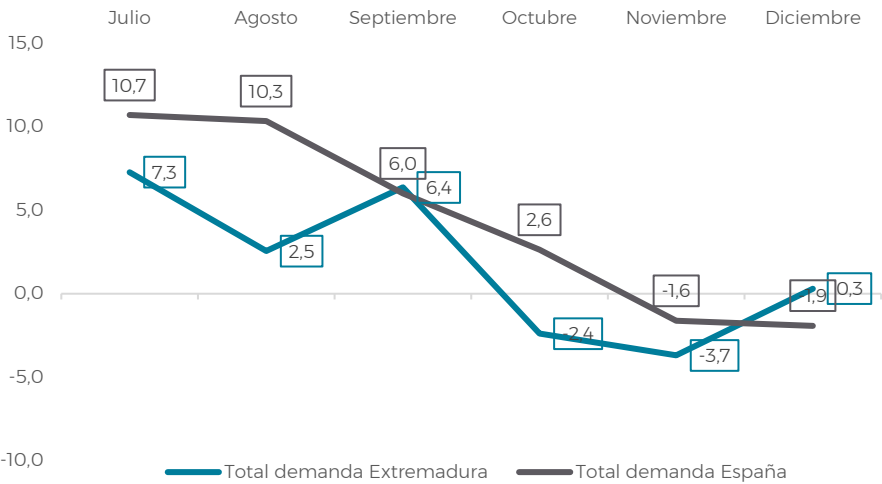


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **COMUNIDAD VALENCIANA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

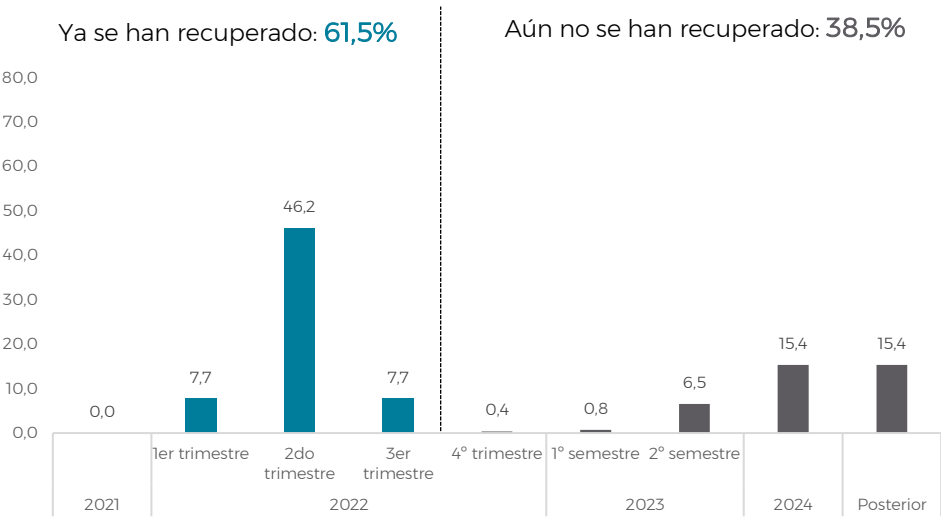


EXTREMADURA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **EXTREMADURA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

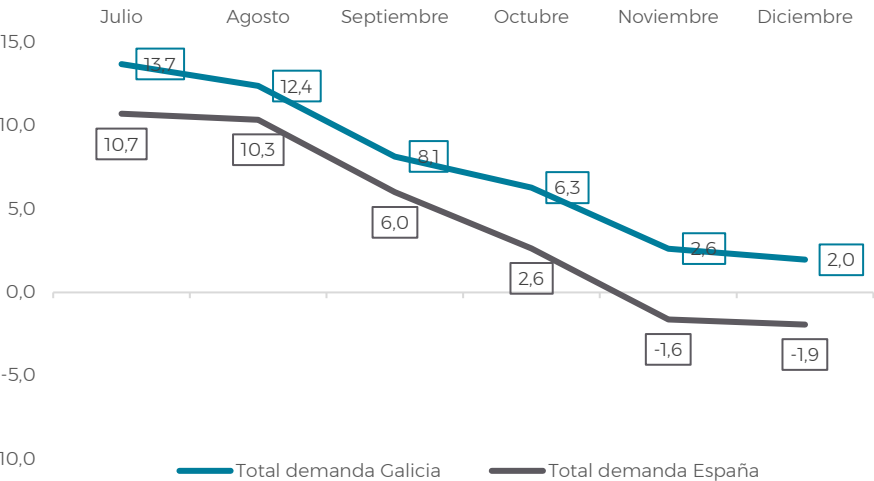


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **EXTREMADURA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

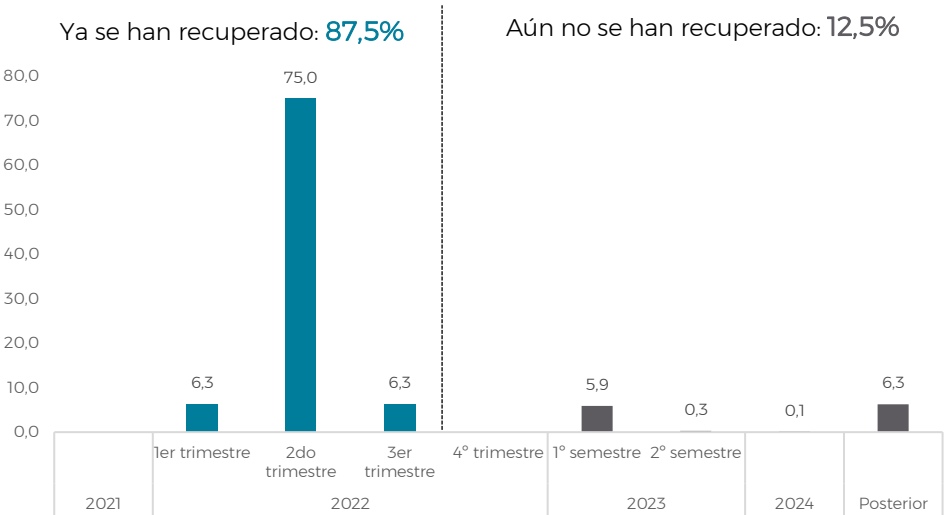


GALICIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **GALICIA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

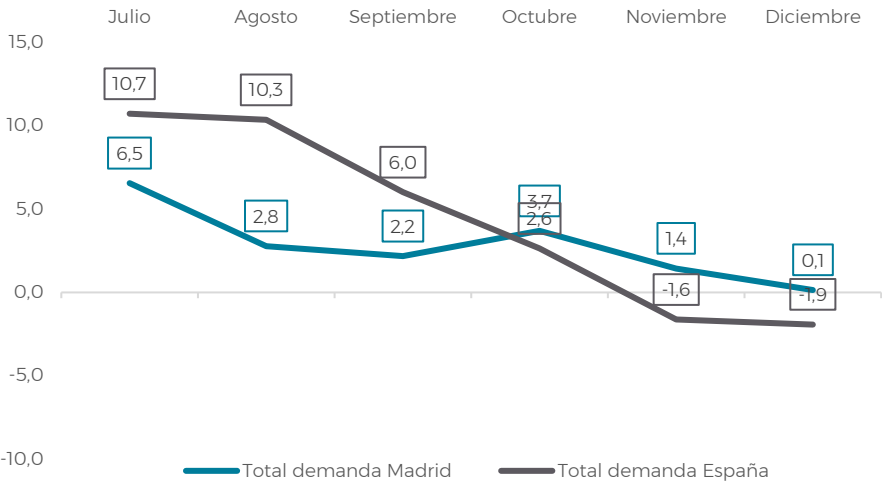


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **GALICIA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

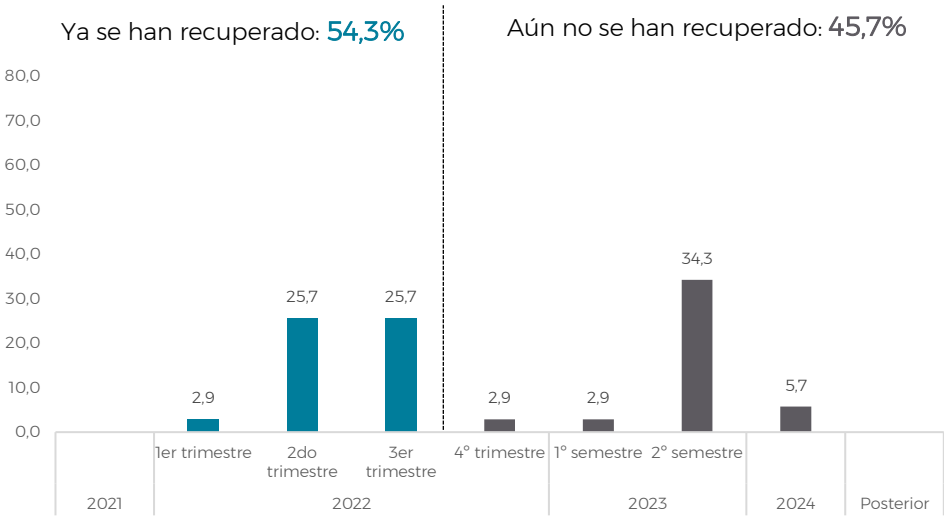


C. MADRID: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **MADRID**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

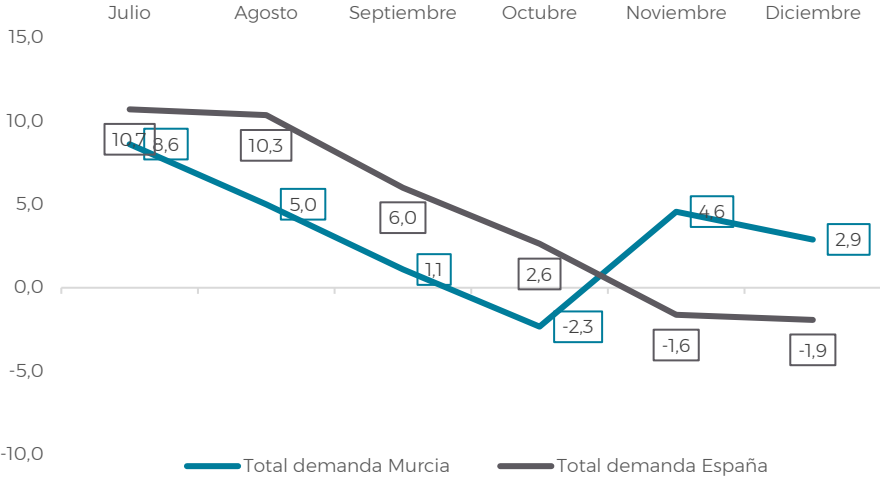


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **MADRID**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

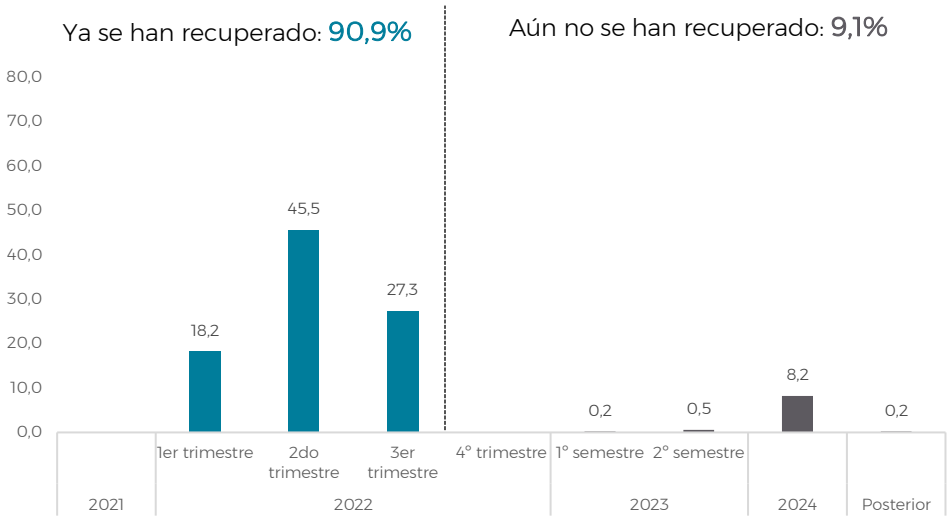


MURCIA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **MURCIA**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

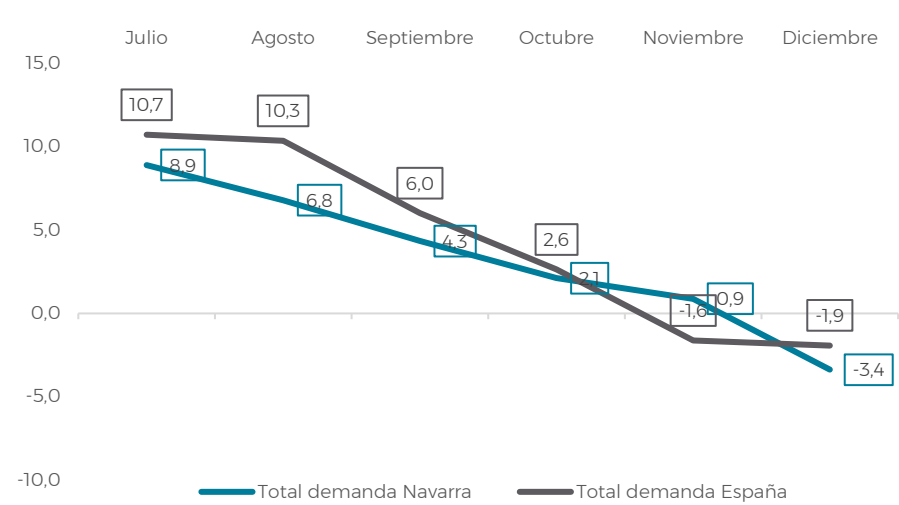


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **MURCIA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

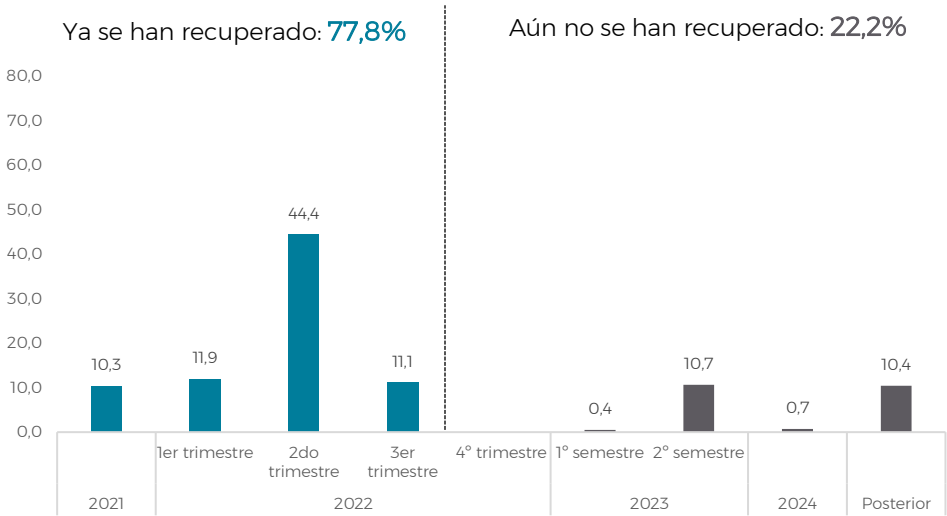


NAVARRA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 NAVARRA
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

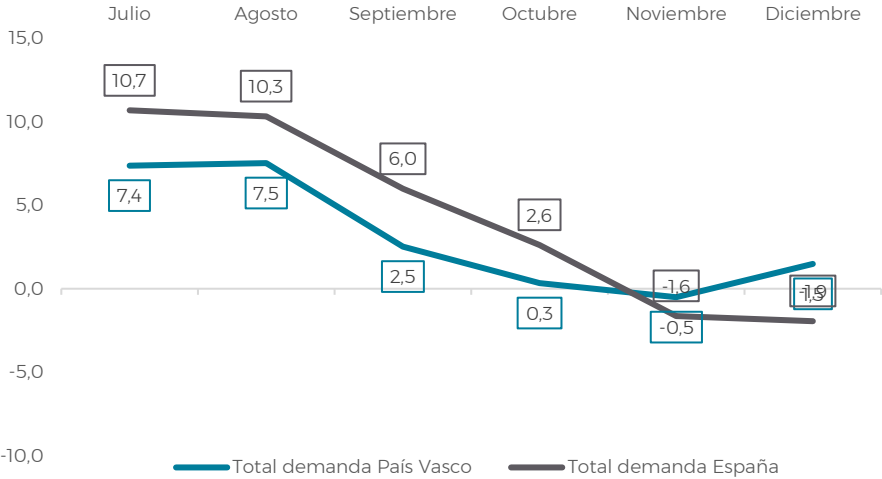


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 NAVARRA
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

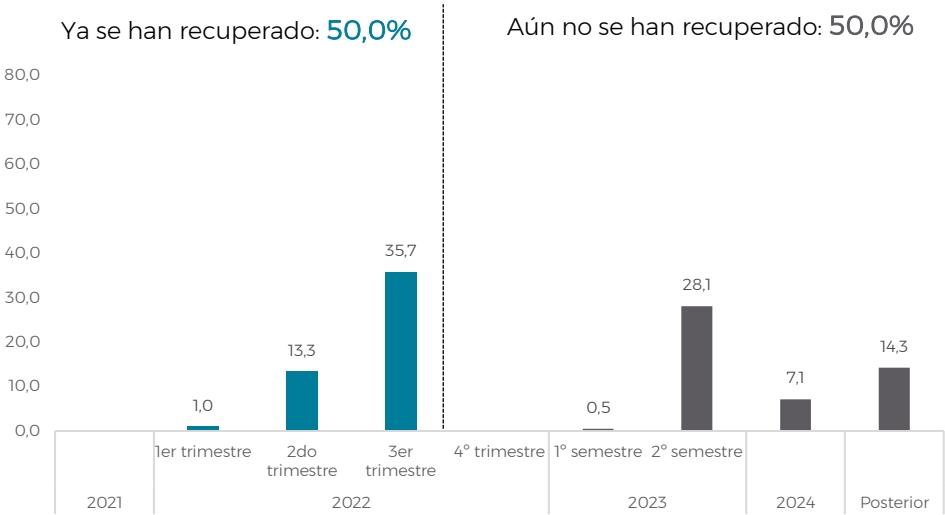


PAÍS VASCO: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **PAÍS VASCO**
Niveles de facturación Sector alojamiento. Variación interanual vs (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

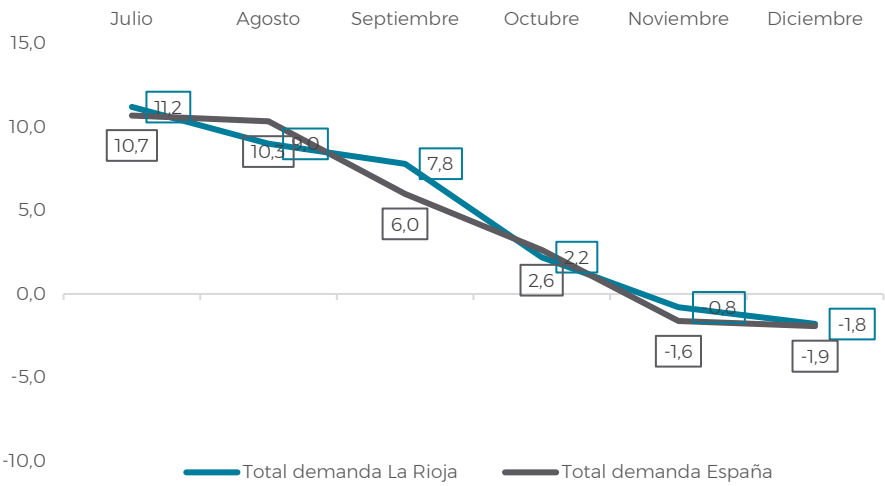


Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019 **PAÍS VASCO**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

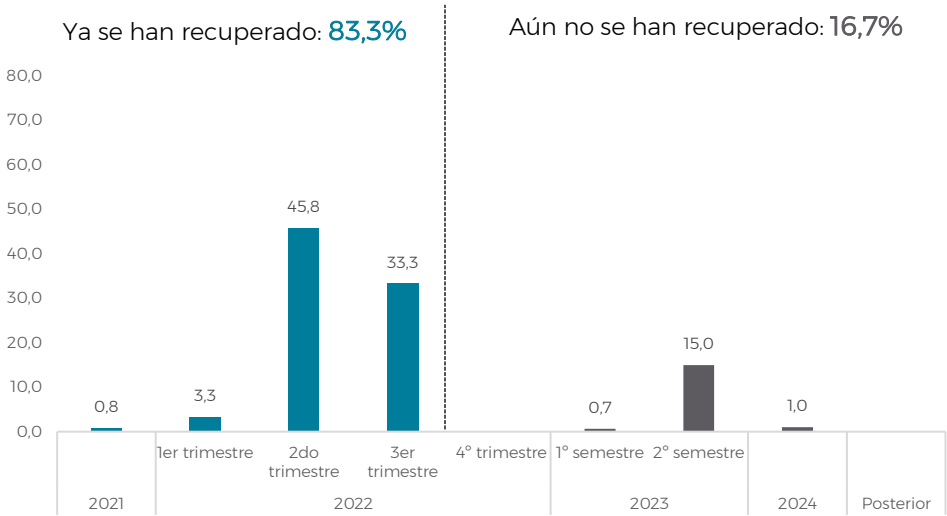


LA RIOJA: Balance y escenario empresarial de evolución de las ventas

Variación interanual de las ventas en el III trimestre de 2022 y previsiones para los meses del IV trimestre de 2022 **LA RIOJA**
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 **LA RIOJA**
Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur





Nº 82

OCTUBRE 2022

VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL
DEL IIIT DE 2022 Y PERSPECTIVAS
PARA EL IVT Y CIERRE DE 2022