

Valoración turística empresarial del verano de 2022 y expectativas para el cuarto trimestre y el cierre del año 2022

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 11 de octubre de 2022

Valoración turística empresarial del trimestre de verano (julio-septiembre, 2022)

- **Las ansias por viajar se han desbordado este verano, superando con mucha venta de última hora, nuestras previsiones iniciales, si bien a costa de consolidarse la reducción de márgenes y resultados empresariales, por unos costes muy excedidos a los previstos.**
- El PIB turístico del 3Tr de 2022 se sitúa en niveles claramente superiores a los del 3Tr de 2019 (+2,7 %) en un escenario, además acompañado de una creación neta de empleo, debido al mayor efecto el tirón de la demanda embalsada durante los años de pandemia, que ha compensado los adversos condicionantes geopolíticos y macroeconómicos acontecidos en los últimos meses.
- **El turismo ejerce de principal puntal y sostén de la economía española en el tercer trimestre explicando con un aumento de 15 mil millones de € el 72,2% del crecimiento del PIB español en este periodo de 2022 (21 mil millones de €).**
- **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, si bien 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) reflejando el notable esfuerzo empresarial por dotar de mayor estabilidad a sus empleados.**
- **Los hoteles son los más favorecidos (+9,2% en sus ingresos julio-septiembre vs el 3er trimestre de 2019), y dentro de éstos, los vacacionales de costa (+9,9%) mejor que los urbanos (+7,3%), así como 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 subsectores que registran el mejor balance de ventas este verano, ya superiores a 2019. Por su parte, el transporte se acerca a esos niveles pre-pandemia (-1,1%), con el rent a car algo peor de lo esperado (-5,1%) y las agencias registrando el mayor retraso (-11,1%).
- **El balance de resultados empresariales turísticos del verano 2022 se ha vuelto a ver lastrado por el fuerte aumento de los costes (un +32,8% los energéticos, un +18,1% los de suministros y un +10,4% los laborales, mientras los precios han podido subir solo un +8,4%).** Junto a problemas operacionales por difícil acceso a personal formado, han impedido trasladar a márgenes y resultados la mayor fortaleza de la demanda y la mejora parcial de precios. Todo ello según un desempeño cada vez más asimétrico por compañías, donde aguantan mucho mejor aquellas con productos/marcas más diferenciadas, y mayor escala para mejorar su gestión de costes.
- **La demanda española vuelve a liderar el tirón de las ventas de las empresas turísticas durante el verano (+3,2% en ventas en el tercer trimestre de 2022 vs 2019),** con una notable desaceleración en septiembre, junto a una recuperación de los viajes al exterior a cargo de los perfiles de consumidores de mayor capacidad de gasto y un mayor consumo en España de las tipologías y productos de menor gasto asociado (campings +12,7% en pernoctaciones jul-ago 2022 vs 2019), turismo rural (+9,9%) y apartamentos (+8,3%).
- **La demanda extranjera pierde en verano pujanza en afluencia respecto a los meses de primavera (-12,8%, en agosto vs 2019 versus el -8,2% que registraba en julio), percibiéndose sin embargo una positiva mejora de sus niveles de gasto (el total que revierte a España -0,1% en jul-ago de 2022 respecto a 2019, el gasto por turista +11,8% y el medio diario +12,2%),** especialmente en los alojamientos reglados (hoteles +15%). 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%) son los principales determinantes del retraso en la recuperación del total de demanda extranjera este verano de 2022 respecto del 2019.
- **Se cierra un gran verano de 2022 en términos de ingresos- que no de márgenes y resultados empresariales- en la mayor parte de destinos españoles superando los de 2019.** Los destinos vacacionales insulares (Baleares +10,1% y Canarias +8,7%), al igual que zonas del litoral andaluz, valenciano y catalán, y comunidades de interior (Extremadura +5,2% Rioja +9,2% y Castilla y León +5,6%), además de Santiago (+28,8%), impulsada por el Xacobeo junto a ciudades de perfil más vacacional (Málaga +24,3%, Alicante +24,3%, Valencia +19,2%, Barcelona +11,1% y San Sebastián +9,8%), registran el mejor balance de verano de 2022 respecto a 2019.

Expectativas empresariales para el IV trimestre y el conjunto de 2022

- La reciente encuesta de confianza de EXCELTUR cerrada el 30/09, revela que aún a pesar del frágil escenario macroeconómico y geopolítico que se anticipa para los próximos meses, los empresarios descuentan para el 4º T de 2022, **una ralentización (-1,3% vs IVTr de 2019), que no caída, en la tendencia de recuperación turística en España, respecto de los trimestres anteriores del 2022.**
- **Las expectativas empresariales sobre la evolución de su actividad revelan crecientes disparidades, asimetrías y velocidades de recuperación entre subsectores, destinos y empresas turísticas en cuanto a ventas, márgenes y resultados.** Las mejores perspectivas ante las turbulencias que se anticipan, las revelan quienes han mejorado su posicionamiento y propuestas de valor optimizando sus procesos de gestión y ganando eficiencias operativas con apuestas claras por la transformación digital y ambiental.
 - **En niveles levemente superiores a 2019 (+0,5% para el IVTr22 vs IVTr19) se mantienen los hoteles urbanos en ciudades más internacionalizadas y los prestadores de servicios de ocio en estos destinos (+0,4%),** especialmente Madrid y Barcelona, gracias al dinamismo del MICE y sus apuestas culturales y deportivas. Las empresas de **transportes de pasajeros** estiman se beneficiarán también de una positiva intención viajera los últimos meses de 2022 (+0,4% vs IVTr19).

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org www.linkedin.com/company/exceltur

- Las **empresas de alquiler de vehículos** esperan un desempeño para los próximos meses similar al del verano (-5,8%), con alguna menor visibilidad para los meses más de invierno. Mientras, las **agencias de viajes tradicionales anticipan una notable mejoría (-5,3% en el IVTr vs -11,1% en IIITr) por una mayor recuperación de ventas de viajes al exterior**, aunque con un alto grado de prudencia ante la manifiesta y creciente tendencia de contratación por canales directos y on-line.
 - Los **empresarios hoteleros canarios** si bien acusan momentáneos retrasos en pasar de reservas a ventas, estiman (+3,9%) se consolide su senda de reactivación en la temporada alta. A ello ayudará la mejora de su conectividad aérea (+30% versus el invierno 2019). Los empresarios turísticos de **Baleares** (+1,5%) muestran también un moderado optimismo al alargarse la temporada de verano, por una meteorología favorable, y una conectividad también superior al 2019 (+13% en octubre).
 - Tras un positivo verano 2022 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 los muy bajos y cada día más disuasorios e inaceptables términos de contratación de los viajes del IMSERSO, en un contexto de crecimiento inusitado de costes debidos a la aún muy elevada inflación: **litoral andaluz (+0,3%), catalán (-4,3%) y valenciano (-4,5%)**.
 - Las expectativas empresariales en los destinos de la **España Verde** siguen siendo favorables dentro de una senda de desaceleración, tras la excepcional primavera y verano turístico, liderados por **Galicia** (+4,2%) gracias a la celebración de su año Xacobeo, e impulsados por el atractivo consolidado por la pandemia, de un nuevo consumo postcrisis, que favorece experiencias turísticas más calmadas y en contacto con la cultura y naturaleza: **Cantabria +1,5%; Asturias +0,6%**.
 - **Los destinos de interior** trasladan menos visibilidad respecto al devenir de las ventas en el 4º trimestre de 2022 al estar más afectados por la prevista pérdida de impulso de la demanda interna y la menor presencia de turismo de viajes de negocios para reuniones, por el uso creciente de medios digitales sustitutivos. **Navarra, La Rioja y Aragón** se situarían en +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.
- **Tras la constatación del buen desempeño de la actividad turística en el verano de 2022, algo mejor de lo previsto en ventas, que no en márgenes, y aun teniendo en cuenta el volátil y frágil escenario que se presenta a corto, es destacable poder estimar que el PIB turístico al cierre de 2022, roce los niveles prepandemia (154 mil mills €, 99,4% del PIB Turístico en 2019)**. Ello contempla una moderación en la recuperación del 4º trimestre, al enfriarse las economías con la potencial erosión del consumo turístico de hogares y empresas, compensado en parte por la prolongación de las ansias viajeras tras los años de pandemia y el ahorro acumulado.
 - **De cumplirse este escenario, que reiteramos sigue lleno de realidades empresariales muy asimétricas, especialmente en cuanto a los resultados obtenidos, el 65% de la recuperación de la economía española en 2022 se debería a la actividad 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, 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, pueda mantenerse la tendencia de recuperación turística en 2023. Ello desaconsejaría cualquier lectura triunfalista 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 por 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 a estos efectos, así como un cuestionable método de reparto de los mismos. En especial de los NEXT GEN, donde se vuelve a caer en el incomprensible desdeño 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 practica ausencia de fondos Next Gen para el apoyo directo a proyectos empresariales, versus el previsto reparto local, de nuevo más basado en 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, el obviar la confrontación y las estigmatizaciones con que últimamente se etiqueta al sector, y a sus empresarios. Es decir, **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, sin consensuar además la gestión de sus usos finales.** Es por ello, que resulta clave ante la deseable evolución de nuestro modelo turístico, **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 en muchos casos de una opinión pública confusa y negativa de la que se culpa solo al empresariado, cuando en muchos casos ello se debe también a una inacción pública.** Bien por no presupuestar y abordar a tiempo inversiones en infraestructuras que anticipen las necesidades de un crecimiento sostenible y aceptable para la ciudadanía, o lo que a veces es más preocupante, por mirar hacia otro lado, **las crecientes externalidades que generan la eclosión de viviendas turísticas en muchos destinos, por su descontrol regulatorio, induciendo la gentrificación e injustamente afectando la reputación y las bondades que brinda el sector.**

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 sector y a su aportación a la recuperación económica.

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 pudieran complementar con recursos privados, participando en la gobernanza que rija su identificación y su 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 LLAAs (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 transversales en etapas clave, superando su papel de 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 un país como España cuya principal fuente de acceso de los turistas es la aérea. Tampoco se entendería como ha denunciado la asociación de LLAAs (ALA), que fuese desde España y en esta coyuntura, que se impulse el adelantar su implantación en la UE, versus el resto del mundo que es responsable del 80% de las emisiones y con 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, y se están tratando de consensuar en diversas ciudades, ya que no dejan de ser más impuestos de carácter general y además sobre unos pocos actores del sector (básicamente Hoteles).** Distinto pudiera ser, si en la nueva gobernanza de gestión turística deseable y urgente a ser acometida a todos los niveles administrativos, se asegurase en este caso, 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, ajeno a resolver necesidades /problemas del sector.
 - 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.