



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

Nº 87

ENERO 2024

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2023
Y PERSPECTIVAS PARA 2024

Índice de contenidos

Balance empresarial del año 2023

- 01 PIB turístico conjunto año (Pág.3)
- 02 Rentabilidad empresarial (Pág.4)
- 03 Empleo turístico (Pág.6)
- 04 Condicionantes macro y demanda turística (Pág.7)
- 05 Demanda española (Pág.10)
- 06 Demanda extranjera. Detalle por mercados (Pág.11)
- 07 Resultados empresariales por subsectores (Pág.12)
- 08 Incidencia de la eclosión de las VUT y recomendaciones para su gestión (Pág.14)
- 09 Valoración del impacto de los Fondos Next Generation (Pág.17)
- 10 Balance por destinos (Pág.18)

Previsiones para 2024

- 11 Factores determinantes del año turístico 2024 (Pág.21)
- 12 Perspectivas a corto plazo relativas al primer trimestre de 2024 (Pág.22)
- 13 Escenario del PIB Turístico para el año 2024 (Pág.23)
- 14 Expectativas empresariales. Detalle subsectorial (Pág.24)
- 15 Perspectivas empresariales por destinos (Pág.28)

Reflexiones turísticas de cara al año 2024, derivadas del XII Foro de EXCELTUR

(Pág.30)

Programa definitivo del XII Foro de Liderazgo Turístico - 23 enero, 2024

(Pág. 31)



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

**BALANCE EMPRESARIAL DEL
AÑO 2023**

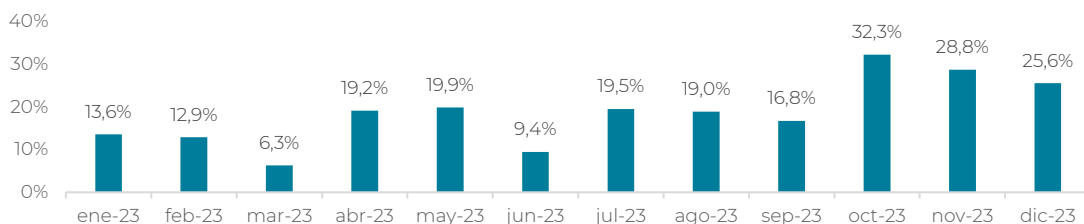
01 El turismo consolida su recuperación en 2023, cerrando el año con la generación de 186.596 mills de euros de actividad, tras un gran último trimestre del año, lo que eleva la contribución del turismo a la economía española al 12,8%, el máximo de la serie histórica.

La evolución de la actividad turística en 2023 se ha venido intensificando según ha transcurrido el año, sustentada principalmente sobre:

- La fortaleza de la demanda, en un contexto de mejora de las rentas salariales, la preferencia entre los consumidores por el disfrute de experiencias viajeras respecto al consumo de bienes duraderos, y la vuelta con fuerza del segmento de reuniones y congresos.
- El aumento de los precios, para hacer frente a la explosión de los costes energéticos, de suministros, financieros y salariales y la traslación al mercado de las inversiones en reposicionamiento de producto, realizadas por una parte creciente de empresas y subsectores, que han tenido un efecto sobre la atracción de turistas españoles y extranjeros de mayores efectos multiplicadores, a través de su más alto gasto en destino.

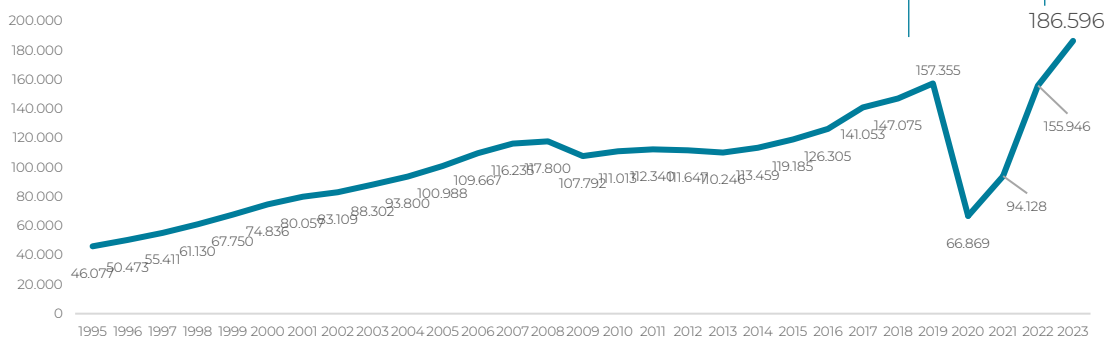
El turismo ha venido acelerando su crecimiento nominal a medida que ha ido transcurriendo el año 2023, cerrando con un IVTr extraordinario (Tasa de variación interanual del PIB turístico en % vs 2019)

Fuente: Exceltur



El PIB Turístico supera en un 18,6% los valores de 2019

Fuente: Exceltur a partir CSTE (INE). Dato 2023 estimación de Exceltur (millones de euros)



Principales cifras de generación de actividad económica del turismo en 2023



186.596 mlls € el valor del PIB turístico en España generado en 2023



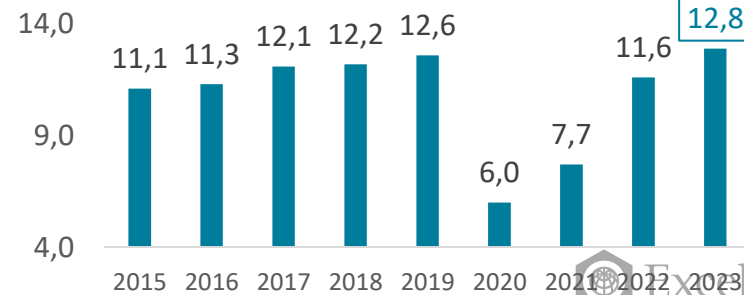
+18,6% aumento respecto a los niveles de actividad turística nominal de 2019



12,8% la relevancia que en Exceltur estimamos alcanzará el turismo en la economía española en 2023, la mayor participación histórica registrada desde que se publica la Cuenta Satélite del Turismo

12,8% la mayor participación del turismo

Fuente: Exceltur a partir CSTE (INE).



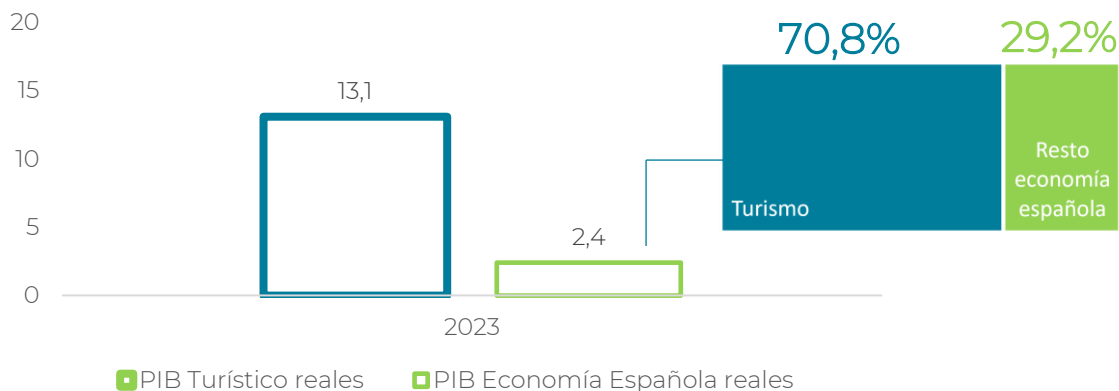
El turismo se erige como el principal motor del crecimiento económico real de España en 2023 vs 2022, elevándose un +13,1%, lo que supone el 70,8% del crecimiento real de la economía española, estimado por el Banco de España en el +2,4%.

La recuperación económica de España durante 2023 y la superación de los niveles de actividad en términos reales previos a la pandemia no hubiera sido posible sin el papel desempeñado por la actividad turística en España.

- A pesar de la relevancia de los precios en el desempeño turístico de este año, **el crecimiento del sector turístico en 2023 vs 2022 se debe a la mayor generación de valor añadido**. El +13,1% de crecimiento real del turismo de 2023 vs 2022, supone el 66,5% del total del crecimiento nominal del turismo en 2023 cifrado en el +19,7%, representando el aumento de precios el 33,5% restante.
- Este fuerte aumento del valor añadido sostenido por la fortaleza de la demanda, tanto interna como internacional, se debe en gran parte a las inversiones en mejora de producto dirigidas a la generación de experiencias de mayor valor para el consumidor final, que han realizado muchas empresas y que **apuntan al patrón de crecimiento deseado a futuro: mayor valor añadido, mayores ingresos, sin una mayor presión de afluencia distribuida de forma más equilibrada en tiempo y el territorio, que permita la generación de un mayor y mejor empleo, con un mayor reconocimiento y convivencia con los valores de las sociedades locales y una menor huella ambiental**.

El turismo aporta el 70,8% del incremento esperado de la economía española

Fuente: Dato 2023 estimación de Exceltur PIB Turístico, estimación BdE (dic23) economía española (millones de euros)



El turismo motor del crecimiento real de la economía española en 2023

+13,1% el crecimiento real del PIB turístico en 2023 vs 2022

+70,8% lo que ha aportado el turismo al crecimiento real de la economía española en 2023 vs 2022, cifrado en el +2,4% por el Banco de España

+0,8% el crecimiento real que habría registrado la economía española en 2023, sin la aportación al crecimiento del sector turístico español

02 Por segundo año consecutivo, los resultados de las empresas turísticas españolas crecen por el tirón de las ventas y el esfuerzo en contención de costes, a pesar de un nuevo aumento de éstos en 2023: repuntan los costes financieros (+18,9%) y laborales (+7,3%), mientras se moderan los de suministros (+9,6%) y caen los energéticos (-2,8%).

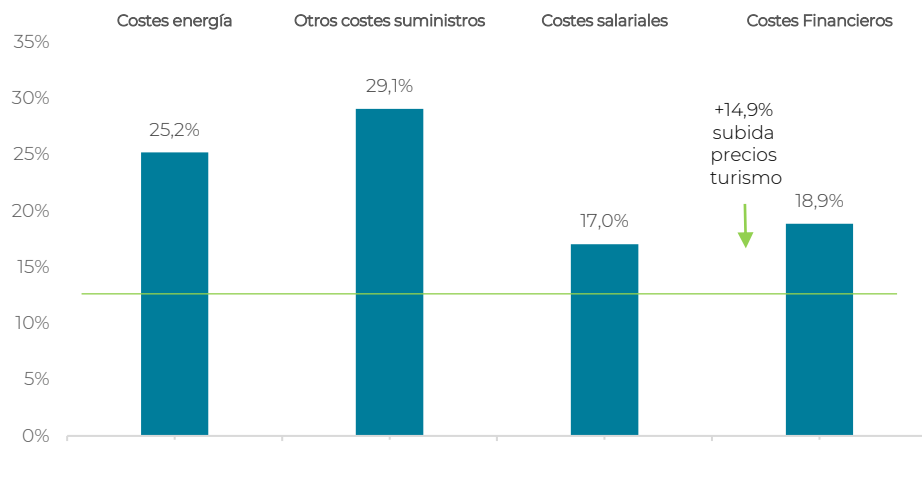
La mejora de resultados de las empresas turísticas españolas en 2023 ha estado marcada por un fuerte aumento de sus ingresos, gracias a su capacidad de mejorar precios, lo que ha permitido superar el intenso incremento de todas las partidas de costes, que se vienen a sumar a los registrados en 2022. Entre los empresarios, preocupan los incrementos de costes acumulados en los dos últimos años, si los elementos de incertidumbre que se extienden en este inicio de 2024 supusieran un cambio de ciclo de la demanda turística, que no se vislumbra a corto plazo. No obstante, la subida de costes acumulado en desde 2021 para las empresas turísticas asciende al +25,2% en los energéticos, el +29,1% en los de suministros, el +17,0% en los laborales y el +18%,9 en los financieros, todos ellos por encima del aumento medio de los precios finales, que el INE cifra en el (+14,9%) en la rúbrica de precios turísticos.

Las empresas turísticas acumulan en los dos últimos años incrementos en costes muy por encima de los precios

Costes 2023 vs 2021

% de impacto en los costes de la compañía

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)



Rasgos por empresas del comportamiento de los márgenes y resultados

- Crecientes diferencias de los resultados por subsectores:** Generalizada mejora de resultados en todos los subsectores relacionados con el turismo. El año es menos favorable para empresas de alquiler de coches por el efecto limitador sobre los precios del acceso a mayor flota respecto a años anteriores, así como en las empresas de transporte por las menores coberturas frente a los altos precios del carburante.
- Mejores resultados en las empresas de mayor tamaño y eficiencia operativa,** por mayor capacidad de negociación con proveedores e intermediarios financieros.
- Mayores márgenes en las empresas con mayor vocación de comercialización directa** por el mayor ahorro de los costes repercutidos por los intermediarios.
- Mayor capacidad de mejorar los márgenes en los productos más diferenciados, renovados y dirigidos a un posicionamiento de mercado de mayor capacidad de gasto,** que han vuelto a demostrar en 2023 su fortaleza, como resultado de inversiones en reposicionamiento de producto.

03 El crecimiento turístico de 2023 se ha trasladado a una intensa creación de un mayor (95.224 empleos más que en 2022) y mejor empleo (la temporalidad baja al 8,0% y los salarios suben el +4,4%) por parte de las empresas turísticas españolas, a pesar de las crecientes dificultades de acceso a personal formado. Con ello, la creación de empleo turístico supone el 17% del total del empleo generado en España en 2023 vs 2022.

Principales cifras del empleo turístico en 2023

+Empleo



+ 95.224 empleos
el 17% de la creación de empleo en España

Mejor empleo



8,0% tasa de temporalidad turística (34,7% en 2019)

13,7% temporalidad en el resto de sectores de la economía española

Mejor remunerado



+9,8% salarios vs 2019
+4,4% salarios vs 2022
+3,9% convenios en 2023

+8,8%
+4,0%
+3,5%
en el resto de sectores



Claves del mercado laboral turístico en 2023

Intensa estabilización del personal con figuras de contratación indefinida, más allá del fijo discontinuo. Lejos de lo que se traslada a la opinión pública, la creación de empleo de las empresas turísticas en 2023 se ha concentrado en contratos indefinidos a tiempo completo y a tiempo parcial.

La mejora en la retribución salarial, como respuesta al mantenimiento de rentas de los trabajadores, derivado del contexto inflacionista, como a la necesidad de mejorar el atractivo laboral, ante las cada día más difíciles condiciones para atraer personal formado.

El incremento de la inversión en formación por la necesidad de incorporar nuevos perfiles y de mayor capacitación en calidad de servicio, ante la apertura de nuevos productos posicionados en segmentos de mayor valor añadido.

El mayor esfuerzo por dotar a los trabajadores de facilidades extra, especialmente de vivienda en las islas, ante las dificultades de encontrar soluciones habitacionales por los efectos del encarecimiento del alquiler, por la multiplicación de los precios asociados a la conversión de viviendas en alojamientos para turistas.

Las empresas turísticas han respondido al reto de la desaparición del contrato de obra y el encarecimiento de los contratos temporales de corta duración, reduciendo la tasa de temporalidad por debajo de la media española y apostando por contratos indefinidos a tiempo completo.

03.1 Durante el año 2023, el empleo en el sector turístico crece más que en el resto de los sectores en comparación con 2022 (+5% sector turístico vs +2,7% otros sectores), apostando principalmente por contratos indefinidos, situándose el empleo turístico en una tasa de temporalidad apenas del 8,0%, muy por debajo del 13,7% del resto de sectores de la economía española.

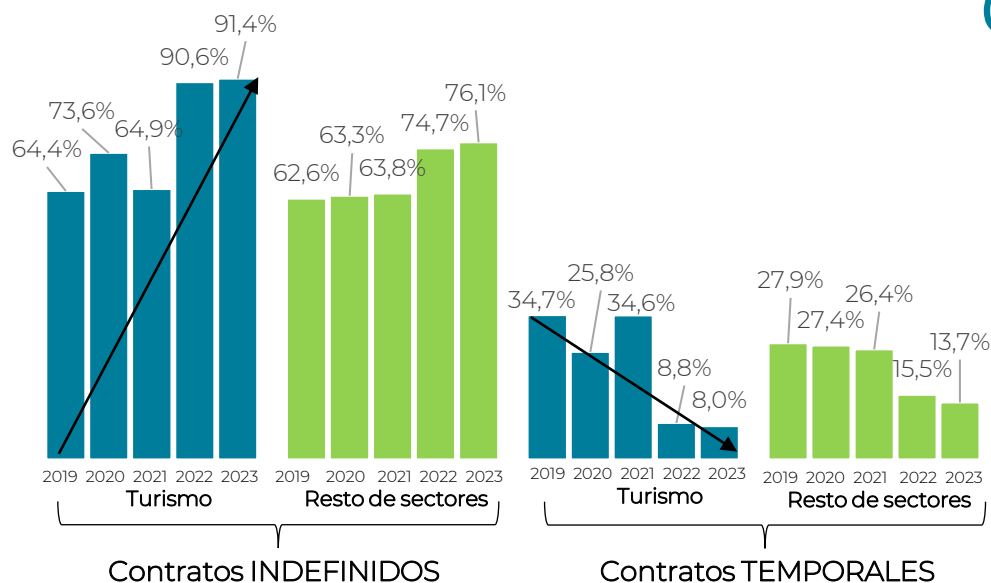
Los 95.224 afiliados más a la Seguridad Social que había en las ramas turísticas en diciembre de 2023 vs el mismo mes de 2022, representaron el 17% de los nuevos puestos de trabajo creados en la economía española a final del año 2023.

Ello se produjo gracias al mayor crecimiento del empleo en el sector turístico respecto al del resto de sectores de la economía española (un +5% en comparación con el año 2022, por el +2,7% del resto). A pesar de este fuerte aumento y debido al impacto de la pandemia, el empleo turístico presenta menor vigor que el resto de la economía española si lo comparamos con 2019 (+6,7% turismo vs +8,7% resto de sectores).

Evolución de los contratos indefinidos y temporales en el sector turístico

Diciembre 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023 (% sobre el total de afiliados).

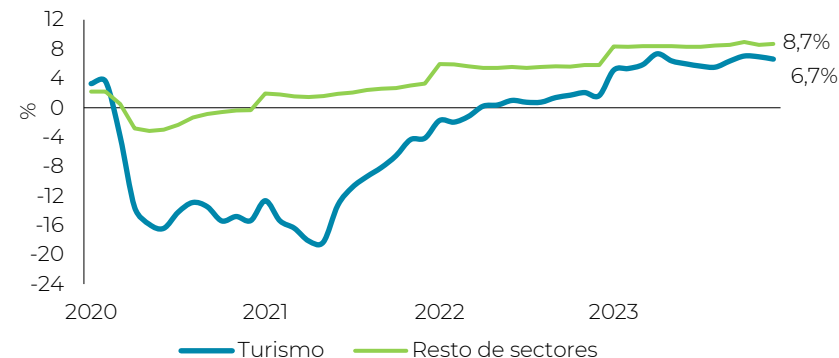
Fuente: Exceltur a partir de la Seguridad Social



Crecimiento del empleo en el sector turístico español

Tasa de variación frente a 2019

Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social



Turismo: incluye las ramas de alojamiento, restauración, AA.VV. transporte aéreo y ocio

03.2

Aplicando los principios de la última reforma laboral, el sector turístico ha seguido intensificando su compromiso con la **estabilización de los contratos laborales**, elevando el número de **contratos indefinidos** hasta el **91,4%** del total de contratos al cierre de 2023 (avanzando casi 30 puntos respecto al **64,4%** previo de 2019). Se trata de un porcentaje notablemente superior al del resto de la economía española, que se sitúa en el 76,1%.

Es relevante señalar que, en el resto de sectores la categoría de otros contratos* de las estadísticas laborales tiene una notable relevancia, representando el 9,6%, a diferencia del sector turístico, donde esta categoría apenas alcanza el 0,3%.

* Incluye funcionarios, personal estatutario e interinos, colectivos de cuidadores no profesionales, algunos socios trabajadores de cooperativas, programas de formación y prácticas no laborales en empresas y, de forma residual, aquellos trabajadores para los que por error u omisión no figura tipo de contrato en las bases de datos.

La estabilización de la contratación del personal turístico se explica principalmente por la apuesta por los contratos indefinidos a tiempo completo (60 mil más que en 2022), por encima de los de tiempo parcial (32 mil más), y muy por encima de los fijos discontinuos (6 mil más que en el año 2023), mientras han desaparecido 4 mil contratos temporales, de forma que en la actualidad el 91,4% de los trabajadores turísticos tiene un contrato indefinido y casi la mitad (45,3%) es a tiempo completo.

El cambio estructural a cierre de 2023 es especialmente intenso si se compara con antes de la pandemia por la aplicación de las empresas de la reforma laboral de 2022. De 2023 a 2019, los contratos indefinidos a tiempo completo experimentan el mayor crecimiento, con un aumento de 202 mil contratos, seguido de los contratos indefinidos a tiempo parcial (194 mil contratos nuevos) y, en menor medida, los contratos fijos discontinuos (134 mil contratos nuevos), mientras han desaparecido 403 mil contratos temporales.

03.3

El sector turístico ha realizado un notable esfuerzo en la mejora de las condiciones salariales ante el actual contexto de inflación, con el fin de mantener el poder adquisitivo de sus trabajadores, así como atraer y retener talento.

Las variaciones salariales pactadas en convenios del sector turístico (promedio turismo +3,9%, hostería +4,0%) se han situado por encima del promedio de la economía (+3,5%). En la misma línea y según datos de CaixaBank, los salarios en el sector se han elevado un +9,8% por encima de 2019 y un +4,4% por encima de 2022 de enero a noviembre, ambos aumentos superiores a la media de la economía (+8,8% vs 2019 y +4,0% vs 2022).

Distribución de los contratos en el sector turístico

Diciembre de 2019 y 2023. % sobre el total de contratos

Fuente: Exceltur a partir de la Seguridad Social

Tipo de contrato	dic-19	dic-23
Indef. tiempo completo	35,9%	45,3%
Indef. tiempo parcial	20,8%	30,9%
Indef. fijo discontinuo	7,8%	15,3%
Temp. tiempo parcial	21,8%	4,5%
Temp. tiempo completo	12,9%	3,5%
Otros	0,9%	0,6%
Formación y prácticas	0,5%	0,3%

Evolución de los salarios por sector

Tasa de variación enero-noviembre 2023 vs 2019/2022

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de CaixaBank

Sector	TV 2023 vs 2019	TV 2023 vs 2022
Servicios no turísticos	9,9%	4,1%
Servicios turísticos	9,8%	4,4%
Industria	7,8%	3,8%
Construcción	5,1%	3,2%
Agricultura	4,9%	2,6%
Total	8,8%	4,0%

Variación salarial pactada en convenios

Hasta noviembre de 2023 (en %)

Fuente: Exceltur a partir de Ministerio de Trabajo

Sector	Variación salarial (%)
Actividades artísticas	4,0%
Hostelería	4,0%
Agrario	4,0%
Promedio turismo	3,9%
Transporte y almacenamiento	3,6%
Industria	3,1%
Construcción	3,1%
Total economía	3,5%

04 La fortaleza de la demanda turística, reflejada en un aumento en el gasto en destino y anclada sobre la preminencia de los viajes en las preferencias de los consumidores frente a otros bienes de consumo duradero, ha vuelto a caracterizar el año 2023, favoreciendo a las empresas de toda la cadena de valor turística.

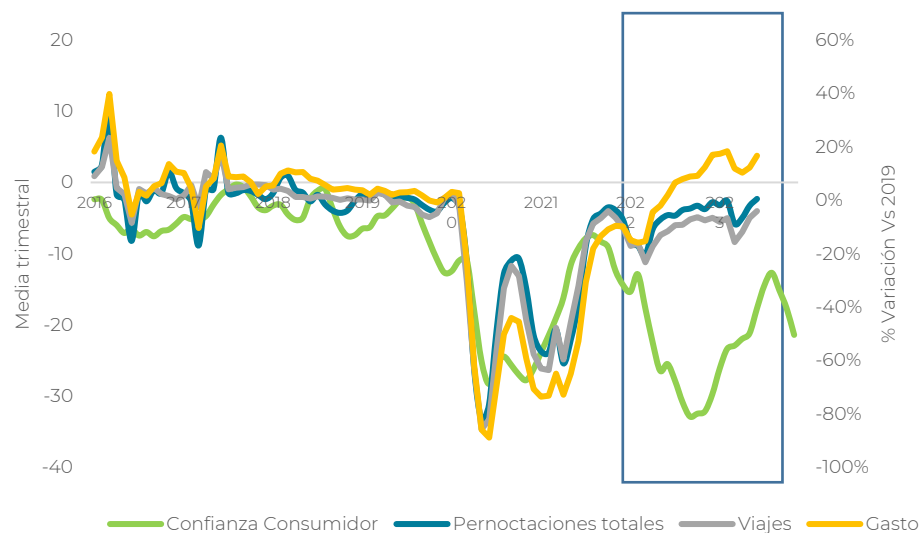
Dentro de un contexto de incremento de las rentas salariales y de un buen comportamiento del empleo en la mayor parte de los principales países de origen de turistas hacia España, incluido el nacional, el consumo turístico ha tenido un comportamiento muy superior a la tendencia de los niveles de confianza de las familias y la dinámica de consumo de otros bienes. Dando continuidad al fenómeno ya observado en 2022, los indicadores de gasto turístico se han continuado comportando en 2023 mejor que la realidad de la confianza de los consumidores, reflejando la preminencia que éstos están otorgando a los viajes frente a otros bienes y servicios de carácter duradero. Se trata de una brecha que no se ha cerrado todavía a finales de 2023 y que apunta a mantenerse en el inicio de 2024, tal y como confirman los empresarios turísticos, situándolo como el principal factor que impulsara las ventas en 2024.

La demanda turística sigue comportándose en 2023 por encima de lo que apuntan los niveles de confianza de los consumidores, a pesar de haber agotado ya las consecuencias de la demanda embalsada y el efecto del ahorro acumulado asociados a la pandemia.

Los empresarios turísticos apuntan la preminencia dada a los viajes como el principal factor positivo de la demanda de 2024

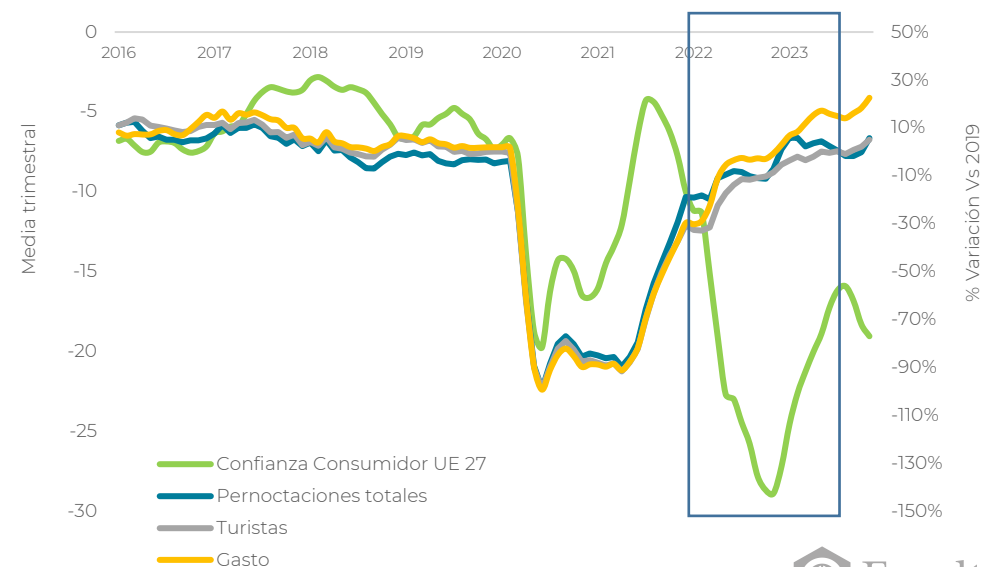
Confianza del consumidor español y su demanda turística en España

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de ETR (INE) y Eurostat



Confianza del consumidor europeo y la demanda extranjera en España

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH (INE) y Eurostat



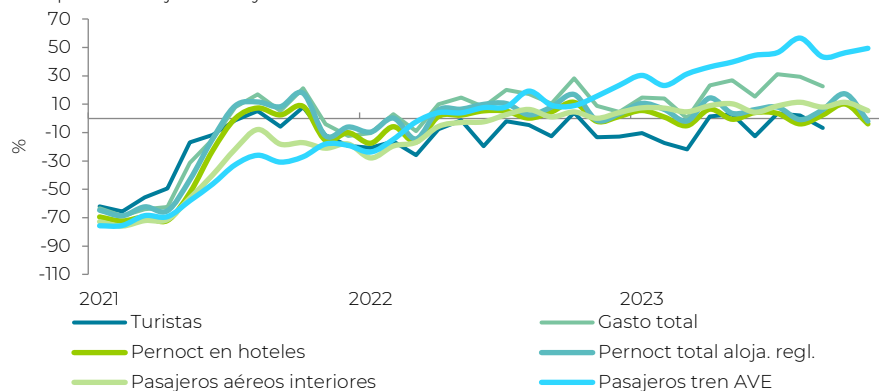
05 La demanda turística española ha mantenido un inesperado intenso dinamismo a lo largo de todo el 2023, manifestado especialmente en términos de gasto y que vs 2019 se expresa con mayor fuerza en los destinos españoles (+22,2% gasto en España 2023 vs 2019) que en los extranjeros (+10,6%), a pesar del fuerte aumento interanual de estos en 2023 (+29,5%).

En un contexto inflacionista, la demanda española ha seguido respondiendo en 2023, reflejando la preminencia de los viajes entre las pautas de consumo de los españoles, que se viene manteniendo desde los meses de superación de la pandemia y que en este año se ha reflejado con mayor intensidad en términos de gasto que de afluencia y de pernoctaciones

Indicadores de demanda española (2021-2023)

Tasa de variación interanual en % (de 2021 a 2023 frente a 2019)

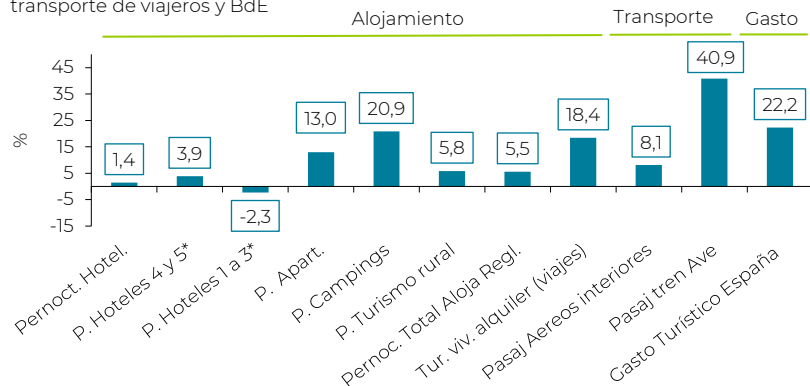
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, Estadísticas de transporte de viajeros INE y Bde



Indicadores de demanda nacional en España

Variación enero-noviembre 2023 respecto 2019 (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, Estadísticas de transporte de viajeros y Bde



(*) Los datos de pagos por turismo corresponde a enero-octubre y gasto turístico a enero-septiembre.

Rasgos del comportamiento de la demanda española

- Fuerte recuperación del gasto en viajes a destinos internacionales (+29,5% 2023 vs 2022 y +10,6% vs 2019), con un positivo comportamiento del gasto a los nacionales (+11,1% vs 2022 y +22,2% vs 2019)**
- Notable impulso de los viajes interiores por la multiplicación de frecuencias y conexiones de la alta velocidad ferroviaria (+40,9% en pasajeros vs 2019) por la entrada de nuevos operadores, que ha reducido precios y ha demostrado como la propia tendencia del mercado impulsa este medio de transporte, sin que haya que implementar medidas restrictivas frente a otros medios de transporte, como el avión para vuelos interiores.**
- Tendencia a la polarización del mercado: positivo desempeño de los productos dirigidos a segmentos de mayor capacidad de gasto (+3,9% pernoctaciones hoteles de 4 y 5 estrellas ene-nov 2023 vs 2019, por -2,3% en los de 1 a 3 estrellas), a la vez que en los de menor coste para el turista (camping +20,9%, apartamentos +13,0% y turismo rural +5,8% y viviendas turísticas +18,4%), replicando el comportamiento de 2022.**
- Elevado dinamismo de los viajes de negocios, destacando el segmento de reuniones y congresos. El gasto se eleva en 2023 un +28,1%, respecto a los niveles de 2019, con un +11,5% de los viajes y un +13,9% las noches.**
- Aumento generalizado de la estancia en los destinos, como respuesta al encarecimiento de los costes de transporte, especialmente a destinos internacionales, donde la estancia sube un +15,4%, según la ETR del INE.**
- Se mantiene la fortaleza del consumo turístico en el último trimestre del año.**

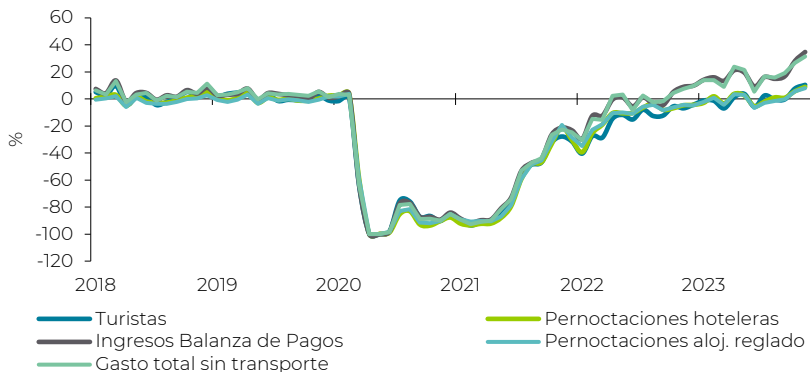
06 La demanda extranjera hacia España crece de forma notable en 2023, principalmente en ingresos (+17,9% vs 2019), impulsada por el fuerte aumento de mercados de mayor gasto y el reposicionamiento hacia segmentos de mayor valor en los mercados tradicionales, sin que apenas aumenten los indicadores de volumen respecto a 2019 (+2,3% noches +0,8% turistas).

La demanda extranjera acaba el año 2023 con una notable aceleración en su crecimiento respecto al año 2019, con un mejor balance en ingresos que en afluencia, respondiendo al deseado patrón de mejorar su contribución socioeconómica en los destinos españoles, sin la necesidad de incorporar una mayor presión en aquellas zonas de afluencia masiva. Este patrón se produce, no solo por el contexto de aumento en precios para compensar el aumento de los costes, sino por la apuesta por la mejora de producto realizada por un creciente número de empresas y de destinos.

Indicadores de demanda extranjera 2018-2023

Tasa de variación en % (de 2020 a 2023 frente a 2019)

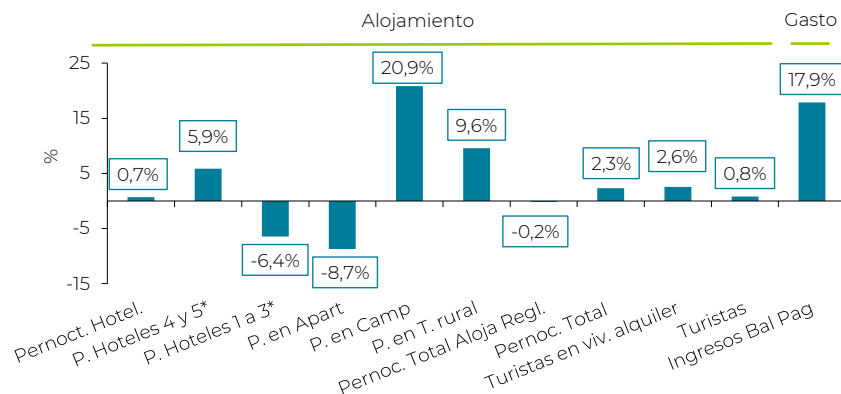
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur, Egatur, EOH, EOAP, EOAC Y EOTR y BdE



Indicadores de demanda extranjera en España

Variación enero-noviembre 2023 respecto 2019 (%)

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



Rasgos del comportamiento de la demanda extranjera

Positivo patrón de crecimiento de los ingresos, basado en el aumento del gasto medio diario en destino (+14,0%), sin apenas incremento agregado de afluencia (+2,3% en pernoctaciones), como consecuencia del notable incremento de los turistas de mercados de larga distancia de mayor gasto (EE.UU. Latinoamericanos de alto poder adquisitivo y los asiáticos en el último trimestre), así como el creciente posicionamiento hacia perfiles de mayor gasto en los mercados tradicionales europeos.

Mayor atractivo y volumen de crecimiento en los productos y destinos diferenciados, que han apostado por la preservación de sus rasgos de identidad y la inversión en nuevos productos alojativos y de ocio. Como indicativos de esta tendencia y a pesar de la escasa disposición de información segmentada, se observa un mayor aumento de la demanda extranjera en los hoteles de 4 y 5* (+5,9% crecen las pernoctaciones) y, además de en los destinos tradicionales de playa (Baleares +1,1% en noches hoteleras, Canarias +3,7% y la Co. Valenciana +5,3%, en País Vasco +22,6%, Asturias +22,6% y Galicia +16,0%).

Aceleración en los ritmos de crecimiento de los indicadores de demanda extranjera en el último trimestre del año, gracias al tirón de los viajes a Canarias, beneficiada por los efectos sobre Egipto de la Guerra en Israel, el gran desempeño de las ciudades y el inicio de la recuperación de los mercados asiáticos.

En 2023, el deseo de viajar a España se extendió en la mayoría de los países emisores. Los mercados de centro Europa, Reino Unido, los de proximidad y la larga distancia americana crecen y compensan la caída de los alemanes y los nórdicos.

En 2023, se ha observado una notable demanda de **UK**, superando las cifras prepandemia de pernoctaciones hoteleras en un **+2,7%** (+1,4 millones) y, especialmente de gasto (+10,5%). En paralelo, **Portugal** y **Francia** han mostrado una preferencia por España, exhibiendo incrementos del **+26,9%** (+1,1 millones) y **+5,5%** (+953 mil), respectivamente en comparación con 2019. Estos aumentos en las pernoctaciones, junto al comportamiento positivo de UK, han contrarrestado la disminución de **Alemania** que ha registrado un **-5%** (-2 millones) con respecto a 2019 y de los **nórdicos** **-17,2%** (-2,3 millones).

Los países de Europa Central también han experimentado un año positivo. Destacan los crecimientos de **Holanda** (+17,2%, +1,5 millones), **Suiza** (+10,7%, +399 mil), **Austria** (+10,3%, +207 mil) y **Bélgica** (+2,4%, +143 mil). A estos se suma el sólido desempeño de **Irlanda** (+26,4%, +1,3 millones). En contraste, **Italia** no ha logrado superar las cifras de 2019 (-0,9%, -82 mil).

De todos los mercados destaca el comportamiento de **EEUU** con un aumento del **+18,3%** (+1,4 millones) en comparación con el nivel prepandemia. **Latinoamérica** también ha mostrado un desempeño destacado, situándose un **+12,1%** (+1,1 millones) por encima, ambos mercados de un alto gasto medio diario (377€ el sudamericano y 194,3€ el norteamericano).

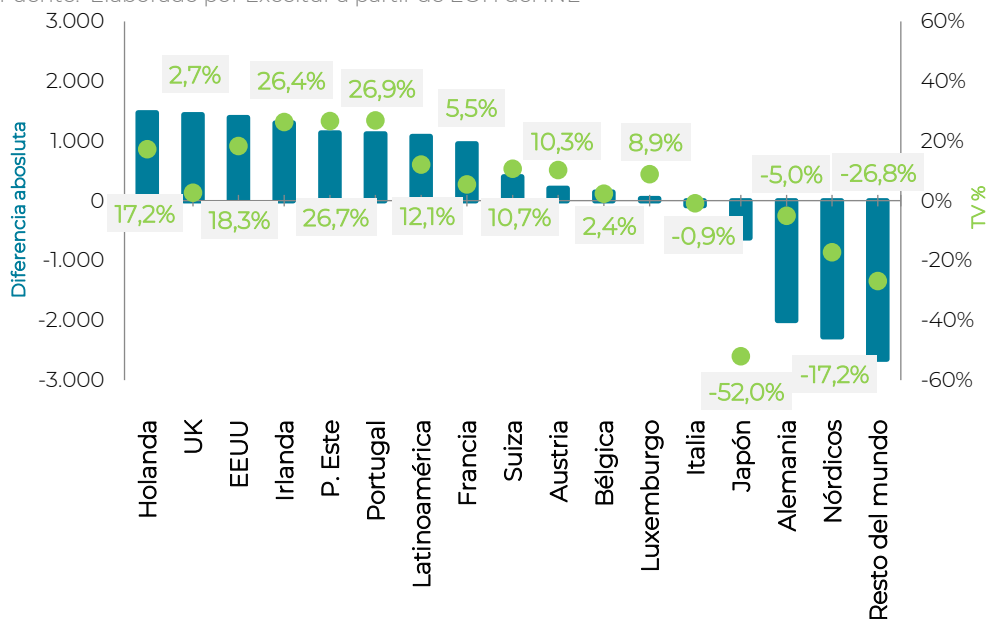
En contraste, los **países asiáticos** no han recuperado los niveles de 2019, a pesar de la activación del último trimestre, **Japón** cierra un **-52%** (-621 mil) por debajo y **China**.

Pernoctaciones en hoteles por mercados de origen

Ene-Nov 2023/2019

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones y tasa de variación)

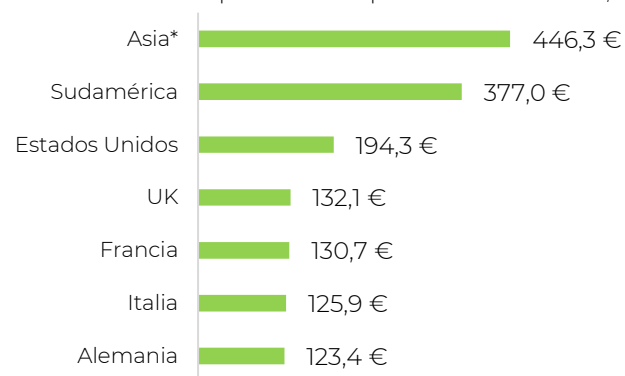
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



El gasto total en destino aumenta como consecuencia del crecimiento de mercados de alto gasto medio diario en destino (sin transporte) como EEUU (194,3€) o Sudamérica (377,0€) y por la recuperación del mercado asiático (446,3€). Así como por el aumento de turistas de perfiles de mayor gasto de mercados tradicionales como UK, Francia, Italia o Alemania.

Gasto medio diario en destino España por mercado (sin transporte) Ene-sep 2023

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos de BdE, Egatur y Frontur

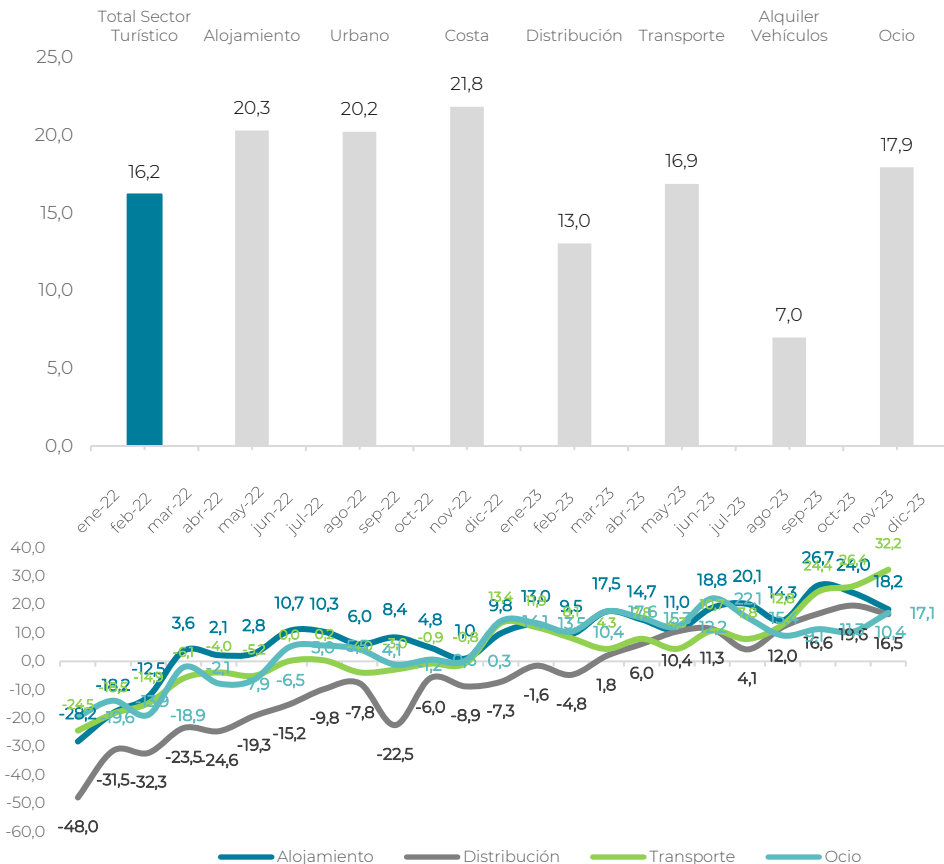


* El dato de Asia está estimado a partir de calcular las pernoctaciones totales con el dato de estancia media de Frontur para el resto del mundo.

07 El positivo año turístico 2023 se extiende sobre todos los subsectores y empresas de la cadena de valor turística, aunque con diferencias por empresas en función de su capacidad de generar eficiencias operativas, invertir en nuevos productos y disponer de poder y canales de comercialización propios: los alojamientos hoteleros (+20,3% ingresos 2023 vs 2019), tanto los vacacionales (+21,8%) como los urbanos (+20,2%), las instalaciones de ocio (+17,9%), con la oferta cultural a la cabeza, las agencias de viajes (+13,0%) y las compañías de transporte (+16,9%) los que más mejoran vs 2019 y 2022, mientras el alquiler de coches (+7,0%) se ve lastrado por la reducción de precios, en un contexto de mayor acceso a flota.

Generalizado aumento de los ingresos de todos los subsectores de la cadena de valor turística en 2023 vs 2019

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



Condicionantes de la evolución de las ventas empresariales por subsectores

Positivo desempeño de las empresas hoteleras, impulsado por el negocio vacacional, además del segmento de reuniones y congresos en ciudades. Mejores resultados de los productos renovados y con propuestas diferenciales, con un consumidor que ha respondido incrementando su gasto en destino, generando un mayor valor añadido, además de mejores precios

Recuperación de las ventas de las agencias de viajes (+13,0% vs 2019), al calor del ímpetu viajero de la demanda española, con una creciente recuperación de los viajes al exterior, con mayor participación de las agencias, en un mercado cada vez más especializado por operadores.

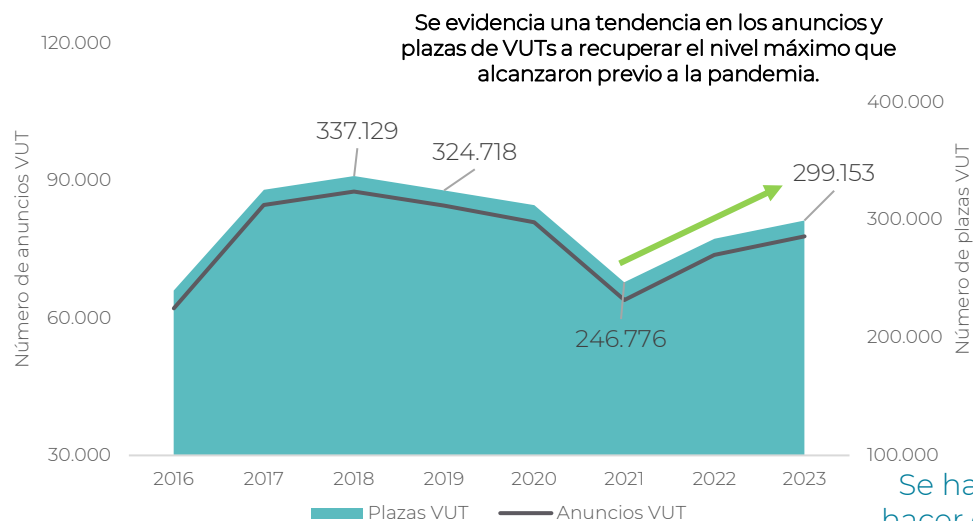
Gran comportamiento de la oferta de ocio, con un balance especialmente positivo de las propuestas culturales (los museos y monumentos mejoran sus ingresos el 13,2%), además de los parques de ocio (+19,9%) y los campos de golf (+20,5%), mientras sufren más las estaciones de esquí ante la falta de nieve (+3,2%).

Notable mejora de ingresos de las empresas de transporte (+16,9%), protagonizada por el transporte aéreo, especialmente en el IVTr, en un contexto de fuerte aumento de la larga distancia americana y los viajes interiores. **Los operadores de transporte ferroviario se ven beneficiados por el intenso aumento de la demanda** y su respuesta al aumento de la oferta puesta en el mercado. **El alquiler de coches es el subsector que más sufre en ingresos (+7,0%) y especialmente en resultados,** por la presión a la baja de los precios y los mayores costes operativos, que ha mermado sus resultados.

08 El dinamismo de la demanda turística ha propiciado una aceleración en la incorporación de viviendas turísticas al mercado en las principales ciudades españolas durante 2023 (el número de plazas de alquiler turístico en las 25 principales ciudades se incrementa en 15 mil nuevas plazas vs 2022), acentuando los problemas sobre el acceso a la vivienda, las molestias vecinales, la masificación, banalización de los barrios más emblemáticos, con el consiguiente efecto negativo sobre la percepción social del turismo.

2023 ha vuelto a ser testigo de una vuelta masiva de viviendas turísticas al mercado (25 principales ciudades españolas)

Fuente: EXCELTUR a partir de Airdna



Los empresarios turísticos identifican en el crecimiento de viviendas turísticas ilegales el principal problema del sector turístico español para 2024, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR

Se hace imprescindible una normativa paraguas nacional que ayude a hacer cumplir las normativas autonómicas y locales vigentes, a través de:

2023 ha sido testigo de una preocupación creciente por los efectos de las VUT sobre la vitalidad de los destinos, fruto de la notable vuelta al mercado de la oferta. Con datos de Airdna para el conjunto de 2023, el número de plazas en VUT se incrementó un **+5,5% vs 2022**, lo que supone la apertura de **15.495 nuevas plazas** en las 25 principales ciudades españolas, con notables diferencias entre ellas



Aclarar y fijar el régimen Jurídico de las VUT y la naturaleza de las relaciones contractuales como una actividad económica, con los derechos y obligaciones de los agentes que intervienen, como recientemente ha reconocido el tribunal supremo.



Trasponer y adaptar a las necesidades españolas el reciente Reglamento Europeo sobre suministro de datos del alquiler turístico, estableciendo un algoritmo de comprobación de la veracidad y legalidad de los datos de cada vivienda cuando se sube a la plataforma de comercialización.



Empoderar en mayor medida a las comunidades de vecinos, exigiendo un permiso previo de la Junta de propietarios para el desempeño del alojamiento turístico en una vivienda, en edificios residenciales.

Plazas en VUTs en las 25 principales ciudades españolas

Años 2023, 2019 y tasa de variación de 2023 respecto 2019 (%)

Fuente: Exceltur a partir de AirDNA

Ciudades	2023	2019	TV vs 2019
Barcelona*	48.497	90.969	-46,7%
Palma de Mallorca*	8.432	14.471	-41,7%
San Sebastián*	5.643	7.807	-27,7%
Ibiza*	4.025	7.837	-48,6%
Santiago de Compostela	2.899	3.685	-21,3%
Madrid	62.580	67.779	-7,7%
Valencia	27.154	29.289	-7,7%
Sevilla*	24.683	26.861	-8,1%
Alicante	14.843	16.878	-12,1%
Córdoba*	8.222	9.344	-12,0%
Málaga	25.190	22.491	12,0%
Granada	12.422	11.616	6,9%
Las Palmas de Gran Canaria	7.667	7.485	2,4%
Santander	6.555	4.447	47,4%
Gijón	6.418	4.035	59,0%
Bilbao	4.828	3.837	25,8%
Murcia	3.965	3.455	14,7%
La Coruña	3.855	2.544	51,6%
Zaragoza	3.647	3.429	6,3%
Almería	3.371	2.132	58,1%
Pamplona	3.225	2.849	13,2%
Oviedo	3.152	1.795	75,6%
Toledo	2.761	2.324	18,8%
León	2.252	1.909	18,0%
Valladolid	1.295	1.101	17,6%

Dinámica por ciudades del crecimiento de las viviendas turísticas

Intensa vuelta de las VUT al mercado en 2023. El número de plazas en VUT en las 25 principales ciudades españolas alcanza las 299 mil, lo que supone un **+5,5% en 2023 vs 2022 (+15 mil nuevas plazas)** y un **+21,1% vs 2021 (+52 mil)**, si bien por debajo de los niveles del máximo alcanzado en 2019, gracias al esfuerzo realizado por algunas de las principales ciudades españolas que vienen sufriendo el problema.

Las ciudades en las que el fenómeno de las VUT nació más pronto y con más intensidad, han contado con una mayor contestación ciudadana por el efecto sobre la vitalidad urbana y han contado con una mayor reacción y prioridad política para su ordenación y control consiguen reducir los niveles de VUT vs los años antes de la pandemia en los que alcanzaron sus niveles máximos y apenas crecen en 2023 vs 2022,. Este es el caso de Barcelona (-46,7% vs 2017), Palma de Mallorca (-41,7%vs 2017) e Ibiza (-48,6 %vs 2017), San Sebastián (-27,7% vs 2017), Santiago de Compostela (-21,3% vs 2019).

Detrás se sitúa un grupo de grades ciudades que han regulado las VUT, pero que están teniendo muchos problemas en el cumplimiento de sus normativas y donde su control no cuenta todavía con la sensibilidad social y la prioridad política que requeriría. Este es el caso de Madrid (-7,7% vs 2019), Valencia (-7,7% vs 2019), Sevilla (-8,1% vs 2020), Córdoba (-12% vs 2020) y Alicante (-12,1% vs 2019).

El crecimiento de plazas en VUT se concentra en ciudades medias y en aquellas de mayor tamaño, que no han adoptado medidas de ordenación a través de sus normas urbanísticas o que no han dotado de instrumentos de inspección para su cumplimiento. En este grupo de encuentran Málaga (+12% vs 2019), Almería (+58,1%), Granada (+6,9%) en Andalucía, ciudades clave del norte como Bilbao (+25,8%), Gijón (+59%), Oviedo (+75,6%), Coruña (+51,6%) o Santander (+47,4%), ciudades de interior León (+18%), Toledo (+18,8%) y Valladolid (+17,6%), Murcia (+14,7%).

* Se presenta el nivel correspondiente a 2017 y la variación porcentual respecto a dicho año, en lugar de 2019, para Barcelona, Palma de Mallorca, San Sebastián e Ibiza. Asimismo, se presenta la información correspondiente a 2020 para Sevilla y Córdoba. Esto se debe a que en esos años se alcanzó el pico de plazas de VUTs en dichas ciudades.

09 Ante la ausencia de un PERTE para el sector turístico y la distribución generalizada en múltiples proyectos de escaso alcance, los empresarios valoran con tan solo un 3,6 sobre 10 la capacidad de transformación competitiva de los Fondos Next Gen dedicados al turismo en el entorno del destino en el que operan, mientras un 89,8% no han tenido todavía acceso a los citados fondos.

La inadecuada asignación inicial y la evaluación que se deriva de los empresarios turísticos sobre los efectos de los 3.400 mlls € del componente 14 dedicado a turismo dentro de los Fondos Next Generation, derivada de la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR cerrada el pasado 9 de enero de 2024, recomiendan un proceso de reflexión sobre las vías para reorientar y aprovechar mejor, lo que es la mayor política de inversión turística de la historia reciente de España.

En un contexto en el que se han distribuido la totalidad de los 3.400 mlls € disponibles, pero apenas se ha gastado el 14,1%, el análisis de la orientación en la ejecución de los fondos hacia muchos proyectos individuales de escasa capacidad transformadora, junto con el bajo impacto esperado por la mayoría de empresarios turísticos españoles encuestados aconsejan un ejercicio de replanteamiento estratégico y mayor gestión conjunta para garantizar el mayor impacto y capacidad transformadora en los tres años en los que se han de ejecutar.

Valoración empresarial turística de los Fondos Next Gen (Encuesta cerrada el pasado 9 de enero de 2024)

Solo el **48,9%** de los empresarios turísticos conoce la distribución de los Fondos dedicados a turismo

3,6 sobre 10 el impacto que los empresarios turísticos esperan que los Fondos Next GEN dedicados a turismo tengan en su entorno

El **89,8%** de los empresarios turísticos no ha tenido acceso a los Fondos Next Gen dedicados a turismo

Recomendaciones para el mayor impacto en la ejecución de los Fondos Next Generation sobre el turismo

Gestionar de forma conjunta los numerosos proyectos sobre aspectos comunes (inteligencia, sensorización, digitalización, movilidad, formación, señalización, ...) que han solicitado de forma individual las numerosas entidades locales de distintos territorios que han concurrido y recibido fondos sobre estos ámbitos, con el objetivo de ganar economías de escala, aprovechar sinergias y capacidad de ejecución, además de posibilidades para la continuidad de su aplicación tras la extinción de los fondos en 2026

Reorientar los presupuestos disponibles no ejecutados de proyectos a escala local en destinos de escasa relevancia turística, por proyectos en destinos consolidados con necesidades de renovación.

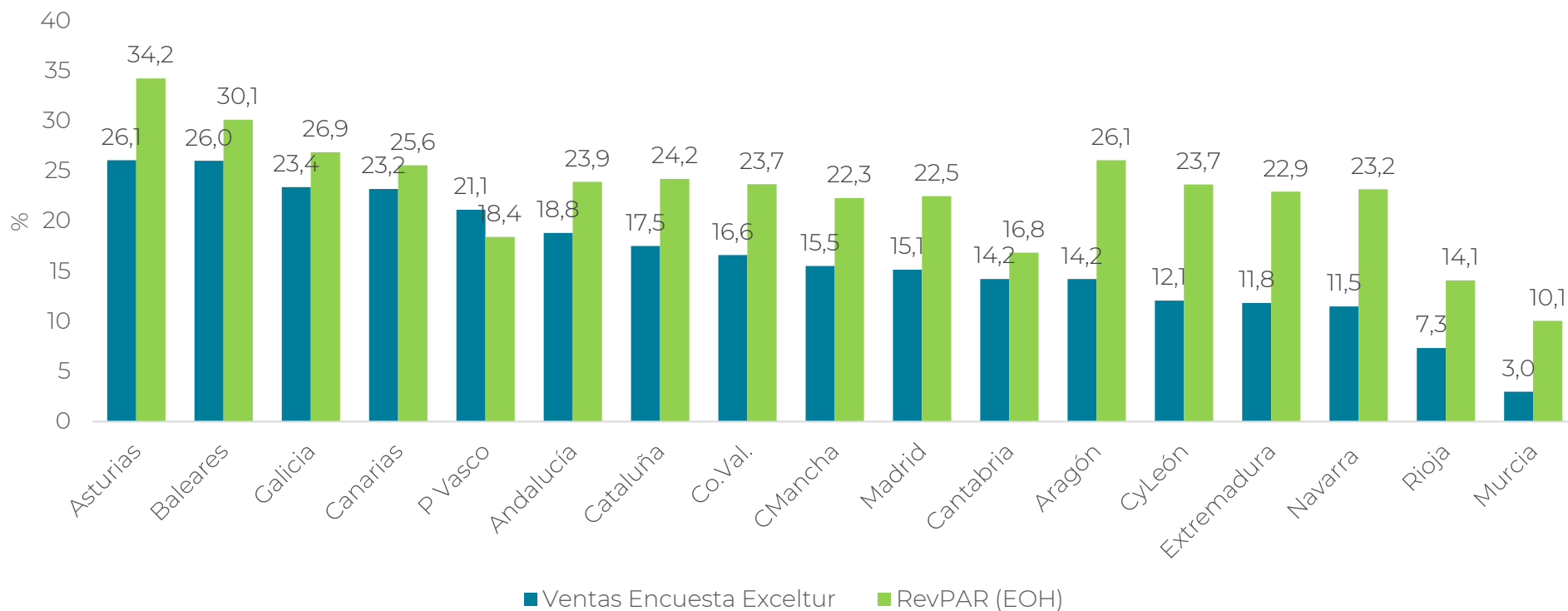
Apoyar iniciativas de alto impacto a escala nacional que emanen de los agentes sociales para impulsar la mejora de la gestión en los destinos para avanzar en el equilibrio entre turistas y residentes y la mejora de la percepción social del turismo

10 El positivo balance turístico de 2023 se extiende por el conjunto de destinos turísticos españoles, que cierran mayoritariamente el año en niveles de ventas por encima del 15% respecto a los registrados en 2019. El balance es especialmente positivo en las comunidades del Sol y Playa (las insulares Baleares +26,0% en ventas vs 2019 y Canarias +23,2%, y las peninsulares; Andalucía +18,8% la Co. Valenciana +16,6%, y Cataluña +17,5%), así como en la Comunidad de Madrid (+15,1% por el tirón del último trimestre) y en País Vasco +21,1%, Galicia +23,4% y Asturias +26,1%, gracias al excelente desempeño del verano.

Positivo balance en el conjunto de destinos turísticos españoles que superan en ingresos las cifras de 2019

Variación interanual de las ventas del Sector Alojamiento 2023 vs 2019

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024) y EOH (INE)



10.1 Los destinos vacacionales de la costa española repiten como los que mejor balance de 2023 registran, con muchos de ellos con niveles de ingresos cercanos o superiores en un +30% a los alcanzados en 2019. El año 2023 vuelve a demostrar la mayor rentabilidad de los productos y destinos más singulares, con un mayor valor añadido diferencial.

Ránking RevPAR hotelero por zonas vacacionales

Enero-noviembre 2023, 2019 y TV 2023 respecto 2019 (%)

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

ZONA	2023	2019	TV vs 2019
Islas De Ibiza-Formentera	145,2 €	105,4 €	▲ 37,8%
Costa de Barcelona	132,3 €	110,4 €	▲ 19,9%
Isla De Menorca	114,2 €	81,4 €	▲ 40,2%
Costa Guipuzkoa	113,8 €	99,3 €	▲ 14,6%
Isla De Tenerife	107,6 €	85,6 €	▲ 25,6%
Isla De Gran Canaria	105,4 €	85,1 €	▲ 23,9%
Isla De Lanzarote	105,3 €	78,4 €	▲ 34,3%
Isla De Mallorca	102,2 €	80,0 €	▲ 27,7%
Costa Del Sol	102,0 €	75,9 €	▲ 34,5%
Isla De Fuerteventura	83,6 €	66,9 €	▲ 25,0%
Costa De La Luz De Cádiz	81,5 €	68,1 €	▲ 19,7%
Isla De La Gomera	73,8 €	63,2 €	▲ 16,8%
Costa Blanca	71,5 €	58,3 €	▲ 22,6%
Costa Daurada	68,4 €	57,6 €	▲ 18,8%
Costa De La Luz de Huelva	65,5 €	55,8 €	▲ 17,4%
Costa Brava	65,3 €	49,7 €	▲ 31,4%
Costa Bizkaia	61,0 €	47,3 €	▲ 29,0%
Costa De Almería	58,3 €	50,3 €	▲ 15,8%
Costa Valencia	56,0 €	48,1 €	▲ 16,3%
Costa Tropical	52,9 €	48,6 €	▲ 8,9%
Costa Cálida	45,7 €	41,3 €	▲ 10,6%
Costa Verde	42,6 €	29,7 €	▲ 43,3%
Rías Baixas	37,9 €	30,5 €	▲ 24,1%
Rías Altas	37,8 €	34,3 €	▲ 10,2%
Costa Da Morte	35,3 €	16,6 €	▲ 113,5%
Costa A Mariña Lucense	27,1 €	21,3 €	▲ 27,0%

Menorca (+40,2% vs 2019), Ibiza (+37,8%) y Mallorca (+27,7%) en Baleares, Lanzarote (+34,3%), Gran Canarias (+23,9%) y Fuerteventura (+25,0%) en Canarias, la Costa del Sol (+34,5%) y la Costa Brava (+31,4%) en Cataluña, dentro del sol y playa y la costa de Guipúzcoa (+14,6%) y la Costa Verde asturiana (+43,4%) lideran los crecimientos en 2023 con tasas próximas al mencionado +30%.

2023 cierra con Ibiza y Formentera liderando con 145,2€ los destinos vacacionales con los ingresos por habitación más elevados, seguidos por la Costa de Barcelona (132,3€), Menorca (114,2€), la Costa de Guipuzkoa (113,8€) y los destinos canarios, tras un excelente último trimestre del año: Tenerife (107,6€), Gran Canaria (105,4€), Lanzarote (105,3€), seguidos por Mallorca (102,2€) y la Costa del Sol (102,0€)

10.2

Las ciudades alcanzan igualmente un gran balance de 2023 superando los niveles de ingresos de 2019, aunque algo por debajo de los destinos vacacionales. La concentración de los viajes de los españoles en destinos nacionales, la recuperación de las escapadas urbanas impulsadas por las nuevas frecuencias y horarios de los nuevos operadores ferroviarios, el excelente desempeño del turismo MICE y el tirón de mercados de larga distancia americanos por mayores frecuencias de vuelos, junto con el paulatino avance de los asiáticos en la segunda mitad del año se encuentran detrás de este dinamismo.

Ránking RevPAR hotelero por ciudad española

Enero-noviembre 2023, 2019 y TV 2023 respecto 2019 (%)

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

CIUDAD	2023	2019	TV vs 2019
Barcelona	135,1 €	112,6 €	▲ 20,0%
San Sebastián	123,2 €	106,6 €	▲ 15,6%
Palma de Mallorca	108,4 €	85,8 €	▲ 26,4%
Málaga	108,0 €	78,7 €	▲ 37,3%
Madrid	99,6 €	82,0 €	▲ 21,5%
Valencia	92,5 €	69,4 €	▲ 33,3%
Sevilla	88,8 €	78,7 €	▲ 12,8%
Bilbao	81,1 €	75,7 €	▲ 7,1%
Alicante	75,6 €	59,4 €	▲ 27,3%
Santander	66,4 €	59,1 €	▲ 12,3%
Granada	62,8 €	49,7 €	▲ 26,5%
Palmas de Gran Canaria	62,7 €	55,2 €	▲ 13,7%
Santiago de Compostela	57,0 €	43,6 €	▲ 30,9%
Toledo	55,5 €	45,7 €	▲ 21,6%
Córdoba	54,2 €	48,6 €	▲ 11,5%
Almería	51,0 €	46,9 €	▲ 8,8%
A Coruña	47,5 €	43,2 €	▲ 10,0%
Valladolid	46,7 €	43,1 €	▲ 8,5%
Gijón	44,6 €	37,6 €	▲ 18,5%
Vigo	44,4 €	39,6 €	▲ 12,2%
Oviedo	44,2 €	32,6 €	▲ 35,5%
Burgos	43,4 €	36,8 €	▲ 18,0%
Zaragoza	43,3 €	35,3 €	▲ 22,6%
Salamanca	40,7 €	35,2 €	▲ 15,4%
Murcia	36,4 €	31,2 €	▲ 16,5%

Los mayores incrementos de ingresos se observan en ciudades vacacionales de la costa (**Málaga** +37,3% vs 2019, **San Sebastián** +15,6%, a pesar del notable aumento de plazas, **Valencia** +33,3%, **Alicante** +27,3% y **Palma** +26,4%), además de las de interior: **Santiago** +30,9%, **Bilbao** +7,1%, **Sevilla** +12,8%, **Zaragoza** +22,6%, con un gran desempeño de **Madrid** (+21,5%) y **Barcelona** (+20,0%),

Barcelona sigue liderando con 135,1€ al cierre de 2023 las ciudades españolas con mayores ingresos por habitación disponible, seguida de **San Sebastián** (123,2€), **Palma** (108,4€), **Málaga** (108,0€), **Madrid** (99,6€) y **Valencia** (92,5€), distanciándose del resto y demostrando la capacidad de generar atractivos sostenidos en el tiempo a través de la combinación de regeneración urbana e inversión en propuestas alojativas, culturales, comerciales, gastronómicas, de eventos y eventos, a la vez que asociado a su vitalidad como centros de actividad económica.



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

ESCENARIO DE
PREVISIÓN PARA
2024

11 Descontamos un nuevo avance de la actividad turística en el año 2024, aunque de menor intensidad que el experimentado en 2023. Los resultados empresariales seguirán afectados por la inflación acumulada, incrementos de costes salariales y financieros. Riesgos a la baja vinculados a la geopolítica global.



Principales factores que favorecerán la actividad turística en España en 2024

Consolidación de la tendencia de elevada priorización del gasto en viajes en los patrones de consumo del ciudadano en la búsqueda de su bienestar físico y emocional, frente a otros bienes y servicios.

El dinamismo del mercado laboral seguirá favoreciendo la capacidad de gasto turístico de los hogares españoles y europeos apoyados por el crecimiento de los salarios y moderación de la inflación. El Banco de España (dic 23) estima que la creación de empleo será del +1,3% interanual en 2024 (11,7% tasa de paro prevista en 2024, vs 12,1% en 2023) y la previsión de la inflación subyacente es del 1,9% (3,8% en 2023). Todo ello se verá impulsado por el incremento de los salarios y la menor temporalidad en el mercado laboral español desde la Reforma Laboral, lo que posiblemente reducirá el ahorro preventivo de las familias y una mejora sus niveles de confianza.

Apuesta de los operadores por los destinos españoles con una mejor conectividad ferroviaria impulsada por la liberalización del mercado y aérea tanto doméstica como desde mercados emisores internacionales hacia destinos españoles (+15,4% en los dos primeros meses de 2024 respecto a 2023, +6,1% hasta febrero para vuelos nacionales, según AECFA).

Moderación prevista en los precios de los desplazamientos turísticos acumulada en los dos últimos ejercicios por el escenario previsto más benigno de los precios del petróleo (las previsiones actuales de precios del combustible apuntan a precio del barril de 82,6\$/barril en 2024 (100,9 \$/barril en 2022 vs 70,9\$/barril en 2021, según la EIA (Energy Information Administration), supeditado a los ajustes cerrados en las coberturas de las compañías de transporte de pasajeros y al devenir del escenario geopolítico.

Recuperación prevista de la demanda asiática, todavía retrasada respecto a otros mercados, junto a la consolidación del mercado americano, con un tipo de cambio que se mantiene favorable (1,08 USD/EUR previsto en 2024 y 2025, mismo nivel que en 2023, vs 1,05 en 2022).

Posicionamiento de seguridad de los destinos turísticos españoles frente a destinos competidores en el Mediterráneo Oriental, ante la escalada del conflicto bélico en Oriente Próximo.

Atracción de turistas de un creciente valor añadido por el reposicionamiento de servicios y productos turísticos gracias a la inversión privada y la apuesta pública por la regeneración urbana en algunos de los principales destinos.

Previsión de positivo comportamiento del segmento MICE y ocio según calendario de grandes ferias, congresos y reuniones de empresa, planificación y promoción de eventos culturales y deportivos en principales destinos.



Principales factores que pueden ralentizar la actividad turística en España en 2024

Persistencia en la tensión de los márgenes empresariales turísticos ante los mayores costes laborales y financieros previstos, junto al incremento acumulado en los precios energéticos (+25,2% 2023 vs 2021) y de otros suministros (+29,1%). Se anticipa que los elevados niveles de tipos de interés se mantengan en los dos próximos ejercicios (3,6 el Euribor a tres meses en 2024, 2,8 en 2025, frente al 0,3 de 2022) según el BdE.

Probables dificultades para la contratación de personal cualificado ante el mayor nivel de actividad previsto, con el incremento esperado de los costes salariales, Lo que se acumularían al 17,0% de crecimiento de los costes laborales sufrido entre 2023 y 2021 por las empresas turísticas, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.

Elecciones en Europa y emisores de larga distancia (Norteamérica) que puede condicionar sus calendarios de vacaciones y niveles de confianza en sus decisiones de contratación de viajes. Todo ello en un contexto de consumo previsto todavía débil. El consenso de analista anticipa avances moderados del consumo privado en Europa para 2024 (+0,8% vs 2023 en zona euro, +0,3% en Reino Unido, + 0,8% en Alemania), junto al incremento de menor intensidad, pero persistente, previsto de los precios en 2024 (+2,4% en zona euros , +3,1% en Reino Unido y +2,6% en Alemania).

Potencial efecto muy desfavorable sobre la conectividad prevista de los destinos turísticos de las medidas anunciadas por el gobierno la reducción de los vuelos con una duración de menos de dos horas y media cuando exista una alternativa ferroviaria, en un mercado donde ya se ha producido la conversión natural del avión al tren en los corredores competitivos. A lo que se añade el posible impacto de la subida de tasas a los billetes de avión, como la aprobada en Alemania, sobre las decisiones de mercados emisores en avión hacia los destinos españoles.

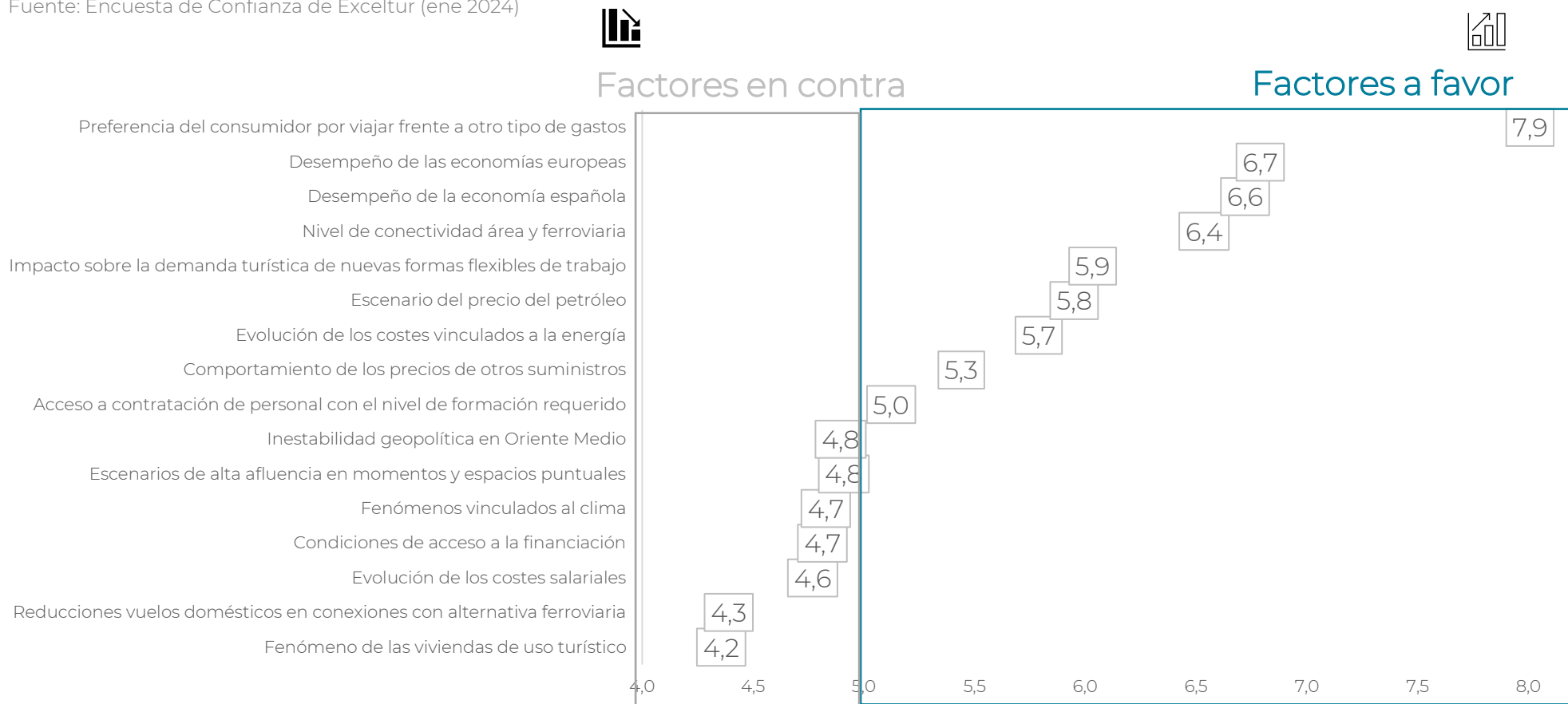
Externalidades negativas sobre la vitalidad y capacidad de acogida en los destinos vinculadas al fenómeno de las viviendas de uso turístico ante la fortaleza evidenciada de su demanda, el crecimiento de su oferta y el elevado grado de ilegalidad en el mercado, ante las dificultades para garantizar el cumplimiento de las regulaciones locales y autonómicas establecidas.

12 La elevada intención viajera de familias y empresas es el principal factor que sustenta las favorables previsiones empresariales para el año turístico 2024. El principal factor negativo de 2024 para los empresarios: las externalidades generadas por el crecimiento descontrolado de las viviendas de uso turístico sobre la vitalidad, atractivo y capacidad de acogida de los destinos.

Valoración de los empresarios turísticos de los principales factores que condicionaran la actividad turística en 2024

(1 muy negativo-10 muy positivo)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)



13 El año turístico 2024 consolidará el avance de la actividad turística en España con un primer trimestre del año que se anticipa notablemente dinámico (ventas +9,7% vs IT23) en base a la tendencia observada en los últimos meses, impulsado por la celebración de la Semana Santa en marzo y el contexto de inseguridad percibida de los competidores con actividad mediterráneo oriental en los meses de invierno (Egipto fundamentalmente), según revelan los empresarios turísticos.

Tras el excepcional cuarto trimestre de 2023, las expectativas empresariales anticipan se mantenga un notable dinamismo de la actividad turística en los tres primeros meses de 2024, con enero y febrero perdiendo cierto dinamismo, que será recuperado en marzo por la celebración de la Semana Santa. A 9 de enero de 2024, los empresarios turísticos preveían un comportamiento de sus ventas un +9,7% por encima del IT23 (+11,2% IVT 23 vs IVT22).

Las búsquedas relacionadas con las intenciones de viaje, junto a reservas aéreas y hoteleras evidencias igualmente un buen comportamiento de la demanda turística en el inicio del año 2024, de la mano de la elevada intención de viajes, con cierta mayor visibilidad ante la recuperación de la anticipación en la contratación de viajes.

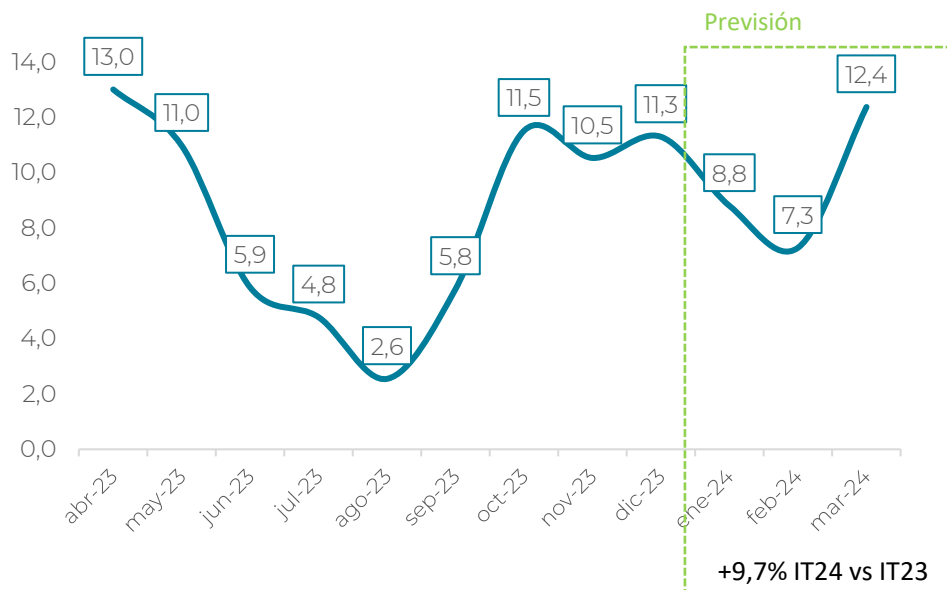
Todos los sectores del ecosistema turístico se verán favorecidos por este dinamismo previsto de la demanda turística en los primeros meses de 2024, en un tono de moderación en su intensidad. Canarias, con elevada conectividad y posicionamiento de destino seguro en el contexto de guerra en Oriente Próximo, y los destinos urbanos internacionalizados, favorecidos por la fortaleza de la demanda doméstica, europea y del largo radio americano, junto a la esperada vuelta del asiático (+59 mil asientos programados enero-febrero 2024 vs 2023), además del tirón del turismo de negocios, serán los abanderados de este dinamismo en el inicio del ejercicio 2024.

Ventas de las empresas turísticas españolas

Niveles de facturación Total Sector Turístico.

Variación vs mismo periodo del año anterior (*) (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)

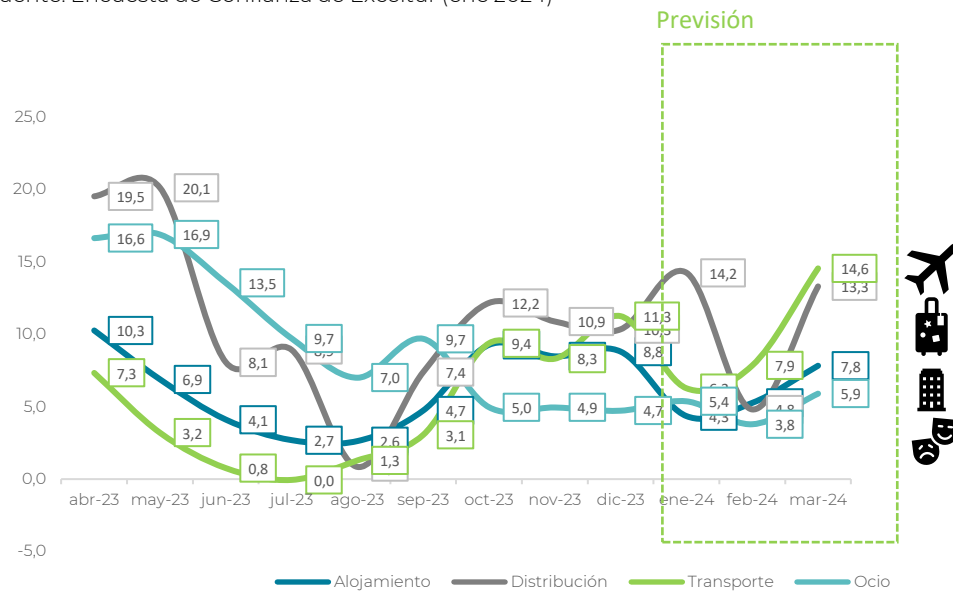


Ventas de las empresas turísticas españolas por grandes subsectores

Niveles de facturación. Detalle por subsectores

Variación vs mismo periodo del año anterior (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)



(*) **IMPORTANTE** La comparativa de las cifras **son interanuales** en la medida en que 2023 fue el primer año de completa normalidad tras la crisis sanitaria vinculada a la Covid-19, abandonando el año 2019 (prepandemia) como año de referencia

La estimación central de Exceltur para 2024 anticipa un nuevo avance del PIB Turístico en España que superará por primera vez en la historia los 200 mil millones de € (202.651 mlls €), un +8,6% sobre los niveles en precios corrientes de 2023 (+4,6% en constantes, eliminando el efecto de los precios), consolidando el impulso de 2023. Su participación se elevaría al 13,4% de total de la economía española.

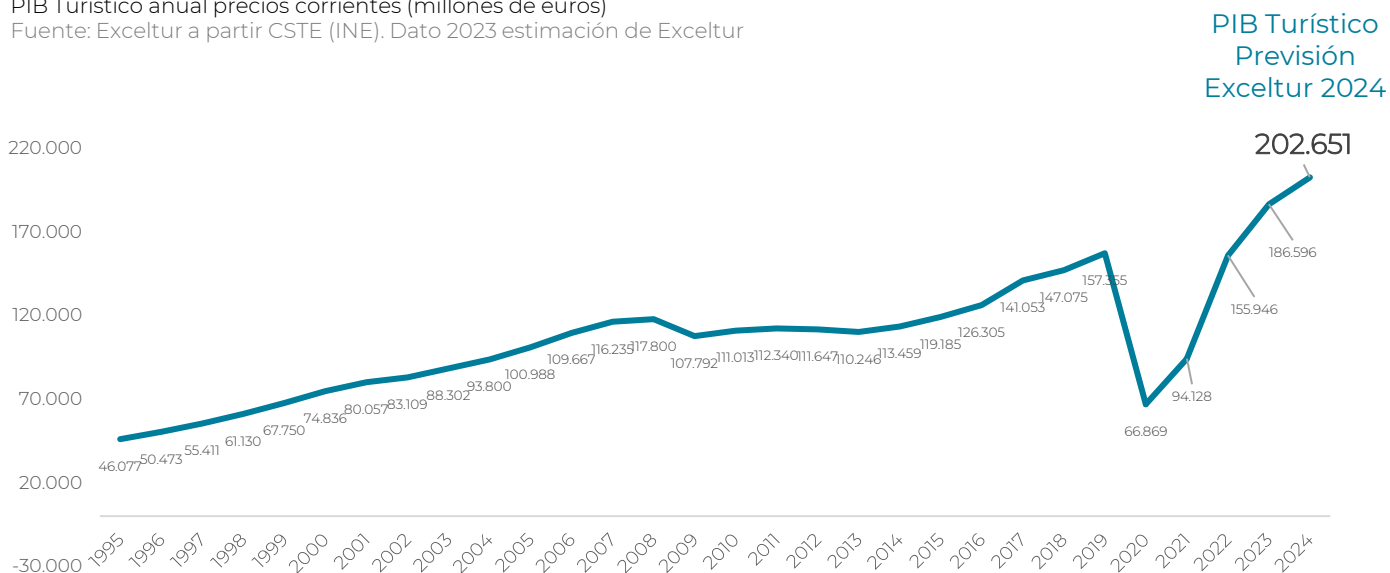
Aún bajo los actuales condicionantes macroeconómicos y geopolíticos expuestos, el escenario central previsto por Exceltur en enero de 2024 descuenta que se afiance la senda de avance de la demanda turística que permitió en 2023 recuperar los niveles prepandemia, tanto en términos nominales como en reales (eliminando el efecto de los precios).

Con todo esto, se espera que el turismo siga ejerciendo un papel clave en la generación de empleo en la economía española en 2024. En enero de 2024, **el 53,8% de los empresarios turísticos tiene previsto seguir creando empleo en los próximos meses**, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.

Se espera la consolidación de la recuperación de la actividad turística (PIB Turístico en términos nominales) en 2024

PIB Turístico anual precios corrientes (millones de euros)

Fuente: Exceltur a partir CSTE (INE). Dato 2023 estimación de Exceltur



Contribución prevista del Turismo a la economía española en 2024

202.651 mlls € el valor del PIB turístico previsto en 2024 en España

+8,6% respecto a los niveles de actividad turística de 2023

13,4% el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española, 0,8 pp por encima de los niveles prepandemia (12,6%)

16.054 mlls € la ganancia de actividad turística en 2024 respecto a 2023 (+8,6% en términos corrientes, +4,6% eliminando el efecto de los precios).

NOTA: el desempeño previsto para 2024 en las ventas de las empresas turísticas es menos intenso que su traducción en el PIB turístico estimado, por el mejor comportamiento de los viajes en alojamientos y/o servicios no prestados/contabilizados oficialmente por empresas turísticas regladas (vehículo propio, alojamiento propio o supuestamente prestado por familiares y amigos, etc).

El PIB Turístico en términos reales previsto para 2024, eliminando el efecto de los precios, crecería un +4,6% por encima de 2023, volviendo a superar el comportamiento esperado para el conjunto de la economía española (+1,6% sobre los niveles de 2023 en términos reales, según el Banco de España). De cumplirse esta previsión, el turismo aportaría el 41,4% del crecimiento esperado de la economía española en 2024.

La estimación para el conjunto del año 2024 de la actividad económica vinculada al turismo (PIB Turístico) en términos reales (eliminando el efecto de la inflación) se situaría un +4,6% por encima del año 2023. De cumplirse estas expectativas, estaría de nuevo por encima de la previsión de crecimiento de la economía española, en un contexto de moderación de los ritmos de crecimiento.

El turismo pasaría de crecer un +13,1% en términos reales vs 2022 (+11,2% en términos interanuales en 2023, eliminado el efecto de la comparativa del IT23 frente a un IT22 afectado todavía por la variante omicrom de la Covid-19), a un +4,6% en 2024, por encima del +1,6% previsto del conjunto de la economía española (Banco de España, dic23).

Estimaciones de PIB Turístico en términos reales (descontando la subida de los precios) vs PIB Economía española

Variaciones frente al año anterior

Fuente: Exceltur (ene 2024), CNTR (INE) y previsiones Banco de España (dic 2023)

(En %)



En línea con las previsiones del PIB turístico, los empresarios turísticos descuentan en media volver a mejorar la facturación del sector turístico español en 2024 (+7,8%). Las expectativas empresariales anticipan desigualdad en su intensidad por destinos, empresas y subsectores, tras el impulso de la Semana Santa de marzo, el segundo trimestre estará condicionado por la mayor apatía prevista para el consumo, que recuperará paulatinamente cierto mayor dinamismo en la recta final del año.

Pese al contexto de incertidumbre asociada a la geopolítica y la debilidad de la economía global, junto al incremento de los costes financieros y salariales, los empresarios turísticos estiman que, gracias a la preminencia por viajar, el volumen de ventas seguirá aumentando en 2024 se situará un +7,8 % por encima de los positivos niveles de 2023, según sugieren los positivos registros en reservas para los meses con mayor visibilidad y las expectativas empresariales.

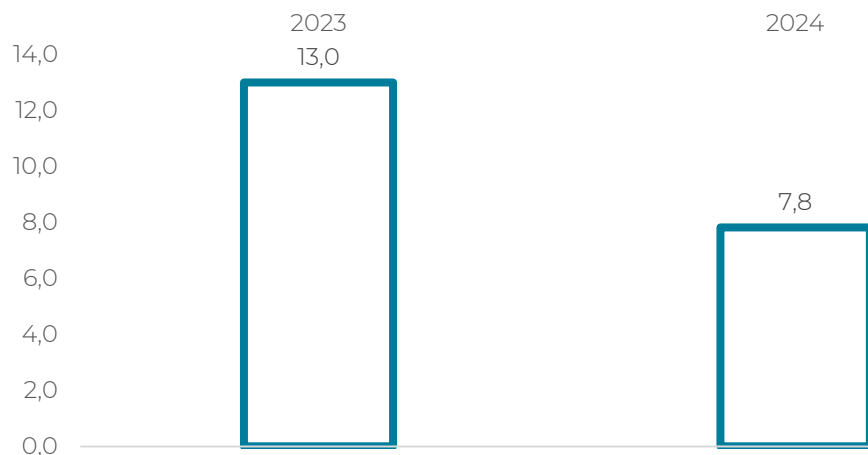
Los resultados de la encuesta de Exceltur, cerrada el 9 de enero de 2024 revelan un tono de moderado optimismo, aunque con cautela por la incertidumbre de la evolución de los condicionantes expuestos. Según la mayoría de los empresarios turísticos españoles 2024 consolidará la senda de crecimiento y contribución del sector turístico a la economía española.

Los empresarios del conjunto de la cadena de valor turística estiman que el año 2024 cerrará con un incremento del +7,8% en sus ventas respecto al positivo cierre de 2023, una ligera desaceleración vs el 13,0% de cierre de 2023 vs 2022,

Como ya se ha apuntado, estas expectativas empresariales se sustentan en el impulso previsto de la demanda europea, impulsada la vacacional en los meses de invierno por el contexto de inseguridad de los competidores del Mediterráneo, la nacional y americana a lo largo del ejercicio, el progresivo retorno de los asiáticos, la apuesta y desarrollo de agendas de grandes eventos de ocio en los principales destinos turísticos, junto al positivo desempeño del segmento MICE y la reactivación de los viajes de negocio. Los niveles de reservas en las últimas semanas, las tendencias de búsquedas e indicadores de intención de viaje respaldan estas buenas favorables expectativas empresariales para 2024.

Las expectativas empresariales anticipan un dinamismo de menor intensidad de la facturación en 2024

Niveles de facturación. Total Sector Turístico. Variación vs niveles 2019 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)



14

Con intensidades desiguales, las favorables previsiones de crecimiento de los niveles de ventas empresariales en 2024 son compartidas por todos los subsectores de la cadena de valor turística, evidenciando un tono más moderado en su avance. Empresas de transporte de pasajeros y hoteles, de costa y urbanos, son los que esperan una mayor intensidad en la mejora de sus volúmenes de ingresos.

Las previsiones empresariales en enero de 2024 evidencian disparidades por destinos, subsectores y empresas de la cadena de valor turística. Aquéllos más orientados a la demanda extranjera, especialmente largo radio y vacacional europea, y al segmento MICE revelan unas expectativas de comportamiento del incremento interanual en sus ventas en 2024 cercanas a las del cierre del año 2023. La traslación de esas ventas en resultados seguirá condicionada, sin embargo, por los reducidos márgenes empresariales ante la presión de los costes de costes financieros y laborales.

Las empresas de **transportes de pasajeros (+10,0% ventas 2024 vs 2023)** estiman se beneficiarán de la intensa intención viajera en Europa y el largo radio americano, junto a la vuelta del asiático y el mejor desempeño previsto desde el inicio del año del turismo de negocios. El año vendrá marcado por las nuevas conexiones dispuestas en el mercado y los mayores niveles de capacidad aérea y ferroviaria previstos y un escenario esperado de precios del petróleo más benévolo. Todo ello en un tono de cautela, por los posibles impactos de mayores tasas aéreas anunciadas ya en mercados emisores como Alemania, junto a los cambios que podrían suponer sobre el mapa de conectividades de la posible medida anunciada por el gobierno de reducción de vuelos domésticos con alternativa de conexión ferroviaria.

Las **empresas de alquiler de vehículos descuentan un dinámico 2024 (+10,4%)**, en un mercado con acceso normalizado a flotas, esperan beneficiarse del dinamismo previsto para la demanda turística, de los viajes organizados de manera independiente, con necesidad de movilidad en destino, y el avance del segmento de negocios, en un contexto de mayor capacidad y competencia en mercado prevista,

Los **hoteles vacacionales anticipan un buen comportamiento de sus ventas en 2024 (+8,8%)**, en línea con la intensidad del cierre de 2023, por la intención evidenciada de viaje hacia los destinos españoles de la demanda europea y doméstica, donde el conflicto bélico en Oriente Próximo condicionara el desempeño del mediterráneo oriental (especialmente Egipto), beneficiando a la temporada alta en Canarias y resto de litoral a partir de la primavera, que acumulan ya volúmenes relevantes de reservas para los trimestres centrales del año.

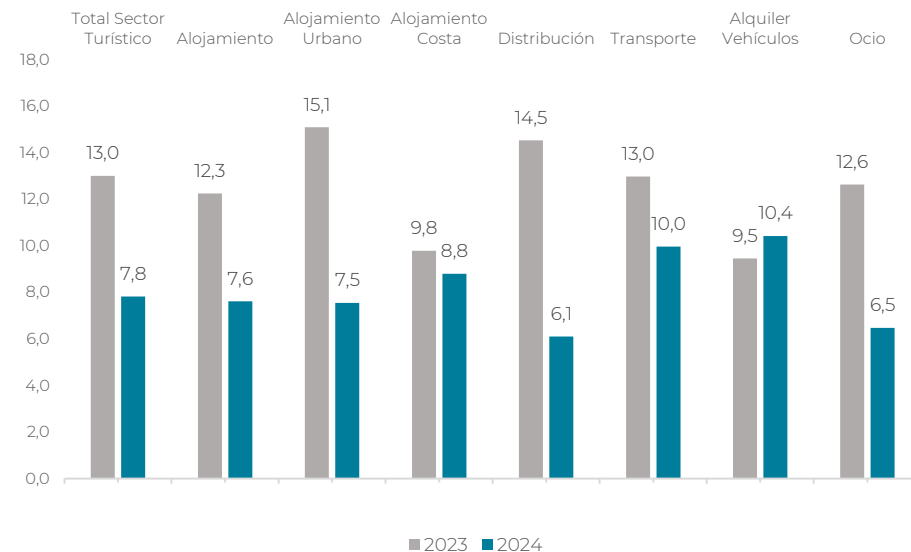
Los **empresarios de hoteles urbanos (+7,5% ventas 2024 vs 2023) localizados en destinos más internacionalizadas y los prestadores de servicios de ocio (+6,5%) en estos destinos**, especialmente Madrid y Barcelona, con presencia de demanda de largo radio, y en ciudades con mayor dinamismo MICE y con apuestas en sus agendas culturales y deportivas, esperan un año con **notable dinamismo**.

Las **agencias de viajes tradicionales (+6,1%) estiman se mantenga una mejora en las ventas en 2024 aunque de menor dinamismo del intenso crecimiento experimentado en 2023**. Este subsector, con notable exposición al contexto geopolítico, visibiliza un menor dinamismo en sus ventas de viajes fuera de España y un muy positivo año para los viajes dentro de España. Todo ello en un escenario competitivo donde siguen ocupándose de retos estructurales asociados a los cambios en los hábitos de contratación de viajes, con mayor presencia de los canales directos y on-line.

Disparidad en la intensidad prevista de recuperación de facturación entre subsectores empresariales (*)

Niveles de facturación. Variación interanual (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)



(*) **IMPORTANTE** La comparativa de las cifras **son interanuales** en la medida en que 2023 fue el primer año de completa normalidad tras la crisis sanitaria vinculada a la Covid-19, abandonando el año 2019 (prepandemia) como año de referencia

15 Destinos vacacionales de demanda europea y nacional, junto a Madrid y Barcelona, revelan expectativas muy positivas para 2024, afianzando el cierre de 2023, todos ellos favorecidos por la elevada intención de viaje hacia los destinos españoles, junto al largo radio y el turismo MICE y de negocios en los destinos urbanos más internacionales.

Dentro del tono general optimista, aunque de moderación en el crecimiento respecto a 2023, y con la cautela que exige la volátil tesitura geopolítica y económica, se estima que la mejora de los ingresos vinculados al turismo se extenderá a todos los destinos en 2024, aunque con diferentes grados de intensidad y condicionantes:

Las expectativas empresariales para 2024 anticipan **otro año de notable mejoría en los destinos de sol y playa con presencia de demanda vacacional interna y europea, especialmente en el litoral levantino** (+12,1% ventas 2024 vs 2023), **andaluz** (+8,5%) **y archipiélago balear** (+8,9%), muchos de ellos impulsados por la mejora de productos y con estados de reservas ya elevados de los principales mercados. Mientras, los destinos del litoral catalán y levante murciano estiman cerraran su facturación en 2024 un +4% por encima de 2023.

Canarias espera seguir acumulando **mejoras en sus niveles de actividad en 2024 (+8,2% vs 2023)** por el dinamismo previsto de la demanda europea y nacional, ya evidenciado en el positivo desempeño de su temporada alta en las primeras semanas de 2024, donde los operadores turísticos han apostado fuertemente por las islas (+9,6% y + 8,3% de conectividad aérea la temporada de invierno 23/24 vs invierno 22/23 y para el verano de 2024 vs 23, respectivamente), además de la inversión en mejora de producto llevada a cabo durante los meses de pandemia y su posicionamiento de destino seguro frente a los competidores del mediterráneo oriental en la temporada de invierno.

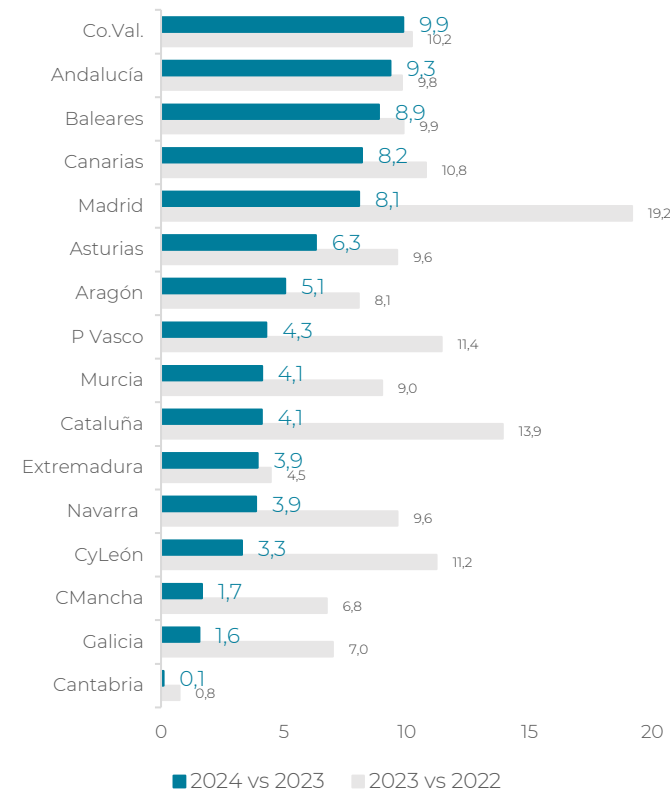
Los empresarios turísticos de **Madrid (+8,1% esperado en ventas en 2024 vs 2023)** y de **Barcelona (+6,0%)**, junto a algunos destinos turísticos urbanos **andaluces (+5,0%) y valencianos (+2,6%) más internacionalizados** prevén un favorable comportamiento de sus ventas en 2024, mejorando notablemente los buenos registros de 2023. El dinamismo esperado del segmento MICE, la mayor fortaleza esperada del turismo de negocios y el largo radio, con la incorporación del asiático, además del atractivo de los recursos y propuestas culturales y deportivas, junto a la elevada conectividad aérea y ferroviaria sustentan estas expectativas.

Los **destinos turísticos de la España Verde** anticipan en media un positivo avance de sus ventas respecto a 2023, con Asturias (+6,3%) y País Vasco (+4,3%) en el rango más optimistas. Los empresarios gallegos (+1,6%), tras los positivos registros acumulados desde 2022 con la celebración del Xacobeo, y cántabros (+0,1%) descuentan un año 2024 de actividad turística muy similar al ejercicio 2023.

Por su parte, **los destinos turísticos de interior** como La Rioja(+7,4%), Aragón (+7,4%), Extremadura (+3,9%), Navarra (+3,9%), Castilla y León (+3,3%) y Castilla-La Mancha (+1,7%) **estiman se situarán en 2024 por encima de los niveles de ventas de 2023**. La consolidación de la mayor preferencia a viajes en destinos menos concurridos, además del posicionamiento de nuevos atractivos y apuesta por propuestas experienciales (gastronomía, naturaleza, culturales, deportivas...), seguirá impulsando su buen desempeño.

Los destinos de todas las CCAA españolas esperan en promedio un relevante dinamismo en 2024, en un tono de moderación

Niveles de facturación. Variación 2024 vs 2023 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)





Reflexiones turísticas de cara al año 2024

Reflexiones turísticas de cara al año 2024, derivadas del XII Foro de EXCELTUR

Tal como ya anticipábamos en octubre, este más que destacable escenario económico debido al turismo, con el que cierra 2023, se debe conciliar con la creciente necesidad de traducir su desarrollo futuro, en el mayor bienestar ciudadano posible a nivel local. Un escenario que enfrenta nuevos y crecientes desafíos competitivos y socioeconómicos, que exigen cada día más, de una cuidadosa, prioritaria y sostenible gestión del éxito, que evite el crecer meramente por afluencia y no por un deseable mayor valor añadido, así como evitar falsas autocomplacencias, que, bajo planteamientos muy simplistas, arguyen que el turismo va solo.

La rápida superación turística de la pandemia y los factores que lo han hecho posible, no deben llevarnos a pensar que el crecimiento turístico futuro sea ilimitado y/o que puede superar las capacidades de carga e infraestructuras de los destinos, sobre todo los más exitosos. Los nuevos desafíos turísticos deben tener muy en cuenta otros múltiples elementos clave, para asegurar su sostenibilidad social, junto a unas adecuadas infraestructuras. Lo contrario, acentuaría situaciones y contraindicaciones, cuando ya hoy, uno de los principales retos, es lograr el mejor equilibrio entre las incuestionables bondades del turismo y sus externalidades.

Es decir, como abordar nuevos modelos de gestión público-privados social y recíprocamente más comprometidos que reduzcan unas externalidades, producto en ocasiones de unos crecimientos a veces desordenados. También derivados de unas normativas laxas o incumplidas, para poder controlar situaciones altamente perturbadoras, como la acelerada gentrificación, dada la eclosión de la vivienda turística ilegal, que tanta desazón ciudadana esta últimamente creando, dañando la reputación colectiva del sector. Ello requiere, como ya está ocurriendo en otros destinos exitosos en el mundo, de un valiente y renovado compromiso del conjunto de actores públicos y privados y ciudadanos que integran la extensa cadena de valor en los destinos, en favor, en este caso de un sector turístico español, más responsable, inclusivo y regenerativo, que evite los excesos del turismo y el turismo de excesos.

Un sector, que a su vez induzca el mejor empleo, gestionando un futuro crecimiento exitoso, bajo una nueva gobernanza y estrategias de crecimiento más sostenibles y desestacionalizadas, que aspiren a lograr un desarrollo turístico en los próximos años, donde competir solo por volumen o por precio, no sea ni el binomio adecuado, ni el más deseable por su ciudadanía. De ahí que, debamos plantearnos el crecer de más a mejor, creando la mejor oferta turística experiencial, y en especial renovando la ubicada de los destinos pioneros, para satisfacer los perfiles de demanda que más derrama y efectos multiplicadores generen.

Todo ello, para propiciar en paralelo la mayor aceptación ciudadana, autoestima y sentimientos de pertenencia por el sector, que permitan a su vez, la captación y retención del mejor talento que precisa el gradual reposicionamiento del sector. En síntesis, estrategias que mejoren la percepción de los residentes, sobre la calidad de vida y oportunidades que brinda el turismo, gracias a un mejor posicionamiento competitivo y una gobernanza que impulse los crecimientos turísticos, socialmente más sostenibles.

Bajo esa aspiración y deseo de orientar las mejores políticas de futuro, que abunden en la mayor sostenibilidad social, y que en paralelo conlleven la mayor aceptación ciudadana por el turismo, girarán los debates del XII Foro de Liderazgo Turístico de EXCELTUR. Un evento que la víspera de FITUR 2024 reunirá a un muy destacado elenco de autoridades al máximo nivel del Gobierno, junto a presidentes de CCAA y alcaldes de grandes ciudades y múltiples líderes empresariales nacionales y extranjeros, en torno a un título sugerente y revelador sobre sus objetivos: PROPOSITO Y COMPROMISO: EL TURISMO QUE TODOS QUEREMOS.

Un Foro que, desde la óptica empresarial, aspira a ser plataforma de reflexión y promoción de una nueva visión estratégica para el sector turístico español, en torno a la sostenibilidad social, que debe guiar la gestión de sus crecimientos futuros. Un empeño en el que EXCELTUR ha puesto su mayor ilusión, dando un paso al frente para promover y abordar juntamente con las principales patronales turísticas de nuestro país, los nuevos y crecientes desafíos asociados a lograr nuevos crecimientos turísticos exitosos. que eleven nuestra reputación. Una aspiración basada en el deseo de consolidar la más estrecha alianza de intereses público-privados y ciudadanos, que integran la cadena de valor turística, y que al máximo nivel público y empresarial, debatirán muchos de esos temas en ese foro, con la autoridad moral y capacidades normativas reales, para convertir esta aspiración, en realidad.

EL TURISMO DEL FUTURO YA ES REALIDAD: CLAVES PARA UN TURISMO EN EQUILIBRIO CON SU ENTORNO

08.30 - 09.00

Registro y acreditaciones de última hora

09.00 - 09.45

APERTURA OFICIAL: El Turismo que todos queremos

- José Vicente de los Mozos, Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA
- Fernando Candela, Presidente de FITUR y Presidente de Iberia
- Zurab Pololikashvili, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo OMT
- Gabriel Escarrer, Presidente de EXCELTUR y Presidente & CEO de Meliá Hotels International
- Jordi Hereu, Ministro de Industria y Turismo del Gobierno de España

09.45 - 10.35

(Panel en inglés con traducción simultánea al castellano)

OUT OF THE BOX: NUEVAS REALIDADES TURISTICAS GLOBALES (panel coloquio)

- Luis Araujo, Ex-presidente de Turismo de Portugal
- Gabrielle Burgio, Presidente de ALPITOUR-Italia
- Steve Heapy, Chief Executive Officer de Jet2Holidays
- Christine Maguire, Global Vice President TRIPADVISOR
- Miguel Sanz, Presidente European Travel Commission
- MODERADOR - José Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de EXCELTUR

10.35 - 11.15

VALORIZAR LA IMAGEN DEL TURISMO: UN OBJETIVO COMÚN (panel coloquio)

- Javier Gándara, Presidente de ALA
- Jorge Marichal, Presidente de la CEHAT
- Carlos Garrido, Presidente de CEAV
- Juan Luis Barahona, Presidente FENEVAL
- Emilio Gallego, Secretario General de Hostelería Española
- MODERADOR - José Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de EXCELTUR

11.15 - 11.40

GRANDES TENDENCIAS MACROECONÓMICAS QUE MARCARÁN EL TURISMO EN 2024

José Ignacio Goirigolzarri, Presidente de CaixaBank dialoga con Juan Orti, Presidente de American Express España

11.40 - 12.00

COFFEE BREAK

12.00 - 12.45

EL DESAFÍO DEL TALENTO Y CUIDADO DEL ENTORNO: ELEVAR ORGULLOS DE PERTENENCIA (panel coloquio)

- Rosana Morillo, Secretaria de Estado de Turismo
- Pedro Luis Cobiella, Vicepresidente & CEO de Hospitnet
- Carlos Díez de la Lastra, CEO Les Roches International
- Gloria Fluxá, Vicepresidenta & CSO de Grupo Iberostar
- MODERADOR - Daniel Rossell, Vicepresidente & CEO de Senator Hotels & Resorts

12.45 - 13.10

INVERSIONES SOSTENIBLES EN EL SECTOR TURISTICO

Alejandro Hernández-Puértolas CEO de HIP dialoga con Victor Martí CEO de Atom Hoteles Socimi GMA

13.10 - 14.00

ACERCAR MIRADAS: RESETEAR EL TURISMO Y SU VALOR PARA LA SOCIEDAD (panel coloquio)

- M^a José García-Pelayo, Presidenta de la Federación Española de Municipios y Provincias FEMP y alcaldesa de Jerez de la Frontera
- Jaime Martínez, Alcalde de Palma de Mallorca
- Eneko Goia, Alcalde de San Sebastián
- Ramón Aragonés, Consejero Delegado de NH Hotel Group
- Encarna Piñero, Consejera Delegada de Grupo Piñero
- MODERADOR - Óscar Perelli, Director de Estudios e Investigación de EXCELTUR

EL TURISMO DEL FUTURO YA ES REALIDAD: CLAVES PARA UN TURISMO EN EQUILIBRIO CON SU ENTORNO

14.00 - 15.30

COCKTAIL-ALMUERZO DE TRABAJO PARA TODOS LOS ASISTENTES

15.30 - 16.20

MOVILIDAD SOSTENIBLE, FACTOR CLAVE Y ALCANZABLE PARA EL TURISMO DEL FUTURO (panel coloquio)

- Carolina Darías, Alcaldesa de Las Palmas
- José Luis Martínez Almeida, Alcalde de Madrid
- Carlos Bertomeu, Presidente de Air Nostrum
- Othman Ktiri, Presidente de OK Mobility Group
- Abel Matutes, Presidente de Palladium Hotel Group
- MODERADOR - Juan Luis Cavero, CEO, Europ Assistance España

16.20 - 17.10

CONOCER PARA MEJORAR: POLÍTICAS COMPROMETIDAS PARA AVANZAR (panel coloquio)

- Fernando Clavijo, Presidente del Gobierno de Canarias
- Carlos Mazón, Presidente de la Generalitat Valenciana
- Gabriel Escarrer, Presidente de EXCELTUR y Presidente & CEO de Meliá Hotels International
- José Luque, Director General de Fuerte Hoteles y Presidente de AEHCOS
- Jordi Ferrer, Consejero Delegado de Grupo Inversor Hesperia
- MODERADOR - Rodolfo Núñez, Presidente de Binter Canarias

17.10 - 17.35

SURFEANDO LA OLA DIGITAL: ÁMBITOS CLAVE DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA

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

17.35 - 18.25

CRECIMIENTO RESPONSABLE Y CON PROPÓSITO: NUEVOS ESCENARIOS DE CONVERGENCIA (panel coloquio)

- Juanma Moreno, Presidente de la Junta de Andalucía
- Margalida Prohens, Presidenta del Gobierno Balear
- Adolfo Utor, Presidente de Balearia
- Javier Diaz-Laviada, Presidente de FENEVAL y CEO de Hertz España
- Carmen Riu, Consejera Delegada de Riu Hotels & Resorts
- MODERADOR - José Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de EXCELTUR

18.25

CIERRE OFICIAL DEL FORO

Ponentes en azul = reconfirmados



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

Nº 87

ENERO 2024

**VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2023
Y PERSPECTIVAS PARA 2024**