



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 90

OCTUBRE 2024

VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL
DEL VERANO (IIITr) DE 2024 Y
PERSPECTIVAS PARA EL IVTr Y CIERRE DE
2024



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL
VERANO (IIITr 2024)

01 El turismo en España cierra un positivo verano de 2024, mejor de lo esperado, con máximos de actividad económica (el PIB turístico real estimado por EXCELTUR habría crecido un +4,8% vs el verano de 2023, que ya marcó máximos), dentro de una tendencia a la normalización en sus ritmos de crecimiento, pero con preocupantes episodios puntuales de contestación ciudadana en algunos destinos, inducidos en gran parte por el aumento desbordante de la oferta ilegal de alojamiento en viviendas turísticas y otras actividades de la cadena de valor (guías, coches de alquiler, venta ambulante,...), además de la superposición de llegadas de grandes cruceros, en algunos puertos

La actividad turística cierra un verano con la generación de 77.156 millones de actividad económica, 6.043 millones por encima del verano de 2023, explicando buena parte de la revisión al alza del comportamiento agregado de la economía española

Los ritmos de crecimiento de la actividad turística avanzan en el lógico proceso de normalización, cerrando un muy buen verano de 2024

Variación real del PIB turístico vs economía española (*)

Tasa de variación interanual (en %)

Fuente: EXCELTUR (oct24), CNTR (INE), Consensus Forecast (sep24)



(*) Datos eliminados el efecto calendario (año bisiesto) y Semana Santa

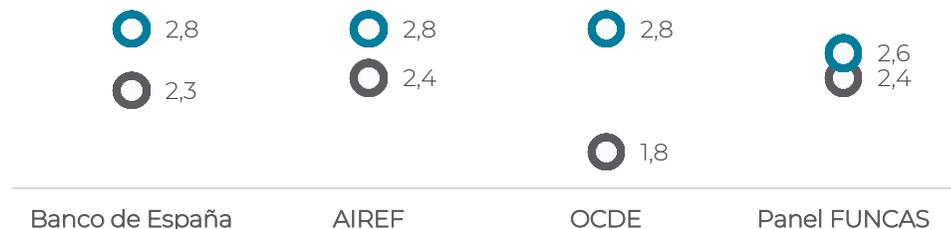
Los meses de julio a septiembre de 2024 se han cerrado con un aumento estimado del PIB turístico real del +4,8%. Se trata de unos ritmos de crecimiento por encima de los estimados en la presentación realizada por EXCELTUR en el mes de julio, derivado del mejor desempeño respecto al esperado de la demanda extranjera y mayor fortaleza de la prevista del mercado nacional, junto con el buen comportamiento de los eventos y los viajes de negocios. Este desempeño permite cerrar un verano en positivo con niveles de ingresos en los máximos de los últimos años, no solo en términos nominales (incluyendo los precios), como en reales (eliminandolos).

Este buen comportamiento de la actividad turística en España ha sido uno de los principales detonantes, de las generalizadas revisiones al alza, que las distintas casas de análisis han hecho sobre el crecimiento de la economía española para este año 2024. El PIB de España para el IIII24 se estima crecerá el +2,6% vs IIII23 según el consenso de las casas de análisis (+1,6% en la última previsión trimestral disponible) y para el conjunto del año un intervalo 2,6%-2,8% vs 2023, frente al 1,8%-2,4% antes del verano, según las últimas revisiones de las previsiones de la mayoría de instituciones y principales casas de análisis.

Contraste de previsiones para el conjunto de la economía española antes y después del verano

Tasa de variación interanual (en %)

Fuente: EXCELTUR a partir de Banco de España, AIREF, OCDE, Panel previsiones FUNCAS



● Previsión anterior a verano ● Previsión en curso

02 El aumento de la actividad turística en verano se traslada a las ventas de las empresas de toda la cadena de valor, con mayor intensidad en las compañías de transporte (+8,8%), por el fuerte aumento de la movilidad y de precios en vuelos domésticos, y el ocio (8,5%), seguido por el alojamiento (+6,1%), mientras las agencias de viajes crecen con menor intensidad (+2,0%) por la comparación con un gran verano de 2023

Las ventas de las empresas turísticas españolas crecen un +6,3% en el trimestre de verano respecto a un gran verano de 2023, dentro del ritmo de normalización ya apuntado al inicio del año

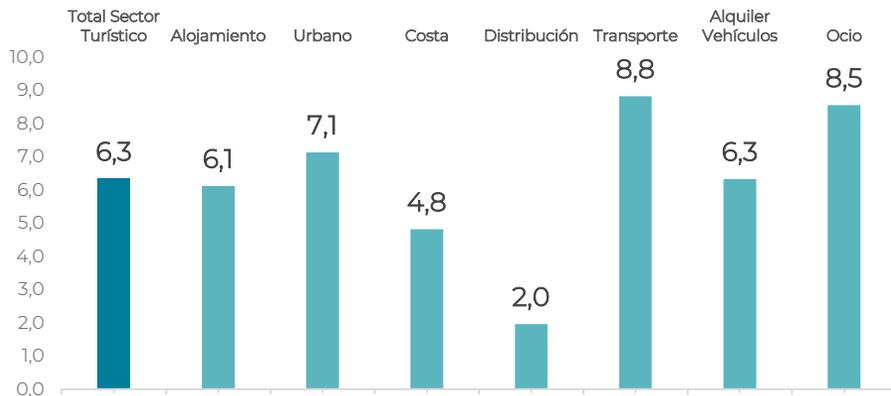
Las empresas de transporte lideran los crecimientos en ventas en el IIITr (+8,8% vs IIITr23), aunque con una menor traslación a resultados por la presión en precios derivada de la alta competencia, especialmente ferroviaria, y, en el caso de las de alquiler de coches (+6,3% en ventas, pero en negativo en resultados), por la añadida caída del valor de venta de los vehículos respecto a sus altos precios de compra que tuvieron que hacer frente durante los años de pandemia.

Las empresas de ocio mantienen su fuerte dinamismo (+8,5%), impulsados por la oferta museística y patrimonial en las ciudades, gracias a la mayor llegada de turistas de largo radio.

Variación de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores

Variación IIIT24 vs IIIT23 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de EXCELTUR



Hoteles y agencias de viajes moderan sus ritmos de crecimiento en la senda de normalización de la actividad turística

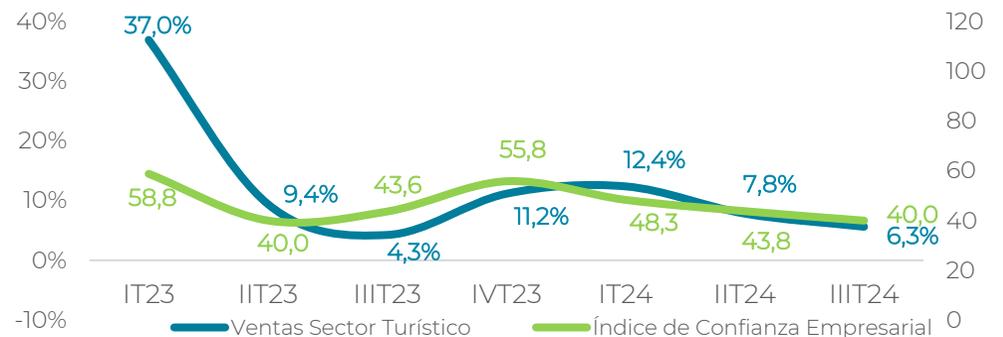
Los hoteles moderan ligeramente el dinamismo en sus ventas (+6,1%), comparado con un gran verano de 2023, manteniendo el impulso de la mejora de precios (la ocupación se eleva 1,5 p.p. y los precios aumentan un +7,7%). Dentro de esta dinámica, los hoteles urbanos muestran un mayor aumento en sus ventas (+7,1%), que los vacacionales (+4,8%), gracias al fuerte empuje de la recuperación de los mercados de larga distancia (americanos y asiáticos, principalmente) de mayor poder de compra.

Las agencias de viajes moderan igualmente el aumento en sus ventas respecto al verano de 2023 (+2,0%), afectadas por la menor fortaleza del gasto de los españoles, una combinación de menor inventario de productos internos, por la mayor demanda extranjera, y el menor número de viajes a destinos de oriente medio (Egipto, principalmente), a pesar del buen comportamiento del producto de cruceros y el mayor gasto en su gama más económica a destinos internacionales.

Variación de las ventas de las empresas turísticas españolas e índice de confianza empresarial

Ventas en variación interanual (%) e índice de confianza

Fuente: Encuesta de Confianza de EXCELTUR



03 El notable aumento de la actividad turística favorece una nueva y notable creación de empleo (79 mil afiliados más en septiembre de 2024 vs 2023), principalmente de carácter indefinido (66 mil), que se ha venido acelerando a medida que avanzaba el verano (julio +3,2%, agosto +3,4% y septiembre +3,6%), ante las buenas perspectivas para el último trimestre del año, contrastando con la desaceleración del resto de la economía española (jul +2,6%, +2,5% ago y +2,5% sep). Como resultado de ello y con datos a septiembre, el sector turístico generó el 15,6% del total de creación de empleo en verano en España

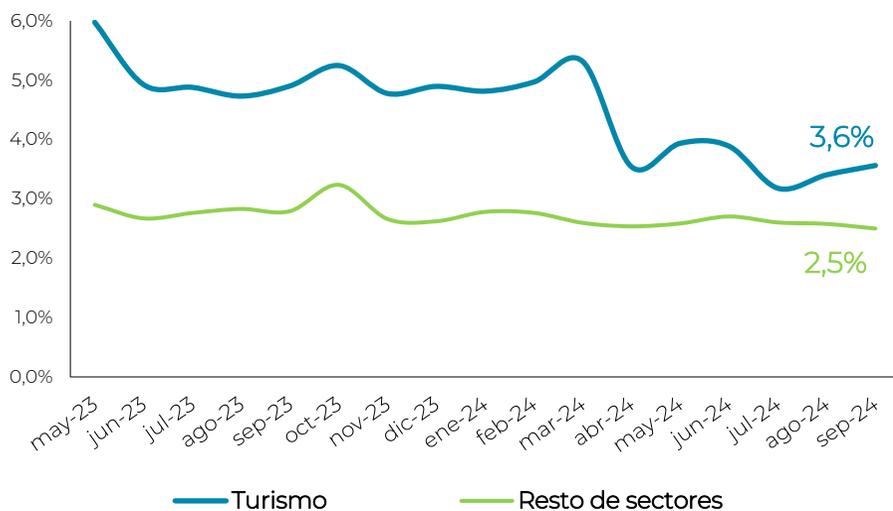
El verano ha vuelto a ser muy propicio para la creación de empleo turístico en España. La combinación de una mayor demanda, mejores servicios más diferenciados que exigen mayor personal, mayor estabilidad de los contratos y el alargamiento de la temporada han elevado el empleo en el sector turístico a cifras máximas (2,3 millones de afiliados en septiembre), gracias a los 79 mil afiliados más vs septiembre de 2023. Ello ha venido acompañado de una paulatina aceleración en su crecimiento (julio +3,2%, agosto +3,4% y septiembre +3,6%), a pesar de los problemas de encontrar trabajadores formados.

Con todo, los nuevos 79 mil afiliados turísticos representaron el 15,6% de la creación de empleo registrada en el conjunto de España, extendiéndose el aumento del empleo sobre toda la cadena de valor turística (AA.VV +5,9%, transporte aéreo +5,8%, ocio +4,9% y alojamiento +4,8%)

Evolución de empleo turístico y del resto de la economía. 2023-2024

Tasa de variación interanual (%)

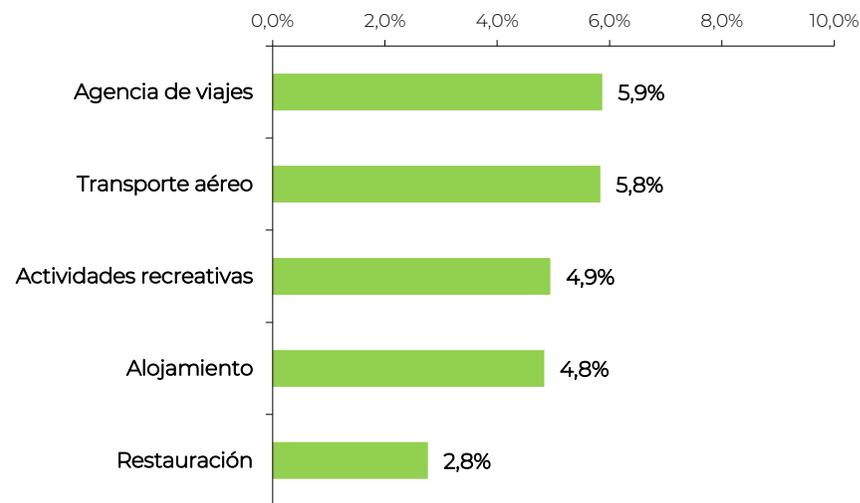
Fuente: EXCELTUR a partir de afiliaciones a la Seguridad Social



Creación de empleo por subsectores turísticos. Afiliados a la Seguridad Social. Septiembre 2024

Tasa de variación interanual (%)

Fuente: EXCELTUR a partir de Seguridad Social



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

Los empresarios turísticos incrementaron su compromiso con la creación de un empleo de mejores condiciones, cada vez más estable y mejor remunerado, a pesar de la tradicional estacionalidad del verano. Como muestra de ello, los contratos indefinidos aumentaron un +4,0%, representando el 91,4% del total (el 76,4% en el resto de la economía), destacando los de a tiempo completo (+6,4%), que abarcaron el 41,7%. Además, sectores como hostelería y transporte (+3,1%) aplicaron mayores incrementos salariales que el promedio del resto de sectores de la economía española (+3,0%)

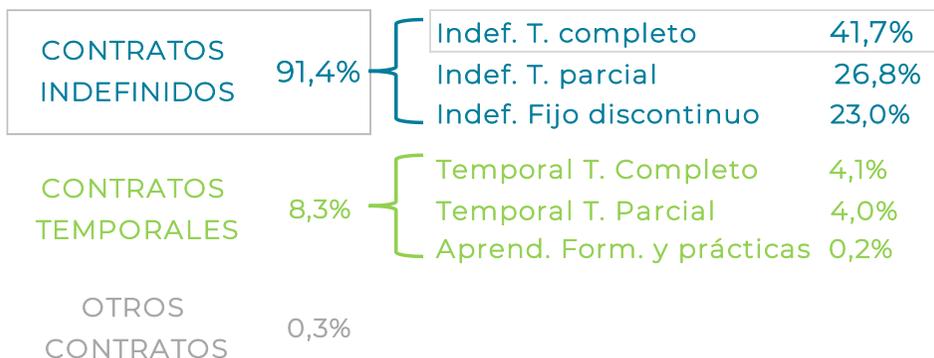
El mayor empleo turístico se ha visto acompañado de un empleo contratado bajo fórmulas más estables. Muestra de ello es el significativo aumento de los contratos indefinidos (+4,0%, lo que supone +66 mil contratos, hasta alcanzar el 91,4% de los contratos turísticos) durante el verano, a pesar de la marcada estacionalidad de la demanda en esta época del año.

Dentro de ellos cabe destacar el aumento de los contratos indefinidos a tiempo completo (+6,4%, +47 mil contratos), seguido de los contratos indefinidos a tiempo parcial (+4,5%, +21 mil contratos), mientras que los indefinidos fijos discontinuos disminuyeron ligeramente (-0,7%), en contraste con el reducido aumento de los contratos temporales (+1,3%).

Proporción de empleo turístico por tipo de contrato. Septiembre 2024

Porcentaje sobre el total de los contratos (%)

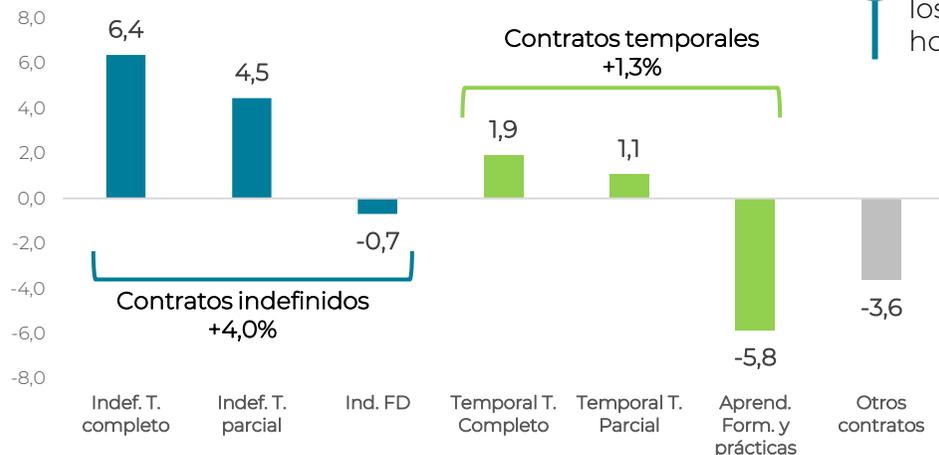
Fuente: EXCELTUR a partir de afiliaciones a la Seguridad Social



Variación del empleo turístico por tipo de contrato. Septiembre 2024

Tasa de variación interanual (%)

Fuente: EXCELTUR a partir de afiliaciones a la Seguridad Social



La creación de empleo estable ha venido acompañada de mejoras salariales en los convenios ligeramente por encima de la media española (+3,0%) en la hostelería y el transporte (3,1%).

Variación salarial pactada en convenios. Agosto 2024

Variación salarial acumulada en el año (%)

Fuente: EXCELTUR a partir de Ministerio de Trabajo y Economía Social

Sector	Variación salarial
Transporte y almacenamiento	3,1%
Hostelería	3,1%
Total economía	3,0%
Promedio turismo	3,0%
Industria	2,9%
Construcción	2,9%
Agrario	2,6%
Actividades artísticas	2,3%

El progresivo reposicionamiento de la oferta turística se erige como un elemento determinante de la generación de un mayor y mejor empleo turístico. La inversión en una oferta de mayor valor añadido ha sido uno de los elementos que han condicionado la generación de empleo durante el verano, tal y como se refleja en el ámbito hotelero. La apertura de más plazas de 4 (+2,5% vs 23) y 5 estrellas (+3,9%) con mayores ratios de empleo (38,2 trabajadores por cada 100 plazas en 5 estrellas y 17,7 en 4 estrellas, según el INE) ha favorecido, no solo una mayor intensidad en la creación de empleo, sino unas mejores condiciones

La inversión en productos turísticos de mayor valor añadido está teniendo un efecto en la mejora de la productividad y el empleo turístico, que se ha reflejado en los meses de verano. La necesidad de contar con más personal y con mayor nivel de formación para satisfacer un mayor nivel y variedad de servicios, se ha trasladado sobre las cifras de empleo del sector.

Un caso paradigmático es el reposicionamiento de la oferta hotelera, con un aumento en el número de plazas en hoteles de 4 (+2,5% vs 23) y 5 estrellas (+3,9%) esos meses de verano respecto a 2023, con una disminución de los de categorías inferiores (1 a 3 estrellas), con menores ratios de empleo, según el INE (38,2 trabajadores contratados por cada 100 plazas los de 5 estrellas, 17,7 trabajadores por cada 100 plazas los de 4, por los 13,5 trabajadores de 3 estrellas, los 10,1 los 2 estrellas y los 8,4 de 1 estrella).

Como consecuencia de ello, los hoteles de 4 estrellas explicaron el 62,5% del crecimiento de las contrataciones en los meses de verano representando el 53,4% de las plazas hoteleras totales, los de 5 estrellas el 27,3% representando el 7,3% de las plazas, y el resto de las categorías el 10,3%, representando el 39,3% de las plazas.

Este proceso de mejora de la oferta ha favorecido la mencionada mejora en las condiciones laborales, reflejadas en la destacada menor temporalidad de los contratos y un mayor aumento salarial.

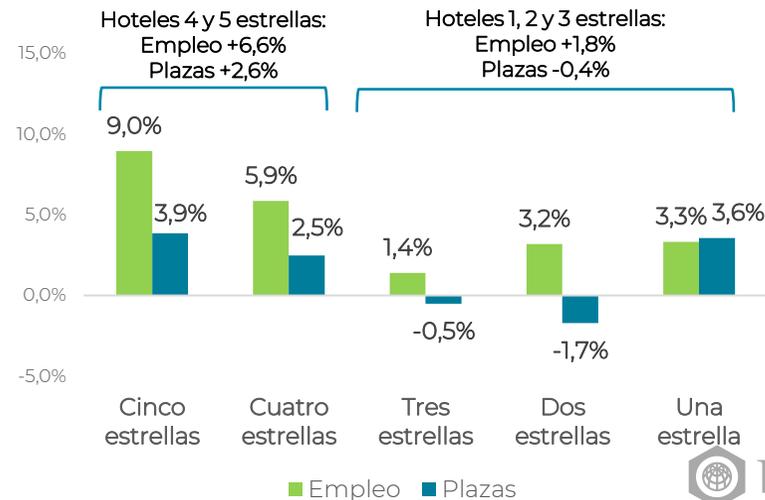
Trabajadores contratados por cada 100 plazas, por categoría de hotel. Julio-Agosto 2024

Proporción de trabajadores sobre plazas (%)
Fuente: EXCELTUR a partir de EOH del INE



Variación de trabajadores contratados y plazas abiertas en hoteles. Julio-Agosto 2024

Tasa de variación interanual (%)
Fuente: EXCELTUR a partir de EOH del INE



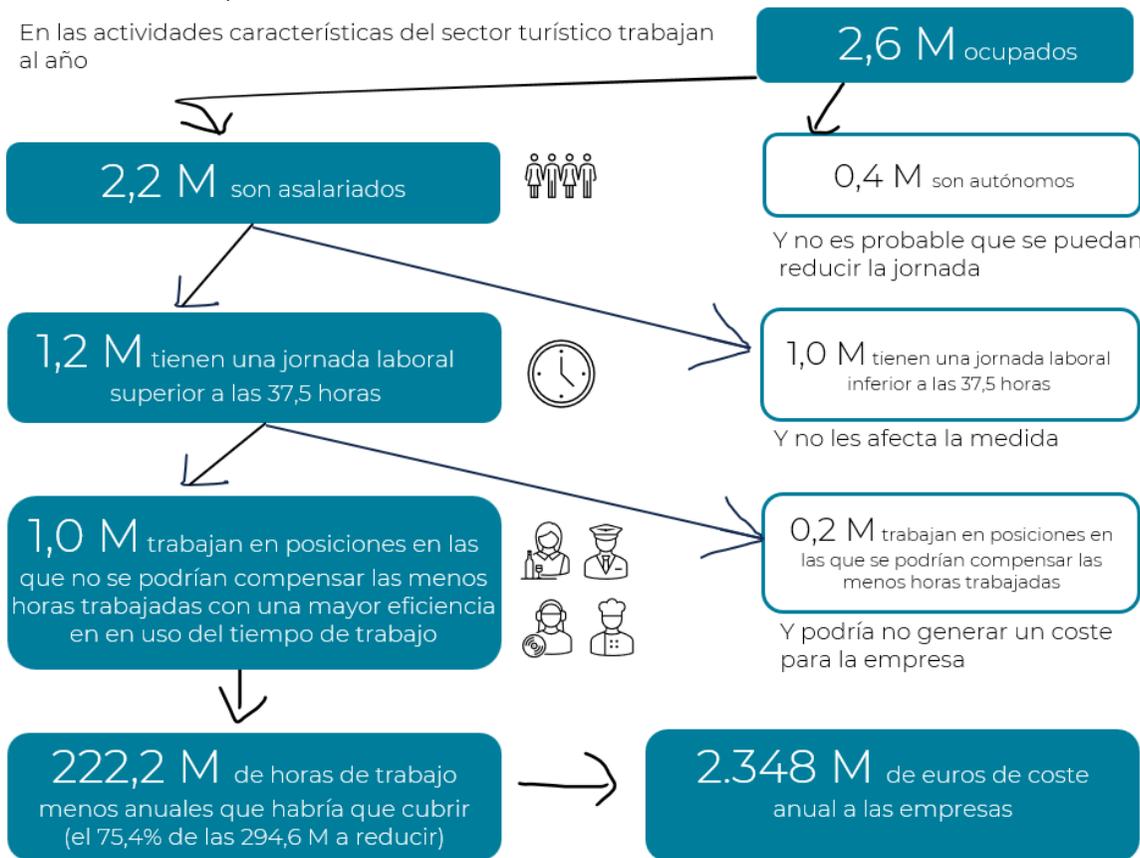
Honda preocupación entre los empresarios turísticos y muy en especial las PYMES sobre el impacto que tendría de aprobarse en los términos propuestos por el Ministerio de Trabajo la reducción de la jornada laboral máxima legal sin reducción salarial hasta las 37,5 horas. Como ya pusimos de manifiesto antes de verano, su aprobación supondría un coste total anual de 2.348 millones de euros para las empresas de los distintos subsectores relacionados con la actividad turística, derivados de la necesidad de suplir las horas reducidas en las posiciones donde no es posible compensarlas por un uso más eficiente del tiempo de trabajo (ganancias en productividad), por los hábitos de consumo de los turistas y la presencialidad de muchas de esas posiciones clave para prestar los servicios demandados por ellos. Ello supondría un incremento medio por empresa del +4,9% de sus costes laborales y una reducción media del -8,1% de sus resultados

Principales impactos de la propuesta de reducción de jornada laboral máxima legal sobre el sector turístico español

Fuente: Análisis del impacto de la propuesta de reducción de jornada laboral máxima legal en las empresas de actividades económicas relacionadas con el turismo. EXCELTUR (Mayo 2024)

+4,9% de incremento medio de sus costes laborales por empresa

-8,1% de reducción media de sus resultados



* Para el estudio se han calculado los impactos de la propuesta sobre las ramas que la Organización Mundial del Turismo define como características del turismo, aun cuando parte de su demanda puede no ser turística. Concretamente, el estudio ha analizado los impactos sobre los subsectores de: alojamiento, servicios de comida y bebida, transporte por ferrocarril, otro transporte de pasajeros, transporte marítimo, transporte aéreo, actividades de alquiler de vehículos, actividades de agencias de viajes, industria cultural y actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento. Se ha considerado oportuno no contemplar en este grupo la rama de actividades inmobiliarias en la medida en que su vinculación con el turismo se reduce al 14,4% de su producción, según la Cuenta Satélite del Turismo elaborada por el INE.

04 La demanda extranjera continúa liderando el tirón de las ventas de las empresas turísticas españolas, gracias a una generalizada fortaleza en los meses de verano, con un mejor comportamiento del esperado en términos de ingresos (+13,3% jul-ago 24vs23, eliminado los costes del transporte), que de afluencia (turistas +7,3% y pernoctaciones +6,6%), favorecido por el aumento de mercados de larga distancia en las ciudades y de los efectos de la inestabilidad de Oriente Medio sobre los de sol y playa

Demanda Extranjera

Durante el verano, la demanda extranjera se consolidó como el principal motor del aumento de la actividad turística, con incrementos notables en los indicadores de volumen (las pernoctaciones suben el +6,6% y los turistas el +7,3%), pero de mayor intensidad en su gasto en destino (+13,3% en el gasto total sin transporte) en comparación con el mismo periodo del año anterior, que ya había sido especialmente dinámico. El positivo desempeño de la demanda extranjera se completa con un aumento del **gasto medio por turista (+4,8%)** y especialmente el **gasto medio diario (+5,5%)**, que se aceleran durante el verano en términos reales y superan el aumento de los precios.

Este buen desempeño de la demanda extranjera estuvo impulsado por la **fidelidad de los mercados tradicionales hacia los destinos de sol y playa**, a pesar de la **intensa competencia de otros destinos mediterráneos** como Grecia, Italia o Turquía, y por la **creciente presencia de los turistas de larga distancia en las ciudades más icónicas**. De esta forma, las comunidades que registraron mayores incrementos fueron las islas y comunidades del litoral mediterráneo, con Cataluña y la C. Valenciana a la cabeza, junto a la C. de Madrid.

Los destinos españoles se vieron favorecidos en el verano por factores externos. El principal, el **recrudescimiento y extensión territorial del conflicto en Oriente Medio** y su impacto sobre la percepción de seguridad en los destinos competidores próximos, que ha favorecido a los españoles. Así mismo, la **celebración de los Juegos Olímpicos en París y la Eurocopa en Berlín**, ha provocado desvíos hacia a otros destinos urbanos europeos, debido al encarecimiento de la accesibilidad y alojamientos a sus sedes más importantes.

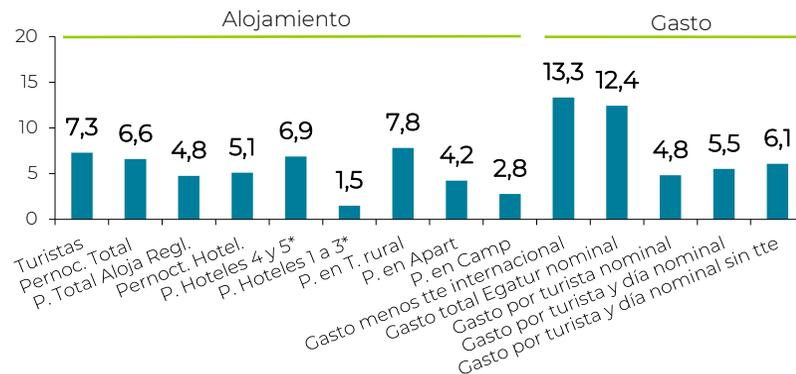
El verano ha reflejado una ligera polarización en el comportamiento de la demanda extranjera:

- Por un lado, el **reposicionamiento de la oferta turística** continuó siendo clave en la generación de mayor valor aportado por los turistas extranjeros durante el verano, con una clara **preferencia hacia los hoteles de mayor categoría (4 y 5 estrellas)**, que vieron un incremento en las pernoctaciones del **+6,9%**, en comparación con el **+1,5%** registrado por los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas.
- Por otro, se observa un fuerte aumento en el uso de **viviendas convertidas al alquiler turístico (+17,8%)**, de menor gasto y contribución económica a los destinos.

Indicadores de demanda EXTRANJERA en España. Julio-Agosto 2024

Tasa de variación interanual (%)

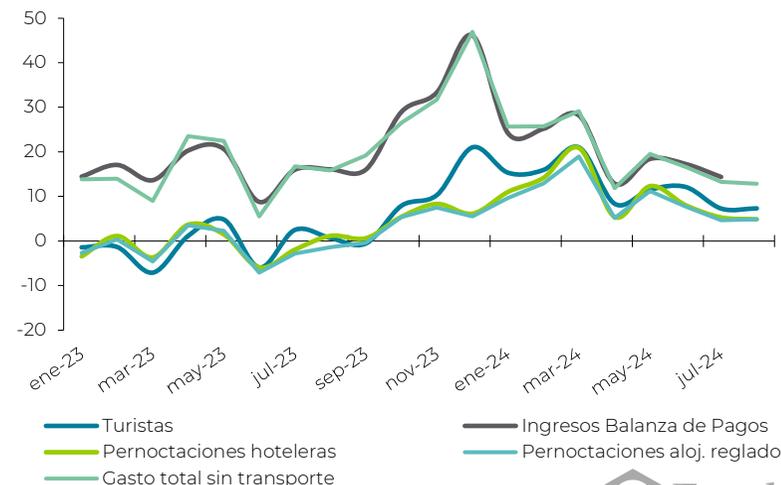
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur, Egatur, EOH, EOAC, EOAP y EOTR



Indicadores de demanda extranjera 2023-2024

Tasa de variación interanual (%)

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



Los mercados emisores han mostrado un comportamiento positivo, a pesar de que el verano 2023 ya fue especialmente dinámico. Destacan los mercados tradicionales como Alemania (+4,2%) a pesar de su debilidad económica, UK (+2,3%) y Holanda (+9,0%) atraídos por los destinos de sol y playa, así como los mercados de larga distancia, que a partir de unos niveles más bajos reflejan fuerte dinamismo de EEUU (+13,5%), Latinoamérica (+5,1%) y, especialmente, China (+47,2%) y Japón (19,7%) atraídos por la oferta cultural

Mercados europeos tradicionales

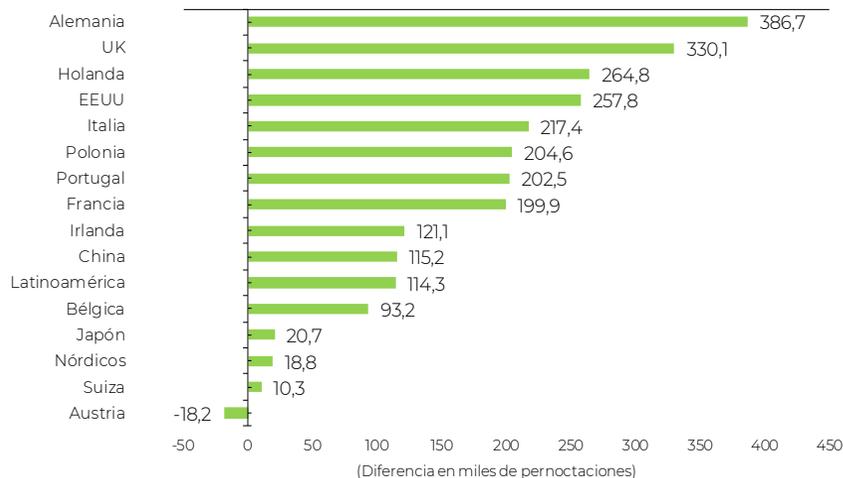
- Alemania** (+4,2% pernoctaciones hoteleras), **UK** (+2,3%) y **Holanda** (+9,0%) siguen demostrando una clara preferencia por España como destino, a pesar de la debilidad económica que atraviesan y la fuerte competencia de otros destinos mediterráneos.
- Polonia** (+13,6%), se beneficia de la recuperación de su economía y del notable incremento de la conectividad aérea, especialmente low-cost, con un aumento de las capacidades aéreas del +39,6% durante julio y agosto, según datos de AECFA.
- Los **países nórdicos**, aunque con un crecimiento moderado del +0,9%, muestran un comportamiento dispar: **Finlandia** (-4,0%) y **Noruega** (-5,6%) han registrado caídas, en contraste con **Suecia** (+7,7%) y **Dinamarca** (+1,1%). Sin embargo, ninguno de estos países ha logrado alcanzar los niveles prepandemia, situándose en conjunto un -23,9% por debajo de 2019, en parte debido a la menor capacidad aérea en comparación con los niveles previos a la pandemia.
- Austria**, por su parte, ha mostrado una ligera caída (-3,1%) en consonancia con la tendencia observada a principios de año. A pesar de ello, el país ha logrado superar sus cifras prepandemia en un +5,1%.

Mercados de larga distancia

- EE.UU.** (+13,5%) de ha visto impulsado por las excelentes conexiones aéreas y el tipo de cambio favorable dólar/euro, mientras los mercados de **Latinoamérica** han registrado un notable dinamismo (+5,1% pernoctaciones hoteleras), aunque dentro de una tendencia a la moderación a lo largo del año.
- China**, a pesar de la fragilidad de su economía, ha mostrado un fuerte crecimiento del +47,2% en pernoctaciones hoteleras, a partir de niveles muy reducidos. **Japón** también ha registrado un crecimiento significativo (+19,7%), pero sin alcanzar los niveles de 2019 (-41,9%), en parte debido a la falta de conectividad aérea directa, que se restablecerá a partir del 27 de octubre, y a la depreciación del yen frente al euro.

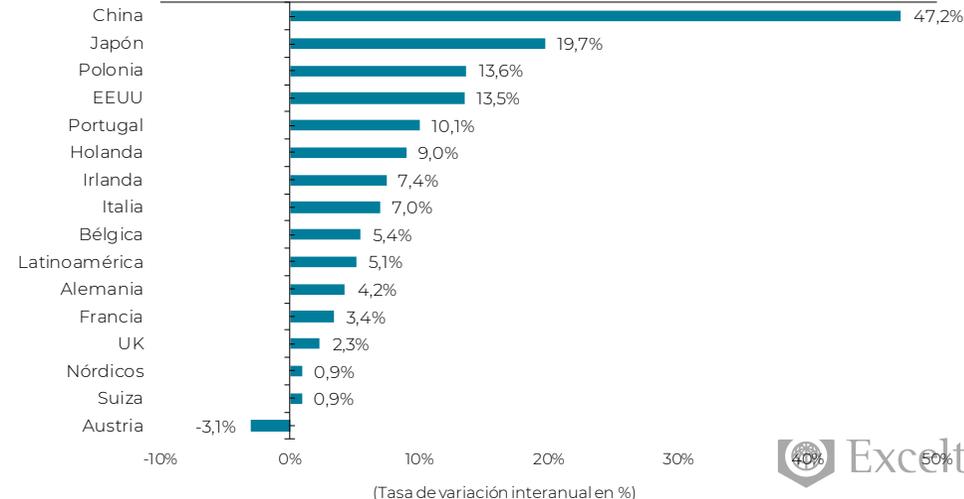
Variación en volumen de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen. Julio-Agosto 2024

Diferencia interanual en miles de pernoctaciones
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de EOH del INE



Variación en porcentaje de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen. Julio-Agosto 2024

Tasa de variación interanual (%)
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de EOH del INE



05 La demanda española estabiliza su comportamiento con cifras de volumen de viajes y noches a la oferta alojativa reglada ligeramente inferiores al que fue un gran verano de 2023 (-1,3% en noches en el total de la oferta alojativa reglada jul-ago vs 2023 y -2,5% en hoteles), con crecimientos más moderados en su gasto (+3,9% en consumo turístico en tarjetas) y notables aumentos en la movilidad terrestre (ferroviaria +23,5% y en autobuses +13,2%), con una aceleración en el mes de agosto, respecto a un julio de mayor debilidad

Demanda Española

La relevancia concedida por los españoles al disfrute de las vacaciones se ha reflejado en las cifras de su demanda turística, con un gasto en tarjetas en viajes un +3,9% por encima del verano de 2023. A pesar de este aumento en el gasto, los indicadores disponibles para julio y agosto reflejan volúmenes de consumo turístico en alojamientos reglados ligeramente por debajo de los niveles de 2023, dentro de una tendencia natural a la normalización y sin síntomas de debilidad (las pernoctaciones en estos alojamientos alojativos reglados caen un -1,3%, las noches en hoteles un -2,5%, mientras en el resto de la oferta crecen un +0,4%, por el aumento de la demanda de campings).

El verano ha vuelto a estar marcado por un notable aumento de la movilidad, con mayores volúmenes de viajes, especialmente impulsado por la mayor oferta y competencia entre los operadores ferroviarios (+23,5% suben los viajeros en tren) y en autobús (+13,2%) mientras se debilitan los viajes interiores en avión, por el notable aumento de los precios (+16,4% en promedio, según el IPC del INE).

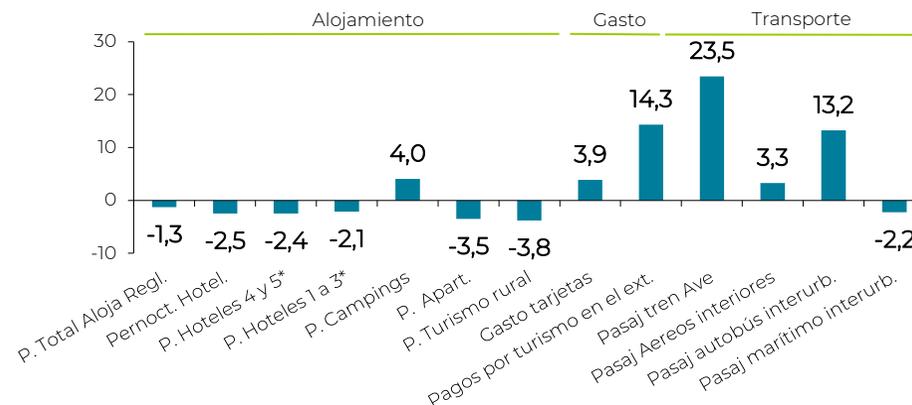
La tendencia continúa apuntando hacia un mayor dinamismo de los viajes al exterior, tal y como se venía observando desde 2023 y reflejan las estadísticas de gasto del Banco de España (+14,3% en julio, último dato disponible), en un contexto de menores precios en el transporte aéreo (-6,5% jul-ago vs 2023), de fuerte aumento del producto de cruceros y como resultado de la senda de la recuperación de la normalidad tras la pandemia.

La demanda española ha tenido un mejor comportamiento durante el verano en los destinos de interior, si bien partiendo de niveles de afluencia más bajos: Castilla-La Mancha (+6,6%), Extremadura (+6,1%), Aragón (+3,3%), Navarra (+2,9%), La Rioja (+0,9%) y la C. Madrid (+1,5%) y en menor medida los destinos de la costa norte occidental Asturias (+0,9%) y Galicia (+0,5%).

Indicadores de demanda NACIONAL en España. Julio-Agosto 2024

Tasa de variación interanual (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, BdE, CaixaBank y Transporte de Viajeros INE

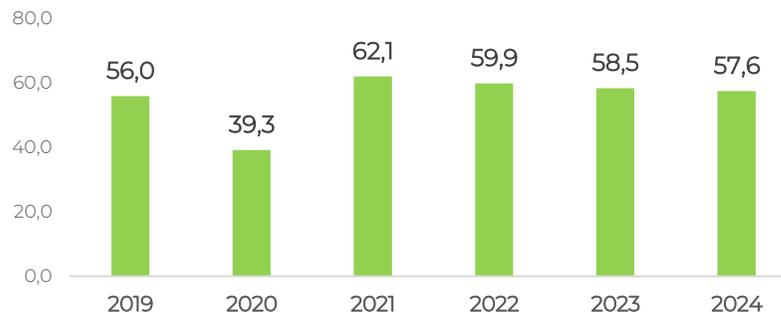


* Las estadísticas de transporte corresponden al mes de julio.

Pernoctaciones de NACIONALES en alojamiento reglado. Julio-Agosto de cada año

Millones de pernoctaciones

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, EOAC, EOAP, EOTR y EOAL del INE

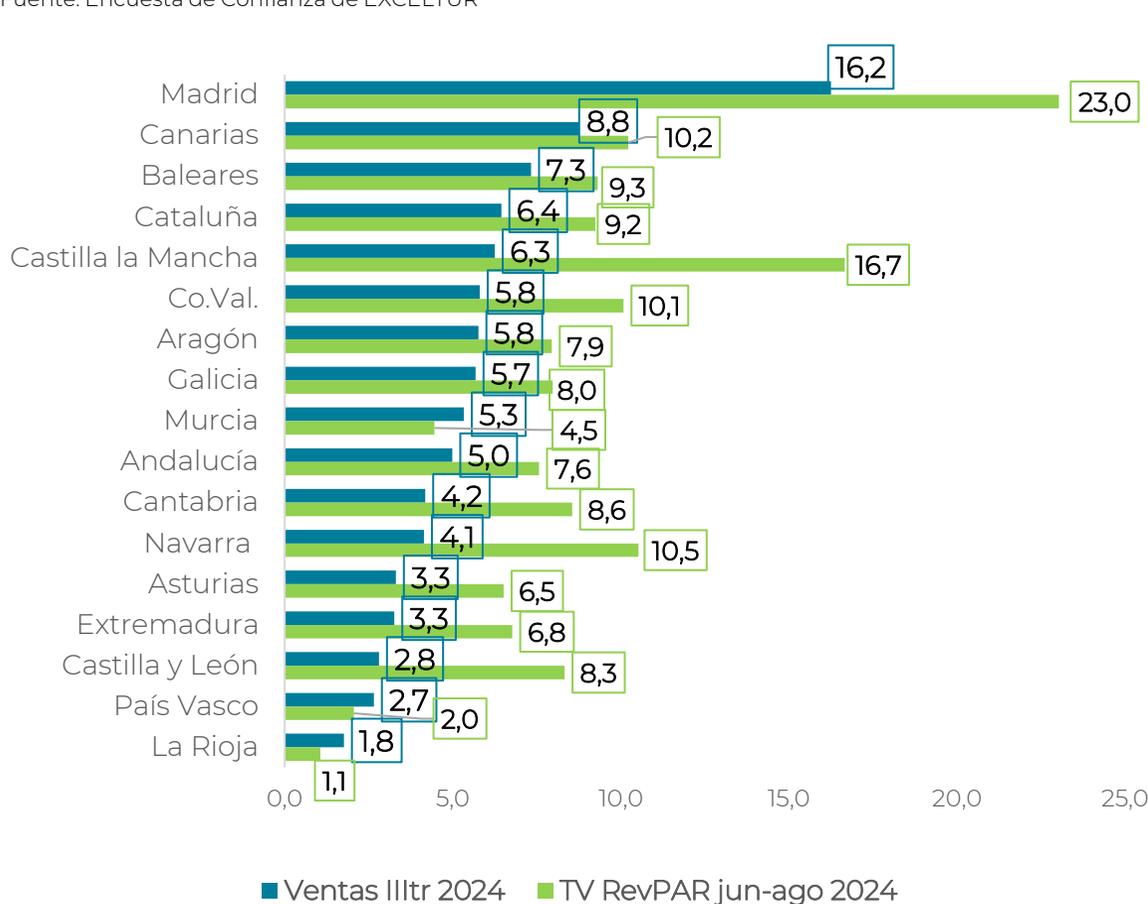


06 Madrid (+16,2% en ventas IIITr 24 vs IIITr 23) y su capacidad de arrastre sobre destinos de proximidad como Castilla-La Mancha (+6,3%), junto a los grandes destinos insulares (Canarias +8,8% y Baleares +7,3%, en un contexto de progresivo alargamiento de la temporada), y Cataluña (+6,4%, con un buen desempeño de Barcelona y la Costa Brava) y la Comunidad Valenciana (+5,8%) lideran los crecimientos en las ventas del tercer trimestre de 2024. En las comunidades del norte destaca Galicia (+5,7%), Cantabria (+4,2%) y en el interior Aragón (+5,8%) y Navarra (+4,1%)

Ventas de las empresas turísticas hoteleras y RevPAR por CC.AA

Variación interanual IIITr 2024 (en %) ventas y Revpar Jun-Ago

Fuente: Encuesta de Confianza de EXCELTUR



Notable mejora en las ventas turísticas durante el verano, que se extiende sobre prácticamente la totalidad de comunidades autónomas españolas.

Zonas turísticas de costa

Los **destinos de costa** cierran un verano en positivo con incrementos en ingresos más moderados, con **Ibiza encabezando los niveles de RevPAR con 200,9€**, gracias al aumento del +7,1% jun-ago 2024 vs 2023

ZONA	Jun-Ago 2024	Jun-Ago 2023	Dif interanual	TV interanual
Islas De Ibiza-Formentera	200,9	187,6	13,4	▲ 7,1%
Costa Guipúzcoa	175,2	174,9	0,4	▲ 0,2%
Costa de Barcelona	161,1	149,6	11,5	▲ 7,7%
Isla De Menorca	158,5	153,1	5,4	▲ 3,5%
Costa Del Sol	144,9	139,6	5,2	▲ 3,8%
Isla De Mallorca	143,0	126,5	16,6	▲ 13,1%
Costa De La Luz De Cádiz	137,2	124,5	12,8	▲ 10,3%
Promedio vacacional	126,3	117,2	9,1	▲ 7,8%
Costa De La Luz de Huelva	119,4	97,5	21,9	▲ 22,5%
Isla De Lanzarote	117,0	111,3	5,6	▲ 5,1%
Costa Blanca	116,1	104,2	11,9	▲ 11,4%
Isla De Tenerife	111,4	100,7	10,7	▲ 10,6%
Isla De Gran Canaria	106,4	91,8	14,7	▲ 16,0%
Costa Daurada	101,9	95,3	6,6	▲ 6,9%
Costa Brava	100,2	90,5	9,7	▲ 10,7%
Costa Tropical	99,8	82,8	17,0	▲ 20,5%
Costa Valencia	98,3	90,0	8,3	▲ 9,2%
Costa Bizkaia	95,8	91,5	4,2	▲ 4,6%
Costa Vizcaya	95,8	91,5	4,2	▲ 4,6%
Costa De Almería	93,3	87,7	5,6	▲ 6,4%
Isla De Fuerteventura	90,8	85,2	5,6	▲ 6,6%
Costa Azahar	88,0	78,2	9,8	▲ 12,5%
Costa Verde	69,5	67,5	2,0	▲ 3,0%
Costa Cálida	66,2	66,4	-0,1	▼ -0,2%
Isla De La Gomera	63,3	57,8	5,5	▲ 9,4%
Rías Baixas	56,7	53,1	3,6	▲ 6,7%
Rías Altas	55,2	54,6	0,6	▲ 1,1%
Costa A Mariña Lucense	54,8	46,8	8,0	▲ 17,2%
Costa Da Morte	52,4	49,5	3,0	▲ 6,0%

Principales destinos urbanos

Los ingresos turísticos de los **destinos urbanos** registran un mayor dinamismo impulsados por los mercados de larga distancia y encabezados por las principales ciudades vacacionales, **lideradas por San Sebastián con 186,5€ de RevPAR**, a pesar del ligero descenso del -2,2% jun-ago 2024 vs 2023

CIUDAD	Jun-Ago 2024	Jun-Ago 2023	Dif interanual	TV interanual
San Sebastián	186,5	190,7	-4,2	▼ -2,2%
Barcelona	166,4	154,0	12,4	▲ 8,1%
Palma de Mallorca	148,7	134,5	14,2	▲ 10,6%
Málaga	133,6	119,2	14,4	▲ 12,1%
Santander	130,9	112,4	18,6	▲ 16,5%
Alicante	122,2	107,0	15,2	▲ 14,2%
Bilbao	110,4	105,7	4,7	▲ 4,4%
Madrid	109,1	87,6	21,5	▲ 24,5%
Promedio urbano	108,4	98,6	9,8	▲ 9,9%
Valencia	106,6	102,8	3,8	▲ 3,7%
Almería	84,4	82,7	1,7	▲ 2,1%
Cijón	82,5	73,5	9,0	▲ 12,2%
Santiago de Compostela	77,7	73,1	4,5	▲ 6,2%
Sevilla	77,2	65,9	11,3	▲ 17,1%
Oviedo	71,6	63,7	7,9	▲ 12,4%
A Coruña	66,7	70,2	-3,5	▼ -5,0%
Vigo	63,7	63,6	0,1	▲ 0,1%
Toledo	58,7	53,2	5,5	▲ 10,3%
Las Palmas de Gran Canaria	58,4	51,0	7,4	▲ 14,5%
Burgos	57,9	52,4	5,5	▲ 10,5%
Granada	54,6	53,3	1,3	▲ 2,5%
Valladolid	46,7	47,1	-0,4	▼ -0,9%
Salamanca	45,1	42,8	2,3	▲ 5,3%
Córdoba	43,6	37,2	6,4	▲ 17,3%
Zaragoza	43,0	39,2	3,8	▲ 9,6%
Murcia	37,2	33,7	3,6	▲ 10,5%

Ingresos por habitación disponible (RevPAR) 3er trimestre 2024

Niveles 2024T3 y 2023T3, diferencias absolutas y tasas de variación interanual (%)

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

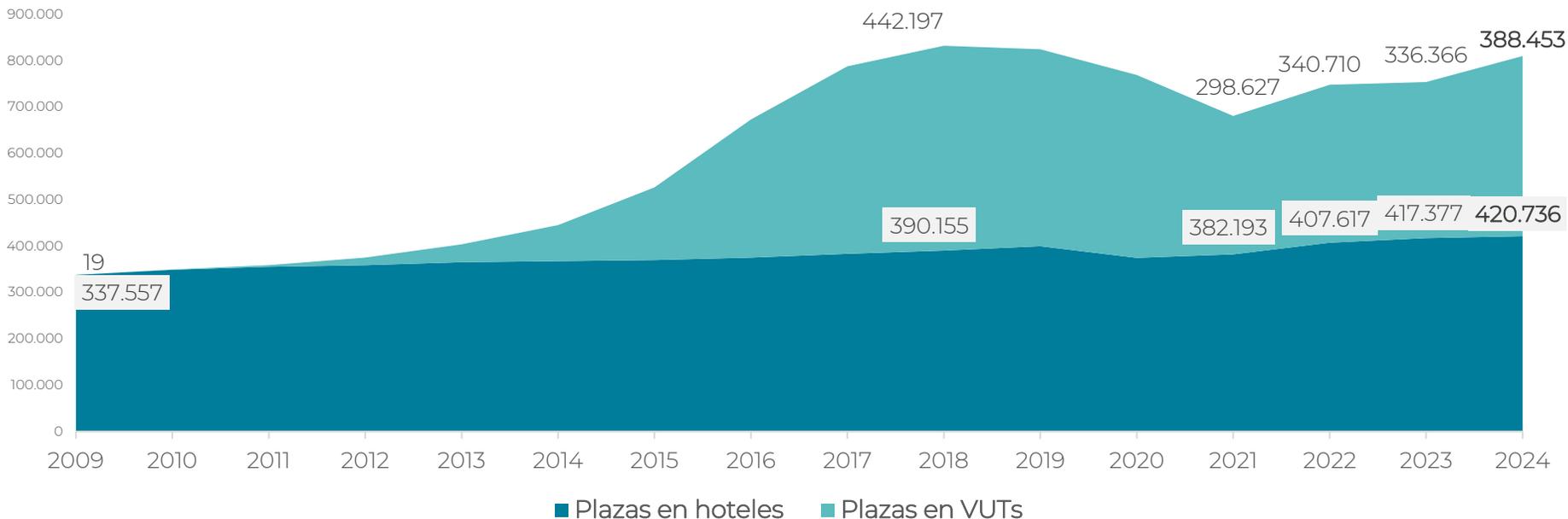
07 El nuevo aumento de la oferta de plazas en viviendas turísticas durante el verano ha marcado la realidad turística y social de muchos destinos españoles. El total de plazas existentes en las 25 principales ciudades españolas ha vuelto a crecer (en casi 50 mil más) respecto a las existentes en el verano de 2023 hasta registrar una cifra de 388 mil, pero sin alcanzar el máximo que presentaban en el año 2018, cuando una parte de las ciudades españolas más afectadas iniciaron sus procesos de regulación.

Con este aumento, el total de plazas en viviendas turísticas se vuelve a aproximar al número de plazas hoteleras (421 mil), que apenas ha variado en la última década, reflejando el fuerte aumento (del 92%) que han inducido las viviendas turísticas sobre la capacidad alojativa turística total de estos destinos, con el consecuente impacto sobre la accesibilidad a la vivienda y la convivencia vecinal, que están incidiendo en la creciente animadversión social contra el sector

Evolución de las plazas en viviendas de uso turístico (VUT) y en hoteles en las principales 25 ciudades españolas. Anual

Niveles de plazas por año

Fuente: Estimación realizada por EXCELTUR a partir de INE y AirDNA



* Los datos de plazas de 2024 son hasta agosto.

Plazas en viviendas de uso turístico y en hoteles en las 25 principales ciudades españolas. Trimestre junio-Agosto 2024

Niveles, diferencias absolutas interanuales y tasas de variación interanuales (%)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de AirDNA e INE

Ciudades	Plazas en viviendas de uso turístico			Plazas en hoteles		
	Volumen	Dif. Abs.	TV	Volumen	Dif. Abs.	TV
Total 25 ciudades	388.453	55.295	16,6%	420.736	6.791	1,6%
Madrid	84.713	16.845	24,8%	92.474	1.393	1,5%
Barcelona	60.840	4.796	8,6%	86.926	1.198	1,4%
Málaga	39.622	5.854	17,3%	14.122	468	3,4%
Valencia	37.497	7.927	26,8%	20.611	1.044	5,3%
Sevilla	33.051	5.377	19,4%	25.949	642	2,5%
Alicante	19.524	2.953	17,8%	9.173	175	1,9%
Granada	15.213	1.901	14,3%	14.375	157	1,1%
Córdoba	10.755	1.883	21,2%	6.929	-154	-2,2%
Las Palmas de Gran Canaria	10.533	909	9,4%	6.309	-176	-2,7%
Santander	7.898	1.054	15,4%	5.193	313	6,4%
Gijón	7.763	977	14,4%	4.727	-395	-7,7%
Palma de Mallorca	7.490	-729	-8,9%	50.329	477	1,0%
San Sebastián	6.680	-381	-5,4%	8.663	587	7,3%
Bilbao	5.544	295	5,6%	9.983	62	0,6%
Murcia	5.159	1.132	28,1%	4.706	-51	-1,1%
Zaragoza	4.889	1.318	36,9%	10.251	25	0,2%
Almería	4.591	916	24,9%	4.992	-88	-1,7%
A Coruña	4.350	630	16,9%	5.450	91	1,7%
Oviedo	4.237	889	26,6%	5.509	-113	-2,0%
Pamplona	3.601	-637	-15,0%	3.255	360	12,4%
Toledo	3.600	658	22,4%	4.591	128	2,9%
Santiago de Compostela	3.249	316	10,8%	8.017	-45	-0,6%
Ibiza**	3.215	-292	-8,3%	10.798	551	5,4%
León	2.855	330	13,1%	3.378	-114	-3,3%
Valladolid	1.583	375	31,0%	4.026	256	6,8%

* Los datos se refieren al número de plazas en VUTs. Las mismas han sido calculadas a partir de la publicación de listings de AirDNA y su estructura por cada tipología (casas completas, habitaciones privadas y habitaciones compartidas) para cada ciudad analizada, utilizando los datos del Instituto Nacional de Estadística de plazas por cada tipología para la conversión de listings a plazas. La obtención de las plazas trimestrales se ha realizado a partir de los promedios de los datos mensuales, siendo conscientes de que una parte de la oferta de VUTs entra y sale del mercado en función de la situación temporal de la demanda y las características del propietario.

** Los datos de plazas abiertas de hoteles en Ibiza son una estimación a partir de las plazas registradas.

Dinámica por ciudades del crecimiento de las viviendas de uso turístico y sus niveles comparados con la oferta hotelera

La realidad de las VUT y su incidencia sobre la capacidad de acogida turística de los destinos urbanos españoles depende de los esfuerzos normativos a nivel local y de los medios para poder hacerlos cumplir. Como resultado, se identifican una serie de realidades muy diversas:

Destinos que han conseguido ordenar y controlar razonablemente el crecimiento de las VUT y que en 2024 reflejan caídas en sus volúmenes de plazas o crecimientos moderados propios de la temporada alta, que les permite alcanzar un mayor equilibrio con el resto de tipologías alojativas regladas. Este es el caso de Palma de Mallorca (-8,9% IIITr 2024 vs 2023) e Ibiza (-8,3%), San Sebastián (-5,4%), Pamplona (-15,0%) y Barcelona (+8,6%).

Destinos que registran nuevos aumentos en la oferta de plazas turísticas en VUTs, alcanzando niveles equiparables o incluso muy superiores a la oferta alojativa de hoteles, pensiones y hostales y poniendo en tensión el necesario equilibrio entre turistas y residentes. En este grupo de destinos de fuerte aumento de plazas en VUT en 2024 y con altos niveles de presión turística resultado de la misma se sitúan: grandes destinos urbanos como Madrid (+24,8% IIIITr 2024 vs 2023, con 84,7 mil plazas en VUT y 92,4 mil hoteleras), Málaga (+17,8% en VUTs, donde las 39,6 mil plazas en VUT casi triplican las 14,1 mil hoteleras), Valencia (+26,8%, con 37,5 mil en VUT y 20,6 mil hoteleras), Sevilla (+19,4%, 33,1 mil en VUT y 25,9 mil hoteleras), Alicante (+17,8%, 19,5 mil en VUT y 9,1 mil hoteleras), Murcia (+28,1%, 5,2 mil en VUT y 4,7 mil hoteleras), además de destinos del norte como Santander (+15,4%, 7,9 mil en VUT y 5,2 mil hoteleras), Gijón (+14,4%, 7,8 mil en VUT y 4,7 mil hoteleras).



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Escenario de previsión
para IVTr de 2024 y cierre
de año

08 Anticipamos un IV trimestre de 2024 favorable para la actividad turística en línea con la senda de moderación observada en verano con ritmos de avance más normalizados. Los márgenes empresariales seguirán tensionados por la inflación acumulada, incrementos de costes salariales y todavía altos costes financieros. Se intensifica la incertidumbre geopolítica, sobre todo por la escalada del conflicto bélico en Oriente Medio con el nuevo foco en Líbano y la persistencia de la guerra de Ucrania

Principales factores que favorecerán la actividad turística en España en los próximos meses de 2024

Las previsiones de creación de empleo en los mercados tradicionales europeos y español, junto a las menores presiones inflacionistas, mejoras salariales y de renta disponible, debería seguir impulsando en los próximos meses unos mayores niveles de confianza y mayor gasto turístico. Las previsiones de creación de empleo en España y Europa se han revisado al alza. Las horas trabajadas en España previstas por el Banco de España crecerán un +1,8% 24 vs 23 (+1,1% en su previsión de jun23) y la tasa de paro prevista para la Eurozona en 2024 según Consensus será del 6,5% en sep24 (vs 6,6% en jun24). Mientras, los salarios en la zona euro se anticipan se sitúen por encima de la inflación (+4,3% 24 vs 23 frente al 2,4% de inflación prevista en zona euro).

Todo ello debería favorecer una mayor capacidad de consumo y ,dentro de la tendencia de mayor preferencia al gasto en viajes y ocio frente a otros bienes, un mayor gasto turístico.

Se mantienen los elevados niveles de conectividad de los destinos españoles con incremento en las conexiones aéreas para octubre-noviembre de 2024 (internacional +11,8% vs mismo periodo 23; nacional +6,5%) y de la oferta de trayectos en trenes de alta gama en el proceso de mayor competencia y consolidación de los nuevos operadores tras la liberalización del mercado ferroviario.

Contribución creciente de los mercados de largo radio cerca de su incorporación plena y una elevada fortaleza y fidelidad del mercado americano, con mayor número de frecuencias y conexiones punto a punto (+6,5% nov-oct24 vs nov-oct23 Estados Unidos, +16,5% América Central y del Sur). Todo ello con un tipo de cambio euro-dólar favorable (1,09 USD/EUR previsto en 2024, , nivel similar a 2023, 1,11 USD/EUR, para 2025 vs 1,05 en 2022).

Creciente atracción de turistas de mayor contribución en destino por la diversificación de mercados, reposicionamiento de productos y servicios turísticos, gracias a la apuesta e inversión privada y el esfuerzo en renovación de espacios urbanos en algunos destinos españoles.

Esperado buen desempeño del segmento MICE y turismo de negocio, con elevada presencia en los últimos meses del año apoyados en la conectividad, junto al impulso del vacacional internacional ante el creciente atractivo de la propuesta de eventos culturales y deportivos.

Principales factores que pueden ralentizar la actividad turística en España en los próximos meses de 2024

Ante la mayor actividad turística y generación de empleo previsto (el 40% de los empresarios turísticos descuenta generar más empleo en los tres últimos meses de 2024), puede se prolonguen las dificultades para incorporar trabajadores por la escasez de personal especializado, que pueden condicionar la prestación de servicios. Según el Banco de España, el 50% de las empresas del sector turístico estuvieron afectadas por la falta de mano de obra en el III Tr de 2024, el 40% en el resto de ramas de actividad de la economía española.

Riesgos e incertidumbre sobre el coste de los desplazamientos turísticos y los costes operativos de las compañías de transporte de pasajeros, vinculados a la cotización del petróleo que, aun manteniéndose por debajo de niveles de 2022, 82,6 dólares/barril en 2023 y 74,9 dólares/barril previsto para 2025, vs 103,7 en 2022, tiene nuevos riesgos asociados a la expansión y agravamiento de la guerra en Oriente Próximo.

Se mantiene la tensión sobre los márgenes empresariales de la acumulación de costes operacionales y financieros de las empresas turísticas con un escenario de todavía altos tipos de interés en el medio plazo (3,6 el Euribor a tres meses en 2024, 2,4 en 2025, frente al 0,3 de 2022, según el BdE) y el incremento de costes energéticos y de suministros acumulados, a pesar de la moderación descontada en el incremento de los precios energéticos, que no obstante puede verse revertida por la cronificación de la guerra en Ucrania y la reciente escalada en Oriente Próximo.

Reducido ritmo de crecimiento previsto en la zona euro (0,7% para 2024 y 1,3% para 2025), con débiles perspectivas para la economía alemana (0,0% en 2024 y 0,8% en 2025) , que, a pesar de la mejora prevista del empleo, puede debilitar los niveles de confianza y gasto turístico de los mercados emisores de la zona.

Impacto sobre la percepción de la ciudadanía y su capacidad de acogida de las externalidades vinculadas al crecimiento descontrolado de las viviendas de uso turístico, debido a las dificultades manifiestas para garantizar el cumplimiento de las regulaciones locales y autonómicas existentes y retraso en el desarrollo de un marco jurídico estatal que posibilite ese cumplimiento..

Preocupación por la sucesión de anuncios de medidas improvisadas de mayor imposición fiscal al sector y su impacto sobre el desempeño turístico.

09 Se extiende la temporada en algunos destinos vacacionales y prolonga el incremento de las ventas de las empresas turísticas españolas en el último trimestre de 2024, consolidando la senda de normalización en sus ritmos de crecimiento (+5,2% vs IVTr23), según un elevado consenso de los empresarios turísticos españoles

Los resultados de la encuesta de Exceltur, cerrada el 26 de septiembre de 2024, sugieren una gradual desestacionalización y extensión de la temporada con notable incremento de las ventas del conjunto la cadena de valor turística española en los tres últimos meses del año (+5,2% vs IVTr de 2023). La mayoría de los empresarios turísticos anticipan una consolidada senda de normalización en la intensidad de crecimiento de sus ventas. El racional de esa mejora de la facturación se espera siga vinculado más al reposicionamiento, mejora en la propuesta de valor de la oferta y mayores tarifas, y menos por un mayor volumen. En este marco, el 40% de los empresarios turísticos españoles planean aumentar sus niveles de empleo en los próximos meses, consolidando así su contribución socioeconómica.

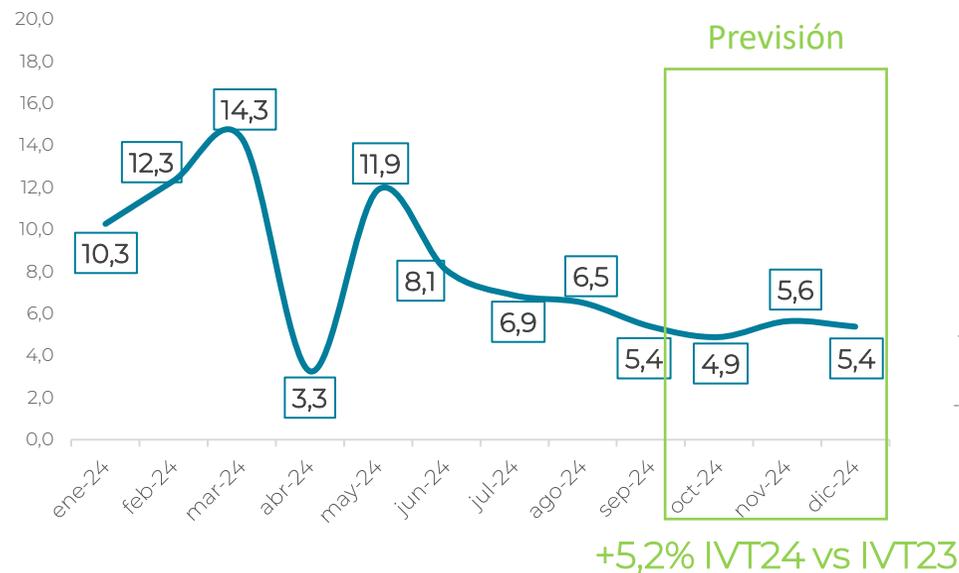
El favorable sentimiento empresarial está respaldado por la evidencia del desempeño y buenas expectativas para la demanda europea, nacional y de largo radio, americana principalmente. Además, la organización y desarrollo de agendas de grandes eventos de ocio en los principales destinos turísticos, junto con el impulso del segmento MICE y la reactivación de los viajes de negocio, junto al alargamiento de la temporada en algunos destinos del litoral mediterráneo, contribuyen positivamente también a estas expectativas para los meses de otoño e invierno. Los niveles de reservas recientes, tendencias de búsquedas e indicadores de intención de viaje, respaldan las positivas expectativas empresariales para los últimos meses de 2024.

Se espera que todos los sectores de la cadena de valor del turismo se beneficien del dinamismo anticipado de la demanda turística en la recta final del año, la mayoría de ellos en una tendencia hacia la normalización en la intensidad de su crecimiento.

Niveles de ventas Total Sector Turístico.

Variación interanual (%)

Fuente: Encuesta de Confianza de EXCELTUR

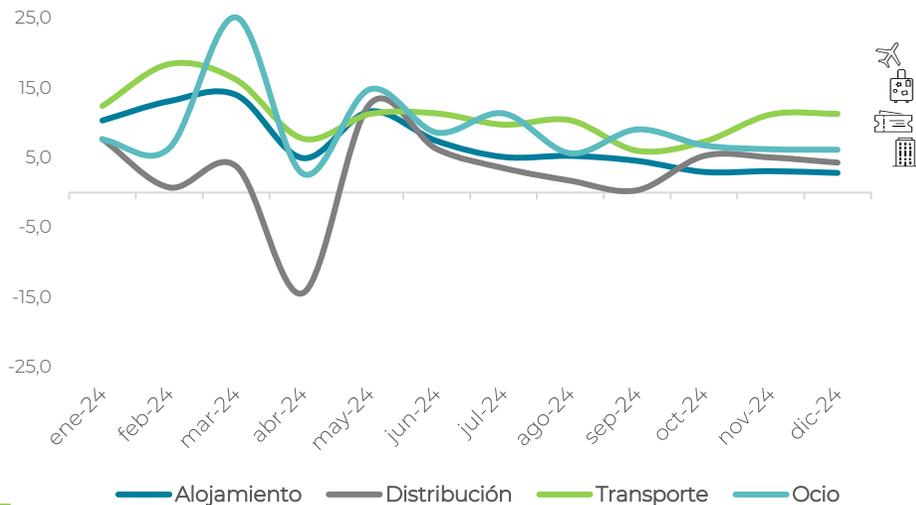


Ventas de las empresas turísticas españolas por grandes subsectores

Niveles de facturación. Detalle por subsectores

Variación vs mismo periodo del año anterior (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de EXCELTUR



10 Se descuenta de manera generalizada un positivo desempeño de las ventas en el cuarto trimestre de 2024 con intensidades dispares por subsectores, tipologías y niveles de diferenciación por valor añadido de empresas. Empresas de transporte de pasajeros (+9,9% IVTr24 vs IVTr23), prestadores de servicios de ocio (+6,4%), seguidos de las grandes agencias de viaje (+4,9%) al albur de poder consolidar las ventas de viajes de mayor margen asociado, son los que esperan un mayor dinamismo de sus ventas. Mientras, se percibe mayor moderación en el sector de alojamiento (+4,0%) frente a un IVTr de 2023 que tuvo un devenir excepcional en este subsector (+11,9% vs IVTr22)

Las previsiones de los empresarios turísticos españoles para el último trimestre de 2024 reflejan una vez más la heterogeneidad en las expectativas de desempeño entre empresas, subsectores y destinos, según su capacidad de aportar mejor valor final a los turistas. Como hemos venido señalando, las empresas y destinos con mejores desempeños y que lideran las previsiones y anticipan una senda de mejora a medio y largo plazo son aquellas que han invertido en la mejora de sus propuestas con apuestas focalizadas en el reposicionamiento y mejora continua de la satisfacción del cliente final, optimizando los procesos internos, de distribución y comercialización. Todo ello dentro de una orientación firme hacia la gradual transformación digital y sostenibilidad de los negocios., apostando por el desarrollo, retención y atracción de talento.

Empresas de transportes de pasajeros aéreos y de movilidad terrestre (+9,9% ventas IVTr24 vs IVTr23) y prestadores de servicios de ocio (+6,4% ventas IVTr24 vs IVTr23) se sitúan a la cabeza de las previsiones de mejora de ventas para el IVTr de 2024, de la mano de la aún elevada intención viajera en Europa y de largo radio hacia los destinos españoles, estos últimos con una mayor tendencia a la búsqueda de experiencias culturales en ciudades españolas, y la fortaleza prevista de la demanda nacional, especialmente de negocio, con elevado protagonismo en estos últimos tres meses del año. Todo lo anterior en un contexto de competencia y oferta creciente, con una firme apuesta de los operadores ferroviarios y grandes grupos aéreos por los destinos españoles, aunque muy supeditado al posible tensionamiento de los niveles de precio del petróleo, ante la escalada de la guerra en oriente medio (las previsiones anteriores al recrudescimiento del conflicto situaban en 82,6\$ el barril para 2024 y 74,9\$ para 2025, por debajo de los 83,7\$ de 2023 y más de 100\$ que alcanzó en 2022).

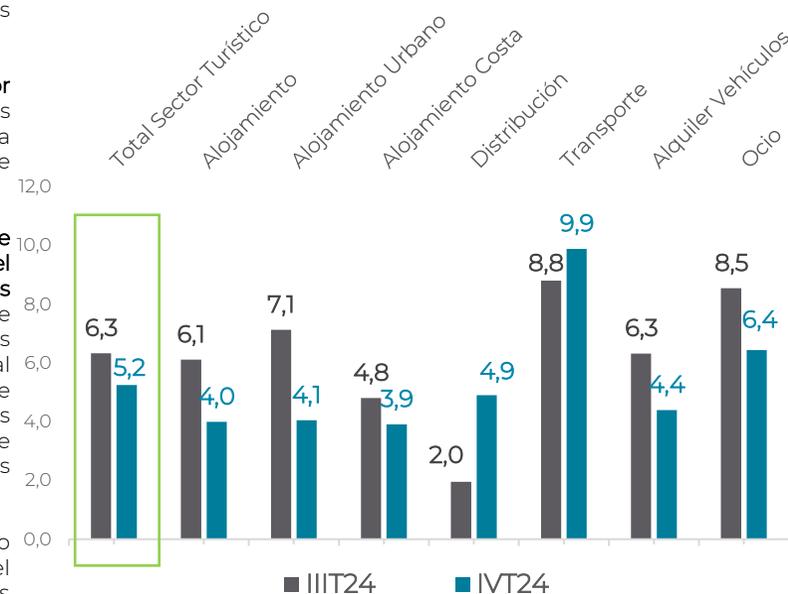
Las agencias de viajes tradicionales descuentan un cuarto trimestre de 2024 (+4,9% IVTr24 vs IVTr23) levemente mejor al desempeño constatado en el verano de 2024 (+2,0% IIITr24 vs IIITr23) sustentado por mayor nivel de ventas previstas en productos con mayores márgenes asociados, aunque mantienen un elevado grado de cautela por la tendencia a la creciente contratación de los clientes por canales directos y on-line y la geopolítica, que puede condicionar las ventas en destinos competidores que comienzan ahora su temporada alta, como Egipto.

Los empresarios hoteleros anticipan la consolidación de las ventas registradas en verano para el cuarto trimestre de 2024 en niveles de intensidad algo inferiores (+4,0% vs IVTr23). Con ello, acumularían mejoras a las registradas el cuarto trimestre de 2023 (+11,9% ventas IVTr24 vs IVTr23) que fue ya muy positivo para la demanda nacional y los mercados tradicionales europeos y largo radio americano. La fortaleza de turistas europeos y de largo radio, sobre todo en los destinos urbanos (+4,1%), favorecida por la apuesta de los operadores internacionales por los destinos españoles y la mayor conectividad, compensará el menor dinamismo previsto para el turismo nacional frente al turista internacional. Los viajes de ocio de los españoles se verán condicionados por un calendario menos favorable para la organización de escapadas en torno a grandes puentes en el cuarto trimestre de 2024 frente a los mismos meses de 2023. El cierre de la encuesta antes de la escalada del conflicto en oriente próximo puede que este condicionando una infraestimación entre los hoteleros de costa para el IV trimestre (+3,9%) por el impacto sobre los competidores del mediterráneo oriental, especialmente en Canarias.

En la misma línea, las empresas de alquiler de vehículos anticipan para el cuarto trimestre un desempeño algo inferior al del trimestre del verano (+4,4%), donde los resultados se mantendrán muy presionados por el tensionamiento en tarifas derivado a la intensa incorporación de vehículos nuevos, la caída del valor de los vehículos tras la inversión realizada en flota en los años posteriores a la pandemia y los costes crecientes de operación en la red de aeropuertos españoles.

Ventas constatadas y previstas de las empresas turísticas por subsectores

Niveles de facturación. Variación interanual (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de EXCELTUR



11 Madrid (+7,6% IVTr24 vs IVTr23) seguido de los principales destinos urbanos valencianos (+6,8%) y vascos (+5,4%), y en menor medida Barcelona (+4,7%) y ciudades andaluzas (+3,7%), a la cabeza de las expectativas para los últimos tres meses de 2024. Canarias (+5,9%), en el inicio de su temporada alta, y Baleares (+5,6%) y costa de la Comunidad Valenciana (+6,4%) gracias al alargamiento de la temporada siguen anticipando un desempeño vigoroso en sus ventas. Se observa mayor moderación en los destinos del litoral mediterráneo, de interior y de la España Verde condicionados por un calendario de festivales para la demanda nacional no tan favorable como el de 2023

La mayoría de los empresarios turísticos a lo largo de la geografía turística española anticipan una expectativa de cierta normalización en la senda de crecimiento en sus ventas para el IV trimestre de 2024, dando continuidad a los registros observados en el verano. La disparidad se mantiene entre destinos:

Madrid (+7,6%), seguido por los principales destinos turísticos urbanos valencianos (+6,8%) y vascos (+5,4%) y en menor medida Barcelona (+4,7%) y ciudades andaluzas (+3,7%) anticipan un cuarto de trimestre de 2024 con mejoras notables en sus ventas. Ello es explicado principalmente por el esperado buen comportamiento del segmento de negocio y MICE, junto a la demanda de ocio, con protagonismo del largo radio, ante el creciente atractivo y posicionamiento internacional de las propuestas turísticas de las principales ciudades españolas, mediante la valorización de sus espacios urbanos renovados y el impulso de agendas culturales, deportivas y grandes eventos internacionales como la Copa de América en Barcelona.

Los resultados de la Encuesta de EXCELTUR revelan positivas expectativas de desempeño en los tres últimos meses de 2024 en ambos archipiélagos, en ritmo más moderados y normalizados. Los empresarios canarios anticipaban a finales de septiembre una nueva y notable mejoría de sus ventas +5,9%, que puede verse mejorada por el posicionamiento de mayor seguridad de los destinos canarios frente a los competidores del mediterráneo oriental. En su conjunto el archipiélago canario se beneficiará de un 8,9% más de conexiones aéreas para el conjunto de la temporada de invierno 24/25 frente a la del año anterior. Baleares (+5,6% de ventas) descuenta un positivo cuarto trimestre de la mano de un previsto alargamiento de la temporada de verano en los meses de otoño (la conectividad aérea con el archipiélago en octubre se sitúa un 5,6% por encima de la de octubre de 2023). Bajo la misma lógica se encuentran los destinos de la costa valenciana, especialmente en la Costa Blanca, con un crecimiento de actividad previsto del +6,2%.

Por su parte, los destinos vacacionales del resto del litoral mediterráneo esperan una moderación en su desempeño turístico en los meses de temporada baja, con mayor presencia de demanda nacional de proximidad. Los empresarios turísticos del litoral andaluz esperan incrementos interanuales de sus ingresos del +4,0% para el IVTr24 vs IVTr23, un +1,2% en la costa catalana y +1,4% en Murcia.

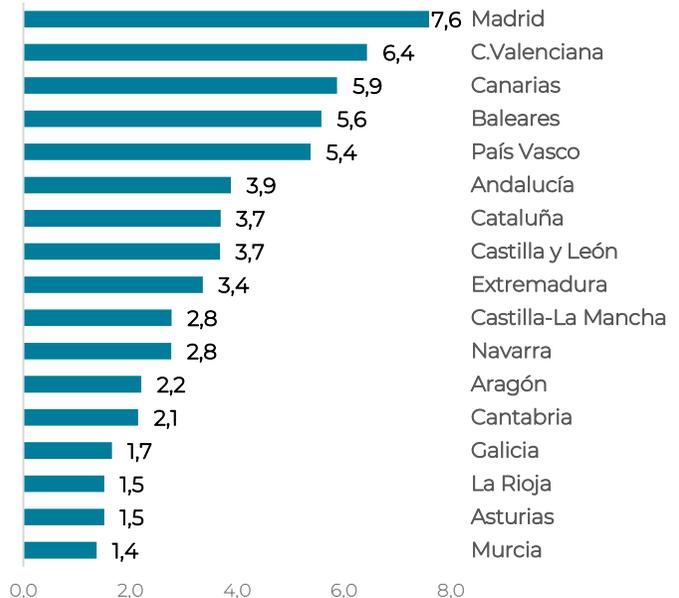
Los destinos de interior, Castilla y León (+3,7%), Extremadura (+3,4%), Castilla-La Mancha (+2,8%), Navarra (+2,8%) y Aragón (+2,2%) comparten expectativas también moderadas sobre el desempeño de los ingresos turísticos en los meses de otoño e invierno, fundamentalmente condicionados por el menor dinamismo previsto asociado al menor número de escapadas por puentes de los españoles vinculados al calendario laboral de 2024.

Por su parte, los empresarios turísticos de los destinos de la España Verde trasladan igualmente cautela y en media descuentan que sus ingresos en el cuarto trimestre de 2024 se sitúen levemente por encima de los obtenidos en el mismo período de 2023, cuándo se vieron muy favorecidos por la fortaleza de la demanda nacional. Así lo trasladan los profesionales en Cantabria (+2,1%), Galicia (+1,7%) y Asturias (+1,5%).

Niveles de facturación

Variación IVT 2024 vs IVT 2023 (en %)

Fuente: Elaborado a partir de la Encuesta de Confianza de EXCELTUR



12 Tras la constatación del dinamismo de la demanda turística en verano, mejor de lo previsto por el excepcional comportamiento de la demanda internacional, y las favorables expectativas empresariales para el último trimestre del año, revisamos al alza nuestra estimación del valor de la actividad turística para el conjunto de 2024 hasta los 207.929 millones de €, debido a un aumento de actividad del +6,3% vs 2023, 1,7 puntos superior a la estimación del +4,6% que manejábamos en julio

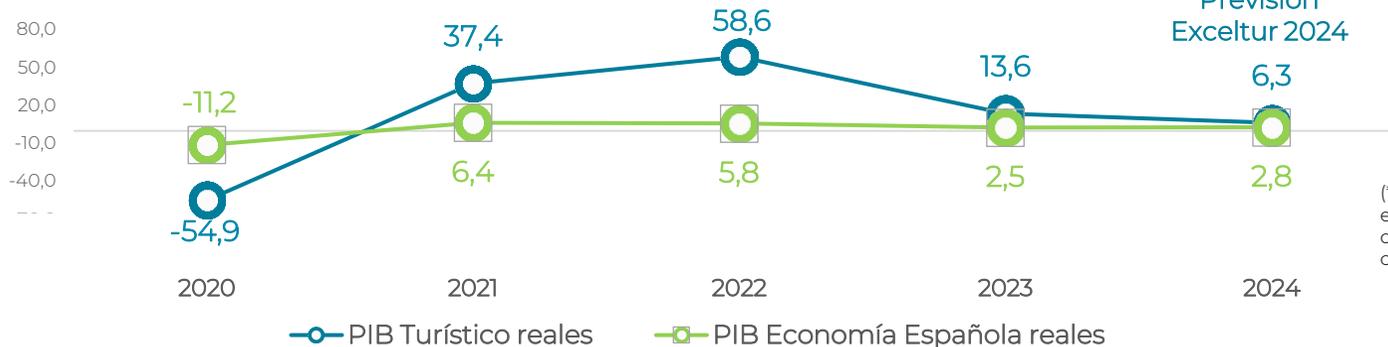
Esta estimación descuenta un dinamismo notable de la demanda en los últimos tres meses del año, en línea con el verano y de menor intensidad que el observado en la primera mitad del año, basada en los niveles de reservas e indicadores de intención de viajes que perciben. Ello sugiere que se mantendrá el impulso viajero de los principales mercados emisores manteniéndose una elevada prioridad en el gasto en viajes frente a otros componentes de consumo, aunque a ritmos más moderados.

Con estos condicionantes y la evidencia del positivo verano turístico de 2024, mejor de lo esperado en el mes de junio, revisamos al alza la estimación de PIB Turístico para 2024 hasta los 207.929 millones de euros nominales, un +6,3% vs 2023 en términos reales. Con ello, el turismo explicaría finalmente el 29,4% del crecimiento real previsto para la economía española en 2024.

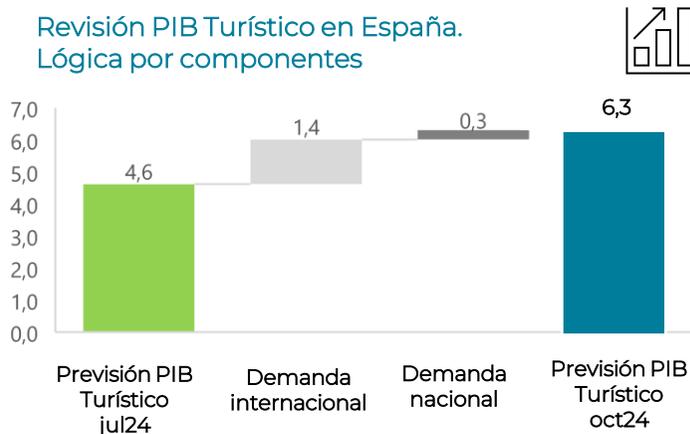
De confirmarse esta previsión, el turismo consolidaría la senda de recuperación iniciada en 2022 y posibilitaría que la contribución del turismo a la economía española superaría por segundo año consecutivo los niveles previos a la crisis sanitaria, con una aportación final al PIB español del 13,4%.

Normalización de la actividad turística (PIB Turístico en términos reales) en 2024

PIB Turístico anual precios corrientes (millones de euros)
Fuente: Exceltur (oct24), CSTE (INE), Banco de España (sep24)



Revisión PIB Turístico en España. Lógica por componentes



Contribución prevista del turismo a la recuperación de la economía española en 2024

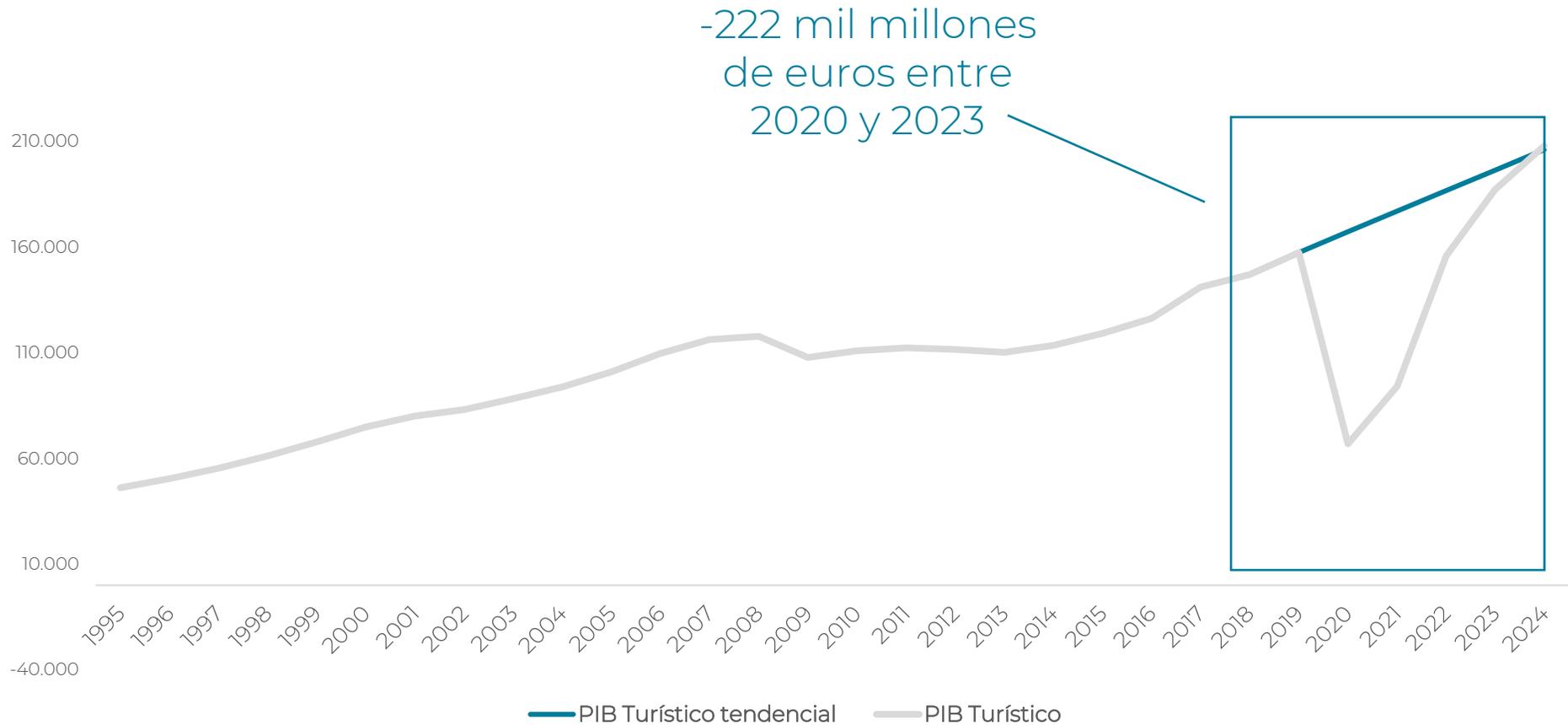
- 207.929 mlls € el valor del PIB turístico previsto en 2024 en España
- +6,3% respecto a los niveles de actividad turística real de 2023
- 13,4% (*) el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española, 0,8 pp por encima de los niveles prepandemia (12,6%)
- 20.598 mlls € la ganancia de actividad turística en 2024 respecto a 2023 (+6,3% eliminando el efecto de los precios).

(*) La comparativa se realiza sobre los niveles de actividad de la economía española de la anterior base estadística a la espera de que el PIB Turístico de la CSTE del INE revise al actual marco contable de la contabilidad nacional de septiembre de 2024

El dinamismo de la actividad turística en los dos últimos años en los destinos españoles ha posibilitado aproximarse en 2024 al incremento tendencial que hubiese logrado el turismo en España según la serie histórica si no hubiera sucedido la crisis sanitaria, que supuso dejar de ingresar 222 mil millones de euros entre 2020 y 2023

Evolución del PIB Turístico tras pandemia vs PIB Turístico tendencial

Fuente: EXCELTUR (oct24) a partir de CSTE (INE)





Nº 90

OCTUBRE 2024

VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL
DEL VERANO (IIITr) DE 2024 Y
PERSPECTIVAS PARA EL IVTr Y CIERRE
DE 2024