

Valoración turística empresarial del verano de 2023 y expectativas para el cuarto trimestre y el cierre del año 2023

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 10 de octubre de 2023

Valoración turística empresarial del trimestre de verano (julio-septiembre, 2023)

- **El verano de 2023 acelera la positiva evolución de la actividad turística en España hasta un +17,3% en términos de PIB nominal desde el +16,7% con el que cerró el segundo trimestre**, en gran medida debido al contexto inflacionista (eliminando el aumento de los precios el PIB turístico apenas se eleva el +2,4% vs 2019) y al mantenimiento de la fortaleza de la demanda, que cierra con un gran septiembre, que se espera se mantenga a lo largo del otoño.
- Desigual traslación de la actividad turística a las empresas de la cadena de valor, dentro de un contexto de **creciente preocupación por el mantenimiento de los márgenes empresariales ante la persistencia del aumento de los costes**.
 - Las ventas de las empresas turísticas españolas se sitúan en este verano de 2023 un +14,6% por encima de 2019, con un **comportamiento diferente por subsectores, tamaños y posicionamientos de mercado**. Los hoteles (+17,8% en ventas julio-septiembre 2023 vs 2019), sin grandes diferencias en su evolución entre vacacionales (+17,7%) y urbanos (+18,1%) y las empresas e instituciones de ocio (+15,9%) cierran el verano con aumentos notables en sus ventas respecto a 2019. Agencias de viajes (+9,0%), compañías de transporte (+10,3), influidas por la mayor competencia en la alta velocidad ferroviaria y el menor dinamismo del alquiler de coches (+5,3%, por los menores precios debido al acceso y comercialización de una mayor flota de vehículos) cierran con crecimientos en ventas sobre 2019 más moderados.
 - Con la nueva subida del verano, **los costes salariales se sitúan un +19,8% por encima de los de 2021, de carburantes un +38,0%, electricidad y gas un +26,3%, suministros un +27,0% y financieros un +10,8%, muy por encima de la subida media del +18,0% en los precios finales**, según la rúbrica de turismo del IPC, elaborada por el INE.
 - Las empresas turísticas mejoran resultados por mayor volumen de operaciones y aumento de precios, sin que **todavía en todos los subsectores de su cadena de valor los mejores resultados obtenidos desde 2022 puedan compensar lo perdido durante la pandemia**. Las empresas de hostelería se sitúan un 22,1% por debajo de los resultados que deberían haber generado si se hubiera mantenido el resultado operativo medio del periodo 2015-2019, las agencias de viajes un 25,4% inferior y el transporte aéreo un 9,2% menos, mientras que la empresa media del conjunto de sectores de la economía española está un 26,2% por encima.
- **Las empresas turísticas mantienen su compromiso con la creación de un mayor y un mejor empleo**, cerrando septiembre con 134 mil afiliados a la Seguridad Social más que en 2019 (+7,8%) y 102 mil más que en 2022, promoviendo una contratación más estable (se firman 142 contratos fijos con 71 mil a tiempo completo y 40 mil menos temporales) y liderando los crecimientos salariales (+3,9% en convenios de 2023 vs 2022 y +9,8% vs 2019). El 47,1% de las empresas aumentan empleo este verano.
- **La demanda extranjera intensifica su crecimiento en verano, principalmente en términos de gasto (+15,9% jul-ago vs 2019, +13,6% en ventas de las empresas jul-sep vs 2019)**, por un mayor gasto diario en destino (+16,9%) respondiendo al aumento de los precios, mientras los volúmenes se mantienen en niveles de 2019: turistas (+1,1%) y pernoctaciones (-0,8%), en un contexto de fuerte competencia de los destinos europeos y del Mediterráneo oriental (Grecia, Marruecos, Turquía y Portugal).
- **La demanda española registra de nuevo un gran verano (las ventas de las empresas se sitúan un +15,7% por encima de 2019, dentro de una ligera tendencia a la desaceleración)**, tanto en el consumo de los productos alojativos de mayor categoría (+2,4% en pernoctaciones junto a +24% en precios en hoteles 4 y 5* jul-ago 2023 vs 2019), como en los productos de menor precio (campings +10% en pernoctaciones, apartamentos +7,1%, turismo rural +4,2% y alquiler de viviendas), impulsado por el aumento de la capacidad de alta velocidad ferroviaria (+45,4% pasajeros) y aérea (+6,6%).
- **La bonanza turística del verano de 2023 se extiende por el conjunto de destinos turísticos españoles**, que registran niveles de ingresos por encima del 10% respecto a los alcanzados en 2019, salvo en Murcia. **El balance es especialmente positivo en las comunidades del norte menos expuestas a las olas de calor (País Vasco +27,4%, Galicia +27,0%, Asturias (+26,1%) y Cantabria +15,6%), en los destinos insulares (Baleares +22,8% y Canarias +19,4%)** gracias a la mayor fortaleza de la

demanda extranjera, y los de la Costa Mediterránea (la Co. Valenciana +16,8%, Andalucía +16,0% y Cataluña +15,5%), dentro de un gran septiembre y un alargamiento de la temporada.

- Los destinos de mejor producto, de mayor inversión pública en la mejora de sus entornos y espacios urbanos son los que mayores ingresos turísticos registran, a la vez de los que más crecen en 2023 vs 2019. Ibiza y Formentera lideran los niveles de ingresos por habitación entre los destinos vacacionales de la costa con un aumento del 47,5% respecto a 2019, seguido por la Costa de Gipuzkoa gracias al tirón de San Sebastián que lidera con 191,0€ las ciudades españolas, Menorca (151,7€ y +35,3%) la Costa de Barcelona (148,4€ y +15,6%), la Costa del Sol (139,2€ y +28,9%), Mallorca (127,3€ y +25,2%), la Costa de Cádiz (124,9€ y +15,4%) y Lanzarote (110,0€ y +30,2%).

Expectativas empresariales para el IV trimestre y el conjunto de 2023

- ✓ Las expectativas de los empresarios turísticos españoles revelan que la actividad turística intensificará su dinamismo en los últimos meses de 2023 (+15,8% vs IVtr de 2019, por el +14,6% del IIItr), consolidando una senda recuperación de menos a más a lo largo del año. Las empresas de transporte de pasajeros (+18,1% vs IVtr de 2019), hoteles (+17,0%) y equipamientos de ocio (+16,4%) son los que revelan unas mayores perspectivas de mejora de sus ventas para el último trimestre de 2023, mientras las empresas de alquiler de vehículos (+8,5%) y grandes grupos de agencias de viajes (+9,7%) esperan acelerar su senda de recuperación respecto al trimestre de verano.
- ✓ Canarias (+26,3%), Baleares (+23,7%), litoral andaluz (+15,9%) y valenciano (+17,6%), junto a principales destinos urbanos, Madrid (+19,7%), Barcelona (+17,1%) y ciudades valencianas (+27,6%) y andaluzas (+13,2%), lideran el dinamismo previsto de sus ventas para el cuarto trimestre de 2023. Las perspectivas empresariales de los destinos de la España Verde siguen en media en un tono positivo tras la positiva primavera y verano turístico: Galicia (+16,8%), Asturias (+12,0%), País Vasco (+10,1%) y Cantabria (+6,3%). Por su parte, los destinos de interior; Castilla La Mancha (+14,4%), Navarra (+10,9%), Aragón (+10,4%), La Rioja (+7,9%), Extremadura, (+6,8%) y Castilla y León (+4,3%) anticipan un favorable comportamiento de sus ventas para los últimos meses de 2023 aunque se muestran en media más cautelosos por la mayor presencia de la demanda nacional, sobre la que se espera un buen devenir, pero de menor dinamismo que en la primavera y verano turístico.
- ✓ Bajo estos condicionantes y tras el positivo devenir del verano turístico, mejor de lo previsto, revisamos de nuevo al alza nuestra estimación de PIB turístico nominal para el conjunto de 2023 hasta los 183.078 millones de €, un +16,3% sobre los niveles en precios nominales de 2019 (+13,6% en el escenario de julio). Con este resultado previsto, el turismo contribuirá decisivamente al desempeño de la economía española en 2023, explicando el 21,8% de su crecimiento en términos corrientes, 42,6% sí eliminamos el efecto de los precios sobre el valor del PIB Turístico y el de la economía española.

Nuevos desafíos más inmediatos y reflexiones a futuro del sector

Este esperanzador escenario, no oculta los importantes retos estructurales que el turismo tiene aún por delante para reforzar su posición competitiva diferencial, de cara a poder brindar a futuro, nuevos ciclos de prosperidad mas sostenibles y deseables por nuestros conciudadanos. Es por ello por lo que desde el sector turístico abogamos por:

1. La más pronta formación posible, de un nuevo gobierno que dote de la estabilidad y prioridad que precisa el país y los nuevos desafíos que el turismo requiere, para seguir asegurando nuestra decisiva capacidad contributiva al crecimiento de la economía española. En este sentido, **nos reiteramos en la validez de las sugerencias de Política Turística para la próxima legislatura, que hicimos publicas en nuestra anterior rueda de prensa preelectoral del 13 de julio 2023.**
2. En el actual periodo transitorio hasta la formación de un nuevo gobierno:
 - a) Seguir priorizando por parte del Ministerio, durante la actual Presidencia Europea de la UE, las negociaciones actuales en Bruselas para que el turismo cobre la mayor relevancia en las políticas europeas. En particular, en lo que se refiere a la nueva Directiva que intenta regular con mayor rigor y precisión el alquiler de viviendas turísticas de corta duración (VUT), **seguir ejerciendo la mayor influencia y procurar los mayores consensos en los últimos trámites ante el parlamento y Consejo por los que actualmente atraviesa (trilogos) , para que se exijan los mayores controles "ex ante" y niveles de corresponsabilidad posible de las plataformas, que puedan asegurar el cumplimiento de la legalidad vigente.** Ello evitaría los crecimientos exponenciales irregulares de VUT que tantas externalidades negativas están generando en múltiples sociedades locales de toda la UE, y muy en particular de la España urbana y vacacional.

- b) **Asegurar la mejor distribución y rápida asignación a proyectos empresariales que generen los mayores efectos transformadores posibles**, las dotaciones previstas para turismo en los nuevos fondos NEX GEN a crédito de la UE.

3. Nuevo proyecto de EXCELTUR: “EL TURISMO QUE TODOS QUEREMOS”:

A pesar de los buenos resultados y expectativas hasta fin de año, este verano traduce un punto de inflexión, que recrudescen y evidencia de nuevo, los cuestionamientos y discrepancias en la opinión pública sobre las bondades de ciertos modelos turísticos existentes, ante sus externalidades percibidas, versus los socialmente deseables, en diversos lugares de España.

Ello conlleva como nuevos desafíos empresariales prioritarios y cada día más ineludibles, la necesidad de contemplar y asumir gradualmente unos nuevos paradigmas que permitan avanzar y mejorar las hojas de ruta del sector turístico español, hacia un turismo inclusivo, sostenible, regenerativo y más respetuoso con los valores identitarios culturales, paisajísticos y medioambientales a nivel local. Un turismo que a su vez induzca el mejor empleo, e irradie los mayores niveles de bienestar y calidad de vida ciudadana percibida por los residentes en los distintos destinos españoles, urbanos y vacacionales.

Unos desafíos que pasan, por poner más el foco en ilusionar al residente para atraer al visitante más deseable, procurando mediante nuevos marcos de diálogo, que los vecinos sean pieza clave en la creación de un valor turístico diferencial en sus destinos. Todo ello bajo una gobernanza público-privada más comprometida entre todos los actores de la cadena de valor. En síntesis, atisbar un nuevo horizonte de futuro donde se mejore la gestión, ordenación y valoración de la oferta turística y sus flujos, para evitar excesos puntuales de demanda, el “Sobreturismo” y por ende, sortear los conatos de “turismo fobia”.

Es de reseñar que, en el ejercicio de la actividad turística, coinciden en el mismo espacio la producción y el consumo. De ahí que en países/destinos turísticos líderes y exitosos como España, que están entrando en una 4ª revolución industrial del sector, **atravesamos una nueva etapa donde debemos redefinir y afrontar las actividades turísticas que creen el mayor valor para la sociedad como un todo. Un turismo con alma que abrace al turista, sin dificultar la convivencia vecinal.** Un turismo que respete el derecho de los ciudadanos a conseguir las mejores condiciones de habitabilidad y vivienda digna en sus barrios, por turísticos que sean, y que, junto a procurar lograr, las mayores cotas de bienestar social posibles favorezcan en paralelo su mejor capacidad de acogida al turismo y al turista. **Un turismo que evite al residente sentirse un figurante.**

En resumen, **iniciar un viaje gradual, colectivo y sin retorno, hacia un turismo más integrador y dónde crecer todos juntos.** Un turismo que evite la expulsión y vaciado de residentes de los entornos turísticos –*gentrificación*– quitándoles su alma, bien por la banalización o privatización de espacios públicos, o por estar en venta o alquiler a precios inasequibles mucha vivienda como segunda residencia de uso parcial, con lo que el éxito turístico reduce la viabilidad ciudadana de esos entornos

Desde todas esas ópticas, con el ánimo de contribuir a promover este proceso de reflexión y evolución del (los) modelo(s) turístico(s) español(es) hacia nuevos paradigmas de gestión socialmente más sostenibles y con la vista puesta en lograr un mayor reconocimiento ciudadano que eleve la imagen y reputación del conjunto del sector, **los máximos responsables de las empresas turísticas líderes de los múltiples subsectores, afiliadas a EXCELTUR han decidido dar un paso al frente.**

- a) **Un paso para arrancar un nuevo proyecto país que permita impulsar de manera conjunta y entre todos, el turismo que aporte mayor bienestar social.**
- b) **Un proyecto que busca recuperar la empatía y los vínculos más estrechos que antaño eran habituales entre el sector turístico y las sociedades locales.** Un proyecto que partiendo de todo lo que el turismo ya le aporta a España en diversos ámbitos, avance un paso más en mejorar la forma de presentarse y ser percibido por la sociedad *-su relato como sector-*
- c) **Una filosofía y un relato, en el que, si bien muchas empresas ya llevan trabajando individualmente en diversas iniciativas desde hace años, hacía falta una puesta en común que permita aunar la visión de todos los actores públicos y privados – sin exclusión alguna – de entre la extensa cadena de valor subsectorial y territorial, con la de los residentes.**
- d) Un proyecto actualmente en gestación, en el que contamos con poder involucrar como partners a múltiples entidades públicas y privadas del sector y que **presentaremos oficialmente la víspera de FITUR 2024, en el XII Foro de Liderazgo Turístico de EXCELTUR.** Foro que llevará un título muy ilustrativo de los objetivos de fondo que desde EXCELTUR aspiramos a impulsar con este proyecto: **“PROPÓSITO Y COMPROMISO: HACIA EL TURISMO QUE TODOS QUEREMOS”.**