Turisme

Informe Sectorial

1r semestre 2022

Recuperació més enllà de la nova onada

Situació i perspectives: un any incert però prometedor

L'oferta turística serà sostenible o no serà

La importància de reactivar la digitalització del sector turístic

CaixaBank Research

INFORME SECTORIAL
Turisme Primer Semestre 2022

L'*Informe Sectorial* és una publicació elaborada per CaixaBank Research

CaixaBank Research
Enric Fernández Economista en cap
José Ramón Díez Director d'Economies i Mercats Internacionals
Oriol Aspachs Director d'Economia Espanyola
Sandra Jódar Directora de Planificació Estratègica
Javier Ibáñez de Aldecoa Coordinador de l'*Informe Sectorial de Turisme*
Data de tancament d'aquesta edició: 20 de desembre de 2021

Sumari 2022

02 **UN ANY INCERT PERÒ PROMETEDOR**
Ens mantenim optimistes i esperem que millorin les xifres del 2021, malgrat l'elevada incertesa que es manté avui dia.

13 **EL SECTOR TURÍSTIC SERÀ SOSTENIBLE O NO SERÀ**
Què entenem per sostenibilitat a la indústria turística, com es pot mesurar, en quin punt es troba a Espanya i cap a on es dirigeix.

19 **REACTIVAR LA DIGITALITZACIÓ DEL SECTOR**
El recorregut en transformació digital és ampli a la indústria turística espanyola, en especial si la comparem amb altres indústries turístiques europees.

«Invertir en viatjar és invertir en un mateix.»
MATTHEW KARSTEN

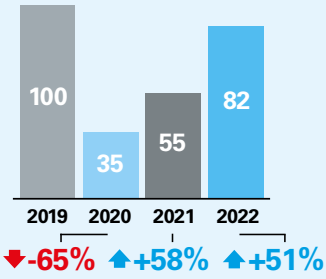
Turisme

PREVISIONS DE CAIXABANK RESEARCH PER A LA INDÚSTRIA TURÍSTICA ESPANYOLA

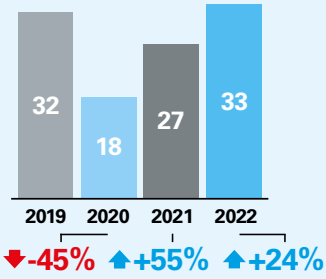
CAP A LA CONSOLIDACIÓ DE LES BONES XIFRES

El sector turístic continuarà creixent i assolirà xifres molt positives en el conjunt de l'any 2022, un cop se superin les dificultats que ha generat la irrupció de la variant òmicron.

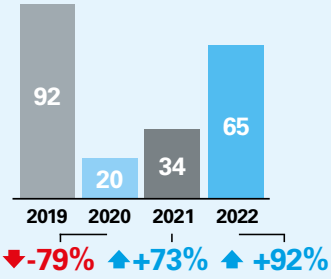
PIB TURÍSTIC
Índex (100 = 2019)



DESPESA DE TURISTES DOMÈSTICS
Milers de milions d'euros



DESPESA DE TURISTES INTERNACIONALS
Milers de milions d'euros



SOSTENIBILITAT AL SECTOR TURÍSTIC

La sostenibilitat adquireix un doble vessant en el cas del sector turístic: està afectada de forma directa per les conseqüències del canvi climàtic i la seva activitat també és generadora de contaminació i de pressió sobre els recursos naturals d'una destinació

	Mediambiental	Econòmic	Sociocultural
OBJECTIUS	Donar un ús òptim als recursos naturals i mediambientals i preservar la diversitat biològica	Impacte de l'activitat turística sobre l'economia de la localitat receptora de turisme	Conservar i enfortir els actius culturals i arquitectònics i els valors tradicionals de la destinació turística
INDICADORS	L'evolució de les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle (GEH)	El nombre mitjà de pernoctacions al mes i la despesa per turista	Nombre de pernoctacions en proporció de la població resident

DIGITALITZACIÓ

Encara hi ha marge de millora a la indústria turística, comparada amb altres sectors

Índex CaixaBank de Digitalització Sectorial

SECTOR TIC		67
SECTOR TURÍSTIC	Comerç	48
	Allotjament	46
	Transport	42
AGROALIMENTARI		38

La digitalització del sector turístic millorarà la competitivitat i la productivitat a llarg termini

- ACCÉS A UN MERCAT MÉS AMPLI
- MÉS EFICIÈNCIA DE LA XARXA DE PROVEÏDORS
- CAPACITAT DE PERSONALITZAR ELS SERVEIS
- MÉS CONEIXEMENT DEL MERCAT
- MÉS PRODUCTIVITAT DE L'OCUPACIÓ

Resum executiu

Recuperació més enllà de la nova onada

Després de l'intens procés de recuperació que va experimentar el sector turístic l'estiu passat, els indicadors d'activitat turística publicats fins al mes de desembre no mostraven senyals d'esgotament. La demanda, l'oferta i els preus mantenien el bon to mostrat a l'estiu i, fins i tot, van continuar millorant en el seu camí per tancar la bretxa amb el nivell pre-COVID. No obstant això, aquesta bona tendència ha d'afrontar de nou una nova onada de contagis.

L'escenari actual ha passat a estar marcat per una enorme incertesa. La irrupció de la variant òmicron, el repunt de la pressió hospitalària i, arran d'això, el retorn d'algunes restriccions a la mobilitat i al comerç fan pensar que l'inici de l'any serà complex. Malgrat tot, estimem que, en aquesta ocasió, el xoc serà menys intens i menys durador que en onades prevacuna, gràcies al fet que comptem amb solucions que no teníem un any enrere: la gran proporció de població vacunada, la gran capacitat de testatge i la campanya de vacunació de la tercera dosi. Així, en els propers mesos, preveiem una estabilització de la pandèmia, que hauria de permetre recuperar el nivell de mobilitat domèstica i la senda de millora de la mobilitat internacional previs a l'onada de la COVID-19.

El nostre escenari de previsions de cara al 2022 es manté relativament positiu. Esperem que la situació de la pandèmia registri una millora clara, que permetrà recuperar el nivell de mobilitat domèstica i internacional i reinstaurar les tendències de millora anteriors a l'onada de la COVID-19. **Amb tot això, les nostres previsions per a l'exercici 2022 són que el PIB turístic se situarà en un nivell del 82% en relació amb el del 2019 –un registre similar al del 2016– i apuntarà a un creixement del 51% anual.**

A més a més, considerem que, enguany, el paper dels fons Next Generation EU (NGEU) també serà important, perquè ajudaran a augmentar el creixement i a apuntalar el potencial de creixement del sector a llarg termini, ja que serviran per sufragar inversions en digitalització, en sostenibilitat i en millora d'infraestructures que, en l'actualitat, són difícilment assumibles per una indústria turística molt danyada. En aquest informe, **analitzem amb detall la situació de la sostenibilitat i de la digitalització del sector turístic, per entendre el potencial de creixement que pot oferir una millora en les dues dimensions i, per tant, l'impacte que poden tenir els NGEU sobre el sector.**

En conclusió, **la nova onada de COVID-19 ha comportat que l'inici de l'any sigui més complex i també ha intensificat els riscos a mitjà termini. Malgrat tot, el conjunt del 2022 es continua presentant com un any prometedor**, amb una previsió de creixement encara elevada, que ajudarà a apujar la mitjana del sector a nivells d'activitat rendibles, i amb una gran oportunitat en els NGEU per apuntalar la competitivitat a més llarg termini.

Situació i perspectives

Un any incert però prometedor

Al final del mes de novembre, la millora de la situació del sector turístic era palpable. Es van consolidar les bones xifres de l'estiu, gràcies al fet que es va aconseguir allargar la temporada durant el mes d'octubre i una part de novembre. Aquesta bona tendència s'ha enterbolit amb la irrupció de la nova onada de la COVID-19 a Espanya, vinculada a la variant òmicron. De cara als propers mesos, aquest context planteja dubtes sobre l'estabilitat del sector turístic, que podria veure com l'inici del 2022 torna a ser negatiu. No obstant això, quan s'estabilitzi aquesta onada, cal pensar que el sector tornarà a la senda de recuperació que venia registrant fins al mes de novembre. Pel que fa al conjunt de l'any 2022, ens mantenim optimistes i esperem que millorin de forma apreciable les xifres del 2021, malgrat l'elevada incertesa que es manté avui dia.

Després de l'intens procés de recuperació que va experimentar el sector turístic a l'estiu passat, els indicadors d'activitat publicats fins al mes de desembre no mostraven senyals d'esgotament. La demanda, l'oferta i els preus mantenien el bon to mostrat a l'estiu i, fins i tot, van continuar millorant en el seu camí per tancar la bretxa amb el nivell pre-COVID. Això, tenint en compte que els riscos vinculats a l'evolució de la pandèmia van tornar a emergir cap a la meitat de novembre, quan es van iniciar els repunts de contagis a Europa i es va expandir la nova variant òmicron. Malgrat tot, la demanda turística es va mantenir molt sòlida i va consolidar, setmana rere setmana, la gran millora assolida cap a la meitat del 2021.

Bona dinàmica de la demanda turística fins al desembre

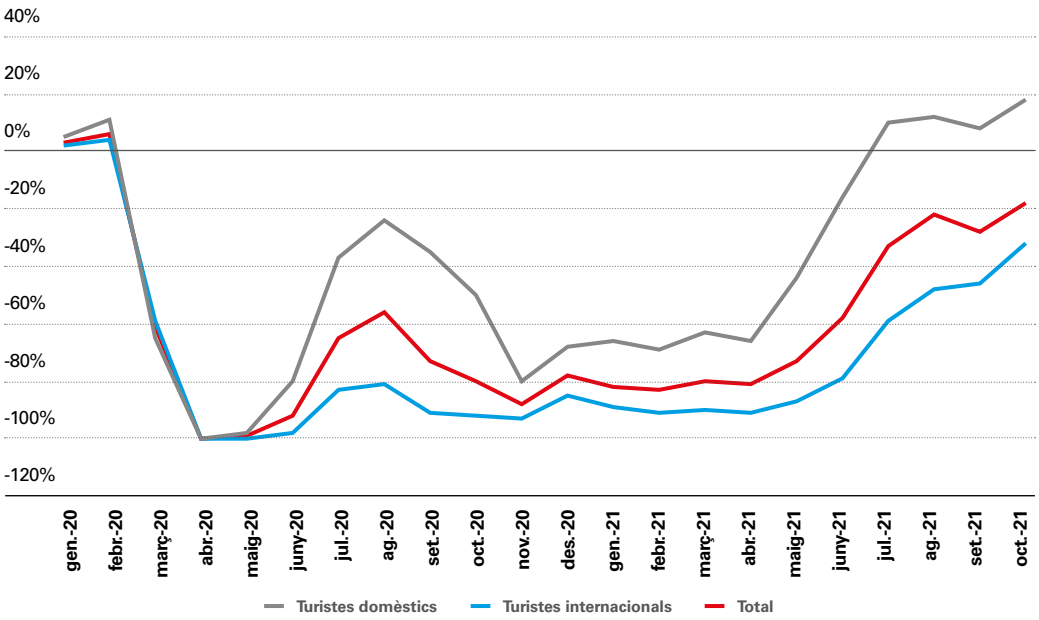
Segons les dades de les enquestes d'ocupació hotelera i d'establiments no hotelers de l'INE, la senda de recuperació es va intensificar a l'octubre. Les pernoctacions totals es van situar el 18% per sota del mateix mes del 2019 i van millorar en 4 p. p. el bon registre de l'agost. Les pernoctacions de turistes internacionals es van situar el 32% per sota de l'octubre del 2019 (17 p. p. millor que a l'agost), gràcies a una recuperació molt intensa de l'arribada de turistes britànics, que es va situar en nivells superiors als vistos a l'agost. Per la seva banda, les pernoctacions de turistes domèstics van sorprendre de manera considerable en situar-se el 18% per damunt de l'octubre del 2019. Aquesta dinàmica dona suport a la hipòtesi que la demanda embassada i captiva[1] va continuar tenint un efecte important sobre el turisme domèstic i que els esforços per allargar la temporada per part del sector van tenir els seus fruits.

Els indicadors de demanda turística mostren que la recuperació del sector turístic es va accelerar a l'octubre gràcies a l'allargament de la temporada

① La demanda captiva fa referència a l'efecte substitució de viatges a l'estranger per viatges dins d'Espanya en el turisme domèstic. Segons la dada més recent de l'Enquesta de turisme de residents (FAMILITUR) de l'INE, només el 10% de la despesa efectuada per residents a Espanya es va fer a l'estranger al juny, en relació amb el 32% del juny del 2019.

Pernoctacions turístiques

Variació en relació amb el mateix mes del 2019



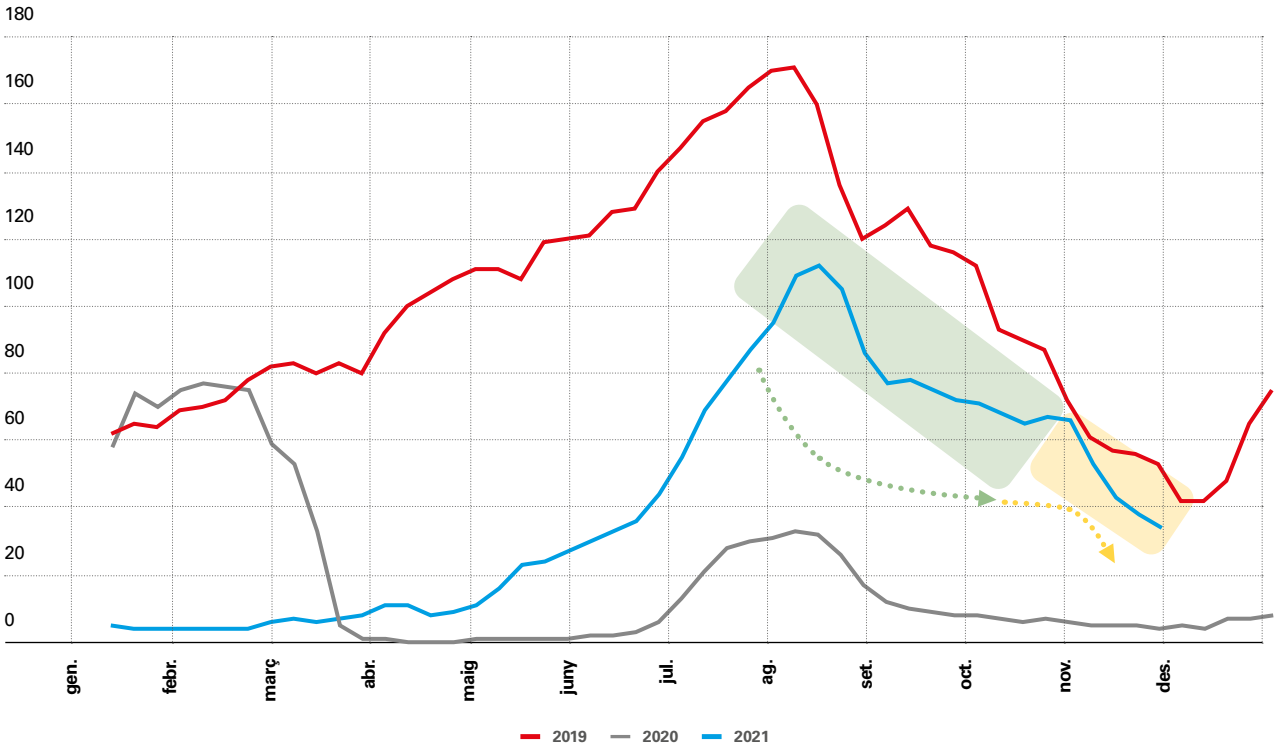
Nota: Pernoctacions de turistes en hotels, en establiments de turisme rural, en apartaments turístics i en càmpings.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades de l'INE.

L'«estirament» de la temporada turística va tenir un efecte clar a l'octubre, però, segons les dades de despesa amb targetes als TPV de CaixaBank dels comerços hotelers, no sembla que aquest efecte es mantingués al novembre. Tal com es pot observar al gràfic de la pàgina següent, la caiguda estacional de la despesa entre mitjan agost i l'última setmana d'octubre va ser menys intensa que el 2019 i va apropar de forma apreciable la despesa setmanal del 2021 a la del 2019. No obstant això, des de la primera setmana de novembre, es va observar una correcció d'aquest efecte, la qual cosa ha tornat a col·locar la despesa del 2021 en una estacionalitat més similar, tot i que una mica inferior, a la del 2019.

Turisme

Indicador CaixaBank de consum de targetes estrangeres en comerços hotelers*

Índex (100 = mitjana 2019)



Nota: (*) L'indicador inclou la despesa presencial amb targetes efectuada als TPV de CaixaBank d'hotels.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades internes.

Turisme de negocis: més resilient però més fred

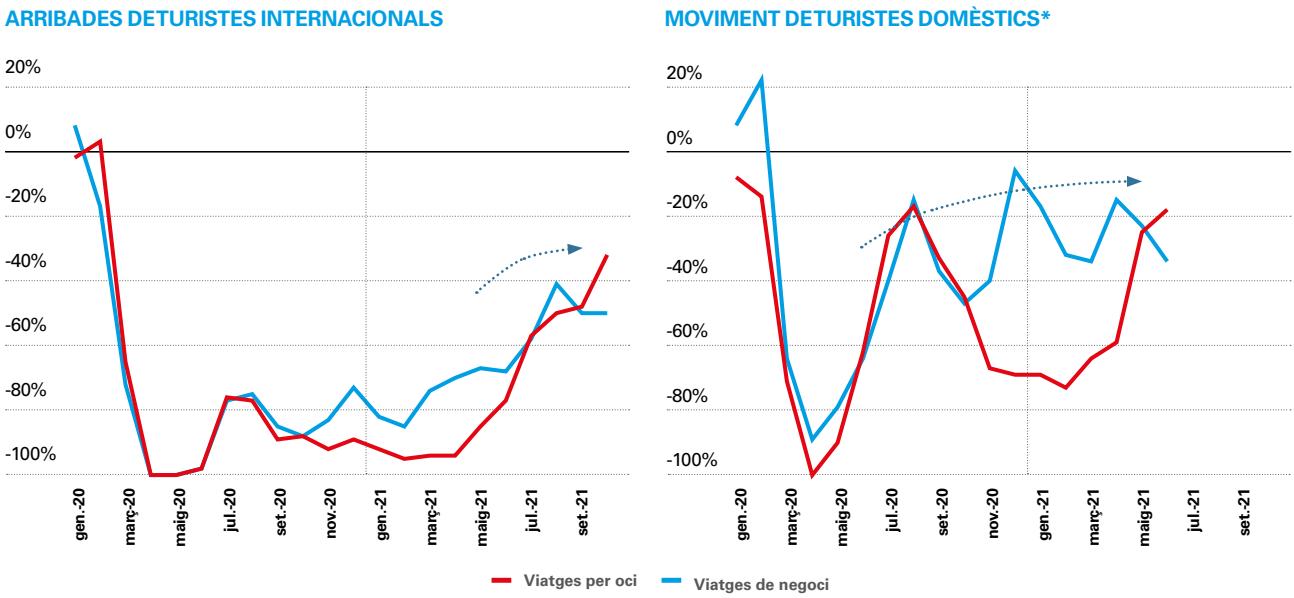
Més enllà de l'anàlisi del turisme vacacional i d'oci, molt dominador durant la temporada alta, és també rellevant analitzar la situació del turisme de negocis, molt important per mantenir viva l'activitat turística durant els mesos d'hivern i clau per a les destinacions turístiques urbanes. Aquest tipus de turisme no és un pilar principal per al sector, però és un focus d'ingressos força important que va generar el 8,2% de la despesa turística total el 2019, amb aportacions molt similars a les del turisme de negocis domèstic (d'estades més curtes) i internacional (més enfocat a les grans fires).

Tal com es mostra al doble gràfic següent, abans que s'iniciés la gran recuperació al maig del 2021, el turisme de negocis es va comportar relativament millor que el turisme d'oci, tant per a internacionals com per a domèstics. No obstant això, el nombre de turistes domèstics que viatgen per negocis s'ha mantingut estancat en un nivell situat al voltant del 30% per sota del nivell del mateix període del 2019. Els turistes internacionals que viatgen per negocis sí que es van recuperar des del maig del 2021, però a una velocitat menor a la del turisme d'oci, i han mostrat senyals d'estancament en els últims mesos.

Aquest estancament podria ser degut a l'impacte de la transformació digital viscuda durant la pandèmia, que ha comportat que les interaccions laborals depenguin molt menys de la presencialitat, sobretot en reunions (més rellevants per al turisme domèstic). Això podria representar que el potencial de millora del turisme de negoci sigui menor en un context de normalització de la mobilitat.

Nombre de turistes en funció del motiu principal del viatge

Variació en relació amb el mateix mes del 2019



Nota: (*) A data de tancament d'aquest informe, només hi ha dades de turisme domèstic disponibles fins al juny del 2021.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades de l'INE.

El que ens diu el *big data* sobre la situació del sector turístic

Atesa la naturalesa canviant i incerta de la conjuntura actual, cada vegada guanya més rellevància poder fer una anàlisi amb grans bases de dades que proveeixen informació molt més rica. Per aquest motiu, a CaixaBank Research, estudiem els pagaments amb targeta als terminals punt de venda (TPV) de CaixaBank utilitzant metodologia *big data*, amb la finalitat d'elaborar indicadors de despesa turística de gran granularitat.

Si ens aturem a observar l'indicador de consum amb targetes als TPV de CaixaBank per branca d'activitat, actualitzat fins a l'última setmana del mes de novembre (vegeu el gràfic de la pàgina següent), observem que les diferències entre sectors en el procés de recuperació el van moderar. En concret, els sectors de la part de la cadena de valor més pròxima al consum en destinació van veure com l'efecte de la demanda embassada es va esvair parcialment, mentre que els sectors intermedis (transport i comercialització) van veure com, a poc a poc, milloraven les seves condicions.

L'anàlisi de les dades internes de CaixaBank apunta al fet que les diferències entre sectors en la recuperació del turisme es van començar a esvair durant la segona meitat del 2021

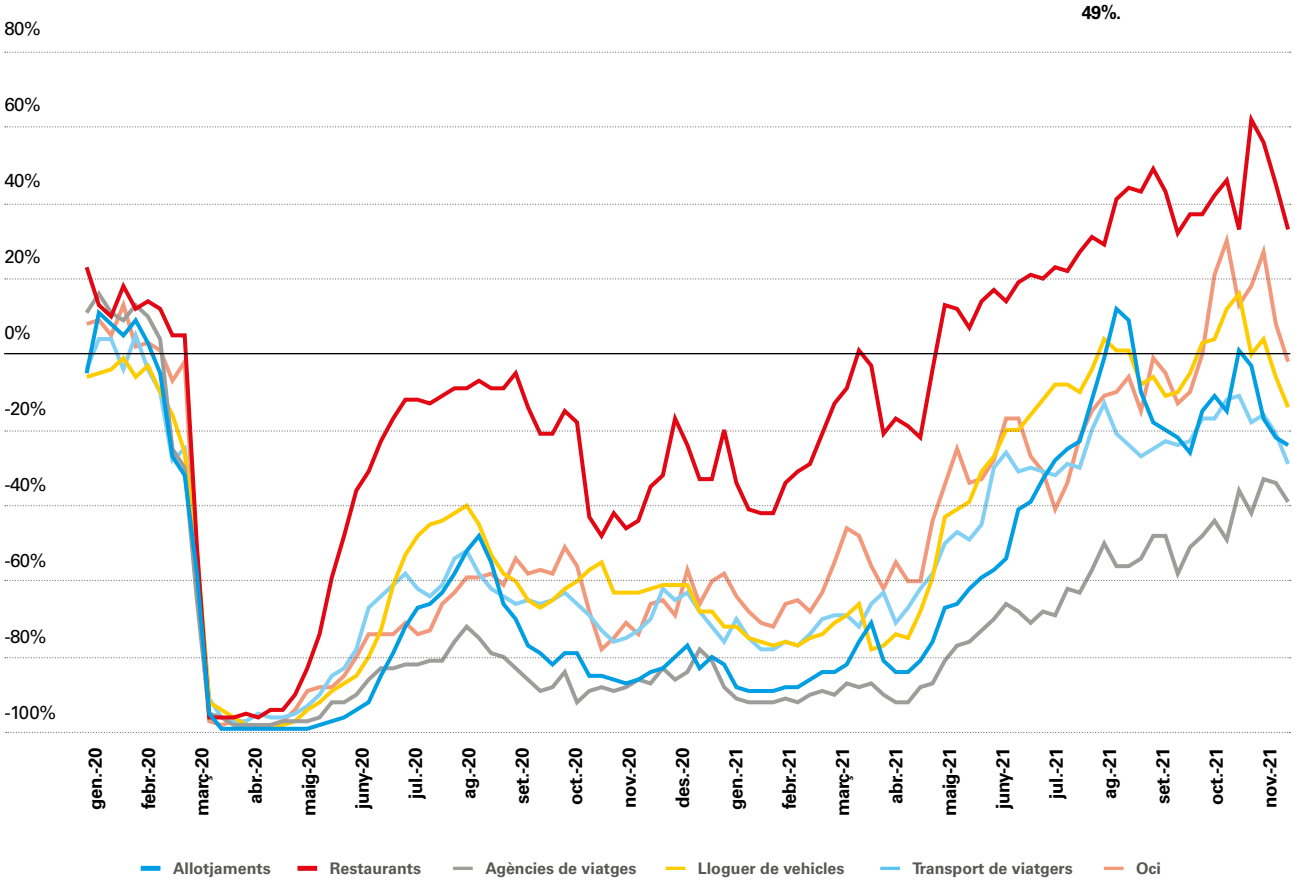
Turisme

D'una banda, els sectors d'agències de viatges i de transport de viatgers, que arrossegaven una situació negativa l'estiu passat, van millorar de manera gradual, fins a situar-se, en l'última setmana de novembre, el 39% i el 29% per sota del mateix període del 2019, respectivament (vegeu el gràfic). Altres sectors que van despuntar més a l'agost del 2021, com allotjaments i lloguer de vehicles, van moderar els repunts i es van acostar a la mitjana. Per la seva banda, l'indicador de consum basat en els pagaments amb targeta als comerços de restauració va mantenir creixements molt elevats de facturació al final de novembre i va apuntar a una bona situació del sector, però també al major ús de les targetes en aquesta mena de comerços després de la irrupció de la COVID-19.[2]

② L'indicador de consum basat en els pagaments amb targeta als TPV de CaixaBank estima una evolució més positiva que la del consum real, arran del major ús de la targeta com a mitjà de pagament després de la irrupció de la COVID-19. Segons les dades de l'INE, la xifra de negocis de restaurants va caure al setembre del 2021 el 12% en relació amb el mateix mes del 2019, mentre que l'indicador de consum CaixaBank va créixer el 49%.

Indicador CaixaBank de consum*

Variació en relació amb la mateixa setmana del 2019



Nota: (*) L'indicador inclou la despesa presencial amb targetes efectuada als TPV de CaixaBank en funció del tipus de comerç.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades internes.

ANÀLISI ESPECÍFICA

La recuperació dispar del sector hoteler a l'estiu

El sector es va recuperar amb molta força durant els mesos d'estiu del 2021. No obstant això, la recuperació no ha estat igual per a tots, quelcom que s'observa ràpidament en analitzar la recuperació de les pernoctacions turístiques a les diferents comunitats autònomes (CA), que van registrar des de caigudes superiors al 40% en relació amb l'estiu del 2019 fins a creixements de gairebé el 10%.

Per entendre millor la desigualtat en la recuperació entre les empreses hoteleres, analitzem la recuperació en la facturació a tots els comerços hotelers amb TPV de CaixaBank, la qual cosa ens permet veure com s'ha distribuït la millora de la despesa turística.

Tal com s'observa a les taules següents, la recuperació agregada del sector no ha estat del tot representativa i ha presentat grans diferències entre el 25% d'hotels amb millor i amb pitjor comportament. Segons la nostra anàlisi, la variació mitjana en la facturació als TPV dels hotels a l'estiu del 2021 va ser del –16% en relació amb el mateix període del 2019. No obstant això, més del 25% dels hotels amb TPV de CaixaBank van mantenir caigudes superiors al 52% l'estiu passat, mentre que el 25% d'hotels amb millor comportament van assolir creixements superiors al 19%.[3]

Aquestes diferències es mantenen, fins i tot, quan tenim en compte la dependència del turisme estranger, la dimensió i la CA on es localitza l'hotel (vegeu les taules), la qual cosa corrobora que hi ha una desigualtat enorme dins el sector i que, a causa d'aquesta desigualtat, encara hi ha un gran nombre d'hotels que estan travessant una situació complicada. Les eines de política econòmica haurien de continuar tenint en compte aquesta desigualtat i haurien de mantenir mecanismes de suport per a les empreses en dificultats.

[3] **Aquestes mesures s'extreuen dels percentils 25 i 75 de la distribució dels hotels amb TPV de CaixaBank.**

Facturació als TPV de CaixaBank de comerços hotelers entre el juliol i el setembre del 2021

Distribució de la variació en relació amb l'estiu del 2019

Distribució total de la facturació als comerços hotelers

	Percentil 25	Mitjana	Percentil 75
Total de comerços hotelers amb TPV de CaixaBank	-52%	-16%	19%

En funció de la dependència del turisme estranger

	Percentil 25	Mitjana	Percentil 75
Més dependents del turisme **domèstic**	-42%	-6%	27%
Més dependents del turisme **estranger**	-61%	-29%	7%

En funció de la dimensió empresarial i de la dependència del turisme estranger

	Percentil 25	Mitjana	Percentil 75
Hotels més dependents del turisme domèstic			
Dimensió petita	-43%	-5%	28%
Dimensió mitjana	-37%	-9%	20%
Dimensió gran	-34%	-1%	21%
Hotels més dependents del turisme internacional			
Dimensió petita	-63%	-29%	7%
Dimensió mitjana	-59%	-27%	3%
Dimensió gran	-57%	-30%	8%

En funció de la comunitat autònoma

	Percentil 25	Mitjana	Percentil 75
Extremadura	-26%	8%	25%
Cantàbria	-40%	3%	34%
Galícia	-34%	1%	25%
Aragó	-33%	1%	33%
Castella i Lleó	-38%	0%	28%
P. d'Astúries	-38%	-2%	18%
Castella-la Manxa	-33%	-3%	39%
C. F. de Navarra	-37%	-6%	16%
La Rioja	-36%	-13%	25%
R. de Múrcia	-37%	-16%	40%
Illes Balears	-50%	-16%	14%
Espanya	**-52%**	**-16%**	**19%**
Catalunya	-54%	-19%	18%
C. Valenciana	-63%	-21%	14%
Illes Canàries	-60%	-23%	11%
Andalusia	-53%	-25%	20%
País Basc	-56%	-33%	3%
C. de Madrid	-70%	-49%	-12%

Font: CaixaBank Research, a partir de dades internes.

Turisme

Situació del turisme en temps real a Europa

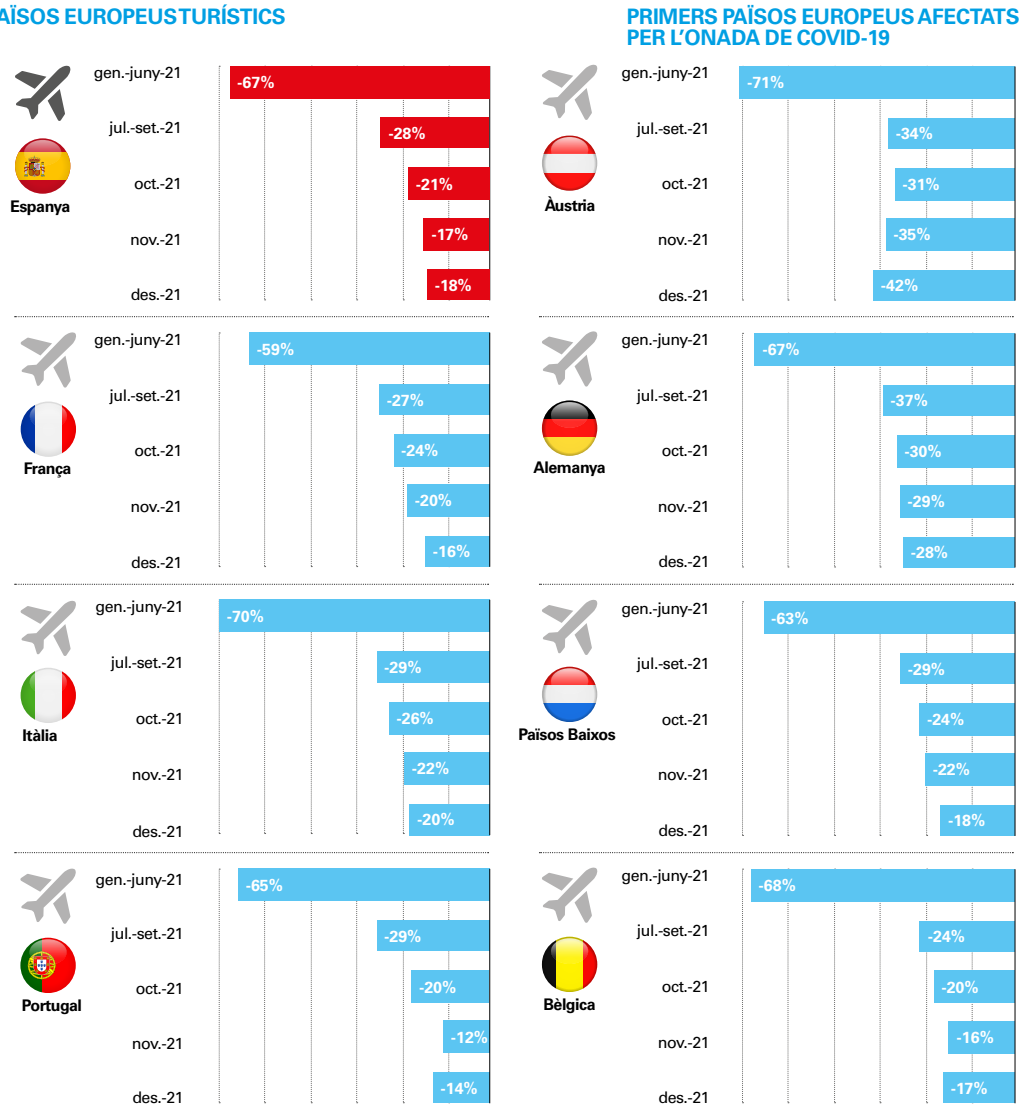
Tot i que la lectura dels indicadors d'activitat turística a Espanya és molt positiva fins al desembre, la irrupció de la nova variant òmicron ha canviat de manera considerable les perspectives a curt termini. L'escalada de les restriccions per contenir aquesta nova onada empitjorarà les xifres d'activitat de l'inici del 2022, tot i que encara hi ha molta incertesa sobre la magnitud del xoc, ja que, aquesta vegada, les eines que tenim a la nostra disposició per combatre l'avanç de la pandèmia ja no solament es basen en la mobilitat, sinó que també es basen en la vacuna, en la capacitat de testatge i en la campanya de la dosi de reforç.

En aquest sentit, podem aprendre de la situació viscuda pels països del nord d'Europa durant el mes de desembre, quan ja estaven immersos en la nova onada de COVID-19 i van haver d'adoptar mesures de restricció. Per fer-ho, **analitzem les dades d'alta freqüència de vols que ofereix Eurocontrol, que sumen les operacions domèstiques i internacionals i que ajuden a aproximar el moviment de turistes en altres països del nostre entorn**.Tal com es recull al gràfic de la pàgina següent, la mobilitat aèria als països afectats més aviat per la nova onada no van patir un impacte gaire intens sobre la mobilitat aèria durant el mes de desembre. Només a Àustria, on es van imposar restriccions més severes, el nombre de vols es va allunyar de la referència pre-COVID, amb una caiguda del 42% en relació amb el desembre del 2019 (el –35% al novembre). Per la seva banda, la mobilitat aèria a les destinacions turístiques del sud d'Europa, menys afectades per l'onada en el conjunt del mes, va assolir cotes entre el 20% i el 15% inferiors a les del mateix període del 2019 i va millorar els registres del novembre.

Aquesta anàlisi de les experiències viscudes en altres països europeus ens ajuda a preveure que l'impacte d'aquesta nova variant no hauria de ser tan elevat com el de les onades prèvies a la vacuna, malgrat que esperem que sigui elevat.

Sortides i arribades de vols registrades als aeroports nacionals

Variació en relació amb el mateix període del 2019



Nota: Les dades del desembre corresponen als 20 primers dies del mes.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades d'Eurocontrol.

Previsions de CaixaBank Research per al sector turístic a Espanya

L'**escenari actual ve marcat per una gran incertesa**. L'anàlisi de tots els indicadors, oficials, interns i d'alta freqüència, ens atorga un senyal molt positiu, fins i tot durant el mes de desembre. No obstant això, la situació de la pandèmia ha empitjorat de forma molt destacada i, de retruc, l'escalada actual de les restriccions serà una sotragada important en la recuperació, si més no durant els mesos de gener i de febrer, i intensificarà els riscos a mitjà termini.

Per construir el nostre escenari de previsions, assumim que els mesos de gener i de febrer estaran apreciablement afectats per les restriccions. Malgrat això, l'impacte de les restriccions hauria de ser molt inferior al de les onades prèvies, gràcies al fet que, a més de les restriccions, comptem amb solucions mèdiques de les quals no disposàvem un any enrere. En concret,

Turisme

la gran proporció de població vacunada, que té un efecte molt clar sobre la probabilitat de desenvolupar casos severs, la gran capacitat de testatge i la campanya de vacunació de la tercera dosi.[4] Així, a mitjà termini, preveiem una estabilització de la pandèmia, que hauria de permetre recuperar el nivell de mobilitat domèstica i la senda de millora de la mobilitat internacional previs a la recent onada de COVID-19.

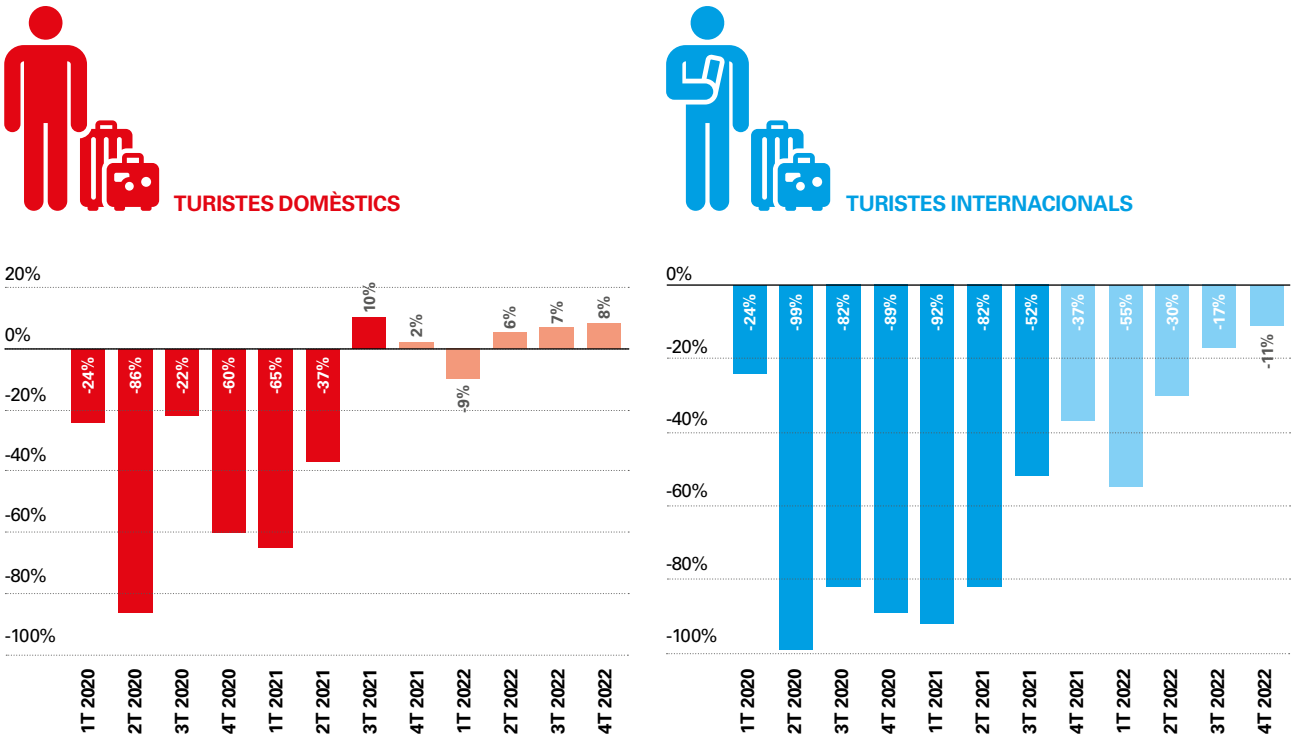
En aquest context de lectures mixtes, estimem que l'any 2021 va tancar amb un nivell de PIB del 55% del 2019, la qual cosa va millorar en un 58% el registre del 2020, gràcies a la inèrcia positiva del turisme internacional i domèstic observada en l'anàlisi dels indicadors disponibles.

De cara al 2022, esperem que el difícil inici de l'any no marqui els registres del conjunt de l'exercici. Així, preveiem que la despesa dels turistes internacionals creixerà el 92% i se situarà al voltant del 70% del nivell de la despesa observada el 2019. En aquest escenari, contemplem un inici d'any complex, a causa de la nova onada, però assumim que l'impacte serà temporal i que el sector tornarà a la senda del creixement, secundat, en gran part, per la recuperació de la mobilitat del turisme de la UE i britànic, que va mostrar tendències molt positives fins al desembre del 2021. Pel que fa al turisme domèstic, esperem que l'impacte de les restriccions sigui menys intensa i que, durant la temporada alta, l'efecte de la demanda captiva continuï mantenint la despesa dels turistes espanyols en nivells similars als del 2019 i dugui la despesa turística domèstica anual a situar-se ja per damunt del nivell prepandèmic.

④ **Segons estudis recents, l'efectivitat de la tercera dosi davant la variant òmicron és molt elevada pel que fa al desenvolupament de símptomes. En concret, segons un estudi preliminar elaborat al Regne Unit, l'efectivitat d'una dosi de reforç amb la vacuna de Pfizer evita entre el 75% i el 71% el desenvolupament de símptomes.**

Despesa turística a Espanya

Variació en relació amb el mateix trimestre del 2019



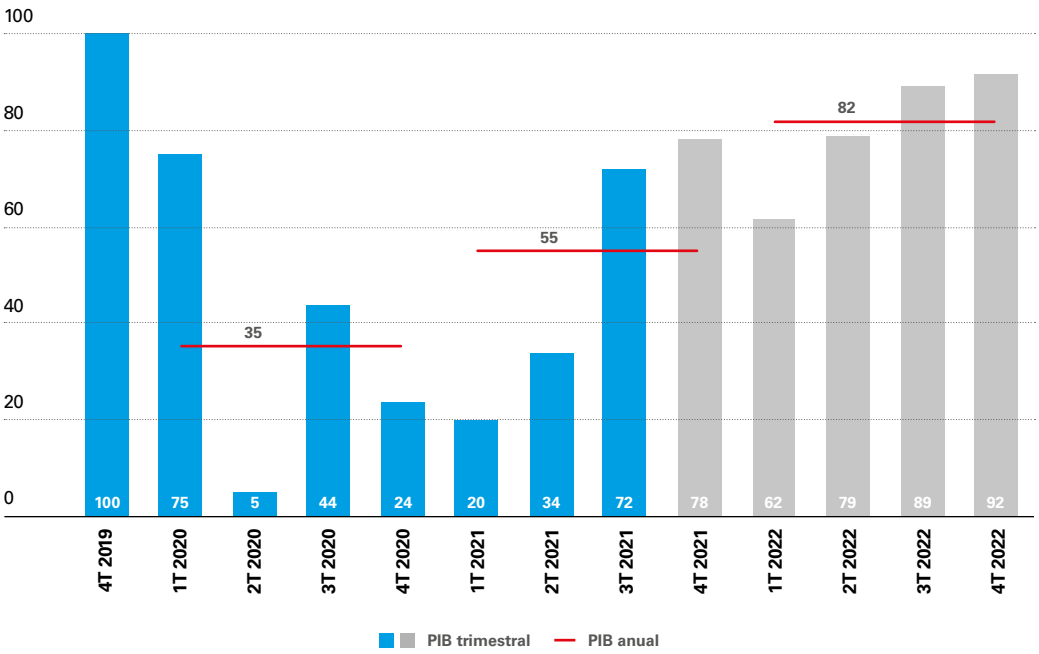
Notes: Previsions de despesa dels turistes domèstics i dels turistes internacionals a partir del juliol del 2021 i del novembre del 2021, respectivament.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades de l'INE.

El nostre escenari de previsions per al 2022 és positiu malgrat el complex inici d'any arran de la pandèmia: preveiem que el PIB turístic es recuperarà amb força i creixerà el 51% el 2022

Pel que fa al nivell del PIB turístic el 2022, les xifres esperades per al conjunt de l'any es mantenen positives malgrat les dificultats del 1T. **L'estabilització de la pandèmia durant la temporada de primavera i la recuperació del dinamisme durant els mesos d'estiu ajudaran a pujar el PIB turístic a un nivell del 82% en relació amb el del 2019, amb un creixement del 51% anual.** Tot i que les xifres del PIB turístic que esperem per al 2022 seran molt positives per al sector (se situarà en un nivell similar al del 2016), encara esperem un *gap* apreciable amb el nivell del 2019. Això serà degut, més enllà del difícil inici de l'any, al fet que no esperem que el turisme de llarg rang i de mercats menys tradicionals es recuperi enguany a una gran velocitat.

Evolució del PIB turístic

Índex (100 = 2019)



Notes: Previsions a partir del 4T 2021.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades de l'INE.

Turisme

Amb aquestes perspectives, esperem que l'exercici 2022 sigui rendible per a la mitjana del sector, la qual cosa reafirma que la sostenibilitat de la indústria turística a llarg termini està fora de dubtes. Malgrat això, és important apuntar que la política econòmica s'haurà de continuar adaptant de manera efectiva, perquè la pandèmia continua exercint pressió sobre el conjunt del sector turístic i perquè encara queden empreses turístiques que arrosseguen grans dificultats. En aquest sentit, **considerem clau l'extensió dels ERTO arran d'una conjuntura més complexa a causa de l'enduriment de la pandèmia**. Addicionalment, el Fons de Suport a la Solvència d'Empreses Estratègiques gestionat pel SEPI, dotat amb 10.000 milions d'euros, dels quals ja s'han concedit ajudes per import de 1.080 milions d'euros, continua sent molt important per a l'estabilitat de les empreses turístiques claus.

Per acabar, tot i que no és menys important, el paper dels fons NGEU també serà significatiu a l'hora de sufragar inversions en digitalització, en sostenibilitat i en millora d'infraestructures que, en l'actualitat, són difícilment assumibles per una indústria turística molt danyada.[5] En concret, les línies d'actuació per a la inversió dels fons NGEU al sector turístic estan detallades al Pla de Modernització i Competitivitat del Sector Turístic del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència. En aquest pla, s'han pressupostat inversions de 3.400 milions d'euros en tres anys, entre les quals destaquem els 1.900 milions d'euros en inversions per fomentar la sostenibilitat del sector i els 337 milions d'euros d'inversió en digitalització. Tot i que les quantitats poden ser una mica limitades per a un sector tan ampli, que, abans de la pandèmia, pesava el 12,4% del PIB (154.000 milions d'euros de PIB), és un pla d'acció que va en la direcció adequada i que propiciarà que la iniciativa privada agafi les regnes i aposti de nou per la transformació per sortir d'aquesta crisi mantenint el nostre estatus de destinació turística més competitiva del món.

⑤ **Vegeu els articles «El sector turístic serà sostenible o no serà» i «La importància de reactivar la digitalització del sector turístic», en aquest mateix informe.**

Conscienciació de la indústria

El sector turístic serà sostenible o no serà

Una de les conseqüències de l'esclat de la crisi sanitària provocada per la COVID-19 ha estat la major conscienciació de la població i, per extensió, de la classe política sobre la necessitat d'introduir criteris de sostenibilitat en les polítiques econòmiques, amb la finalitat d'impulsar una reactivació de l'economia de forma més sostenible i resilient. El sector turístic no és aliè a aquestes tendències, en primer lloc, perquè la seva pròpia activitat es pot veure perjudicada per les conseqüències del canvi climàtic i, en segon lloc, perquè hi ha un ampli marge perquè l'activitat turística sigui més sostenible. Aquest article tracta de respondre què entenem per sostenibilitat al sector turístic, com es pot mesurar, en quin punt es troba el sector turístic espanyol i cap a on es dirigeix.

De què parlem quan parlem de sostenibilitat al sector turístic?

El sector turístic espanyol ha experimentat, en els últims anys, un desenvolupament excepcional, fins a convertir-se en una de les principals fonts d'activitat, de renda i d'ocupació de l'economia espanyola. Aquest fort desenvolupament ha desencadenat, de manera paral·lela, l'aparició d'algunes conductes crítiques i de rebuig social al paper del turisme en certes destinacions i en certs moments del temps, fins que, el 2020, la crisi del coronavirus va paralitzar l'activitat del sector i va posar sobre la taula la seva rellevància en el sistema econòmic i social de molts territoris espanyols. En l'actualitat, les polítiques posades en marxa per les autoritats europees i pel Govern espanyol apunten clarament cap a una sortida de la crisi sota criteris de sostenibilitat i de resiliència, que, en el cas del sector turístic, adquireixen un doble vessant. D'una banda, l'activitat turística és especialment sensible a l'efecte del canvi climàtic, com ara l'augment del nivell del mar, els fenòmens climàtics extrems, la degradació mediambiental o la pèrdua de biodiversitat. De l'altra, hi ha un ampli marge de millora perquè el sector turístic sigui més sostenible, ja que és una activitat que comporta elevats nivells de contaminació de l'atmosfera i de forta pressió sobre els recursos naturals.

L'Organització Mundial del Turisme defineix els principis de sostenibilitat en funció dels aspectes mediambiental, econòmic i sociocultural del desenvolupament turístic

Turisme

En aquest sentit, l'Organització Mundial del Turisme (OMT) defineix els principis de sostenibilitat en funció de tres àmbits: mediambiental, econòmic i sociocultural. El primer persegueix donar un ús òptim als recursos naturals i mediambientals, així com preservar la diversitat biològica. L'aspecte econòmic correspon a l'impacte de l'activitat turística sobre l'economia de la localitat receptora de turisme, de manera que es promoguin activitats viables a llarg termini, amb oportunitats de feina estable i amb l'obtenció d'uns beneficis socioeconòmics ben repartits. Finalment, l'àmbit sociocultural busca conservar i enfortir els actius culturals i arquitectònics i els valors tradicionals de la destinació turística.

Com podem mesurar l'evolució del sector cap a la sostenibilitat?

En tenir en compte els tres aspectes que l'OMT defineix sobre la sostenibilitat del sector turístic, tractem d'establir un indicador rellevant per a cadascun d'ells amb la finalitat de mesurar en quin punt es troba la sostenibilitat al sector i quins haurien de ser els passos que cal fer a partir d'ara. Cal destacar que la nostra anàlisi es realitza amb dades anteriors al 2020, ja que l'efecte de la pandèmia sobre aquests indicadors distorsionaria l'anàlisi que es pretén fer en aquest article.

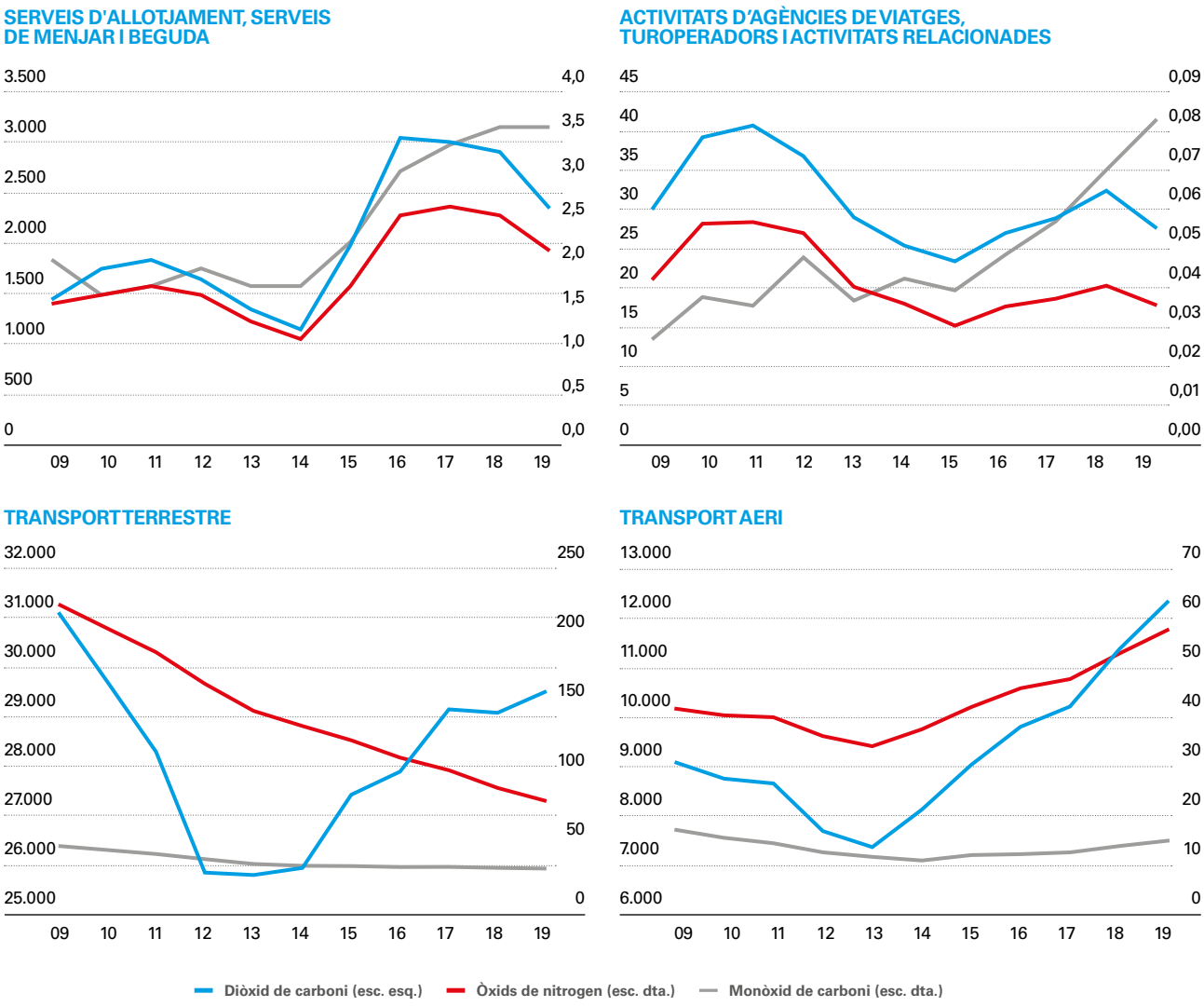
La major part de l'emissió de gasos amb efecte d'hivernacle per part del sector turístic es concentra als sectors del transport

En **l'àmbit mediambiental**, s'utilitza l'evolució de les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle (GEH) cap a l'atmosfera per part dels sectors que aglutina la indústria turística spanyola.[6] Per analitzar el sector només tenim en compte l'evolució dels tres gasos que més expulsa a l'atmosfera: diòxid de carboni (CO_2), òxids de nitrogen (NOx) i monòxid de carboni (CO). La primera conclusió que es pot extreure és que la major part de l'emissió de GEH procedeix dels sectors del transport (representen al voltant del 12% del PIB turístic), concretament de l'emissió d'òxids de nitrogen derivada de la combustió dels motors. Aquests sectors es troben entre els més contaminants del conjunt de les branques d'activitat. A més a més, els seus nivells de contaminació han augmentat des del 2013 per al cas del transport aeri, mentre que, per al transport terrestre, han disminuït, però es mantenen en nivells molt elevats. Pel que fa als serveis d'allotjament i restauració i a les activitats d'agències de viatges i turoperadors, el monòxid de carboni és el gas contaminant que més s'expulsa a l'atmosfera.[7] Tot i que els nivells de contaminació no són alarmants, lluny de moderar-se, entre el 2013 i el 2019, van mostrar un creixement del 78% en el cas de l'allotjament i del 38% en el cas de les agències i dels turoperadors.

⑥ Per a aquesta anàlisi, es consideren les dades disponibles a l'INE per branques d'activitat: serveis d'allotjament, serveis de menjar i beguda (branca 55-56, segons la CNAE 2009); activitats d'agències de viatges, operadors turístics, serveis de reserves i activitats relacionades amb els mateixos (branca 79); transport terrestre i per canonada (branca 49), i transport aeri (branca 51).

⑦ Aquest tipus de GEH es produeix cada vegada que s'encén algun combustible com gas natural, gas propà, gasolina, petroli, querosè, fusta o carbó. És a dir, el sector el produeix a conseqüència de l'ús dels sistemes de calefacció i de refrigeració i de l'ús de cuines de combustió.

Emissions de gasos amb efecte d'hivernacle als sectors turístics



Notes: Dades en milers de tones. Els sectors de transport (terrestre i aeri) inclouen també el transport de mercaderies.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades de l'INE.

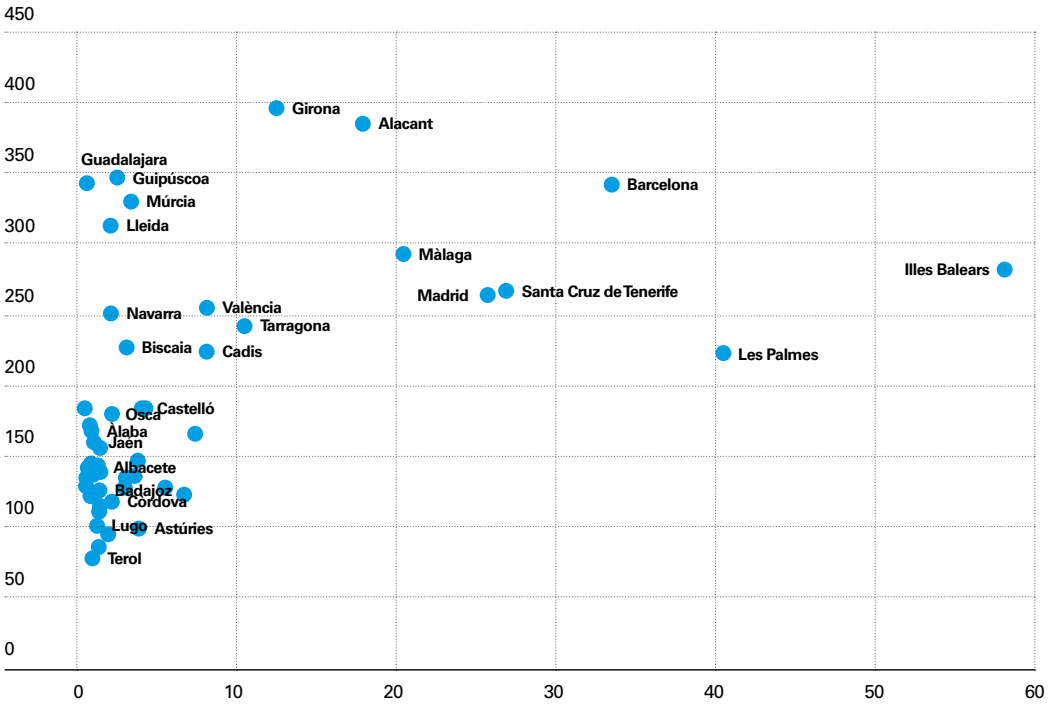
Els indicadors de **valor econòmic** consideren la contribució del turisme a la sostenibilitat econòmica de cada destinació. Per mesurar aquest àmbit, considerem com a variables el nombre mitjà de pernoctacions al mes (volum d'activitat) i la despesa per turista (valor d'aquesta activitat). El volum i el valor del turisme són essencials per a la sostenibilitat econòmica d'una destinació: com més elevada sigui la despesa per dia, més eficient serà la destinació en la generació de valor turístic.

Turisme

La relació entre el volum (nombre de pernoctacions) i la despesa per turista es pot veure al gràfic següent.[8] Entre les províncies més turístiques (aquelles amb més de 10 milions de pernoctacions a l'any), la despesa mitjana se situa al voltant dels 300 euros per turista. Entre aquestes destinacions, destaca negativament el cas de Las Palmas: la segona província amb més pernoctacions, però amb una despesa mitjana modesta. A la resta de províncies, la despesa mitjana per turista se situa per sota dels 175 euros. En aquest cas, destaquen de forma molt positiva, entre d'altres, Girona, Alacant o Guipúscoa, que es caracteritzen per un volum més modest d'estades hoteleres, però que gaudeixen d'una despesa per turista molt elevada.

Indicadors econòmics: despesa turística *vs.* pernoctacions

Eix Y: Despesa/turista; Eix X: Pernoctacions (milions)



Font: CaixaBank Research, a partir de dades internes i de l'INE.

Com a indicador bàsic per mesurar **l'impacte social i cultural** sobre les diferents destinacions turístiques, mesurem la congestió a les diferents províncies, ja que influeix en la satisfacció dels residents i és un indicador bàsic de l'impacte social del turisme sobre una comunitat. Per fer-ho, utilitzem la variable del nombre de pernoctacions en proporció de la població resident, els resultats de la qual es poden observar de forma resumida al mapa següent. En termes generals, no s'observa una pressió turística rellevant a la major part del territori.[9] No obstant això, criden l'atenció els casos (i) de les regions insulars, destinació eminentment de platja i de natura, que reben molt turisme internacional;[10] (ii) de certes zones pròximes a la frontera amb França, amb un model turístic de platja i de muntanya (Osca, Tarragona i Girona), que tenen una població local reduïda i que reben la visita de països veïns, i (iii) de certes localitats d'Andalusia, que reben tant turisme nacional com internacional (Màlaga, Huelva i Almeria). Evidentment, la congestió de les destinacions més turístiques ha empitjorat en els últims anys, tenint en compte que la població ha crescut, de mitjana, molt menys que l'arribada de turistes.[11]

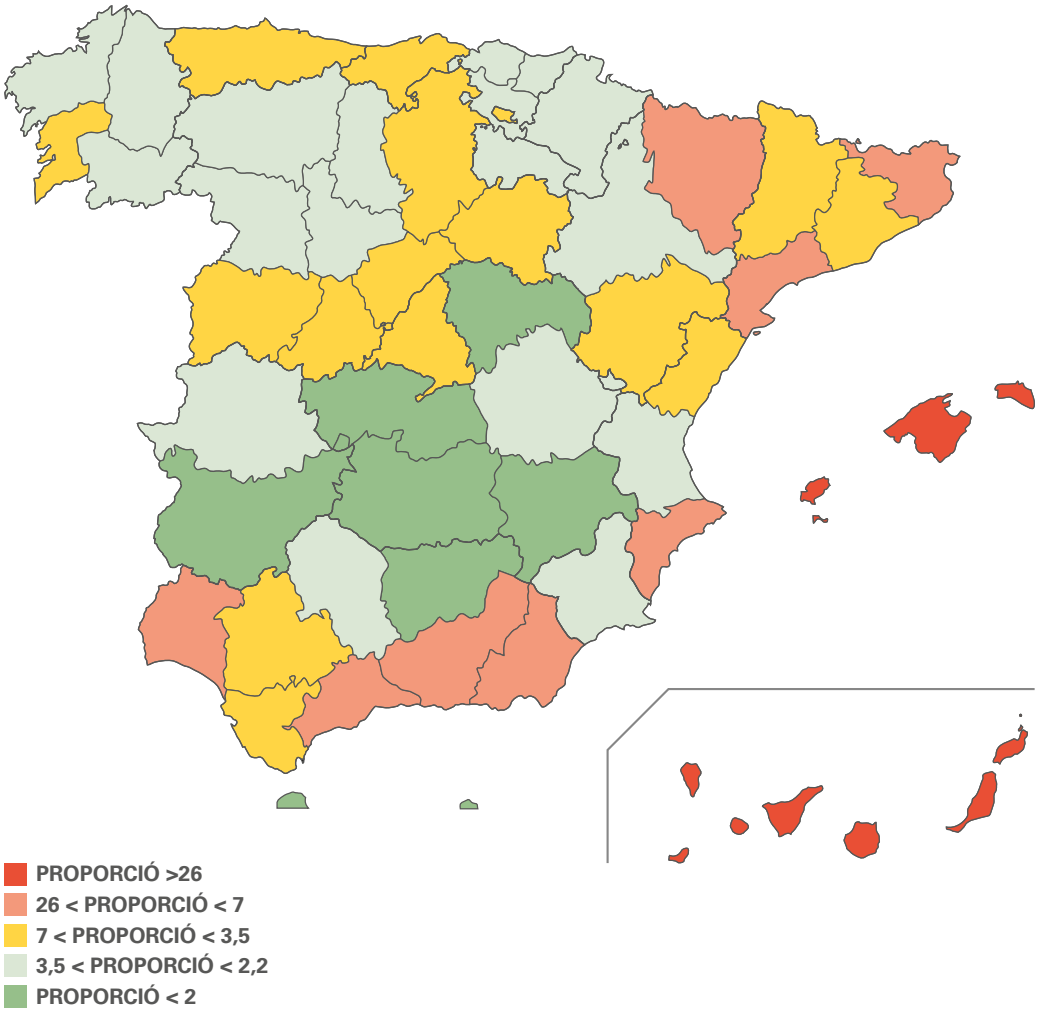
(8) La despesa turística total per província s'aproxima utilitzant els pagaments presencials amb targetes de turistes domèstics i internacionals als TPV de CaixaBank l'any 2019.

(9) A Espanya, la proporció del volum de pernoctacions en relació amb la població resident se situa lleugerament per damunt de set, nivell que pot ser pres com a referència de congestió mitjana per al conjunt nacional. Una congestió per damunt d'aquest nivell pot ser considerada elevada. En el cas de la UE, segons les dades disponibles a Eurostat, se situa al voltant de quatre.

(10) De fet, les Illes Balears destaquen com la regió europea amb més congestió pel nombre de visitants anuals que acull, segons les dades regionals disponibles a Eurostat, per davant de la Província autònoma de Bozen (Itàlia), de l'Algarve (Portugal), del Tirol i de Salzburg (Àustria).

(11) En els 10 últims anys, la població ha crescut el 2% de mitjana a Espanya, mentre que l'arribada de turistes internacionals ha repuntat gairebé el 60%.

Pernoctacions en proporció de la població resident



Font: CaixaBank Research, a partir de dades de l'INE.

Cap a un nou model més sostenible i competitiu

Atesos els indicadors disponibles, sembla clar que hi ha marge de millora en els propers anys. En l'àmbit mediambiental, els nivells de contaminació, fins i tot, han augmentat en els últims anys, i les línies de millora van des de la promoció de construccions més eficients i amb més qualitat energètica, passant per sistemes de condicionament més moderns, fins a la promoció de mitjans de mobilitat més sostenibles, entre altres aspectes. En termes econòmics, no hi ha dubte de la importància del sector per al conjunt de l'economia espanyola, tot i que caldrà vigilar les destinacions especialment demandades, amb nivells elevats de congestió, on l'aportació econòmica del sector és modesta. Finalment, en termes socioculturals, hi ha algunes regions amb una sobredemanda turística creixent que provoca malestar en determinades poblacions residents, ja que causa problemes de congestió en localitats petites, amb serveis públics limitats i que no sempre estan preparades per absorbir aquesta ingent demanda estacional.

Turisme

A partir d'aquí, l'agenda cap a la sostenibilitat del sector passa per reprendre iniciatives anteriors a la COVID-19 i que permetin, ara, aprofitar els fons procedents d'Europa.[12] En concret, el sector turístic espanyol apareix al Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència del Govern a través de la política de «Modernització i digitalització del teixit industrial i de la pime, recuperació del turisme i impuls a una Espanya Nació Emprenedora», on el component 14 traça un Pla de Modernització i Competitivitat del Sector Turístic. Dins aquest Pla, l'eix que rebrà més inversió és l'Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinacions, que compta amb un pressupost estimat d'uns 1.900 milions d'euros per als tres propers anys.[13]

L'objectiu final és tractar de millorar la competitivitat del sector turístic espanyol mitjançant un nou model amb més valor afegit

Entre els objectius d'aquestes iniciatives no solament hi ha que les destinacions espanyoles siguin capaces d'integrar en la seva oferta criteris de sostenibilitat mediambiental, socioeconòmica i territorial, sinó també desenvolupar estratègies de resiliència davant els reptes actuals (canvi climàtic, sobredemanda turística i crisis sanitàries i de seguretat) i assolir una major cohesió territorial. És a dir, promoure un millor repartiment de les càrregues sobre el territori i consolidar una gestió territorial integral que ajudi a frenar els processos de despoblació. L'objectiu final és tractar de millorar la competitivitat del sector turístic espanyol mitjançant un nou model que sigui més sostenible, de més qualitat i, per tant, amb més valor afegit.

(12) Al començament del 2019, el Govern i la Secretaria d'Estat per al Turisme ja havien començat a treballar en l'Estratègia de Turisme Sostenible d'Espanya 2030, on ja es tenia en compte la necessitat d'introduir criteris de sostenibilitat en el sector i que començava a introduir els objectius i criteris que ara, a través dels fons NGEU, s'han establert en aquesta nova Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinacions.

(13) El Govern va realitzar, al novembre, el repartiment de la primera convocatòria extraordinària de Plans de Sostenibilitat: va desemborsar 615 milions a les CA, tenint en compte variables econòmiques (percentatge del PIB turístic en relació amb el PIB autonòmic i caiguda en l'afiliació de treballadors del sector turístic entre el desembre del 2019 i el desembre del 2020), territorials (percentatge de superfície de la comunitat autònoma en relació amb la superfície nacional i densitat de població) i turístiques (nombre de turistes internacionals rebuts el 2019 i despesa d'aquests turistes).

Transformació i capacitació

La importància de reactivar la digitalització del sector turístic

Els sectors més relacionats amb el turisme s'estan digitalitzant més de pressa que la mitjana de l'economia espanyola, però el recorregut encara és ampli, en especial si el comparem amb altres sectors turístics europeus. En els propers anys, serà clau que el sector turístic sigui capaç de posar remei a aquesta situació, mitjançant una aposta clara per la digitalització que contribueixi a millorar la seva capacitat de creixement a llarg termini. El paper dels fons europeus NGEU és una oportunitat per reactivar la inversió en digitalització de les empreses turístiques després de superar dos anys molt difícils per al sector.

Arran de la pandèmia, la digitalització ha guanyat encara més protagonisme en les nostres vides. Els consumidors hem canviat de forma radical la nostra manera de comunicar-nos, de treballar i de consumir. Per la seva banda, el teixit empresarial s'ha adaptat molt ràpidament a aquests canvis i ha accelerat els processos de digitalització amb la implantació massiva del teletreball i amb l'enorme creixement de les vendes *e-commerce*.[14] Aquest procés de transformació és molt necessari per assegurar el creixement a llarg termini de tots els sectors. Les empreses que, en els propers anys, apostin per la digitalització estaran apostant per una estratègia que els farà guanyar productivitat i competitivitat i, per tant, estaran millorant les seves perspectives de forma molt significativa, mentre que les empreses que es quedin enrere poden perdre protagonisme en els propers anys.

Hi ha hagut sectors, com el comerç al detall, que han aconseguit grans avanços durant la pandèmia, mitjançant la incorporació sense precedents de la digitalització en els canals de venda. El sector turístic no ha estat aliè a aquesta dinàmica, tot i que, a causa dels problemes econòmics que ha travessat durant la pandèmia, no ha pogut avançar de manera tan destacable. No obstant això, la recuperació econòmica del sector i l'arribada dels fons Next Generation EU (NGEU) podrien ser un revulsiu perquè el sector pugui continuar avançant cap a la digitalització.

(14) Vegeu «e-commerce: un avanç d'anys en pocs mesos», al nostre *Informe Sectorial de Comerç Al Detall 2021*, i el Focus «La COVID-19 impulsa el teletreball», al nostre *Informe Mensual* del juny del 2020.

Turisme

Situació actual de la digitalització al sector turístic

Per entendre els propers passos de la indústria turística en matèria de digitalització, és necessari entendre l'estat de la qüestió a les empreses del sector. Per poder mesurar la situació del procés de digitalització a les empreses turístiques, utilitzem l'Índex CaixaBank de Digitalització Sectorial (ICDS). El nostre índex ofereix una visió holística del procés de digitalització empresarial i permet identificar les fortaleses i les febleses dels diferents sectors d'activitat en diversos àmbits: actius digitals (capital i recursos humans); profunditat digital de les interaccions amb els clients, amb els proveïdors i amb les Administracions públiques, i intensitat en l'ús de les tecnologies digitals tradicionals i emergents.[15]

Tal com es mostra tot seguit, segons els resultats que ofereix l'ICDS per al 2020, el sector de referència a Espanya és el de tecnologies de la informació i de les comunicacions (TIC), amb un registre de 67 punts sobre 100.[16] Per la seva banda, comerç, allotjament i transport i emmagatzematge (els tres sectors més vinculats al turisme analitzats en l'índex) mostren registres de 48, de 46 i de 42 punts, respectivament, la qual cosa implica una bretxa important amb els sectors més digitals. Cal destacar que, malgrat que cap d'aquests tres sectors més vinculats al turisme destaca de manera significativa, l'evolució entre el 2017 (primer any calculat) i el 2020 ha estat més positiva que en la mitjana, la qual cosa apunta al fet que el sector turístic està millorant la seva posició relativa.

⑮ Vegeu l'Índex CaixaBank de Digitalització Sectorial 2020.

⑯ Per construcció, l'ICDS pot prendre valors entre 0 i 100, ja que cadascun dels 120 indicadors que componen l'ICDS s'ha reescalat en relació amb el seu valor mínim i màxim registrat pels diferents sectors d'activitat dels 28 països membres de la UE entre el 2017 i el 2020. D'aquesta manera, l'ICDS prendria un valor màxim de 100 per a un hipotètic sector d'activitat per al qual tots els 120 indicadors prenguessin el valor de referència màxim. El valor màxim europeu és el sector TIC de Finlàndia, amb 82 punts.

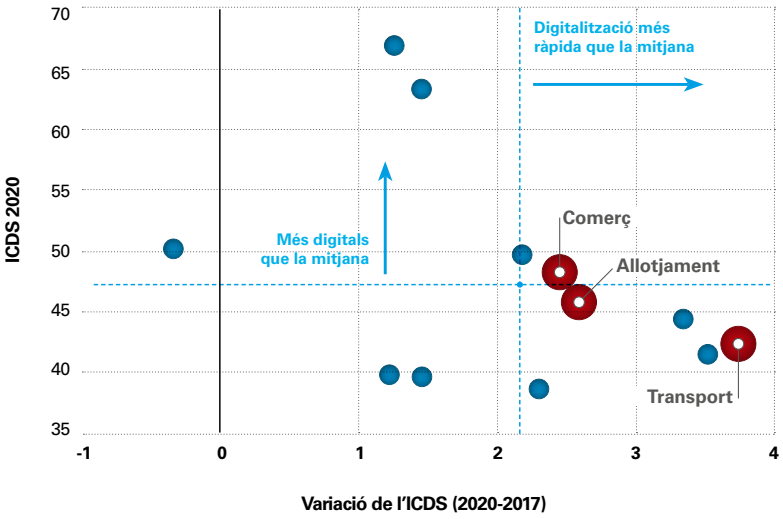
Índex CaixaBank de Digitalització Sectorial (ICDS)

Índex entre 0 (mín.) i 100 (màx.)

RESULTATS DEL 2020

	ICDS 2020
Sector TIC	67
Act. professionals, científiques i tècniques	63
Serveis immobiliaris	50
Finances i assegurances	50
Comerç	48
Serveis d'allotjament	46
Manufactures avançades	44
Transport i emmagatzematge	42
Sector primari	41
Construcció	40
Manufactures bàsiques	40
Indústria agroalimentària	38

POSICIÓ EL 2020 I EVOLUCIÓ DES DEL 2017



Font: CaixaBank Research.

El sector turístic s'està digitalitzant més de pressa que la mitjana de l'economia espanyola, segons ho apunta l'Índex CaixaBank de Digitalització Sectorial

L'ICDS ens possibilita efectuar una anàlisi més fina, gràcies al fet que està compost per diversos pilars i subpilars que il·lustren el nivell de digitalització en camps més concrets. En aquest sentit, si analitzem els pilars de digitalització d'entrades i d'interaccions (vegeu la taula), observem que les empreses del sector turístic destaquen en àmbits concrets. Així, veiem que el sector d'allotjament és una referència en el grau de digitalització de la seva relació amb clients, gràcies al procés de digitalització de la comercialització dels serveis, que, des de fa molts anys, guanya terreny a altres mètodes de comercialització tradicional. En canvi, s'evidencien molts àmbits que necessiten millorar, com la digitalització en la relació amb els proveïdors i amb la banca i la digitalització dels factors de producció (capital i treball).

Desglossament de l'ICDS 2020 per components del pilar d'entrades i del pilar d'interaccions
Índex entre 0 (mín.) i 100 (màx.)

	Digitalització d'entrades		Digitalització d'interaccions			
	Capital	Treball	Proveïdors	Clients	Banca	Adm. pública
Mitjana de tots els sectors	33	40	44	61	51	88
Sector TIC	68	73	81	67	43	93
Comerç	22	35	64	62	51	86
Serveis d'allotjament	15	26	47	93	35	83
Transport i emmagatzematge	17	39	35	55	42	91

Font: CaixaBank Research.

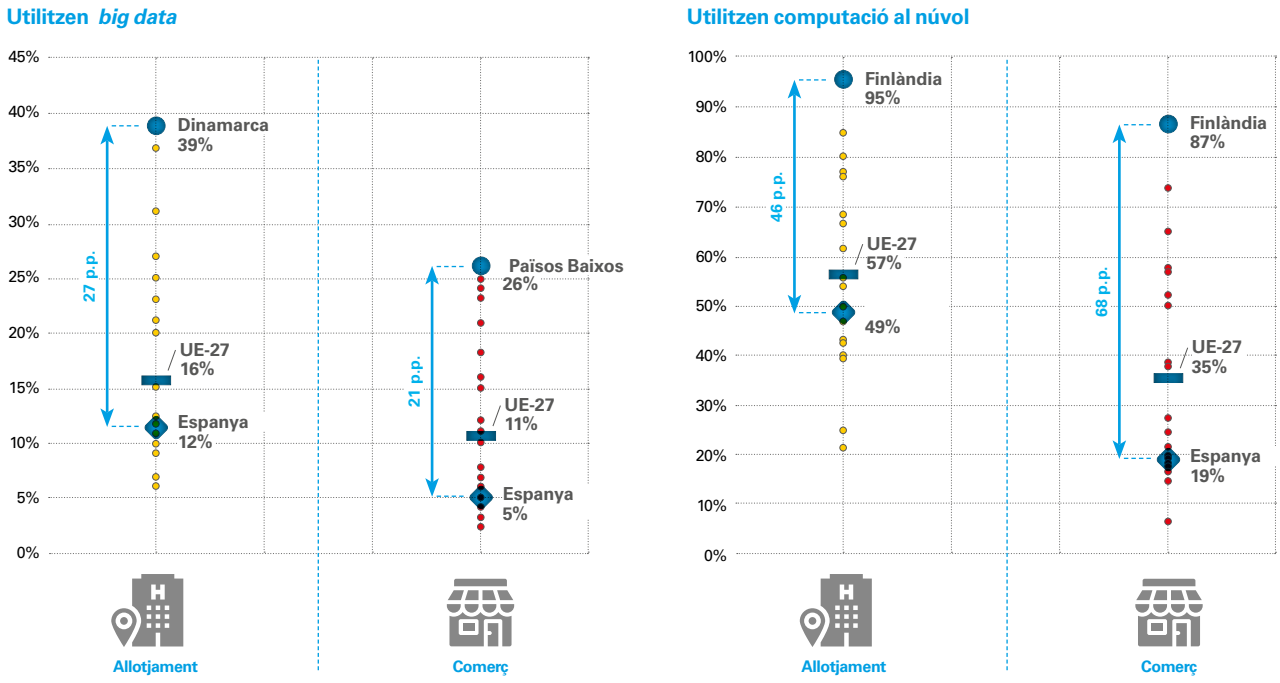
D'aquesta anàlisi emergeix la qüestió de fins a quin punt és necessari que la digitalització del sector turístic avanci en la mateixa mesura que un sector com el de les TIC. Les característiques idiosincràtiques de cada sector poden dictar que la digitalització òptima del capital i del treball pugui variar molt entre sectors. Per entendre millor la bretxa amb la frontera tecnològica de cada sector relacionat amb el turisme, analitzem a nivell internacional quin és el grau de digitalització dels factors de producció i ho fem, en concret, comparant el grau d'utilització de tecnologies digitals avançades als països de la UE per als sectors d'allotjament i de comerç.

Turisme

Tal com es mostra als gràfics següents, la utilització de tecnologies de *big data* i de computació al núvol per part dels sectors espanyols d'allotjament i de comerç se situa per sota de la mitjana de la UE. A més a més, en tots els casos, presenta una bretxa molt àmplia amb la frontera tecnològica (diferència amb el país europeu més digitalitzat), la qual cosa evidencia que, a Espanya, hi ha un marge gran de millora per a les empreses relacionades amb el turisme.

Empreses que utilitzen tecnologies digitals als països de la UE-27

% sobre el total de cada país



Font: CaixaBank Research, a partir de dades d'Eurostat.

El sector d'allotjament és una referència en el grau de digitalització de la seva relació amb els clients, gràcies al procés de digitalització de la comercialització dels serveis

El paper de la digitalització en el futur del sector turístic

Un cop analitzades les fortaleses i les febleses del procés de digitalització al sector turístic, és important entendre què pot oferir a les empreses, ja que la digitalització no és un fi, sinó un mitjà per assolir més competitivitat i més productivitat. En l'àmbit turístic, es poden extreure lliçons del que el sector ha guanyat gràcies a la digitalització de la interacció amb els seus clients, que, segons l'ICDS, ha assolit un nivell molt elevat, principalment arran de l'aparició de les OTA (agències de viatges *on-line*, com Booking o Expedia) i del desenvolupament de la venda directa on-line efectuada per les grans cadenes hoteleres.

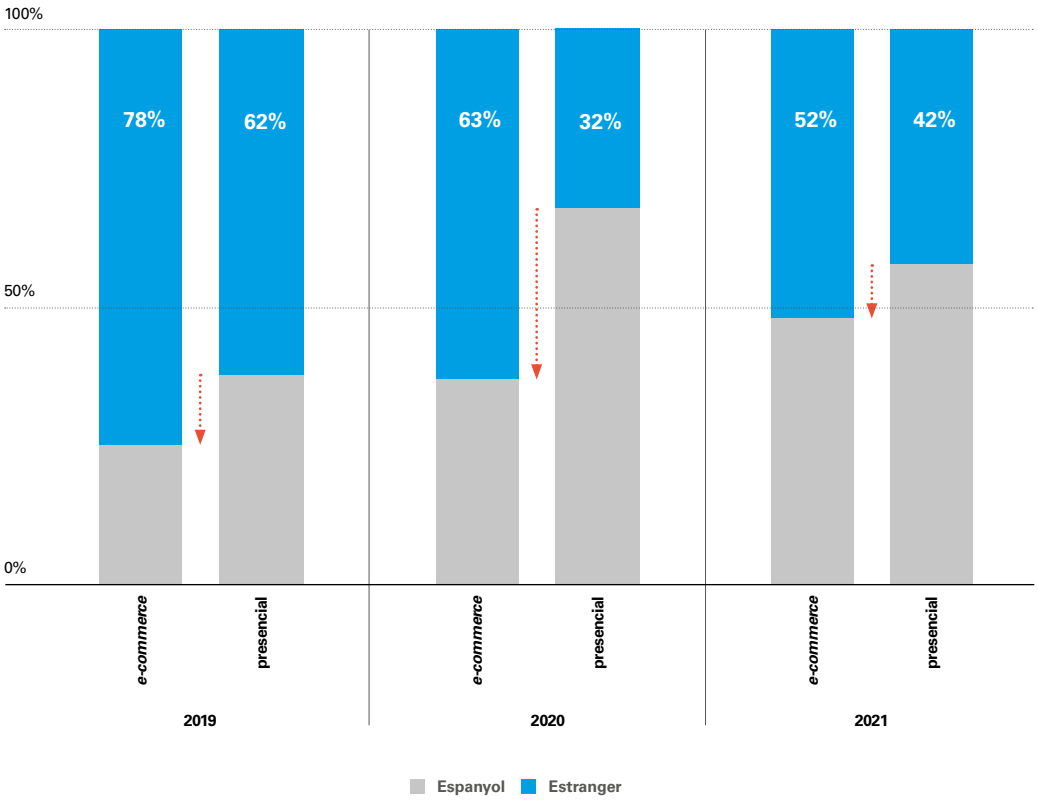
Segons un estudi de Phocuswright, entre el 2014 i el 2019, la facturació per venda d'habitacions d'hotel a la UE efectuada per canals electrònics va mostrar un enorme dinamisme i va créixer a un ritme anual mitjà del 8,1%, en especial mitjançant les OTA, les vendes de les quals van créixer a un ritme de l'11% anual. Això contrasta amb l'evolució més pobra dels canals de venda tradicionals (directa presencial, agències de viatges físiques i turoperadors), que van créixer amb prou feines a un ritme del 0,8% anual. Així, el 2019, el pes de la venda on-line a la UE va assolir el 40% (el 27% OTA i el 13% venda directa *on-line*), la qual cosa indica que, per als turistes, aquests canals de venda s'estan mostrant molt més competitius que els tradicionals. Aquestes tendències es fan encara més evidents si només analitzem les pimes hoteleres, que, entre el 2016 i el 2019, només van registrar creixement en els canals de venda no presencials.

Entre el 2014 i el 2019, la venda *on-line* d'habitacions d'hotel va créixer a un ritme mitjà anual del 8,1%, molt superior al ritme del 0,8% de la venda per canals tradicionals

Turisme

Per a l'oferta, l'aposta pels canals de venda *on-line*, que ofereixen més visibilitat i un accés a un mercat molt més gran, ha estat un model d'èxit per a tota mena de destinacions i d'hotels, sense importar la quantitat de recursos disponibles per invertir en marketing. En altres paraules, els canals de venda digitals fan possible que un hotel petit d'un municipi no eminentment turístic d'Espanya pugui vendre reserves a un turista de qualsevol continent del món. Si analitzem els pagaments als TPV de CaixaBank en comerços hotelers entre el 2019 i el 2021, observem que la probabilitat que un estranger faci una compra en un comerç hoteler és apreciablement major a través del canal *e-commerce*, fins i tot el 2020, quan el volum de turistes estrangers a Espanya va ser el 79% inferior al del 2019, tot i que van efectuar el 63% de la despesa en hotels per canals *on-line*.

Distribució de pagaments als TPV de CaixaBank d'allotjaments en funció de l'origen del turista i del canal de venda
(% sobre la despesa total)



Font: CaixaBank Research, a partir de dades internes de CaixaBank.

La digitalització de la venda de serveis turístics ja està relativament avançada i confirma l'enorme potencial que amaga la digitalització en termes de millores de competitivitat i de productivitat. No obstant això, segons els resultats de l'ICDS analitzats en aquest article, hi ha altres àmbits que encara presenten un marge de millora molt gran (relacions B2B, inversió en capital tecnològic, major ús d'analítica de dades, etc.) i que podrien ser claus per al futur del sector. Per avançar en la digitalització d'aquests punts febles, serà necessari que les empreses del sector inverteixin definitivament en la digitalització.

Entre el 2019 i el 2021, la probabilitat que els pagaments en hotels els efectués un turista internacional va ser més gran als canals de venda *e-commerce*

En aquest procés, no sortiran guanyant tots els actors del sector turístic. Els sectors tradicionals amb menys capacitat de digitalitzar-se podrien perdre pes i deixar espai per a les empreses que desenvolupin els canals digitals. Segons la nostra anàlisi, els principals guanyadors de la digitalització podrien ser: (i) les empreses turístiques més petites, amb més potencial de millora de l'eficiència que les grans empreses; (ii) les empreses que ofereixin serveis diferenciats, en un context en què la venda *on-line* proveeix abundants opcions per al comprador, i (iii) els turistes, que tindran accés a més serveis, més personalitzats i a preus més competitius.

El paper dels NGEU en la digitalització del sector turístic

Com s'ha apuntat més amunt en aquest article, el desenvolupament de la digitalització exigeix inversions importants. No obstant això, la crisi produïda per la pandèmia ha limitat de forma considerable la capacitat d'inversió de les empreses turístiques. En aquest context, el paper dels fons europeus NGEU a través del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR) podria ser clau. El sector turístic espanyol apareix al PRTR a través de la política de «Modernització i digitalització del teixit industrial i de la pime, recuperació del turisme i impuls a una Espanya Nació Emprenedora», on el component 14 traça un Pla de Modernització i Competitivitat del Sector Turístic. Malgrat tot, la partida pressupostada per a la digitalització del sector turístic dins el component 14 del pla és, només, de 337 milions d'euros, una xifra que sembla molt limitada si tenim en compte la magnitud del sector turístic, que, el 2019, va assolir un PIB turístic de 154.000 milions d'euros (la inversió en digitalització seria del 0,2% del PIB turístic del 2019).

Els fons NGEU pressupostats per a la digitalització del sector turístic són limitats, però podrien ser una palanca de reactivació per a la inversió privada en digitalització

Turisme

Els objectius del Pla de Transformació Digital del sector turístic del PRTR s'han enfocat cap al desenvolupament de plataformes digitals que afegeixin valor o que siguin una palanca de creixement per al sector. Així, les tres principals línies d'actuació seran:

- Inversió en el desenvolupament de les destinacions intel·ligents per potenciar les marques turístiques d'Espanya.
- Desenvolupar un sistema d'intel·ligència turística per a les Administracions públiques i per a les empreses del sector que reculli dades de les pròpies empreses i dels organismes de tota la cadena de valor.
- Inversió en projectes i en iniciatives noves que impliquin solucions digitals per al sector (desenvolupament d'aplicacions, plataformes col·laboratives, etc.).

En conclusió, ateses les febleses identificades en aquest article en el procés de digitalització del sector turístic, les línies definides pel pla són molt encertades. Malgrat que estimem que la dimensió dels recursos assignats en el PRTR per a aquestes iniciatives és petit, sí que preveiem que tindran un efecte palanca per reactivar iniciatives privades d'inversió en digitalització que es van deixar de banda després de la irrupció de la COVID-19. Sigui com sigui, el sector turístic haurà de reprendre el camí previ a la pandèmia i tornar a invertir amb força en la seva transformació i, en especial, en la seva transformació digital.

Principals indicadors del sector turístic

Percentatge de variació en relació amb el mateix període de l'any anterior, llevat que s'indiqui el contrari

	Mitjana 2000-2007[1]	Mitjana 2008-2014[2]	Mitjana 2015-2019[3]	Mitjana 2020	2021[4]	Tendència[5]	Data de l'última dada
Indicadors d'activitat							
PIB total	3,4	-1,3	2,6	-10,8	2,7		3T 2021
PIB turístic	1,7	-0,7	4,6	-65,1	-		2020
Mercat laboral							
Afiliats total	3,5	-2,3	4,1	-2,2	4,5		nov-21
Afiliats al sector turístic	4,4	-1,0	4,0	-10,1	-0,4		nov-21
Serveis d'allotjament	4,9	-0,8	4,9	-19,2	-3,4		nov-21
Serveis de menjars i begudes	4,6	0,9	4,0	-11,1	-0,7		nov-21
Agències de viatges/operadors turístics	5,6	-2,8	5,7	-10,6	-13,0		nov-21
Altres serveis turístics	4,1	-3,1	3,6	-5,7	1,6		nov-21
Balança de pagaments							
Ingressos per turisme (% del PIB)	4,7	4,6	5,6	1,4	4,5		3T 2021
Pagaments per turisme (% del PIB)	1,2	1,2	1,7	0,7	1,2		3T 2021
Saldo turístic (% del PIB)	3,6	3,4	3,9	0,8	3,3		3T 2021
Indicadors de demanda turística							
Turisme internacional							
Nombre de turistes internacionals	3,8	2,2	5,2	-77,4	402,7		oct-21
Procedència: Regne Unit	-	4,6	3,5	-82,5	544,1		oct-21
Procedència: Alemanya	-	5,7	1,6	-78,6	1.013,5		oct-21
Procedència: França	-	11,1	1,4	-65,2	96,8		oct-21
Procedència: Itàlia	-	14,1	4,8	-79,1	472,9		oct-21
Procedència: Estats Units	-	1,2	15,8	-87,9	1.438,4		oct-21
Procedència: Resta d'Europa	-	-	7,6	-77,5	478,4		oct-21
Procedència: Fora d'Europa	-	-	13,0	-79,2	568,0		oct-21
Despesa total dels turistes internacionals	5,4	3,3	6,8	-78,5	546,3		oct-21
Durada mitjana (dies)	-	-	7,6	6,6	7,8		oct-21
Despesa mitjana diària per persona (€)	-	-	141,7	104,0	140,0		oct-21
Turisme domèstic							
Pernoctacions	-	-	0,1	-30,6	56,9		juny-21
Durada mitjana (dies)	-	-	3,5	4,3	2,8		juny-21
Despesa mitjana diària per persona (€)	-	-	51,2	40,5	56,6		juny-21
Indicadors d'oferta hotelera							
Nombre de places hoteleres ofertes	3,3	1,2	1,3	-51,2	82,4		oct-21
Categoria: 4 o 5 estrelles	9,7	3,6	3,0	-53,4	108,0		oct-21
Resta de categories	0,2	-0,8	-0,4	-48,7	57,6		oct-21
Grau d'ocupació hotelera (punts percentuals)	-0,4	0,2	1,2	-31,9	31,9		oct-21
Categoria: 4 o 5 estrelles	-0,6	0,6	0,7	-36,0	35,5		oct-21
Resta de categories	-0,5	-0,5	1,4	-27,2	26,8		oct-21
Tarifa mitjana diària (ADR[6])	-	0,2	4,1	-28,7	39,0		oct-21
Categoria: 4 o 5 estrelles	-	-0,8	4,1	-25,7	30,1		oct-21
Resta de categories	-	0,4	3,2	-31,6	42,2		oct-21
Ingressos per habitació disponible (RevPAR[7])	-	0,6	6,9	-60,0	225,7		oct-21
Categoria: 4 o 5 estrelles	-	0,4	5,6	-60,0	230,4		oct-21
Resta de categories	-	-1,3	7,6	-57,8	171,4		oct-21

Notes: 1. Per als indicadors nombre de turistes internacionals i despesa total dels turistes internacionals, la mitjana correspon al 2004-2007. 2. Per a l'indicador nombre de turistes internacionals per procedència, la mitjana correspon al 2013-2014. 3. Per a l'indicador de pernoctacions domèstiques, la mitjana correspon al 2016-2019. 4. Última dada disponible per a l'any 2021. 5. El sol indica un creixement superior a la mitjana 2015-2017 menys 1/4 de desviació estàndard; el sol amb núvol indica un creixement superior a la mitjana 2015-2017 menys una desviació estàndard; el núvol indica un creixement negatiu o un creixement superior a la mitjana del 2015-2017 menys dues desviacions estàndard, i la pluja indica un creixement inferior a la mitjana 2015-2017 menys dues desviacions estàndard. 6. ADR indica *Average daily rate*. 7. RevPar indica *Revenue per available room*.

Font: CaixaBank Research, a partir de dades de l'INE, del Ministeri de Treball, Migracions i Seguretat Social i del Banc d'Espanya.

CaixaBank Research

L'*Informe Sectorial* i la resta de publicacions de CaixaBank Research estan disponibles a la web: www.caixabankresearch.com. Mitjançant els nostres estudis, intentem estimular el debat i l'intercanvi d'opinions entre tots els sectors de la societat i afavorir la divulgació dels temes clau de l'entorn socioeconòmic del nostre temps.

INFORME MENSUAL
Anàlisi de la conjuntura econòmica espanyola, portuguesa, europea i internacional i de l'evolució dels mercats financers, amb articles especialitzats sobre temes clau de l'actualitat.

IS IMMOBILIARI
Seguiment semestral del sector immobiliari espanyol, a partir de l'anàlisi dels principals indicadors econòmics i del *big data.*

INFORME DE CONSUM
Anàlisi de la recuperació del consum a Espanya el 2021, un cop superat l'impacte de les restriccions a causa de la pandèmia.

IS AGROALIMENTARI
Seguiment semestral del sector agroalimentari espanyol, a partir de l'anàlisi dels principals indicadors econòmics i del *big data.*

IS INDÚSTRIA MANUFACTURERA
Seguiment de la indústria manufacturera espanyola i del sector de l'automòbil, a partir de l'anàlisi dels principals indicadors econòmics.

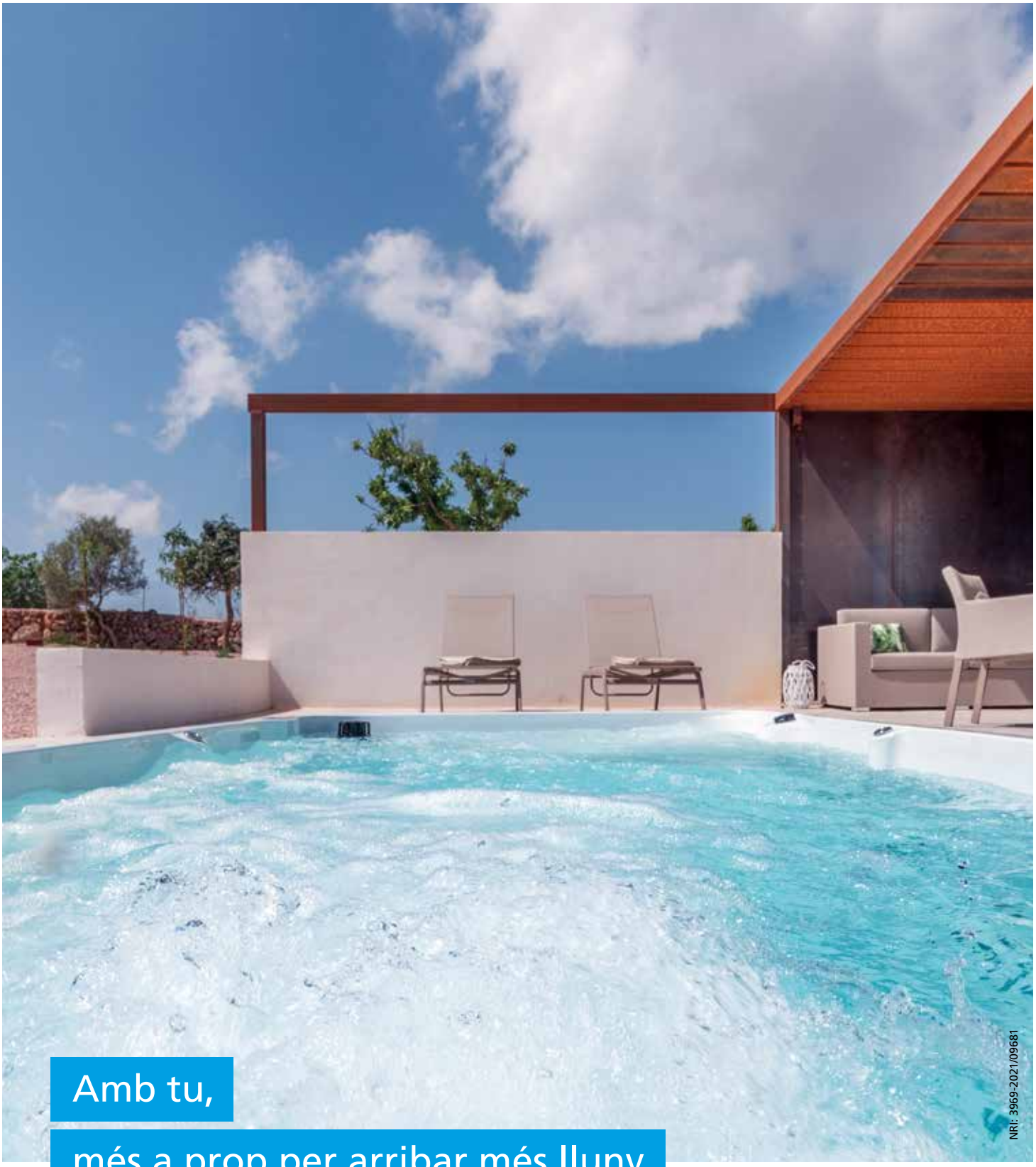
IS COMERÇ AL DETALL
Seguiment del comerç al detall a Espanya, amb èmfasi en les perspectives del consum, de l'*e-commerce* i de la inversió immobiliària al detall.

ICDS 2020
Índex que mesura el grau de digitalització de les empreses espanyoles en relació amb la frontera tecnològica europea.

www.caixabankresearch.com research@caixabank.com @CABK_Research Newsletter

L'*Informe Sectorial* és una publicació de CaixaBank Research que conté informacions i opinions procedents de fonts que considerem fiables. Aquest document té un propòsit merament informatiu, de manera que CaixaBank no es fa responsable en cap cas de l'ús que se'n pugui fer. Les opinions i les estimacions són pròpies de CaixaBank i poden estar subjectes a canvis sense notificació prèvia. Es permet la reproducció parcial de l'*Informe Sectorial* sempre que se citi la font de manera adequada i sigui remesa una còpia a l'editor.

© CaixaBank, S.A., 2022



Amb tu,

més a prop per arribar més lluny

Ara més que mai, és el moment de reactivar el sector hoteler i turístic, i a CaixaBank et volem acompanyar en aquest camí amb tot allò que necessitis. Per fer-ho, posem a la teva disposició una oferta de productes i serveis específics que s'adapten a cada circumstància, com també l'ajuda de professionals experts en el sector que seran ben a prop teu, per donar suport i acompanyar el present i el futur del teu establiment.

NRI: 3969-2021/09681

CaixaBank
Hotels & Tourism

CaixaBank
Research