

Valoración empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2016 y perspectivas para el segundo trimestre y conjunto de 2016

COMUNICADODEPRENSA – Madrid, 19 de abril de 2016

Valoración turística empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2016

- El PIB turístico acelera su crecimiento en el primer trimestre de 2016 hasta el 4,3%, lo que supone 10 trimestres consecutivos por encima del 3,0%, intensificar su dinamismo (desde el 3,9% del IVTr de 2015) frente a la ralentización de la economía española y consolidarse como el principal motor de su crecimiento.
- 2016 registra el mejor inicio en afluencia de los últimos 15 años, elevando la confianza empresarial que mide el Índice de Confianza de EXCELTUR hasta sus valores máximos (+48,3) y permitiendo que el sector turístico lidere la creación de empleo en España, con 88.974 afiliados nuevos a finales del mes de marzo (+6,5% respecto a marzo de 2015).
- La demanda extranjera hacia España vuelve a repuntar con notable intensidad beneficiada por la extensión de la inestabilidad geopolítica hacia Turquía (atentados de Estambul en enero y en Ankara en febrero y marzo); La suma de Egipto, Túnez y Turquía pierden 870 mil turistas extranjeros sólo en enero y febrero (-19% interanual), mientras España gana 799 mil (+12,5%) en el mismo período.
- La ganancia en afluencia turística extranjera no se traslada a los ingresos que revierten a España por cada turista, que vuelven a caer de forma notable por 34 mes consecutivo (un -8,9% en enero), cuestionando los principios de un modelo de crecimiento basado en el mero volumen, que empieza a generar problemas de saturación y contestación ciudadana en algunos destinos.
- El consumo turístico de los españoles intensifica su recuperación en los primeros meses de 2016, a pesar de la incertidumbre política y el retroceso en sus niveles de confianza. El crecimiento de todos los indicadores disponibles de demanda española se sitúa por encima del 10% en los dos primeros meses de 2016, según las fuentes oficiales disponibles. El positivo balance empresarial de la Semana Santa, donde el 77,4% de las empresas turísticas mejoraron sus ventas y el 75,5% sus resultados, confirma el mantenimiento de esta tendencia en el mes de marzo.
- Los hoteles de la costa, principalmente los canarios en plena temporada alta, y los hoteles urbanos (donde el REVPAR crece un 19,9%) junto con los principales museos y monumentos, los parques de ocio y las estaciones de esquí presen tan el mejor balance empresarial en este primer trimestre del año.
- Madrid, Canarias, Barcelona y San Sebastián a la cabeza del sector turístico en este primer trimestre de 2016, con muy buenos resultados en Baleares, Andalucía, Galicia y Castilla – La Mancha, dentro de un inicio de 2016 en general muy positivo en todas las comunidades autónomas españolas.

Perspectivas para el segundo trimestre y revisión del PIB turístico para 2016

- En un contexto geopolítico muy favorable, los empresarios turísticos afrontan el segundo trimestre del año con muy buenas perspectivas: el 66,4% anticipan una mejora de ventas y el 50,2% de los resultados, respecto a los buenos registros alcanzados en el segundo trimestre de 2015.
- En función del nuevo reflujo de demanda extranjera y a pesar de la revisión a la baja del crecimiento del conjunto de la economía española en 2016 realizada por el Gobierno de España y el FMI hasta el 2,7%, desde EXCELTUR revisamos al alza nuestras perspectivas de crecimiento del PIB Turístico para el conjunto de 2016, que estimamos cierre con un incremento del +3,8%, consolidando una vez más el papel de locomotora de la recuperación económica del sector turístico español.

Reflexiones ante el escenario político y los nuevos retos del sector turístico español

- El notable ritmo de crecimiento de actividad turística que anticipamos igualmente al alza para el cierre del 2016, sigue resultando de los cada día más intensos flujos de demanda turística prestada, por inseguridades derivadas de adversidades geopolíticas en terceros países.
- Por ello queremos alertar de los nuevos retos de una estrategia que siga basándose en el mayor crecimiento de afluencia, sin mejorar la derrama del turista, por el creciente predominio de servicios asociados a los de menor gasto promedio. Ello genera diversos desequilibrios en los destinos, impactando sobre la sostenibilidad del modelo turístico español y le alejan de la imprescindible complicidad ciudadana.
 - Ya no podemos seguir creciendo desenfundadamente en volumen, saturando/superando las capacidades de carga de algunos destinos, con unas contrapartidas además menguantes en cuanto al ingreso medio que nos deja cada turista en muchos de ellos.
 - No se puede seguir aceptando bajo la complacencia y/o la inanición de las instituciones competentes, los acelerados desequilibrios competitivos, regulatorios y en garantías del consumidor, entre los que rigen a los servicios turísticos reglados y los aplicables a los etiquetados como colaborativos, que tratan de eximirse de cualquier responsabilidad o control normativo.
 - No se puede permanecer más tiempo impávidos sin abordar con visión de medio plazo, las más estrechas medidas de consenso público-privadas (no unilaterales) para paliar una creciente preocupación ciudadana en ciertos destinos turísticos de éxito, ante las externalidades negativas que perciben en su entorno, y en otros ámbitos socioeconómicos, que definen su calidad de vida.

URGENCIA EN LA FORMACION DE UN NUEVO GOBIERNO SOLIDO QUE APUESTE POR EL SECTOR: EL TURISMO NO CAMINA SOLO Y MENOS CUANDO EN CUALQUIER MOMENTO, PUEDA REMITIR EL INUSUAL E INTENSO VIENTO A FAVOR

Se hace urgente e imprescindible la más rápida formación posible de un gobierno estable que consolide el proceso de recuperación y la confianza internacional en España, priorizando al turismo como punta de lanza, reforzando su peso y su valor estratégico para asegurar esa recuperación, abordando diversas políticas pendientes y retos transversales que en muchos casos van más allá del propio sector turístico:

- **Echamos a faltar que no se haya introducido referencia alguna en las hojas de ruta y/o documentos para respaldar pactos de legislatura que los diversos partidos han hecho públicos en estas últimas semanas** sobre un sector de capital importancia y que año tras año está demostrando especialmente en estos últimos, su capacidad tractora sobre la economía y el empleo.
- **Ante los posibles efectos que anticipábamos a principios de año**, por un impasse en la formación de gobierno, que podían llegar hasta unos 900 millones de Euros de menor actividad turística, **este informe, si bien no revela caídas de consumo interno, si evidencia la ralentización en inversiones por parte de un 20% de los empresarios turísticos**. Ello supone un indeseado retraso ante los obligados retos de mejora de calidad y reposicionamiento de producto, para avanzar hacia nuevos modelos turísticos diferenciales, que permitan crecer con un mayor valor añadido diferencial y una mayor empatía social.
- **Solicitamos que el encaje de las máximas responsabilidades turísticas en el nuevo Gobierno (Como mínimo una Secretaria de Estado) no se inserten en Macro ministerios -como el actual- donde además en épocas de bonanza, se diluyen sus retos y su relevancia**. Abogamos por su encaje en un Ministerio con visión transversal e influencia sobre los múltiples ámbitos de la Administración que inciden sobre el turismo: Idealmente la propia Presidencia del Gobierno o el Ministerio de la Presidencia.
- **Sugerimos que una de las primeras medidas del nuevo Gobierno sea coordinar e impulsar una mayor prioridad y convergencia posible de Políticas turísticas a nivel autonómico**, que nuestro último informe de Competitividad regional MONITUR 2014, ponía en evidencia que habían caído tanto en cuanto a su relevancia, como a los recursos asignados.

VISION DE EXCELTUR SOBRE EL INFORME PROVISIONAL DE LA CNMC SOBRE LA ECONOMIA COLABORATIVA Y EL TURISMO:

Lamentamos la publicación de un informe que aun siendo provisional y sujeto a consulta, no ha podido concitar por su ligereza, un rechazo y alegaciones contrarias más generalizadas entre las administraciones (Central, Autonómica y local) y el propio sector turístico. Tan solo las plataformas colaborativas parecerían resultar favorecidas ante el insólito planteamiento implícito de la CNMC, que se derivaría si la llamada economía colaborativa, solo debiera atenerse al exiguo y ambiguo marco que regula la "Sociedad de la Información" y eximirse del turístico.

El informe acusa una notable falta de rigor y sorprendente sesgo en pro de una total desregulación turística "de facto", para la denominada economía colaborativa, bajo razonamientos teóricos y sin apenas fundamentos sólidos ni contraste alguno, de los múltiples efectos que causaría sobre el exitoso modelo turístico español, del que el informe y sus autores, parecen adolecer de un profundo desconocimiento.

Por otro lado, no se pueden generalizar las premisas y/o conclusiones que amparen tratamientos regulatorios o exenciones similares para los diversos subsectores turísticos como apunta el informe. Poco tiene en común la casuística que incide sobre el transporte urbano y las externalidades que afectan al alojamiento. Tampoco es aceptable presentar equívocamente a la opinión pública para tratar de descalificar, lo que es un claro y riguroso debate técnico en el seno del Consejo de la CNMC sobre un informe poco sostenible en sus términos actuales, como una lucha de bandos ante un tema estratégico, sesgada por la supuesta sumisión de algunos de los consejeros, al gobierno en funciones.

Por todo ello, sin cuestionar el espacio que puedan merecer unos nuevos actores y modelos de negocio, que en el ámbito turístico no son tan disruptivos respecto de otros ya vigentes para la oferta reglada, confiamos que en el proceso de revisión de este informe por el Consejo de la CNMC prime el rigor y el sentido común. Es decir, no se favorezcan situaciones arbitrarias de competencia desleal, evitando la sujeción regulatoria, sobre todo a unas plataformas de prescripción/intermediación, que deben corresponsabilizarse en velar que se cumplan las normas que han hecho del turismo el principal sector locomotora de este país y de España un líder turístico de referencia mundial. (Y no se trata solo de pagar impuestos y/o recaudar tasas turísticas adicionales).

NOTA: En el enlace www.exceltur.org puede descargarse el informe *Perspectivas Turísticas Completo*
