

Valoración empresarial del primer trimestre de 2017 y perspectivas para la Semana Santa, el segundo trimestre y conjunto de 2017

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 6 de abril de 2017

Valoración turística empresarial del primer trimestre de 2017

- La actividad turística mantiene su fortaleza en el inicio de 2017; el PIB turístico crece un 4,1% en el primer trimestre, encadenando 14 trimestres consecutivos con crecimientos superiores al 3,0%, lo que sitúa la confianza de los empresarios en un valor de 39,7, 42,8 puntos por encima del valor resultante de la confianza del conjunto de los empresarios españoles.
- La demanda extranjera es el principal impulsor del crecimiento de la actividad turística en este período, gracias al mantenimiento del insólito crecimiento en afluencia (+11,3), en un contexto donde se desacelera el incremento de la demanda hotelera (+5,6%) compensada por una notable mejora en sus precios, que permite un positivo aumento en los ingresos por turista (+3,1%).
- Se intensifica a ritmos del 38,7% el crecimiento de los turistas que utilizan la vivienda de alquiler turístico mayormente en situación irregular, con una incidencia en aumento sobre el acceso a la vivienda en un número creciente de ciudades españolas. Se trata de un perfil cuyo gasto por turista desciende un -10,7% en el acumulado enero-febrero, mientras el hotelero se incrementa un 3,1%.
- El Brexit sigue sin afectar al mercado británico hacia España (+14,6% en turistas, +5,7% en pernoctaciones hoteleras, +20,3% en gasto total, +5,0% gasto medio por turista y +6,6% en gasto medio diario en el acumulado ene-feb), mientras muestran síntomas de clara recuperación Rusia (+14,2% en turistas y +18,3% en pernoctaciones hoteleras) y los mercados de larga distancia (EE.UU. Japón y Latinoamérica) gracias al aumento de conexiones aéreas.
- La demanda turística española muestra síntomas de debilidad en sus viajes por España (-5,5% en pernoctaciones en alojamiento reglados y -7,4% en pernoctaciones hoteleras en el acumulado enero-febrero), mientras crece de forma notable el gasto de viajes al exterior (+21,7%). Se espera una recuperación para el segundo trimestre del año, según se desprende de las expectativas empresariales para la Semana Santa; el 94,7% de las agencias de viajes esperan vender más que en la Semana Santa de 2016.
- Por cuarto año consecutivo, las empresas turísticas españolas registran en el primer trimestre una mejora de sus ventas (en el 62,9% de las mismas) y sus resultados (en el 46,5%). Los hoteles urbanos (el 56,8% mejoran ventas y el 49,1% resultados) y los vacacionales (el REVPAR sube un +9,2% interanual que explica que el 47,2% mejore ventas y el 43,6% resultados en el primer trimestre los sectores más favorecidos por el inicio de 2017).
- Canarias, Madrid y los principales destinos urbanos andaluces (Sevilla, Málaga, Cádiz y Granada), y valencianos (Valencia y Alicante) revelan el mejor balance empresarial en los tres primeros meses de 2017, gracias a aumentos en los ingresos superiores al 10%.

Perspectivas para la Semana Santa, el segundo trimestre y revisión del PIB turístico para 2017

- Los empresarios turísticos esperan una Semana Santa muy positiva impulsado por la recuperación de la demanda española; el 85,3% anticipan incrementar sus ventas y el 84,3% sus resultados respecto a la buena Semana Santa de 2016, con más del 50% de las agencias de viajes y las empresas de transporte que esperan que los incrementos superen el 5%.
- Las expectativas para el conjunto del segundo trimestre del año de 2017 son igualmente muy positivas. El adelanto de la temporada en buena parte de destinos vacacionales y el positivo devenir en las ciudades y algunos destinos del norte explican que el 66,8% de las empresas turísticas españolas vuelvan a incrementar sus ventas esta primavera respecto a la primavera de 2016 y al 47,7% le permita mejorar sus resultados.
- En base al desempeño turístico evidenciado en los primeros meses de 2017, las positivas expectativas empresariales para el segundo trimestre y el escenario macroeconómico y de condicionantes exógenos favorable a España, revisamos al alza en 0,3 puntos porcentuales hasta el +3,5% el crecimiento del PIB turístico para el conjunto de 2017.

**Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org**

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

- a) Salvo alguna medida previa en favor del Turismo (reducción de tasas aeroportuarias) y la bajada del IVA de espectáculos en vivo y discotecas, **los presupuestos generales, si bien de aprobarse, mandaran una clara señal y positiva señal sobre la estabilidad de la acción del gobierno de España, resultan un claro desaire para el turismo. De hecho, no reflejan apenas prioridad alguna en clave de favorecer su competitividad y su crecimiento, que resulta clave consolidar de cara al futuro, para seguir asegurando su capacidad de contribuir a la recuperación y el empleo**

La crítica al presupuesto se extiende no solo a las ridículas partidas hoy directamente asignadas a la Secretaria de Estado de Turismo/TURESPAÑA, que incluso vuelven a bajar (*en términos prácticos apenas superan la exigua cantidad de 100 Millones de Euros: el resto son préstamos a devolver*), sino que también bajan las partidas en otros Ministerios que inciden sobre la mejora de la competitividad/regeneración de destinos. Como ejemplo de ello, son las dotaciones del M^o de Fomento, bajando su presupuesto entre otros para Costas/Medioambiente, Rehabilitación de viviendas, si bien asignando fondos para inversión en aeropuertos, que no deja de ser una autofinanciación del propio sector por el tirón de la temporada turística y tráficos conexos en 2016, (*Un 50% de los resultados de ENAIRE*)

- b) **Confiamos por el contrario, que la falta de dotaciones económicas no sea óbice, para asumir un mayor compromiso transversal del Gobierno en favor de la evolución del sector, reflejado en un potente discurso cualitativo y con visión de medio plazo, apoyado en unas nuevas y decididas políticas de Estado en favor del turismo.** Todas ellas, lideradas por el ministro y la Secretaria de Estado de Turismo (con la implicación clave del Secretario de Estado de Agenda Digital), y con la mayor colaboración de las CCAA y del sector privado, en torno a tres grandes ámbitos:

- i. **Una nueva y urgente Política de Estado, coordinada al máximo con las CCAA que están deseosas de ello, para abordar los graves y crecientes problemas y externalidades ciudadanas, derivadas del irregular y cada día más descontrolado arrendamiento de las viviendas turísticas** y otros modelos amparados en el eufemismo" de colaborativos", que afectan a la movilidad en los destinos, y que, en ciertos ámbitos, inducen una progresiva antipatía social hacia el turismo.

Ello exige ajustes en el articulado de ciertas leyes nacionales vigentes y la aplicación más decidida, rigurosa y adecuada de las mismas, para evitar las tibiezas o contradicciones institucionales del pasado y/o las impunidades ante el descarado incumplimiento que hacen gala algunos prescriptores/ intermediarios clave para la expansión y autorregulación de este cada día mayor negocio sumergido. A ellos, es indefectible poderles exigir con toda la fuerza legal, como a las empresas de los otros sectores, su obligada corresponsabilidad y control previo del cumplimiento de la ley. (*que excede del mero acatamiento de sus obligaciones fiscales y las de los propietarios de los inmuebles que arriendan/intermedian y que hoy no declaren*)

Urge por ello, convocar una pronta Conferencia sectorial con los máximos responsables de turismo de las diversas CCAA y una reunión del Consejo Español del Turismo que integran al máximo nivel, la diversidad de agentes públicos, privados y sociales que inciden sobre el sector.

- ii. **Una decidida apuesta en favor de la rehabilitación/gradual reconversión integral de destinos turísticos de primera generación del litoral español, que abarque el conjunto de la legislatura.** Supone recuperar y abanderar desde el Gobierno un potente discurso transversal aunando y coordinando los recursos y capacidad normativa que compete a los diversos ministerios con capacidad inversora/ transformador (Fomento, Hacienda, Industria & Turismo, Medioambiente, etc.) con los de las CCAA y unas entidades locales implicadas, con una mejor financiación.

Las pautas a seguir se deben basar en los nuevos posicionamientos de futuro más competitivos para el sector turístico español, y más deseables en cada caso y región de España según sus peculiaridades, que aseguren de manera sostenible la mayor rentabilidad social y económica a medio-largo plazo, con la mayor complicidad y capacidad de acogida de sus ciudadanos hacia el turista y el turismo.

- iii. **BREXIT: Un atento seguimiento del proceso de desconexión del Reino Unido de la Unión Europea,** donde si bien a corto plazo en 2017 no se anticipan efectos negativos notables para el conjunto del sector turístico español, es obligado un estrecho y muy atento seguimiento del Gobierno en el proceso negociador europeo para velar por las mejores condiciones, que garanticen los mayores flujos turísticos futuros de británicos a España.