



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 88

ABRIL 2024

**VALORACIÓN TURÍSTICA EMPRESARIAL
DEL IT DE 2024, PERSPECTIVAS PARA
EL IIT DE 2024 Y CIERRE DE AÑO**



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

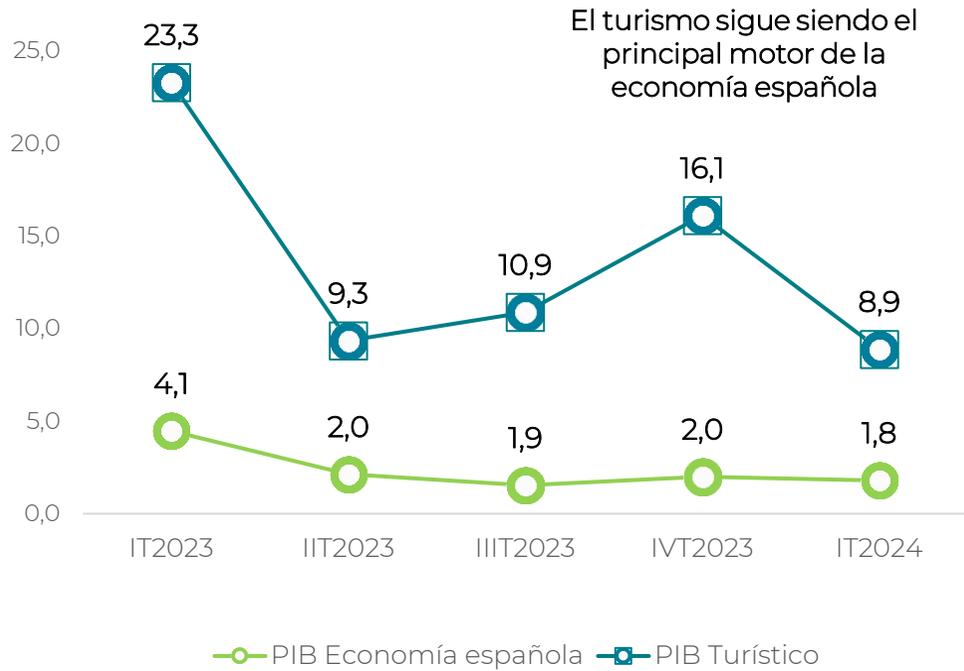
**BALANCE EMPRESARIAL DEL IT
DE 2024 Y LA SEMANA SANTA**

01 El sector turístico español mantiene en el inicio de 2024 el positivo desempeño con el que concluyó 2023, registrando un notable crecimiento interanual de la actividad (PIB turístico) del +13,8% nominal (+8,9% real), sustentado sobre la fortaleza de la demanda extranjera y una demanda nacional en tendencia a la normalización, tras una Semana Santa adelantada.

La actividad turística cierra el primer trimestre con un notable crecimiento del +13,8% nominal del PIB (+8,9% real), dando continuidad al dinamismo con que cerró 2023, explicado principalmente por el fuerte aumento del gasto de los extranjeros, en un contexto climatológico muy favorable (salvo durante la Semana Santa) y un calendario propicio, con el mes de febrero bisiesto y la celebración de la Semana Santa a finales de marzo. Con todo ello, **el PIB turístico en términos reales (+8,9%) continúa creciendo durante el Itr muy por encima de la economía española (1,8%), ejerciendo de su principal motor económico.**

Principales claves del positivo ITr de 2024

Variación real del PIB turístico vs economía española (*)
Tasa de variación interanual (en %)
Fuente: Exceltur (abr24), CNTR (INE), Consensus Forecast (mar24)



- Continuidad de la intensidad viajera de los consumidores, sostenida sobre la prevalencia por viajar sobre otros bienes de consumo duradero y las mayores posibilidades derivadas de la mayor flexibilidad en la organización del trabajo.
- Gran comportamiento de la demanda extranjera en términos de gasto en destino, resultado del positivo desempeño de los destinos vacacionales, con Canarias a la cabeza en su temporada alta, favorecido por la guerra en Gaza, y el tirón de las ciudades, por la combinación de la respuesta de mercados europeos y de larga distancia americanos, junto con la vuelta de los asiáticos, especialmente de China.
- Tendencia a la normalización del crecimiento de la demanda española, tras una ligera desaceleración en los dos primeros meses de año, más alineada con el resto de indicadores de consumo.
- Gran comportamiento del segmento de reuniones y congresos, impulsados por el dinamismo empresarial y el creciente posicionamiento de las ciudades españolas como sede de la organización de eventos de relevancia internacional.
- Apertura de nuevas propuestas de la cadena de valor turística (por inversión en reposicionamiento y mejora de producto) de mayor valor añadido hacia segmentos de demanda de mayor gasto asociado, que se traslada a un aumento más atenuado en precios, favoreciendo un mejor balance en términos de ingresos que de afluencia.

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

02 Las empresas turísticas mantienen su compromiso con la creación de un mayor y mejor empleo en 2024. En marzo, el número de afiliados en ramas turísticas se situaba un +5,3% por encima de marzo de 2023, los que supone 106 mil empleados más, impulsados por el sector del alojamiento (+9,2%), las agencias de viajes (+7,8%) y el transporte aéreo (+11,4%).

El sector turístico sigue creando empleo con intensidad (+5,3% interanual, los afiliados en marzo), doblando los ritmos del resto de sectores de la economía española (+2,6%). Con ello, el sector turístico español ya se sitúa en creación de empleo respecto al año 2019 también por encima del resto de ramas de actividad, tras haber superado el gap que introdujo la pandemia. Así, en marzo de 2024 el empleo turístico se situaba un +11,5% por encima de marzo de 2019 (favorecido por la celebración de la Semana Santa), por el +11,2% con que cierran el resto de sectores de la economía española.

Crecimiento del empleo en el sector turístico español

Tasa de variación frente a 2019

Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social



Turismo: incluye las ramas de alojamiento, restauración, A.A.W. transporte aéreo y ocio

El turismo (+11,5) se sitúa por encima del resto de sectores de la economía española (+11,2%) en empleo creado respecto a antes de la pandemia

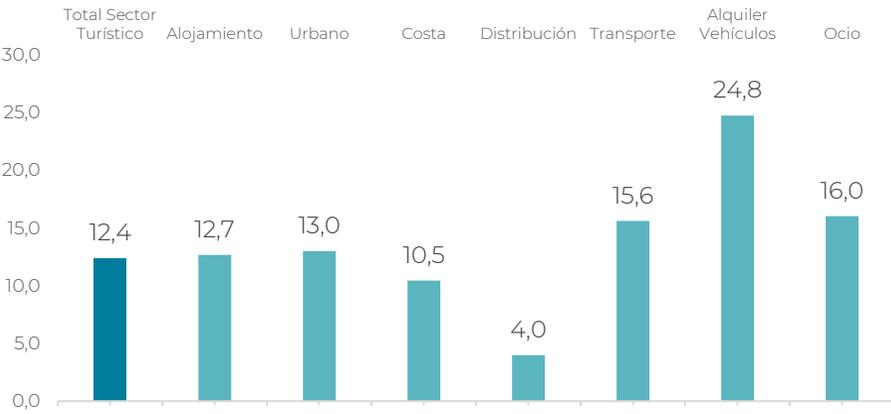
Rasgos de la creación de empleo en el ITr de 2024

- Intensa creación de empleo (106 mil empleados más; +5,3%), ante la necesidad de responder a la mayor demanda y la prestación de servicios de mayor valor añadido, que incorporan mayores ratios de personal por cliente. A pesar de ello, se mantiene la dificultad de encontrar trabajadores formados, siendo uno de los principales retos para los próximos meses de temporada punta.
- Robusta estabilización del empleo a través de la contratación indefinida a tiempo completo, tras la adaptación a la reforma laboral de las empresas turísticas. Tras la reducción estructural de la tasa de temporalidad de las actividades turísticas al 7,4% (por debajo del 12,8% del resto de sectores), los nuevos puestos de trabajo creados por el turismo en 2024 han sido mayoritariamente cubiertos por trabajadores con contratos indefinidos (96,8% del total), prevaleciendo los de a tiempo completo (55,6%, 57 mil), frente a los fijos discontinuos (16,2%, 16 mil) y fijos a tiempo parcial (25,0%, 25 mil), mientras los nuevos contratos temporales apenas crecen en 3 mil.
- La mayor creación relativa de empleo se genera en las ramas de actividad de mayor dinamismo de demanda y que con más intensidad han superado los registros prepandemia, encabezadas por el sector del transporte aéreo (+11,4%), el alojamiento (+9,2%) y las agencias de viajes (+7,8%), si bien en este caso para recuperar los niveles de 2019.

03 El positivo inicio de 2024 se manifiesta en un crecimiento del +12,4% en las ventas de las empresas turísticas españolas, liderado por las compañías de alquiler de coches (+24,8%), transporte de pasajeros (+15,6%), ocio (+16,0%) y alojamiento (12,7%), en un contexto de moderación del aumento de los precios (+5,9%), acorde a la normalización del mercado.

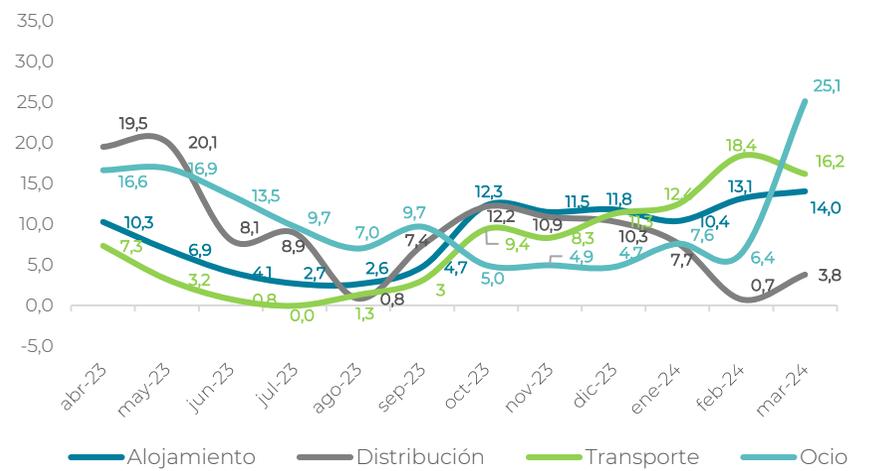
Variación de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores

Variación IT24 vs IT23 (en %) Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (abr24)



Ventas de las empresas turísticas españolas por grandes subsectores

Niveles de facturación. Detalle por subsectores. Variación interanual (en %) Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (abr 2024)



Comportamiento del Itr 2024 por subsectores

- Las empresas de alquiler de coches lideran el crecimiento en las ventas (+24,8%), gracias a la fortaleza de la demanda extranjera en los destinos vacacionales, por el tirón de Canarias y el adelantamiento de la temporada en Baleares y los destinos peninsulares (levante principalmente), y un mejor comportamiento de la gestión de stocks y los precios respecto a 2023, que le permite recuperarse del débil desempeño con el que inició el año pasado.
- Las empresas de transporte se benefician de la mayor movilidad y el auge viajero, con un notable aumento de los pasajeros (aéreos +15,0% hasta marzo y alta velocidad ferroviaria +31,3% acumulado a febrero), lo que les permite aumentar las ventas el +15,6% en el primer trimestre, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR).
- Los hoteles mantienen un notable dinamismo en las ventas (+12,7% interanual en el primer trimestre), sustentado sobre una nueva mejora en los precios (+8,4% hasta feb), por encima de las ocupaciones (+4,7%), con un ligero mejor desempeño de los hoteles urbanos (+13,0% ITr), que de los vacacionales (+10,5% ITr), que en algunas zonas del Mediterráneo han adelantado su apertura.
- Las empresas de ocio comparten el dinamismo de la demanda, con un aumento interanual de sus ventas del +16,0%, favoreciéndose del gran comportamiento del gasto en destino y de las crecientes preferencias de los consumidores por el disfrute de experiencias en el ámbito de la cultural, el entretenimiento y el deporte.
- Las agencias de viajes registran un balance del primer trimestre algo menos dinámico (+4,0%), afectadas por la menor fortaleza de la demanda de los españoles y la falta del tirón de las ventas de último minuto para la Semana Santa.

04 La Semana Santa se cierra peor de lo esperado, con un crecimiento del +4,1% de las ventas de las empresas turísticas españolas respecto a la de 2023, afectada por la falta de la venta de último minuto, desalentada por las malas condiciones meteorológicas.

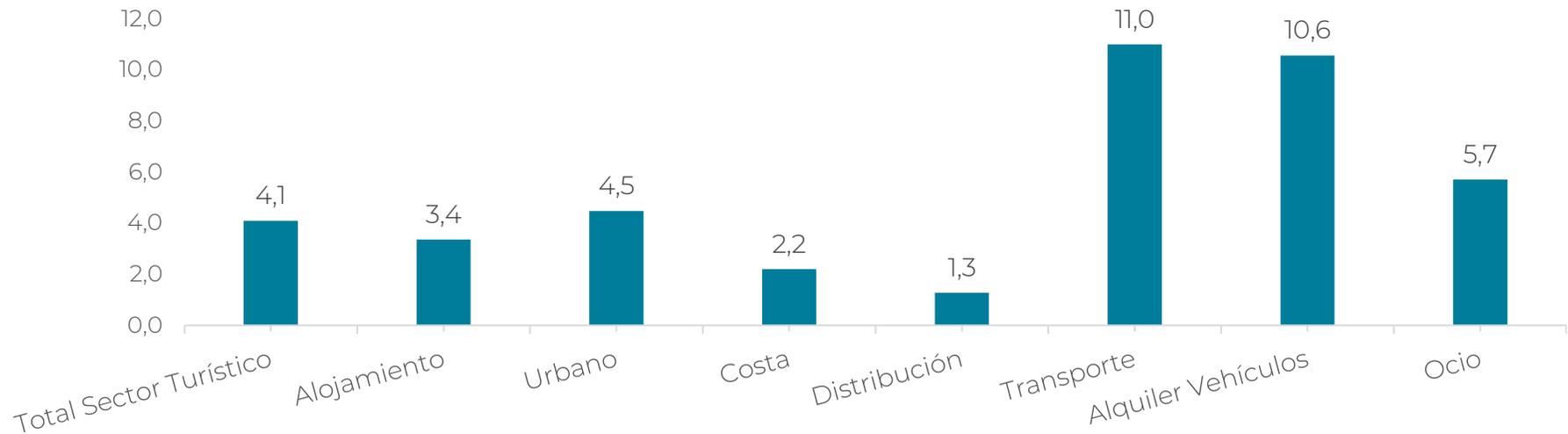
El mal tiempo ha limitado el consumo turístico en los días de la Sema Santa de 2024, desalentando la organización de los viajes y escapadas típicas de estas fechas. Los turistas no han limitado sus niveles de movilidad, pero han dado preferencia al uso de sus segundas residencias y apartamentos en alquiler en sus viajes por España, de forma que las ventas de las empresas de transporte han mantenido en la Semana Santa los crecimientos que venían observando en el inicio del año (+11,0%).

El resto de la cadena de valor ha experimentado en Semana Santa una notable desaceleración de sus ventas, respecto a los registros de las semanas precedentes de este primer trimestre de 2024, acusando los efectos del mal tiempo. Su impacto se ha dejado notar especialmente en los hoteles de la costa y en las agencias de viajes, que no han podido disfrutar del tirón de las ventas de último minuto.

Balance de las ventas de las empresas turísticas en la Semana Santa de 2024 en relación a la de 2023

Tasa de variación interanual (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (abr24)



05 La demanda extranjera hacia España mantiene su positivo desempeño en los primeros meses del 2024, caracterizado por un fuerte aumento del gasto en destino (+25,7%), cada vez más impulsado por un aumento de la afluencia (turistas +15,6% y pernoctaciones +18,7%), mientras el gasto medio diario en destino ralentiza su crecimiento hasta el +5,9%, en la línea con el aumento de los precios.

Factores determinantes de la demanda extranjera

Mantenimiento del impulso del turismo extranjero en España, que se erige como el **principal dinamizador de las ventas de las empresas turísticas en el primer trimestre, gracias al aumento del +25,7%** en ene-feb de 2024 vs los mismos meses de 23 de su gasto en destino (eliminando transporte).

Paulatino cambio en el patrón de aumento de la derrama turística extranjera y su impacto económico que, en estos primeros meses de 2024, crece más por volumen (turistas +15,6% y pernoctaciones +18,7%), que por gasto medio diario en destino +5,9%. De hecho, en términos reales (descontando la inflación del +5,9% de la rúbrica de turismo del IPC) el gasto medio diario en destino no ha aumentado.

Fuerte aumento de la demanda en viviendas de alquiler turístico (+46,2% en llegadas de turistas, +45,0% en pernoctaciones y +46,0% en gasto), que explica la menor repercusión del aumento de la afluencia en términos de impacto económico, por su menor gasto medio diario en destino (131€ vs los 247€ de los clientes hoteleros), a la vez que los crecientes problemas de contestación ciudadana que se han vuelto a producir en el inicio del año.

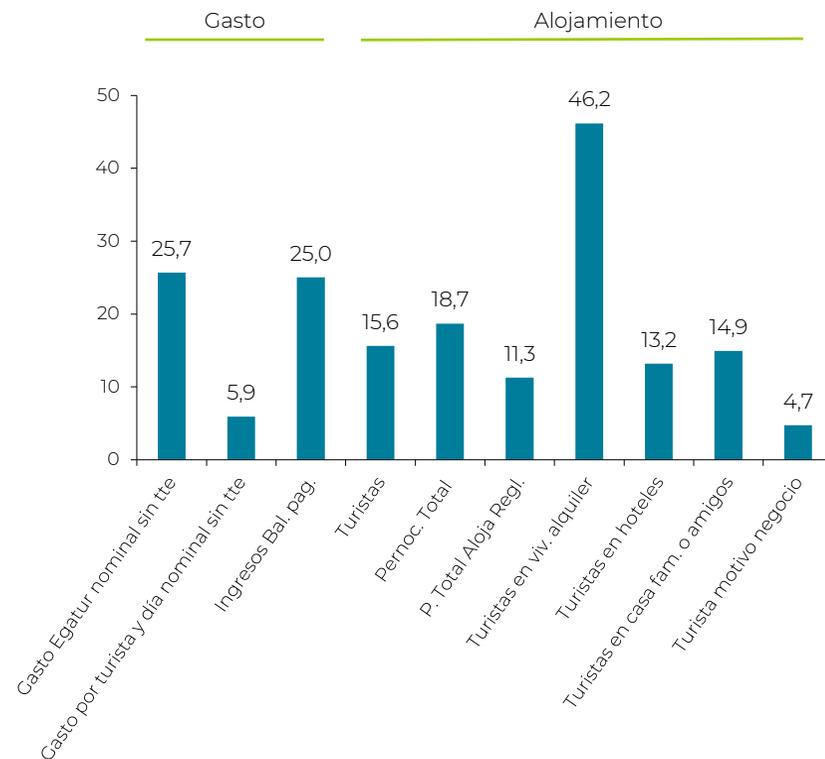
Concentración del mayor dinamismo de la demanda extranjera en las zonas vacacionales (Canarias +8,5% en noches en hoteles, Baleares +19,8%, Andalucía +28,6%, la Co. Valenciana +21,5% y Murcia +23,7%), la España Verde (+11,0%) y Madrid (+17,5%).

Presencia de profesionales que extienden sus estancias en España, aprovechando las oportunidades de la flexibilidad en la organización del trabajo derivado de los medios digitales (teletrabajo), reflejado en la notable diferencia entre la evolución de la llegada de turistas por motivos de negocios (+4,7% en ene-feb 2024 vs 2023) y el fuerte aumento de sus noches en España (+40,1%), pasando de 5 a 7 días su estancia media.

Indicadores de demanda EXTRANJERA en España

Variación interanual enero-febrero 2024 (%)

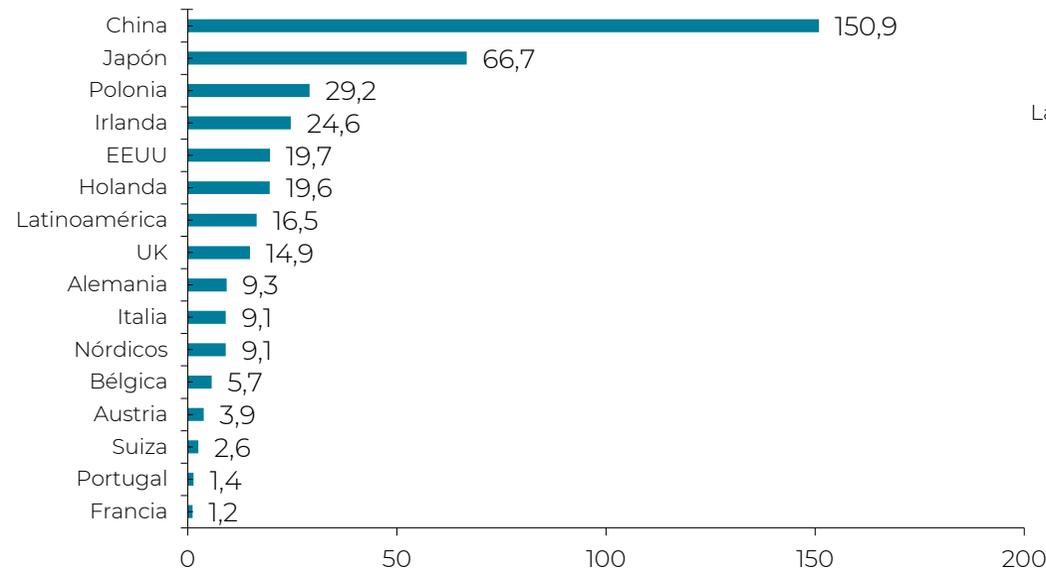
Fuente: Elaborado por Exceltur de Frontur, Egatur y BdE



Los grandes mercados europeos (el británico +14,9% en pernoctaciones hoteleras ene-feb 2024 vs 2023, Irlandés +24,6%, la recuperación del alemán +9,3%, los nórdicos +9,1%, Holanda +19,6% e Italia +9,1%), el mercado polaco (+29,2%), junto con la larga distancia americana (EE.UU. +17,7% y los mercados latinoamericanos +16,5%), y la rápida recuperación de los asiáticos, con China a la cabeza (ya por encima de los valores de 2019), explican el fuerte aumento de la demanda extranjera en España.

Variación % pernoctaciones en hoteles por mercados de origen. Ene-Feb 2024/2023
(Tasa de variación interanual)

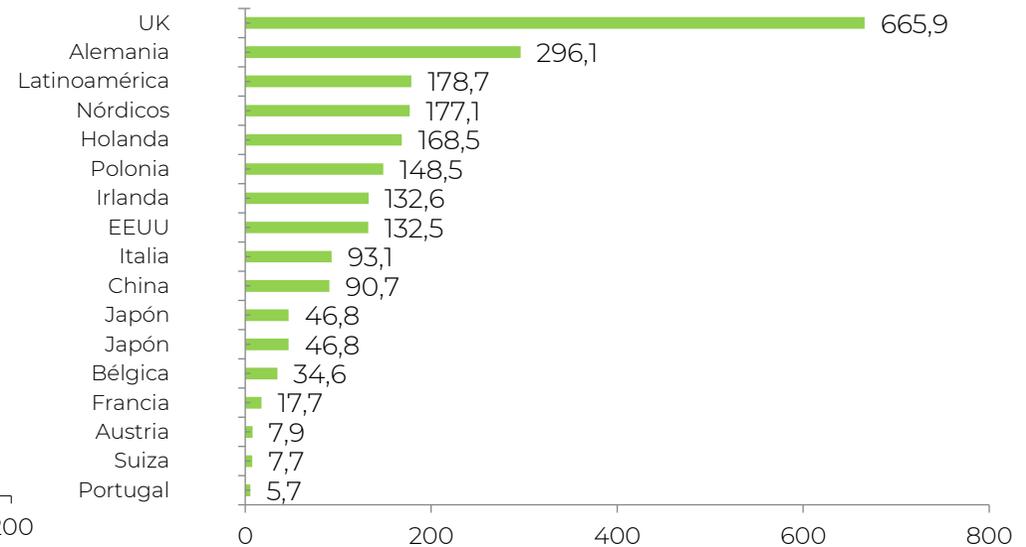
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



Variación totales de número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Ene-feb 2024 vs 2023

(Diferencia vs 2023 en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



06

La demanda turística española consolida en el inicio de 2024 los síntomas de normalización en su consumo turístico (las noches en alojamientos reglados suben el +1,1%, en hoteles el +1,5% y el gasto turístico un +2,6% vs 2023), tras haber ejercido del principal sostén del sector turístico español durante los años de pandemia.

Factores determinantes de la demanda española

El inicio de 2024 ha sido testigo de una normalización en los ritmos de crecimiento de los indicadores de demanda turística de los españoles (+1,1% pernoctaciones en alojamientos reglados ene-feb 2024 vs 2023, +1,5% en hoteles y +2,6% el gasto turístico, derivado de los datos de tarjetas de CaixaBank).

Se mantiene el fuerte aumento de la movilidad de los españoles, especialmente impulsados en la Península por la oferta de los nuevos operadores de alta velocidad ferroviaria (los pasajeros crecen un 31,3% interanual en el acumulado de ene-feb), así como reflejado en los registros de pasajeros en autobuses interurbanos (+20,7%) y, en menor medida, en los vuelos interiores (+7,9%).

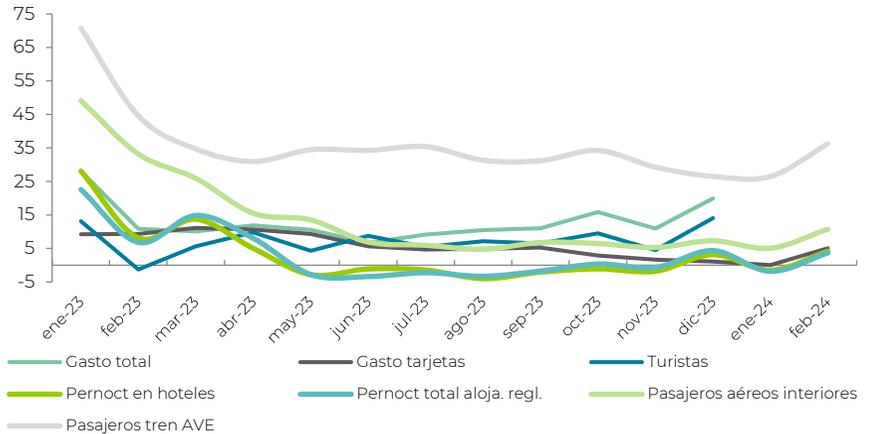
Se intensifica el uso de las viviendas propias (familiares y amigos) o las alquiladas, con un notable incremento de la estancia por las posibilidades de extender los días festivos gracias al trabajo a distancia. Se trata de un fenómeno que no se percibe con intensidad en los alojamientos reglados (donde la estancia apenas aumenta un +1,0%) mientras en el conjunto de los viajes interiores de los españoles la estancia aumenta un 5,3%.

Los viajes al exterior mantienen un positivo desempeño en el inicio de 2024, sin síntomas de debilidad. Los viajes al exterior crecen en ene-feb de 2024 un +9,1% interanual, las pernoctaciones un +11,6% y el gasto +14,0%, con un gran desempeño de los viajes de larga distancia a América (+21,9%) y Asia (+36,2%), según la información del INE.

Indicadores de demanda española (2023-2024)

Tasa de variación interanual en %

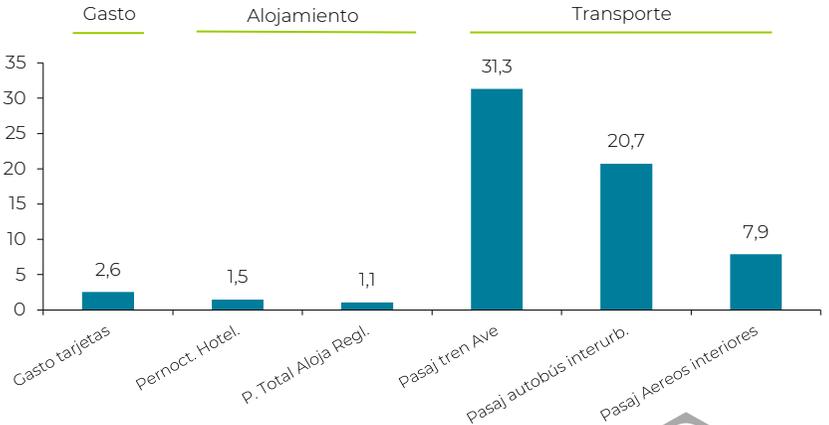
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, Estadísticas de transporte de viajeros INE y CaixaBank



Indicadores de demanda NACIONAL en España

Variación interanual enero-febrero 2024 (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, Estadísticas de transporte de viajeros INE y CaixaBank



07 La Comunidad Valenciana (+23,5% Itr 2024 vs 2023), Andalucía (+18,1%) Murcia (+16,7%), Canarias (+12,4%), Asturias (+14,7%) y Madrid (+13,2%) lideran los crecimientos de ingresos turísticos en el inicio de 2024.

Se mantiene el crecimiento de los ingresos turísticos en casi todos los destinos turísticos españoles durante el primer trimestre de 2024.

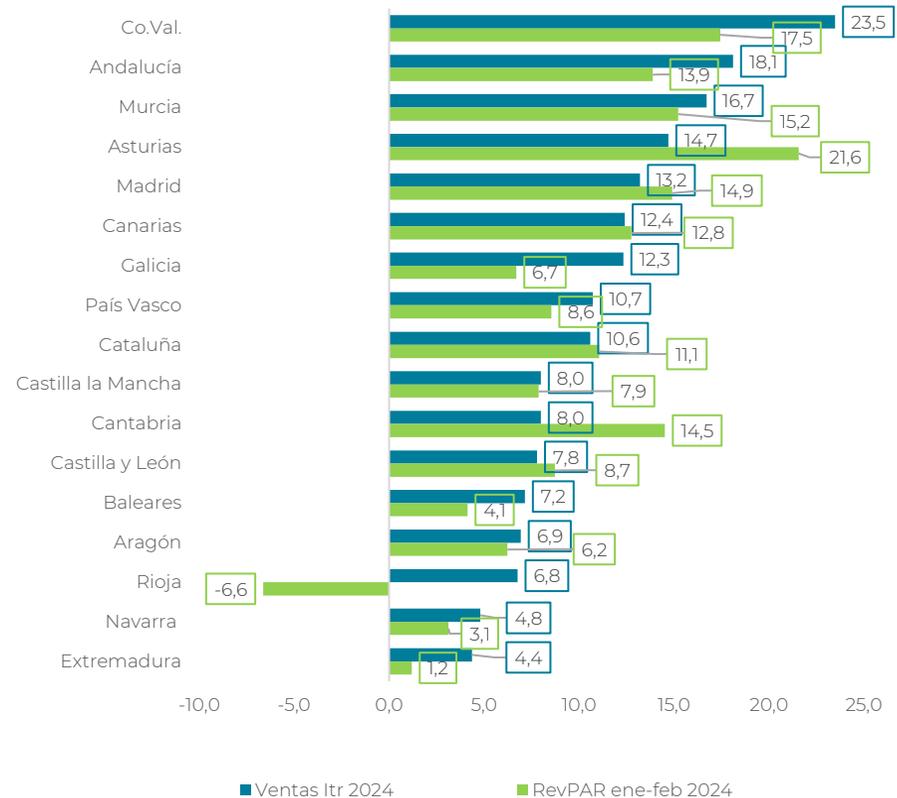
Los destinos vacacionales impulsados por la demanda extranjera lideran tanto los niveles de ingresos como sus crecimientos respecto a los mismos meses de 2023. Entre ellos destaca la Co. Valenciana (+23,5% Itr) y Murcia (+16,7% Itr), con positivos resultados en la Costa Blanca +19,4% (RevPAR Ene-feb 24 vs 23) y la Costa Cálida en Murcia +32,3% (Ene-feb). En la misma línea, destaca Andalucía (+18,1% Itr) y, dentro de esta, la Costa del Sol +11,8% y la Cosa de la Luz de Cádiz +17,0%.

Canarias registra un buen comportamiento (+12,4% Itr) en plena temporada alta, gracias al tirón de Lanzarote (+16,7% en RevPAR Ene-feb 24 vs 23), Fuerteventura +14,2%, Tenerife +11,7% y Gran Canaria +10,2%.

Las ciudades comparten el positivo desempeño, encabezado por Alicante (+32,4%), Málaga (+31,3%) y seguida por las grandes ciudades: Sevilla (+23,9%), Valencia (+16,9%), Madrid (+13,2% Itr) y Barcelona (+12,1%), impulsadas por los mercados tradicionales europeos y el turismo de larga distancia.

Asturias (+14,7%), Galicia (+12,3%), País Vasco (+10,7%) y Cantabria (+8,0%) y comparten el buen inicio de 2024, al igual que las comunidades de Castilla-La Mancha (+8,0%) y Castilla y León (+7,8%) Impulsadas por el tirón de Madrid.

Ventas de las empresas turísticas (hoteleras) por CC.AA. (*)
Niveles de facturación. Variación ITr 2024 vs ITr2023 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur

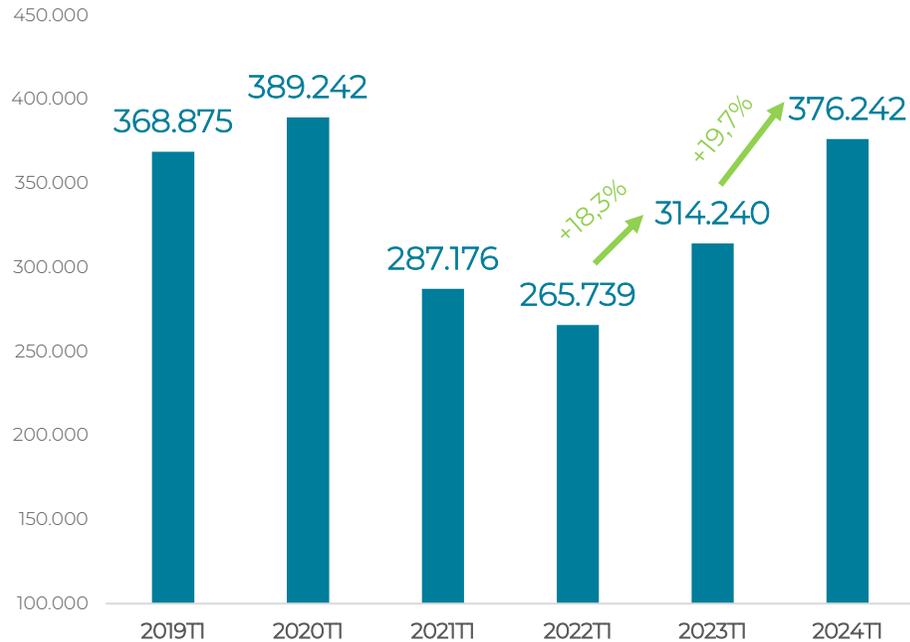


(*) Los datos de facturación de la Encuesta de Exceltur contemplan la valoración de la Semana Santa celebrada en marzo de 2024 vs IT2023 sin Semana Santa

08 El inicio de 2024 ha sido testigo de un crecimiento desbocado de las viviendas turísticas en los destinos turísticos españoles (las plazas en las 25 principales ciudades suben más de 60 mil ltr 2024 vs 2023; +19,7%), siendo el principal causante del rechazo ciudadano al turismo, por su impacto sobre el acceso a la vivienda, las molestias vecinales, la masificación y la banalización de los barrios más emblemáticos.

2024 constata el crecimiento desbocado de las viviendas turísticas en las 25 principales ciudades españolas

Plazas en VUTs en las 25 principales ciudades españolas
Primer trimestre de cada año (2019-2024)
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de AirDNA e INE



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

El fuerte aumento de las VUT en las ciudades españolas hace que en el primer trimestre de 2024 se aproximen a las cifras de antes de la pandemia.

Con datos de AirDNA e INE para el ltr de 2024, el número de plazas en VUT en las 25 principales ciudades españolas ascendía a 376 mil gracias a un aumento del +19,7% vs 2023, que sumado al aumento del +18,3% respecto a 2022 hace que, en apenas dos años, el número de plazas en VUT haya aumentado en 110 mil.

Reiteramos el carácter imprescindible de una normativa paraguas nacional que ayude a hacer cumplir las normativas autonómicas y locales vigentes, a través de:

-  **Aclarar y fijar el régimen Jurídico de las VUT y la naturaleza de las relaciones contractuales como una actividad económica**, con los derechos y obligaciones de los agentes que intervienen, como recientemente ha reconocido el tribunal supremo.
-  **Trasponer y adaptar a las necesidades españolas el reciente Reglamento Europeo sobre suministro de datos del alquiler turístico**, estableciendo un algoritmo de comprobación de la veracidad y legalidad de los datos de cada vivienda cuando se sube a la plataforma de comercialización.
-  **Empoderar en mayor medida a las comunidades de vecinos**, exigiendo un permiso previo de la Junta de propietarios para el desempeño del alojamiento turístico en una vivienda, en edificios residenciales.

Los empresarios turísticos ya identificaban en la Encuesta de Confianza de EXCELTUR de enero el problema de las VUT ilegales como el principal reto del sector turístico español para 2024.

Plazas en VUTs en las 25 principales ciudades españolas
2024T1, diferencias absolutas vs 2023T1 y tasas interanuales (%)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de AirDNA e INE

Ciudades	Volumen	Dif interanual	TV interanual
Barcelona	60.473	5.512	10,0%
San Sebastián	6.373	525	9,0%
Santiago de Compostela	2.706	289	12,0%
Palma de Mallorca	7.516	-875	-10,4%
Ibiza	2.559	-950	-27,1%
Madrid	83.859	17.602	26,6%
Valencia	36.248	9.188	34,0%
Sevilla	33.720	5.639	20,1%
Alicante	18.197	3.844	26,8%
Córdoba	10.724	2.080	24,1%
Málaga	37.925	6.012	18,8%
Gijón	7.137	1.931	37,1%
Granada	15.349	1.820	13,5%
Oviedo	3.955	1.306	49,3%
Zaragoza	4.895	1.272	35,1%
Las Palmas de Gran Canaria	11.184	1.114	11,1%
Murcia	5.161	896	21,0%
A Coruña	3.710	881	31,1%
Santander	5.533	849	18,1%
Almería	3.850	714	22,8%
Toledo	3.542	592	20,1%
Bilbao	4.822	573	13,5%
Pamplona	2.353	444	23,3%
León	2.828	380	15,5%
Valladolid	1.622	365	29,0%

Dinámica por ciudades del crecimiento de las viviendas turísticas

● Fuerte aceleración en el crecimiento de la oferta de viviendas turísticas en el primer trimestre de 2024.

● Concentración del crecimiento de la oferta de VUTs en un conjunto de ciudades que no han regulado el fenómeno y/o no disponen de los instrumentos de inspección y control suficientes para hacerlo frente, por el favorable diferencial de rentabilidad frente al alquiler tradicional de larga estancia, con los consabidos efectos sobre la escasez de la vivienda y el malestar ciudadano frente al turismo.

En este grupo de destinos de fuerte aumento de plazas en VUT en 2024 y que superan los valores previos a la pandemia se sitúan la mayor parte de ciudades: Madrid (+26,6% 1tr 2024 vs 2023), Valencia (+34,0%), Málaga (+18,8%), Sevilla (+20,1%), Almería (+22,8%), Granada (+13,5%) en Andalucía, Alicante (+26,8%), Murcia (+21,0%), destinos del norte: Bilbao (+13,5%), Gijón (+37,1%), Oviedo (+49,3%), Coruña (+351,1%), Santiago (+12,0%) o Santander (+18,1%), ciudades de interior Zaragoza (+35,1%), León (+15,5%), Toledo (+20,1%) y Valladolid (+29,0%),

● Tan solo en las ciudades donde hay una mayor sensibilidad ciudadana y, sobre todo, un mayor esfuerzo municipal y prioridad política para su ordenación y control, el crecimiento de las VUT se sitúa en una tendencia razonable. Este es el caso de Palma de Mallorca (-10,4% 2024 vs 2023) e Ibiza (-27,1%), y Barcelona (+10,0%) y San Sebastián (+9,0%), en estos dos últimos casos con niveles notablemente inferiores a los de antes de la pandemia.

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



PERSPECTIVAS TURISTICAS

ESCENARIO DE
PREVISIÓN PARA IIT Y
CIERRE DE AÑO

09 A expensas de la evolución de la reciente escalada del conflicto en Oriente Próximo, al día de hoy, anticipamos que se mantenga el avance de la actividad turística a lo largo 2024, aunque a ritmos más moderados y normalizados. Los resultados empresariales seguirán condicionados por la inflación acumulada, los incrementos de costes salariales y los altos costes financieros, en un contexto de aumento de la incertidumbre y la volatilidad vinculados a la tesitura geopolítica global.



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

El **gasto en viajes y ocio** se consolida como una prioridad frente a otros conceptos en los hábitos de consumo, como elemento vinculado al bienestar físico y emocional.

Posicionamiento de seguridad de los destinos vacacionales españoles frente a los destinos competidores del mediterráneo oriental, ante la escalada del conflicto bélico en Oriente Próximo.

Normalización del escenario de desplazamientos turísticos a nivel global con el mercado asiático totalmente incorporado. Se afianza la elevada intención de viaje del mercado americano a los destinos españoles con un tipo de cambio euro-dólar favorable (1,08 USD/EUR previsto en 2024 y 2025, mismo nivel que en 2023, vs 1,05 en 2022).

Mejores expectativas de creación de empleo en los principales mercados emisores, en línea con los mejores niveles de actividad respecto a los previstos en enero de 2024. El Banco de España (abr24) estima un incremento del empleo del +1,8% 2024 vs 2023 (+1,3% en ene24), la tasa de paro prevista para la Eurozona en 2024 según consensus será del 6,6% (6,8% en ene24). A ello se le une la mejora salarial pactada, en un escenario de precios más moderados (supeditado a las posibles ramificaciones de la guerra en Oriente Próximo) y menor temporalidad desde la Reforma Laboral en España, lo que en conjunto favorecerá una mayor confianza en los hogares y más propensión al gasto turístico.

Significativa apuesta de los operadores turísticos por los destinos españoles con **incremento en las conexiones aéreas** para los próximos meses (abr-may 24) (internacional +13% vs mismo periodo 23; nacional +10,2%) junto a la mayor oferta de conexiones de trenes de alta gama impulsados por el **proceso de liberalización del mercado ferroviario y la llegada de nuevos operadores**.

Fortaleza del turismo vacacional urbano y del segmento MICE según calendario y planificación de grandes eventos culturales y deportivos, organización de grandes ferias y congresos y reuniones de empresa en las ciudades españolas.

Avance y consolidación de **nuevos nichos de mercado** turístico asociados a modelos de trabajo más flexibles: nómadas digitales y workation.

Mayor Presencia de turistas de un mayor valor añadido y contribución al destino por el **reposicionamiento de servicios y productos turísticos**, gracias a la inversión privada y apuesta por la regeneración urbanística de algunos destinos.



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

Impacto sobre el atractivo, reconocimiento social del sector y la capacidad de acogida de los destinos, del fenómeno de las viviendas de uso turístico, especialmente en las zonas más turísticas de las ciudades españolas, que con previsiones de alta demanda en los próximos meses y el incentivo de mayores rentabilidades que el alquiler residencial, sigue creciendo, manteniendo un elevado grado de ilegalidad y una alta complejidad para el cumplimiento de las regulaciones locales y autonómicas establecidas.

Dificultades para de incorporar trabajadores en el inicio de la temporada alta ante la mayor actividad prevista y la escasez de personal especializado, además del crecimiento previsto de **coste salariales**, del +3,2% interanual hasta febrero, según los datos de Caixabank Research, lo que se acumulará al crecimiento de los costes del +17,0% entre 2021 y 2023, según la Encuesta de Exceltur.

Persistencia en la tensión sobre los márgenes empresariales de los elevados costes operacionales y financieros de las empresas turísticas ante el escenario de altos tipos de interés en el medio plazo (3,4 el Euribor a tres meses en 2024, 2,5 en 2025, frente al 0,3 de 2022, según el BdE) **y el incremento de costes energéticos y de suministros acumulados**. La moderación descontada en el incremento de precios puede verse truncada las próximas semanas por los efectos de la tensión creciente entre Israel e Irán, sobre el precio del petróleo y el comercio mundial que circula por el canal de Suez (entre 12% y 15%).

Bajo estos mismos condicionantes, la moderación de los precios del petróleo y su esperado efecto de impulso de los desplazamientos turísticos en el horizonte de previsión puede verse alterado por el desarrollo del conflicto bélico en Oriente Próximo (las previsiones actuales de precios del combustible apuntan a precio del barril de 79,8\$/barril en 2024 83,7\$/barril en 2023 vs 100,9\$/barril en 2022, según la EIA (Energy Information Administration). Esto estará condicionado a las coberturas negociadas por las compañías de transporte de pasajeros.

Elecciones en Europa y emisores de larga distancia (Norteamérica), junto a celebración de grandes eventos (olimpiadas en París), que pueden condicionar el calendario de vacaciones. Todo ello en un escenario de consumo de las familias europeas todavía débil en 2024. El consenso de analista anticipa avances todavía moderados del consumo privado en Europa para 2024 (+0,9% vs 2023 en zona euro, +0,4% en Reino Unido, +0,9% en Alemania), junto al incremento previsto para los precios, de menor intensidad, pero persistente, (+2,6% en zona euros, +3,1% en Reino Unido y +2,6% en Alemania), en un marco con riesgos sobre los precios asociados a la guerra en Oriente Medio ya mencionados.

10 Favorables expectativas empresariales sobre las ventas para el IITr de 2024 (+6,1%) con un elevado consenso sobre la normalización de los ritmos de avance actividad turística, tras el excepcional desempeño del IVTr de 2023 y los primeros meses de 2024.

Tras un inicio de año con un intenso dinamismo de la actividad turística en España, en línea con lo esperado, protagonizado por el tirón de la demanda internacional, los empresarios turísticos españoles esperan mantener una senda de mejora interanual en sus ventas en los próximos meses, dentro de una tendencia a la **normalización de sus ritmos de crecimiento**. A 3 de abril de 2024, los empresarios turísticos preveían un comportamiento de sus ventas entre los meses de abril y junio un +6,1% por encima del IIT23 (+12,4% IT 24 vs IT23), según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur.

La información relacionada con las reservas aéreas y hoteleras, con mayor visibilidad ante la vuelta a la anticipación en la contratación de viajes, junto a las búsquedas relacionadas con intenciones de viaje, anticipan un **favorable comportamiento de la demanda turística** para los meses de primavera e inicio del verano, de la mano de la elevada propensión al disfrute de experiencias de ocio y viajes de los consumidores.

Todos los sectores de la cadena de valor del turismo se verán favorecidos por este dinamismo previsto de la demanda turística en los próximos meses de 2024, en un tono compartido de moderación en su intensidad. En este contexto, **los empresarios manifiestan expectativas positivas de creación de empleo en el II trimestre de 2024**. El 46,7% de las empresas del sector turístico español tienen previsto generar nuevas contrataciones en los próximos tres meses.

Niveles de ventas Total Sector Turístico.

Variación interanual (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (abr24)



Ventas de las empresas turísticas españolas por grandes subsectores

Niveles de facturación. Detalle por subsectores

Variación vs mismo periodo del año anterior (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (abr24)



11 Favorables previsiones de crecimiento de los niveles de ventas empresariales en 2024 en todos los subsectores de la cadena de valor turística, aunque en un tono más moderado y con intensidades desiguales. Empresas de transporte de pasajeros (+8,7%), hoteles urbanos (+7,8%) y prestadores de servicios de ocio (+7,0%) en destinos más internacionalizados, son los que esperan una mayor intensidad en la mejora de sus volúmenes de ingresos.

Las previsiones de los empresarios turísticos españoles en abril de 2024 sugieren disparidades por destinos, subsectores y empresas de la cadena de valor turística. Los productos y servicios de mayor valor y diferenciación siguen liderando las mejores expectativas de comportamiento. Aquellos más orientados a la demanda extranjera, tanto de largo radio como vacacional europea, junto los posicionados en segmento de turismo de negocio, especialmente MICE, revelan las mejores expectativas en sus ventas durante la primavera de 2024 respecto a 2023. Agencias de viajes y destinos orientados a la demanda nacional comparten unas expectativas de crecimiento de sus ventas menos intensas. En ambos casos, la traslación de esas mejoras de las ventas en resultados sigue lastrada por los márgenes empresariales tensionados ante la presión acumulada de incremento de costes laborales y financieros.

Las empresas de transportes de pasajeros (+8,7% ventas IIT24 vs IIT23), hoteles urbanos (+7,8% ventas IIT24 vs IIT23) y museos y monumentos (+8,9% ventas IIT24 vs IIT23), revelan las mejores expectativas para el IITr, derivado de la elevada intención viajera en Europa y el largo radio hacia España, junto con el mejor desempeño previsto del turismo de negocios. La primavera y verano turístico se verán favorecidos por las nuevas conexiones y la mayor capacidad aérea y ferroviaria en mercado, en un escenario esperado de precios del petróleo más moderados. El creciente atractivo internacional de muchos de los destinos urbanos españoles, con una apuesta por regeneración de espacios públicos, junto a la inversión privada en reposicionamiento de producto y desarrollo de programaciones culturales y deportivas de alto nivel, seguirán impulsando el desempeño de los hoteles y empresas prestadoras de servicios de ocio en los mismos.

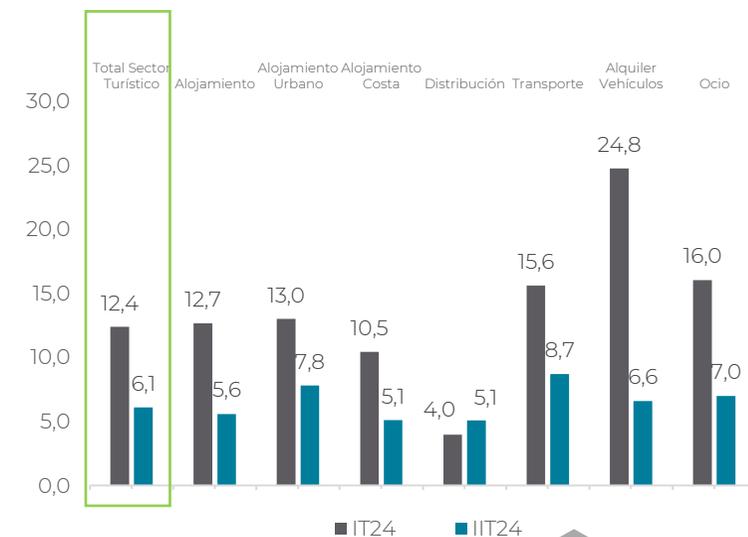
Las empresas de alquiler de vehículos prevén mantener el avance en su actividad entre el mes de abril y junio, aunque a ritmos más moderados respecto a los del inicio de año al compararse con un segundo trimestre del año 2023 de actividad más normalizada (+6,6% IIT24 vs IIT23). Su desempeño se verá beneficiado por la dinámica esperada de la demanda internacional en islas y destinos del litoral, la creciente presencia de viajes organizados de manera independiente y la mayor fortaleza del segmento de negocios.

Los establecimientos hoteleros vacacionales esperan un buen desempeño en sus ventas en los meses de primavera e inicio del verano (+5,1% IIT24 vs IIT23), junto a campos de golf (+5,6% IIT24 vs IIT23) y parques de ocio (+4,5% IIT24 vs IIT23) se verán favorecidos por el elevado dinamismo previsto de los mercados tradicionales europeos, la consolidación de la nacional y la conectividad aérea dispuesta. La cronificación del conflicto bélico en Oriente Próximo seguirá favoreciendo a los destinos españoles abiertos en estos meses frente a los competidores del mediterráneo oriental (especialmente Egipto y conforme avance el año, Turquía).

Por su parte, las agencias de viajes anticipan se mantenga una mejora sostenida en sus ventas en el segundo trimestre de 2024 (+5,1% IIT24 vs IIT23), recuperando en los meses de primavera parte de las ventas de última hora a destinos españoles perdidas por las malas condiciones meteorológicas de la Semana Santa. Todo ello en un escenario competitivo y de continua adaptación a los nuevos hábitos de contratación de viajes, con creciente presencia de los canales on-line y contratación directa.

Ventas constatadas y previstas de las empresas turísticas por subsectores

Niveles de facturación. Variación interanual (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (abr24)



12 Los destinos vacacionales de demanda europea (litoral andaluz +8,7% en ventas del Iitr de 2024 vs Iitr de 2023, valenciano +13,6% y murciano +5,8%, Canarias +8,5% y Baleares +6,0%) y las principales ciudades (andaluzas +12,2%, Madrid +8,2%, Barcelona +7,6%, ciudades valencianas +7,2% y vascas +5, 1%) lideran las expectativas para el IIT de 2024.

Los resultados de la Encuesta de Exceltur de abril de 2024 sugieren unas expectativas en positivo para la mayoría de los destinos españoles durante el segundo trimestre de 2024, aunque a ritmos más moderados y con intensidades dispares entre destinos y empresas, el posicionamiento de mercado y la apuesta por la inversión en mejora de producto explican estas diferencias:

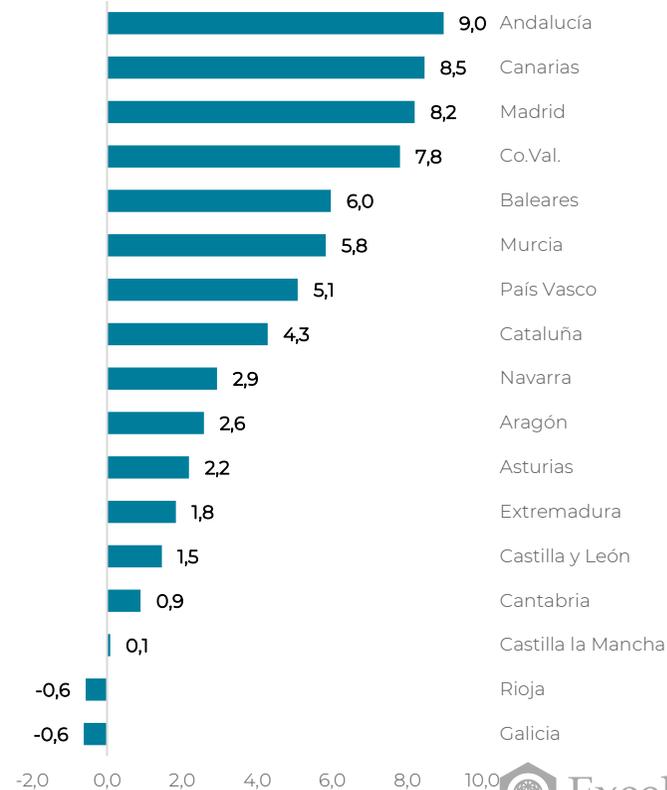
Las perspectivas empresariales para los meses de la primavera turística de 2024 e inicio de verano revelan un **notable optimismo en los destinos turísticos urbanos andaluces (+12,2% en los ingresos turísticos del Iitr de 2024 vs Iitr de 2023), Madrid (+8,2%), Barcelona (+7,6%), ciudades valencianas (+7,2%) y vascas (+5, 1%)**. Todos ellos esperan un avance interanual relevante de sus ingresos turísticos para abril-junio, impulsados por el elevado nivel de conexiones y frecuencias aéreas y ferroviarias, la fortaleza de los segmentos MICE y cultural, junto al positivo desempeño esperado de la demanda europea y el mercado de larga distancia, con el tirón del americano y el asiático de vuelta.

Los **destinos vacacionales andaluces, de la costa levantina e insulares esperan igualmente un notable dinamismo en los próximos meses primaverales de 2024**. Los empresarios turísticos del litoral andaluz descuentan incrementos interanuales de sus ingresos del **+8,7% para el IIT24, un +13,6% en el litoral valenciano y +5,8% en Murcia. Canarias (+8,5%)** con la inercia de una muy positiva temporada alta y **Baleares (+6,0%)** esperan igualmente robustas mejoras en sus ingresos, impulsadas por la apuesta de los operadores turísticos por las islas y la inversión en mejora de producto. Estos destinos se verán previsiblemente favorecidos por los réditos de seguridad ante competidores del Mediterráneo Oriental por el conflicto bélico en Oriente Próximo.

Por su parte, los **destinos de interior, Navarra (+2,9%), Aragón (+2,6%), Extremadura (+1,8%) Castilla y León (+1,5%), Castilla-La Mancha (+0,1%) y La Rioja (-0,6%)** comparten expectativas más moderadas sobre el comportamiento de los ingresos turísticos en el segundo trimestre de 2024, fundamentalmente por la normalización prevista en el avance de la demanda nacional de proximidad. Con un peso muy relevante de este mercado, la valoración interanual del segundo trimestre se ve condicionada a la baja por su comparativa respecto a un abril de 2023 con celebración de Semana Santa.

En esta misma tesitura se encuentran los **destinos turísticos de la España Verde, que se muestran igualmente cautelosos**. En media anticipan mantenerse levemente por encima de sus ingresos en el trimestre primaveral de 2023. Este es el caso de **Asturias (+2,2%), Cantabria (+0,9%) y Galicia (-0,6%)**, tras haber acumulado una muy positiva senda de desempeño en sus ingresos turísticos desde la celebración del Xacobeo en 2022.

Niveles de facturación. Variación IIT 2024 vs IIT 2023 (en %)
Fuente: elaborado a partir de la Encuesta de Confianza de Exceltur (abr24)



13 Mantenemos nuestra previsión de crecimiento del PIB turístico en un +8,6%, en términos corrientes, sobre los niveles de 2023 (+4,6% en constantes, eliminando el efecto de los precios), tras confirmar el primer trimestre las previsiones que manejábamos en enero.

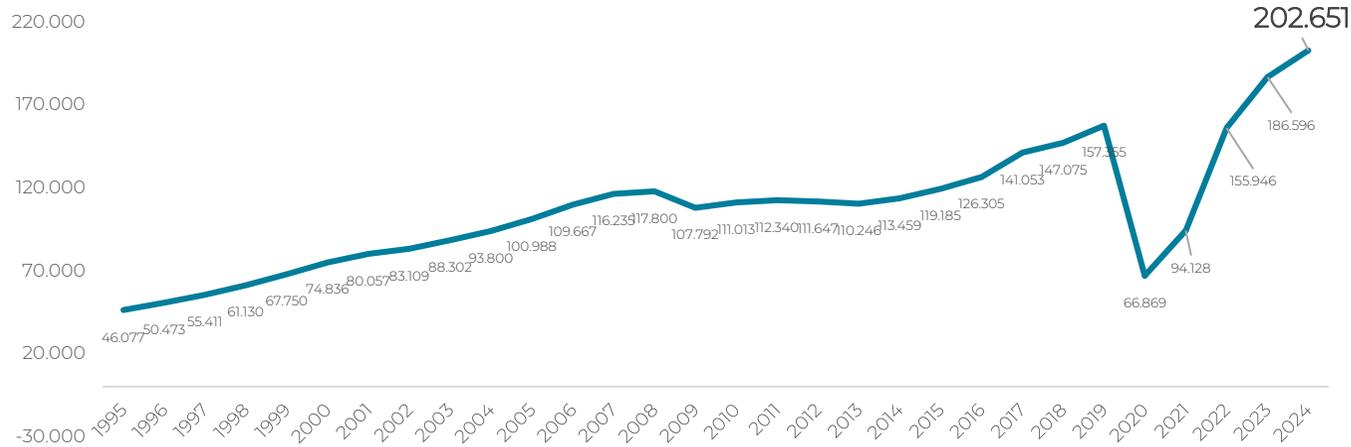
Con ello, estimamos que el PIB Turístico en España supere por primera vez en la historia los 200 mil millones de € (202.651 mlls €), hasta alcanzar una participación en la economía española del 13,3%.

En línea con las previsiones empresariales y los condicionantes macroeconómicos y geopolíticos expuestos, mantenemos nuestra previsión de inicio de año, que anticipa una consolidación de la normalización de la senda de avance de la demanda turística, tanto en términos nominales como en reales (eliminando el efecto de los precios). Esta estimación contempla la recuperación del protagonismo de la demanda internacional por su dinamismo esperado en 2024, frente a una demanda nacional que se espera acumule un nuevo avance respecto a 2023, aunque de intensidad más moderada.

Bajo estas premisas , se espera que el turismo siga aportando crecimiento e impulsará el empleo en la economía española en 2024. Como ya se ha apuntado, el **46,7% de los empresarios turísticos tenía previsto seguir creando empleo en los próximos meses**, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur de abril de 2024.

Se espera la consolidación de la recuperación de la actividad turística (PIB Turístico en términos nominales) en 2024

PIB Turístico anual precios corrientes (millones de euros)
Fuente: Exceltur a partir CSTE (INE). Dato 2023 estimación de Exceltur



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

- 202.651 mlls € el valor del PIB turístico previsto en 2024 en España
- +8,6% respecto a los niveles de actividad turística de 2023
- 13,3% el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española, 0,7 pp por encima de los niveles prepandemia (12,6%)
- 16.054 mlls € la ganancia de actividad turística en 2024 respecto a 2023 (+8,6% en términos corrientes, +4,6% eliminando el efecto de los precios).

Con el crecimiento estimado del +4,6% del PIB turístico en términos reales para 2024, el sector turístico volverá a ejercer del principal motor de la economía española, al crecer casi tres veces que lo que hoy estima para ésta el Banco de España (+1,9%), por lo que aportaría el 35,4% del crecimiento real de la economía española en el año 2024.

La previsión de la actividad económica vinculada al turismo (PIB Turístico) en términos reales (eliminando el efecto de la inflación) para el conjunto del año 2024 se sitúa un +4,6% por encima del año 2023. De cumplirse estas expectativas, estaría de nuevo por encima del avance descontado la economía española, en un contexto de moderación de los ritmos de crecimiento.

Estimamos que el turismo pasará de crecer un +13,1% en términos reales vs 2022 (+11,2% en términos interanuales en 2023, eliminado el efecto de la comparativa del IT23 frente a un IT22 afectado todavía por la variante omicrom de la Covid-19), a un +4,6% en 2024, por encima del +1,6% previsto del conjunto de la economía (Banco de España, mar23). De cumplirse estas previsiones, el turismo explicaría el 35,4% de la ganancia esperada para la economía española

Estimaciones de PIB Turístico en términos reales (descontando la subida de los precios) vs PIB Economía española

Variaciones frente al año anterior

Fuente: Exceltur (abr 2024), CNTR (INE) y previsiones Banco de España (mar 2024)

(En %)





RECOMENDACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICAS

Nuevas aspiraciones y planteamientos para crecer turísticamente de manera más sostenible

A expensas de como termine el recrudescido conflicto en Oriente Medio, el turismo seguirá siendo pilar clave de la economía y empleo en España en el 2024, aportando el 35,4% del crecimiento del total de nuestra economía. Un crecimiento que, como ya anticipamos y debatimos en el pasado Foro de EXCELTUR de enero 2024, precisamente titulado **“Propósito y compromiso: hacia el turismo que todos queremos”**, cada día más se debe conciliar con la capacidad y la necesidad de traducir la actividad turística en la mejor distribución de renta generada en los destinos y el mayor bienestar social posible.

Retos que deben **superar cualquier paradigma de gestión, que prime el objetivo de crecer por crecer meramente en afluencia, versus por valor añadido o caer en falsas autocomplacencias políticas, tratando de desinhibirse de abordar los desafíos estructurales aún vigentes, ante la nueva coyuntura favorable, tratando de asumir que el turismo va solo.** Retos sociales exigidos por los residentes, que, aunque sin duda beneficiados por el turismo, reclaman una mejor relación entre sus múltiples efectos positivos y sus externalidades, traducida en cotas más elevadas de calidad de vida percibidas a nivel local.

Es decir, impulsar estrategias y modelos de gestión que, entre otros, atenúen las externalidades de un crecimiento turístico excesivo y/o desordenado, regido por una visión a corto plazo. Todo ello, bajo unos compromisos de los actores públicos, privados que integran la heterogénea cadena de valor turística, en los destinos, en pro de un **sector con mayor propósito, responsable, comprometido y regenerativo** **“EL TURISMO QUE TODOS QUEREMOS”** que, contemple:

- a) **Las crecientes exigencias ciudadanas** y regulaciones del capital natural/biodiversidad y circularidad que inciden sobre los destinos vacacionales y urbanos, **para aliviar la saturación de espacios, servicios e infraestructuras**, con estrategias de desarrollo, socialmente más aceptables y sostenibles.
- b) **Una movilidad turística donde el transporte colectivo y los servicios de movilidad compartida, sean prioritarios** con el firme compromiso de todos esos medios de transporte en la renovación por los equipos más eficientes y sostenibles, incluidos las LLAA con su fuerte apuesta adicional por el SAF.
- c) **Los profundos cambios en los hábitos de los visitantes, que influyen en sus actitudes vitales** y las de los residentes, sobre la deseable capacidad de éstos de brindar su mejor acogida al turista. En síntesis, nuevas estrategias, tanto para procurar el disfrute más experiencial de su viaje por el turista y la mayor reconexión con sus valores, **salvaguardando a su vez, las identidades diferenciales del entorno, cultura y ciudadanía en los destinos.**
- d) **El creciente rechazo ciudadano ante la cada día más difícil coexistencia y convivencia entre turistas y residentes en ciertos destinos desbordados, ante el perturbador crecimiento sin control de las viviendas turísticas** con todas las externalidades negativas que crean.
- e) **La madurez, bordeando la obsolescencia de su oferta y entorno, en la que aún se encuentran algunos destinos pioneros claves, y principal sostén del sol y playa,** que requieren de grandes transformaciones competitivas, con una notable y prioritaria dotación de fondos públicos y privados,
- f) **Una mejora en la capacidad de atraer y retener el mejor talento a todos los niveles profesionales,** bajo unas condiciones de contratación que brinden las mejores propuestas, no solo económicas, sino del salario emocional, **que eleve la imagen y el sentimiento de pertenencia al sector.**
- c) **La capacidad de articular una verdadera y recíprocamente más comprometida, gobernanza público-privada en las diversas instituciones y ámbitos de gestión turística,** capaces de llevar a término la nueva visión, políticas turísticas y coinversiones, que el gradual reposicionamiento que turismo español precisa en muchos destinos, para crecer con el mayor valor añadido y con el mejor reconocimiento y aceptación ciudadana.

6 reflexiones y sugerencias a abordar, favorecidas por el buen arranque turístico de la legislatura 22

De nuevo a expensas de la evolución en Oriente Medio, nos reiteramos una vez más en la sugerencia que el ministro de Industria y Turismo y la nueva S^a de Estado, puedan abordar y liderar en este favorable arranque de legislatura, una nueva visión y coordinación de las políticas turísticas más aconsejables, que a distintos niveles de las administraciones públicas inciden sobre el turismo español. Es decir, impulsar una hoja de ruta a medio plazo para el sector, que permita consensuar/coordinar el mayor número de iniciativas intergubernamentales e interinstitucionales con las mayores sinergias públicas y privadas.

Ello permitiría reforzar el reconocimiento político y de gobierno a todos los niveles, sobre la importancia estratégica de un sector clave, que no camina solo y que hay que apoyar y coordinar con una visión de Estado, ante los crecientes retos socioeconómicos cada día más globales y complejos. Con ello y, con una visión más transversal de medio plazo sentimos se consolidaría a su vez, una mayor influencia y autoridad fáctica del Ministerio/S^a de Estado, para comprometer actuaciones que propicien el gradual y deseable reposicionamiento competitivo de empresas y destinos. Una transición hacia modelos y escenarios más sostenibles de crecimiento y respeto a unos valores e identidades locales y que conculquen con las aspiraciones de sus residentes.

En ese sentido, nos permitimos sugerir y reiterar como prioridades de actuación en la legislatura:

- 1. Analizar, sin caer en falsas autocomplacencias, el crecimiento de una afluencia turística imprevista, por las rentas de seguridad que ofrece España ante potenciales desvíos por la escalada del conflicto en Oriente Medio.**
- 2. Respalda y aplaudir, tras la inanición de las varias legislaturas anteriores (regidas todas ellas por los 2 principales partidos), la reciente iniciativa del Gobierno (Ministerio de la Vivienda), para resolver las múltiples perturbaciones sociales (entre ellas, pero no exclusivamente, el difícil acceso a la vivienda), que genera el descontrolado crecimiento de las Viviendas de Uso Turístico (VUT), buena parte ilegales, a lo largo de los diversos destinos españoles.** Una iniciativa que confiamos termine en el deseable acuerdo y coordinación generalizada entre Gobierno y las Comunidades Autónomas con una visión y convicción común, de erradicar este problema nacional. En síntesis, que facilite promulgar un nuevo paraguas legislativo de carácter estatal, que, ante los vacíos legales existentes, permita regular y empoderar mejor a las CCAA con unas normativas y procedimientos, para abordar el descontrol de las VUT's, e implantar las medidas correctivas/punitivas más exigentes que se hacen cada día más imprescindibles. Es decir, como ya se concluyó y recoge el informe REVITUR realizado por EXCELTUR, reformar el marco legal de todas las normativas estatales precisas para poder atajar sin fisuras un problema nacional que afecta a la sociedad e injustamente a la reputación turística: **urgimos la celebración de las Conferencias Sectoriales anunciadas por el Gobierno para tratar el tema, como paso a un PACTO DE ESTADO POR LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO ESPAÑOL.**
- 3. Promover desde el propio Ministerio y apoyar las iniciativas/campañas iniciadas por el sector privado, que, con los niveles de compromiso y orientación adecuados, permitan revertir gradualmente el rechazo y denuncias de grupos de opinión pública que, en destinos consolidados, cuestionan desde diversos ángulos, la reputación y el valor del sector para sus residentes.** Ello no solo permitiría recuperar una imagen que mejore, la capacidad de captación de recursos para el sector (más talento, inversiones, prioridad política...), sino que también ayudará como "benchmarking" de las mejores prácticas, a evitar y reconducir algunas políticas públicas y/o prácticas del sector privado que pudieran causar alguno de esos rechazos.
- 4. La urgente necesidad de promover unos modelos de gobernanza turística público-privada que, a imagen y semejanza de los ya vigentes en otros países, aseguren la gestión turística más profesionalizada con los mayores compromisos recíprocos de los organismos adscritos al M^o (TURESPAÑA; SEGITTUR; ICTE).** Se trata de asegurar el mayor talento y recursos financieros bajo una estructura jurídica donde a la par que asegurar la mayor eficiencia, se garantice el mejor interés general en la gestión de los recursos públicos. En síntesis, una gradual transición hacia verdaderas entidades público-privadas como las ya existentes en múltiples países y destinos sajones, que en España y muchas CCAA sigue aplazada desde hace años.
- 5. Una reasignación más transformadora en términos estructurales/competitivos de los potenciales recursos NEXTGEN para el turismo aun sin adjudicar y/o los nuevos que pudieran llegar a préstamo,** para algunas pocas operaciones transversales en destinos pioneros que abarquen diversos territorios. Asimismo, promover la potencial reasignación de recursos de otros ministerios (Fomento, Transición Ecológica, Economía, Exteriores...etc.) aplicables a proyectos de transformación turística como costas, intermodalidad, visados ...etc..
- 6. Un replanteamiento y aceleración del proceso de elaboración de la estrategia Turística 2030, que parta de una visión y objetivos mucho más claros y deseables a lograr, con el mejor expertise posible y con una metodología que permita priorizar y pasar de lo abstracto a lo concreto,** tras los pertinentes análisis de viabilidad ejecutiva y presupuestaria.



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

Nº 88

ABRIL 2024

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL IT DE 2024,
PERSPECTIVAS PARA EL IIT 2024 Y
CIERRE DE AÑO