

Valoración turística empresarial del 2º trimestre de 2024, perspectivas para el 3º trimestre de verano y para el cierre del año

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 11 de julio de 2024

Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2024

- ✓ El sector turístico mantiene un notable dinamismo en el IITr de 2024, dentro de una tendencia hacia la normalización de sus ritmos de crecimiento; el PIB turístico ralentiza sus ritmos interanuales de crecimiento real hasta el +7,4% en este IITr de 2024, desde el +9,1% del Itr, tendencia que los empresarios turísticos esperan se intensifique en verano.
- ✓ A pesar de las dificultades para encontrar personal formado, **las empresas turísticas crean 79 mil nuevos empleos en junio y el 53,1% de los empresarios espera crear más empleo en los meses, de verano**, como resultado de la necesidad de prestar más y mejores servicios a un mayor número de turistas, el adelantamiento de las aperturas de los negocios de temporada y la mejora en las condiciones laborales.
- ✓ Dispar comportamiento empresarial por subsectores, dentro de una tendencia general a la desaceleración de las ventas: **los hoteles urbanos (+10,5%), las líneas aéreas, la movilidad terrestre y el ocio (+9,0%) son los que registran mayores aumentos en sus ventas, mientras en los hoteles de costa (+6,4%), las agencias de viajes (+2,4%), el transporte marítimo y las compañías de rent a car (+7,6%) los ritmos de crecimiento en este IITr son más moderados, en un contexto de tensionamiento de márgenes**, especialmente en el caso del transporte marítimo y el alquiler de coches, derivado del fuerte aumento en las flotas y la reventa de coches con precios a la baja respecto a los pagados en su compra durante los meses de pandemia.
- ✓ **La demanda turística extranjera vuelve a erigirse como el principal impulsor de la actividad turística en España durante este segundo trimestre de 2024, con un destacable mejor desempeño de sus niveles de gasto (+19,5% mar-mayo 24vs23, sin el transporte en origen) respecto al aumento de la afluencia** (turistas +12,8% y pernoctaciones +12,8%), gracias a un aumento del gasto medio diario en destino del +5,9%, explicado casi en su totalidad por los mayores precios (+5,6%). **El gasto medio diario real en destino apenas crece el 0,3%.**
- ✓ **Se identifica un comportamiento diferencial de los turistas extranjeros, entre el enriquecedor de los que utilizan la oferta hotelera**, marcado por un menor crecimiento en afluencia (+11,5% en turistas y +10,5% en pernoctaciones) y un notable aumento de su contribución diaria (el gasto medio se eleva el +7,8%, hasta alcanzar los 262€), **respecto al aumento explosivo de los usuarios de viviendas turísticas**, responsable del mayor aumento de la presión sobre los destinos (+24% turistas y +29,6% pernoctaciones) y un mucho menor gasto diario (152,5€) que apenas sube este año 2024 (+1,6%).
- ✓ **Dentro de un crecimiento generalizado de todos los mercados claves para España, destaca la recuperación del mercado alemán (+15,8% interanual mar-may, +1,5 millones de pernoctaciones hoteleras), la respuesta del británico (+8,2%, +1,1 millones), y el nuevo aumento (ya crecieron de forma notable en el segundo trimestre de 2023) de los de larga distancia (USA +20,3% +508 mil, Latinoamérica +10,7% +274 mil, Japón +48,7% +69 mil y China +80,2%+230 mil)**, que impulsa los resultados de los grandes destinos urbanos españoles, donde se concentran sus viajes.
- ✓ **La demanda turística española ralentiza su dinamismo, mostrando una notable desaceleración en estos meses de primavera de 2024** (las noches en la oferta alojativa reglada apenas crecen un +0,4% en mar-may de este 24 vs 23 y el total de noches un +1,1% en mar-abr, con un gasto turístico en tarjetas de CaixaBank del +5,9%, explicado casi en su totalidad por el efecto de los mayores precios. **Mayor crecimiento de los viajes interiores de los españoles a sus segundas residencias o de familiares y amigos (+8,7%)**, favorecidos por las mayores conexiones y frecuencias ferroviarias (los pasajeros crecen un +23,1% interanual en el acumulado de mar-abr 24 vs 23), por encima del autobús (+23,7% larga distancia) y el transporte aéreo (+6,8%), mientras cae el transporte marítimo (-1,6%).
- ✓ **El turismo urbano registra un fuerte dinamismo en el segundo trimestre de 2024, con la Comunidad de Madrid a la cabeza (+18,0% en ventas de los hoteles vs IITr 23), seguido de Andalucía (+13,0%), la Comunidad Valenciana (+9,5%), Murcia (+9,4%), País Vasco (+9,3%), y Cataluña (+7,0%)**, todas ellas con un notable impulso en sus respectivas ciudades, gracias al fuerte tirón de la demanda extranjera, mientras **las ventas en Baleares (+8,9%) y Canarias (+7,2%) mantienen su dinamismo y los destinos más dependientes de demanda española registran aumentos más moderados, tras los intensos aumentos registrados en el IITr de 2023: Galicia (+3,1%), Asturias (+1,6%) y Cantabria (+0,9%), junto a las comunidades de interior Castilla La Mancha (5,5%), Castilla y León (4,4%), Aragón (+4,2%), Extremadura (+3,7%), Navarra (+2,9%) y La Rioja (+2,0%).**

Perspectivas para la temporada de verano (tercer trimestre) y para el conjunto de 2024

- ✓ Las expectativas empresariales para el verano de 2024 sugieren un menor dinamismo en el crecimiento de la actividad turística en España, dentro de una tendencia a la normalización del crecimiento de la demanda turística: estiman para el III Tr de 2024 un aumento interanual de sus ventas del +5,3% respecto al ya muy buen verano de 2023, tras el gran inicio del año (+7,8% I Tr y +12,4% I Tr 24) y explicado casi en su totalidad por los mejores precios.
- ✓ País Vasco (+8,3%) y los destinos urbanos españoles internacionalizados, liderados por Madrid (+11,5%) registran las mejores perspectivas para el verano de 2024, con positivas expectativas en las comunidades del litoral, más por los destinos urbanos: Andalucía (+7,4%), la Co. Valenciana (+7,1%) y Murcia (+6,8%). Se observa mayor moderación en Cataluña (+3,9%), Baleares (+2,4%) y Canarias (+2,2%), además de los destinos de interior (Aragón (+3,4%), La Rioja (+2,9%), Castilla y León (+2,3%), Castilla-La Mancha (+1,6%), Extremadura (+1,5%) y Navarra (-2,1%)) y del resto de la España Verde (Asturias (+2,4%), Cantabria (+2,3%) y Galicia (+2,0%)), de mayor presencia de demanda nacional y tras un gran verano de 2023.
- ✓ Mantenemos nuestra estimación sobre el crecimiento real del PIB turístico en España durante 2024 en el +4,6% (un +8,6% a precios corrientes), el doble que la economía española, lo que hace que el turismo explicaría el 26,2% de todo el aumento real de la economía española en 2024. De cerrarse así, el PIB Turístico superaría por primera vez los 200 mil millones de € (202.651 mlls €), elevando la contribución del turismo a la economía española hasta el 13,2% en 2024.

Reflexiones y recomendaciones de política turística

1. Aunque la previsión para final de año es un crecimiento pausado no deja de ser un crecimiento de actividad turística. De ahí que al margen que ese crecimiento tenga distintas intensidades y consecuencias por destinos, coincide con un periodo especialmente sensible para la ciudadanía de muchos lugares exitosos de España, que muestra su disconformidad con diversas externalidades para su calidad de vida y bienestar, que les genera sobre todo los escenarios de masificación/ turistificación y muy especialmente de gentrificación.
2. Desde el mayor respeto a esos sentimientos ciudadanos, en especial a los que traducen planteamientos constructivos, la Iniciativa TURISMO BIEN de EXCELTUR con su manifiesto y sus 80 líneas de actuación, pretende dar debida respuesta a esas inquietudes e inducir que el mayor número de actores de la extensa cadena de valor del sector privado se vayan sumando y adhiriendo a la filosofía que se desprende de ella, que entre otros trata de acompañar el futuro desarrollo turístico y sus nuevas hojas de ruta, con las aspiraciones de los residentes locales en los distintos destinos.

Todo ello, desde la más decidida voluntad empresarial de ser actores clave para encontrar soluciones que contribuyan a mejorar las políticas e iniciativas del conjunto de actores públicos y privados en los destinos españoles en torno a procesos de reflexión conjuntos con visión transversal y de largo plazo. Es decir, que recojan a su vez, los mayores compromisos recíprocos de las AAPP en torno a su responsabilidad de legislar y su obligación de controlar con el mayor rigor y valentía, la aplicación de las normativas que faciliten los planteamientos estratégicos e iniciativas concretas que, en cada destino particular, aseguren su gradual reposicionamiento y desarrollo turístico más sostenible y deseable por la ciudadanía.

Sin perjuicio de lo anterior reprobamos con la mayor firmeza, cualquier aseveración que trate de sesgar las causas por las que se produce el descontento ciudadano, cuando en especial se trata de atribuirlo exclusiva e inadecuadamente a prácticas empresariales indebidas, o incluso peor, la grave hostilidad cuando se agrede directamente a los turistas que nos visitan. Unas conductas, éstas últimas, más que censurables, al aplicarse sobre personas sin ninguna responsabilidad sobre esas cuestiones, que son tratados de manera incívica y reprochable por grupos irresponsables e inconsecuentes del daño reputacional e internacional que le hacen a un sector clave y del que tanta gente depende en sus territorios.

3. En síntesis, animamos al ejercicio de reposicionar gradualmente las Políticas turísticas y las estrategias empresariales del conjunto de la cadena de actores que conforman las cadenas de valor turística en los distintos destinos, especialmente los más tensionados, que en cada caso procedan a nivel nacional, regional y local que tengan en cuenta:
 - a) Los crecimientos turísticos ilimitados en zonas tensionadas en sus temporadas punta son claramente insostenibles desde cualquier punto de vista medioambiental y muy especialmente social.
 - b) La mejor voluntad empresarial para afrontar recorridos de mejora en sus diversos planteamientos y procesos gestión que coadyuven a ese fin
 - c) La imprescindible voluntad de las AAPP para procurar con valentía, sancionar la mejor regulación y su control posterior que facilite eliminar la ilegalidad (muy en especial de la oferta ilegal de las VUT.s) y marcar los nuevos escenarios de juego para el desarrollo turístico más sostenible que en cada destino, concite la mayor aceptación ciudadana.

- d) Brindar nuevos vehículos para recoger las aportaciones constructivas de la sociedad civil que expresen sus aspiraciones y ayuden a dibujar los escenarios de posicionamiento turístico más deseable a futuro y que deseen legar a sus hijos.
 - e) Diseñar e implantar nuevos organismos que integren y faciliten una verdadera gobernanza público-privado que con carácter transversal facilite el aunar visiones, alcanzar consensos y comprometer los mayores recursos recíprocos y talento, para lograr esos objetivos.
4. Asegurar la mejor gestión, sin regatear en facilitar las oportunas dotaciones de recursos humanos y económicos, de todas aquellas infraestructuras y servicios clave para asegurar las condiciones de movilidad de pasajeros/turistas “friction less” que eviten acusar situaciones de congestión /colas o mala prestación de esos servicios a su llegada /salida o tránsitos por España. Ello es especialmente urgente resolver en algunas estaciones y muy en especial en varios aeropuertos de la red de AENA que están siendo objeto de crecientes quejas por unos turistas, en lo que es su primera o ultima toma de contacto con nuestro país.