

## Valoración turística empresarial del año 2015 y perspectivas para 2016.

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 12 de enero de 2016

### BALANCE TURISTICO DEL CONJUNTO DEL AÑO 2015

#### Resultados de un gran año turístico

- El PIB turístico cierra finalmente el año 2015 con un crecimiento del 3,7%, tras un atípico y muy positivo cuarto trimestre del año en el que el turismo acelera su crecimiento hasta el 4,0%, por el inesperado aumento de la demanda extranjera tras la intensificación de la inestabilidad en los competidores (Egipto y Turquía, principalmente). Se trata de crecimientos del PIB turístico al nivel de los máximos registrados en los últimos 15 años, con niveles de turistas, ingresos y PIB en valores máximos.
- El 84,7% de las empresas turísticas españolas mejoran sus ventas en 2015, con un porcentaje del 56,0% donde esa mejoría supera el 5%. El incremento en ventas y la reducción de los costes energéticos y financieros permite al 83,4% de empresas mejorar sus resultados en el conjunto del año, el mayor porcentaje desde que en 2002 se elabora la Encuesta de EXCELTUR.

#### Las 10 claves de los buenos resultados de 2015

1. El turismo se erige como principal motor de la recuperación de la economía española y la creación de empleo.
  - 1 de cada 7 nuevos puestos de trabajo en España han sido creados por el sector turístico en 2015, lo que supone 73.343 nuevos empleos (un 5,5% más que en 2014), hasta registrar una cifra total de 1,4 millones de afiliados a la seguridad social.
  - El turismo ha aportado 0,5 puntos al crecimiento del PIB español hasta registrar los 124 mil millones de actividad en 2015.
2. Se consolida el repunte y tirón de la demanda nacional, que crece por encima del 5% y favorece la extensión de la mejoría de los resultados a la mayor parte de empresas y destinos españoles.
3. Reiterada y creciente inestabilidad geopolítica en los principales países competidores del sol y playa, que vuelve a beneficiar a los destinos del sol y playa español. Un tercio del crecimiento de turistas extranjeros a España en 2015 se explica por este fenómeno.
  - Egipto, Túnez y Turquía pierden en 2015 2,1 millones de turistas que se suman a los más de 5,7 que ya habían perdido los dos primeros desde la Primavera Árabe de enero de 2011.
  - Cada vez que se ha producido este año un episodio de inestabilidad (en marzo museo El Bardo y en junio Susa en Túnez, en octubre un avión ruso derribado en Egipto, desde abril el efecto de la guerra sobre Turquía y recientemente el boicot ruso a los destinos turcos), se ha acelerado la llegada de turistas extranjeros a España con paquete turístico.
4. Un contexto macroeconómico inusualmente propicio para viajar con la depreciación del euro (12,1% frente a la Libra y 16,5% respecto al dólar), tipos de interés y prima de riesgo en mínimos y desplome del precio del petróleo (del 37%)
5. Fuerte recuperación de los viajes de negocio en todas sus modalidades (reuniones, congresos, incentivos y eventos), tanto de españoles como de extranjeros.
  - El mercado interno de los viajes de negocio creció hasta septiembre un 11,3%, muy por encima del 6,9% en que se han incrementado los viajes de los españoles por razones de ocio y otros motivos.
  - Los viajes de negocios de los extranjeros crecieron un 17,5% en el acumulado anual hasta noviembre, respecto al 6,5% de llegada de turistas extranjeros cuya principal motivación es el ocio.
6. Crecimiento desbordado de la competencia irregular de servicios turísticos “p2p” no reglados y descontrolados, con el alojamiento en viviendas de alquiler como principal actividad y reto para un urgente y normalizado encaje regulatorio a nivel nacional en 2016.
  - Un fenómeno que se ha demostrado tiene una dimensión desbordante (2,7 millones de plazas frente a las 2,4 regladas en toda España), genera una menor derrama en destino (el 84,2% en renta y el 500% en empleo) y su atractivo principal es el menor precio derivado de su casi nula regulación (8 requisitos frente a los más de 1000 de los alojamientos reglados).
  - Rodeado de la aureola de colaborativo, se explota con un propósito cada vez más lucrativo (el 93% exige un pago por el alquiler, el 44% del mismo va a personas o empresas con más de una propiedad y se ingresa una renta un 123% superior al alquiler alternativo a residentes) que afecta negativamente la calidad de vida al 59% de los residentes y expulsa a la población residente.

**Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR**

**Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org;**

**También nos puede encontrar en [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org) y en [www.linkedin.com/company/exceltur](http://www.linkedin.com/company/exceltur)**

7. Sigue cayendo el ingreso por turista extranjero (un -1,0% nominal y un -2,1% real, según el Banco de España) al llegar más turistas de los perfiles de menor gasto diario asociado. En términos reales encadena 16 años de caídas.
8. Los hoteles urbanos y las compañías de transporte los subsectores que experimentan un mayor crecimiento en las ventas, con más del 50% de compañías con incrementos superiores al 5%, recuperando parte de los perdido durante la crisis. Las empresas vinculadas al sol y playa vuelven a mejorar hasta alcanzar los mayores niveles de rentabilidad, mientras las agencias de viajes acaban el año con aumentos moderados en sus ventas, afectadas por la adjudicación definitiva del programa de viajes del INSERSO.
9. Los destinos de interior, con Madrid a la cabeza, del norte de España (Cantabria, Asturias y Galicia), Baleares y la costa mediterránea, se erigen como los grandes beneficiados de 2015.
10. Un cuarto trimestre muy atípico por la confluencia de unas condiciones meteorológicas inusualmente buenas, nuevos brotes de inestabilidad en Egipto y Turquía, ataques terroristas en el corazón de Europa y los resultados electorales a nivel nacional y en Cataluña que incorporan grandes retos y desafíos para este inicio de 2016.

## EXPECTATIVAS TURÍSTICAS PARA EL AÑO 2016

- **Escenario A: En un escenario de “Business as usual” y bajo el actual contexto macroeconómico internacional, estimamos que el PIB Turístico podría crecer hasta un 3,4% en 2016 (algo menos que en 2015) y volverá a crear empleo de forma intensa (el 81,1% de los empresarios prevé aumentar plantillas en 2016),** de nuevo por encima del 2,8% que los analistas estiman hoy crecerá el conjunto de la economía española.
- **Escenario B: De no superarse con cierta rapidez las incertidumbres de formación de un gobierno estable que otorgue confianza y seguridad jurídica interna y externa para seguir avanzando en la senda de la recuperación y la creación de empleo, estimamos que el PIB turístico podría ralentizar notablemente su crecimiento hasta el 2,7%,** por su doble efecto sobre la confianza de los españoles y sus niveles de consumo y sobre la inversión interna y la entrada de capitales extranjeros.
- **En la encuesta de Confianza de Clima Empresarial de EXCELTUR (que se cerró el 8 de enero antes de la formación del nuevo gobierno en Cataluña), los empresarios turísticos descontaban un nuevo crecimiento de sus ventas y resultados en 2016,** pero de menor intensidad a los registrados en 2015, y en línea con los dos escenarios anteriores.
  - El 89,3% esperan un nuevo incremento en sus ventas en 2016.
  - Un 92,2% de las empresas descuentan una mejora de sus resultados.
  - Todos los subsectores de la cadena de valor turística descuentan un año 2016 de nuevos incrementos en ventas y resultados, con las líneas aéreas a la cabeza.
  - En el mismo sentido el optimismo es generalizado en todos los destinos españoles: Más del 90% de las empresas esperan mejorar los resultados en Madrid, Castilla-La Mancha, Asturias, Galicia, Castilla y León, Andalucía y Baleares (en este caso antes de conocer los efectos de la implantación del nuevo impuesto sobre estancias turísticas, aprobado definitivamente por el Govern este pasado viernes).

## REFLEXIONES DE CARA A SUPERAR LAS INCERTIDUMBRE POLITICAS QUE PUEDEN CONDICIONAR EL EJERCICIO TURISTICO 2016

Dadas las diversas incertidumbres que incorpora el insólito y excepcional escenario político en el que nos encontramos tras la últimas elecciones generales y la evolución del desafío soberanista de Cataluña tras la reciente formación de su nuevo Gobierno, creemos es el momento de conjugar el máximo de fuerzas y con altura de miras, entre la clase política, empresarios y agentes sociales en pro de:

1. **La más pronta formación de un Gobierno de la Nación estable y con el más amplio respaldo posible de las formaciones constitucionalistas,** que garantice la unidad e integración de España en torno a un proyecto país que infunda la mayor seguridad jurídica y confianza a futuro. Es decir, que facilite el mayor crecimiento económico y del empleo, y las reformas de distinta índole que gradualmente sean precisas, para reforzar su sostenibilidad y la mejor prestación de los servicios públicos y sociales conexos.
2. **Asumir el valor estratégico y la gran oportunidad que supone para España, reforzar las políticas de Estado que procuren los mayores efectos arrastre del turismo, como los logrados en 2015.** Es decir impulsar la mayor unidad de mercado y situar las responsabilidades turísticas al máximo nivel en el nuevo gabinete – *próximas a la Presidencia de Gobierno*-.Ello permitiría, con una visión más transversal y recursos adecuados, abordar con rigor las transformaciones estructurales y competitivas pendientes para reposicionarse en torno a los flujos turísticos que conlleven la mayor derrama por turista y la mejor convivencia ciudadana.

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR  
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org;  
También nos puede encontrar en [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org) y en [www.linkedin.com/company/exceltur](http://www.linkedin.com/company/exceltur)