



España, destino privilegiado para el visitante internacional

► La depreciación del euro, el desplome del precio del petróleo, la recuperación de los viajes de negocios y la inestabilidad geopolítica de los principales países competidores de sol y playa han impulsado a España para conseguir un nuevo récord histórico en la llegada de visitantes internacionales

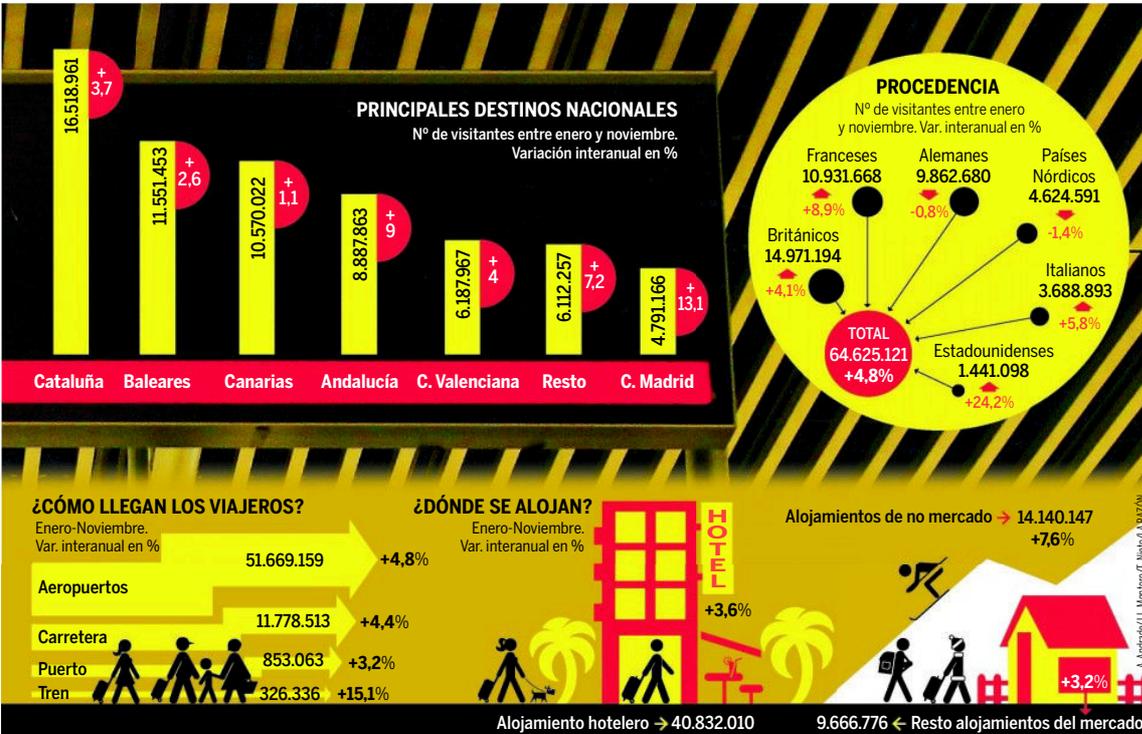
Raquel Bonilla / Madrid

España es, por méritos propios, un destino privilegiado para el viajero internacional. La suma de factores a nuestro favor es clave: buenas temperaturas durante prácticamente todo el año, infraestructuras de primer nivel, establecimientos de máxima calidad, servicio profesionalizado, gente acogedora y, ahora más que nunca, una seguridad muy sólida, que resulta clave en los tiempos que corren. Y no es una simple opinión, pues así lo refrendan los datos. De hecho, España ha logrado superar, un año más, su propio récord histórico y rebasar la friolera de los 68 millones de turistas extranjeros. Y no sólo eso, ya que el PIB turístico cerró finalmente el año 2015 con un crecimiento del 3,7 por ciento, tras un atípico y muy positivo cuarto trimestre del año en el que el turismo

aceleró su crecimiento hasta el 4,0 por ciento por el inesperado aumento de la demanda extranjera. «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», aseguró José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur, la pasada semana al dar a conocer el balance del sector en 2015.

El turismo volvió a ser la locomotora de la economía española en 2015: el PIB turístico creció un 3,7% y el sector fue el principal generador de empleo

Con estos datos sobre la mesa, el turismo vuelve a consolidarse, un año más, como la locomotora de la economía española y de la creación de empleo. Las cifras son contundentes, ya que el turismo aportó 0,5 puntos al crecimiento del PIB español hasta registrar los 124 millones de actividad en 2015, mientras que uno de cada siete nuevos puestos de trabajo en España fueron creados por el sector turístico en 2015, lo que supuso 73.343 nuevos empleos (un 5,5 por ciento más que en 2014), hasta registrar una cifra total de 1,4 millones de afiliados a la Seguridad Social. «La valoración de los resultados es excelente, puesto que la progresión de visitantes extranjeros que se ha producido en España durante los tres últimos ejercicios representa un récord absoluto, una curva de crecimiento constante, un mayor ingreso y unas cifras de negocio para los diferentes subsectores turísticos que conforman el Turismo en nuestro país que va creciendo año tras año», afirma Fernando Val-



maseda, director general del Grupo RV Edipress y galardonado con el Premio Excelencia Turística 2015.

Son muchos los factores que han influido en los buenos datos turísticos de 2015, como el contexto macroeconómico inusualmente propicio para viajar gracias a la depreciación del euro (12,1 por ciento frente a la libra y 16,5 por ciento respecto al dólar), tipos de interés y prima de riesgo en mínimos y desplome del precio del petróleo (del 37 por ciento), así como una fuerte recuperación de los viajes de negocio en todas sus modalidades (reuniones, congresos, incentivos y eventos), tanto de españoles como de extranjeros, según datos de **Exceltur**.

«Y no hay que pasar por alto la reiterada y creciente inestabilidad geopolítica en los principales países competidores de sol y playa, que vuelve a beneficiar a los clásicos españoles», afirma Zoreda, quien puntualiza que «un tercio del crecimiento de turistas extranjeros llegados a España en 2015 se explica por este fenómeno. Egipto, Túnez y Turquía han perdido en 2015 cerca de 2,1 millones de visitantes, que se suman a los más de 5,7 que ya habían perdido los dos primeros desde la Primavera Árabe de enero de 2011».

El récord en la llegada de visitantes internacionales durante 2015 ha venido acompañado, además, de un récord en el número de pasajeros que han llegado a

los aeropuertos de la red de Aena, que alcanzaron el pasado año el mejor dato de tráfico de su historia, con más de 207,41 millones de usuarios, cifra que además supone un crecimiento del 5,9 por ciento con respecto al año anterior, tan sólo superado por el dato de 2007, cuando gestionaron 210,4 millones de viajeros.

OBJETIVO: AUMENTAR EL GASTO

Sin embargo, más allá de la exitosa plusmarca de la llegada de visitantes internacionales, resulta aún más decisivo que los viajeros aumenten su gasto en destino. Y en este terreno hay controversia, ya que, según los últimos datos pu-

blicados por el Instituto Nacional de Estadística, el gasto total de los visitantes internacionales que llegaron a España entre enero y noviembre de 2015 fue de 63.657 millones de euros, lo que supone un incremento del 6,43 por ciento respecto al mismo periodo de 2014. Frente a ello, otras fuentes del sector recuerdan que ese dato no es del todo acertado, pues incluye gastos en origen que realmente no benefician a la industria española. De hecho, según **Exceltur**, el ingreso por turistas extranjero cayó en 2015 un 1 por ciento nominal y un 2,1 por ciento real, según el Banco de España, al llegar más turistas de los perfiles de menor gasto diario asociado. «El volumen por el volumen puede valer para los países que están arrancando, pero no para aquellos que, como España, están liderando el turismo mundial y donde el principal indicador debe ser la mayor derrama que genere cada turista», asegura **José Luis Zoreda**.

RETOS PENDIENTES

Los históricos datos de 2015 no deben obnubilar al sector. A pesar de que España sea el país más competitivo del mundo en materia turística, todavía queda mucho por hacer. «Para que el turismo se mantenga como el principal motor de la economía de España, es necesario que este sector deje de ser la "cenicienta" de muchas administraciones públicas. Es hora de elegir a aquellas personas que realmente están preparadas para dar respuesta a la exigencia de un sector que está en permanente crecimiento y reinvención y que demanda gestores formados capaces de atender y entender lo que hoy en día representa el turismo para España, capaces de desarrollar estrategias inteligentes de promoción y desarrollo, de diseñar acciones de colaboración público-privada eficaces y de conocer las necesidades, pero también las potencialidades, de los diferentes agentes que conforman el entramado de este sector», asegura Valmaseda. En este sentido, Fitur se presenta como la gran oportunidad para iniciar este camino de concienciación.

A. Andrade/J.L. Montero/T. Nieto/A. RAZÓN