

Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2016 y perspectivas para el verano y el conjunto de 2016

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 13 de julio de 2016

Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2016

- **La actividad turística se dispara en el segundo trimestre de 2016 lo que genera una creación de empleo de 88.124 afiliados más en las ramas turísticas** a finales de junio de 2016 (+5,7%), consolidando el papel del turismo como motor del crecimiento, en un trimestre en el que se desacelera la economía española, según las estimaciones de las casas de análisis.
- **Las oleadas de turistas extranjeros fruto de la inestabilidad en los competidores del Mediterráneo Oriental y, principalmente en Turquía son el principal detonante del fuerte aumento de la actividad turística** en este trimestre. Las caídas de demanda extranjera en Turquía, Egipto y Túnez hasta mayo ascienden a 4,6 millones de turistas, mientras las CC.AA. del sol y playa español han ganado 2,2 millones, lo que supone el 94% del total del aumento de las pernoctaciones de los extranjeros en España.
- **Los ingresos por turismo extranjero del Banco de España crecen (+4,7%) un tercio de la afluencia (+13,0%) hasta abril, volviendo a reducir (-7,4%) de forma preocupante el ingreso por cada turista extranjero hasta lo 692,8€.** A pesar de que la mayor parte de la caída se debe al descenso de la estancia media (-6,6%) frente al gasto diario en destino (-0,8%), desde EXCELTUR vemos con preocupación que el paradigma de crecimiento turístico español siga basándose en más afluencia, sin apostar con mayor decisión por el reposicionamiento de la oferta hacia segmentos de demanda de mayor contribución económica, que evite los problemas de congestión que ya se generan en algunos destinos y pueden agravarse en los días punta del verano.
- **El Reino Unido encabeza el crecimiento de la demanda turística hasta mayo (+16,1% en turistas y +16,8% en pernoctaciones hoteleras), sin que hasta el momento se haya notado un impacto considerable del Brexit.** Según nuestras estimaciones, **el efecto en el conjunto de 2016 del Brexit tan sólo restaría una décima (0,1 puntos) al crecimiento estimado del PIB turístico.** Todos los principales mercados crecen de forma intensa en esta primavera, destacando la recuperación del turismo ruso y la consolidación del alemán (+22,4% y + 11,3% en pernoctaciones hoteleras en marzo-mayo, respectivamente).
- **El consumo turístico de los españoles ralentiza levemente sus ritmos de crecimiento** durante los meses de primavera. Crecen de forma intensa los viajes al exterior (+19,5% su gasto en marzo-abril) y el uso del avión (+9,9%) impulsado por el abaratamiento de las tarifas (-3,7%).
- **El 53,6% de las empresas turísticas españolas mejoran sus resultados en el segundo trimestre de 2016,** respecto a los positivos registros del mismo período de 2015, según los resultados de la Encuesta de Confianza de Empresarial de EXCELTUR. Los hoteles de costa (+16,2% en ingresos durante marzo-mayo) y las actividades relacionadas con el ocio, registran el mejor balance, seguido de los hoteles urbanos (+5,0% en ingresos marzo mayo), las empresas de alquiler de coches y los grandes grupos de agencias de viajes
- **Baleares, Canarias, Murcia y Andalucía, en el sol y playa y el País Vasco y Madrid en la España Verde y de interior lideran el desempeño turístico en España en el II Tr 2016.**

Perspectivas para el verano (tercer trimestre) y el conjunto de 2016

- **Los empresarios turísticos esperan un verano de 2016 muy favorable; el 53,8% prevé mejorar sus resultados, muy concentrado en las zonas de sol y playa de mayor presencia extranjera que ya registraron en 2015 una excelente temporada alta.** Las expectativas empresariales son muy positivas en Baleares y Canarias, Andalucía, el litoral valenciano y murciano, además del País Vasco.
- **Revisamos al alza el crecimiento del PIB turístico para el conjunto de 2016 hasta el +4,4%.** por el efecto de y la fortaleza de la demanda española, a pesar de la inestabilidad política, y, sobre todo, debido a los continuos episodios de inestabilidad en el Mediterráneo Oriental. Sin esta inesperada, atípica e indeseable circunstancia, el PIB turístico español crecería el 3,0% en el conjunto de 2016.
- **El 30% (es decir los 1,4 puntos restantes) del crecimiento del PIB turístico del conjunto de 2016 se debe a la redirección de turistas que ya se ha producido hasta junio y que esperamos se mantenga en lo que queda de año.** De esta forma, **del crecimiento estimado para el conjunto de 2016 en la llegada de turistas extranjeros (+6,5 millones) y de sus ingresos (+2,7 mil millones), algo más de la mitad (el 56%, es decir 3,7 millones de turistas y 1,5 mil millones de euros) procedería de demanda "prestada" procedente de estos países.**

Reflexiones ante el nuevo escenario político y los retos aún sin abordar del sector turístico español

- A. **Se consolida un atípico ritmo de crecimiento, a contemplar con toda cautela, donde más del 30% de la actividad es ya atribuible a los crecientes flujos de una demanda externa prestada** (supondrá el 60% del incremento de afluencia adicional en 2016) que, a su vez, contribuye a acentuar la tendencia de reducción del gasto medio por turista.

Sin perjuicio de los registros históricos en clave de afluencia, empleo, ingresos, resultados y divisas en 2016, **hay que abordar sin dilación una profunda reflexión sobre la gestión del éxito y sostenibilidad de los modelos turísticos basados en la mayor afluencia "per se",** hoy favorecida por causas exógenas, que pueden revertirse de inmediato.

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

Como desequilibrios asociados que ello genera y a corregir en paralelo, está la caída del gasto medio por turista y día, el sobrepasar las capacidades de carga, la despersonalización del entorno y las molestias vecinales (*en parte por descontrol de las viviendas turísticas*) en ciertos destinos exitosos que avivan una cierta "turismofobia". Que resulta discordante con la indispensable acogida al turista. Su posible extensión a otras grandes urbes o zonas turísticas debe evitarse, así como tratar de compensar la situación, extendiendo la estrategia de imponer nuevas o mayores tasas turísticas, supuestamente finalistas y sobre las que el sector privado cada vez tiene menos capacidad de codecisión.

- B. **Se hace igualmente urgente la formación de un gobierno definitivo y estable que consolide el actual proceso de recuperación, donde el turismo es una locomotora clave a priorizar. Por ello urge lograr junto a los diversos partidos políticos y CCAA un gran pacto de estado en pro de una competitividad turística más sostenible** para abordar la transformación y reposicionamiento experiencial de los productos y destinos turísticos españoles, que:
- i. **Parta del impulso de como mínimo una Secretaría de Estado que con la mayor influencia y visión transversal dependa de la Presidencia del Gobierno o del Ministerio de la Presidencia** (*no de un ministerio multisectorial como el actual*), apoyada en el mayor talento y expertise técnico, con una estructura interna y externa muy profesionalizada (TURESPAÑA) que facilite una co-gestión real con el Sector privado y la más estrecha coordinación con todas las CCAA.
 - ii. **Procure los diagnósticos más rigurosos y obvie cualquier lectura que pudiera inducir a interpretaciones equivocadas por la disparidad de lo que miden algunos indicadores oficiales.** Entre ellas seguir cifrando el éxito del sector y de los nuevos destinos turísticos de referencia, en lograr más records de afluencia que no vayan aparejadas de una mayor derrama y un sentimiento ciudadano de lograr en paralelo, un mayor bienestar social y más extendido a nivel local.
 - iii. **Promueva el mayor compromiso del gobierno central, con los autonómicos y locales junto a las otras instituciones competentes, para asegurar un marco normativo mejor adaptado a la realidad turística y más uniforme, que evite intrusismos y una economía sumergida, procurando la mayor equidad competitiva de todos los actores.** Es decir, velar por cumplir una legalidad, derechos del consumidor y la ciudadanía, sinónimo de la exitosa trayectoria turística de España y exigibles a unas plataformas digitales (mal referidas de colaborativas) que a toda costa buscan eximirse.

En este sentido EXCELTUR se congratula de haber evidenciado en un amplio número de consejeros que forman el pleno de la CNMC su clara reprobación al documento provisional de esa institución sobre las viviendas de uso turístico. De hecho, constatamos su comprensión, ante los riesgos que representaría en clave social y económica para el interés general y el conjunto del sector turístico español, que algunas fórmulas- *mal etiquetadas de colaborativas*- gozaran de un tratamiento discriminatorio y preferencial, que en un extremo pudiera inducir al desatino de la "no regulación "-

- iv. **Asegure los necesarios recursos presupuestarios y estímulos administrativos de diversa índole para impulsar las inversiones públicas y privadas** que faciliten la rehabilitación y reposicionamiento (en especial de zonas maduras).
- v. **Aborde con visión transversal los mayores compromisos de los diversos Ministerios y áreas de Gobierno que inciden sobre el turismo. Entre ellos y en especial el Ministerio de Fomento,** responsable último de gestión de las excelentes infraestructuras que disponemos y procurar su mayor intermodalidad, ante los nuevos retos turísticos:

Garantizando convocatorias más frecuentes de los órganos de coordinación con los operadores aéreos y otros concesionarios en aeropuertos y en especial con el propio sector turístico, el verdadero responsable del repunte de tráficos. En concreto, tras el buen ejemplo de la reunión para asegurar la mejor respuesta aeroportuaria este verano:

- Procurar la mayor dotación de recursos ante el desborde turístico y/o eliminar-simplificar procedimientos para evitar colas, retrasos o tiempos de escala/conexión, ante los filtros de seguridad (a pie de finger) e inmigración.
- Ante el muy rentable aluvión de llegadas para AENA este año y los próximos, en aras del interés general y la mayor competitividad del sector turístico que es quien realmente los genera, procurar las tarifas y condiciones más económicas de uso de los aeropuertos españoles homologables a los de los otros países turísticos receptores. Tanto para los operadores aéreos (nueva reducción deseable de tasas en torno al 2,5%) como a otros prestadores de servicios clave (Ej. rent a car), obviando así el riesgo de cualquier posible imputación por posición dominante.

(El informe completo se puede descargar en www.exceltur.org)