

# Valoración turística empresarial del tercer trimestre (verano) de 2016 y perspectivas para el cierre de 2016

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 18 de octubre de 2016

## Valoración turística empresarial del tercer trimestre (verano) de 2016

- El verano de 2016 se cierra con un balance turístico muy singular y excepcional, por el efecto de la burbuja creada en el segmento vacacional y los destinos españoles de Sol y Playa, que en general se han mantenido ajenos como un oasis, a la inestabilidad sufrida por nuestros principales competidores del Mediterráneo (especialmente Turquía) y a la inseguridad por terrorismo sufrida en otros destinos europeos.
- El PIB turístico crecerá según nuestras estimaciones un 4,5%, en un escenario donde se crean 87.693 nuevos puestos de trabajo y donde el 51,4% de las empresas mejora sus resultados en el tercer trimestre de 2016, respecto al ya de por sí, muy buen verano de 2015.
- El fuerte aumento de la actividad turística se vuelve a explicar por las continuadas oleadas de turistas extranjeros, buena parte prestados, concentrados en las zonas de la costa y desplazados de otros destinos competidores: De junio a agosto la llegada de turistas extranjeros a Turquía y Egipto se ha desplomado un -40,7%, lo que supone la pérdida de 7,0 millones (11,5 mills en todo lo que llevamos de 2016), mientras los destinos del sol y playa español han registrado un incremento de +1,9 millones en los mismos meses del verano.
- La fuerte presencia en este desvío, de los turistas paquetizados (crecen un +20,8%), usuarios de hotel (suben un +8,8% sus pernoctaciones) y de estancias más largas ha suavizado los ritmos de descenso de los ingresos por turista extranjero que revierten a España y mide el Banco de España. Los datos de ingresos por turista de los meses de junio y julio (último disponible) de 2016, sitúan la caída del ingreso por turista en el -2,2% interanual hasta los 717 euros, frente a las caídas del -4% durante los meses de primavera y del -6,5% de inicios del año.
- El Brexit no ha tenido hasta el momento un impacto en el conjunto del sector turístico español, ni sobre los datos de afluencia de los turistas británicos hacia España, ni sobre su gasto. Tan sólo se observa una ralentización de sus tasas de crecimiento, fundamentalmente por el efecto de la depreciación de la libra. De hecho, el Reino Unido encabeza el crecimiento de la demanda turística en junio-agosto: las pernoctaciones hoteleras de los británicos aumentan en 2,5 mills (+12,1%) en este período respecto al verano de 2015.
- La demanda turística de los españoles muestra síntomas de debilidad, reflejado en la ralentización del crecimiento en los productos turísticos y viajes de mayor precio (hoteles de 4 y 5 estrellas, viajes al exterior y el uso de medios de transporte aéreo y ferroviario) y el mayor dinamismo de los más económicos (turismo rural, campings y hoteles de menor categoría).
- El turismo de negocios, más relacionado con la actividad empresarial, se resiente por la situación de incertidumbre. La llegada de turistas extranjeros de negocio ha caído un -13,2% de junio a agosto respecto al mismo período de 2015, al igual que las noches de los viajeros de negocios españoles que, con datos hasta el mes de junio de la nueva Encuesta de Turismo a Residentes (ETR) del INE, caen un -17,0%.
- Las empresas turísticas españolas cierran en general un balance de verano muy positivo; el 67,2% sube ventas y el 51,4% sus resultados, según los resultados de la Encuesta de Confianza de Empresarial de EXCELTUR. Los hoteles vacacionales de la costa y las empresas de ocio y entretenimiento son los más favorecidos por el escenario turístico de este verano, mientras las agencias de viajes y las compañías de transporte acusan la menor fortaleza del consumo interno y, en el caso de las LLAA, la sobrecapacidad existente en el mercado.
- Las zonas costeras, con Canarias, Andalucía y Baleares en el sol y playa a la cabeza, y las comunidades de la España Verde (Asturias, Galicia, País Vasco y Cantabria) registran el mejor balance turístico de este verano de 2016.

## Perspectivas para el cierre de 2016

- Para el cuarto trimestre de 2016, se aprecia un enfriamiento del clima de optimismo empresarial, por la pérdida de fuerza de los vientos de cola que han favorecido en España el desempeño turístico de las dos últimas temporadas. La desaceleración esperada de punto y medio en el crecimiento de la actividad turística para estos próximos meses hace que el porcentaje de empresarios que esperan mantener sus resultados en los niveles de 2015 (47,6%) sea mayor que el que espera volver a mejorarlos (38,0%).
- Mantenemos nuestra previsión de crecimiento del PIB turístico para el conjunto de 2016 en el +4,4%, lo que supone un comportamiento excepcional, el mayor de los últimos 15 años, y 1,2 puntos por encima del aumento estimado para el conjunto de la economía española, consolidando el papel del turismo como principal motor de su recuperación.
- El mayor peso del desvío hacia España en este verano, de turistas prestados de otros países competidores (especialmente de Turquía), nos hace elevar hasta el 33% (es decir 1,5 puntos) el crecimiento del PIB turístico atribuible en 2016 a la redirección de esos turistas. De esta forma, del crecimiento estimado para todo el 2016 en la llegada de turistas extranjeros (+6,6 millones) y de sus ingresos (+2,8 mil millones), un 60,3%, de ellos es decir 3,9 millones de turistas y 1,7 mil millones de euros procedería de demanda "prestada" de terceros países.

## Reflexiones tras la exitosa temporada de verano 2016 y de cara al arranque del nuevo Gobierno Central y del año 2017

1. **El verano 2016 constituye el punto más álgido y difícilmente replicable en cuanto a los crecimientos turísticos sobrevenidos (en su mayoría imprevistos en cuanto a su creciente intensidad), y atribuibles en estos últimos años a los problemas geopolíticos de nuestros principales competidores vacacionales y a la inseguridad terrorista que también ha afectado a otros destacados destinos mundiales.**
2. **Ello explica que la nueva demanda extranjera prestada, que tan solo en el ejercicio 2016 ha crecido otros 3,9 millones de turistas, se añade hasta llegar a ser un total de 12 millones de turistas prestados, los que se han acumulado desde el 2010 y nos visitarán en 2016.** Esta demanda prestada y acumulada desde el 2010, cuando surgen las primaveras árabes, ya supone un 16 % del total de los cerca de 75 millones de turistas extranjeros que como habíamos calculado antes del verano, estimamos que finalmente llegaran a España en el 2016.
3. **Esta situación revela una coyuntura de demanda muy incierta y volátil que puede revertir en cualquier momento.** De hecho, aconseja una nueva y más decidida apuesta país, para la gradual mejora y reposicionamiento del conjunto de nuestra oferta y demanda turística. Se trata de competir por valor añadido, para un futuro más sostenible, rentable y aceptable, a todos los niveles de las sociedades locales.
4. **Este verano hemos bordeado ciertos límites de sobre afluencia turística, que han afectado puntualmente el sentir ciudadano y el modelo turístico de algunos destinos de referencia, que aún basan su éxito en la mayor afluencia "per se", sin aspirar a cambiar el perfil y la tendencia del gasto por turista (cae desde hace más de 15 años), sin facilitar la deseada desestacionalización, ni mejorar el empleo.**

**Estos hechos, se asocian este verano casi en exclusiva, a la explosión descontrolada de la oferta de viviendas de uso turístico.** Esta oferta en su mayoría ilegal, está aún sujeta a normativas muy laxas según CCAA, heterogéneas y sin apenas control efectivo y/o medidas punitivas que aseguren su cumplimiento. Ello ha generado en diversos destinos de éxito (Barcelona, Baleares) reacciones sociales adversas al turismo y en algún caso puntual, de animadversión empresarial, ante las crecientes molestias y externalidades negativas percibidas por la ciudadanía a nivel local y **unas administraciones que salvo alguna excepción (Barcelona), han observado el fenómeno con pasividad.**

5. **Si queremos asegurar un nuevo ciclo de prosperidad donde el sector turístico siga siendo un motor clave del desarrollo, del empleo y de la recuperación país, no cabe ninguna autocomplacencia institucional ante los insólitos resultados sobrevenidos en 2016.** Es decir, las administraciones deben promover ahora más que nunca, con las leyes, políticas turísticas e incentivos más adecuados, la gradual evolución de los modelos de negocio y el reposicionamiento de los destinos, con sus inversiones conexas en activos fijos y capital humano.

Es decir, una gran apuesta país en pro de otros modelos turísticos que garanticen el mejor empleo y la mayor rentabilidad y efectos arrastre sobre el tejido socio empresarial en los destinos. Todo ello, en paralelo a desincentivar/limitar/perseguir aquellos modelos turísticos – *que bendecidos por los buenismos de contribuir a la innovación disruptiva y/o al complemento de rentas*– trasgreden la normativa vigente y/o no garantizan mejoras sostenibles en esos ámbitos, ni en la calidad de vida de una ciudadanía, cuya capacidad de acogida al turista es clave.

### **EN ESTA LÍNEA DESDE EXCELTUR SOLICITAMOS A LAS ADMINISTRACIONES PUBLICAS (CENTRAL, AUTONOMICAS Y LOCALES)**

- a) **No tanto y solo la más pronta investidura de un nuevo Presidente, sino la más urgente formación de un Gobierno estable para abordar una gran y continuada apuesta de Estado por el turismo, consensuada con los diversos partidos y CCAA que asegure políticas, inversiones y modelos turísticos más competitivos y sostenibles, para irradiar más beneficios y el mejor empleo en las sociedades locales.**

**Reiteramos nuestra sugerencia que la máxima responsabilidad sobre turismo en el nuevo Gobierno central, recaiga en un ministerio con la mayor autoridad y visión transversal como idealmente es el de la Presidencia (no de un ministerio multisectorial como el actual).**

- b) **Una más ágil, rigurosa y coordinada legislación de alcance nacional para las diversas CCAA ante el cada día más nebuloso, descontrolado y exponencial uso irregular de viviendas de uso turístico, que limite la impunidad de las plataformas que las prescriben e intermedian y asegure su mayor control.** Una oferta inmersa hoy más que nunca en la categoría de economía sumergida, que además genera crecientes problemas de inseguridad, convivencia y expulsión de residentes para alquilar/comprar viviendas en centros turísticos.
- c) **Unas reflexiones sosegadas y mejor sustentadas a nivel de las CCAA y las entidades locales, para abordar desde el análisis y gestión público-privada más estrecha, comprometida y consensuada, las mejores soluciones posibles ante nuevas situaciones de congestión puntual.** Es decir, para impulsar los modelos de crecimiento más sostenibles en los destinos de éxito, que este verano han dado algunas señales puntuales de haber bordeado algunos días sus capacidades de carga, para que ni se sobrevaloren esos efectos (*hace pocos años durante la crisis implorábamos que llegaran más turistas*), y/o se repitan de manera continuada y/o se extiendan a más destinos españoles.
- d) **Unas políticas fiscales que, con visión de largo plazo, no penalicen equivocadamente al turismo o generen efectos disuasorios indeseados o contraproducentes (tasas turísticas, subida de impuestos locales, etc.).** Por el contrario, favorecer con estímulos "ad hoc", la inversión privada en renovación y otras fórmulas que aseguren una mejor y mayor dotación presupuestaria para resolver el problema estructural de financiación de unos municipios turísticos, muchos de ellos con crecientes necesidades para abordar su obligada renovación.
- e) **Mejores políticas de promoción turística para una mayor puesta en valor y conocimiento externo, de las múltiples infraestructuras, instalaciones y equipamientos disponibles en España para favorecer los mayores flujos de tráfico de negocio, congresos y convenciones,** reforzando la des estacionalización y la diversificación hacia segmentos de demanda de mayor ingreso por turista.

**(El informe completo se puede descargar en [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org))**

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