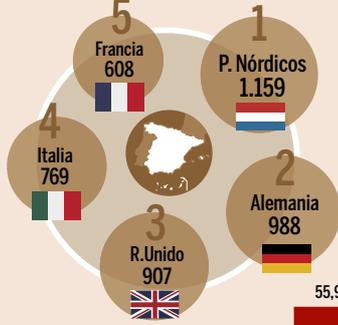


EL PRINCIPAL MOTOR DE ESPAÑA

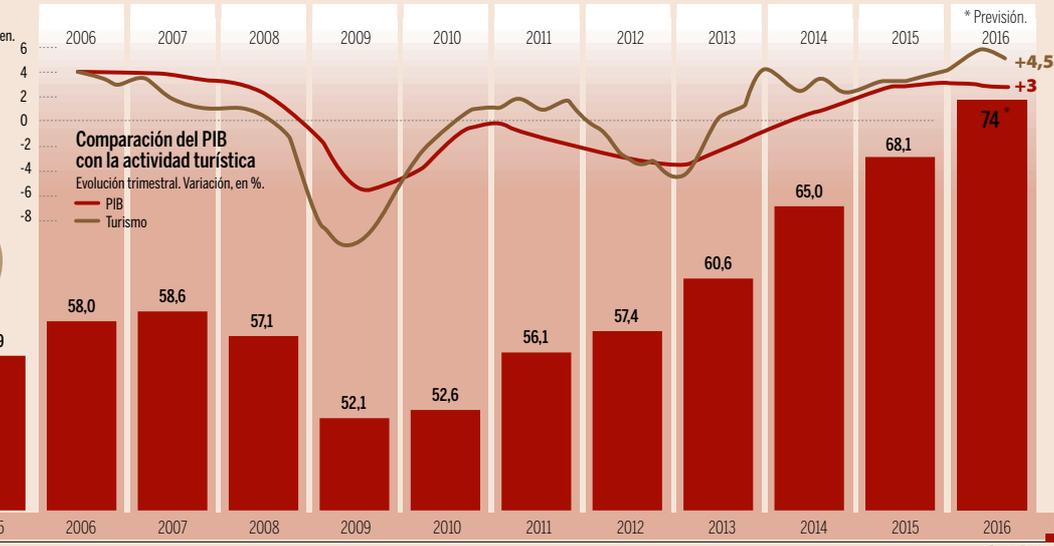
Gasto medio acumulado

Entre enero y septiembre. Por turista, en euros, según país de origen.



Turistas extranjeros en España

En millones.



Infografía Expansión

Fuente: Exceltur

# España se enfrenta al 'tsunami' turístico

España cerrará el año con 74 millones de turistas extranjeros. Pese a este récord, el sector afronta importantes retos como la elevada estacionalidad y un marco normativo complejo e incapaz de dar respuesta al desafío que supone el entorno online.

R. Arroyo/Y. Blanco

El sector del turismo sigue marcando récords. De acuerdo con las previsiones, España cerrará el año con 74 millones de turistas internacionales gracias a una excepcional campaña estival que ha redundado en creación de empleo y mejora de rentabilidad para las principales cadenas hoteleras. De acuerdo con un informe de **Exceltur**, la contribución sociolaboral del sector turístico se situó en máximos a cierre de septiembre, con 87.693 afiliados más a la Seguridad Social, lo que supone el supone el mejor registro de empleo de las últimas dos décadas gracias al alargamiento de la actividad y al alargamiento de la temporada.

res para contratar sus vacaciones. Pese al impacto positivo que conlleva una mayor atracción de visitantes a España, el boom turístico no está exento de ciertos inconvenientes. Entre los más importantes figuran las tensiones en la convivencia entre la población local y los turistas en las áreas más saturadas. Por eso, uno de los desafíos en esta industria pasa por hacer sostenible y económicamente rentable el aumento de la demanda. Además, la saturación en ciertos destinos redonda en algunas de las debilidades del modelo modelo turístico español. Por una parte, la eleva-

Desde el sector del turismo y el comercio instan a poner mayor énfasis en la promoción

da concentración y estacionalidad de la actividad y, por otra, cierto desconocimiento sobre el valor cultural español en el extranjero. Para mejorar la competitividad de España, los hoteles han apostado por una mejora de su planta hotelera y un reposicionamiento de sus marcas. Además, distintas voces consideran que hay que potenciar el turismo de com-

pras. Un reciente estudio de EY señala que España sólo capta un 1,2% de los turistas de los principales mercados internacionales con capacidad turística. En concreto, de los cinco principales mercados extracomunitarios, España sólo recibió el 0,3% del total de turistas chinos, el 2,6% de los estadounidenses, el 1% de los viajeros canadienses y el 0,4% de los viajeros saudíes e indios. Por esta razón, uno de los retos del sector pasa por captar al turista extracomunitario, que cuenta con una elevada capacidad de gasto en sus viajes. Desde el sector del turismo y el comercio instan a las Ad-

Falta un entorno regulatorio que facilite la convivencia con las plataformas de alojamiento

ministraciones a destinar una mayor dotación presupuestaria para el gasto en promoción y evitar mediciones basadas meramente en el volumen. Desde el sector privado se han dado ya algunos pasos para potenciar el turismo desde países emergentes. Por ejemplo, Iberia ha apostado por el mercado asiático con vuelos directos a Shanghai y Tokio desde Madrid, mientras que

Cathay Pacific ofrece rutas directas entre Madrid y Hong Kong. Según un estudio de Global Blue los nuevos vuelos directos a países asiáticos supondrán una inyección de 180 millones de euros al año para los comercios de la capital. Asimismo, el desembarco de grandes marcas hoteleras internacionales como el Four Seasons, que se instalará en Madrid una vez finalicen las obras del proyecto de Canalejas, serán un acicate para que el país seduzca a este tipo de turista.

**Regulación**  
 Otra de las asignaturas pendientes en esta industria es acabar con las ineficiencias de marco regulatorio desfasado y fragmentado. La normativa actual no se adecua a las nuevas realidades del turismo, ni a las demandas de los usuarios que optan por la plataformas de alquiler vacacional, como Airbnb y Homevay, como alternativa de alojamiento. Además, España, con competencias turísticas transferidas es un galimatías para las empresas del sector. En el ámbito público, la diversidad de organismos que intervienen en la promoción y comercialización dificulta poner en marcha un modelo eficaz y provechoso.

Más crecimiento y rutas en los aeropuertos españoles

El 'boom' turístico en España es el motor que ha llevado a los aeropuertos españoles a cerrar, en 2016, el mejor año de su historia con más de 227 millones de pasajeros. La cifra, que ha excedido las previsiones de Aena, se volverá a superar en 2017, si bien las expectativas son que el tráfico aéreo crezca a un ritmo inferior. Por el lado de la oferta, sin embargo, se espera que las aerolíneas europeas mantengan a España al frente de sus

prioridades en la medida en que siga siendo el principal destino refugio en Europa, en contraste con Turquía, Túnez o Egipto. Tras el estreno de las rutas a Asia —en concreto a Asia y Japón— por parte de Iberia hace unos meses, se espera que 2017 sea un ejercicio de consolidación en el caso de la aerolínea de IAG. Su rival Air Europa, sin embargo, seguirá estrenando conexiones —sobre todo a Latinoamérica— con la llegada de nuevos aviones a

su flota. El próximo ejercicio, además, marcará un hito con los primeros vuelos de una aerolínea de bajo coste entre España y EEUU. En concreto, de la escandinava Norwegian Air Shuttle, que unirá Barcelona con varias ciudades norteamericanas para, a medio plazo, replicar el modelo desde Madrid y extender su red también a América Latina. El crecimiento en el sector aéreo estará vinculado, no obstante, a tres factores:

la evolución del precio del petróleo, el impacto de la decisión de Reino Unido sobre la Unión Europea (Brexit) y el marco tarifario. En el caso español, el Gobierno tiene pendiente aprobar antes de que acabe el año las tarifas para el próximo lustro. Aena apuesta por congelarlas, mientras que las compañías aéreas creen que hay margen para reducirlas. La última palabra la tendrá el recién estrenado Ejecutivo.