

Valoración turística empresarial del año 2016 y perspectivas para 2017.

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 16 de enero de 2017

BALANCE DE CIERRE DE UN AÑO TURISTICO EXCEPCIONAL

- En un contexto insólito por diversas causas exógenas, **el turismo cierra un ejercicio excepcional e imprevisto, con un crecimiento del PIB turístico que revisamos de nuevo por tercera vez hasta el 4,9%, con la creación de 80.668 nuevos empleos al cierre de 2016.** Ello supone un 15% de todos los nuevos empleos creados en España, un aumento de 6.414 millones de € de actividad directa e indirecta generada por el Turismo (estimación a partir de la Cuenta Satélite) hasta lograr 125 mil millones de €, lo que elevará la participación del turismo al 11,2% del PIB.
- **El 71,6% de las empresas turísticas españolas mejoraron sus resultados en 2016 y un 84,9% sus ventas,** respecto al muy positivo año 2015. Ello las coloca en una posición financiera más saneada para seguir invirtiendo en mejoras de la oferta, que son claves para abordar la mayor valorización diferencial de los productos/destinos turísticos, y prepararse para cuando cambie el ciclo o se atenúen los vientos de cola exógenos, que ahora nos favorecen.

Las 12 claves de los buenos resultados de 2016: La conjunción de diversos factores muy difícilmente repetibles

- 1. El extraordinario aumento sobrevenido de demanda extranjera hacia España, el principal impulsor de la actividad turística en 2016.** Todas las variables de demanda externa se sitúan en sus máximos desde hace 15 años y que EXCELTUR estima en:
 - 75,4 millones las llegadas de turistas extranjeros, tras un crecimiento del 10,1%, sobre la ya excepcional afluencia externa recibida en 2015
 - 54,4 mil millones de € de ingresos que revertirán a España y recogerá el Banco de España en la Balanza de Pagos (un aumento del 6,8%).
- 2. El desplome de turistas en los países competidores, este año con Turquía muy en especial a la cabeza, principal factor determinante de la imprevista tasa de aumento de demanda externa.** Según datos oficiales de sus Bancos Centrales, a noviembre de 2016, Turquía y Egipto perdieron 15 millones de turistas (10,7 mills Turquía y 4,2 mills Egipto), un volumen superior a la caída de 7 mls sufrida en 2011 por la Primavera Árabe. Estas reiteradas caídas, explican un 49% de la demanda extranjera adicional acumulada en España desde entonces. De hecho, según la encuesta de confianza empresarial de EXCELTUR, para el 90% de los empresarios españoles esa ha sido una de las claves de su mejoría de resultado en 2016.
- 3. Los empresarios han intensificado la inversión en renovación y reposicionamiento de su oferta en ciertos destinos.** Para el 92,9% de los que responden la encuesta de confianza empresarial, ese ha sido el factor que más ha incidido en su mejoría de resultados en 2016.
- 4. La favorable evolución de las tres magnitudes que más inciden en los flujos turísticos: bajos precios del petróleo, tipos de interés negativos y el euro en niveles mínimos frente al dólar,** han impulsado la demanda turística y los resultados empresariales.
- 5. Nulo efecto en 2016 del Brexit sobre las llegadas de británicos a España, que cierra como el principal mercado exterior para España.** Los indicadores turísticos del mercado británico hacia España (llegadas de turistas, pernотaciones en hoteles y gasto) acaban el año en valores máximos de los últimos quince años, manteniendo una senda continua de crecimiento desde la aprobación del Brexit, si bien apreciándose una moderación a medida que ha avanzado el año.
- 6. Todos los mercados exteriores han registrado un inusual crecimiento de sus viajes y gasto turístico a España, partiendo de los altos niveles del año 2016.**
 - Cabe destacar el fuerte aumento del mercado nórdico (+12,0% en términos de pernотaciones hoteleras), los países bajos (+14,0%), Portugal (+9,3%) y mercados de menor tamaño como Irlanda (+14,9%) y Luxemburgo (+11,7%).
 - Alemania y Francia cierran el año con crecimientos notables (+6,6% y +6,4%, respectivamente en sus pernотaciones hoteleras) de una importante incidencia en términos de volumen (+2,9 y +1,0 mills de pernотaciones) y USA (+ 6,8%) destaca entre los de larga distancia.
- 7. A partir de la tendencia y datos oficiales del Banco de España hasta octubre, según nuestras estimaciones al cierre de 2016, descenderá un año más el ingreso por turista extranjero que revierte a España, por la caída de la estancia, si bien se produce un tímido aumento del 1% de su gasto diario en destino.** 2016 volverá a revelar una caída, en este caso del -3% hasta 721 € del ingreso por turista extranjero que revierte a España, encadenando 5 años consecutivos de descenso, o 16 años si se descontase la inflación.
- 8. El mercado español mantiene su senda estable de recuperación en consonancia con el crecimiento del consumo de las familias, pero a ritmos algo menores que en 2015.** La combinación de un difícil acceso a cupos de camas por los operadores españoles y una mayor propensión a viajar al extranjero (los pagos por turismo al exterior suben el 17,5% hasta octubre) ha desacelerado el crecimiento de los viajes y el gasto turístico de los españoles dentro de nuestro país.
- 9. Sube la actividad de los viajes de negocios en España, en un mercado caracterizado por la búsqueda de una mayor eficiencia en reducir costes operativos:** aumenta el gasto (+14,6% de los españoles y +21,2% de los extranjeros) y las pernотaciones, mientras se reduce el número de viajes (-0,7% los españoles y -1,6% los extranjeros).
- 10. El 92,1% de los hoteles españoles y el 93,8% de las actividades de ocio mejoran sus resultados en el conjunto de 2016, colocándose como los subsectores con un mejor balance empresarial del año.** Las compañías de transporte sufren la sobrecapacidad del mercado y el 63,0% de las mismas no consiguen trasladar su mejoría en ventas, a márgenes o resultados.

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

Telf. 91 5237600; E-mail: comunicacion@exceltur.org ; www.exceltur.org y en www.linkedin.com/company/exceltur

11. Prácticamente todos las CCAA y destinos mejoran sus resultados, destacando entre ellos Andalucía, Baleares, Canarias y la Comunidad Valenciana en zonas de sol y playa, Galicia, Cantabria y Asturias en la España Verde y Madrid Extremadura y Castilla la Mancha en las zonas de interior.

12. Se confirma y aceleran los progresivos efectos negativos del crecimiento descontrolado e irregular del alquiler turístico de viviendas que alertamos hace más de un año desde EXCELTUR. En los últimos 2 años la oferta reglada apenas ha subido un 1,6% en España, mientras las viviendas en plataformas P2P para su alquiler turístico lo han hecho un 74,8%. Ello provoca como ha sido una vez más el caso este verano en destinos icónicos de éxito (Barcelona, Ibiza, Mallorca, Valencia...etc.) los problemas de superación de capacidad de carga, dificultad de acceso a la vivienda y problemas de convivencia vecinal, que van extendiéndose cada vez más, e inducen una indeseable Turismofobia, fenómeno que precisa de una urgente respuesta país, para cortarlo de raíz.

EXPECTATIVAS TURÍSTICAS PARA EL AÑO 2017

- **La actividad turística seguirá creciendo en 2017 pero a menor ritmo, al atenuarse la mayoría de los vientos de cola que han soplado a favor en 2016. Concretamente, estimamos que el PIB turístico crezca un 3,2% en 2017,** de forma que el turismo seguirá siendo uno de los principales motores del crecimiento de la economía española y de la creación de empleo.
- **Consecuente con ello, los empresarios anticipan de forma generalizada volver a mejorar resultados, ventas y empleo en 2017, pero a ritmos más moderados;** un 85,8% anticipan un nuevo incremento en sus ventas en 2017, que se trasladará en un 83,4 % de los casos en una mejora de sus resultados, inferiores al 5% según la mayoría (55,0%), según la Encuesta de Confianza Empresarial de Exceltur cerrada el pasado 10 de enero.

REFLEXIONES DE EXCELTUR ANTE EL ARRANQUE DE LA LEGISLATURA 2016 -2020

La mayor parte de factores que se han conjuntado para desatar la tormenta virtuosa perfecta en favor de la demanda turística que hemos acusado en 2016, se suavizarán en 2017. En ello influye que la eventual cuota de demanda adicional que pudiera redirigirse de nuevo a España, se reducirá sustancialmente tras el ya notable trasvase de 2016, junto a un precio del petróleo y tipos de interés con tendencia al alza, y un consumo español y británico que apuntan a la desaceleración, con el riesgo añadido del Brexit.

En cualquier caso, ya que hace 6 años que viene sucediendo, **desde EXCELTUR venimos manifestando que no es deseable ni sostenible de cara al futuro, apostar por seguimos favoreciendo de los atípicos flujos de demanda externa sobrevenida que, desde la Primavera Árabe en 2010, que estimamos se han traducido para España en unos 12 millones de turistas adicionales y acumulados al cierre de 2016,** año éste y en especial, muy influido por el desplome de nuestro principal competidor: Turquía. Estos flujos y cuotas de demanda añadidas e imprevistas para España, se deben a su vez a la conjunción de varias causas, como el asociar España como un destino alternativo muy atractivo y competitivo. Ello resulta de la excelente imagen de seguridad país, las notables infraestructuras de toda índole, la gran conectividad y capacidad alojativa, la amabilidad y estilo de vida español, junto las políticas públicas y la destacable y creciente inversión privada en la mejora de su gestión y su producto, que en conjunto lo han hecho posible.

De ahí que sea sobre los factores propios que nos hacen más competitivos, donde haya que seguir apostando e invirtiendo para fidelizar y retener los turistas más deseables e impulsar nuevos ciclos de prosperidad, basados en los mejores resultados, que faciliten el crecimiento de las empresas y su mayor inversión en la mejora de producto. Todo ello **en paralelo a más estímulos e inversión pública para incentivar la regeneración de los destinos, que generen en su conjunto, la mayor y mejor derrama y empleo** y que nos dejara mejor situados, para cuando pueda cambiar el ciclo actual y/o se presente una coyuntura geopolítica que reconduzca parte de los flujos turísticos a otros destinos competidores, que busquen recuperar sus cuotas perdidas, con precios bajos.

Es por ello que en el inicio de esta nueva legislatura, aprovechando que un mayor número de empresas están más capitalizadas y con mayor capacidad de endeudamiento e inversión, que, con la mayor altura de miras y visión transversal de largo plazo, **debe aspirarse de cara al futuro y apoyada en un comprometido liderazgo y políticas transversales del Gobierno, a la gestión más sostenible del éxito actual, con los máximos consensos de todos los partidos, autoridades autonómicas y agentes sociales.**

Sin recrearse en autocomplacencias equívocas, ello requiere desde la mayor unidad de mercado posible el **aspirar a reposicionar gradualmente nuestra oferta y demanda, con nuevos modelos de gestión más apoyados en la economía digital y en torno a productos y destinos más experienciales que brinden más valor añadido al turista y satisfacción al ciudadano. En síntesis, atraer y retener más flujos del mayor impacto y derrama socioeconómica, que conciten la mejor convivencia y empatía local.**

En ese sentido, **queremos advertir e insistir sobre los crecientes y desaconsejables impactos sociales y económicos adversos para España en su conjunto, que tendría cualquier futura estrategia que siga tratando de apoyarse en un mero crecimiento de afluencia “per se “, sin diferenciarse o tratar de mejorar los efectos directos e indirectos inducidos por el turismo en destino.**

De hecho, **la percepción de saturación ya genera externalidades negativas en algunos pocos destinos turísticos icónicos, alejándolos de la imprescindible complicidad ciudadana,** asociada a un estilo de vida que busca el turista y nos hace diferentes. Ello, en ciertos casos se intenta paliar aplicando, erróneamente, tasas y/o impuestos que pueden percibirse como disuasorios, tanto para captar nueva demanda (al entenderse como rechazo/penalización al turista), como para asegurar más inversiones. Por todo ello:

- a) **No debiéramos seguir creciendo desordenadamente en aquellos destinos y/o periodos del año donde se puedan superar las capacidades de carga o saturación, y más si ello fuera unido a contrapartidas menguantes en el ingreso medio que dejase cada turista en los mismos.** Tampoco sin mejorar el imprescindible sentimiento de prosperidad y/o calidad de vida que las actividades turísticas deberían conllevar en todo momento, para las sociedades locales donde se realizan.
- b) **Ya no se puede admitir más en un país que pretende ser líder turístico como España, la reiterada complacencia ante la trasgresión e impunidad inducida por una laxa y disconexa legislación regional, que afecta a los intermediarios y prestadores de servicios, mal etiquetados bajo el embuste de colaborativos, que buscan eximirse de cualquier normativa.** Ello provoca como EXCELTUR ya detecto hace más de dos años, competencia desleal, crecientes desequilibrios de carácter social (gentrificación), convivencia, urbanísticos y fiscales, unido a nimias garantías para el consumidor con bajos retornos económicos y en especial de empleo a nivel local.
- c) **Tampoco se debiera contemplar para un sector locomotora y clave de la recuperación española, los reiterados recortes presupuestarios para el área de turismo en los tres niveles de las administraciones competentes (Central, CCAA y Municipal).** Es una contradicción y un error, limitar recursos para un sector con semejante capacidad de arrastre, ya que entre otros impide abordar nuevas políticas e inversiones públicas y estimular las privadas, en unas mejoras competitivas y reposicionamiento de la oferta, que permitan su posterior promoción y rentabilidad en los segmentos de mercados más deseables.

Por todo ello nos permitimos sugerir tres grandes ámbitos de actuación turística prioritarias para el arranque de esta legislatura 2016 -2020 y la continuidad de un cuarto de carácter más transversal y general:

1. **Una reiterada apuesta de Estado, impulsada por un comprometido y muy deseable liderazgo de nuestro Ministerio, que con visión transversal de Gobierno, asegure la gestión del éxito turístico más sostenible a medio y largo plazo, amparado en la mayor competitividad diferencial de las empresas y destinos españoles,** basado a su vez en la mayor coordinación, consensos y compromisos con otros Ministerios, partidos políticos, gobiernos regionales, abarcando tres grandes ejes:
 - a. **La reconversión y/o mayor puesta en valor de una oferta turística, que permita su gradual reposicionamiento y generar la mayor contribución social y económica local** (en especial y de manera integral para destinos maduros y en la mayor puesta en valor del patrimonio histórico y paisajístico).
 - b. **Una decidida y rigurosa estrategia país ante la mal llamada economía colaborativa** con normativas y sistemas de control regional más rigurosos y más homogéneos a nivel nacional, que eviten sus crecientes e indeseables externalidades negativas y la trasgresión permanente de la legalidad, induciendo ya a la saturación puntual y Turismofobia en algunos destinos.
 - c. **Facilitar las condiciones que refuercen la mayor competitividad de la empresa turística española ante un escenario cada día más global:** Ganar en tamaño/economías de escala, procurar la mayor internacionalización, fomento de la reinversión privada y acelerar el tránsito a la mayor digitalización/innovación de sus modelos de gestión y de producto.
2. **Un nuevo marco financiero que facilite abordar las nuevas políticas turísticas e inversiones públicas, imprescindibles ante los varios retos de un sector que, aunque con diversos retos pendientes, ha demostrado su gran capacidad transversal para impulsar la recuperación española.** Por ello se precisa:
 - a. **Un nuevo presupuesto al alza para 2017 para la Secretaría de Estado y Turespaña acorde a los nuevos retos, que recupere los niveles perdidos tras 3 años de reducción sistemáticas.** El sector ha demostrado ser un gran artífice para asegurar ingresos fiscales y en divisas que han reconducido y estabilizado a la baja la prima de riesgo, asegurado una amplia cobertura de la balanza de pagos y corregido buena parte de la difícil imagen de solvencia- país provocada por la crisis.
 - b. **Una financiación más estable y adecuada para los municipios turísticos, como elemento a ser considerado dentro del nuevo marco de financiación autonómica que se abre en la inminente Conferencia de Presidentes**
3. **Una más fluida y estrecha coordinación con la participación del sector privado, entre las políticas turísticas y las inversiones y gestión operativa de las infraestructuras públicas de transporte y su intermodalidad,** con una especial sensibilidad sobre las condiciones que rijan para un sector, a cuyo interés estratégico en su mayor parte se deben. Muy en especial en el caso de AENA, donde el turismo es la clave del éxito del repunte de sus tráfico e ingresos aeroportuarios, y en los archipiélagos, una infraestructura esencial de acceso, sustitutiva de otras inversiones públicas (AVE), de las que no se benefician.
4. **Mantener el espíritu de las reformas estructurales, especialmente en el ámbito laboral,** que permita a la empresa turística española la flexibilidad necesaria para afrontar su estacionalidad y poder abordar el reto gradual de su reposicionamiento a futuro con más valor añadido, generando el mejor empleo y los mayores efectos inducidos sobre el tejido social a nivel local.