



Una playa de Alicante llena de cientos de bañistas durante la ola de calor que azota al país esta semana. ■ MORELL / EFE

La industria turística es más fuerte que nunca

Afronta el verano con unas previsiones récord que consolidan una actividad que se ha convertido en un motor de la economía española



DAVID VALERA

Representa un 11% del PIB, genera 2,3 millones de empleos y recibe un 22% más de viajeros que antes de la crisis

MADRID. En pleno mes de julio España está inmersa en la temporada alta para el turismo. En los meses de verano el país concentra casi el 40% de todas las llegadas de viajeros extranjeros del año, lo que supone una cifra muy elevada. Así, en el tercer trimestre del año pasado fueron 27,4 millones y todo hace indicar que este curso se superará con creces ese guarismo con vistas a superar el récord de 75,3 millones a final del año. Un dato más para un sector que, lejos de tocar techo, se encuentra más fuerte que nunca. De hecho, ha pulverizado los niveles de empleo, gasto turístico y llegadas previo a la crisis. Una fortaleza que también se deja sentir en las previsiones positivas de los empresarios. De hecho, un 58% de ellos

aumentaron los precios en el segundo trimestre del año y un 62% esperan mejorar su ventas en el periodo julio-septiembre. Todo este cóctel ha convertido al sector en uno de los grandes motores de la economía no sólo en época de bonanza, sino en los momentos de más debilidad de la economía.

El Gobierno prevé que el PIB crezca este año un 3%, aunque algunos centros de estudio elevan ese avance al 3,3%. El turismo lo hará todavía más rápido hasta un 4,1%, según la estimación de la patronal del sector **Exceltur**. Este incremento superior al de la economía se repite en los últimos años y ha permitido que el peso del sector se haya incrementado sin notar en demasía la crisis. Es más, el turismo fue el sostén de la economía en los años de recesión junto con el sector exterior. De hecho, ha pasado de representar el 10,4% del PIB a superar el 11% en 2015 (último dato disponible), según el INE.

Pero la variable más espectacular para medir el impulso que ha registrado el sector está en la llegada de turistas extranjeros. Antes de la crisis, cuando España ya era un país puntero a nivel mundial en este ámbito, recibió 58,7 millones de viajeros. El número descendió a los 52 millones en 2009 y 2010 por el impacto de las debilidades económicas en los principales mercados de origen de los visitantes, principalmente europeos.

Sin embargo, a partir de 2011 comenzó una tendencia alcista que no se interrumpió a pesar de las turbulencias que golpearon a la zona euro (los rescates a Grecia, Portugal e Irlanda) y España (rescate bancario). Así, en 2016 el número de turistas internacionales superó en un 22% la cifra de llegadas previo a la crisis.

Este incremento acelerado de la llegada de extranjeros se debe a va-

rios factores externos que han coincidido para crear este escenario. Por una parte, España tiene un notable número de 'turistas prestados' por la inestabilidad del norte de África o de Turquía. Desde la patronal **Exceltur** consideran que los problemas de esos destinos han desviado hacia España a 12 millones de viajeros desde el comienzo de las 'primaveras árabes' en 2011. A esto se suma los bajos precios

del petróleo de los últimos años que han abaratado los precios de los vuelos. Además, la depreciación del euro debido a la política expansiva del BCE ha contribuido a impulsar nuevos mercados al margen de los tradicionales británico, alemán y francés que además tienen un mayor poder adquisitivo. Es el caso de los suizos o estadounidenses, que el año pasado aumentaron un 8,5% y un 7,2%, respectivamente.

Diversificar ofertas

Precisamente, la diversificación es uno de los objetivos del Gobierno, que trabaja para mejorar la conectividad con algunas regiones como China, Japón o Corea que reclama el sector. Otra de las demandas tiene que ver con una mayor inversión en promoción en lugares en los que todavía el potencial de crecimiento es elevado como los países del Golfo Pérsico. Asimismo, la estrategia para el futuro también pasa por incrementar la variedad de la oferta más allá del sol y playa o el rural, con

La amenaza de los alquileres de apartamentos no reglados

El sector denuncia el crecimiento exponencial de este modelo, que ya genera problemas de convivencia en algunas ciudades

■ D. VALERA

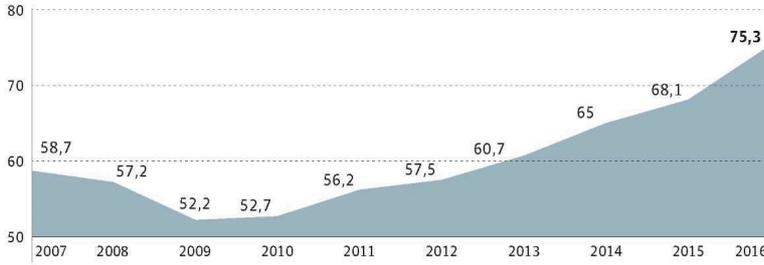
MADRID. El aumento de la llegada de turistas ha venido aparejada de un fenómeno que ha puesto en pie de guerra al sector: el alquiler de apartamentos turísticos no reglados a través de plataformas 'on-

line' como Airbnb o Homeaway. El crecimiento potencial de este tipo de negocios no sólo es una cuestión de modelo de negocio, sino que empieza a ser un problema de convivencia en los centros urbanos de algunos destinos turísticos. «La oferta hotelera es insuficiente para cubrir la demanda de turistas, por lo que las viviendas turísticas aumentan gravemente la concentración y provocan una 'turistificación' de los destinos que no están capacitados para recibir a tantos visitantes», explicó el vicepresidente de **Exceltur**, José Luis Zoreda.

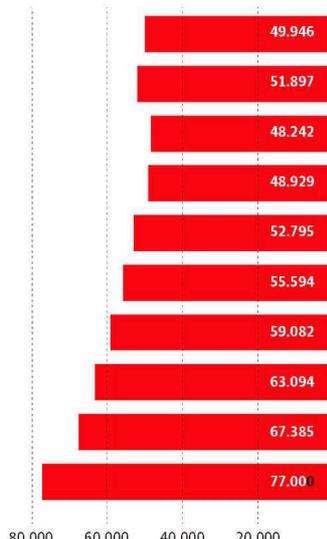
Estas plataformas 'online' cuentan con 278.000 propiedades para su alquiler, según un estudio de **Exceltur** publicado el año pasado. El problema es que el «aluvión» de turistas a barrios concretos de ciudades como Barcelona o Madrid provoca problemas vecinales. Una situación que desde **Exceltur** explica está provocando un sentimiento cada vez mayor de rechazo en estos barrios hacia el turismo sin diferenciar entre quienes cumplen las normas y los que no. Por ese motivo desde el sector se reclaman a las distintas administraciones que

Los datos del sector

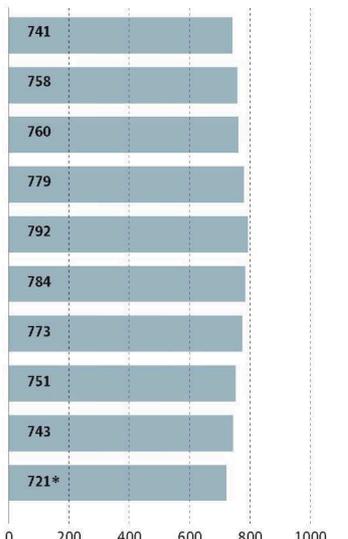
LLEGADA DE TURISTAS. En millones



GASTO TURÍSTICO. En millones de euros

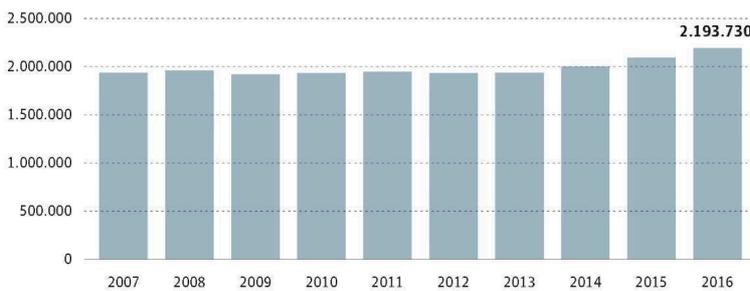


GASTO MEDIO POR TURISTA. En euros

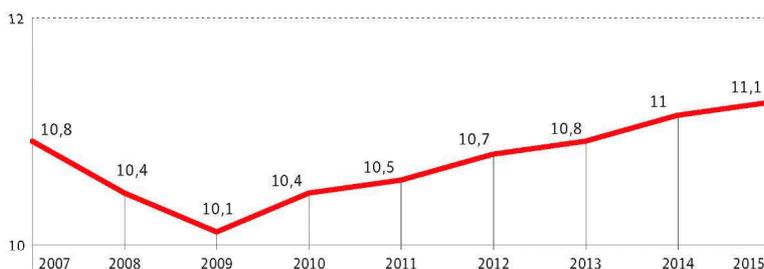


* Previsión Fuente: Exceltur

EMPLEOS EN EL SECTOR. En millones



APORTACIÓN DEL SECTOR AL PIB. En porcentaje



Fuente: INE.

el turismo de compras y de salud como dos mercados con más posibilidades. El objetivo final es aumentar el gasto turístico. Una variable que en 2016 alcanzó los 77.000 millones, lo que supone 27.000 millones más que la registrada antes de la crisis. Sin embargo, el gasto medio por turista lleva retrocediendo desde 2011 y se situó en los 721 euros, según **Exceltur**.

Sin embargo, los turistas extranjeros sólo representan la mitad del negocio. La otra parte corresponde a los desplazamientos domésticos. Esta variable sí que ha sufrido más los rigores de la crisis con importantes descensos, sobre todo en 2012, cuando los viajes internos se redujeron un 1,3% y las pernoctaciones un 2,1%. Además, la estancia media se redujo a 4,4 noches y el gasto total cayó un 8,5%. Unos números negativos que se repitieron en 2014. Hubo que esperar a que la economía alcanzase la velocidad de crucero con crecimientos del 3% para que el comportamiento de este otro pilar del sector se recuperase.

El sector también presume de ser una herramienta clave para la creación de empleo. En concreto, mientras que el paro a nivel nacional se disparó por encima del 25% y se destruyeron tres millones de puestos de trabajo en los años más agudos de la crisis, el sector turístico se mantuvo desde 2007 hasta 2013 alrededor de los 1,9 millones de empleados, según datos de afiliación a la Seguridad Social del Ministerio de Empleo. A partir de 2014 se produjo un crecimiento hasta alcanzar los 2,3 millones de personas trabajando en actividades relacionadas con el sector en mayo de este año, lo que supone 400.000 empleos más que antes de la crisis. Otra cuestión es la calidad de ese empleo, ya que en su mayoría se trata de contratos precarios con una alta temporalidad y baja remuneración.

se actúe con más contundencia contra estas plataformas para que se regulen y compitan «en igualdad de condiciones» con el resto del sector. En este sentido, piden que se apliquen las mismas normas en materia de seguridad, fiscalidad o de protección laboral que tienen los alojamientos turísticos convencionales. De momento, algunas ciudades

Sin impacto del 'Brexit' a la espera de los resultados de la negociación

✎ D. VALERA

MADRID. Uno de los nubarrones que aparecen en el horizonte del sector turístico español tiene que ver con el impacto del 'Brexit'. Reino Unido es el principal mercado emisor de turistas para España al representar el 23% del total de llegadas, por lo que el desenlace de las negociaciones entre Londres y Bruselas puede tener una incidencia significativa en este segmento.

Sin embargo, hasta el momento los efectos son nulos como demuestra que el número de turistas británicos se elevó un 12,4% el año pasado hasta los 17,8 millones. Una cifra muy superior a los 11 millones de franceses y alemanes. Además, en los cinco primeros meses de 2017 –antes de la temporada alta– han llegado ya 6,4 millones de viajeros del Reino Unido, lo que supone un incremento del 10,9% respecto al ejercicio anterior.

Por supuesto los británicos también encabezan la clasificación de gasto turístico con 16.244 millones en 2016, lo que supuso un avance del 12,8%. Una vez más, sacan una gran ventaja a los alemanes, que se dejaron en España 11.078 millones el año pasado. Asimismo, casi triplican el gasto de los viajeros franceses, que se quedaron en los 6.849 millones.

El peligro para el flujo de turistas procedente del Reino Unido es que el resultado de las negociaciones para la salida de la UE tenga un impacto negativo en la libra. Si la moneda se deprecia mucho frente al euro, como ocurrió los primeros días tras el referéndum, encarecerá el viaje a España, lo que podría reducir el número de turistas. Algo similar ocurrió ya con los viajeros rusos, cuyas llegadas se desplomaron tras la caída del rublo.

Hacienda incluye en su plan de control contra el fraude la inspección de los pisos turísticos

han aprobado moratorias a la concesión de nuevas licencias turísticas a hoteles o apartamentos. Sin embargo, desde el sector consideran que esos son 'parches' y solicitan una estrategia nacional entre todas las administraciones –municipios, comunidades y Gobierno central– para controlar este fenómeno.

Quizás los pasos más contundentes en este sentido los lleva a cabo la Agencia Tributaria, que ha incluido en su plan de control contra el fraude de manera específica la inspección de este tipo de alojamientos, lo que incluye barridos por las plataformas 'online'. Asimismo, desde hace dos ejercicios aquellos propietarios que anuncian sus pisos de alquiler en internet, si Hacienda los detecta, reciben un mensaje al hacer la declaración del IRPF que recuerda la obligación de tributar las rentas obtenidas por dicho alquiler.

✎ R.