

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del primer trimestre y previsiones para la Semana Santa y el segundo trimestre de 2014



Balance empresarial del primer trimestre de 2014

El turismo certifica de nuevo su condición de locomotora de la recuperación económica en España.

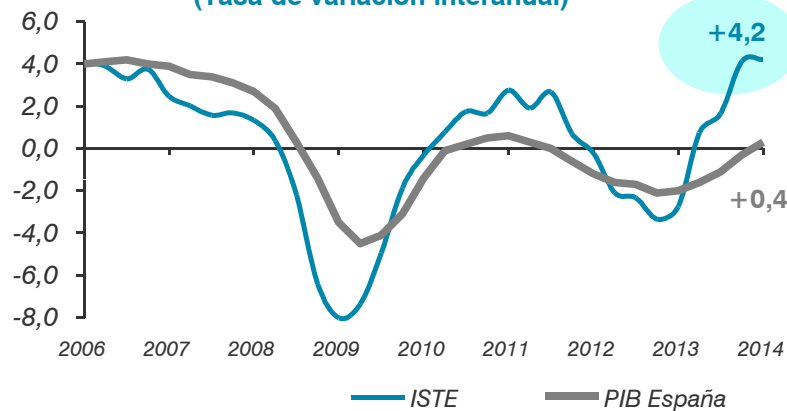
La actividad turística intensifica su crecimiento en el primer trimestre de 2014: el PIB turístico aumenta un +4,2% de enero a marzo de 2014 respecto a un primer trimestre de 2013 muy negativo, gracias al fuerte tirón de la demanda extranjera (que explica el 88,5% del incremento, concentrándose en Canarias el 74,2% de la misma), y a una aún tímida recuperación del mercado interno. Esta tasa de crecimiento turístico, contrasta con el +0,4% estimado por el Consenso de analistas para el conjunto de la economía en este mismo primer trimestre

Esas buenas expectativas impulsan la confianza de los empresarios turísticos hasta niveles anteriores a los de la crisis: el índice de confianza de EXCELTUR se sitúa en 27,9 puntos con valores positivos en todos los grandes subsectores turísticos.

- El PIB turístico experimenta una notable aceleración en sus ritmos de crecimiento, consolidando la tendencia iniciada en el verano de 2013, coincidente con los nuevos brotes de inestabilidad en Egipto y la mejoría generalizada del consumo en nuestros principales mercados.

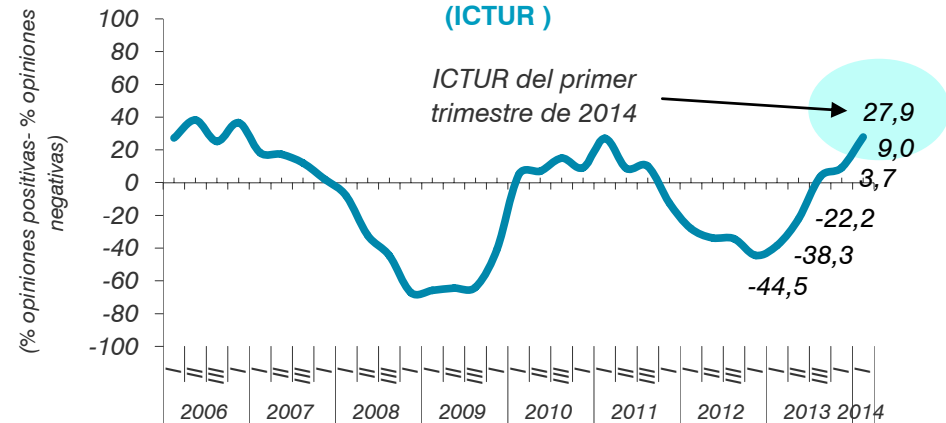
- El fuerte tirón de la demanda externa y las positivas perspectivas sobre el consumo turístico de los españoles impulsan los niveles de confianza de los empresarios turísticos en todos los subsectores, hasta alcanzar valores de confianza en el arranque de 2014 que no se veían desde el estallido de la primavera árabe en 2011 y antes de la crisis.

Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España. Años 2001-2013 (Tasa de variación interanual)



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

Confianza Empresarial TOTAL DEL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL Índice de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR (ICTUR)



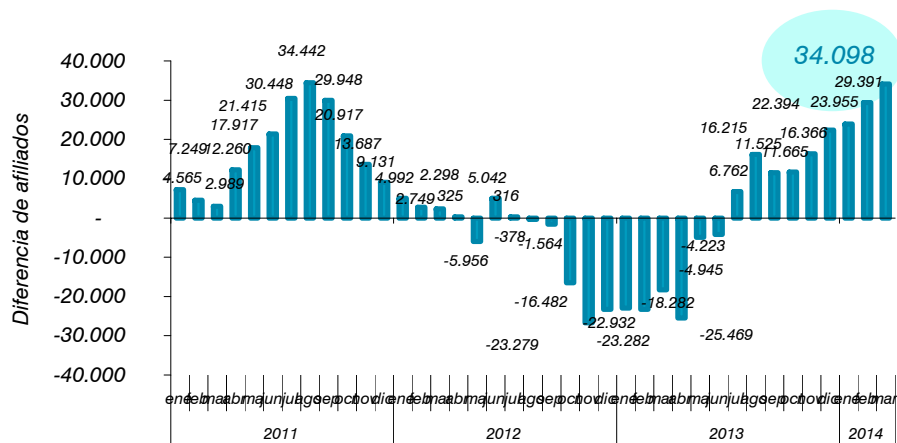
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El crecimiento de la actividad ha permitido seguir incrementando el empleo turístico durante los primeros meses de 2014. Las ramas turísticas cerraron marzo de 2014 con 34.098 afiliados a la seguridad social más que en marzo de 2013. Con ello, la creación de empleo del sector turístico representa el 30% del total del empleo creado en España en este comienzo de año y las perspectivas empresariales apuntan a que se mantendrá en primavera.

A pesar de compararse con un marzo de 2013 en el que se celebró la Semana Santa, el sector turístico lidera la capacidad de creación de empleo en España en este año 2014 con 34.098 nuevos afiliados, un +2,7% más que en 2013. De hecho si se desestacionaliza la serie el crecimiento del empleo turístico se eleva hasta el 3,2% (+43.315 nuevos afiliados).

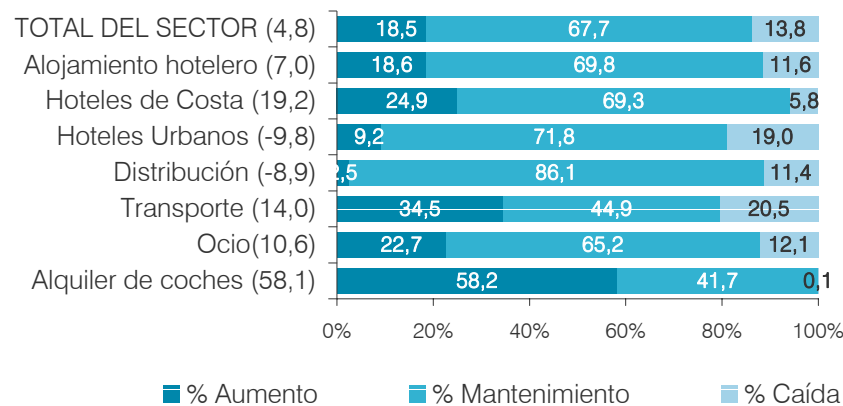
Las buenas perspectivas sobre la creación de empleo se mantienen para el segundo trimestre del año. Según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR, el 18,6% de empresas turísticas españolas esperan seguir incrementando sus plantillas en la primavera de 2014 respecto a lo niveles de 2013, por un 67,7% que mantendrá el empleo y tan sólo un 13,8% que espera nuevos ajustes, concentrados en los hoteles urbanos y algunas compañías de transporte de pasajeros.

Capacidad de creación de empleo del turismo
(Diferencia de afiliados a la seguridad social en volumen 2011-2014)



Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social

Opinión empresarial sobre la evolución del EMPLEO PREVISTO para el SEGUNDO trimestre de 2014

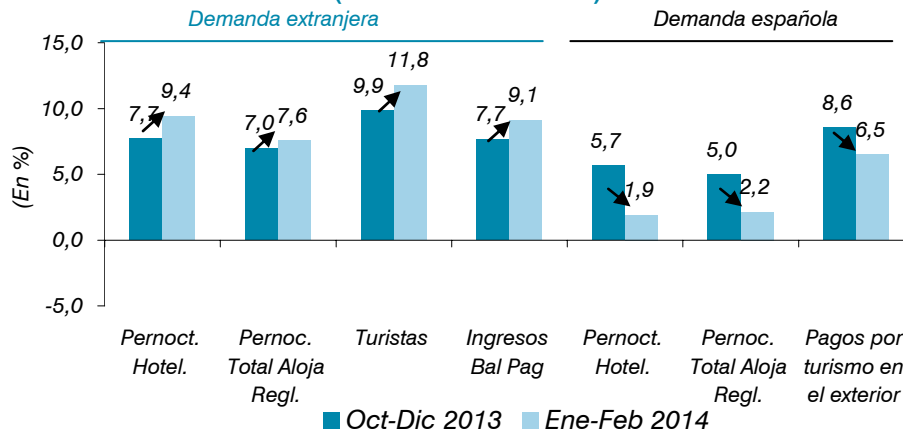


La demanda turística crece de forma intensa (+5,8% el total de pernoctaciones en alojamientos reglados) en los primeros meses del año, debido principalmente al tirón del turismo extranjero (+7,6%) que explica el 88,5% del total de su aumento, muy concentrado en Canarias. El consumo turístico de los españoles, si bien se mantiene en positivo (+2,2%), lo hace a ritmos de crecimiento inferiores respecto a los que cerró el último trimestre de 2013 (+5,0%).

2014 ha comenzado con una intensificación del crecimiento en todos los indicadores oficiales relativos a la demanda extranjera, mientras el turismo nacional ha ralentizado la velocidad de su recuperación, tras un muy positivo último trimestre de 2013.

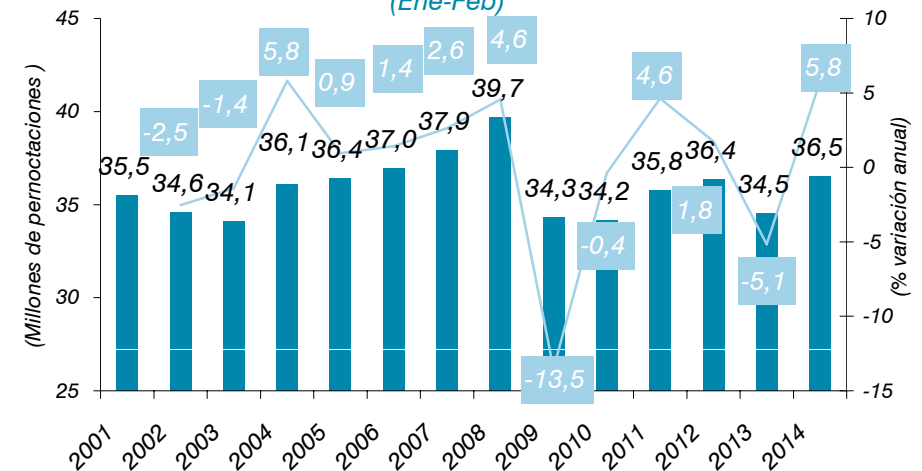
La demanda turística agregada, aproximada a través del volumen de pernoctaciones en alojamientos reglados, se incrementa un +5,8% hasta alcanzar los 36,5 millones, todavía por debajo de los niveles de arranque de otros años previos a la crisis.

Indicadores de demanda extranjera y demanda española en IV Trimestre de 2013 y I Trimestre de 2014
(% variación interanual)



Fuente: elaborado por Exceltur a partir INE, Banco de España, IET
Ingresos por turismo y pagos por turismo hasta enero

Número de pernoctaciones en establecimientos de alojamiento reglado
(Ene-Feb)



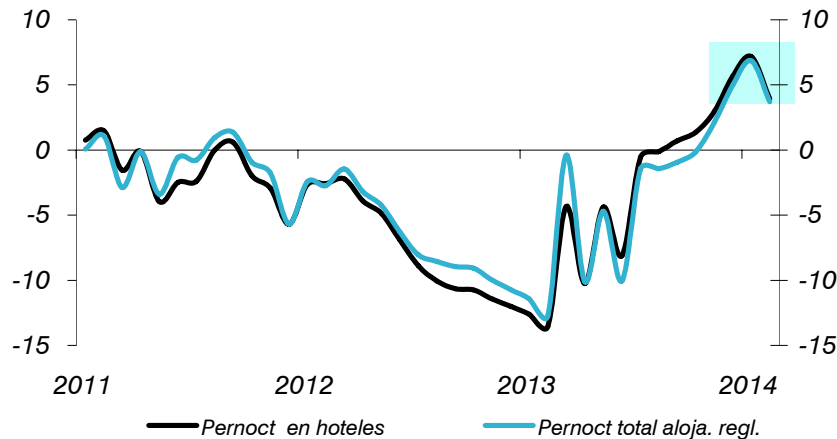
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE

La demanda española sigue la tendencia a la recuperación marcada a finales del año 2013, si bien ralentiza en enero y febrero sus ritmos de crecimiento en todos los indicadores oficiales disponibles sobre el consumo turístico tanto interno como el de viajes de españoles al exterior. Todo apunta una mayor actividad para los próximos meses ante las buenas perspectivas de Semana Santa y los meses de mayo y junio.

■ A pesar del repunte del consumo turístico de los españoles registrado durante el último trimestre de 2013 (+5,0% en pernoctaciones en alojamientos reglados), los datos del inicio de 2014 (la tasa en el acumulado de enero y febrero se ha reducido al +2,2%) reflejan que la recuperación de la demanda española es todavía moderada, si bien se espera una redinamización para Semana Santa.

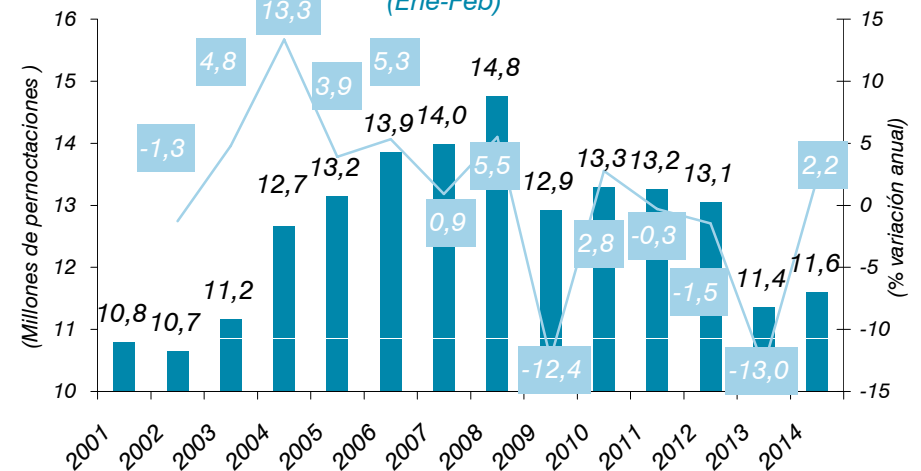
■ La caída de la renta disponible de las familias y el recorte en los viajes de empresa experimentado en el último lustro hace que, a pesar del crecimiento con que ha comenzado 2014, la demanda interna todavía se encuentre en niveles reducidos (11,6 mlls de pernoctaciones), muy lejos de los previos a la crisis (14,8 mlls).

Indicadores de Demanda Española por España
(Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Encuestas de ocupación del INE

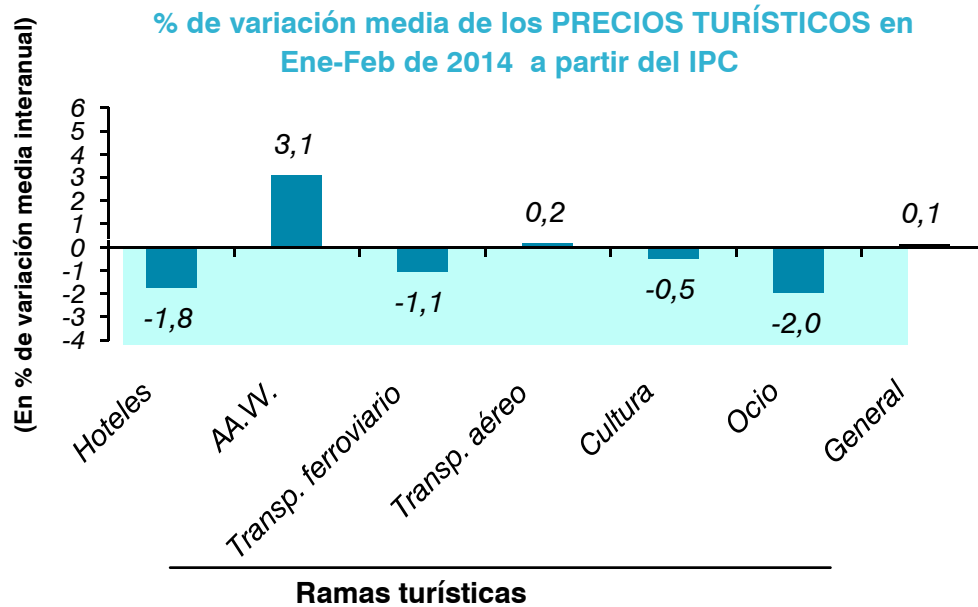
Número de pernoctaciones de la DEMANDA NACIONAL en establecimientos de alojamiento reglado (Ene-Feb)



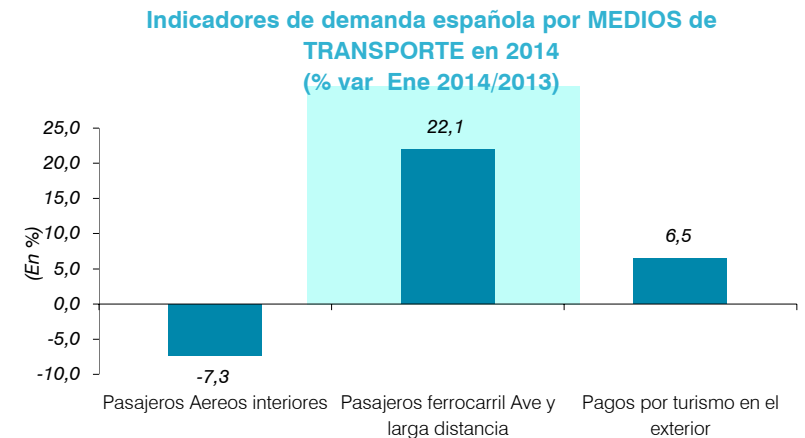
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE

La evolución de la demanda turística interna mantiene todavía una fuerte dependencia respecto a las políticas de ofertas y descuentos. Los indicadores de precios recogidos en el IPC de los diferentes subsectores turísticos (hoteles, transporte, ocio y cultura, salvo AA.VV) acumulan caídas en los primeros meses de 2014, que han facilitado el incremento de la demanda.

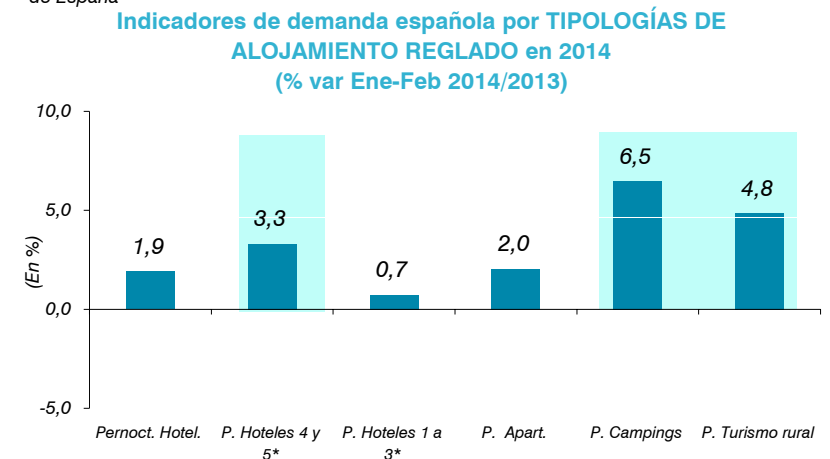
- Los productos turísticos de menor precio (campings y turismo rural) y donde se han aplicado las políticas de ofertas y descuentos más intensas (hoteles de 4 estrellas y billetes de tren) son las que ofrecen un mayor dinamismo en este comienzo de año.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IPC e IPH (INE)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas de movimientos de viajeros del INE y Banco de España



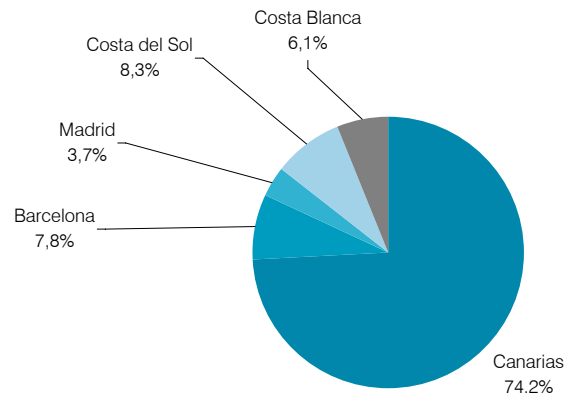
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE),

La demanda extranjera ha intensificado notablemente sus tasas de crecimiento en el comienzo del año (un +11,8% en llegadas, un +7,6% en pernoctaciones y un +9,1% en ingresos que realmente revierten a España en enero), respecto al dinamismo que ya mostró en 2013. Ello es de nuevo debido en gran parte al efecto de la inestabilidad en Egipto, que ha favorecido fuertemente a Canarias, hasta el punto de explicar el 74,2% del incremento de toda la demanda extranjera en este primer trimestre, así como a la recuperación económica de los principales mercados.

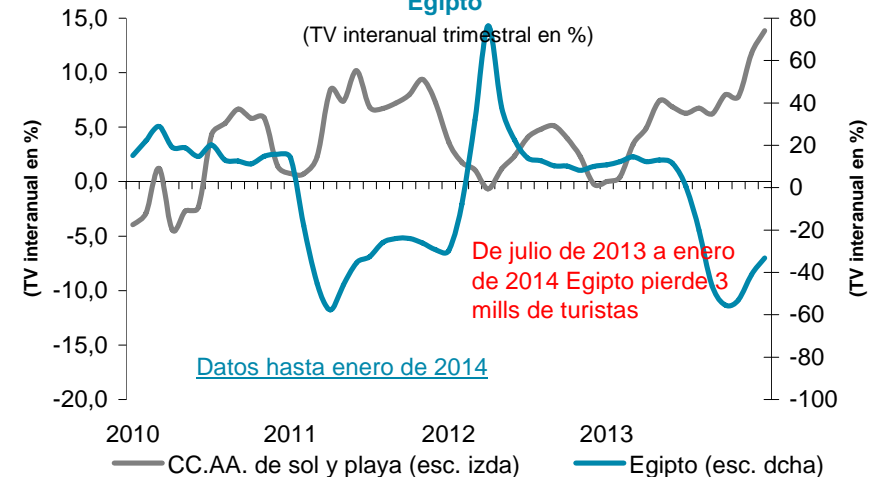
La demanda extranjera crece en estos primeros meses de 2014 en los destinos de sol y playa abiertos y en las grandes ciudades. De hecho **entre Canarias (el 74,2%), la Costa del Sol (el 8,3%), la Costa Blanca (el 6,1%), Barcelona (el 7,8%) y Madrid (el 3,7%),** explican el 100% del incremento de las pernoctaciones hoteleras de los no residentes en enero y febrero de 2014.

En los meses de inicio de 2014 y en su plena temporada alta, Egipto continua afectada por una notable inestabilidad que sigue beneficiando a los destinos del sol y playa españoles. Desde julio de 2013 a enero de 2014, Egipto ha perdido 3 millones de turistas extranjeros (casi 300 mil sólo en enero de 2014, último dato disponible). Una consecuencia de ello, es que en enero y febrero, la llegada de turistas extranjeros con paquete turístico a España se incrementó un 17,6%

Crecimiento de la demanda extranjera por destinos.
Pernoctaciones hoteleras Ene-Feb 2014/2013



Comparativa de llegada de turistas extranjeros en las comunidades autónomas españolas de Sol y Playa respecto a Egipto



Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur (IET) y Gobierno de Egipto

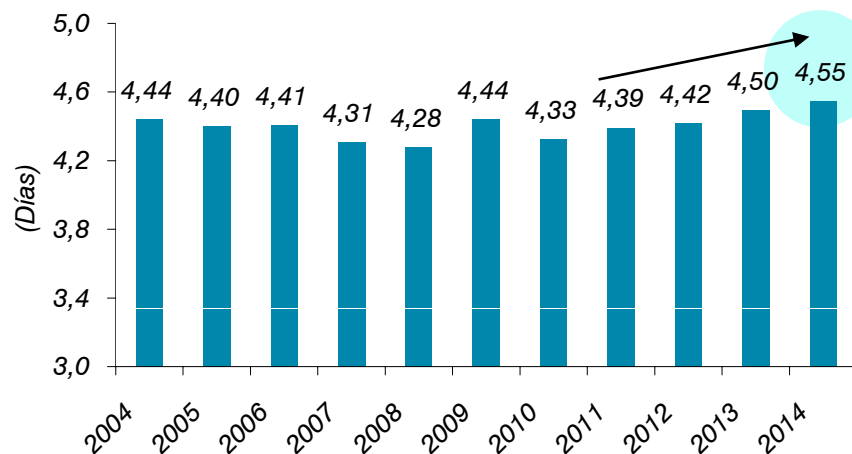
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de EOH, INE

El fuerte incremento de la afluencia de turistas extranjeros no ha venido acompañado de una mejoría del perfil de gasto del turista: el ingreso por turista se vuelve a reducir en los primeros meses de 2014, a pesar del incremento de la estancia media. Los ingresos por turismo crecen un +9,1% (datos de enero), según el Banco de España, mientras los turistas aumentan un +12,3% (según Frontur).

■ Un perfil de turistas extranjeros caracterizado por un uso intensivo de los paquetes, es el protagonista del crecimiento en estos primeros meses de 2014, lo que han favorecido un aumento de la estancia media del +1,4% en los hoteles y del +0,6% en el conjunto de la oferta reglada.

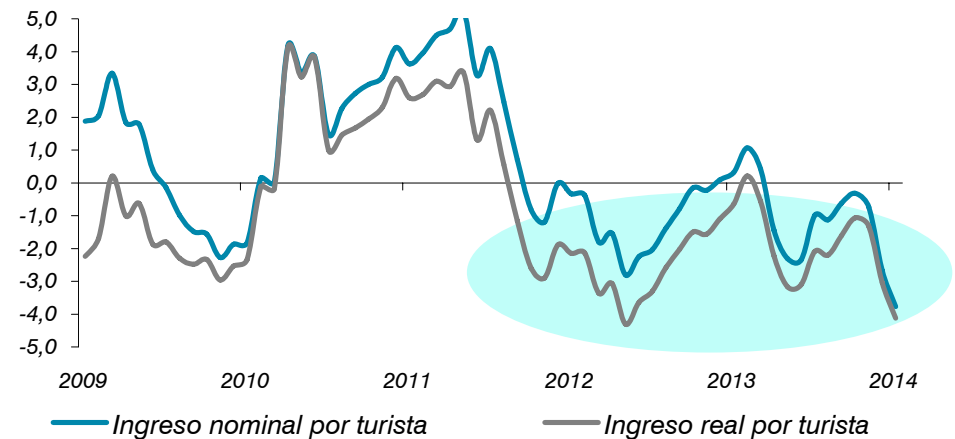
■ Los turistas extranjeros que explican el aumento de la afluencia no están mejorando las cifras de ingresos por turista, ni el gasto por turista y día, siguiendo la tendencia ya observada en la segunda mitad de 2013. Con datos hasta enero del Banco de España los ingresos por turista se reducen un -3,2% (nominal y real), lo que se habría extendido a febrero, según la información de Egatur.

Estancia media en hoteles de los turistas extranjeros
Ene-Feb 2004-2014



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH (INE)

Ingresos por turista extranjero nominales y reales
(Tasa de variación interanual trimestral)

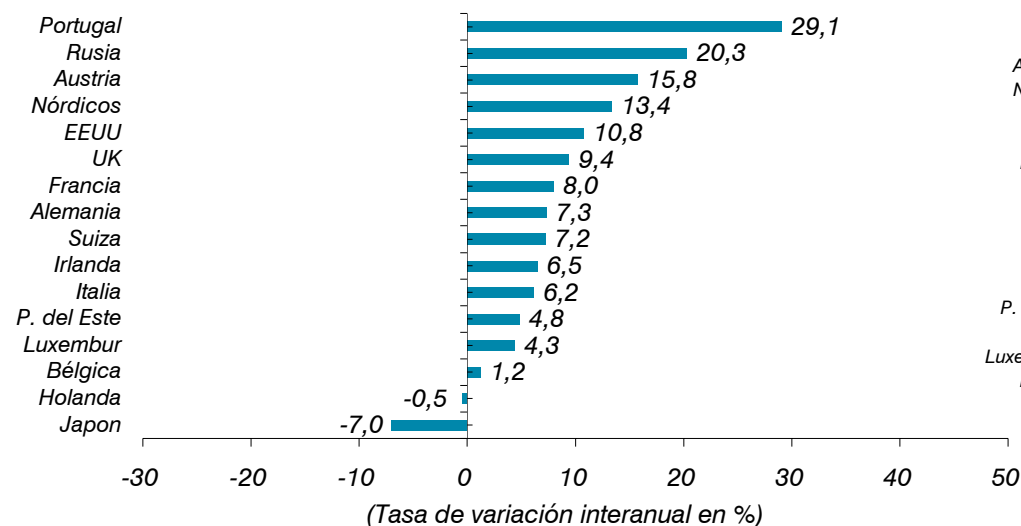


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Banco de España e IET

Todos los principales mercados exteriores para el turismo español comienzan el año en positivo. Las mejores noticias proceden del incremento de los tres principales mercados: Reino Unido (+9,4% en pernoctaciones hoteleras hasta febrero), Alemania (+7,3%) y Francia (+8,0%), el dinamismo de los nórdicos (+13,4%) y Rusia (+20,3%), si bien a ritmos inferiores afectado por la depreciación del Rublo, y la recuperación de Portugal (29,1%) y de Italia (+6,2%).

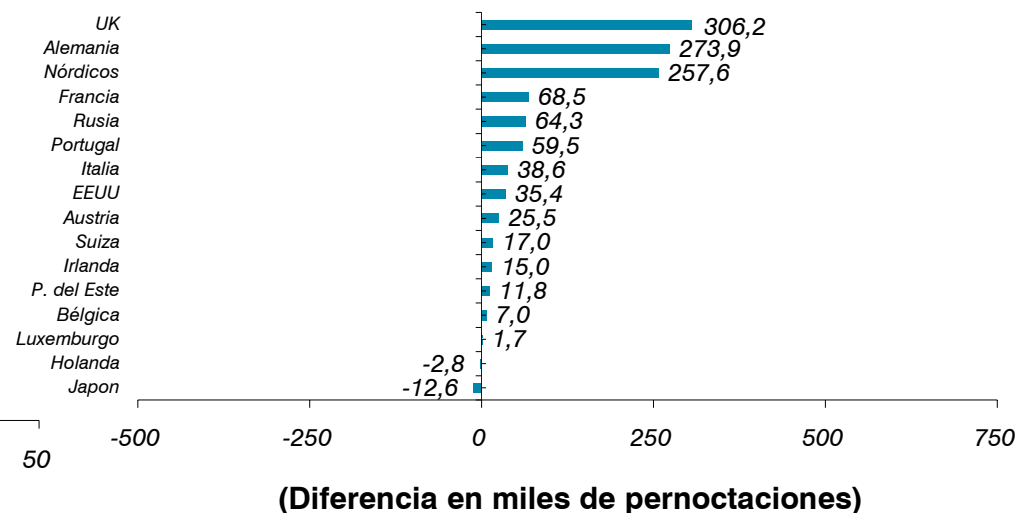
La concesión de visados a turistas rusos hasta finales de marzo (+12%) revela ún reducido efecto por el momento de los conflictos con Ucrania, siendo la depreciación del Rublo frente al Euro el principal riesgo para 2014.

Variación % del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Feb 2014/2013



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

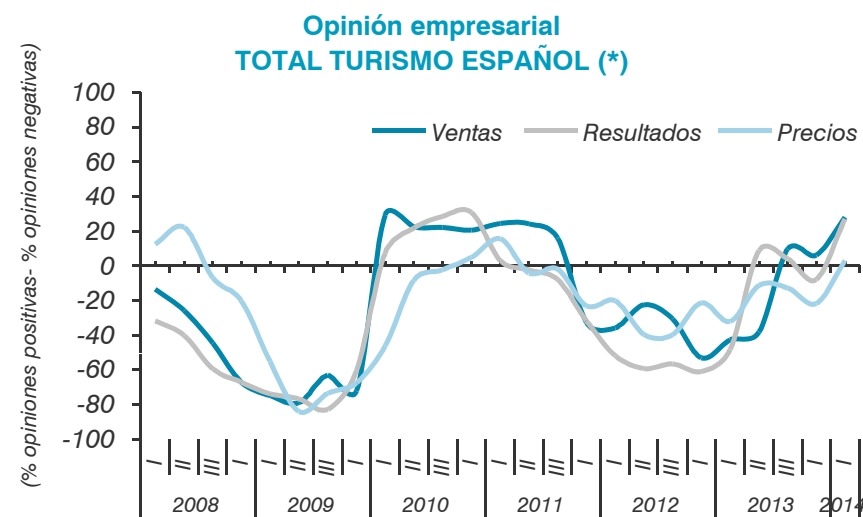
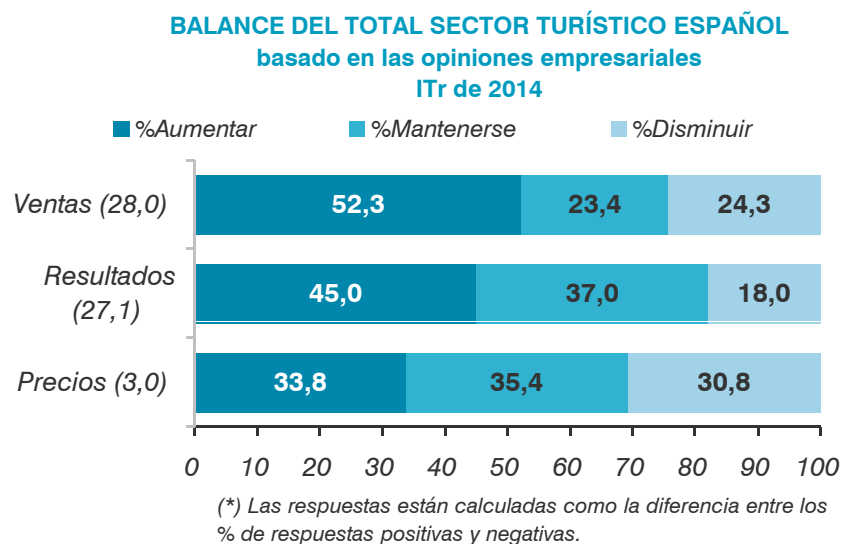
Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Feb 2014/2013



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

El balance empresarial del sector turístico español durante el primer trimestre es favorable: el 52,3% de las empresas turísticas españolas (incluyendo hoteles, grandes grupos de AA.VV., compañías de transporte, museos y monumentos, parques de ocio, campos de golf y estaciones de esquí) **incretaron sus ventas y el 45,0% sus resultados**, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR, en un contexto de mayoritaria contención y reducción de precios en todos las actividades turísticas relacionados con la demanda interna.

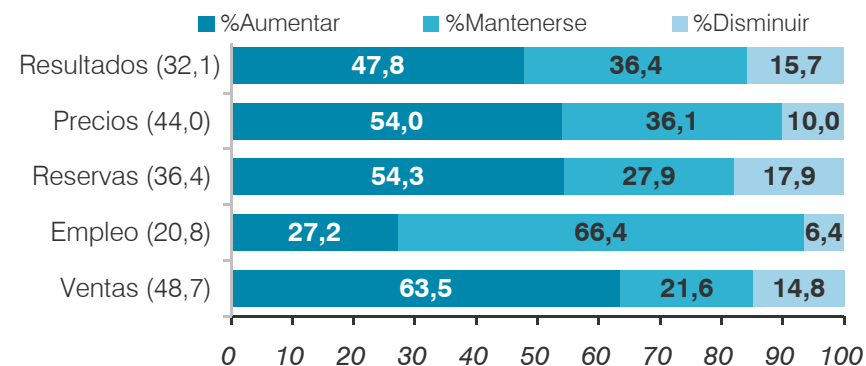
- La evolución de todas las variables determinantes de los resultados de las empresas turísticas españolas mejoran en el primer trimestre de 2014, situándose en los niveles de comienzos del año 2010. La menor traslación de las mejora en ventas sobre los resultados sigue lastrada por el incremento de los costes tanto de suministros, como de los fiscales y financieros, tal y como se desprende de la diferencia de los que transmiten una mejora en las ventas (el 52,3%), en relación con sus resultados (45,0%).



■ **HOTELES DE COSTA:** aquellos destinos del litoral abiertos en unos meses de temporada baja para la mayor parte de zonas de España, cierran el primer trimestre con un notable y generalizado **incremento tanto en ventas como en resultados**. Es el caso de Canarias, la Costa del Sol y la Costa Blanca y, dentro de ellos, de los hoteles de mayor categoría.

El REVPAR de las zonas vacacionales se incrementó un +13,3% en enero y febrero, según el INE, lo que explica que **el 63,5% de los hoteleros de costa manifestaran un aumento de sus ventas** en el primer trimestre, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR. La traslación a los beneficios ha sido menor (se produce en el 47,8% de establecimientos) por el fuerte y continuado aumento de los costes

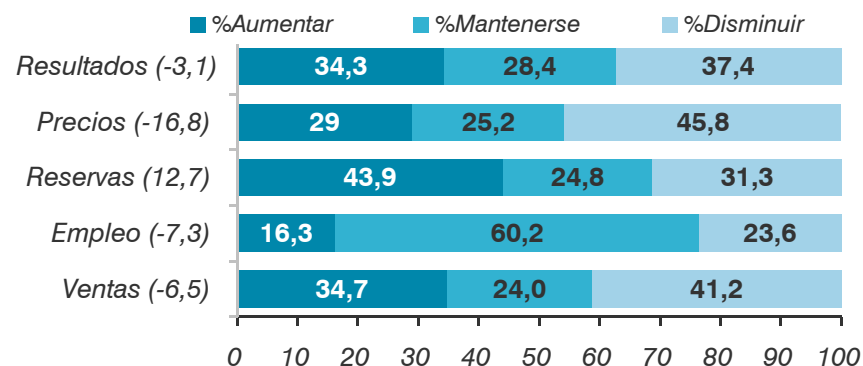
Hoteles de Costa
Opiniones empresariales
I Tr 2014



■ **HOTELES URBANOS:** la hotelería urbana podría haber tocado fondo en el cuarto trimestre de 2013, a raíz de la **leve mejoría en las ventas** observada en el primer trimestre de 2014. Concretamente, **el REVPAR de los hoteles urbanos en España creció un +2,6%** en el acumulado de enero y febrero de 2014, lo que ha permitido que un **34,7%** de las empresas registraran una mejoría en sus ventas y sus resultados en el primer trimestre del año, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

Se trata de un aumento de los ingresos debido a la mejoría en los niveles de ocupación, a costa un trimestre más de **nuevas caídas en los precios: la tarifa media desciende un -1,7%**, lo que afecta al **45,8%** de hoteles urbanos españoles.

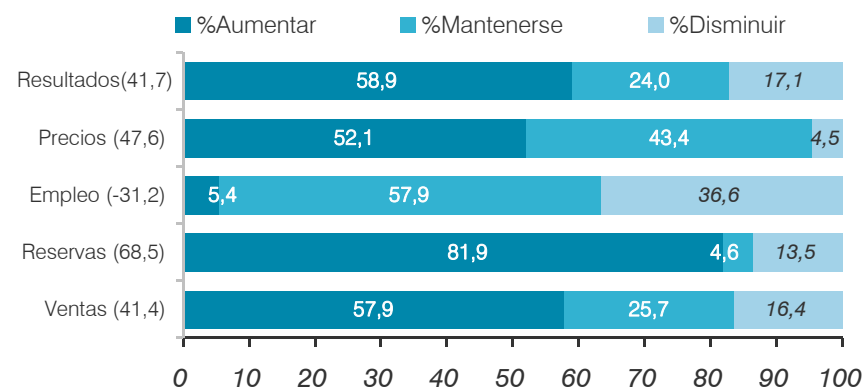
Hoteles Urbanos
Opiniones empresariales
I Tr 2014



AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES: La leve recuperación de la demanda interna ha impulsado de forma moderada las ventas del 57,9% de las AA.VV. españolas durante el primer trimestre, rompiendo la tendencia negativa que se mantenía desde mediados de 2011.

Tras el ajuste empresarial y el redimensionamiento del mercado, un 58,9% de las agencias ha conseguido mejorar, así mismo, sus resultados en este comienzo de 2014, con perspectivas muy favorables para la Semana Santa y el segundo trimestre del año, según se desprende de la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.

AA.VV. y Touroperadores españoles
Opiniones empresariales
I Tr 2014

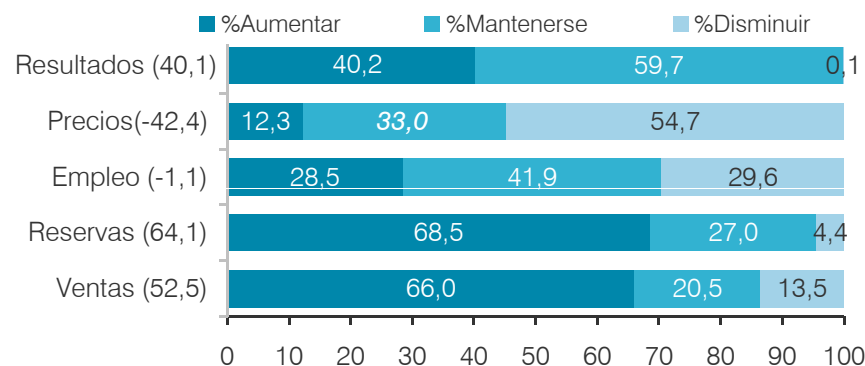


Fuente: EXCELTUR

EMPRESAS DE TRANSPORTE: el 66,0% de las empresas españolas de transporte de pasajeros incrementaron sus ventas en el primer trimestre de 2014, gracias a un crecimiento de los movimientos de los españoles, destacando el transporte ferroviario y las compañías aéreas punto a punto que siguen incrementando sus conexiones. El tráfico aéreo crecía en el acumulado enero-marzo un +1,8%, impulsado por los aeropuertos de las zonas turísticas abiertas y beneficiadas por la inestabilidad de Egipto (Canarias, Málaga y Alicante), así como por Barcelona, mientras Madrid empieza a crecer.

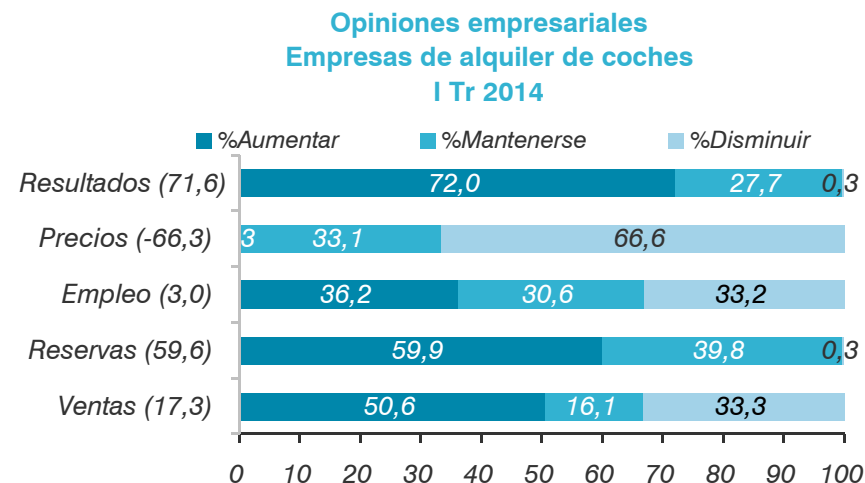
Buena parte de este incremento, al igual que en otros subsectores, está muy ligado al precio. De hecho un 54,7% de las empresas manifestaban haber tenido que reducir precios de enero a marzo. Este elemento, sin embargo, se ha visto compensado por una generalizada caída de los costes, con el carburante a la cabeza, que ha permitido que el 40,2% incremente sus resultados en este primer trimestre de 2014.

Opiniones empresariales
Empresas españolas de transporte
I Tr 2014



■ **ALQUIER DE COCHES:** Dicotomía en el comportamiento de las ventas de las empresas de alquiler de coches. Mientras las ventas de las zonas vacacionales y especialmente Canarias han experimentado un fuerte crecimiento, y se ha recuperado algo la actividad de negocios, las relacionadas con la demanda española han tenido un comportamiento a la baja, muy vinculado a la necesidad de seguir aplicando una reducción de precios. El 50,6% de las empresas de “rent a car” incrementaron sus ventas a pesar de tener que haber reducido los precios en el 66,6% de los casos, según la encuesta de Confianza de EXCELTUR.

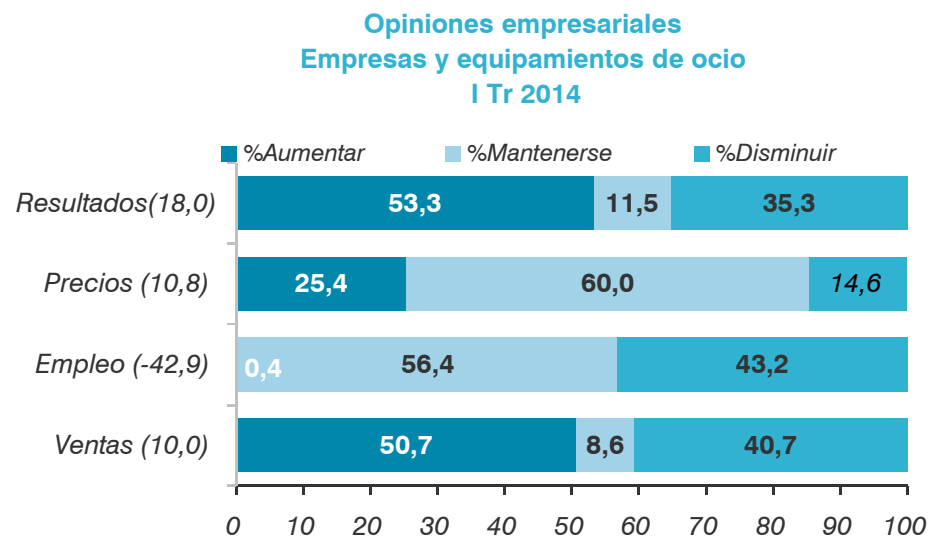
Las políticas de contención de costes y la reducción de los gastos en carburante han permitido, sin embargo, que el 72,0% de las empresas hayan mejorado sus resultados durante el primer trimestre de 2014, con perspectivas favorables para el segundo trimestre.



Fuente: EXCELTUR

■ **EMPRESAS E INSTITUCIONES DE OCIO:** Fuertes diferencias entre las distintas actividades de ocio en el comienzo de 2014. Mientras los parques de ocio han experimentado caídas generalizadas en sus ventas y resultados, por el efecto sobre la demanda de las desfavorables condiciones meteorológicas, los museos y monumentos y los campos de golf situados en zonas turísticas de demanda extranjera han conseguido incrementarlos levemente, respecto a un negativo primer trimestre de 2013 condicionado por la subida del IVA aplicado en septiembre de 2012.

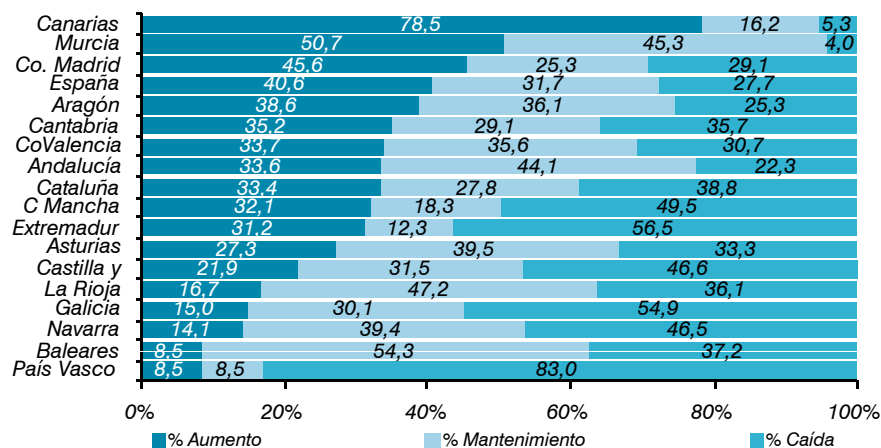
En todos los casos, se espera una generalizada mejoría para los meses de primavera, acorde con la paulatina dinamización esperada de la demanda de los españoles.



Favorable inicio del año turístico 2014 en la mayoría de destinos turísticos españoles gracias al intenso avance del gasto turístico de los extranjeros y la incipiente recuperación del consumo turístico de los españoles

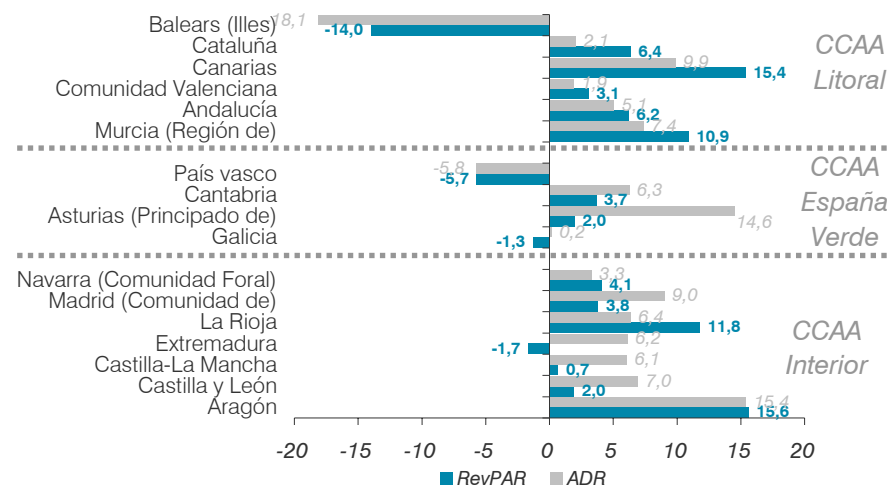
- **Canarias**, en temporada alta, acapara en el comienzo del año turístico la mayor parte de la mejora de actividad percibida para el total de España gracias al intenso incremento de afluencia turística extranjera y su impacto económico que se ha reflejado en una mejora de la rentabilidad para el 78,5% de los empresarios del sector en las islas (el REVPAR sube un +15,4%).
- **Notablemente positivo** ha sido también el balance empresarial del primer trimestre de 2014 en los destinos vacacionales de la costa peninsular abiertos en estos meses de invierno (**Costa del Sol** y **Costa Blanca**, principalmente) y **Barcelona**, favorecidos por el tirón de la demanda extranjera, y en los **principales destinos urbanos andaluces** así como en **Madrid**, en este último caso tras ocho trimestres consecutivos de rentabilidades en negativo según la Encuesta de Exceltur.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS del I Trimestre 2014 SECTOR DE ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur

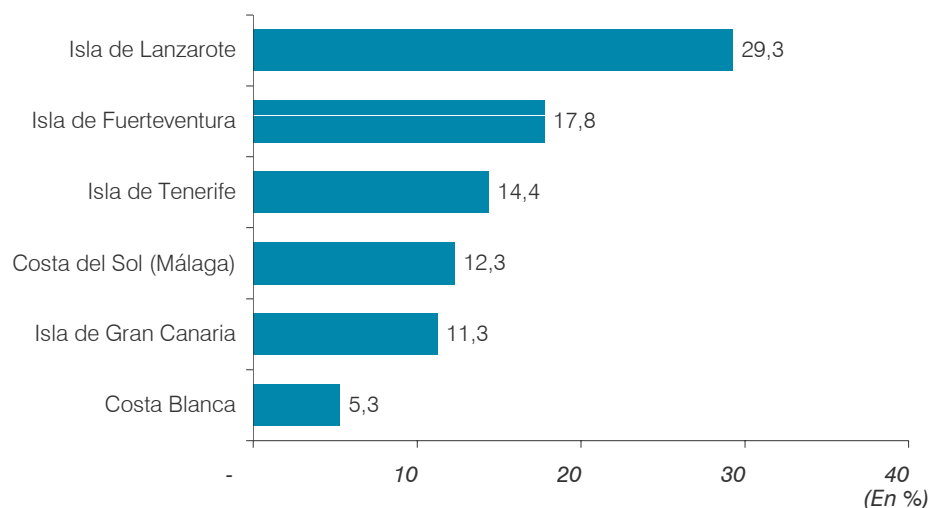
ADR y RevPAR por CCAA % Var acumulada Ene-Feb 2014/2013



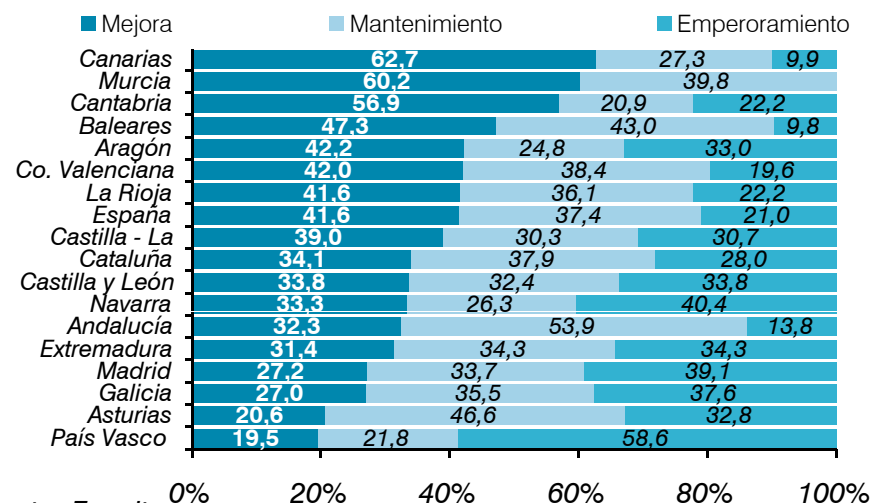
La actividad turística en los primeros meses de 2014 empieza a dar tímidos síntomas de mejora en la mayoría de los destinos y ciudades de tamaño medio de interior y en zonas vinculadas al disfrute de los deportes de montaña de invierno (Pirineo aragonés y catalán), destacando Aragón (+15,6% en REVPAR) y La Rioja (+11,8%) y en las zonas de la España Verde (Cantabria y Asturias), gracias al crecimiento de la demanda nacional que ha acompañado al buen comportamiento de la extranjera. Debido a ello, las ventas mejoran en buena parte de destinos, sin que se todavía se traduzca sobre sus resultados con la misma intensidad.

Los empresarios de la mayoría de los destinos españoles anticipan un favorable devenir de la actividad turística en los días de Semana Santa de 2014. Entre ellos sobresalen de nuevo las expectativas de los empresarios localizados en Canarias y Baleares, junto con los de las zonas vacacionales del mediterráneo peninsular, favorecidos por el reiterado avance de la demanda extranjera, el leve aumento en el consumo de los españoles y un mejor clima, por la tardía celebración de la Pascua y su comparación con una Semana Santa de 2013 muy negativa para la mayoría de ellos

RevPAR Principales Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas con actividad en I Trimestre
Tv Acumulada Ene-Feb 2014-2013



Opinión empresarial sobre la comparación de los RESULTADOS empresariales de la SEMANA SANTA de 2014 respecto a la de 2013



Fuente: Exceltur

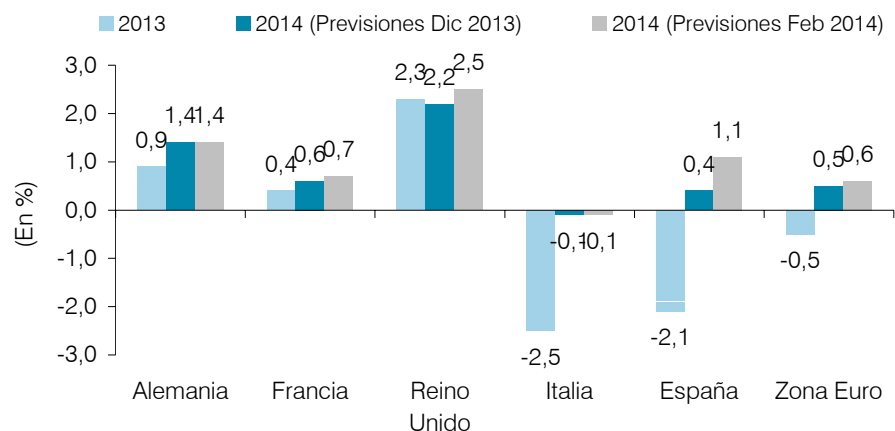
Expectativas turísticas para la Semana Santa y el segundo trimestre de 2014

Transcurrido el primer trimestre de 2014, se afianzan las expectativas de **mejoría del escenario macroeconómico en nuestros principales mercados**, donde los expertos **revisan notablemente al alza el caso del británico y el español** respecto al previsto en diciembre de 2013, lo que favorecerá un mayor consumo turístico de los mismos en el resto del año.

Por otro lado, se anticipa que la **contribución del mercado ruso** a la mejora de la actividad turística en España se verá **debilitada** en los próximos meses debido a la intensa depreciación del rublo respecto al euro.

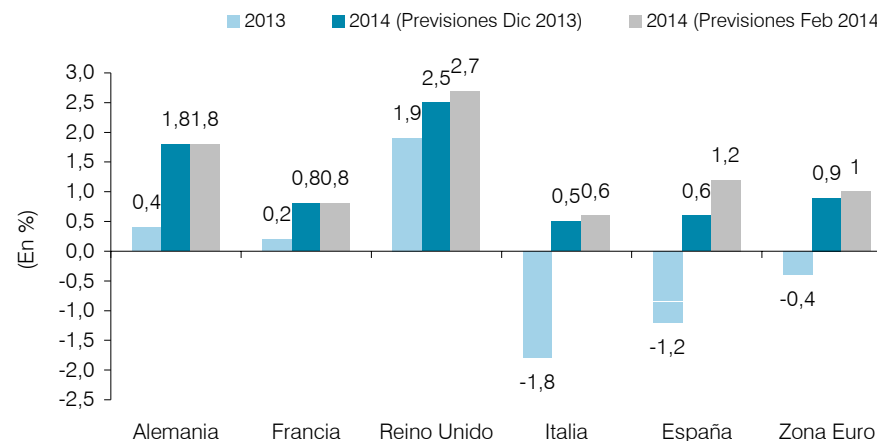
- El consenso de analistas espera que el consumo de los hogares de Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y España, registre tasas positivas en 2014, sí bien a ritmos todavía comedidos (excepto en Reino Unido, +2,5%). Así mismo, se espera que los mayores niveles de actividad económica se concreten en un mejor desempeño del turismo asociado a los viajes de negocios.

Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos 2013-2014. Tasa de variación interanual



Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (febrero 2014) y Banco de España

PIB previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos 2013-2014. Tasa de variación interanual



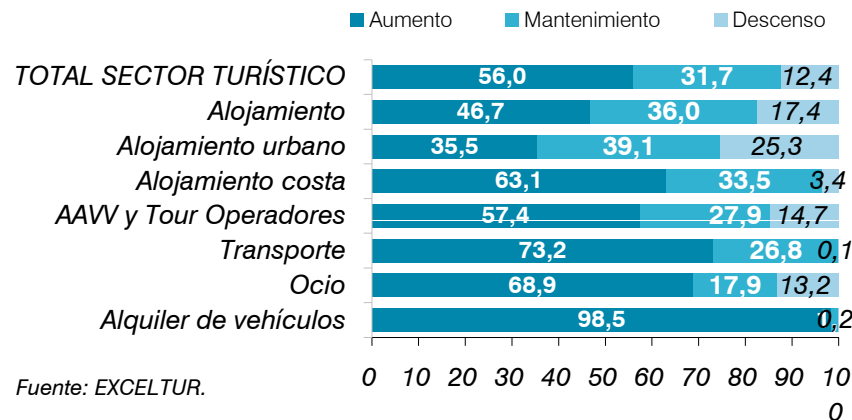
Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (febrero 2013) y Banco de España.

Las previsiones de las empresas turísticas para la Semana Santa de 2014 apuntan a un mantenimiento de la moderada recuperación del consumo turístico de los españoles. El 56,0% de empresas turísticas esperan una Semana Santa de 2014 con un incremento moderado de sus ventas respecto a la de 2013, con una mejora de resultados en el 44,5% de las mismas.

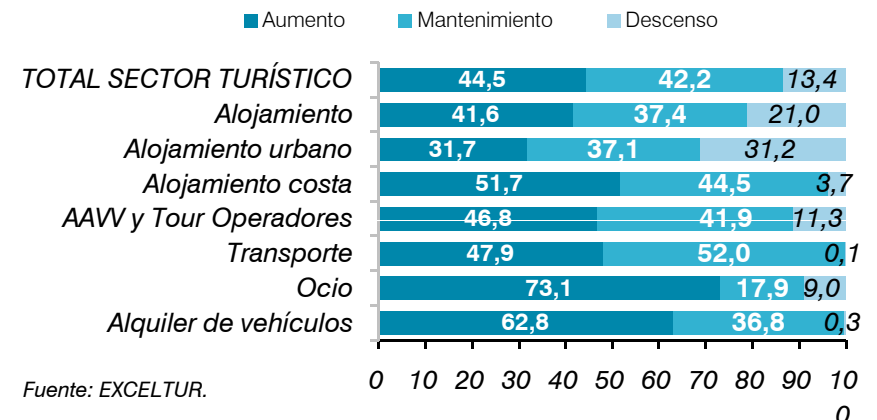
Las empresas esperan una Semana Santa de 2014 mejor que la de 2013, en todos los subsectores turísticos. Las primeras señales de recuperación económica y, unas fechas y clima más propicio para viajar al coincidir con abril, hacen que los hoteles de las costas, las AA.VV, las compañías de transporte, el alquiler de coches y las empresas de ocio esperen mayoritariamente aumentar sus ventas, consecuente con las buenas perspectivas del segundo trimestre.

Tan sólo los hoteles urbanos muestran todavía cierta cautela respecto a la recuperación de sus ventas y resultados en la **Semana Santa** así como para el segundo trimestre del año. Un 31,2% espera caídas en los resultados y un 31,7% una mejoría en estos días de pascua de 2014.

Opinión empresarial sobre el comportamiento de las VENTAS de la SEMANA SANTA de 2014 respecto a la de 2013



Opinión empresarial sobre el comportamiento de los RESULTADOS de la SEMANA SANTA de 2014 respecto a la de 2013



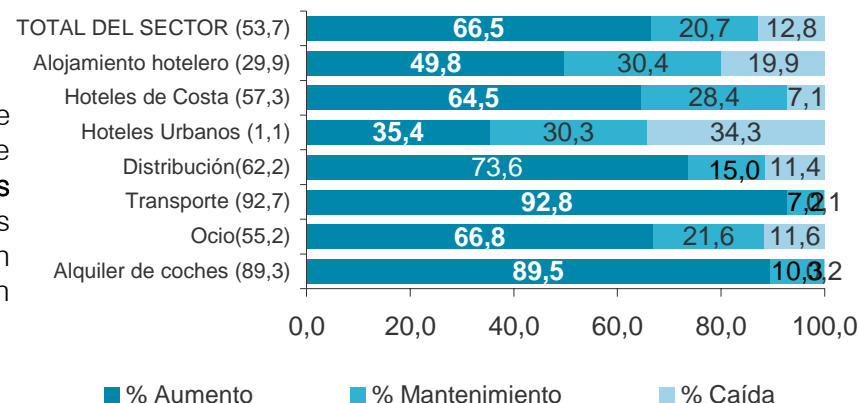
Bajo estos condicionantes y con la Semana Santa como botón de muestra, los responsables de las empresas turísticas españolas anticipan en sus respuestas a la encuesta de confianza de EXCELTUR un buen comportamiento de la actividad en el segundo trimestre de 2014. El 66,5% de los empresarios turísticos esperan un aumento de las ventas en el segundo trimestre de 2014, que en el 47,1% de los casos estiman se trasladarán en mejoras interanuales de su rentabilidad empresarial, sí bien la mayor parte de éstos revelan que estas mejoras serán todavía de leve intensidad.

El mantenimiento del tirón de la demanda extranjera durante los meses de primavera seguirá incrementando la facturación y la rentabilidad empresarial de los hoteles de los destinos vacacionales de la costa más posicionados en esos mercados y las compañías de alquiler de coches.

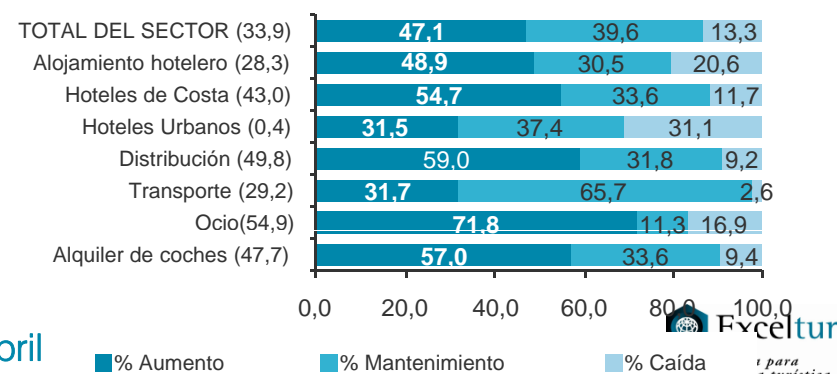
La esperada recuperación del consumo turístico de los hogares españoles se traduce en unas favorables expectativas de los subsectores de la cadena de valor turística más dependientes de los mismos. Los alojamientos de las zonas de interior y de ciudades, los grandes grupos de agencias de viajes, y las empresas de transporte de pasajeros, esperan una leve mejora generalizada en sus ventas y beneficios, en el segundo trimestre de 2014, menos significativa en el caso del alojamiento urbano.

Se espera mejoren los resultados de los prestadores de servicios de ocio, especialmente los parques temáticos, campos de golf de zonas vacacionales y museos y monumentos gracias a los mayores niveles de demanda extranjera, la incipiente mejora del consumo turístico de los españoles y su comparación con un segundo trimestre de 2013 muy negativo tras la subida del IVA en septiembre de 2012. Por su parte, las estaciones de esquí verán afectados los resultados del segundo trimestre de 2014 por la celebración de la Semana Santa muy avanzado el mes de abril que les restará volumen de demanda en favor de destinos de sol y playa.

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el SEGUNDO trimestre de 2014



Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS PREVISTOS para el SEGUNDO trimestre de 2014

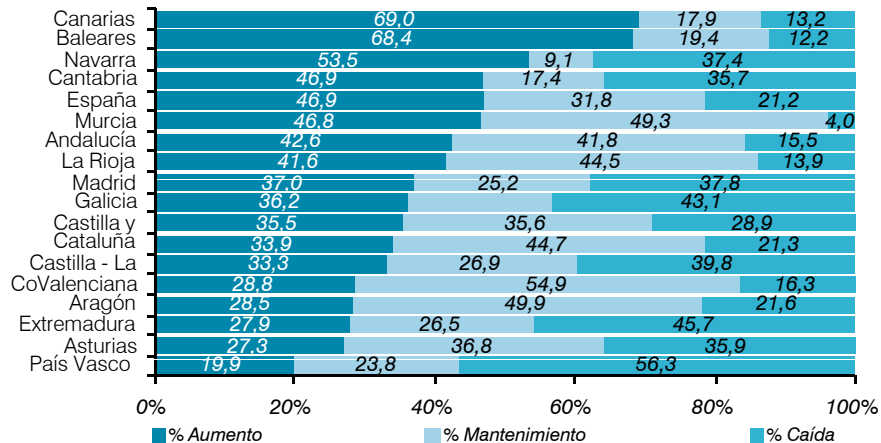


Positivas expectativas empresariales en la mayoría de los destinos españoles para el segundo trimestre de 2014.

Canarias y Baleares serán los principales beneficiados de la afluencia de turistas extranjeros a la que acompañará una leve recuperación de la demanda nacional en los meses primaverales (cerca del 70% de los profesionales del sector de los archipiélagos descuentan mejoras interanuales en las ventas y la rentabilidad empresarial).

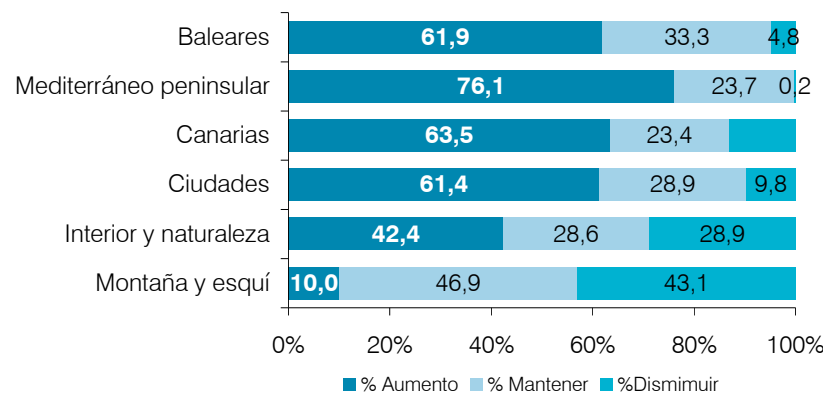
La mayoría de **destinos de interior, ciudades, España Verde y zonas del litoral peninsular**, con mayor presencia del mercado nacional, esperan en la misma línea mejorar los resultados del segundo trimestre de 2013, rompiendo con la tendencia de caída que venían sufriendo los dos últimos años. Así lo corroboran las ventas previstas para el II trimestre de 2014 de los grandes grupos de agencias de viajes.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS previstos para el II Trimestre 2014
SECTOR DE ALOJAMIENTO



Fuente: Exceltur

Ventas previstas de los grandes grupos de agencias de viajes españolas por destinos nacionales para el II Trimestre de 2014

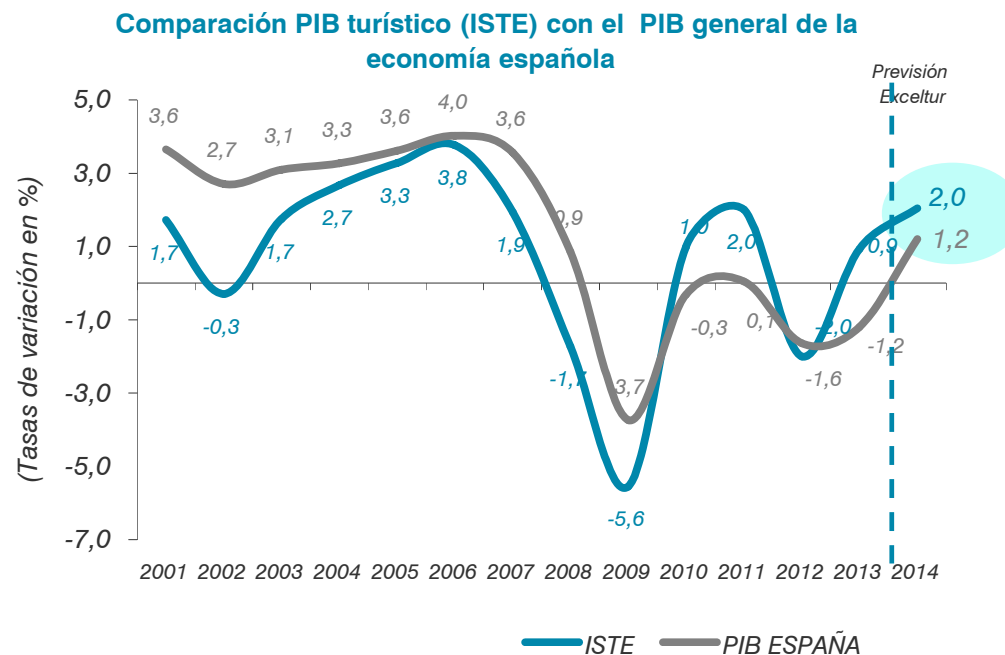


Fuente: Exceltur

Consecuencia de todo lo anterior, revisamos la estimación de crecimiento del PIB Turístico para el conjunto del año hasta el 2,0% desde el 1,8% que presentábamos en el mes de enero debido al mejor comportamiento esperado de la demanda nacional en un contexto macroeconómico más favorable que el observado en el inicio del año 2014.

Mantenemos las favorables expectativas sobre el consumo turístico de la demanda extranjera con dos ámbitos de cautela: la contención del crecimiento del mercado ruso y una potencial y progresiva recuperación de la actividad turística en el Mediterráneo Oriental a partir del verano, que explicaría que el crecimiento del PIB turístico se pueda ir desacelerando a media que avance el año 2014.

El turismo seguirá manteniendo en 2014 su aportación positiva al crecimiento de la economía española, creciendo 0,8 p.p. por encima del crecimiento al día de hoy previsto para la misma por parte del Banco de España cifrado en el +1,2%.



Fuente: Exceltur, INE y Banco de España



Para más información visite la web

www.exceltur.org