

## La actividad turística crece un 4,2 % hasta marzo y crea 34.098 empleos

Madrid, 10 abr (EFECOM).- La actividad turística ha crecido un 4,2 % en el primer trimestre de 2014 y ha creado 34.098 empleos netos, un 2,7 % más que un año antes, lo que supone el 30 % del total de nuevas afiliaciones a la Seguridad Social en esos meses, según la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur.

El empleo turístico ha avanzado a pesar de compararse con un marzo de 2013 en el que se celebró la Semana Santa. Si se desestacionaliza la serie, el crecimiento se eleva hasta el 3,2 % y 43.315 nuevos afiliados.

Este crecimiento de la actividad turística en los tres primeros meses del año se debe al "inusitado" repunte de la demanda extranjera, impulsada a su vez por un mayor trasvase de turistas de otros destinos mediterráneos con inestabilidad política que en meses anteriores, principalmente de los que querían visitar Egipto.

El vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, señaló hoy en rueda de prensa que estos resultados consolidan la capacidad locomotora del turismo para acelerar la recuperación de la economía española y la creación de empleo.

Para asegurar que se mantenga y se intensifique esta tendencia de mejoría del sector, Zoreda pidió, ante la inminente reforma fiscal, "una homogeneización al IVA reducido, en cuanto las condiciones lo permitan, al conjunto de la industria", así como la reducción de las tasas aeroportuarias, ya que la positiva evolución de la red de Aena se debe en exclusiva a los aeropuertos turísticos.

Aunque Exceltur prevé que el crecimiento registrado hasta marzo se irá desacelerando a lo largo del ejercicio, ha revisado al alza sus previsiones para el conjunto del año, hasta el 2 % del PIB turístico frente al 1,8 % estimado en enero pasado.

A su juicio, a medida que avance la temporada, el tirón de la demanda extranjera asociada a los conflictos de Egipto se suavizará.

También se espera un menor empuje de la demanda rusa, por la depreciación del rublo.

Frente al crecimiento de la demanda extranjera, el mercado español en el primer trimestre ha registrado un ligero aumento del 2,2 %, lo que supone una desaceleración de la recuperación iniciada en los últimos tres meses de 2013, cuando repuntó un 5 %.

Además, el incremento de la demanda turística interna "sigue muy vinculado a las políticas de reducción de precios, de forma que las empresas turísticas más especializadas en demanda española acusan un escenario de deflación", explicó.

Por ello, la Semana Santa será un preludio de la tendencia que seguirá la demanda española durante el resto del ejercicio, aunque todo apunta a un moderado incremento del consumo y de las ventas.

No obstante, con 11,6 millones de pernoctaciones, el mercado nacional "aún se encuentra muy lejos de los resultados previos a crisis", cuando registraba 14,8 millones de estancias, indicó Zoreda.

Dada esta suave recuperación del consumo de los españoles, el crecimiento registrado hasta marzo se debe en el 88,5 % a un nuevo repunte de la demanda extranjera, favorecida también por una recuperación económica de los principales países emisores.

Los datos que maneja Exceltur revelan que sólo cinco destinos explican el 100 % del incremento de la demanda extranjera (aproximada a partir de las pernoctaciones hoteleras), con Canarias a la cabeza, que concentra el 74,2 % de la subida, seguido de la Costa del Sol (el 8,3 %), la Costa Blanca (el 6,1 %), Barcelona (el 7,8 %) y Madrid (el 3,7%).

Canarias, en plena temporada alta, refleja el 60,4 % del aumento de la demanda turística de toda España y presenta los mejores resultados del sector, mientras que Madrid rompe la tendencia negativa de los dos últimos años con una leve mejora en la afluencia, aunque aún no tanto en la rentabilidad, con un aumento del 2,9 % de los ingresos.

De hecho, a pesar de elevarse la afluencia extranjera, el gasto por turista foráneo vuelve a caer un 3,2 % al inicio del año, según calcula el Banco de España,

El balance empresarial del primer trimestre es en términos globales "moderadamente positivo", aunque dispar por zonas geográficas y subsectores, siendo los más favorecidos los de alquiler de coches, las agencias de viajes, las empresas de ocio y los hoteles de costa. EFECOM