



Las ventas a turistas españoles para Semana Santa están creciendo, algo que no pasaba desde los años 2007 y 2008.

Las expectativas reflejan una realidad que constatan informes y estadísticas. Los hábitos vacacionales de los españoles, después de tres años en estado comatoso por el desempleo, la presión fiscal y la pérdida de poder adquisitivo, despiertan. Crecen reservas y ventas de turistas domés-

ticos a través de agencias de viajes, *tour* operadores y medios *on line*, algo que no ocurría desde los años 2007 y 2008. Es más, la última encuesta de coyuntura que elabora el INE señala que las pernoctaciones de los viajeros residentes en España se han incrementado un 12,8%

Eleva las reservas de Semana Santa un 15% y crecerá un 30% en el próximo trimestre

El turismo nacional sale del letargo

■ Ana Sánchez Arjona

"Hacia tiempo que teníamos ganas de presentar unos datos así". De esta manera se manifestaba **Juan Molas**, presidente de la patronal hotelera CEHAT, ante los periodistas con una frase que concentra el cambio de sentimiento que empieza a mostrar el sector turístico después del buen comienzo del año en visitas extranjeras y, lo que es fundamental, en reanimación del mercado interno.

Porque la realidad en las cifras refleja que los hábitos vacacionales de los españoles después de tres años en estado comatoso por el desempleo, la presión fiscal y la pérdida de poder adquisitivo, despiertan y lo hacen con estadísticas contundentes: han elevado las reservas de Semana Santa un 15% y se prevé un 20% en el próximo trimestre.

El mercado nacional aporta la mitad de los ingresos turísticos. "Se está produciendo una reactivación importante de las ventas por agencias, *tour* operadores y medios *on line*. Las ventas a turistas españoles para Semana Santa están creciendo, algo que no pasaba desde los años 2007 y 2008", señalaba Molas a principios de año. Una perspectiva que se ha confirmado a las puertas de que se inicie el período vacacional más representativo de cara al plato fuerte que supone el verano.

Respecto al año pasado, el **Observatorio de la Industria Hotelera Española (OHE)** indica unas mejores perspectivas para las principales variables del sector: pernoctaciones, oferta de plazas, precios, estancia media y rentabilidad.

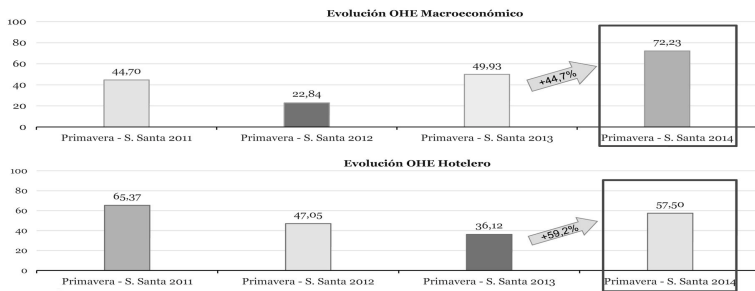
Estos últimos, por ejemplo, son positivos por primera vez en tres años. Y no solo en turismo extranjero sino también en demanda interna.

El Gobierno ha sacado pecho ante estos números porque los viajes de los propios españoles, que llevaban varios años en estado crítico por el desempleo, los impuestos y la sequía de crédito, salen del letargo.

Y es que, 2014 se va convirtiendo en el año del cambio, coinciden en seña-

EXPECTATIVAS DE MEJORA DEL OHE

Las expectativas de mejora del entorno macro, crecimiento del 45% respecto al año anterior, ejercen de estímulo para la mejora de las expectativas hoteleras, que pasan del empoeramiento esperado para la temporada 2013 a la estabilidad en 2014. Tiene mucha influencia la mejora de las expectativas en el mercado doméstico.



Fuente: PwC y CEHAT

lar prácticamente todos los informes y estadísticas.

José Manuel Soria salía de la última reunión con el Consejo Español de Turismo con esta buenas expectativas en su cartera y bajo el brazo: la mejor cara manifestada por

los movimientos turísticos de los españoles.

"Ya veníamos constatando una mejora en el turismo nacional a lo largo de septiembre, octubre y noviembre de 2013 que, de consolidarse, abre una nueva tendencia.

Según los avances de la encuesta **Familitur**, que sondea los viajes turísticos de los españoles, éstos habrán aumentado en términos interanuales un 5,9% en septiembre, un 5,2% en octubre y un 5,5% en noviembre. El turismo de nieve ya apuntaba

Aumentan hasta el 85% los desplazamientos de interior

■ La Unión de Agencias de Viajes coincide en que la recuperación de la demanda turística nacional está en marcha. El crecimiento de los desplazamientos dentro del territorio nacional crecerán hasta el 85%. Según ha señalado el presidente de la asociación, José Luis Prieto, se ha reducido la dependencia de las

ofertas de viaje de última hora que venía produciéndose durante los últimos años gracias a la caída de los precios de las agencias y a que los turistas se han dado cuenta de que tan tarde "sólo queda lo peor y lo más caro". Prieto ha asegurado que esta mejora se debe al proceso de recuperación económica, en el que el turismo juega un papel

fundamental porque se trata de "la única industria que no ha dejado de tirar del carro" durante los últimos años. Ha insistido en que durante los últimos años se está produciendo un aumento sobre todo, de escapadas cortas (3 o 4 días) debido a la situación familiar y a la posibilidad de fraccionar las

vacaciones. La UNAV también ha destacado la evolución que se está produciendo desde la venta tradicional a la online, y considera que internet "es el mayor aliado de la agencia de viajes" como herramienta, y no les perjudica porque los turistas siguen necesitando la garantía de un profesional que les asesore.

manera porque durante este invierno, la ocupación ha tocado niveles del 90%, y destinos, con oferta completamente distinta, como por ejemplo Benidorm, que cerrado el mejor diciembre desde 2007.

Sea como fuere, la última Encuesta de **Coyuntura Turística Hotelera** que elabora el INE señala que las pernoctaciones de los viajeros residentes en España se incrementaron un 12,8% en noviembre respecto al mismo mes del año pasado. En total, contando a turistas españoles y extranjeros, 16 millones de personas se alojaron en las habitaciones hoteleras, un 8,7% más. Este indicador encadena siete meses seguidos al alza.

Pero lo que hay que ver es si para reactivar la economía los españoles están dispuestos a gastar sin menos miedo. La marca a superar es la de 2012, cuando el gasto turístico de los residentes en España en sus viajes ascendió a 21.506 millones de euros, una bajada del 6,7% respecto al año anterior.

El PIB turístico, medido por la **Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur)**, que aglutina las actividades como la hostelería o los servicios de este tipo, aumentó un 4,2% en el primer trimestre de 2014, respecto al mismo periodo del año anterior. "El turismo consolida su condición de locomotora de la recuperación y de la generación de empleo", señaló **José Luis Zoreda**, vicepresidente ejecutivo de esta patronal, en la presentación del balance empresarial del primer trimestre y las perspectivas para el segundo.

Nueve meses creando empleo

De hecho, el sector lleva nueve meses consecutivos creando empleo. Con ello, suma 34.098 nuevas afiliaciones desde julio de 2013, un 30% del empleo creado hasta la fecha, de acuerdo con los cálculos de **Exceltur**.

Y esta tendencia tiene visos de mantenerse en el futuro, dado que la Semana Santa caerá este año en abril, en vez de en marzo como 2013. "Con los datos desestacionalizados, se habrían creado 43.000 puestos de trabajo".

Como la demanda interna rescuete en 2014 no significa que se hayan acabado los problemas en el sector, lastreada por el elevado desempleo y la losa fiscal, son piedras en el camino.

El sector viene reclamando que los bienes complementarios del turismo, como los espectáculos culturales, los spa, los campos de golf, el alquiler de coches o los parques de ocio, tuvieran el **IVA** al tipo reducido del 10%, "para asegurar e intensificar la tendencia de mejora del sector turístico español a lo largo del año 2014". Además, pide rebajar las tasas aéreas, que computan en el total de costes que hacen los turistas a elegir su destino.

También consideran imprescindible estimular e incentivar al sector privado para impulsar la inversión empresarial "en los procesos de reconversión de destinos que, a falta de recursos públicos en múltiples casos los están detonando, con todos los efectos multiplicadores que conlleva", señala **Exceltur** como sugerencias y peticiones a la Administración. Sin embargo, y al margen de asuntos tributarios, la confianza empresarial ha vuelto a situarse en los niveles previos a la crisis, y el 56% de los empresarios prevé una mejora de las ventas en Semana Santa, por sólo un 12,4% que creen que habrá un descenso, mientras que el 44,5% esperan mejorar sus beneficios, por un 13,4%, que prevén caídas.

Estas previsiones se sostienen sobre los buenos datos del primer trimestre. Hasta marzo, el 52,3% de los empresarios encuestados han aumentado sus ingresos, mientras que el 45% han incrementado sus resultados.