

El 58% de los empresarios turísticos prevén aumentar sus ventas en verano



Un grupo de turistas en el entorno del Real Alcázar de Sevilla.

MARTÍN MESA

● **Exceltur** destaca las buenas perspectivas del consumo de los españoles y revisa al alza la previsión de crecimiento del sector: un 2,4%

R. E. MÁLAGA

Cerca del 60% de los empresarios turísticos españoles prevén aumentar sus ventas en verano del presente año, durante el período comprendido entre julio y septiembre. Según un barómetro reciente de la **Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur)**, los empresarios turísticos son "moderadamente optimistas" para la temporada de verano de 2014: un 58,1% anticipa un crecimiento interanual de las ventas en el mencionado período estival, mientras que el 50,1% de los casos esperan que se traslade en una mejora de los resultados.

El mayor optimismo se identifica en las agencias de viajes, las empresas de alquiler de coches y el sector del ocio, en gran parte vinculado a las buenas perspectivas del consumo de los españoles, según subraya este grupo.

Tanto es así, que **Exceltur** ha revisado de nuevo al alza el crecimiento del PIB turístico para el conjunto de 2014, hasta un 2,4%. Cuatro décimas más que el 2% presentado en abril de 2014. El motivo de esta revisión al alza está en el mejor escenario previsto para el consumo de las fami-

lias españolas, junto a la consolidación de la recuperación económica en gran parte de los mercados emisores europeos. A pesar de esta revisión, este grupo empresarial señala una notable moderación en los ritmos de crecimiento del PIB turístico para el segundo semestre del año respecto al mismo período de 2013, muy favorecido entonces por la inestabilidad de Egipto.

El segundo trimestre del año ha sido positivo para el sector turístico. El 62,2% de las empresas turísticas españolas experimentaron entre abril y junio un aumento en sus ventas (un 55% de carácter leve) y el 53% en su cuenta de resultados (un 44,2% sube de forma leve), según uno de los indicadores de **Exceltur**.

La recuperación de la demanda nacional y del turismo de negocios se deja notar especialmente sobre sectores que hasta ahora estaban muy afectados por la crisis, como las agencias de viajes (un 72,9% mejora resultados) y los hoteles urbanos (un 45,3% ve señales positivas). También mejoran las empresas de alquiler de coches (83,4%).

El PIB del sector también experimentó crecimientos en el se-

Piden regular los portales 'on line' que ejercen de intermediarios

Para que el turismo siga ejerciendo de principal motor de la recuperación de la economía española, **Exceltur** se suma a las advertencias de la patronal hotelera Cehat sobre el auge de la citada economía sumergida, amparada por grandes portales *on line*, que ejercen de intermediarios "con ánimo de lucro". Según este *lobby*, el régimen de opacidad en el que actúan favorece el fraude fiscal y laboral, pues suponen una bolsa de pér-

dida de ingresos para las administraciones públicas. **Exceltur** propone un marco legal por parte de las administraciones públicas, consensuado totalmente con los subsectores turísticos afectados por esa economía sumergida, que racionalice su uso en consecuencia y establezca los parámetros para exigir las mismas condiciones de seguridad y calidad frente al consumidor, que son "la base del éxito del modelo turístico español".



Un usuario realiza una reserva 'on line'.

EFE

gundo trimestre, elevándose un 3,1% interanual cuando las estimaciones del crecimiento del conjunto de la economía son del 0,9% en ese mismo período. Esta cifra revela que el turismo, además de crecer por encima del conjunto de la economía nacional, mantiene su condición de principal motor de la recuperación en España, aunque desace-lerándose respecto al fuerte repunte observado en el primer trimestre del año.

Todas las ramas turísticas crearon empleo en el segundo trimestre hasta sumar 65.309 nuevos afiliados a la Seguridad Social en el mes de junio, lo que supone un 4,6% más que los niveles de 2013, muy por encima

La recuperación se deja notar en sectores como las agencias de viajes y los hoteles urbanos

del resto de grandes sectores de la economía española.

El balance turístico empresarial del segundo trimestre de 2014 fue favorable en la mayoría de destinos turísticos españoles. En los destinos vacacionales, destaca la mejora de los resultados empresariales en Canarias, Baleares y destinos del Levante y Sur Mediterráneo, entre los que sobresalen la Costa del Sol y la Costa Blanca (+13,0% y +5,3% de *RevPAR* entre marzo y mayo de 2014, respectivamente).

Positivo ha sido también el balance empresarial en Castilla-La Mancha, por la celebración del IV Centenario de la muerte de El Greco; en La Rioja y Navarra, por el reposicionamiento de su oferta turística; y en Madrid, que afianza la senda de recuperación de rentabilidad empresarial observada.

Buena parte de ese crecimiento se debe a que la demanda turística española se intensifica: las pernoctaciones en alojamientos reglados suben un 4% con efectos positivos sobre la práctica totalidad de destinos españoles, aunque aún muy vinculada a ofertas y descuentos de precios.

La demanda extranjera pierde empuje, ante las primeras señales de debilidad del turismo ruso (9% menos acumulado entre marzo-mayo, por la depreciación del rublo) y a que hoy se acusa menos la inestabilidad geopolítica del Mediterráneo Oriental que favorecía a España desde el verano de 2013.