

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

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 | ACTUALIZADO 19.07.2014 - 05:02

Cerca del 60% de los empresarios turísticos españoles prevén aumentar sus ventas en verano del presente año, durante el periodo 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 periodo 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 familias 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 periodo 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 segundo trimestre, elevándose un 3,1% interanual cuando las estimaciones del crecimiento del conjunto de la economía son del 0,9% en ese mismo periodo. 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

desacelerándose 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 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.