

El PIB turístico intensifica su crecimiento en el tercer trimestre

13 de octubre de 2014

Exceltur ha presentado su valoración turística empresarial del verano (tercer trimestre) de 2014 y perspectivas para el cierre del año. **El PIB turístico intensifica su crecimiento en el tercer trimestre hasta el +2,9% interanual** por encima del crecimiento de la economía española (+1,6%), lo que le permite generar 63.176 nuevos empleos hasta septiembre, afianzándose como el principal pilar de la recuperación.

El 64,5% de las empresas turísticas incrementan sus ventas en el acumulado de julio a septiembre y el 58,0% sus resultados, elevando a niveles máximos la confianza empresarial, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR,

La demanda española consolida su recuperación (+3,4% en pernoctaciones julio-agosto), sostenida sobre precios todavía muy contenidos (el IPC de agencia baja el -1,7% en julio-agosto), facilitando la recuperación del turismo urbano, las agencias de viajes, las compañías de transporte y las empresas de ocio.

El turismo extranjero muestra un comportamiento atípico: se mantiene el ritmo de crecimiento de las llegadas en julio y agosto (+7,4%), se desacelera notablemente el uso de la oferta reglada (+0,4% en pernoctaciones) y el volumen de ingresos que revierten a España (+1,7%), lo que produce una nueva y preocupante caída del ingreso por turista (-5,3% julio-agosto) por:

1. La desaparición del efecto tirón de la inestabilidad de Egipto y la caída del paquete turístico (-2,8% en julio-agosto).
2. El descenso del turismo ruso (-14,2% en pernoctaciones hoteleras julio-agosto), muy concentrado en Cataluña.
3. El crecimiento exponencial de los servicios de alojamiento no reglados; De los 1,2 millones de llegadas de turistas extranjeros adicionales registradas en los meses de julio y agosto en los destinos españoles, 994 mil (el 83,2%) se concentra en la oferta residencial, de los cuales 690 mil, corresponden a viviendas en alquiler.

Los sectores más favorecidos en comparación con ese mismo trimestre en el 2013 son los hoteles urbanos, que consolidan **la mejoría en ventas en el 70,9% de los casos y en el 66,6% los resultados tras años de fuertes caídas**, las empresas de ocio (el 75,7% incrementan ventas y el 71,0% resultados), los grandes grupos de agencias de viajes, debido a los ajustes de puntos de venta minorista (el 57,5% mejoran ventas y el 78,2% resultados) y las compañías de transporte, gracias al mayor volumen de desplazamientos (el 80,7% aumentan ventas y el 45,3% resultados).

Andalucía (el 68,7% de empresas turísticas mejora resultados y los ingresos hoteleros suben el +9,0%), la Comunidad Valenciana (59,5% y +6,3%) y Canarias (56,0% y +8,1%), entre las zonas vacacionales, y Madrid (76,2% y +6,1%), La Rioja (57,0% y +12,3%) y Castilla-La Mancha (63,3% y +8,6%), entre las de interior, las comunidades con mayores y más generalizados crecimientos en ventas y resultados empresariales en el tercer trimestre de 2014, dentro de un positivo balance empresarial en la mayoría de destinos turísticos españoles.

Perspectivas para el cuarto trimestre y el conjunto de 2014

En un contexto marcado por la desaceleración económica en Europa, los empresarios turísticos anticipan se modere la mejoría de sus ventas y resultados para el último trimestre de 2014, por la contención de la demanda extranjera y su comparación con uno atípico y muy

positivo cuarto trimestre de 2013: el 58,0% de los empresarios turísticos preveían a cierre de septiembre una mejoría leve en las ventas para el cuarto trimestre de 2014 y el 45,6% en sus resultados.

Exceltur prevé una notable desaceleración de la actividad turística en el cuarto trimestre respecto del mismo trimestre del 2013, sin perjuicio que se reafirma en que el crecimiento esperado del PIB turístico para el conjunto de 2014 cierre en el +2,4%, tal como ya avanzó este pasado julio, muy superior al crecimiento del 1,3 % estimado para la economía española.

Situación de sector tras el caso de Ébola en Madrid y otras reflexiones a corto plazo

Las grandes empresas turísticas no han experimentado caídas de la demanda turística internacional ni en Madrid, ni en otros destinos españoles, atribuibles a este caso aislado del Ébola. Exceltur “confía plenamente en la profesionalidad del sistema sanitario español y en el renovado compromiso de las máximas autoridades competentes, para asegurar los protocolos más estrictos de gestión clínica que unido a la mayor transparencia de comunicación, genere una confianza creciente ante la opinión pública interna y externa, que el caso está controlado y acotado en sus límites actuales”.

Un año más el turismo ejercerá en 2014 un papel clave como motor de la economía española, si bien aún en base a unas políticas y modelos de gestión que priman y alientan el conseguir nuevos records indiscriminados de afluencia, para asegurar mejorías anuales de los ingresos en divisas que calcula el Banco de España, aunque ello suponga que siga cayendo el ingreso medio por turista.

De cara al futuro, desde EXCELTUR se reitera la necesidad de apostar por nuevas políticas público-privadas que incorporen un mayor valor añadido con mejoras competitivas continuas en el producto, en la regeneración de destinos maduros y en la creación de nuevas experiencias diferenciales, para revertir esa tendencia de caída de los ingresos medios por turista, que en términos reales se evidencia desde el año 2000 y en términos nominales desde los 3 últimos ejercicios y que pudiera verse acentuada en los segmentos más comoditizados, a medida que se recuperen aquellos países competidores que han venido atravesando dificultades geopolíticas.

En esta línea y por los diversos riesgos e impactos sociales y económicos que tiene para el modelo de desarrollo turístico español, desde Exceltur se ve con creciente preocupación como uno de los principales retos que enfrenta el sector, la competencia desleal que supone el crecimiento exponencial en la prestación de servicios turísticos, bajo fórmulas de economía sumergida, mal denominadas de “economía colaborativa”, en los ámbitos del alojamiento, transporte, restauración, celebración de eventos, etc.

En esa Exceltur ha llamado la atención de las administraciones públicas competentes sobre la urgente necesidad de asegurar unas nuevas políticas y un marco normativo y fiscal armonizado a nivel de todo el país, que facilite la igualdad de condiciones competitivas y persiga a todos aquellos nuevos actores y prestadores de servicios, que no aseguren los derechos del consumidor, la mayor creación de empleo y unos estándares de calidad y seguridad que enriquezcan la imagen y reposicionamiento de España como un destino turístico cada día con más valor añadido experiencial minimizando los inconvenientes para la convivencia ciudadana y/o la alteración del orden público.