

Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2013 y perspectivas para el verano y el conjunto de 2013

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 16 de julio de 2013

Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2013

- La actividad turística en España repunta en el segundo trimestre de 2013 gracias al flujo de extranjeros frente a una demanda nacional muy estancada; el PIB turístico atenúa notablemente su descenso el 2º trimestre de 2013 a una tasa interanual del -0,1%, frente a caídas cercanas al -3,0% registradas durante el primer trimestre, consistente con la mejoría percibida de 16 puntos en la confianza empresarial (de -38,3 en abril a -22,2 a inicios de julio).
- El turismo extranjero intensifica su crecimiento tanto en llegadas como en ingresos gracias al efecto de la inestabilidad de nuestros competidores del sol y playa (Turquía y Egipto), el crecimiento del consumo en los principales mercados (Reino Unido y Alemania), el tirón de mercados de mayor gasto (como el ruso y el nórdico) y el positivo efecto de los primeros casos de reposicionamiento integral del producto de litoral, mientras la demanda interna sin aún recuperarse, atenúa la intensidad de su caída en sus viajes de proximidad por España.
- Los hoteles de costa y empresas de alquiler de coches en esas zonas son las más favorecidas por el contexto de la demanda extranjera (un 42,5% y un 61,9% respectivamente, suben sus ventas en el segundo trimestre de 2013), mientras el 53,4% de hoteles urbanos, el 84,8% de las agencias de viajes, el 60,0% de las empresas de transporte y el 62,8% de las de ocio (campos de golf, parques de ocio y museos) experimentan un nuevo descenso en sus niveles de actividad de abril a junio de 2013 respecto al mismo período de 2012.
- Baleares lidera el comportamiento turístico del segundo trimestre con un incremento de los ingresos del +10,5%. El resto de destinos de sol y playa disfrutan de crecimientos generalizados en los ingresos (Murcia, la Comunidad Valenciana y Andalucía), además de los productos/destinos más diferenciados y de mayor categoría de Canarias. Mientras, los destinos urbanos (salvo San Sebastián, Zaragoza Barcelona y algunos próximos a zonas vacacionales como Alicante, Málaga...), los de las comunidades del interior y el norte de España, dependientes de la demanda nacional, caen intensamente, a excepción de La Rioja.

Perspectivas para el verano (tercer trimestre) y el conjunto de 2013

- El 25,5% de los empresarios turísticos españoles esperan mejorar y el 38,7% mantener en el tercer trimestre de 2013 las ventas del verano de 2012. Las perspectivas más positivas se concentran de nuevo en los destinos vacacionales dependientes de la demanda extranjera (especialmente en Baleares), que favorecerá a hoteles, empresas de alquiler de coches y la oferta de ocio localizada en su territorio, mientras en los destinos del interior y en los costeros, más dependientes de la demanda española, se esperan nuevos descensos de facturación y resultados que afectarán a hoteles, empresas de transporte y su oferta de ocio.
- El inesperado rebrote de las tensiones en el mediterráneo oriental que favorecerá en el tercer trimestre y sobre todo en el cuarto, a los destinos vacacionales españoles, nos lleva a revisar la estimación del PIB turístico para el conjunto de 2013 desde el -1,0% que preveíamos en enero, al -0,4% para el cierre del año.

Por ello, el turismo volvería a ser locomotora de la economía española en 2013, para la que el consenso de analistas aún espera una caída al cierre de año del -1,6% (cuatro veces superior a la del turismo). En ese sentido estimamos que el re-direccionamiento de demanda extranjera de los países mediterráneos sujetos a inestabilidades geopolíticas, aportará 0,5 puntos de PIB turístico: 726 mil extranjeros y 626 millones de euros adicionales, de no ser por esas causas.

.../..

Reflexiones de EXCELTUR

En un año muy escaso de recursos presupuestarios, desde EXCELTUR hemos venido reclamando en sucesivas comparecencias la necesidad de consolidar una política integral y de Estado a favor del sector turístico, que incorpore entre otras medidas, cambios normativos en leyes que afectan a su actividad, además de abordar transformaciones en el modelo de gestión de las políticas de producto, marketing y promoción.

En este sentido, y a expensas de la necesidad de seguir profundizando en esa línea, queremos expresar nuestra satisfacción por las iniciativas del Gobierno, en los últimos meses referentes a:

- **La resistencia frente a las continuadas presiones de la Troika europea a subir el IVA de la hostelería, del tipo reducido al general**, lo que supondría al igual que cualquier otra subida de impuestos o tasas que incidan directa o indirectamente sobre al sector, una grave pérdida de competitividad frente a destinos competidores y la destrucción de numerosos puestos de trabajo, en momentos donde el turismo se mantiene como uno de los mayores sustentos del empleo en muchas zonas de España.
- **La reforma de la Ley de Costas**, por la seguridad jurídica que dota a las instalaciones turísticas (hoteles y chiringuitos, principalmente) situadas en su zona de influencia, pero, sobre todo, para abordar la rehabilitación y mejora competitiva diferencial, de la oferta turística española vacacional.
- **La promulgación de la ley de Arrendamientos Urbanos**, como primer paso para combatir la oferta ilegal de apartamentos y su competencia desleal para los alojamientos alojativos reglados, además de las pérdidas de ingresos fiscales que ello conlleva a distintos niveles administrativos.
- **La incorporación de empresarios turísticos en la gestión estratégica de Turespaña**, para terminar de impulsar un proceso de transformación de la institución, acorde a los nuevos retos de una competencia, canales de información y turistas en continua transformación, que exigen nuevos modelos de gestión.
- **Las líneas de financiación preferente para reformas hoteleras (PIMA-SOL) y la línea Emprendetur, como preludio de otras líneas adicionales (ICO, BEI, etc.) necesarias y claves para el sector en general**, en un escenario de graves dificultades para acceder al crédito, que garantice la operativa empresarial y el abordar nuevas inversiones para el crecimiento, el reposicionamiento y la internacionalización.
- **Elevar las dotaciones de medios para agilizar la emisión de visados en países emergentes clave para España**, que debieran potenciarse e igualmente extenderse a otros mercados de gran potencial turístico.

Conscientes de que éstas medidas, siendo necesarias, no son en si mismas suficientes para asegurar a medio y largo plazo las mejores condiciones competitivas para que el sector turístico siga siendo el principal motor de la recuperación y mantenimiento/creación de empleo, **solicitamos:**

- **Evitar nuevos sobre costes para el sector** (recargos eléctricos, tasa sobre aires acondicionados, subidas de IBI...), que impedirían recuperar la rentabilidad para generar más empleo e inversión.
- **Acelerar la aprobación del reglamento de las leyes recientemente promulgadas.** (Costas, Propiedad Intelectual, Rehabilitación).
- **Cerrar el proceso de traslación de la elaboración de estadísticas de demanda turística del IET al INE**, para disponer de una información más consistente entre los distintos indicadores oficiales.
- **Incorporar mayores recursos e incentivos fiscales al turismo en los Presupuestos Generales del Estado de 2014** para, entre otros, abordar con más determinación la regeneración integral de destinos maduros del litoral y dinamizar la demanda española a través del programa del IMSERSO.
- **Impulsar con mayor rapidez la homogenización normativa que afecta al turismo**, tomando al conjunto del sector como piloto en el desarrollo de la Ley de Unidad de Mercado aplicada a normativas del sector (Ej.: la de apartamentos a partir de la reforma de la Ley de Arrendamientos Urbanos), o a las ya existentes (Ej.: la categorización hotelera y de turismo rural) y por otro lado en la Reforma de la Administración Pública, asegurando de manera más eficiente y coordinada aquellos recursos dedicados por las distintas AA.PP. a las políticas de información, innovación y promoción turística.
- **Revisar y actualizar los objetivos del PNIT**, asegurando las bases más sólidas para abordar una estrategia de crecimiento turístico sostenible a medio plazo y gradual reposicionamiento por valor añadido, que supere cualquier lectura coyuntural positiva, más atribuible a las adversidades de la competencia.

EXCELTUR ha hecho público hoy también el Barómetro de la Rentabilidad y el Empleo de los Destinos Turísticos Españoles, correspondiente a los primeros 5 meses de 2013.

(Se puede descargar en www.exceltur.org)