

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del año 2013
y perspectivas para 2014



Balance empresarial de 2013

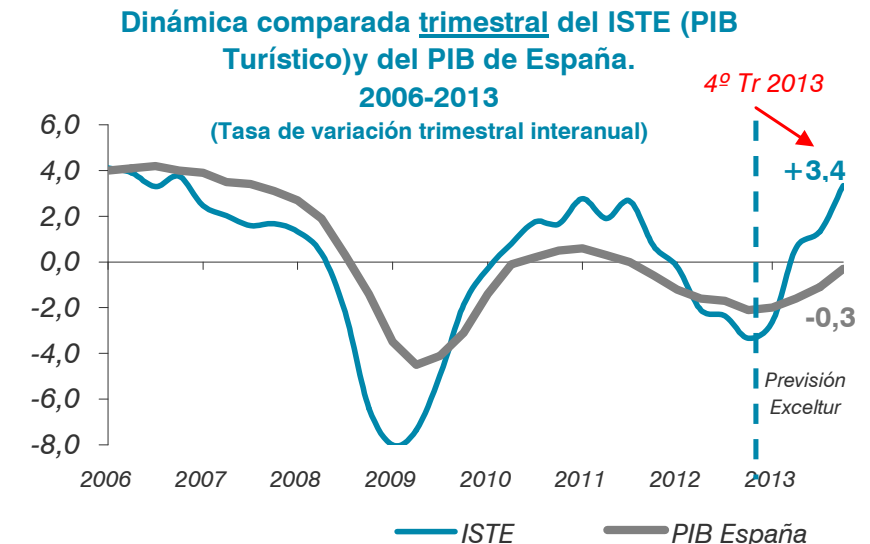
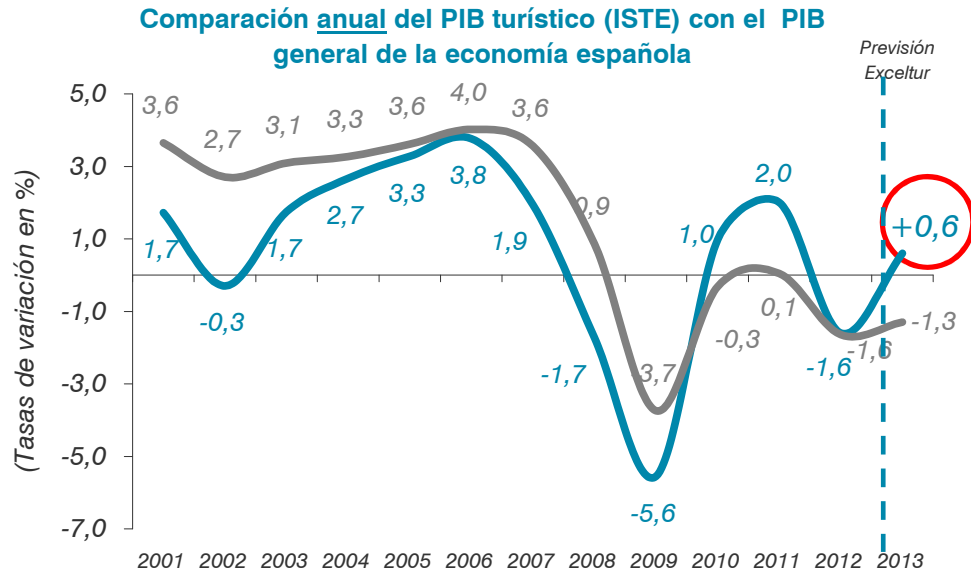
BALANCE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2013. PIB

El sector turístico cierra el año 2013 con un crecimiento de su PIB del +0,6%, consolidándose como el principal motor de recuperación de la economía española.

El mantenimiento del notable crecimiento de los ingresos turísticos extranjeros y el repunte de la demanda interna a finales del año elevaron el crecimiento del PIB turístico durante el cuarto trimestre hasta el +3,4% respecto al cuarto trimestre de 2012.

■ Revisamos de nuevo al alza nuestra estimación de crecimiento del PIB turístico para el conjunto de 2013 hasta el +0,6% por el mejor comportamiento de lo esperado de la demanda española en el último trimestre del año. Con ello, el turismo consigue crecer muy por encima de la economía española, para la que el consenso de analistas estima un cierre de 2013 en el -1,3%.

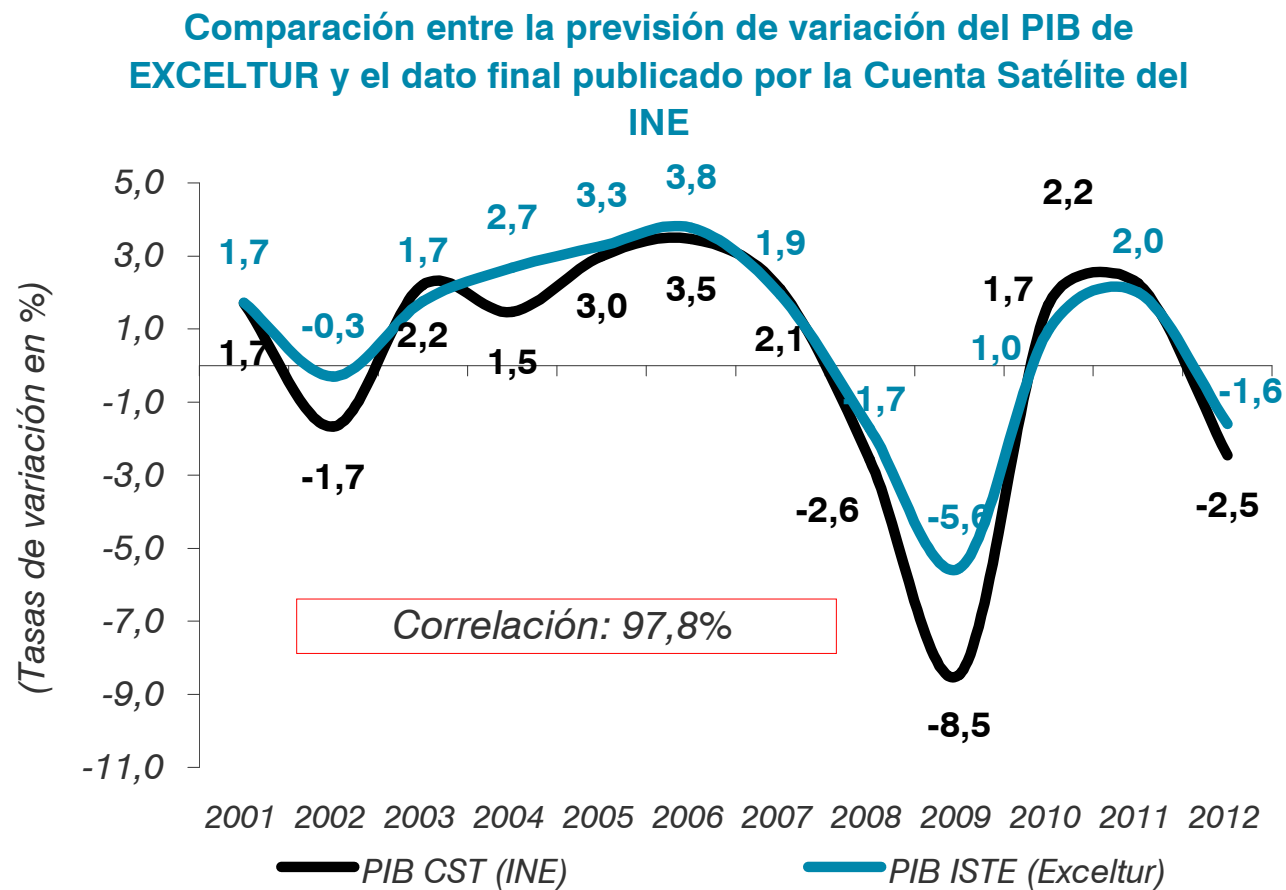
■ La actividad turística ha intensificado sus ritmos de crecimiento en el cuarto trimestre del año 2013 gracias al tirón de la demanda extranjera, principalmente a Canarias por la inestabilidad de Egipto y el destacable repunte de la demanda interna. El PIB turístico se incrementó un +3,4% en octubre-diciembre frente a un mismo trimestre de 2012, muy afectado por la subida del IVA.



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

BALANCE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2013. PIB

El dato oficial de evolución del PIB turístico en 2012 publicado por el INE el 27 de diciembre de 2013 vuelve a corroborar la precisión y consistencia de las estimaciones de EXCELTUR. El descenso del -2,5% de la actividad turística durante 2012 calculada con un año de decalaje por el INE, si bien muy cercana, supera la caída que estimó EXCELTUR en enero de 2013.

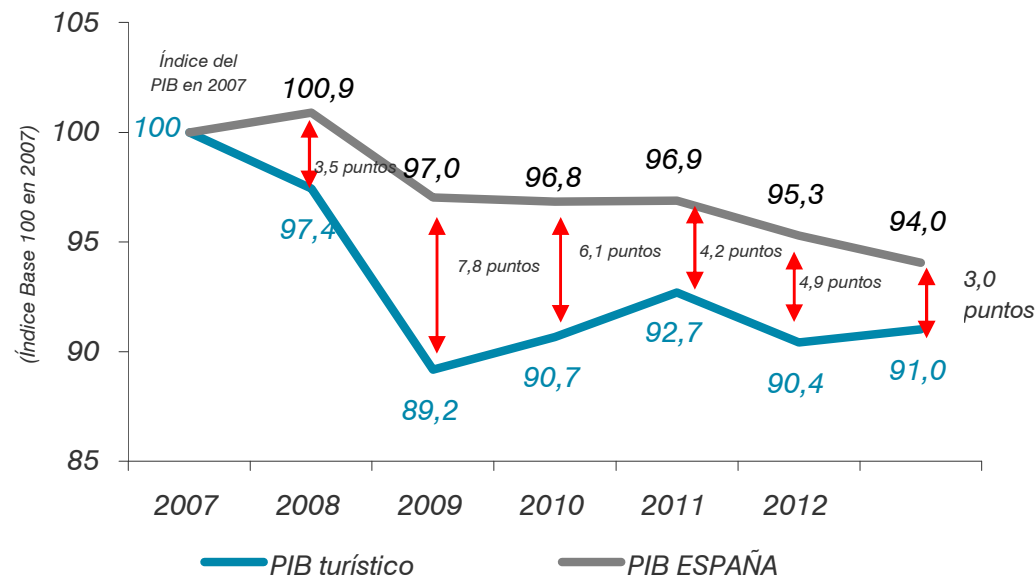


Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

A pesar del positivo comportamiento del PIB turístico durante 2013, los niveles de actividad en términos reales con los que se cierra este año el sector, se encuentran 9 puntos por debajo de los del inicio de la crisis (2007) lo que supone 3 puntos más de lo perdido por el conjunto de la economía española, reflejando la dimensión del ajuste sufrido en el sector y los retos pendientes para recuperar la actividad económica perdida.

- En base a la información oficial del INE hasta 2012 y la previsión de EXCELTUR de 2013, la actividad turística real en España se situaría todavía 9 puntos por debajo de los niveles de 2007, mientras el descenso en el conjunto de la economía española es de 6 puntos.

Comparación del impacto de la crisis sobre el PIB turístico y el PIB del conjunto de la economía española
Base 2007=100



Fuente: INE hasta 2011, previsiones de Exceltur de PIB turístico para 2012 y Consensus Forecast para 2012 del PIB de España

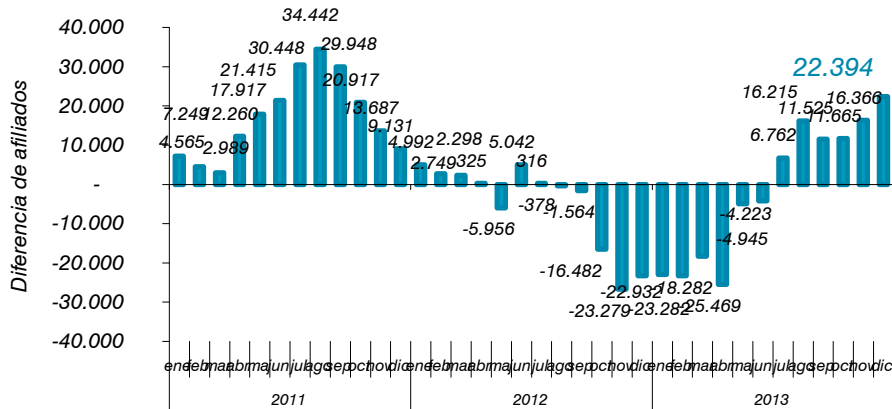
BALANCE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2013. Empleo

El sector turístico genera 22.394 empleos al cierre de 2013, lo que supone un volumen de afiliados un +1,8% superior al nivel medio con el que se cerró diciembre de 2012. Con ello el turismo se sitúa como el único de los grandes sectores de la economía española que ha generado empleo neto en 2013, y de forma continua desde el mes de julio.

Desde el mes de julio de 2013, el sector turístico ha liderado la creación de empleo en España, conforme se ha intensificado el crecimiento de la actividad turística en parte debida al rebrote de la inestabilidad en Egipto y el Mediterráneo Oriental.

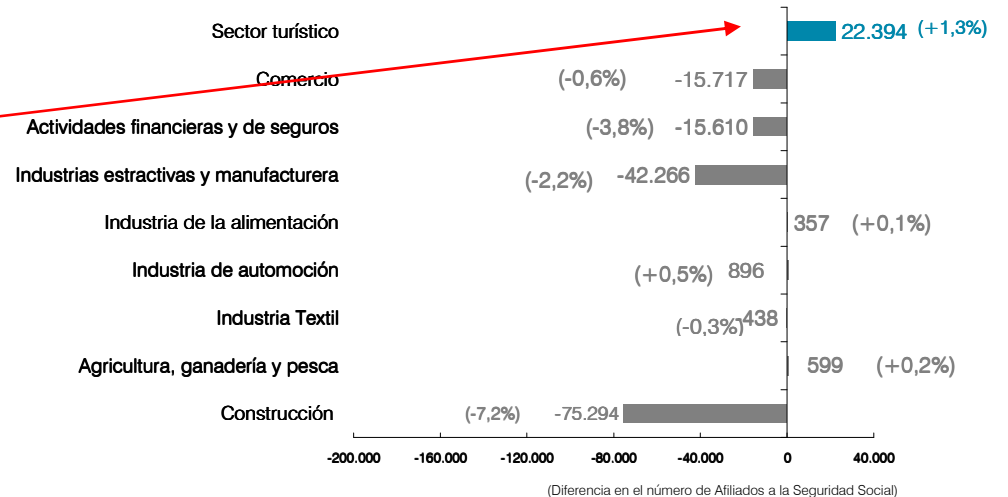
Los 22.394 afiliados adicionales que presentaban las ramas de actividad dependientes del turismo a cierre de 2013 respecto a 2012, sitúan al sector turístico como el sector con mayor capacidad de creación de empleo, en estos momentos, entre los grandes sectores de la economía española.

Capacidad de creación de empleo del turismo
(Diferencia de afiliados a la seguridad social en volumen 2011-2013)



Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social

Comportamiento del empleo en España por Sectores de Actividad
Variación interanual (Diciembre 2013/Diciembre 2012)



Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de datos de la Seguridad Social

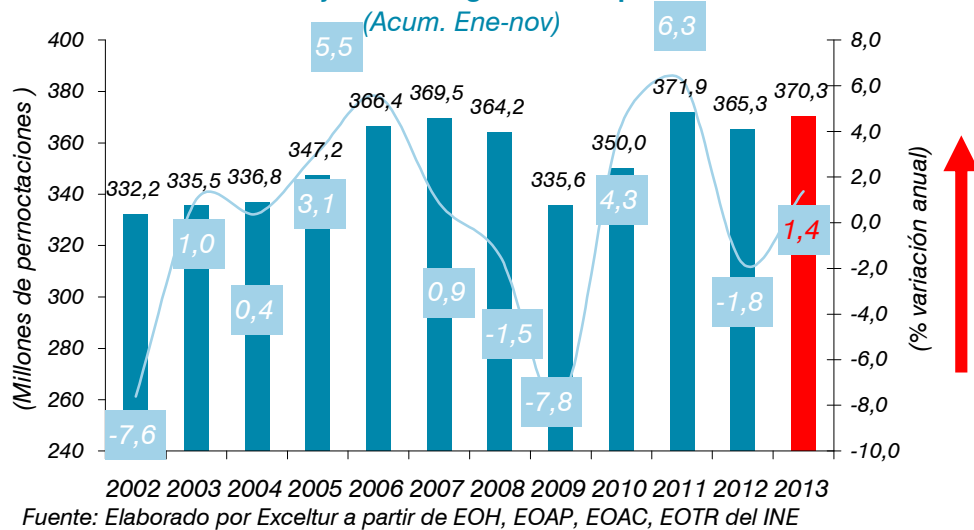
DEMANDA TURÍSTICA.

El crecimiento de la actividad turística en España durante 2013 se debe en su totalidad al aumento de la demanda extranjera, que alcanza sus máximos históricos, mientras la demanda nacional desciende por debajo de los niveles de 2004.

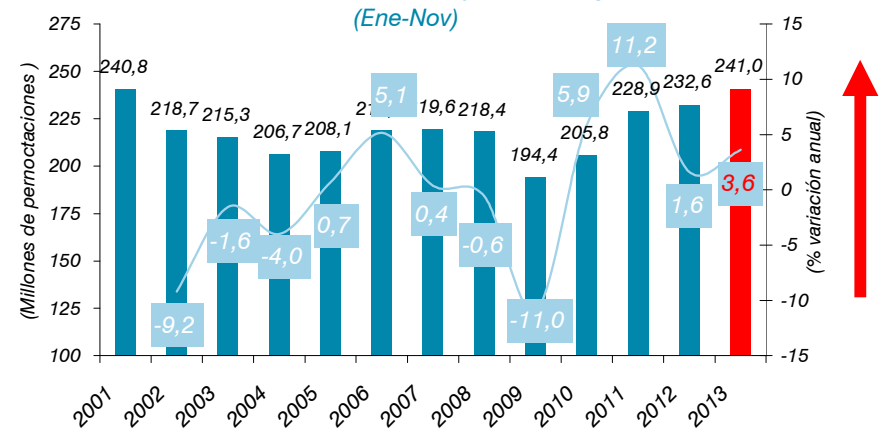
España acabará el año 2013 con un record en términos de demanda turística, con un volumen de 370,3 millones de pernoctaciones en establecimientos reglados, superando los registros de antes de la crisis

El total de pernoctaciones en establecimientos reglados principal indicador de volumen de demanda turística- alcanza los 370,3 millones gracias a un crecimiento del +1,4 hasta noviembre,. Derivado de un incremento del +3,6% de la demanda extranjera, que supera y compensa el descenso del -2,6% de esa demanda alojativa por los españoles.

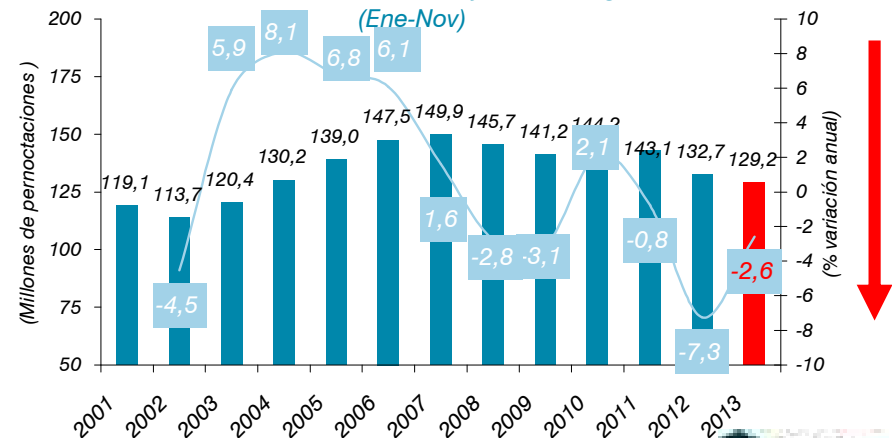
Pernoctaciones del total de viajeros en establecimientos de alojamiento reglado en España
(Acum. Ene-nov)



Número de pernoctaciones de los viajeros extranjeros en establecimientos de alojamiento reglado
(Ene-Nov)



Número de pernoctaciones de los viajeros españoles en establecimientos de alojamiento reglado
(Ene-Nov)

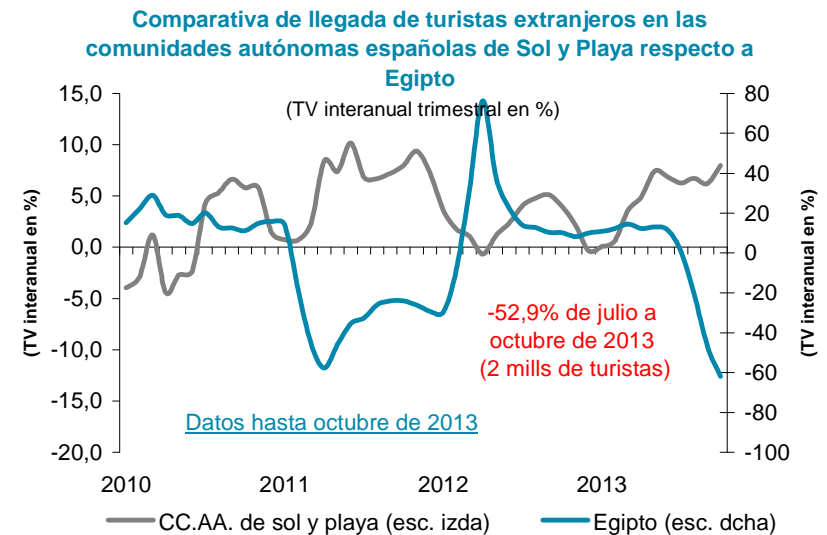
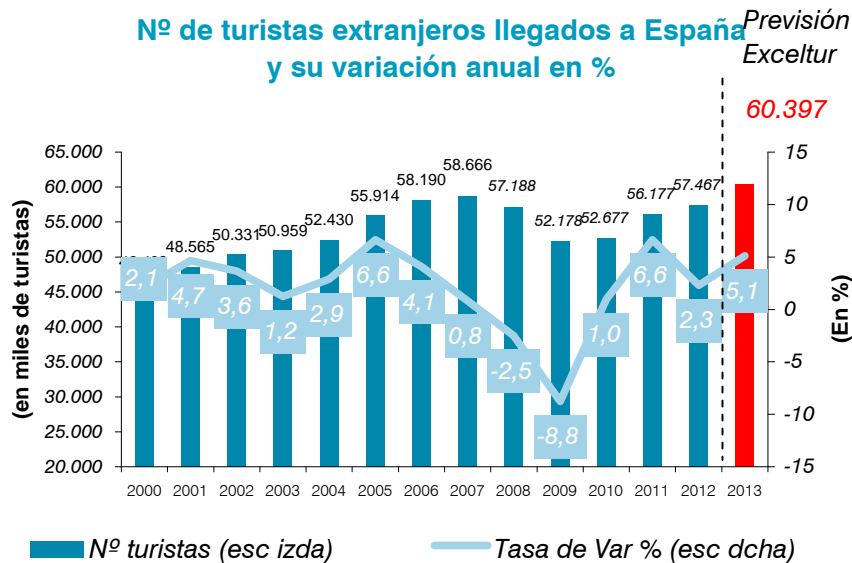


Estimamos que 2013 registrará máximos en los principales indicadores de volumen de demanda extranjera; las pernoctaciones en establecimientos reglados superarán las 250 millones, las llegadas de turistas los 60,3 millones y los ingresos que revierten a España los 45 mil millones de euros. Ello se debe a tres factores principales:

1. La inestabilidad en Egipto y su área de influencia (a partir de Julio)
2. El tirón de los mercados Ruso y nórdico
3. La recuperación del consumo en Reino Unido y Francia

A falta del dato oficial de diciembre y según nuestras estimaciones, la llegada de turistas extranjeros alcanzará los 60,4 millones al cierre de 2013, lo que supone un máximo histórico, tras haber crecido un +5,1% en el conjunto del año.

La situación de Egipto ha desempeñado un papel clave en el notable tirón de la demanda extranjera hacia España, imprevisto a principios del año. A medida que se ha complicado la situación de ese país, se ha intensificado la llegada de turistas a las zonas de playa, como ya sucediera en 2011. De hecho Egipto, de acabar el año a los ritmos de descenso de la demanda turística de los últimos meses, habrá perdido en 2013 más de 2,5 millones de turistas, buena parte de los cuáles habrán optado por los destinos españoles.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos del IET.

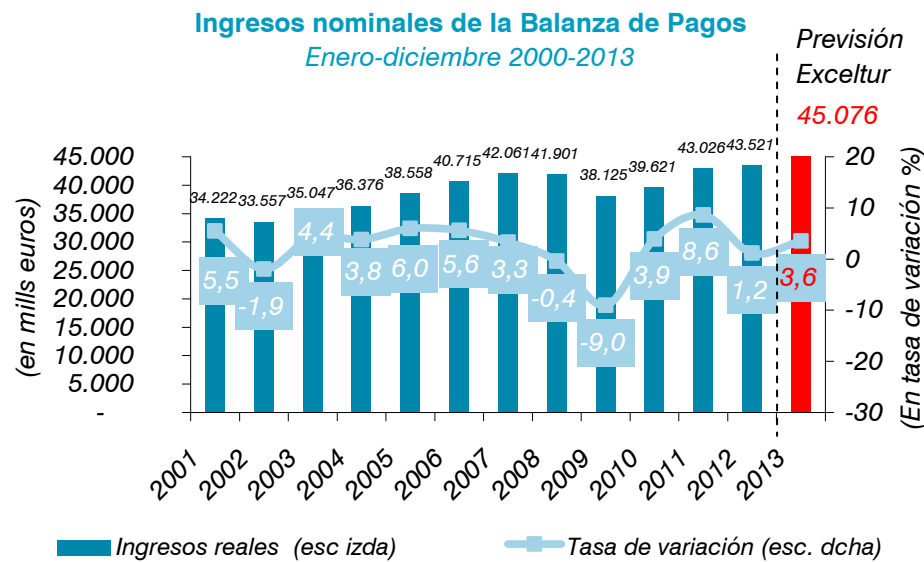
Los ingresos por turismo extranjero que reflejara la Balanza de Pagos, cerrarán el año con un crecimiento en 2013 del +3,6%, lo que permitirá una generación de ingresos por divisas de 45.076 millones de euros.

A pesar del buen dato macroeconómico es preciso resaltar :

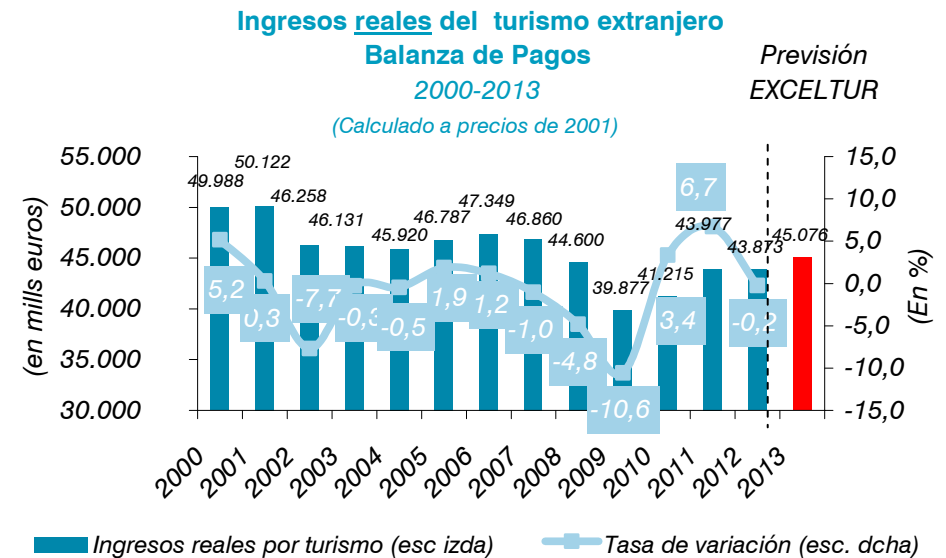
1. Los ingresos reales previstos que recogerá la Balanza de Pagos (descontada la inflación) habrían crecido en 2013 un +2,7%, recuperando sólo una parte de la caída acumulada en los últimos años, aunque aún muy lejos de los valores de 2001

■ Con menor intensidad que las llegadas, esperamos que los ingresos por turismo extranjero cierren 2013 con un aumento del +3,6% hasta alcanzar los 45.076 millones de euros.

■ Descontada la inflación, los mas de 45 mil millones ingresados en 2013 por turismo extranjero, se sitúan aún lejos de los 50 mil que en términos reales, el turismo español ingresaba en el año 2001 o los 47 mil de antes de la crisis.



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Banco de España

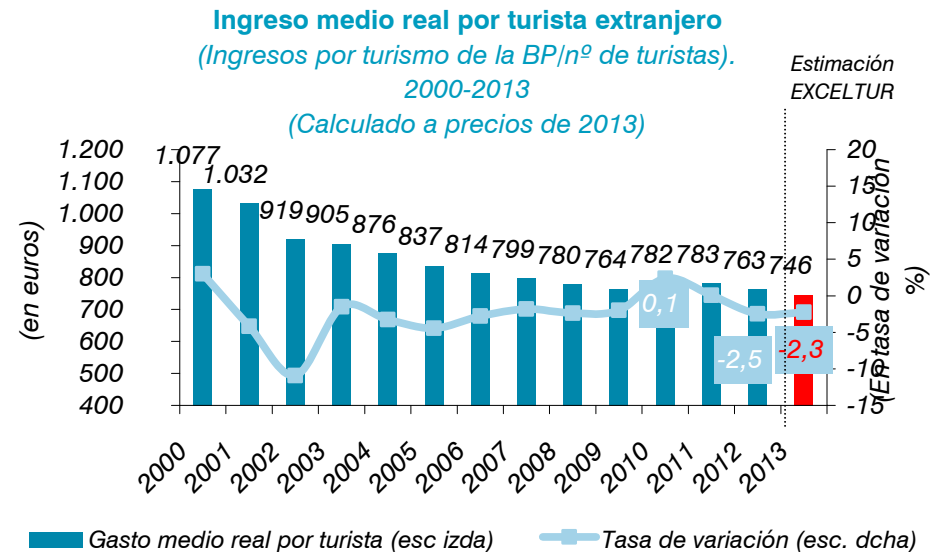
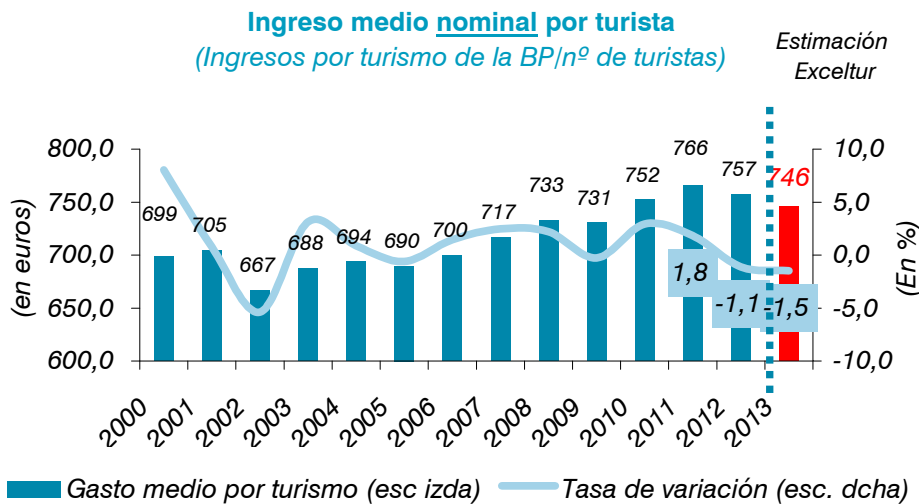


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET y Banco de España

2. El ingreso promedio por turista extranjero habría descendido un -1,5%, lo que supone que 2013 habría sido un año donde la mayor facturación en divisas no lo ha sido a costa de mejorar el perfil de gasto en destino del turista extranjero, sino por la mayor afluencia de llegadas.

El mayor crecimiento de la llegada de turistas extranjeros en 2013 (+5,1%) respecto a los ingresos (+3,6%), provocará que el ingreso medio por turista extranjero descienda un -1,5% hasta situarse en los 746 euros por turista

Al descontar la inflación, el ingreso por turista extranjero ha venido descendiendo año a año de manera consecutiva desde 2000, año en el que superaba los 1.077 euros a precios de 2013. Con la nueva caída del -2,3% registrada en 2013, los ingresos reales por turista acumulan un descenso de 331 euros en estos 13 últimos años.

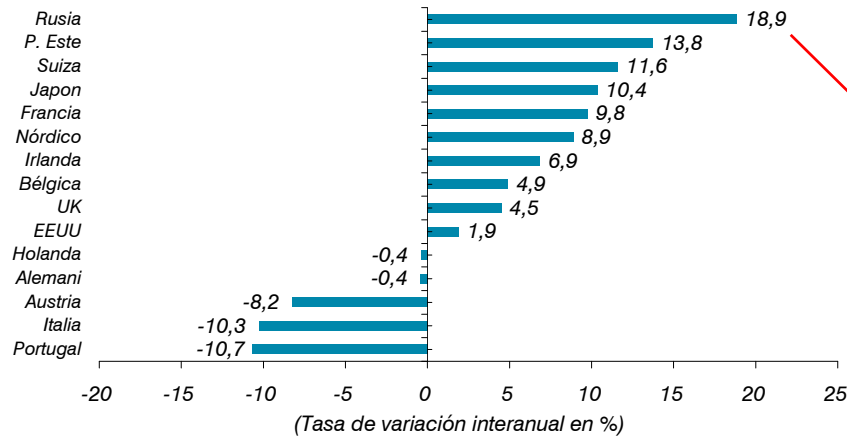


Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos del IET y del Banco de España.

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, INE y Banco de España.

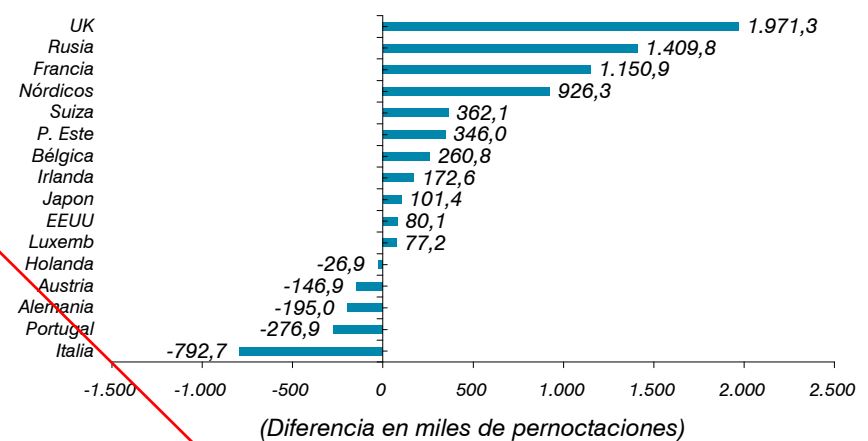
Un nuevo crecimiento del turismo ruso del +18,9% en sus pernoctaciones hoteleras en España, el empuje de Francia (+9,8%), el dinamismo de los mercados nórdicos (+8,9%) y la recuperación del turismo procedente de Reino Unido (+4,5%) explican la práctica totalidad del aumento de la demanda turística en España durante 2013, compensando las nuevas caídas de los mercados italiano (-10,3%) y portugués (-10,7%) y el estancamiento del alemán (-0,4%), salvo en Baleares, además del contraído mercado interno.

Variación % del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Nov 2013/2012



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

Variación en volumen del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Ene-Nov 2013/2012



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

Rusia se convierte hasta noviembre en el 5º mercado por número de pernoctaciones hoteleras

1 UK	45.655.801
2 Alemania	43.961.754
3 Francia	12.945.329
4 Nórdicos	11.319.310
5 Rusia	8.882.398
6 Italia	6.917.778
7 Holanda	6.823.168
8 Bélgica	5.552.137
9 EEUU	4.253.134
10 Suiza	3.475.922

La demanda española vuelve a caer en 2013, situándose en niveles inferiores a los del año 2004, condicionando los resultados de un buen número de destinos y empresas turísticas españolas.

A pesar del comportamiento agregado, a medida que ha avanzado el año se ha observado una ligera recuperación del consumo turístico interno, que se ha manifestado con especial intensidad en los últimos meses del 2013, incorporando un elemento esperanzador de cara a 2014

■ A partir del verano y, sobre todo, en octubre y noviembre se han apreciado signos de ligera mejora de la demanda turística española, tanto en sus viajes por España como hacia el exterior.

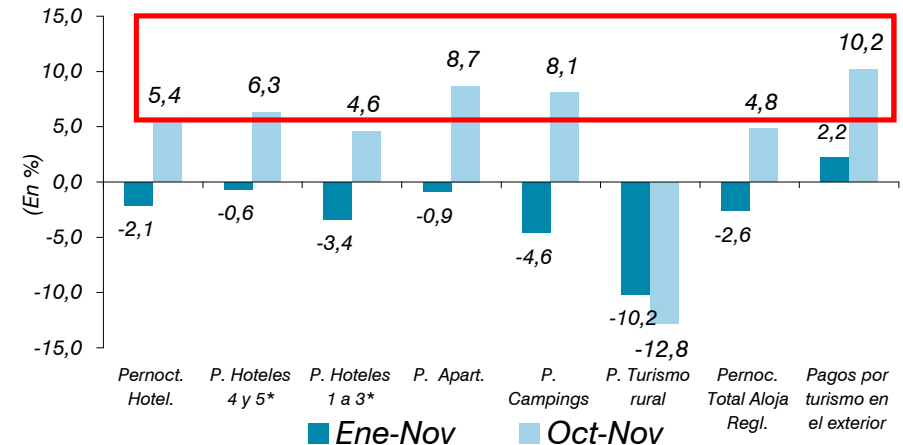
■ Todos los indicadores turísticos disponibles de la demanda española (salvo la demanda de turismo rural y los viajes en avión) se sitúan en crecimientos positivos en octubre y noviembre, apuntando unas mejores perspectivas para el año 2014

Indicadores de volumen de demanda española
(Tasa de variación interanual trimestral)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOTR, EOAP; EOAC, , INE.

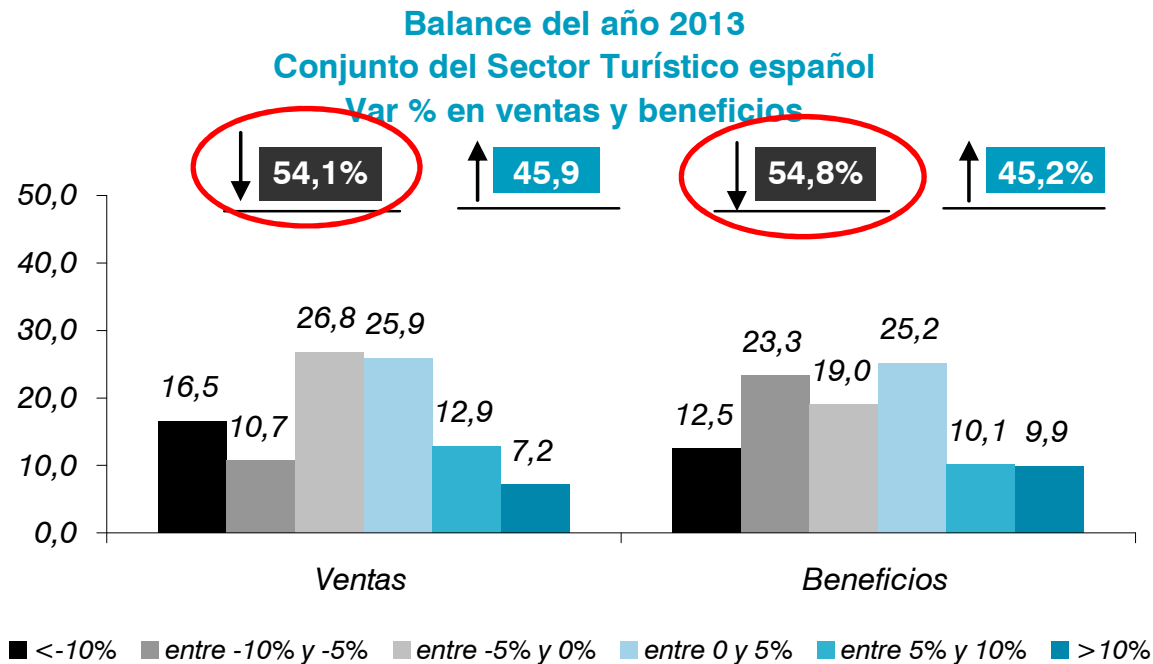
Indicadores de demanda española por en 2013*
(% var Ene-Nov 2013/2012)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE), * pagos hasta octubre

El crecimiento y desempeño de la actividad turística es muy desigual entre las distintas empresas turísticas españolas en 2013, en función de su localización y posicionamiento de demanda. A pesar del aumento agregado de la actividad turística, un 54,1% de las empresas turísticas españolas sufrieron un nuevo descenso en sus ventas y un 54,8% en sus resultados en 2013 frente a los registros alcanzados en 2012, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR

Los resultados de la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR relativa al balance turístico del año 2014 en sus operaciones en España, y en la que han participado más de 2000 unidades de negocio de los sectores del alojamiento, la distribución, el transporte, el alquiler de coches y las empresas e instituciones de ocio (incluyendo los principales museos y monumentos, parques de ocio, campos de golf y estaciones de esquí de España) reflejan el dispar balance empresarial de la temporada turística de 2014



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

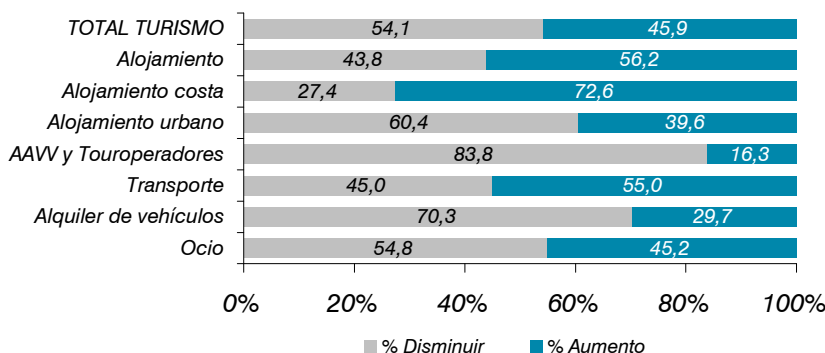
Los hoteles de la costa, las empresas de alquiler de coches y algunas empresas de transporte especializadas en el tráfico vacacional y de punto a punto registran el mejor balance turístico en 2013. Los hoteles urbanos, las agencias de viajes y las actividades de ocio, en este caso muy afectadas por la subida del IVA, cierran el año con nuevas caídas en ventas y resultados, lastrados por la caída de la demanda interna.

■ **Los hoteles vacacionales de la costa mediterránea** y principalmente los dependientes del turismo touroperizado de Baleares y Canarias son los que registran el mejor balance turístico en 2013. El 72,6% de los hoteles de costa incrementaron sus ventas en 2013 y un 69,5% sus resultados, con aumentos en ventas por encima del 5% en el 29,5% de los casos y de resultados en el 22,5%, en buena medida por la mejora tanto de la ocupación como de los precios, gracias al mayor poder de negociación ante los problemas de Egipto. El REVPAR en los hoteles vacacionales subió un +5,9% hasta noviembre, con un incremento de los precios del +3,1%, según el INE.

■ **Las empresas de alquiler de coches** consiguen acabar el año con una mejora de los resultados en el 57,9% de los casos, gracias a los mayores márgenes obtenidos en su negocio vacacional durante los meses de verano, a pesar de que las ventas han descendido de forma generalizada (para el 70,3%), si bien de forma moderada por debajo del 5% en el 60,3% de los rent a car que operan en España.

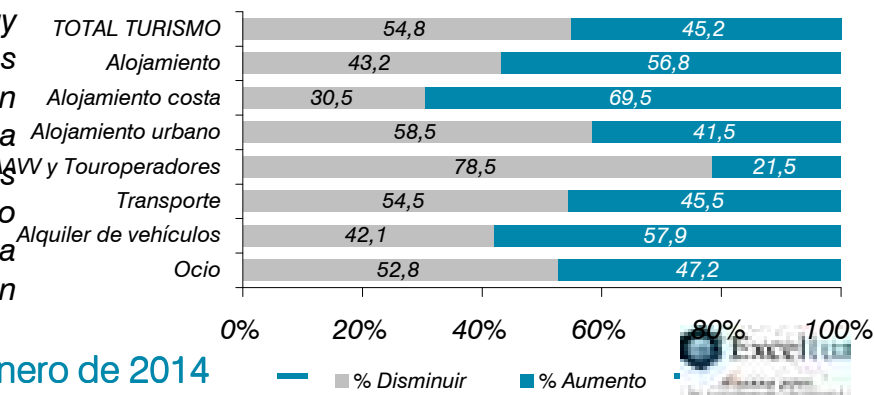
■ **Las empresas de transporte de pasajeros** cierran el año con balances muy dispares en función del posicionamiento de mercado y las estrategias empresariales. Las grandes compañías de red y sus alimentadores acaban 2013 con notables caídas en las ventas, mientras las compañías punto a punto y las más vinculadas a flujos vacacionales consiguen incrementar las ventas y los resultados. El efecto del fuerte incremento de tasas implementado en julio de 2012, así como del carburante, junto con la caída de la demanda interna y el tirón de la alta velocidad han sido los factores que más han incidido en sus resultados en 2013.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas en 2013 por subsectores
Var % en ventas. 2013/2012



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios en 2013 por subsectores
Var % en beneficios. 2013/2012

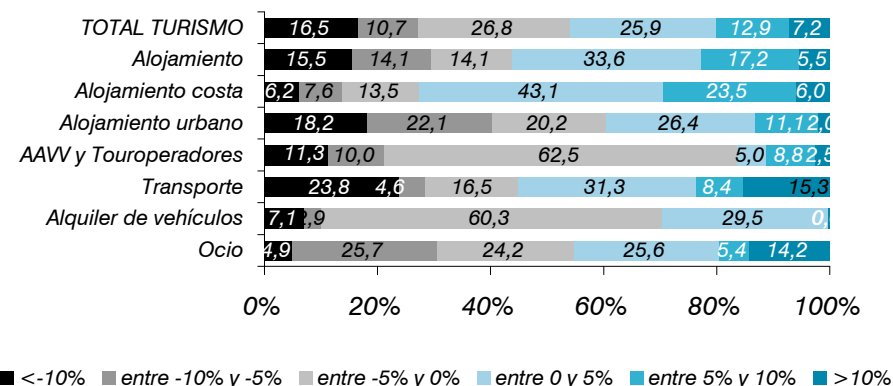


A pesar de la desaparición de nuevas agencias en 2013, la caída en el consumo de los viajes de los españoles ha vuelto a condicionar los resultados de **los grandes grupos de agencias de viajes y touroperadores** españoles. La caída en las ventas y en los beneficios ha continuado siendo generalizada, afectando al 83,8% y al 78,5% de las agencias, respectivamente, si bien se ha moderado la intensidad de las caídas en el caso de las ventas, siendo mayoritariamente (para el 62,5%) inferiores al 5% en el conjunto del año y mostrando una tendencia de mejoría, corroborada con las ventas del último trimestre y las perspectivas para el inicio de 2014.

Las empresas e instituciones de ocio cierran 2013 con resultados negativos, a un 54,8% de ellas les bajan las ventas y a un 52,8% los beneficios, en gran parte condicionados por la atonía de la demanda interna y el efecto añadido de la subida del IVA del 8% al 21%. El balance negativo es compartido tanto por los principales museos y monumentos españoles (en el 57,5% bajan las ventas) como en los parques de ocio (la bajada afecta al 55,3%) y, sobre todo en los campos de golf (descienden las ventas en el 71,1%), mientras para la gran parte de las estaciones de esquí se cierra un año marcado por el crecimiento de los ingresos y los márgenes, gracias a las dos buenas temporadas de nieve del invierno de 2012 y 2013.

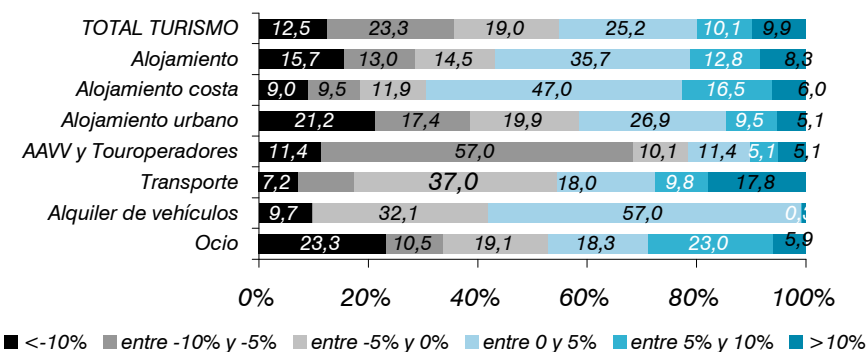
Los hoteles urbanos han sufrido en 2013 los efectos un año más de la atonía de la demanda española de escapadas y viajes de fin de semana, junto con la contención y reducción de presupuestos de los viajes de negocio. Como resultado, el 60,4% cierra con una caída en las ventas (el REV PAR medio desciende el -1,4%) y el 58,5% en los resultados, con descensos que superan el 10% en el 21,2% de los establecimientos, especialmente de los concentrados en el interior, con la ciudad de Madrid como una de las más afectadas por esta tendencia.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas en 2013 por subsectores y rangos de variación
Var % en ventas. 2013/2012



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios en 2013 por subsectores
Var % en beneficios. 2013/2012



Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

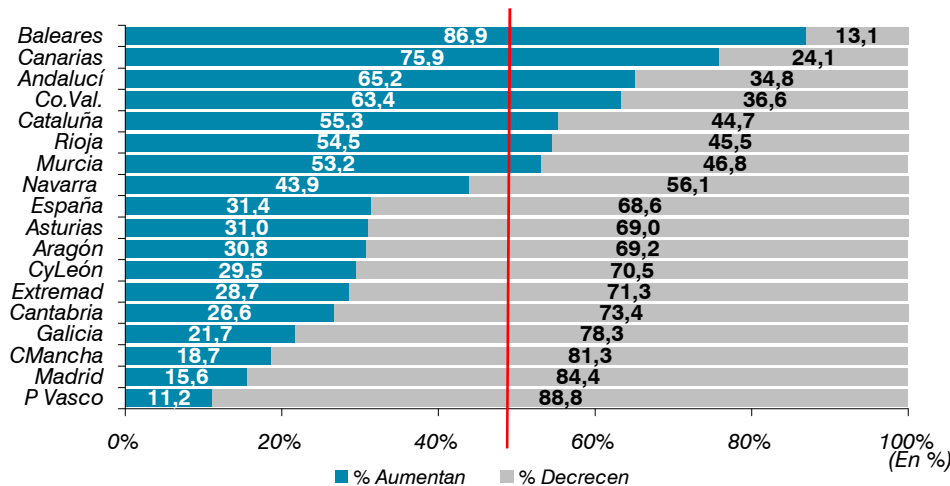
BALANCE EMPRESARIAL 2013. Tendencias por destinos (I)

Baleares y Canarias cierran el año 2013 como los destinos españoles con el mejor balance turístico. La ventas subieron en el 86,9% de las empresas turísticas de Baleares, gracias a un incremento del REVPAR del +6,9%) mientras en Canarias la mejora en las ventas alcanzó al 75,9% de las empresas con un aumento del REVPAR medio del +7,8% en los hoteles de las islas, lo que permitió en ambos archipiélagos una mejora generalizada de los beneficios.

La comunidad Valenciana, Andalucía, Cataluña, con Barcelona a la cabeza y Murcia también cierran un año en positivo.

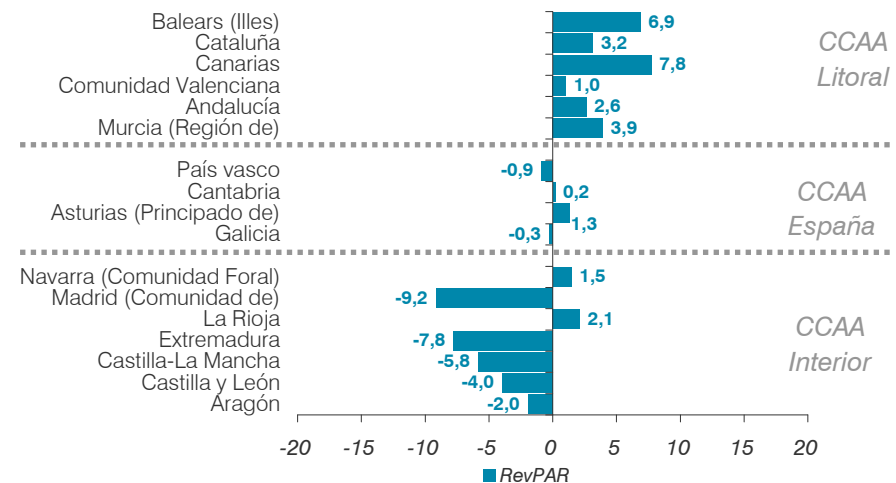
Las comunidades autónoma del interior y del norte de España sufren por la atonía de la demanda interna y, salvo La Rioja, cierran 2013 con descensos en sus ventas y sus resultados. Entre ellas Madrid sigue experimentando un descenso en todo sus indicadores turísticos en 2013 (caen las ventas en el 84,4% de las empresas turísticas, el REV PAR baja el -9,2% y el aeropuerto de Barajas pierde 5,4 mls de pasajeros en el año), lo que demanda una ambicioso replanteamiento de la gestion integral del turismo en esa ciudad, bajo una nueva gobernanza publico-privada.

Opiniones empresariales a cierre de año
Var % en Ventas 2013/2012



Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

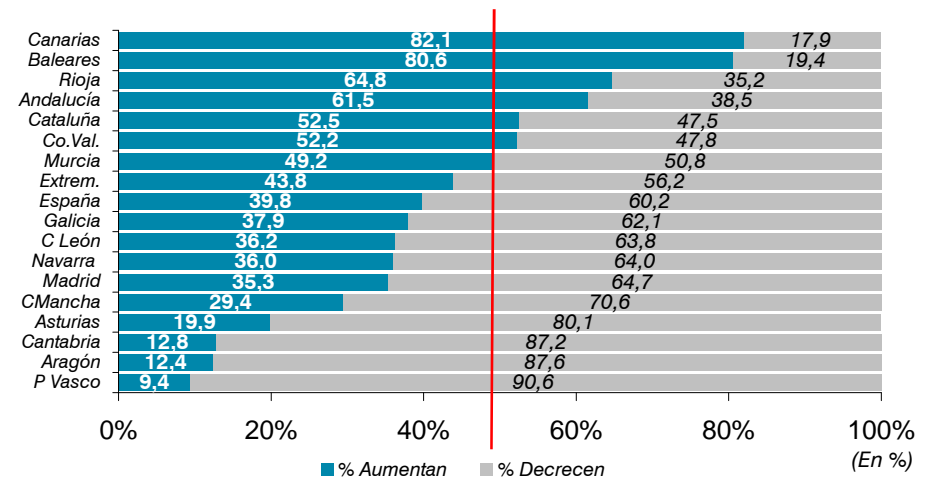
RevPAR por CCAA
% Var acumulada Ene-Nov 2013/2012



BALANCE EMPRESARIAL 2013. Tendencias por destinos (II)

Sólo en las comunidades autónomas del sol y playa (Canarias, Baleares, Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Murcia), además de La Rioja, se identifica un incremento de los resultados empresariales en 2013 respecto a los niveles de 2012. En la mayor parte de ellas la mejora se sitúa por debajo del 5%, salvo en Baleares y Canarias, donde se acerca a los dos dígitos, con mejoras en los precios

Opiniones empresariales a cierre de año
Var % en Beneficios 2013/2012

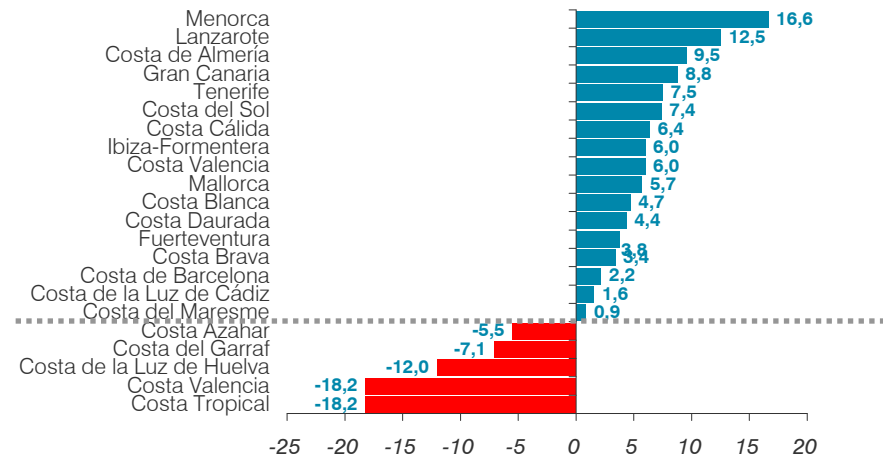


Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

Destinos vacacionales de la costa

Menorca, Lanzarote, La Costa de Almería, la Costa del Sol y los hoteles de mayor categoría de Gran Canaria y Tenerife, Ibiza y Mallorca, los destinos que más se benefician del aumento de la demanda extranjera en 2013 con con crecimientos en los ingresos por habitación disponible (REVPAR) por encima del 5%.

Crecimiento de los ingresos por habitación disponible (RevPAR) por Zonas turísticas
% Var acumulada Ene-Nov 2013/2012

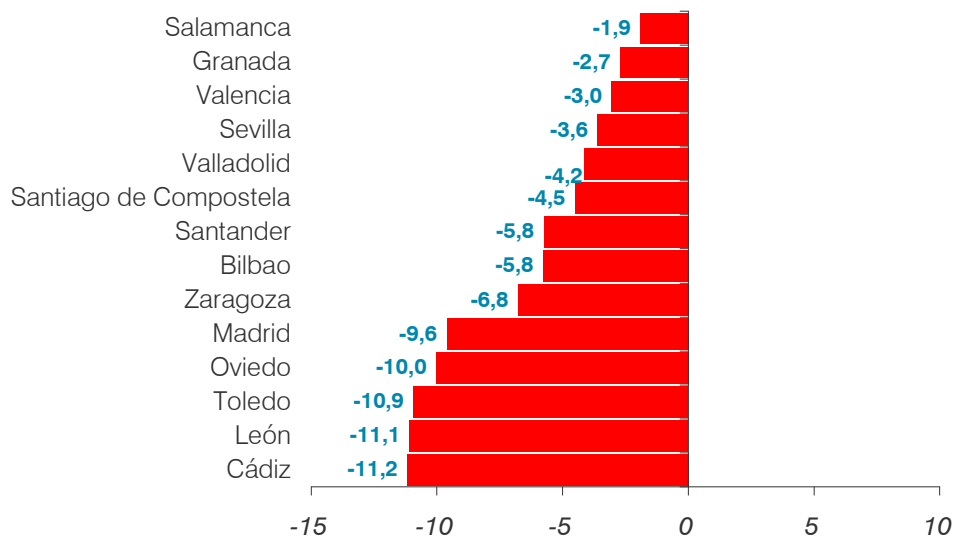


BALANCE EMPRESARIAL 2013. Tendencias por destinos (III)

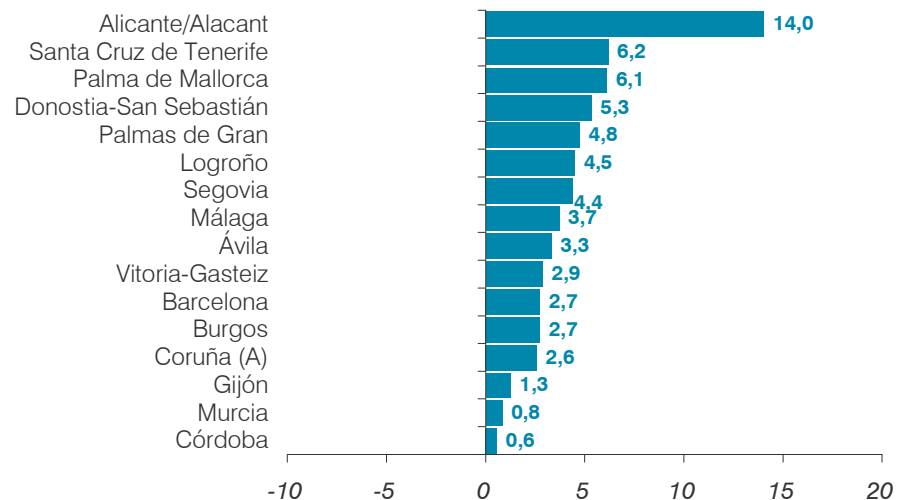
Destinos urbanos

- Dentro de los destinos urbanos las ciudades de costa próxima a grandes zonas vacacionales de sol y playa son la que registran un mejor balance turístico en 2013. Es el caso de Alicante (el REVPAR aumento un +14,9%), Santa Cruz de Tenerife (+6,2%), Palma de Mallorca (+6,1%), Las Palmas de Gran Canaria (+4,8%), Málaga (+3,7%) y Barcelona (+2,7%).
- Las ciudades de interior y del norte de España presentan un balance negativo con caídas generalizadas en los ingresos, salvo San Sebastian (+5,3%), Logroño (+4,5%), Segovia (+4,4%) y Ávila(+3,3%).
- Madrid cierra el peor balance de las grandes ciudades españolas con un descenso del REVPAR del -9,6% hasta un nivel de ingresos de 48,64 euros por habitación hotelera

Ciudades donde descienden los ingresos por habitación disponible (RevPAR) en 2013
% Var acumulada Ene-Nov 2013/2012



Ciudades donde crecen los ingresos por habitación disponible (RevPAR) en 2013
% Var acumulada Ene-Nov 2013/2012

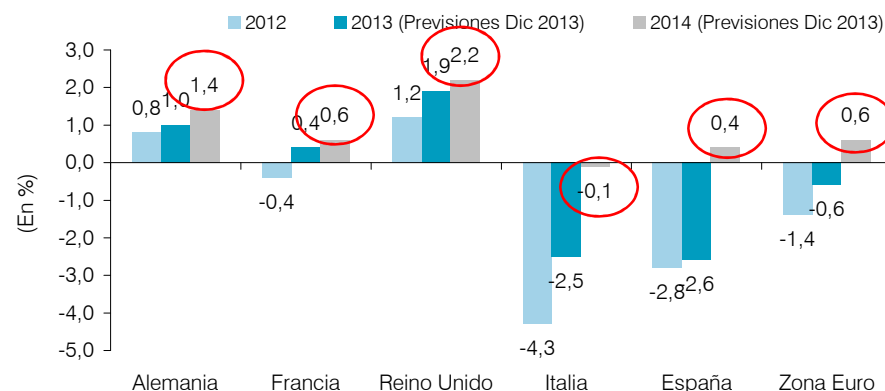


Expectativas turísticas, macroeconómicas y empresariales para 2014

Los mejores condicionantes macroeconómicos previstos para el año 2014 en nuestros principales mercados, incluido el español, y la compleja situación que todavía sufre Egipto permiten esperar una notable mejoría de la actividad turística en España para 2014.

- El Consenso de analistas anticipan para 2014 un escenario macroeconómico marcado por un crecimiento del consumo de las familias tanto en Reino Unido (+2,2%) como en Alemania (+1,4%) y Francia (+0,6%), que debería traducirse en mayores viajes y gasto turístico, del que se han de beneficiar los destinos españoles.
- La mejor noticia para el año 2014 sería la moderada recuperación del consumo de los españoles, tras el crecimiento ya observado en el último trimestre del año. El aumento del +0,4% que esperan los analistas deberá empezar a notarse en la propensión a viajar y en la cuenta de resultados de las muchas empresas turísticas que dependen casi en exclusiva de la demanda nacional.
- La situación de Egipto y de la inestabilidad en el mediterráneo oriental seguirán condicionando favorablemente los resultados de los destinos del sol y playa español. De no revertirse la situación actual, estas zonas se seguirán beneficiando de intensos crecimientos en la primera mitad del año, concentrados en Canarias.

Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos 2012-2014. Tasa de variación interanual

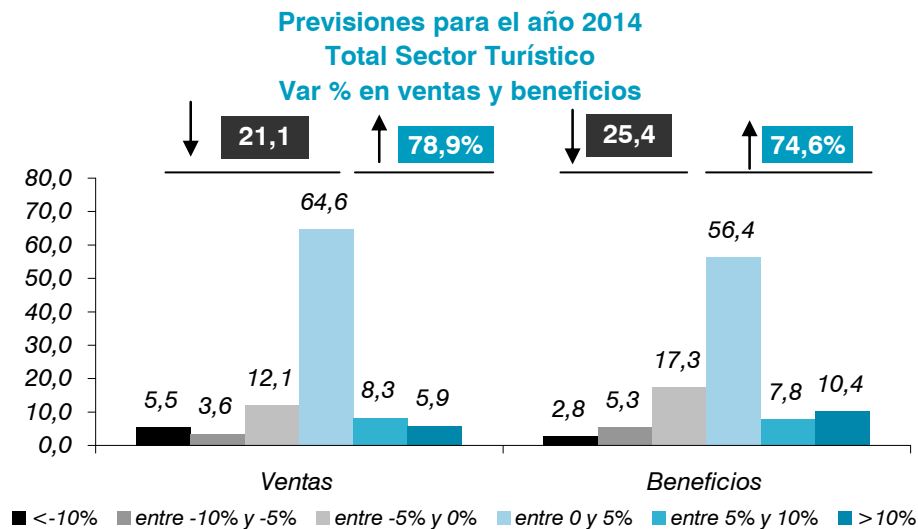


Fuente: Excelltur a partir de Consensus Forecast

En este escenario macroeconómico la mayoría de los empresarios turísticos españoles son optimistas de cara al devenir de 2014. Según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR, un 78,9% de los mismos espera que en 2014 se incrementen sus niveles de ventas y un 74,6% que ese incremento permita mejorar sus resultados respecto a los registrados en 2013, a pesar del aumento de sus diversos componentes de coste.

- Las expectativas sobre el crecimiento de las ventas para este año que los empresarios turísticos manifestaban a inicios del mes de enero de 2014, cuando se cerró la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR, son de un generalizado aumento pero de carácter moderado (el 64,6% espera que el aumento no sea superior al 5%). A pesar del incremento de los costes previstos para el año (especialmente el energético y los relacionados con él), los empresarios turísticos confían incrementar sus resultados, pero también de forma limitada (aún son 3 de cada 4 que no esperan mejoras en los beneficios durante 2014 superiores al 5%).

De producirse esta mejoría generalizada en los resultados, en 2014 se rompería la tendencia de 3 años consecutivos de caídas en los mismos.



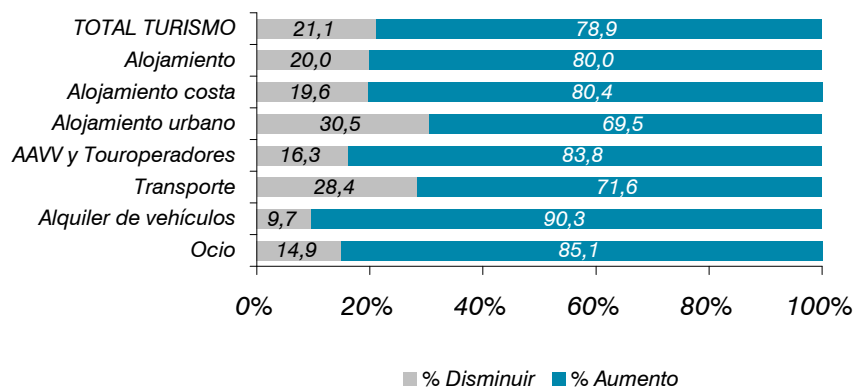
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2014 (II)

Por primera vez en los últimos años, el optimismo sobre una mejor evolución de ventas y resultados para 2014 son compartidos por todos los subsectores que configuran el sector turístico español. Tan sólo algunos hoteles urbanos y compañías de transporte aéreo mantienen la cautela sobre el devenir del año 2014.

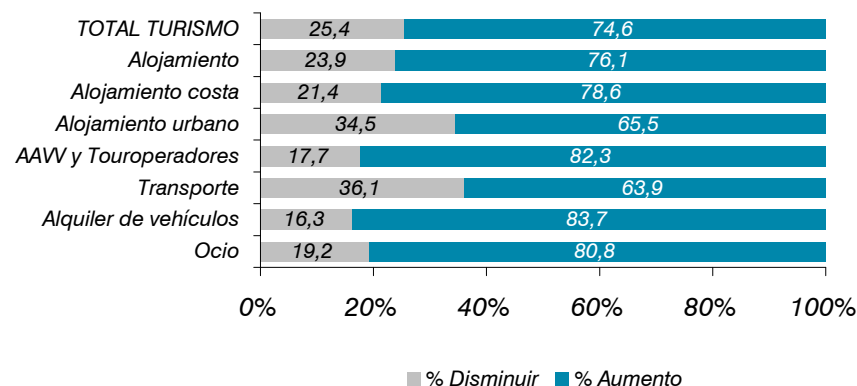
Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas previstas para 2014 por subsectores

Var % en ventas. 2014/2013



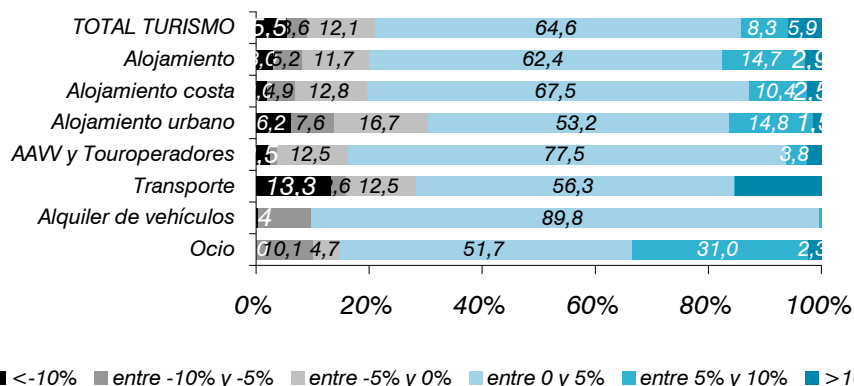
Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios previstos para 2014 por subsectores

Var % en beneficios. 2014/2013



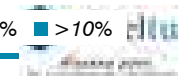
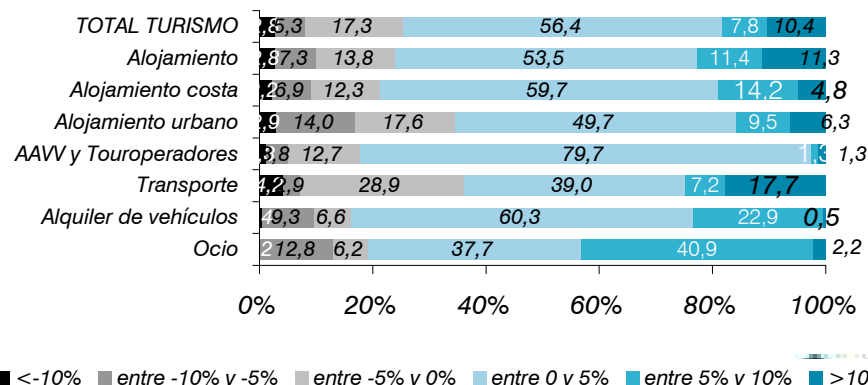
Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas previstas para 2014 por subsectores

Var % en ventas. 2014/2013



Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios previstos para 2014 por subsectores

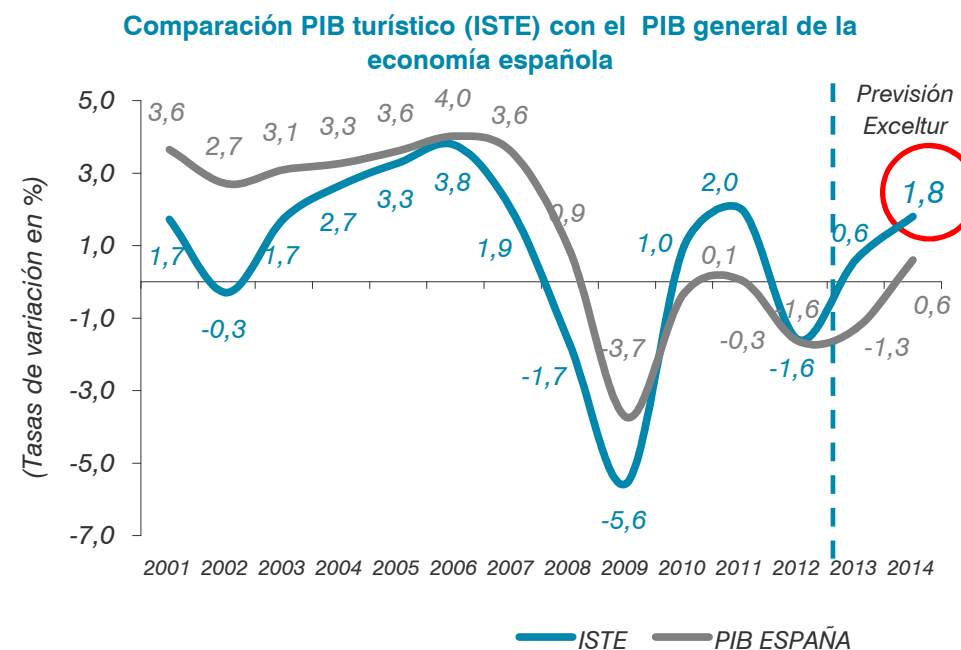
Var % en beneficios. 2014/2013



El turismo seguirá ejerciendo de locomotora del crecimiento de la economía española en 2014. A partir de los condicionantes macroeconómicos y consecuente con la valoración que arroja la encuesta de confianza empresarial de EXCELTUR, nuestras estimaciones sobre la evolución del PIB turístico español para 2014 apuntan un crecimiento del +1,8% en relación con los niveles alcanzados en 2013.

- En el 2014 el turismo volverá a crecer por encima de la economía española, para la que el consenso de los analistas estiman hoy en un crecimiento del +0,6%. Sin el crecimiento esperado para el turismo la economía española crecería un +0,4% en 2014 (dos décimas menos).

La estimación para 2014 contempla por primera vez en los últimos años una aportación positiva al crecimiento del PIB turístico de la demanda interna, lo que puede favorecer a muchos de los destinos y empresas dependientes de los españoles y que más han sufrido en este período por su fuerte contracción.



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

Reflexiones y sugerencias de EXCELTUR ante el año 2014

Si bien los datos macroeconómicos del turismo en 2013 son positivos y más esperanzadores de cara a los previstos para 2014, la rentabilidad empresarial ha sido muy desigual y en los casos favorables, como ya sucediera en 2011 muy favorecidos por factores exógenos derivados de la inestabilidad en el mediterráneo oriental. Por ello no se puede caer en triunfalismos equívocos ni el sector turístico puede bajar la guardia. Son muchos todavía los retos pendientes para consolidar la mejora de la rentabilidad empresarial y construir las bases de una competitividad más sólida, que asegure un crecimiento y generación de empleo más intenso y sostenido.

Por ello, desde EXCELTUR, una vez se vaya recuperando la economía española, reclamamos que el turismo, cuya aportación es clave para consolidar este proceso de estabilización económica, disfrute en 2014 de una mayor prioridad política, a nivel de las medidas de las diversas instituciones a nivel central, autonómico y local, para poder mejorar su competitividad y seguir siendo la principal locomotora del crecimiento, generación de empleo, de divisas y de recursos para la Hacienda Pública.

En concreto sugerimos una atención preferente en los siguientes ámbitos:

- 1. En el Fiscal:** Recoger en la próxima reforma fiscal los intereses y estímulos para que el sector turístico pueda seguir creciendo e invirtiendo: Bajando la actual presión fiscal (reducción del IVA al super reducido tan pronto sea posible), procurando incentivos por reinversión en rehabilitación de instalaciones en el impuesto de sociedades, diseñando una nueva y estable fórmula de financiación para los municipios turísticos, y asegurando más incentivos y recursos para impulsar la demanda interna y facilitar la desestacionalización, como los otorgados crecientemente al automóvil (PIVE).
- 2. En el Laboral:** Reducción de las cotizaciones a la Seguridad Social para impulsar una mayor creación de empleo, reduciendo una imposición “de facto” que retrae la contratación de capital humano, agravada por el reciente Decreto Ley 16/2013 del 20/12/2013.
Impulso a una nueva ley de mutuas empresariales y nuevos avances en la reforma laboral que faciliten una mayor contratación.
- 3. En el Financiero:** Impulsar nuevas dotaciones / medidas / figuras que permitan elevar / acelerar la disponibilidad de facilidades financieras a las empresas turísticas.
- 4. En el de las Políticas de Transporte e Infraestructuras:** Abordar en 2014 una política de transportes, gestión y/o eventual privatización de infraestructuras públicas que valore con la máxima sensibilidad y consensos previos los impactos finalistas que puede generar sobre el sector turístico, a corto y medio plazo. Entre las políticas de inversión, acelerar al máximo las que faciliten la intermodalidad transporte terrestre/ferroviario con la aérea y dentro de la Ley de Fomento de la rehabilitación de espacios urbanos, favorecer al máximo su aplicación a los destinos maduros.
- 5. En el Presupuestario:** Incrementar las dotaciones para estimular el crecimiento turístico y en las acciones de promoción y marketing turístico, interno y externo, procurar las mayores sinergias y coordinación interadministrativa. Priorizar con una visión transversal dotaciones para la inversión de otras áreas de las administraciones para impulsar actuaciones que inciden sobre el turismo (Fomento, Medio Ambiente, Educación, etc.).
- 6. En el Legislativo:** Procurar la mayor armonización normativa para el sector turístico, sirviendo de sector piloto para acelerar la aplicación de la ley de unidad de mercado. Terminar el reglamento de la Ley de Costas y sancionar una nueva Ley de Propiedad Intelectual.

ACTUALIZACION
VII FORO DE LIDERAZGO TURÍSTICO DE EXCELTUR

21 de enero de 2014 (víspera de FITUR)



"El Turismo: sector clave para reforzar la marca país"

(El Foro será bilingüe español- inglés con traducción simultánea)

— Centro de Convenciones de IFEMA (Madrid) — entre 11 de mayo de 2014

Horario	Temas	Ponentes
08.30 - 08.45	ACREDITACIÓN Y REGISTRO DE LA FERIA-HORA	
RESEÑA DE ARGENTINA		
09.15 - 10.15	INAUGURACIÓN OFICIAL: EL TURISMO, SECTOR CLAVE PARA ACELERAR LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDAR LA MARCA-ESPAÑA	<p>Antonio López, Presidente de Exceltur y Presidente de Polaris Luis Gallego, Presidente del Comité Organizador de Fitur y Presidente de Iberia LAE Tere Rita, Secretaria General de la Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO)</p> <p>Mariano Rajoy, Presidente del Gobierno de España</p>
IRLANDA - COLOMBIA		
10.15 - 11.15	<p>EL TURISMO COMO PRIORIDAD POLÍTICA PARA FORTALECER LA MARCA PAIS</p> <p>Panel-colquio moderado por Sebastián Salazar, Vicepresidente de Exceltur y Consejo de World Hotels International</p>	<p>Carlos Espinosa de los Monteros, AAI-Comisionado del Gobierno para la Marca España Isabel Barredo, Secretaria de Estado de Turismo de España Claudia Ruiz Marín, Secretaria de Turismo de Madrid Mohamed Jazou, Ministro de Turismo de Egipto Matthias von Scheffwyk, Ministro de Turismo de Suiza</p>
COFFEE BREAK		
11.45 - 12.45	<p>IMPACTO DE LA MARCA PAIS SOBRE LA AFLUENCIA TURÍSTICA ESPANOLA: TENDENCIAS VISTAS POR LOS PRINCIPALES OPERADORES PARA EL 2014</p> <p>Panel-colquio moderado por José Luis Díez, Vicepresidente Ejecutivo de Exceltur</p>	<p>Guillermo Riego, Chairman and Chief Executive Officer, Abolour (World Hotel) Issa Joubran, Vice President & General Manager Global Meetings & Events, American Express, Inc. (USA) Natalia Vicedora, Chief Executive Officer, Natalia Tours (Spain) Peter Farkhauer, Group Chief Operating Officer, Thomas Cook Group PLC Michael Frenzel, Chairman, World Travel & Tourism Council (WTTC)</p>
12.45 - 13.30	<p>TURISMO, ECONOMÍA Y FINANCIACIÓN EN 2014: VISION DE LOS LÍDERES DE LA BANCA</p> <p>Panel-colquio moderado por Axel Blumberg Pons, Consejero Delegado de Pullman Hotel Group</p>	<p>Juan Carlos Rodríguez, Consejero Delegado, Banco Sabadell Jaime Sáenz de Tejada, Director General para España y Portugal, BBVA Juan Antonio Álvarez, Director General, Caixabank</p>
13.30 - 14.15	<p>RETO DE LAS POLÍTICAS DE TRANSPORTE Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURAS PARA FAVORECER LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA</p> <p>Panel-colquio moderado por Adolfo Oca, Presidente de SAEAT</p>	<p>César Bermejo, Consejero Delegado de Air Nostrum LAM José María González, Director General de Europa del SE Kati Cruz, Presidente de Vueling</p>
COFFEE BREAK - EL TRABAJO PARA TODOS LOS ESPAÑOLES		

"El Turismo: sector clave para reforzar la marca país"

(El Foro será bilingüe español - inglés con los contenidos en castellano)

Foro de Turismo de FEMSA (Paris - Madrid) del 11 febrero 2014

Horario	Temas	Ponentes
PRELIMINAR – COORDINADO		
16.45 – 18.45	NUEVOS RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL TURISMO EN EL CAMBIANTE ESCENARIO DE LA ECONOMÍA DIGITAL. Panel-colquio moderado por Juan Yáñez, Presidente de Amadeus	Jorge Schronerberger, Socio Deloitte, Travel, Hospitality & Leisure Lead Bernd Fuxer, Global Head of Travel Top Accounts, Google, Inc Johan Sandstrom, President, Hotels.com World-Wide and Vacars.com, Expedia Inc. CA. Javier Bellota, Group Chief Supplier Relations & Country Director for Spain, Odigeo Julio Sima, Global Vice President Sales, TUI Travel
16.45 – 17.45	PRINCIPALES TENDENCIAS TURÍSTICAS PARA 2014: VISIÓN DE LOS LÍDERES EMPRESARIALES Panel-colquio moderado por Tahar Ribá, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT)	Luis Marín, Chief Executive Officer de Amadeus IT Group Antonio Virgués, Presidente de IAG Miguel Fozá, Presidente del Grupo Barceló Gerald Lanzetta, President & Group Chief Executive Officer, Jumeirah Hotel Group Peter Long, Chief Executive Group Management Board, TUI Travel PLC José María Palencia, Consejero Delegado de World Duty Free Group
17.45 – 18.45	COMO IMPULSAR LA MAYOR COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL Y PÚBLICO-PRIVADA PARA REFORZAR LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA Y LA MARCA PAÍS Panel-colquio moderado por Federico González, Consejero Delegado de IH Hoteles	Alberto Núñez Feijóo, Presidente de la Xunta de Galicia Paulino Rivera, Presidente del Gobierno de Canarias José Ramón Espada, Presidente del Govern Balear Juan José Hidalgo, Presidente de Obelisk Gabriel Escamez Jaume, Vicepresidente y Consejero delegado de Milla Hotels International Carmen Río Guill, Consejera Delegada de ARI Hoteles
18.45	CLAUSURA OFICIAL	Luis Eduardo Cortés, Presidente Ejecutivo de FEMSA Amancio López, Presidente de Exceltur y Presidente de Milla Daniel Cabeja, Director General de Empresas e Industria de la Comisión Europea Tahar Ribá, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) José Manuel Soria, Ministro de Industria, Energía y Turismo del Gobierno de España S.A.R. el Príncipe de Asturias

Dadas las medidas de seguridad, rogamos que aquellos medios que deseen acreditarse para cubrir el VII Foro de Liderazgo Turístico de EXCELTUR, lo hagan inscribiéndose en la pestaña de PRENSA a través de:

<http://7foro.exceltur.org>

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del año 2013 y perspectivas para 2014

Para más información visite la web:
www.exceltur.org

Nº 47 – Enero 2014

