

# Las grandes empresas detectan una reactivación del consumo en España

**CAMBIO DE TENDENCIA/** El incremento en el nivel de gasto de los españoles ya se nota en el negocio de compañías de distintos sectores como Aena, Abertis, Cortefiel, Meliá o Galp, que confían en su consolidación en el segundo semestre.

**Yovanna Blanco.** Madrid  
El consumo nacional empieza a remontar el vuelo, según reflejan las estadísticas que maneja el Gobierno y confirman grandes grupos empresariales españoles de distintos sectores como Aena, Abertis, Globalia, Meliá Hotels International, Galp, Cortefiel y Primark, entre otros. La evolución positiva que ponen de manifiesto las variables macroeconómicas ha contagiado a los hogares españoles, donde el gasto comienza a reactivarse tímidamente.

Esta tendencia se consolidará en la segunda mitad del ejercicio, en opinión de las empresas consultadas por EXPANSIÓN, que auguran un verano alentador.

## Vuelven las rebajas

La primera prueba de fuego será el periodo de rebajas, que acaba de comenzar. En los próximos dos meses, el comercio textil prevé facturar 2.700 millones de euros, un 3,5% más que el año pasado, y ligeramente por encima del objetivo del 3% para el conjunto de 2014.

Sin embargo, ya en el primer semestre, los principales grupos textiles se han hecho eco de la recuperación del mercado español. En la pre-



José Manuel Vargas es presidente y director general de Aena.

● El repunte del consumo también se ha dejado notar en los aeropuertos españoles. En abril, coincidiendo con la Semana Santa, el tráfico nacional creció un 4,2%, el primer dato positivo en 30 meses. Ese mes, el volumen de clientes españoles aumentó más del 10% en Canarias, un 2,6% en Madrid y un 1,6% en Barcelona, según Aena.

sentación de los resultados del primer trimestre, el presidente de Inditex, Pablo Isla, incidió en el buen comportamiento de España, que supone una quinta parte de la facturación total del grupo y donde el propietario de Zara aumentó sus



Francisco Reynés es consejero delegado de Abertis.

● El grupo de infraestructuras prevé “una mejora de la evolución de la economía española en 2014, tanto a través de las variables macroeconómicas, como en el tráfico de las autopistas de peaje”. Entre enero y abril, por primera vez en siete años, el tráfico ha crecido casi un 3% respecto a 2013. El alza afecta a vehículos ligeros y a camiones.

ventas entre el 28 de febrero y el 30 de abril. Un año antes, en marzo de 2013, el gigante textil anunciaba un descenso del 5% en sus ventas en España y reconocía que la caída del consumo y la subida del IVA habían lastrado sus ingresos en 2012.



Gabriel Escarrer, vicepresidente y consejero delegado de Meliá.

● La cadena hotelera anticipa “un incremento en la demanda nacional de entre el 5% y el 8%” en el periodo estival. Meliá Hotels augura una progresión similar en todas las Comunidades Autónomas, a la espera del impacto de las reservas de última hora, por las que se inclinan muchos españoles en los últimos años.

Los números de la sueca H&M, el gran rival de Inditex, también confirman el cambio de tendencia. Entre el 1 de marzo y el 31 de mayo, H&M facturó 1.658 millones de coronas (184 millones de euros) en España, lo que supone un alza

del 10% (descontado el impacto del cambio de divisas, la mejora fue del 16%). Esta progresión ha animado a la cadena a lanzar en España el servicio de venta por Internet, que estará disponible a partir del próximo otoño.



Juan Carlos Escribano es consejero delegado de Cortefiel.

● En el grupo Cortefiel, dueño de la enseña de mismo nombre, así como de Women Secret y Springfield, constatan “una recuperación en la primera mitad del año en ventas y en generación de empleo”. La compañía cree que el escenario de cara a las rebajas estivales que acaban de empezar y el verano es alentador.

El aumento del gasto, además de en la ropa y en los artículos básicos de la cesta de la compra, se ha replicado en el consumo de bienes duraderos, en categorías fuertemente castigadas por el estallido de la



Nuno Moreira es el primer ejecutivo de Galp en España.

● Para la petrolera, 2014 está siendo el año del cambio de la tendencia del consumo de hidrocarburos en las gasolineras. El periodo enero-marzo "fue el primer trimestre desde 2008 en el que el consumo no retrocedió". Además, han repuntado un 10% los lavados de coches, que cayeron más del 25%.



Ricardo Gondo es el director general de Renault España.

● Renault percibe que, en el primer semestre de 2014, el mercado del automóvil está encontrando sensaciones que invierten la situación de crisis. En este periodo, el mercado de turismos ha crecido un 18% pero, dentro del segmento de particulares, el crecimiento es aún mayor, del 23%.



Juan José Hidalgo, fundador y presidente del grupo turístico Globalia.

● Los ingresos de Globalia, el primer grupo turístico español, en lo que va de año superan en un 8% los del mismo periodo de 2013. Las ventas de Air Europa, su primera fuente de ingresos, mejoran un 15% en España y un 32% en el extranjero. Entre las rutas que mejor funcionan, destacan Santo Domingo y Lima.



José Luis de Larramendi, director general de Primark para España y Portugal.

● La compañía irlandesa de moda Primark aumentó sus ventas un 14% en el primer semestre de su ejercicio fiscal (que concluyó el pasado mes de marzo), hasta 2.278 millones de libras esterlinas (2.765 millones de euros), impulsadas por mercados como España, donde su crecimiento es de doble dígito.

< Viene de la página 3  
burbuja inmobiliaria y que han empezado 2014 con buen pie. Es el caso del mobiliario, que facturó un 1,1% más en el primer trimestre; los electrodomésticos del hogar, en el que las ventas han repuntado un 12,4% hasta mayo; o el crédito al consumo, donde las nuevas operaciones de financiación han cosechado un incremento interanual del 25% hasta abril.

Asimismo, en el primer trimestre se ha frenado el descenso en el consumo de hidrocarburos, en caída libre desde 2008, y han crecido los lavados de coche, el primer gran termómetro del aumento del consumo. Tras acumular un retroceso del 25% du-

rante la crisis, este año vuelven a crecer con un repunte del 10%.

## Más tráfico

Las autopistas de peaje tampoco han sido ajenas a la recuperación de la demanda nacional. "En el primer cuatrimestre, por primera vez en siete años, el tráfico ha crecido casi un 3% y el aumento afecta tanto a vehículos ligeros como a camiones, aprovechando la pujanza del sector exterior", subraya Francisco Reynés, consejero delegado de Abertis.

El sector del automóvil, por su parte, encara con optimismo la segunda mitad del año, tras 10 meses consecutivos de crecimiento en las matricula-

## Impulso a las zonas turísticas

● El Ejecutivo de Rajoy aprobó el viernes 4 la liberalización de los horarios comerciales en 10 ciudades por su condición de zonas de gran influencia turística, hasta 24 ciudades.

● El propósito de esta medida es impulsar el comercio aprovechando la pujanza turística de España, que superó los 60 millones de visitantes extranjeros en 2013.

ciones. El primer semestre se cerró con más de 500.000 nuevas unidades en el mercado de turismos y vehículos comerciales. Esta cifra, unida a las 100.000 matriculaciones de junio y al efecto dinamizador del Plan Pive 6, "auguran un desarrollo esperanzador para la industria, que podría crecer un 20% en el año respecto a 2013", asegura Ricardo Gondo, director general de Renault España.

## Crecen los viajes

El sector turístico ha sido otro de los grandes beneficiados del repunte del consumo doméstico. Globalia, el primer grupo turístico español, ha elevado un 8% sus ingresos en lo que va de año, respecto al

mismo periodo de 2013. En el caso de su aerolínea, Air Europa, las ventas han mejorado un 15% en España y un 32% en el extranjero. En los últimos años, no obstante, Air Europa ha redoblado su apuesta por el exterior, que aporta más de la mitad de la facturación desde febrero de 2012.

Mientras, la industria hotelera confía en que al tirón del turismo extranjero, que ha neutralizado el desplome de la demanda nacional durante la crisis, se sume este verano un alza en los viajes de los españoles. Meliá y RIU, dos de las cadenas vacacionales más importantes, estiman un alza superior al 5% en las reservas de clientes españoles este verano. Este porcentaje podría ser aún

mayor en función de cómo se comporten las reservas de última hora, por las que se han inclinado muchos españoles en los últimos años en busca de precios más bajos.

Por su parte, Palladium Hotels & Resorts ha incrementado un 24% el volumen de clientes españoles en sus establecimientos del Caribe. La previsión de la cadena de la familia Matutes es que esta tendencia se mantenga en los próximos meses tanto en Ibiza como en el exterior. Mientras, NH Hotel Group coincide en pronosticar una recuperación paulatina de la demanda nacional en los destinos vacacionales.

La Llave / Página 2



Carmen Riu es co-consejera delegada de RIU Hotels & Resorts.

● Al tirón del turismo extranjero, que ha permitido a España encadenar varios años récord, se sumará este verano la mejora del segmento nacional. RIU prevé un aumento del 6% y al 7% en sus hoteles de la Península (Andalucía y el Algarve). En Canarias, Baleares y el Caribe, la demanda seguirá estable.



Enrico Lorenzi, director general comercial de Opel España.

● El fabricante de automóviles asume que, a principio de año, las estimaciones del sector señalaban un crecimiento de ventas del 10%. Una previsión que, actualmente, ha crecido hasta el 20% y se estima que el mercado podría alcanzar el millón de unidades vendidas, gracias, en parte, al plan Pive.



Giuseppe Tringali, consejero delegado de Publicidad de Mediaset España.

● Mediaset es optimista sobre la evolución de la inversión publicitaria. "La publicidad adelanta los ciclos económicos y, ya desde hace varios trimestres, hay una mejora de la situación y el sector audiovisual es el que mejor se comporta de los medios de comunicación. 2014 será el año de la recuperación".



Alfredo Vila, director general de las marcas Citroën y DS para España y Portugal.

● Citroën ve con optimismo la evolución del mercado del automóvil tras diez meses consecutivos de crecimiento de ventas de turismos. El fabricante considera que, "cuanto más fuerte sea el mercado español, más cimentará la confianza de las inversiones internacionales en las fábricas españolas".

# La demanda interna ya es un motor del crecimiento

**INDICADORES/** Los índices de consumo encadenan varios meses en positivo, al contrario que a principios de 2013.

**Bernat García.** Madrid  
A principios del año pasado, la demanda doméstica en España parecía inmune al cambio de tendencia que empezaba a experimentarse en otros ramos como el sector exterior, y seguía en tasas negativas como lo había estado durante la mayoría de años de la crisis. Sin embargo, desde finales del año pasado y en lo que llevamos de 2014, el consumo se encuentra en números positivos, y se ha convertido ya en aportador neto a la economía del país.

Existen varios indicadores que atestiguan que el consumo interno ha vuelto. El gasto de consumo final de los hogares creció un 0,5% en los dos últimos trimestres del año pasado y otro 0,4% en los tres primeros meses de 2014. Los descensos entre enero y marzo de 2013 alcanzaban, precisamente, el -0,4%.

Pero las perspectivas para el futuro son incluso mejores. El Indicador Sintético de Consumo (ISC), que aglutina en una única estadística la evolución de varios índices de consumo, como las ventas de grandes empresas o el comercio al por menor, y que elabora el Ministerio de Economía, arroja un crecimiento

**El Indicador Sintético de Consumo que elabora Economía muestra una mejoría del 3,3%**

**El consumo está creciendo, pero a costa del ahorro de las familias, que ha caído**

del 3,3% en la última revisión.

Este diagnóstico es compartido por BBVA Research, que recientemente ha publicado su informe mensual. El comercio minorista, corregido de estacionalidad, creció un 0,5% en términos interanuales, frente a una caída esperada del 0,1%. En términos mensuales, el repunte fue del 1%. En el desglose de este indicador, el servicio de estudios de la entidad apunta un mayor incremento del gasto real en alimentos, que sube un 2,8% en mayo, pero también de las ventas de equipo personal (un 0,3%) y equipamientos del hogar, con un 1% más.

“La mejora de la renta, asociada a la paulatina regeneración del mercado de trabajo, y el aumento de la riqueza finan-

ciera neta explican una parte relevante del avance del consumo privado”, señala el economista de BBVA Research, Juan Ramón García. Pero existen otros elementos, como “la reducción de la incertidumbre, el Programa de Incentivos al Vehículo Eficiente (Plan Pive) y el ascenso de la financiación”, dice, para añadir que “las nuevas operaciones de crédito al consumo han crecido a tasas de dos dígitos en los primeros cinco meses del 2014”.

## Comercio

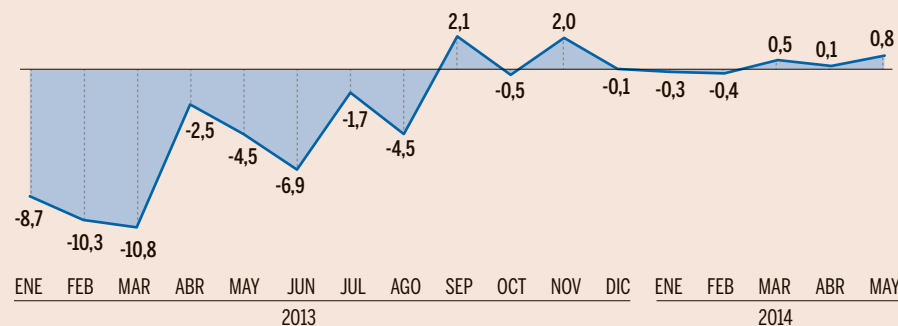
Otros índices están estos días avalando la tesis de la recuperación interna. Un informe de la consultora internacional Markit ha sostenido que el Índice de Actividad Comercial y de Servicios lleva “ocho meses aumentando de forma ininterrumpida” en España. En junio pasado, se colocó en los 54,8 puntos (por encima de 50, es positivo), aunque supuso un ligero descenso frente al mes anterior, cuando estuvo en el 55,5.

Las grandes empresas aumentaron las ventas interiores un 1% en mayo pasado, su tercera subida mensual consecutiva en tasa interanual, según el informe *Ventas, empleo y salarios de las grandes empresas*

## LA MEJORA DE LA ACTIVIDAD CONTAGIA AL CONSUMO

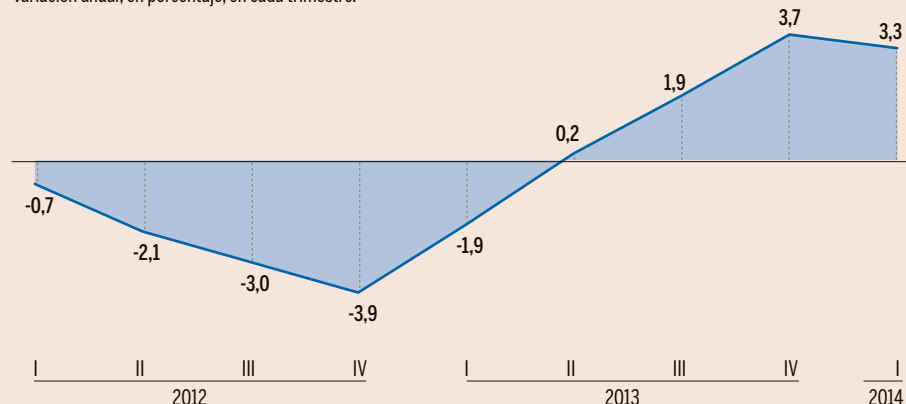
> Índice de comercio al por menor, a precios constantes

Variación anual, en porcentaje.



> Indicador Sintético de Consumo

Variación anual, en porcentaje, en cada trimestre.



Fuente: Ministerio de Economía e Instituto Nacional de Estadística

Expansión

que realiza la Agencia Tributaria. En este mismo documento se asegura que el empleo en estas compañías aumentó en mayo un 1,3%.

Esta mejoría ha llevado al Gobierno a elevar sus previsiones del PIB. El ministro de Economía, Luis de Guindos, ha advertido que espera que la economía crezca a tasas anuales del 1,5% para finales de año. La consultora asegura que el sector servicios avanza un mejor crecimiento del PIB en el segundo trimestre.

“El crecimiento del consumo responde en parte a que ha

tocado suelo; la gente lleva mucho tiempo sin cambiar la lavadora o el coche, el consumo no puede bajar eternamente”, indica la economista de Fincas, María Jesús Fernández. La analista advierte de que el incremento del consumo “ha crecido al mismo tiempo que la renta disponible de los hogares se reducía”, lo que está llevando a una “caída de la tasa de ahorro”. Y añade: “El potencial de crecimiento del consumo es limitado, va a seguir creciendo, sí, pero de una forma moderada”.

El aumento del consumo

puede provocar la vuelta al déficit en la balanza por cuenta corriente. “Cuando crece el consumo y la inversión se disparan las importaciones, en bienes de equipo y automóviles”, advierte Fernández, quien pide un modelo futuro “con menor peso de la demanda interna”. Es decir, que el aumento de bienes no sea todo importación. A pesar de los últimos datos, la economista confía en que la balanza corriente cierre el año también en superávit.

**Opinión/ Rafael Pampillón** El consumo y el empleo despegan/ Página 38