

## El PIB turístico encadena cuatro meses consecutivos de caída

17/04/2013

El primer trimestre de 2013 se ha cerrado con una nueva caída de la actividad turística en España. El PIB turístico ha descendido un 3,2% en relación al mismo periodo del pasado año, según el balance empresarial presentado por Exceltur, que recuerda que son ya cuatro trimestres consecutivos de caída los que arrastra el turismo.

Pese al mal dato, el descenso es más atenuado que el del último trimestre de 2012 (-3,5%), si bien las causas no son nuevas: **continúa la contracción de la demanda turística española, sin que ésta sea contrarrestada por la demanda internacional**, la cual aunque también ha retrocedido en número de llegadas en los últimos meses, aguanta en términos de ingresos.

El lobby turístico hace un balance negativo de la Semana Santa, broche de cierre que ha rematado la tendencia a la baja del trimestre. **Argumenta que el 67,6% de los empresarios turísticos registraron unas ventas inferiores a las de la Semana Santa de 2012 y que para un 66,6% de ellos la rentabilidad fue también menor.** Aunque Exceltur afirma que todos los subsectores turísticos han tenido una mala Semana Santa, señala que la peor parte ha sido para los más dependientes de la demanda nacional, en especial las agencias de viajes.

"Hemos tocado fondo"

En este contexto poco alentador habría, al menos, una "buena noticia". El vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, afirma "creemos que hemos tocado fondo" en relación a la caída de la demanda nacional. Exceltur confía en que la demanda interna no baje "mucho más de lo que ya lo ha hecho" y que tenga además un buen comportamiento durante el verano. Esto significaría que aunque el consumo de los turistas españoles se mantendría en negativos, estos números rojos serían mejores que los de 2012.

Frente a las lecturas superficiales de que el turismo va bien (porque llegan más turistas internacionales), Zoreda advierte que la brecha entre la tasa de crecimiento de la economía y del turismo no ha hecho más que ensancharse y que la realidad es que "estamos perdiendo competitividad". El reflejo es que "estamos casi 9 puntos por debajo de lo que representábamos en 2007" y que el sector está viéndose sacudido por cierres de empresas y por procesos de fusiones entre grandes compañías a la búsqueda de sinergias que les permitan ser viables.

Una gran campaña de promoción

Ante este panorama Exceltur reivindica varias medidas que el Gobierno debe poner en marcha para -en la medida de lo posible- paliar el impacto de la debilidad de la demanda nacional sobre las empresas del sector, frenando cierres de empresas y reducción de las capacidades. Por una parte, Zoreda reclama **"una gran campaña de promoción del turismo interno", que estimule la demanda nacional.** "Sabemos que el Gobierno está en ello", admite al tiempo que insta a que el mayor número posible de Comunidades Autónomas se adhieran a ese plan de promoción. El portavoz de Exceltur recuerda que "la caída progresiva de la demanda interna es el mayor problema que tenemos ahora en el sector".

Además, Exceltur aboga por otra iniciativa concreta para **atajar la sangría de empresas turísticas que se ven obligadas a echar el cierre por la falta de liquidez**, ante la bajada de las ventas y la imposibilidad de afrontar los pagos a fin de mes. En este sentido, Zoreda demanda créditos específicos para las empresas turísticas, gestionados a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO), que permitan el acceso al crédito circulante y, de este modo, eviten cierres.