

turismo patriótico

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo pondrá en marcha una campaña para estimular la **demanda turística** nacional durante las vacaciones de verano bajo el eslogan "España, el destino que llevas dentro". El objetivo del ministerio, que arranca en junio

y se prolongará hasta el mes de septiembre, es mostrar al turista doméstico que múltiples destinos y experiencias, resaltando la diversidad y la calidad de la **oferta turística local**. La campaña se lanza en colaboración con las patronales del sector.



El turismo rural sufre la caída del consumo de los españoles

AGUSTI ENSESA

TURISMO DOMÉSTICO

El consumo interno, bajo mínimos

El ministerio, patronales y empresas se vuelcan en promover el destino España para el turista nacional

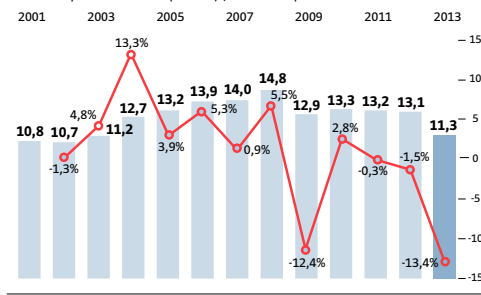
A. Gastesi

El consumidor español, con cinco años de crisis a sus espaldas, es el gran quebradero de cabeza del sector turístico. Porque supone prácticamente el 50% del negocio que crea el sector y porque es más variado en la elección de los destinos y llega a zonas que raramente pisan los visitantes extranjeros. Las previsiones de Familitur apuntan una caída media del número de viajeros españoles del 11% en los primeros meses del año, pero el sector está en alerta porque además moderan el presupuesto, gastan menos, reducen los días de estancia y reservan cada vez más tarde.

El turismo interior sufre

NÚMERO DE PERNOCTACIONES DE TURISMO NACIONAL

Millones de pernoctaciones. En porcentaje, variación respecto al año anterior



Fuente: Exceltur

LA VANGUARDIA

Según la encuesta realizada por la web de viajes TripAdvisor entre sus consumidores españoles, el 30% de los españoles reducirán su presupuesto vacacional este verano. Cerca de la mitad de los ciudadanos tienen un presupuesto de entre 500 y 1.500 euros por persona. Asimismo, la mayoría reconoce que cambiarían de destino si encontrarán una oferta más barata. La encuesta también desvela que crece un 4% el número de turistas que se deciden por un destino doméstico.

"La tendencia más marcada es la reserva de última hora", destaca Pablo de Porcioles, director de desarrollo de eDreams. Una actitud que, según el directivo, resulta contradictoria con el modelo de bajo coste de *a más antelación menor precio*. "El problema es que hay más gente indecisa, que no saben si podrán ir de vacaciones o no y deciden a última hora; entonces buscan por precio, el destino pasa a ser secundario", asegura. "Antes era prácticamente imposible reservar ciertos hoteles con menos de tres meses de antelación, pero los viajeros se han acostumbrado a reservas de última hora", explica Carlota Mateos, fundadora de la web de hoteles rurales Rusticae.

En consecuencia, tanto aerolíneas como hoteles se han visto obligados a reducir sus tarifas para hacerse atractivos para el viaje-

Los coches de alquiler, estancados

La facturación de las empresas del sector de alquiler de automóviles cerrará el presente ejercicio con un volumen de 1.435 millones de euros, lo que representará un ligero aumento del 0,3% en comparación con el 2012, según un informe de DBK. El 2013 será el segundo año consecutivo de estancamiento de las empresas del sector a pesar del crecimiento de la demanda extranjera. Según el análisis de DBK, "este año se producirá un aumento del negocio procedente de turistas extranjeros y una caída de la demanda en los segmentos de empresas y turistas nacionales". El segmento de turismo extranjero fue el único que creció el pasado año (+3,1%), mientras que el mercado de empresas y negocios bajó un 2,7% y el de turismo nacional, un 1,6%. Baleares contabilizó una subida del 2,7% en el 2012, mientras que en Canarias esta cifra ascendió un 1,2%.

El 30% de los españoles reduce este año su presupuesto de vacaciones, de entre 500 y 1.500 euros

ro español. El índice de precios de la web Trivago destaca la caída de precios de los hoteles en los destinos más frecuentados por los turistas locales: Oviedo sufre una caída del 26%, Santiago un 18% y Valencia un 21%.

"Más del 50% de nuestros clientes españoles pasan sus vacaciones en España y entre los top diez destinos esta temporada hay siete españoles, entre ellos Eivissa, Palma, Menorca y Barcelona", señala Porcioles.

El sector turístico -instituciones, patronales y empresas- se moviliza este verano con el lanzamiento de campañas y acciones para reactivar el turismo interior. La Secretaría de Turismo presentará la próxima semana una campaña de promoción del turismo interior en las redes sociales. "El turismo doméstico, piedra angular para determinadas comunidades autónomas y zonas turísticas españolas, está muy afectado por la caída del consumo", apunta Juan Molas, presidente de la patronal hotelera.

Por su parte, Rusticae lanzó esta semana una campaña por internet, #yomequedo aquí, para mentalizar a los ciudadanos. "Es una campaña de mentalización, no de promoción, porque con las vacaciones podemos influir en dónde ponemos nuestro dinero, sea el presupuesto que sea", explica Carlota Mateos.