

El turismo entrará en recesión en 2012 y caerá un 0,3%, según Exceltur

La Alianza para la excelencia turística, Exceltur, ha revisado hoy a la baja su estimación de crecimiento de la actividad turística, y prevé que este año entre en recesión, con una caída del 0,3%, frente a una subida del 0,2% que esperaba inicialmente.

EFE

Jueves, 3 de Mayo de 2012 - 13:13 h.

Será el primer decrecimiento desde 2009, año en el que, no obstante, la actividad turística empezó por primera vez a crecer más que el conjunto de la economía española y se mantendrá por encima de ésta también en el presente ejercicio.

El vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, ha destacado que, pese a tratarse este año de una revisión de 0,5 puntos, esta es inferior a la de 1,2 puntos con la que los analistas han ajustado a la baja el comportamiento de la economía española (hasta un 1,7 % negativo).

La revisión de Exceltur se basa fundamentalmente en la desfavorable coyuntura socioeconómica que atraviesa España y que anticipa mayores caídas de la demanda turística interna -que representa el 50 % del total- que la demanda extranjera no podrá compensar.

Zoreda ha explicado que la demanda extranjera hacia España sigue creciendo en el primer trimestre de 2012, pero con menor intensidad que hace un año, al suavizarse desde febrero el efecto de los turistas redirigidos desde los destinos del norte de África, donde se empiezan a observar los primeros síntomas de recuperación de Túnez.

La actividad turística se ha desacelerado en España en el primer trimestre de 2012, que cerró con un aumento del 0,1 %, y las ventas y resultados empresariales han bajado de manera generalizada, aunque moderada, siendo las compañías aéreas, [hoteles](#) urbanos y agencias de viajes las más afectadas.

Las menos afectadas han sido los hoteles de costa, empresas de ocio y, en menor medida, las empresas de alquiler de [coches](#).

Canarias, entre las zonas de costa, y Barcelona entre las ciudades, fueron los destinos que consiguen cerrar un primer trimestre en positivo, mientras que las ciudades y zonas de interior registraron un balance con fuertes descensos en ventas y resultados, debido a su dependencia de la demanda nacional.

La mermada capacidad adquisitiva de los españoles, unida a las desfavorables condiciones meteorológicas, propiciaron un balance empresarial negativo de la Semana Santa, sobre todo entre las grandes agencias de viajes y los hoteles urbanos, con caídas por encima del 10 % en algunos casos.

En cambio, los prestadores de servicios de ocio mantuvieron niveles de actividad similares al 2011, gracias a que muchos españoles optaron por quedarse en casa durante las vacaciones de Semana Santa.