

## **La actividad turística española cayó un 3,2% en el primer trimestre, según Exceltur**

Valoración turística empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2013 y perspectivas para el segundo trimestre de 2013

### **22-04-2013**

El consumo turístico de los españoles lastra los márgenes y resultados del conjunto del sector en el primer trimestre de 2013. Cae el PIB turístico un -3,2% interanual, algo mejor que el -3,5% con que cerró el último trimestre de 2012. Todo apunta a que el momento más bajo del ciclo se haya podido superar. Los niveles de confianza empresarial mejoran 6 puntos desde el -44,5 al -38,3 en este arranque de año.

- El 64,7% de las empresas turísticas cierran el primer trimestre de 2013 con caídas en ventas y el 66,1% en sus resultados, sin que ayudase el efecto de la Semana Santa, con un balance en general bastante negativo para el 67,6% de los empresarios turísticos, que cerraron esos días con ventas inferiores a las de 2012.

- Se reconfirma la inoportunidad y el impacto muy desfavorable de la subida de las tasas aéreas y el IVA sobre la demanda y resultados del sector turístico. La caída anual de llegadas de pasajeros aéreos por la subida de tasas, estimada entonces por EXCELTUR en 2,87 millones de personas, se ha superado en solo 9 meses con los datos a marzo de 2013.



José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur y Oscar Perelló, director del Área de Estudios, durante la rueda de prensa celebrada en Madrid el pasado día 16 de abril

- El turismo extranjero ejerce de sostén ante la fuerte caída del nacional, si bien comenzando el año con un ligero descenso en su afluencia y en los ingresos que realmente revierten a nuestro país por el efecto de las tasas aéreas y en destino por los mayores impuestos sobre la oferta complementaria, además de la leve recuperación de únez y Egipto, en un contexto de volatilidad en Europa.

- El turismo procedente de los países nórdicos y de Rusia, con crecimientos de dos dígitos en el inicio de 2013, suavizando el impacto negativo de otros mercados como el italiano, el portugués y el alemán.

- Canarias, el reducido número de establecimientos abiertos en Baleares y los destinos urbanos del País Vasco evidencian en un porcentaje relevante un mantenimiento o cierta mejora en sus ventas y resultados en el primer trimestre de 2013.

Perspectivas para el segundo trimestre de 2013

- Los empresarios turísticos españoles esperan un segundo trimestre de 2012 aún complejo, pero dentro de una senda de leve recuperación, un 52,3% anticipan un descenso en sus ventas y un 50,3% en sus resultados.

- Las dificultades de liquidez y/o viabilidad por la que atraviesan ya muchas empresas, anticipa para los próximos meses nuevos cierres de empresas en algunos subsectores y/o procesos de concentración (fusiones, adquisiciones), para afrontar la salida de la crisis.

El sector turístico no está siendo indemne a la crisis. El conjunto de los empresarios turísticos españoles siguen viéndose afectados y con una creciente intensidad, por los condicionantes de la crisis, debido principalmente a la contracción del consumo de los españoles, que la demanda turística extranjera no puede compensar en términos generales y muy especialmente en aquellas zonas de España donde su peso es muy reducido. Ello se refleja ya en la caída de empresas en un contexto donde de manera progresiva se producen márgenes menguantes, pérdidas operativas, ajustes de plantillas, procesos de fusión y cruces de participaciones para potenciar y asegurar la viabilidad empresarial, tendencia en este último caso que se extenderá en lo que queda de 2013 y 2014.

EXCELTUR manifiesta que:

1.- La evolución del sector turístico en los dos últimos trimestres corrobora los efectos disuasorios que ya se preveían ante la subida de tasas e impuestos.

2.- Observa con gran preocupación y rechaza totalmente las recientes intenciones de ciertos gobiernos autonómicos de buscar en el turismo una fuente encubierta de financiación de sus déficits presupuestarios.

3.- Respalda la firmeza del Ministerio de Hacienda evitando las últimas presiones de la UE para subir del IVA

4.- El escenario de resultados menguantes y problemas de financiación de muchas empresas turísticas demanda más que nunca la puesta en marcha de medidas que garanticen el acceso al crédito circulante

5.- Hace más necesario que nunca avanzar con determinación en la deseada unidad de mercado con la mayor cooperación público-privada.

a. La puesta en marcha de una gran campaña de promoción interna que anime al español que pueda

viajar a disfrutar de los atractivos y encanto de los destinos españoles

b. La mayor coordinación de las campañas de marketing en el exterior.

c. La convergencia normativa en los diferentes aspectos que hoy generan sobre costes a las empresas

sin que generen ninguna ventaja diferencial (categorización alojativa, reglamentación del sector de

agencias de viajes...)