



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/18180

08/07/2020

44166

AUTOR/A: RODRÍGUEZ ALMEIDA, Andrés Alberto (GVOX); FIGAREDO ÁLVAREZ-SALA, José María (GVOX); BORRÁS PABÓN, Mireia (GVOX); RUEDA PERELLÓ, Patricia (GVOX); RUIZ SOLÁS, María de la Cabeza (GVOX)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta de referencia, se informa que, en el acumulado del año 2020 (enero-abril), la balanza por cuenta corriente española registró un déficit de 2.473 millones de euros, frente al superávit de 926 millones de euros alcanzado en el mismo periodo del año anterior.

La evolución del saldo de la cuenta corriente se explica por la reducción del superávit de la balanza de bienes y servicios hasta los 1.653 millones de euros (superávit de 6.233 millones de euros en el mismo periodo de 2019), que fue solo parcialmente compensada por la reducción del déficit de la balanza de renta primaria y secundaria hasta los 4.127 millones de euros (déficit de 5.308 millones de euros en el mismo periodo del año anterior). Ver tabla.

| Último | abr-20 | B. c/c | | | B. Capital | BP c/c + K |
|-----------|------------|--------|-----------------------|------------------|------------|------------|
| | | B. c/c | B. Bienes y Servicios | B. Renta 1ª y 2ª | | |
| Anual | 2012 | 887 | 21.297 | -20.411 | 5.394 | 6.279 |
| | 2013 | 20.803 | 40.089 | -19.285 | 6.185 | 26.988 |
| | 2014 | 17.535 | 31.994 | -14.457 | 4.542 | 22.077 |
| | 2015 | 21.829 | 32.765 | -10.937 | 6.974 | 28.804 |
| | 2016 | 35.370 | 44.416 | -9.044 | 2.427 | 37.798 |
| | 2017 P | 31.086 | 41.584 | -10.499 | 2.841 | 33.929 |
| | 2018 P | 23.283 | 32.620 | -9.338 | 5.769 | 29.051 |
| | 2019 P | 24.551 | 34.761 | -10.210 | 4.072 | 28.625 |
| Acum. año | 2017 E-A | 4.585 | 8.674 | -4.090 | 560 | 5.145 |
| | 2018 E-A P | 2.699 | 6.919 | -4.221 | 720 | 3.420 |
| | 2019 E-A P | 926 | 6.233 | -5.308 | 994 | 1.921 |
| | 2020 E-A A | -2.473 | 1.653 | -4.127 | 912 | -1.560 |
| Mes | abr-19 P | 2.912 | 4.451 | -1.539 | 231 | 3.144 |
| | abr-20 A | -1.533 | -495 | -1.039 | 233 | -1.300 |

Fuente. Banco de España



Dentro de la balanza de bienes y servicios, destaca la reducción del superávit de la balanza de turismo y viajes, el cual se redujo hasta los 4.803 millones de euros en el acumulado del año hasta abril, desde el superávit de 11.086 millones de euros registrado en el mismo periodo del año anterior, debido a un descenso interanual de los ingresos (-48,2%) superior al de los pagos (-32,9%).

Hay que señalar que en abril estaban plenamente vigentes las medidas de restricción a la movilidad adoptadas en el marco del estado de alarma, lo que inevitablemente impidió la entrada de turistas extranjeros.

A medida que se vaya recuperando la situación de normalidad, se espera una recuperación gradual de los ingresos por exportación de servicios turísticos. En paralelo, el saldo de la balanza de comercio de bienes continúa mejorando, prolongando la tendencia hacia la reducción del déficit comercial iniciada el año pasado.

Si nos fijamos en los datos de mayo, vemos que las exportaciones desaceleran su caída, lo que contrasta con la evolución de las importaciones, permitiendo obtener un pequeño superávit comercial en mayo. Ver tabla.

Comercio exterior de mercancías: principales magnitudes mensuales

| PERIODO | EXPORTACIONES | | | IMPORTACIONES | | | SALDO | | | COBERTURA |
|---------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|--------------|-------------|-------------|
| | Millones € | tvm (%) | tva (%) | Millones € | tvm (%) | tva (%) | Millones € | tvm (%) | tva (%) | % |
| 2020* | | | | | | | | | | |
| Enero | 23.142,4 | 2,6 | 2,7 | 26.649,9 | 8,1 | -1,3 | -3.507,5 | -67,5 | 21,8 | 86,8 |
| Febrero | 23.992,4 | 3,7 | 4,2 | 26.109,4 | -2,0 | 1,8 | -2.117,1 | 39,6 | 19,4 | 91,9 |
| Marzo | 21.769,2 | -9,3 | -14,5 | 23.805,5 | -8,8 | -14,4 | -2.036,3 | 3,8 | 13,4 | 91,4 |
| TRIM I | 68.903,9 | -7,5 | -3,0 | 76.564,8 | -5,5 | -4,9 | -7.660,9 | -17,2 | 19,0 | 90,0 |
| Abril | 15.042,8 | -30,9 | -39,3 | 16.561,3 | -30,4 | -37,2 | -1.518,6 | 25,4 | 5,4 | 90,8 |
| Mayo | 17.514,8 | 16,4 | -34,4 | 17.390,4 | 5,0 | -39,6 | 124,4 | 108,2 | 105,9 | 100,7 |

* Datos provisionales. A efectos de cálculo de variación anual, la comparación se hará con los datos provisionales del año anterior

Fuente: Web Datacomex de la Secretaría de Estado de Comercio con datos del Departamento de Aduanas e II.EE. de la Agencia Tributaria.

Por otra parte, cabe señalar que el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), como organismo encargado de la promoción turística de España en los mercados internacionales, viene desarrollando una intensa labor de marketing, adaptada a la situación de cada mercado, y sobre la base de la reapertura de las fronteras y la conectividad con los distintos mercados emisores de turistas.

TURESPAÑA dispone de una nueva campaña de publicidad internacional, con el slogan “Back to Spain”, que se desarrolla principalmente en mercados europeos, y que tiene el objetivo de que los turistas elijan España como lugar de vacaciones.



Esta campaña dispone de una creatividad nueva, desarrollada específicamente para la situación ocasionada por la pandemia global, y se centra en productos turísticos como el turismo de naturaleza, turismo activo, turismo rural, sol y playa, turismo cultural, urbano, citybreaks y el turismo enogastronómico.

La red de Consejerías de Turismo en el Exterior está readaptando su planificación operativa anual, en coordinación con las Comunidades Autónomas, para desarrollar acciones de marketing en consonancia con la nueva situación de cada mercado.

El marketing a través de redes sociales también se viene ajustando de la situación de cada mercado, manteniendo un contenido más promocional en aquellos mercados emisores que ya se ha reabierto al turismo, frente a un contenido más evocador y aspiracional en aquellos mercados donde la situación de la pandemia impide la reactivación turística.

Además, se han intensificado las acciones de inteligencia de mercado con el fin de realizar un seguimiento detallado y al día de la situación del sector turístico emisor en cada mercado, así como del posicionamiento de la marca turística España y su posible afección por la crisis.

Se intensifican, asimismo, las acciones de comunicación de las medidas de prevención y seguridad implementadas por el sector con el fin de transmitir la realidad de España como destino seguro.

Madrid, 14 de septiembre de 2020