

## **El turismo resiste y el sector prevé vender un 16% más que en 2019**

—P13

# El turismo no flaquea y las empresas prevén vender este año un 16% más que en 2019

Aerolíneas y ferrocarriles, los más optimistas para el cuarto trimestre por la fuerte demanda y la entrada de nuevos operadores ▶ Canarias y Baleares serán los destinos más favorecidos

**CARLOS MOLINA**  
MADRID

Hoteles, aerolíneas, hostelería y agencias de viajes certificaron ayer que la temporada alta turística se prolongará más allá de septiembre. Las 2.000 empresas consultadas por el lobby turístico **Exceltur**, compuesto por 29 grandes compañías como Meliá, Iberostar, NH, Hesperia, Iberia o Renfe, han mejorado sus previsiones para el cuarto trimestre y prevén que las ventas crecerán un 15,8% entre octubre y diciembre, en comparación con el mismo periodo de 2019, anticipando un año récord que superará las cifras de entradas (83,7 millones de turistas) y de gasto (92.700 millones de euros) registradas antes de la pandemia. "En el cuarto trimestre se va a intensificar la tasa de crecimiento de los tres primeros trimestres, con una subida del 14,6% respecto al mismo periodo de 2022, que revela que el ocio y el turismo se han convertido en una prioridad de gasto", señaló ayer **José Luis Zoreda**, vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**, durante la presentación de las perspectivas empresariales para el cierre del año.

De este modo, el turismo volverá a ser, tras los dos años en los que se prolongó la pandemia, uno de los principales motores de la



economía española en mitad de una desaceleración económica global. "Hemos revisado al alza nuestras últimas previsiones y la actividad turística aportará 183.000 millones de euros, lo que supondrá un incremento de 22.000 millones respecto a 2022, aportando el 12,6% del PIB y una cuarta parte del total del crecimiento de la economía española", resaltó Zoreda.

Las empresas que mejores expectativas guardan para el cierre del año son las ligadas al transporte, con un alza anual de ventas del 18% respecto a 2019,

seguidas por las hoteleras, con un incremento del 17%. En el caso del transporte, el aumento de la demanda desde Europa y América, unido a la entrada de nuevos operadores, ha disparado las ventas, aunque Zoreda hizo énfasis en el bum del tráfico ferroviario, con la entrada de los nuevos actores como Ouigo o Iryo para competir con Renfe en el segmento de alta velocidad.

En el análisis por destinos, el gran beneficiado por el regreso del turismo es Canarias, que vive en el cuarto trimestre del año

**Turistas en una playa de Alicante.** EFE

**Exceltur espera que el turismo regrese a fin de año a cifras precrisis y aporte el 12,6% del PIB**

su temporada alta. De este modo, los empresarios canarios consultados por **Exceltur** prevén que la facturación en ese periodo será un 26,3% superior a la del mismo periodo de 2019, seguidos muy de cerca por la Comunidad Valenciana, con un incremento del 25,4%, y de Baleares, con un 23,7% más que en los niveles precrisis. Zoreda atribuyó el fuerte crecimiento en Baleares, que tradicionalmente cerraba gran parte de sus instalaciones en octubre, "a una demanda inusitada de viajeros alemanes".

## Alerta por el rebrote de la turismofobia

▶ **Masificación.** En contraposición al optimismo del balance del verano y las perspectivas para el cierre del año, Zoreda alertó sobre el rebrote de la turismofobia, como consecuencia de la masificación en ciertos enclaves. "Esa preocupación no es exclusiva de España, sino que es un desafío en otros grandes destinos de éxito como Ámsterdam, Londres y Venecia", recalcó Zoreda, que instó al futuro Gobierno a que impulse un nuevo modelo de turismo "inclusivo, sostenible, regenerativo y comprometido con el medio ambiente".

▶ **Propuesta.** **Exceltur** anunció ayer que está elaborando un documento que se denominará *Hacia el turismo que todos queremos* y que se presentará en sociedad a finales de enero. Este texto funcionará como un código de autorregulación para redefinir el modelo de negocio basado exclusivamente en la mayor entrada de viajeros. "Un turismo que abraza al turista y que evite sentirse al local como un figurante".