Canarias7.es

ABR.11.084

El turismo español repunta notablemente por la situación de Túnez y Egipto

13/04/11 - EFE / Madrid

El turismo español registró un notable repunte del 2,4 % del PIB turístico en el primer trimestre de 2011, el mayor impulso de entre todos los sectores económicos en España, lo que se debe al desvío de la demanda extranjera de Egipto y Túnez, según Exceltur.

El presidente de la Alianza para la excelencia turística Exceltur y vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, explicó hoy, en una rueda de prensa, que ese tirón de la demanda extranjera ha beneficiado casi en exclusiva a Canarias.

El archipiélago concentró un 89 % del incremento registrado en la afluencia de turistas extranjeros durante el primer trimestre del 2011, mientras que los destinos vacacionales de la península y baleares apenas han notado la mejoría de la demanda.

En cambio, la demanda española, que representa el 50 % de la actividad turística, se ha contraído sustancialmente por el deterioro de su renta disponible y niveles de confianza.

Exceltur cree que el desvío de turistas a España en verano se acentuará, por lo que ha elevado sus previsiones de crecimiento del PIB turístico hasta el 2,2 % para el conjunto del 2011, el doble de la prevista en enero y casi el triple de promedio de la economía española.

No obstante, Escarrer hizo hincapié en que ese súbito crecimiento de actividad turística en el inicio del 2011 no es atribuible a claras mejoras competitivas sostenibles y de carácter estructural, sino que es coyuntural, si bien pudieran durar aún un tiempo, según evolucionen los problemas de Túnez y Egipto y el ritmo de recuperación de las economías de Alemania y Reino Unido.

El nivel de ocupación hotelera en Egipto ha descendido al 20 %, en tanto que en verano no se espera superar el 40 %, agregó el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda.

Los mercados emisores con mayores crecimiento en España han sido los nórdicos, así como aquellos vinculados con los países del Mediterráneo oriental afectados por su inestabilidad, como es el caso de Francia con Túnez y, en menor medida, Italia con Egipto.

Dado el perfil principalmente de paquete de este tipo de turistas, ha permitido incrementar la estancia media vacacional en España en el inicio del 2011.

Por su parte, mercados clave para España como el británico y alemán muestran síntomas de mejoría más en términos de pernoctaciones y no tanto de llegada de turistas, tras las fuertes caídas experimentadas durante la crisis.

No obstante, las empresas turísticas españolas tienen dificultades para trasladar al mismo ritmo la mejora experimentada por la demanda extranjera a sus resultados por el efecto de la congelación de los precios y el fuerte aumento de los costes.

El balance ha sido muy dispar entre las empresas de los diferentes subsectores turísticos, destacando aumentos de las ventas de los hoteles de costa, los grandes grupos de agencias de viaje o las entidades relacionadas con el ocio, salvo las estaciones de esquí.

Por su parte, las compañías aéreas y en menor medida de alquiler de coches acusan el fuerte aumento de los costes de carburantes con una caída en sus resultados, a pesar de la mejora de la demanda.

Los ingresos turísticos se han incrementado más por afluencia de turistas que por mejora en los gasto en destino, ya que crecen un 6,2 % en enero, pero el gasto medio diario cae un 3,1 %, recordó Zoreda.

En cuanto a la Semana Santa, Zoreda prevé que será mejor que la del 2010, gracias a su celebración más tardía que impulsará la demanda española y al mantenimiento del efecto de desvío de turistas desde los destinos competidores del Mediterráneo oriental.