

El 75% de los empresarios turísticos de Baleares prevén aumentar sus beneficios en Semana Santa

Exceltur aconseja el impulso de medidas para mejorar la competitividad del sector

MADRID, 13 (EUROPA PRESS)

El 75% de los empresarios turísticos de Baleares prevén aumentar sus beneficios en Semana Santa frente a un 25% que esperan una disminución de sus márgenes de rentabilidad.

Con ello, las islas son la segunda comunidad con mayor volumen de confianza empresarial para este periodo vacacional, según los datos recopilados por Exceltur.

Además, durante el primer trimestre del año un 36,5% de los empresarios consultados por Exceltur aseguran haber aumentado sus beneficios mientras que el 41,9% sostienen que sus márgenes se mantuvieron similares a los alcanzados durante el mismo periodo de 2010. En contraposición, un 18,6% afirman haber sufrido caídas de rentabilidad.

En cuanto a ventas, un 51% del empresariado balear aumentaron sus resultados en el primer periodo del año (la tercera comunidad con mayor volumen) y un 16,3% mantuvieron los niveles de comercialización alcanzados en 2010. Frente a ello, un 32,7% experimentaron una reducción de sus ventas.

Así lo refleja el último informe de balance empresarial del sector turístico, relativo al primer trimestre y las perspectivas para Semana Santa, elaborado por Exceltur y que fue presentado en Madrid por su presidente, Sebastián Escarrer, el vicepresidente ejecutivo de la entidad, José Luis Zoreda, y el director del área de Estudios e Investigación de Exceltur, Óscar Perelli.

Escarrer explicó que las perspectivas para Semana Santa se fundamentan en el incremento de la demanda extranjera, la proximidad del archipiélago para el mercado europeo y la previsión de buen clima por la celebración de esta festividad en abril. También se incidió en que parte del turismo extranjero viene redirigido de destinos competidores del Norte de África.

Respecto al primer trimestre, Exceltur considera positivo el inicio de año pero subraya que el aumento de demanda extranjera se ha concentrado en Canarias --casi el 90% de visitantes-- y que otros destinos vacacionales como Baleares apenas han notado esa mejoría.

Ello, a juicio de Escarrer, implica un problema de estacionalidad en que debe resolverse para hacer más competitivo a la comunidad en el contexto Mediterráneo, puesto que en el primer trimestre existen una parte de hoteles que permanecen cerrados.

PACTO NACIONAL POR EL TURISMO

Por otro lado, el presidente de Exceltur llamó la atención sobre la necesidad de desarrollar un gran pacto nacional sobre el turismo --en el marco del Plan Turismo Litoral Siglo XXI--, por las potencialidades que tiene para "el gran rescatador" para el paro juvenil y femenino.

También resaltó la oportunidad que supone la celebración de una Conferencia de Presidentes autonómicos monográfica sobre turismo, de cara a impulsar una serie de medida que actualicen la oferta de los destinos maduros mediante el impulso de la colaboración público-privada.

Sin embargo, Escarrer también explicó que los costes financieros, empresariales y los relacionados con el combustible siguen aumentando, por lo que reclamó medidas para "no encorsetar las posibilidades de creación de empleo" que dispone el turismo.

Mientras, Exceltur también explicó la situación de los países competidores del Mediterráneo y apuntó que la ocupación en Egipto está actualmente al 20% y que no se espera superar el 40% para el verano, unas cifras "dramáticas".

EL TURISMO TRIPLICA LA PREVISIÓN PIB NACIONAL

A nivel general la actividad turística crecerá un 2,2% en 2011 frente al 1% previsto en enero y que de cumplirse, supondrá que el sector triplique la previsión de tasa de crecimiento del PIB nacional fijada por el Banco de España (0,8%).

Esto se debe a la buena evolución del primer trimestre, con un repunte del 2,4% del sector, impulsado por los flujos de los turistas extranjeros de Egipto y Túnez, que se han desviado a España por los problemas geopolíticos de ambas regiones.

Al respecto, Escarrer destacó que se ha producido una "clara recuperación" del sector, que debe aprovechar esta coyuntura para "hacer frente a los grandes retos que tiene por delante", ya que según apuntó, la competitividad de la oferta española "no debe provenir de los infortunio y debilidades de los destinos competidores, sino de su propia fortaleza".

En esta línea, el presidente del 'lobby' turístico incidió en que la demanda interna, que supone el 50% para el sector, se ha retraído, y aseguró que hoy por hoy no hay nada que apunte a que se vaya a recuperar a lo largo del año.