

13/04/2011

El turismo español remonta por la situación de Túnez y Egipto

Canarias es el destino más beneficiado, con el 89% del incremento de visitas

El turismo español ha registrado un repunte del **2,4 % del PIB turístico** en el primer trimestre de 2011, el mayor impulso de entre todos los sectores económicos en España. Esta subida se debe en gran medida 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**, ha explicado 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. 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 **2,4 %** para el conjunto del 2011, el doble de la prevista en enero y casi el triple de promedio de la economía española.

Sin embargo, Escarrer ha hecho 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.

España mejora en un contexto de crisis

El nivel de ocupación hotelera en Egipto ha descendido al **20 %**, en tanto que en verano no se espera superar el **40 %**, ha explicado 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. Por ello, 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.