

El sector turístico crecerá un 2,2% en 2011, según Exceltur

El 72% de los empresarios prevé incrementar sus ventas en Semana Santa

MADRID, 13 (EUROPA PRESS)

La actividad turística crecerá un 2,2% en 2011 frente al 1% previsto en enero, según las estimaciones de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), que revisa así al alza sus previsiones anteriores, 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, y que han beneficiado "casi en exclusiva" a Canarias. De hecho, buena parte del aumento de turistas de ambos países se ha polarizado en el archipiélago, que ha absorbido el 89% de la demanda, y, en menor medida, por Levante.

El presidente de Exceltur y vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián 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 infortunios 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 por el deterioro de la renta disponible y de los niveles de confianza, y aseguró que "hoy por hoy no hay nada que apunte a que se vaya a recuperar a lo largo del año".

Según Exceltur, durante el primer trimestre, la demanda nacional solo ha crecido un 5%, aumento que se ha concentrado mayoritariamente en Canarias y ha sido plano en el resto de España. Para marzo, el "lobby" prevé que se alcancen 2,3 millones de pernoctaciones, aunque esta cifra está aun lejos de los niveles récord de 2007.

LOS PRECIOS SIGUEN CAYENDO.

Escarrer advirtió que pese a empezar el año con buen pie la demanda no se ha traducido en precios, ya que las tarifas continuaron cayendo hasta marzo --especialmente en agencias de viajes (-1,7%) y hoteles (-0,7%)--, al tiempo que se incrementaron los costes energéticos y laborales del sector. "Todavía hay una serie de nubes y factores sobre los que trabajar", apuntó.

Por sectores, el comportamiento fue dispar con una desaceleración en los hoteles urbanos, compañías aéreas que acusan el incremento del precio del petróleo y estaciones de esquí, frente a la mejor evolución de los grandes grupo por la contracción de la oferta y cierre de agencias, los hoteles vacacionales, campos de golf y parques de ocio. La restauración también protagonizó caída de ventas y resultados acusando el descenso de la demanda interna y los efectos de la Ley Antitabaco.

Canarias, [Comunidad](#) de Madrid, Baleares y Comunidad Valenciana son los destinos ganadores, junto a las grandes ciudades por la recuperación del turismo de negocios, aunque cualquier mejora en ellos ensombrece los buenos resultados del archipiélago canario por el desvío de turistas.

En cuanto a los mercados, repuntan los Países Nórdicos (+24,8%), menos afectados por la crisis, Francia (+18,8%) y Italia (+14,2%), emisores tradicionales a Túnez y Egipto, y Rusia (+11%), que poco a poco va creciendo. No obstante, aunque el volumen de turistas aumenta, el gasto medio por turista se contrae.

"La demanda se coloca pero con menores niveles de calidad y a los mismos precios que lo harían Túnez y Egipto sustancialmente inferiores a los de la oferta española", lamentó el vicepresidente de Exceltur, José Luis Zoreda.

Zoreda señaló que la ocupación en Egipto alcanza el 20% y no se espera que supere el 40% este verano, cifra "dramática" para cualquier destino, pero coyuntura que seguirá beneficiando a España como alternativa durante el segundo trimestre del año.

BUENAS PERSPECTIVAS PARA SEMANA SANTA.

De cara a Semana Santa, el 72% de los empresarios turísticos prevé incrementar sus ventas en este periodo vacacional, mientras que un 65,3% de los mismos confía en que este incremento se traduzca en beneficios en su cuenta de resultados.

Escarrer subrayó que bastantes destinos colgarán el cartel de "completo" y que los empresarios verán aumentar sus ventas. El 48,2% espera mejorarlas hasta un 5%, el 16,1% entre un 5% y un 10%, y el 7,6% más de un 10%.

Además, el sector confía en que el efecto calendario favorezca a los destinos de costa y al sector de los cruceros y el buen tiempo favorezca las ventas de última hora.

Canarias, Baleares, Andalucía, Cataluña y Comunidad Valenciana por este orden absorberán la demanda extranjera, mientras que crecen las escapadas nacionales a capitales europeas y los viajes a El Caribe y Latinoamérica.

"El primer trimestre ha empezado bien pero esperamos que no solo se centre en Canarias, lo que demuestra por otro lado los problemas estructurales existentes en Baleares y Costa del Sol, donde se han perdido clientes. Confiamos en que la caída del gasto doméstico se contenga y el crecimiento del 2,2% del primer trimestre se ratifique y no sea solo coyuntural", concluyó Escarrer.