DIARIO DE CADIZ

Tirada: 294.394 Edición: Cádiz
Difusión: 294.394 Página: 56
Audiencia: 1.030.379

14/04/2011

Exceltur

AREA (cm2): 813,4 OCUPACIÓN: 71,9% V.PUB.: 2.959 € NOTICIAS EXCELTUR

El turismo español crecerá el doble de lo previsto por las crisis en Túnez y Egipto

Exceltur revisa al alza sus previsiones hasta un 2,2% para 2011 tras un repunte del 2,4% durante el primer trimestre • El sector podría triplicar la estimación de tasa de crecimiento del PIB nacional del Banco de España

Agencias / MADRID

El optimismo cunde en el sector turístico español. La actividad 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 tiene su explicación en la buena evolución durante el primer trimestre del ejercicio. El turismo registró el mayor impulso de todos los sectores económicos en España con un notable repunte del 2,4 % del PIB turístico en los tres primeros meses del año debido a la desviación de la demanda extranjera de Egipto y Túnez.

Este incremento supera en un 50 % al del 1,7 % con que cerró el último trimestre del año pasado, explicó ayer en rueda de prensa el presidente de Exceltur y vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián Escarrer. La desviación de turistas a España en verano se acentuará, dado que, por ejemplo, las previsiones de ocupación hotelera en Egipto para dicho periodo no superan el 40% (actualmente se sitúa en tan sólo un 20%), agregó el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda.

Escarrer hizo hincapié en que el súbito crecimiento de actividad no es atribuible a claras mejoras competitivas sostenibles y de carácter estructural, sino que son coyunturales, aunque "pueden durar aún un tiempo", según evolucionen los problemas de Túnez y Egipto y las economías de Alemania y Reino Unido.

El tirón de la demanda extranjera ha beneficiado casi en exclusiva a Canarias, que concentró un 89% del incremento registrado en la afluencia de turistas, mientras que los destinos vacacionales de la península como Andalucía y Baleares han notado mejoría, aunque de forma leve.

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

En cuando a la Semana Santa, el 72% de las empresarios turísticos prevé incrementar sus ventas en este periodo vacacional, mientras que un 65,3% de los mismos confía en que se traduzca en beneficios en su cuenta de resultados. Según Exceltur, se espera una mejor Semana Santa que la anterior por una mayor demanda por viajes de proximidad a las costas y cruceros.

Los mercados emisores con mayores crecimientos en España han sido los nórdicos, así como Francia, por su vinculación con Túnez y, en menor medida, Italia.

El perfil, principalmente de paquete turístico, ha permitido incrementar la estancia media vacacional en España en el inicio del 2011, pero no los precios, porque se han adaptado en gran parte a las tarifas de esos países del norte de África, inferiores a las españolas.

Por tanto, los ingresos por turismo extranjero se han incrementado un 6,2% en enero, según el Banco de España, pero el gasto medio diario ha caído un 3,1%, recordó Zoreda.

Por su parte, mercados clave para España como el británico y el 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.

Pese a la mejora de la demanda foránea, las empresas turísticas tienen dificultades para trasladarla al mismo ritmo a sus resultados por la congelación de los precios y el fuerte aumento de los costes laborales, energéticos, de materias primas y financieros.

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

Por otra parte, el presidente de Exceltur solicitó hoy al Gobierno la convocatoria de una cumbre con los responsables políticos y empresariales de los destinos de sol y playa para abordar "de forma urgente y real" su remodelación. Escarrer recordó que estos destinos representan el 70% del total de la oferta española y su remodelación supondría una oportunidad no sólo para el turismo, sino también para la construcción, que tanto ha sufrido la crisis.

Luciano Alonso informa al pleno sobre las perspectivas turísticas de Andalucía para 2011. M- G.

La Junta prevé que en 2011 los turistas subirán un 1% en Andalucía y se consolidará la recuperación

El turismo "consolidará su recuperación" durante 2011 y el destino Andalucía registrará un incremento de al menos un 1% en la cifra de viajeros al final del ejercicio, gracias al comportamiento del mercado nacional y de los emisores internacionales, según la Junta de Andalucía. El consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, compareció ayer en el pleno del Parlamento andaluz para informar, a petición propia y del PSOE, de las perspectivas turísticas para el próximo año, y dijo que "hay visos de optimismo", ya que la propia Organización Mundial del Turismo (OMT) espera un aumento de los desplazamientos de viajeros extranjeros. Otros factores como el crecimiento económico de Alemania, segundo emisor foráneo para la comunidad; las buenas expectativas en Francia, Italia y países nórdicos; y la solidez en el mercado nacional propician estas expectativas, según el consejero, quien recordó que desde mediados de 2010 casi todos los ratios del sector aportan cifras positivas. Recordó que sólo en los dos primeros meses de este año los resultados han sido "más que satisfactorios" con repuntes en las pernoctaciones del 4,2%, en el gasto medio de los extranjeros (2,2%) y en el movimiento aeroportuario del 7,8% (primer trimestre). Otro indicador es "la espectacular temporada" que está registrado la estación de esquí de Sierra Nevada, con 910.000 visitantes cuando aún no ha terminado la campaña. Alonso destacó también el buen comportamiento de los últimos puentes festivos y periodos vacacionales y las perspectivas positivas para la Semana Santa. "El turismo ha sido una de las últimas industrias en percibir los efectos de la crisis, a la vez que está siendo uno de los motores indiscutibles de la recuperación actual de nuestra economía", dijo. Alonso avanzó que se crearán nuevos productos a través de más de 80 programas de planificación que benefician al 80% de la población. Desde el punto de vista de la demanda, el consejero recordó la reciente puesta en marcha de la Comunidad Turística de Andalucía, que tiene como objetivo impulsar el negocio en el sector, aportar información sobre oferta, mejorar la comercialización y generar un espacio donde compartir experiencias. Por su parte, José Antonio Castro (IU) lamentó la crisis del sector e hizo un llamamiento a la patronal, a la que acusó de no cumplir con los salarios del convenio colectivo bajo el argumento de que así harán "más competitivo" al sector, por lo que añadió que "irá bien sólo cuando genere empleo". María Eva Martín (PP), que lamentó que el Gobierno andaluz esté más ocupado en resolver "sus problemas internos" en vez de ocuparse de los intereses generales, dijo que la estrategia de la Consejería consiste en "esperar y confiar" en el final de la crisis sin poner en marcha "medidas" para incentivar al sector. Tras advertir que los ciudadanos se encuentran "encadenados en la crisis" por culpa de la "atonía" en la puesta en marcha de medidas económicas, Martín señaló que Andalucía "sigue perdiendo posiciones en el extranjero".

72%

DE EMPRESARIOS

Es el número de empresas turísticas que prevé incrementar sus ventas durante la Semana Santa