

14/04/11

Canarias ha absorbido el 89 por ciento de la demanda turística

Canarias ha absorbido el 89 por ciento de la demanda turística entre aquellos viajeros que habían fijado como destino Túnez o Egipto tras comenzar las revueltas políticas en el norte de África, según datos de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) que ha adelantado también que la actividad turística crecerá un 2,2 por ciento en 2011, lo que supondrá que el sector triplique la previsión de tasa de crecimiento del PIB nacional fijada por el Banco de España (0,8 por ciento).

Esto se debe a la buena evolución del primer trimestre, con un repunte del 2,4 por ciento 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 por ciento 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 por ciento 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 por ciento, 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 por ciento) y hoteles (-0,7 por ciento)–, 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 por ciento), menos afectados por la crisis, Francia (+18,8 por ciento) y Italia (+14,2 por ciento), emisores tradicionales a Túnez y Egipto, y Rusia (+11 por ciento), 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 por ciento y no se espera que supere el 40 por ciento 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 por ciento de los empresarios turísticos prevé incrementar sus ventas en este periodo vacacional, mientras que un 65,3 por ciento 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 por ciento espera mejorarlas hasta un 5 por ciento, el 16,1 por ciento entre un 5 por ciento y un 10 por ciento, y el 7,6 por ciento más de un 10 por ciento.

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 por ciento del primer trimestre se ratifique y no sea solo coyuntural”, concluyó Escarrer.