20minutos.es

ABR.11.163

- EUROPA PRESS. 13.04.2011

El año 2011 arranca con un crecimiento del turismo en capitales andaluzas gracias a las escapadas culturales

Casi un 70% de los empresarios andaluces confía en que en Semana Santa los beneficios se incrementen

El año 2011 ha arrancado con un crecimiento de la actividad turística en las capitales andaluzas de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla gracias a la mayor demanda, principalmente de viajeros extranjeros, en la realización de escapadas culturales.

Además, según la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), el año se inició con un crecimiento del turismo en Canarias, vinculado al desvío de viajeros extranjeros por los conflictos en Túnez y, particularmente, en Egipto.

Respecto a los destinos urbanos la mejoría del turismo de negocios, ferias y congresos ha beneficiado a capitales como Madrid, Barcelona y Valencia. Mientras tanto, la actividad en destinos de interior y de la España Verde se ha resentido "fruto de la gran debilidad de la demanda nacional de la que dependen".

La actividad turística crecerá un 2,2 por ciento en 2011 frente al uno por ciento previsto en enero, según las estimaciones de 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 Producto Interior Bruto (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 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, ha destacado 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 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 ha incidido 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 ha asegurado: "hoy por hoy no hay nada que apunte a que se vaya a recuperar a lo largo del año".

Semana santa

Para la Semana Santa, sin embargo, sí se prevén incrementos. Así, el 69,8 por ciento de los empresarios de Andalucía espera que los beneficios se incrementen en comparación con el mismo periodo de 2010

Escarrer subrayó que bastantes destinos colgarán el cartel de completo y que los empresarios españoles verán aumentar sus ventas. El 48,2 por ciento espera mejorarlas hasta un cinco por ciento; el 16,1 por ciento entre un cinco 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, al celebrarse más tarde que el año pasado, favorezca a los destinos de costa y al sector de los cruceros y el buen tiempo favorezca las ventas de última hora.

De este modo, 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 sólo 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", ha concluido Escarrer.

Los precios siguen cayendo

A pesar de empezar el año bien esto no se ha traducido en los 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.

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.

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", ha lamentado el vicepresidente de Exceltur, José Luis Zoreda, quien ha añadido 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, aunque esta coyuntura seguirá beneficiando a España como alternativa durante el segundo trimestre del año.