

ISLAS CANARIAS

Las Palmas | Tenerife

El turismo en Canarias sale de 5 años de caídas en los beneficios y empuja el crecimiento nacional hasta marzo

Exceltur dice que el turismo sortea mejor la desaceleración y prevé un crecimiento en 2008 del 1,8%

MADRID/LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, 16 Abr. (EUROPA PRESS)

Pág. 1 de 2

El sector turístico en Canarias ha sorteado finalmente cinco años de caídas en los beneficios para los empresarios de las islas y cerca de siete años "muy complejos", impulsado por el tirón de la demanda extranjera en el archipiélago, según las previsiones presentadas hoy en Madrid por Exceltur.

Además, el 'lobby turístico' asegura que Canarias se ha convertido en "el principal detonante" del crecimiento del turismo extranjero en España hasta marzo y lo coloca como la principal razón que explica el crecimiento turístico de este primer trimestre de 2008 en el conjunto de España.

Asimismo, ayuda a explicar el incremento del gasto turístico que mide EGATUR en los primeros dos meses por las características de los viajes de los extranjeros a las islas; más alojamiento en hoteles, mayor estancia promedio --mínimo de una semana-- y mayor gasto total, por incorporarse el coste de un transporte aéreo más caro por la lejanía de los mercados de origen y un mayor consumo turístico en destino.

Canarias experimentó en el primer trimestre un aumento del 9,2% en el número de pernoctaciones hoteleras de los extranjeros en enero y febrero, según la encuesta del Instituto Nacional de Estadística, lo que supone 595.000 pernoctaciones más que en 2007. Estas cifras explican a su vez el 65,1% del crecimiento del total de pernoctaciones hoteleras de los extranjeros en toda España (913.000).

No obstante, Exceltur recuerda que el primer trimestre del año es "la temporada alta" de Canarias y por lo tanto es probable que no termine el año con "el mismo peso" con el que arrancó este ejercicio. "Si la temporada que viene, de verano, no se consigue reactivar la demanda nacional, cabe pensar que el cierre no sea tan bueno como el arranque", señaló el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda. Asimismo, reconoció que Canarias debe enfrentarse a "importantes retos de renovación de sus productos turísticos".

"MEJOR QUE OTROS SECTORES".

El sector turístico "sortea mejor que otros sectores" el contexto de desaceleración económica que vive España y para cerrar el año la llegada de turistas extranjeros crecerá un 1,8% hasta superar los 60 millones de turistas --en 2007 España recibió 59,2 millones de turistas, un 1,7% más--, según las previsiones de presentadas hoy en Madrid por Exceltur.

"En el actual contexto de desaceleración económica, el turismo español sortea algo mejor que otros sectores un atípico primer trimestre de 2008 --año bisiesto, unido a la Semana Santa adelantada y a la celebración de elecciones-- que dificulta el diagnóstico y su proyección", señaló.

En este sentido, el 'lobby turístico' explicó que por el momento la crisis no afecta a los segmentos de demanda española de mayor capacidad de gasto, que protagonizan los viajes de mayor presupuesto. Por el contrario, la coyuntura afecta en mayor medida a las familias de rentas más bajas en sus viajes internos.

Para el conjunto del año 2008, Exceltur estima además un crecimiento en el número de pernoctaciones hoteleras del 1,9%. No obstante, prevé que los ingresos de los turistas extranjeros bajen un 1,5%, en términos reales, lo que supondría una nueva caída del ingreso medio por turista del 3,3% al cierre de 2008.

El período más complejo y determinante será el verano y el cuarto trimestre de este año. Exceltur prevé que se incrementen "algo" las llegadas de turistas a costa de su gasto medio. Sin embargo, mantiene la cautela y revisa a la baja la estimación de crecimiento del PIB turístico del 1,9% que estimó en enero al 1,6% para cerrar el año.

El PIB turístico en España, que aproxima el Indicador Sintético del Turismo Español de Exceltur (ISTE), ha crecido en el primer trimestre de 2008 un 1,7%, inferior al 2,5% que registró de media en 2007 y similar al del cuarto trimestre del pasado año.

Las expectativas de los empresarios españoles del sector anticipan un segundo trimestre "complejo" y con posibilidades de que se sigan debilitando sus ventas. El 44,6% de los empresarios prevé apenas un mantenimiento de ventas de abril a junio en niveles similares del pasado año.

Las inquietudes más desfavorables surgen de los empresarios hoteleros de categorías altas localizados en ciudades, junto con las empresas de transporte --predominantemente aéreas--, mientras que las agencias de viajes, las empresas de alquiler de coches y las actividades de ocio anticipan un segundo trimestre con un optimismo sobre la evolución de sus ventas.

OTRAS COMUNIDADES.

Además de Canarias, Aragón, Cataluña, las dos Castillas y la España Verde han iniciado 2008 de manera positiva, según la percepción de sus empresarios, mientras se resienten las ventas y la rentabilidad en las empresas turísticas de la Comunidad de Madrid, Andalucía y la Comunidad Valenciana.

A pesar de la alentadora evolución de los indicadores oficiales de afluencia durante enero y febrero, los resultados de marzo, en general y de la Semana Santa, en particular, acentúan este primer trimestre la desaceleración de las actividades turísticas en España, aunque en menor medida que la de otros sectores económicos.

Como ya ha ocurrido otros años, cuando la Semana Santa se celebra en marzo y se ve agravada por condiciones meteorológicas poco favorables, el balance empresarial de ventas no ha sido positivo. En concreto, el 53,7% de los empresarios españoles de los diversos subsectores turísticos experimentaron unos resultados más desfavorables en la semana Santa de 2008 respecto a los alcanzados en la de 2007, celebrada en abril.

El 48,8% del conjunto de las empresas turísticas españolas de los diversos subsectores ha sufrido una reducción de los beneficios entre enero y marzo de 2008 respecto a los niveles del mismo período de 2007. Así, la débil demanda española en marzo ha llevado a reducir las ventas del 46,2% de las empresas turísticas. La trascendencia de los resultados de marzo dentro del promedio de los del primer trimestre se deriva del gran peso que tienen sus ventas cuando la Semana Santa cae en ese mes.