

09 de abril de 2011

## El turismo se prepara para vivir un boom histórico en Semana Santa

José María Triper

Las perspectivas de esta temporada turística son las mejores de nuestra historia". La frase es de la vicepresidente económica, Elena Salgado, y la pronunciaba el pasado jueves, cuando aún no se conocen las previsiones oficiales del sector y de la Administración Turística para la Semana Santa.

Pero, a falta de previsiones, buenas son las impresiones y éstas, desde todos los agentes y todos los sectores, confirman el oráculo de la ministra. La crisis política y militar en el Norte de África que **"nos ha colocado en un cohete a una velocidad inesperada"**, en palabras de un destacado dirigente del sector, unida a la recuperación de las principales economías de la Unión Europea hacen que los empresarios se preparen para vivir un año de **"fuertes crecimientos"**.

Si a esto se añade el efecto calendario que ha situado los días festivos a finales de abril, lo que tradicionalmente eleva **un 10 por ciento las ventas respecto a cuando caen en marzo**, no es de extrañar que la mayoría de las previsiones recogidas hablen ya de una ocupación media superior al 80 por ciento, con carteles de completo en algunas ciudades significativas.

**Este es el caso de Castilla y León**, donde las reservas están al 70 por ciento a día de hoy y los empresarios esperan llegar al 90 por ciento en la mayoría de las capitales. Incluso, en ciudades como Salamanca o Zamora, no se descarta el lleno el Viernes Santo.

En la misma línea, el conseller de Empresa y Empleo de la **Generalitat de Cataluña, Francesc Xavier Mena**, afirmaba durante la inauguración del Salón Internacional del Turismo de Cataluña (SITC), que las perspectivas turísticas en la Comunidad son **"excepcionales para la próxima Semana Santa, el verano y el conjunto del año"**.

Mena justificó sus previsiones afirmando que los operadores turísticos están cerrando contratos con **"incrementos muy significativos"** respecto al año pasado.

### Repunte de precios

También en Canarias, el viceconsejero de Turismo, Ricardo Fernández de la Puente, no dudaba en apuntar que **"nos encontramos ante un récord histórico de entrada de visitantes extranjeros en el Archipiélago"**, mientras apuntaba que "a fecha de hoy, aunque es un dato que fluctúa por días, hay más de un millón de plazas aéreas reservadas hacia las Islas". Cabe recordar que el incremento en la llegada de turistas durante los dos primeros **meses de 2011 es ya del 13,8 por ciento**. Sin atreverse a dar cifras, pero en el mismo clima de euforia, la Junta de Andalucía ha invertido **450.000 euros** en una campaña de comunicación para consolidar el alza de turistas en la Semana Santa.

Y en Baleares, representantes empresariales del sector reconocen que la demanda extranjera **"es muy alta"** y destacan que algunos hoteles ya no dan habitaciones a las agencias de viajes para el mercado local, porque tienen todas reservadas para los mayoristas internacionales y, **"además con precios altos"**.

Porque este es otro factor diferencial de la Semana Santa de este año respecto a las de los dos ejercicios precedentes, el precio. **"Esta Semana Santa registrará niveles mejores que los de 2010, tanto en pasajeros como en producción, debido a que no se están tirando los precios"**, admitió recientemente el director general del Grupo Star, Agustín Lamana.

Un precisión que matizaban desde la **Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur**, señalando que la mejora de la rentabilidad obedecerá mucho más que a posibles subidas de tarifas **"a la eliminación de los descuentos de última hora"**, por el crecimiento en la demanda.

### **El mercado nacional plano**

Un incremento de demanda que todos en el sector coinciden en que obedece exclusivamente al turismo internacional, porque **"la demanda interior está plana"**. Y es que las subidas de precios, la pérdida de poder adquisitivo, las subidas fiscales y el desempleo están frenando los viajes de los españoles.

De los mercados internacionales, los mayores crecimientos en las reservas corresponden tanto a los mercados emisores tradicionales, como **Alemania, Francia, Italia y Países Bajos**, como a algunos de los emergentes, como Rusia.

Mención especial merece el Reino Unido, nuestro primer mercado emisor en visitantes, donde se espera una ligera recuperación, pero muy inferior a la de los otros grandes de la UE por dos razones: la situación económica del país, que no es mucho mejor que la española, y el aumento de los costes derivados de los precios del combustible, la tasa ecológica impuesta por el **Gobierno de Londres** y la apreciación del euro con respecto a la libra esterlina.

A pesar de este optimismo generalizado, los empresarios advierten de una posible sombra que podría dar al traste con este panorama: **la amenaza de huelgas que puedan plantear los sindicatos en la hostelería** y, sobre todo, en el transporte aéreo y en los aeropuertos.

Portavoces de la **Asociación Española de Agencias de Viajes (Aedave)**, recuerdan que cuando se produjo la convocatoria de huelga de Aena la caída de las reservas para Semana Santa fue espectacular, aunque la posterior desconvocatoria las ha reactivado con fuerza.

A pesar de todo, las estimaciones, del sector turístico apuntan que el **40 por ciento de las ventas se realizarán en las dos semanas previas a la Semana Santa**, la que ahora finaliza y la que llega, por lo que un anuncio de conflictividad laboral en estos momentos supondría un grave quebranto no sólo a las empresas, sino al conjunto de la economía nacional.