

Galicia ha sido "claramente la ganadora" del sector en España gracias al tirón del Xacobeo

El sector turístico en España creció un 1% en 2010, pero acumula unas pérdidas de 8.000 millones desde 2007

MADRID/SANTIAGO, 18 (EUROPA PRESS)

La Comunidad gallega ha sido "claramente la ganadora" del sector turístico en España en cuanto a resultados económicos en el año 2010 gracias al tirón proporcionado por el Xacobeo, que le ha hecho presentar un buen comportamiento en este ámbito.

Así lo ha asegurado este martes el vicepresidente ejecutivo la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), José Luis Zoreda, que ha presentado los datos del sector durante 2010, en el que el turismo en España creció un 1 por ciento.

En esta línea, el vicepresidente ha resaltado que, dentro de las Comunidades, Galicia ha sido "claramente la ganadora" en cuanto a resultados, junto con Canarias, dentro de los destinos vacacionales del Estado.

Asimismo, la recuperación del turismo 'business' benefició en 2010 a las grandes ciudades como Madrid y Barcelona, frente a los destinos de playa con un crecimiento del 2 por ciento, que siguen perdiendo cuota de mercado, frente a destinos competidores de España como Egipto (+18 por ciento), Marruecos (+14,8 por ciento) y Turquía (+6 por ciento), sólo por delante de Túnez (-0,9 por ciento) y Chipre (1,8 por ciento).

El gran perjudicado en este último ejercicio fue, sin embargo, el turismo de interior y rural, que, salvo en Galicia y País Vasco, perdió turistas, que optaron por destinos del litoral y de 'sol y playa' ante "ofertas imbatibles".

ACTIVIDAD TURÍSTICA

La actividad turística en España cerró 2010 con un aumento del 1 por ciento, frente a la caída del 8,3 por ciento registrada en 2009, el "peor año de la década", aunque este rebote del sector de casi diez puntos por encima de los niveles de 2007 está todavía "muy lejos" de poder anticipar una clara recuperación, según Zoreda.

A pesar de este "rebote positivo", el sector acumula unas pérdidas de 8.000 millones de euros reales, descontada la inflación, tras la brecha abierta en los dos últimos años.

En rueda de prensa para hacer balance del ejercicio 2010, el presidente de Exceltur y vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, destacó que estas cifras reflejan claramente "un cambio de tendencia", en comparación con el año anterior, "el peor de la historia de la democracia" para el turismo.

El 'lobby' turístico subrayó que este crecimiento viene impulsado por el repunte de la demanda extranjera, la mejora del gasto medio, la recuperación del 'business travel' y por los "sacrificios constantes de los empresarios" con el objeto de reducir sus costes.

Además, contribuyeron a este repunte subsectores como las agencias de viajes y empresas de alquiler de coches, como consecuencia del cierre de compañías y de la depuración de la oferta.

El 64,5 por ciento de los grandes grupos de agencias y touroperadores experimentó un aumento de más del 10 por ciento en sus ventas y el 53,8 por ciento incrementó en la misma proporción sus resultados.

Por el contrario, alojamientos, restauración y destinos vinculados al ocio registraron caídas en las ventas superiores al 50 por ciento. Concretamente, los establecimientos hoteleros sufrieron 27 meses de caídas en sus ventas.

PARA 2011, UN INCREMENTO DEL 1%.

De cara a 2011, Exceltur prevé un crecimiento del sector turístico del 1 por ciento, lo que supondría reducir en un punto la caída sufrida en los últimos dos años, con lo que volvería a comportarse por segundo año consecutivo mejor que la economía española (-0,6 por ciento, según analistas).

"No es una mala noticia, pero con este crecimiento no se genera empleo, ni se anticipa la consolidación de la recuperación", apuntó Zoreda, quien apuntó que colocaría al sector seis puntos por debajo de los niveles de 2007, "todavía con muchos miles de millones de euros por recuperar".

Para Exceltur persisten todavía signos de debilidad como la caída del consumo interno --España supone el 50% del mercado del sector--, la subida del IVA, el encarecimiento del petróleo, la dificultad de acceso al crédito o el crecimiento de la inflación, que mantienen la incertidumbre sobre el sector.

Por el contrario, este año se espera que aumente la demanda extranjera de turistas, especialmente en Alemania, Francia, Países Nórdicos y Rusia, que unido a la recuperación del turismo de negocios, abren "la esperanza" a cierta estabilización. La apuesta por el mercado ruso, un mercado que supone el 50 por ciento de los turistas para Turquía, empieza así a "dar sus frutos".

En cuanto al comportamiento de los precios, prevé que repunte hasta un 2 por ciento en algunos productos. "Hoy por hoy hay datos para ser optimistas", afirmó Escarrer, aunque no puede confiarse en una recuperación del mercado británico, el segundo en importancia, tras el nacional, aunque hay elementos que mantienen la incertidumbre sobre la volatilidad de la rentabilidad del sector.

Ante este escenario, el 46,5 por ciento prevén que las ventas crezcan menos de un 5 por ciento. Un 60,3 por ciento de las empresas turísticas españolas confían en que este incremento permita mejorar sus márgenes en 2011, aunque el 76,1 por ciento no espera poder alcanzar los niveles precrisis antes de 2013.