BOLETIN ELECTRÓNICO

ENE.11.313

El turismo repunta en 2010 y crece por encima de la media de la economía española

Según Exceltur, el turismo ha superado mejor que otros sectores un año 2010 en un escenario muy complejo, condicionado por la debilidad económica y acontecimientos puntuales imprevistos para el sector (nube de cenizas, huelga de los controladores, temporales de nieve en Europa,etc)

José Luís Zoreda, Vicepresidente Exceltur.

El PIB turístico en España ha crecido en 2010 un 1.0% lo que supone un cambio de tendencia respecto de 2009, con una caída del -8,3% según el INE, que asimismo supera el comportamiento de la media de la economía española que, pese a la leve mejoría de los últimos trimestres, los analistas estiman cerrará el año con una ligera caída del -0,2%.

A pesar de este positivo rebote, la actividad turística todavía se encuentra casi 10 puntos por debajo de los niveles que presentaba en 2007, lo que supone una pérdida acumulada de 8 mil millones reales (descontada la inflación). El crecimiento se debe a una mayor afluencia, esencialmente externa y a costa de sacrificar rentabilidad empresarial: cerca de un 40 % de empresarios turísticos no han mejorado ventas ni beneficios en 2010 (especialmente los hoteleros, bares y restaurantes y empresas de ocio; estaciones de esquí, campos de golf, parques de ocio y museos y monumentos).

El repunte se debe, además, al sacrificio de las empresas del sector reduciendo precios para garantizar ingresos, llegando a asumir incluso la subida del IVA introducida en el mes de julio. De hecho, el sector turístico se ha mantenido técnicamente en "deflación" durante 2010, mientras en el resto de sectores de la economía española los precios ya han crecido en media un 1,7%, según los datos del INE. Los propios índices de precios del INE de los hoteles acumulan 25 meses consecutivos en tasas negativas, 17 meses los de los paquetes de las agencias de viajes y 18 los de los servicios de ocio y cultura.

- A la recuperación de la demanda extranjera hacia el alojamiento hotelero, por la mejoría de algunos mercados de larga distancia y de mayor gasto, junto a la redirección de flujos vacacionales hacia España desde otros países competidores del mediterráneo oriental, que tuvieron sobreventa durante los meses de verano.
- A una mayor actividad de los viajeros de negocios conforme la economía y el comercio internacional han ido mostrando síntomas de cierto mayor dinamismo.

En aquellos sectores en los que se ha producido un fuerte ajuste del mercado por la desaparición de empresas como es el caso de las agencias de viajes y el alquiler de coches, las grandes empresas se han beneficiado de su mejor posición e imagen de marca para ganar cuota de mercado, incrementando su facturación en 2010 por encima del 10%. Por el contrario, los hoteles y las empresas de ocio (tanto parques de ocio, estaciones de esquí, campos de golf y museos), subsectores más dependientes del gasto en destino, y donde han caído más los precios, han experimentado nuevas caídas en sus ventas, en el 52,6% y en el 71,0% de las empresas, respectivamente. Los bares y restaurantes también se ven afectados por la atonía del gasto, reduciendo un 2,8% sus ventas en España, por encima de la caída media producida en Europa.

Crece por primera vez en 9 años el gasto real del turismo extranjero en España (un 2,2%), gracias al aumento de turistas de mercados de mayor gasto promedio (ruso, japonés y americano), la recuperación de los viajeros internacionales de negocio y el estancamiento de los turistas de menor renta. Sube más la afluencia de los extranjeros a ciudades que a destinos vacacionales, donde se vuelve a perder cuota de mercado, salvo en Canarias.