

Turquía y Marruecos arrebatan más mercado turístico

El sector nacional encara su Feria Internacional de Turismo (Fitur) tras registrar un año 2009 "para olvidar"

MADRID ■ **2009 fue un ejercicio "para olvidar"**, con una caída del 5,6% del PIB turístico, lo que supone pérdidas de 6.380 millones de euros respecto al 2008. Es el panorama con el que encara su escaparate internacional Fitur, que se celebra desde mañana y hasta el domingo en Fitur, y con el refuerzo de Marruecos y Turquía como destinos alternativos.

De esta forma, por noveno año consecutivo, el turismo no suma al crecimiento de la economía española, que en su conjunto cerró

el pasado ejercicio con un retroceso del 3,7%, y tampoco lo hará en 2010, según las estimaciones de la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur. Se prevé un recorte del 0,9% en la actividad del sector para finales del presente año frente a la contracción del 0,5% del conjunto de la economía española que adelantan los analistas. Los ingresos reales por turismo derivados de la demanda extranjera finalizaron 2009 con bajada del 10,7%, que Exceltur espera se modere hasta un 4,9% negati-

vo en 2010. A ello apunta una notable moderación del ritmo de descenso de la demanda turística en España, tanto vacacional como de negocios, indicó el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, que cree que "lo peor ya ha pasado", aunque reconoce que 2010 será complejo.

En 2009, el turismo sufrió los efectos de la crisis con mayor intensidad que la del conjunto de la economía española y, sin embargo, sus tasas de paro han sido inferiores a las de otros sectores. Se destruyeron 51.000 empleos.

La caída de resultados sufrida en 2009, que se añade a la experimentada a partir del segundo se-

mestre del año anterior, es reflejo de "la existencia de problemas pendientes de competitividad estructural que van más allá de los efectos coyunturales de la crisis", señaló Zoreda.

Las empresas turísticas españolas experimentaron el año pasado una "drástica reducción" de sus márgenes y beneficios, especialmente agencias de viajes y hoteles urbanos, mientras que las compañías de alquiler de coches, Renfe, estaciones de esquí y museos aguantaron mejor la crisis.

Los beneficios cayeron de manera generalizada más del 10% e incluso, en muchas ocasiones, por encima del 20%, por lo que se han

elevado ceses de actividad y cierres de empresas turísticas prácticamente en todas las áreas, fruto de una reiterada "guerra de precios" por la caída de la demanda. Así, el desplome de la procedente de los dos principales mercados emisores de España, el Reino Unido y Alemania, se tradujo en un descenso del 11% en sus pernoctaciones hoteleras. También los países del Este tuvieron una evolución muy negativa, con recorte del 18,8% en las pernoctaciones, e Italia, con un retroceso del 15,3%, frente a un aumento del 4,5% de EE UU, el único mercado emisor que cerró el año por encima de los niveles de 2008.