

Según datos de la Alianza para la Excelencia Turística

## La baja rentabilidad mancha un trimestre de altas ventas en el turismo

**Los últimos datos de Exceltur corroboran la buena salud del turismo español. La actividad repuntó un 3,1% en verano, impulsada por la demanda extranjera y generando 35.000 empleos. Ello ha llevado a la patronal a elevar la previsión de crecimiento para 2011 hasta el 2,6%. Sin embargo, solo el 31% de los empresarios dice haber mejorado los márgenes.**

**M. G. Pascual - Madrid - 14/10/2011 - 07:00**

La situación del turismo español es buena, arroja "inusitados resultados", pero las empresas del sector no logran ampliar sus márgenes. Ese es uno de los mensajes que lanzó ayer Exceltur (Alianza para la Excelencia Turística) en la presentación de los resultados del tercer trimestre.

El lobby empresarial, del que forma parte una treintena de grandes compañías, se felicitó por la positiva campaña estival, que se ha saldado con un aumento del 3,1% en la actividad turística y ha elevado las perspectivas de crecimiento para 2011 del 2,2% al 2,6%.

Su efecto para la economía ha sido muy positivo: 35.000 empleos nuevos entre julio y septiembre, una entrada de 1.577 millones de euros más de ingresos extranjeros respecto a 2010 y un total de 23.722 millones de euros en ingresos totales entre enero y julio.

La bonanza del sector se ha sustentado, como ya avanzó Turismo, en el aumento de la demanda extranjera. El número de turistas ha crecido un 8% respecto al verano de 2010, lo que supone 1,6 millones más de personas. Este aumento se ha nutrido de los viajeros que han decidido evitar algunos de nuestros principales competidores: los países del norte de África, que aún experimentan las secuelas de la primavera árabe, y Grecia, por la incómoda situación económica que atraviesa (y por sus correspondientes huelgas). Así, mientras que Túnez y Egipto han perdido al menos dos millones de visitantes este verano, España ha ganado tres.

El aumento de ventas, sin embargo, que Exceltur sitúa en un 12,2% (1.158 millones de euros más que en 2010), no se ha logrado traducir en un aumento de rentabilidad para los empresarios del sector. Así, mientras que un 48% de los negocios consultados afirman haber mejorado su facturación, solo el 31,4% dice haber mejorado sus beneficios. Los archipiélagos españoles y Cataluña, impulsada por el turismo crucerista, acaparan la mejoría de rentabilidad.

La asociación lo achaca principalmente al perfil de clientes que ha heredado España gracias a la primavera árabe. Así, la inmensa mayoría ha optado por destinos de sol y playa, que ha concentrado un 78% del crecimiento en las pernoctaciones hoteleras. De ahí que las visitas a Canarias y Baleares hayan totalizado el 60% de las llegadas. Otra de las características de este tipo de viajeros es su predilección por los paquetes turísticos, vinculado a la contratación de hoteles de entre tres y cuatro estrellas. Las llegadas a España bajo esta fórmula han aumentado este verano un 18%, el primer crecimiento en cinco años.

El gasto medio, con todo, ha crecido un 4,5%, hasta los 77,6 euros (sin contar el transporte). Desde Exceltur destacan que dicho incremento se explica básicamente por el tremendo crecimiento de las llegadas de turistas rusos (un 61% más, llegando a los 1,6 millones de personas). Los visitantes de dicho país son los que más gastan, con una media de 93,5 euros diarios.

La demanda interna, por contra, afectada por la escasez de renta disponible para el ocio, ha mantenido un comportamiento plano. En este sentido, el vice presidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, puso énfasis en que España debe aprovechar la coyuntura para "realizar un cambio estructural en el sector" y hacer que "el crecimiento del turismo sea el producto de mejoras competitivas". Recordó que sin el efecto trasvase de turistas, el crecimiento del sector se habría quedado en el 0,9%.

## Medidas sugeridas al próximo Gobierno

**Turismo como locomotora económica.** Exceltur reclama al próximo Gobierno mejorar la coordinación de las Administraciones en materia turística.

**Reforma del mercado laboral.** Achaca al mercado de trabajo, entre otras cosas, el hecho de que el sector no haya obtenido rentabilidad del aumento de las ventas. Pide vincular salario a productividad.

**IVA reducido.** Reclama una reforma fiscal para impulsar la actividad en todos los subsectores turísticos.

**Ley de Costas.** El lobby considera necesario reformarla por ser excesivamente ambigua para muchos locales.

**Plan de rehabilitación.** Exceltur considera que, dado que turismo y construcción son los motores económicos, se podría aunar ambas actividades fomentando un plan de rehabilitación en sentido amplio de las infraestructuras turísticas.