

El turismo mundial crece un 8%

Se mantiene el fuerte ritmo de crecimiento del turismo internacional con perspectivas positivas para todas las regiones en la temporada alta

La Organización Mundial del Turismo

cifra el crecimiento de la llegada de turistas internacionales en un 8% en los cuatro primeros meses de 2005. Dicha pujanza sorprende incluso a la OMT, que esperaba que "el excelente ritmo de crecimiento del año pasado (un 10%, hasta alcanzar la cifra récord de 763 millones) fuera aminorando progresivamente", pero los índices registrados son muy semejantes a los del segundo semestre de 2004. Para esta organización, 2005 se perfila como un año de recuperación sostenida, tras disiparse el factor miedo y merced al efecto estimulante de las "tentadoras" ofertas de los servicios de viajes por Internet, incluidas las compañías aéreas de bajo coste. Augusto Huéscar, jefe de estudios de mercado y técnicas de promoción de la OMT, señala que "el público está redescubriendo el placer de



viajar y siente que es un buen momento para hacer los viajes que había ido aplazando estos últimos años."

El barómetro de junio de la OMT ofrece resultados positivos en todas las regiones del mundo: crecimiento del 5% en Europa, del 9% en Asia y Pacífico (después del excepcional aumento del 28% en 2004), del 11% en las Américas, del 12% en África, y el 17% en Oriente Medio

Por meses, el crecimiento mundial del turismo internacional se ha mantenido ininterrumpido: en enero, un 9%; en febrero, un 4%; en marzo, un 15% gracias a las vacaciones de Semana Santa; y en abril, un 3%.

Buena temporada alta

Las perspectivas para la inminente temporada alta son buenas en su conjunto. Según el Sr. Huéscar, "los principales mercados emisores y los destinos se están preparando para los meses de mayor actividad del año y no se prevén cambios bruscos del impulso actual". Esas perspectivas a corto plazo son particularmente positivas para los viajes emisores desde Europa, gracias a la sostenida fortaleza del euro.

Los más de 230 especialistas de 100 países y territorios que participaron en el Grupo de Expertos en Turismo de la OMT para este Barómetro valoraron con 3,7 puntos sobre 5 la evolución turística, es decir, como "mejor de lo que cabría razonablemente esperar" y puntúan con un 3,6 las perspectivas para esta temporada alta, de mayo a agosto.

BREVES

Pekín acogerá el Congreso de FEEAV para "estrechar relaciones"



La Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEEAV) va a celebrar su XX Congreso en Pekín entre el 3 y 9 de noviembre para dar oportunidad a que agencias españolas y chinas establezcan relaciones y se favorezca el turismo emisor y receptor. Jesús Martínez Millán, su presidente, ha destacado que "China es uno de los destinos y mercados con mayor crecimiento y potencial turístico" y que, por ello, la Federación viene realizando múltiples gestiones para que se abran nuevos consultados, se dote de más personal, y se fijen procedimientos ágiles para obtener visados, además de operar más vuelos directos.

Luz verde de UE y de EE UU a la compra de Swiss por Lufthansa

La Comisión Europea y las autoridades de competencia de Estados Unidos han dado su aprobación a la adquisición de Swiss International Air Lines Ltd. por parte de Lufthansa. Esa aprobación abre definitivamente la puerta a la integración de SWISS en el Grupo Lufthansa. Wolfgang Mayrhuber, presidente de Lufthansa, ha remarcado que ambas aerolíneas "garantizan la movilidad desde y hacia Europa" y que "en pocas semanas, los clientes comenzarán a percibir los beneficios" de esa asociación.

Precios hoteleros al alza en 13 Comunidades Autónomas

Según el Índice de Precios e Ingresos Hoteleros del INE (Instituto Nacional de Estadística), en mayo pasado los precios de los hoteles subieron una décima respecto a mayo del año anterior mientras los ingresos registraron una mejora del 0,6%. El alza de precios se concentró en 13 Comunidades Autónomas, con Aragón como líder de esta tendencia alcista (+5,5%).

Iberia copa la mitad de los vuelos regulares vendidos por agencias

De los 1.381 millones de euros que las agencias de viajes españolas vendieron entre enero y abril en producto aéreo regular —es decir, sin compañías low cost ni chárter-, 700,5 millones correspondieron a vuelos de Iberia, compañía que acapara el 50,7% de la producción del BSP España. Ese importante porcentaje de la compañía de bandera española es, sin embargo, 3 puntos inferior al registrado en los mismos meses de 2004, en los que copó el 53,2% del total. La aerolínea que preside Fernando Conte

generó una producción de 385,5 millones de euros en el mercado doméstico entre enero y abril de este año, casi el 70% del total, y 345,5 millones en el mercado internacional, el 39%. En este análisis desglosado, Iberia ha bajado su cuota de mercado en 5 puntos en el mercado nacional y menos de 1 punto en el internacional.

En cifras absolutas de ventas de aéreo a través de las agencias de viajes, los 700,5 millones que facturó Iberia representan un 2,5% más que en el año precedente, crecimiento

resultante de facturar un 7% más en las rutas internacionales y un 1,6% menos en sus vuelos nacionales en los cuatro primeros meses de este año. Victor Moneo, director de la Unidad de Agencias de Viajes y Turoperadores de la Dirección de Ventas de Iberia, aclara que esta última caída "se debe a que en 2004 los billetes de Binter figuraban en el BSP como Iberia, mientras que en 2005 se suma a 'otras compañías'. El año que viene ya no se verá esa distorsión".