



El sector turístico español experimenta un notable repunte de la afluencia en los meses de verano, a costa de nuevas caídas en tarifas y teniendo que asumir la subida del IVA. Frente a la gran caída del PIB turístico del -4,9% en el aciago verano de 2009, ese indicador se eleva en el tercer trimestre de 2010 a un 1,7%, impulsado por unos muy atractivos precios para el consumidor, que llevan cayendo 22 meses consecutivos en los hoteles y 15 en las agencias de viajes. españolas.

- E se singular aumento de la afluencia extranjera ha sido el revulsivo para redinamizar parcialmente la actividad turística y toma el relevo al tirón de otras épocas, que suponían los viajes de españoles por España (que se han ralentizado). La demanda extranjera se ha favorecido de la progresiva recuperación económica en nuestros principales países emisores, y a su vez de la inesperada redirección de afluencia convencional de paquetes turísticos en agosto por sobreventa ("overbooking") desde países competidores como Turquía y Egipto y el positivo efecto sobre la imagen de España de la victoria de la selección de fútbol en el mundial aprovechada por una ágil y acertada estrategia de comunicación posterior por parte de Turespaña.
- Las empresas turísticas españolas mejoran levemente sus expectativas de resultados con una gran disparidad de ritmos e intensidades por subsectores y por empresas, algunas de ellas aún en pérdidas. No se puede olvidar que la mejoría percibida lo es en comparación con un año 2009 muy negativo donde la actividad turística se desplomó muy por encima que la de muchos otros sectores salvo la construcción. Siguen bajando en este tercer trimestre de 2010 los resultados de las empresas del litoral vinculadas al gasto final de los turistas en destino y su oferta complementaria (hoteles, campos de golf y parques de ocio, etc.), mientras mejoran las de los hoteles urbanos, las empresas de transporte aéreo (por reajustes de frecuencias, impacto de tráficos de larga distancia y la menor factura de carburante por la paridad €/US\$) y los grandes grupos de agencias de viajes y las empresas de alquiler de coches por el reajuste de la oferta debido a los problemas de importantes compañías de estos dos subsectores.

· Las empresas turísticas de la Comunidad de Madrid, Galicia (gracias al tirón del Xacobeo), País Vasco y Cataluña consiguen incrementar sus resultados respecto al verano de 2009 gracias a un notable aumento de la afluencia, mientras Baleares y Canarias continúan lastradas por la fuerte contracción en los precios y las comunidades autónomas de interior sufren especialmente por la mayor debilidad de la demanda española.