

El 83% del sector turístico retrasa al año 2022 su recuperación a los niveles previos a la pandemia

Solo uno de cada diez empresarios prevé retomar el próximo verano sus ventas anteriores y el 5,9% alarga el objetivo a 2025, según Exceltur

ZENÓN GUILLÉN



MURCIA. El desplome histórico de la actividad turística como consecuencia de la pandemia está dejando muy tocado a todo el sector regional. Miles de negocios, especialmente los de alojamientos y hostelería, aunque también proveedores, agencias de viajes, empresas de transportes y firmas de servicios, están contra las cuerdas y, lo peor, sin saber cuándo volverá la recuperación. Una crisis que obligará a cerrar a un porcentaje importante de negocios y que se evidencia, igualmente, en un hundimiento de la confianza.

Ocho de cada diez empresarios turísticos murcianos, exactamente el 83,4%, consideran que no volverán a alcanzar los niveles de venta anteriores a la Covid-19 hasta el año 2022. Así lo reflejan las valoraciones sobre el presente ejercicio recogidas en una encuesta elaborada por el 'lobby' Exceltur -integrado por las principales compañías españolas- en su último informe 'Evolución y necesidades del sector turístico español ante el impacto del coronavirus'. En su análisis sobre la Región se constata además que apenas el 10,7% confía en recuperar para el próximo verano el volumen de ventas cosechado en 2019.

Un ejercicio «catastrófico»

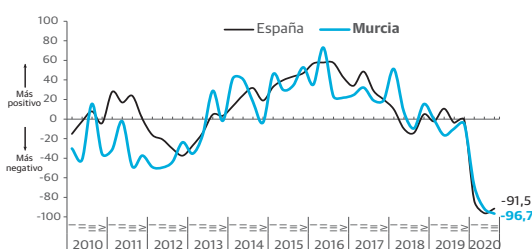
«Este 2020 ha sido catastrófico, no existe otra valoración, con un descenso de ingresos hasta ahora que oscila entre el 60% y el 80%, dependiendo de la tipología y la localización del establecimiento», reconoce el presidente de la Asociación de Hoteles de la Región de Murcia (Ashomur), Juan Carlos García. Una caída que hace inviable el mantenimiento de la actividad. Y es revelador que casi el 70% de la capacidad hotelera existente se encuentra paralizada, «con casi toda la oferta de costa cerrada desde septiembre», resalta.

Por ello, ante la incertidumbre reinante con la amenaza de nuevas medidas restrictivas debido a los rebotes de contagios -mientras no lleguen las vacunas-, las empresas dan prácticamente por

Balance y escenario empresarial en la Región

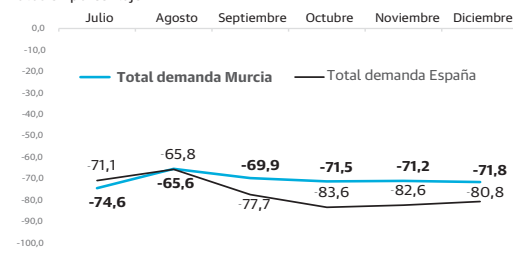
Informe de perspectivas turísticas. Impacto de la covid sobre el sector turístico español.

Índice de confianza turística empresarial en el sector del alojamiento



Variación interanual de las ventas en el tercer trimestre de 2020 en el sector del alojamiento

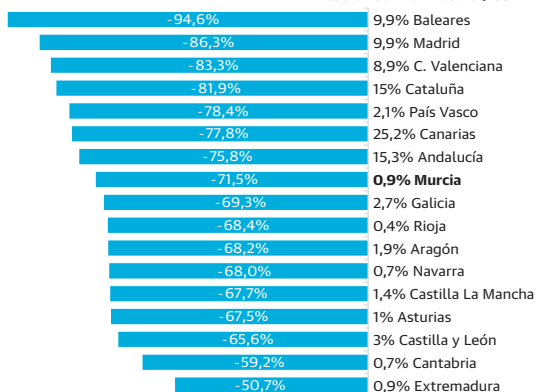
Datos en porcentaje



Niveles de ventas esperadas de las empresas de alojamiento por CC. AA.

Variación interanual. Cuarto trimestre. Datos en porcentaje

Peso en el 4º trimestre y CC.AA.



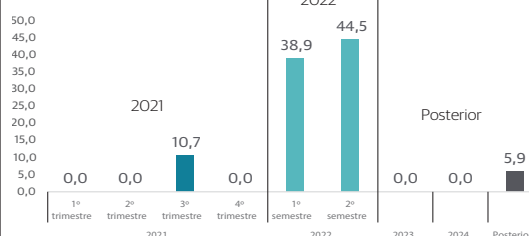
perdido el próximo año en cuanto a una reactivación efectiva de la demanda. De hecho, el pesimismo va más allá en el horizonte a corto plazo del inicio de la década, ya que hasta el 5,9% restante de los encuestados por la Alianza para la Excelencia Turística pien-

san que aquellos índices de facturación alcanzados con anterioridad al coronavirus no acontecerán hasta 2025 en adelante. Este verano el retroceso fue del 69,8%.

Esta visión negativa se agudiza más por el oscuro panorama que se vislumbra para un periodo tan

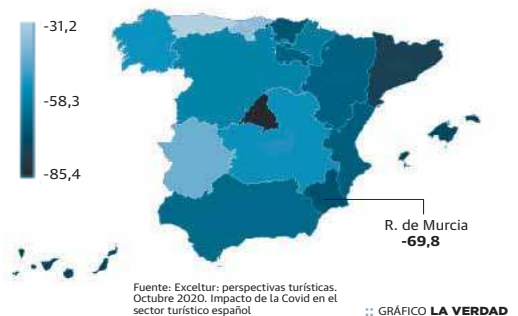
Perspectivas empresariales de recuperación de los niveles de ventas de 2019

Porcentaje de empresarios que esperan recuperar niveles de facturación de 2019



Variación interanual de facturación del sector del alojamiento

Tercer trimestre, datos en porcentaje



Fuente: Exceltur; perspectivas turísticas. Octubre 2020. Impacto de la Covid en el sector turístico español

GRÁFICO LA VERDAD

«Es el momento de reinventarse», asume el presidente de Croem

Aprovechar las crisis para salir fortalecidos es un principio básico del mundo económico. Y así de asumido lo tiene el presidente de la patronal regional Croem, José María Albarracín, quien reivindica que «es el momento de reinventarse en el sector turístico, porque no vamos a tener muchas más oportunidades en el futuro». Por ello, insta a la Comunidad Autónoma a «adecuar desde ya un gran plan de acción, porque es el momento clave para su desarrollo, que ayude a los hoteles y

a la propia promoción de la Región una vez que la pandemia empiece a ceder». En su opinión, «es necesario que vean en el turismo el complemento ideal, junto al sector agroalimentario, para ser los grandes buques insignias». De esa forma, se podrá volver a crecer apoyados en «las bondades de nuestro clima, gastronomía, patrimonio y el carácter de nuestras gentes», pero «siempre que se faciliten las condiciones óptimas para que vengan aquí». Y pone como ejemplo la potenciación de la oferta de golf que «es un atractivo espectacular para que acudan más extranjeros, sobre todo de los países nórdicos, Reino Unido, Países Bajos».

señalado como la Navidad, y con todo el invierno por delante. «Nos esperan aún unos meses duros de semiconfinamiento», admite Soledad Díaz, presidenta de la Asociación de Hoteles, Apartamentos y Camping de la Costa Cálida (Hostetur). O como añade García, «no

hay opción de puentes festivos, ni fines de semana, ni clientes de Imsero, todo ha desaparecido». Pero las expectativas de empleo no se circunscriben solo al territorio regional, sino que se trata de una visión generalizada en el conjunto del

sector turístico español. Así, la involución hacía mayores caídas en las ventas en la temporada baja, dando continuidad a la tendencia iniciada tras el verano, constata un retroceso medio a nivel nacional del 78% para este cuarto trimestre, según los datos de Exceltur. Una tasa por encima del propio ajuste que auguran los empresarios de alojamientos de la Región, que apuntan a un promedio de caída interanual del 71,5% –en la mitad de la tabla de las comunidades–.

Un factor determinante es que la demanda doméstica, frenada en seco con los nuevos confinamientos, retrocedió hasta acercarse a las caídas observadas en la fase inmediatamente posterior a la desescalada del primer estado de alarma. Del mismo modo, la presencia de turistas nacionales es mínima por la situación en todo el país, y la de visitantes extranjeros se ha quedado en testimonial.

Con todo, el presidente de la Confederación Regional de Organizaciones Empresariales de Murcia (Croem), José María Albarraquín, mantiene cierta esperanza y, por tanto, sostiene que ve el panorama «gris, pero no negro, ya que confío mucho en el tejido empresarial, porque creo que tenemos unos grandísimos hoteles, que tienen que seguir creciendo, y la Región tiene que ser una referencia en el sector turístico».

Desplome tras un flojo verano

Pero la desaparición del cliente español –tal como apuntan desde Exceltur–, que había sustentado la reducida actividad en las semanas centrales del verano, se ha materializado definitivamente en un desplome más profunda para los hoteles. Juan Carlos García, al frente del Alfonso XIII en Cartagena, tiene claro que «aguantar una estructura empresarial pensada para una producción del doble, cuando te quedas en la mitad, es absolutamente insostenible».

Y en esa misma línea coincide Díaz, propietaria del Hotel Bahía de Mazarrón, quien puntualiza que «la inversión de un hotel, con todos mis respetos, no tiene nada que ver con un bar o un restaurante; la propia estructura, los gastos fijos son diferentes». De ahí que le dé mucha importancia a las iniciativas de apoyo de las administraciones, como los créditos ICO, la protección de los ERTE o las ayudas del Gobierno regional. «Esperamos que los Presupuestos para 2021 incluyan la partida específica de 10 millones de euros para los alojamientos que nos dijeron», apunta. En el caso de la hostelería, el plan de rescate en marcha asciende a 37 millones de euros.

Lo cierto es que cada subsector

VALORACIONES

Juan Carlos García
Ashomur



«La caída de los ingresos oscila entre el 60% y el 80%, dependiendo del hotel y su localización»

Soledad Díaz
Hostetur



«Esperamos 10 millones de euros en los Presupuestos regionales de 2021 para los alojamientos»

Jesús Jiménez
Hostemur



«Es momento de reabrir toda la hostelería regional. Ha quedado demostrado que no somos el problema»

se enfrenta al dilema de la supervivencia dentro de sus peculiaridades. Los propietarios de bares, restaurantes y locales de copas han visto cómo sufrían otra vuelta de tuerca con las restricciones horarias y el segundo cierre, que por el momento se levantó el sábado en diez municipios.

Y es que, como advertía el presidente de la federación regional Hostemur, Jesús Jiménez, con el

toque de queda a las 23 horas, los negocios debían cerrar casi una hora antes, «lo que se llevaba por delante muchísimas cenas y con ellas cerca del 40% de la facturación diaria». En cuanto a la vuelta a la normalidad, con la reapertura de terrazas en localidades con menor incidencia, «ya no puede haber vuelta atrás». «Es el momento de reabrir toda la hostelería. Ha quedado demostrado que no somos el problema», considera.

El representante de Ashomur puntualiza, no obstante, con respecto a las ayudas públicas –créditos ICO, ERTE–, «dentro de esta situación de cuidados paliativos», que son «envenenadas», puesto que «te endeudas más, al gastar un dinero que no es productivo, solo para sostenerte, y que luego vas a tener que devolver».

«Canalizar todos los recursos»

«Este es el momento de canalizar todos los recursos que se tengan de la manera más efectiva –ayudas directas, exenciones de tributos– para salvar al mayor número de empresas posibles; porque gastar ahora dinero en promoción no tiene sentido», subraya García.

Aunque la crisis afecta a todos los sectores, las ramas de actividad asociadas al turismo son las más dañadas con gran diferencia, debido a las restricciones a la movilidad y las medidas de distanciamiento social. Y así lo reflejan las intensas caídas en sus ventas, tal y como demuestran todos los indicadores oficiales y los análisis de instituciones privadas.