

TRAS EL PEOR AÑO DE LA HISTORIA

Luz al final del túnel para el turismo

El fin del estado de alarma ha disparado la contratación de viajes, pero el sector es cauto: sin visitantes extranjeros las cuentas no salen

POR
RAQUEL BONILLA
MADRID

Como si de un ave fénix se tratara, la industria turística nacional comienza a resurgir de sus propias cenizas después de atravesar la tempestad más complicada de su historia. Tras más de un año prácticamente sin viajeros internacionales y con las restricciones de movilidad torpedeando cualquier atisbo de recuperación del mercado nacional, el fin del estado de alarma el pasado 9 de mayo

supuso el pistoletazo de salida para arrancar una temporada turística que pone todas sus esperanzas en el mercado nacional. «Comenzamos a divisar la luz al final del túnel, aunque por desgracia hay muchas empresas del sector que se han quedado por el camino. Las que han logrado resistir el envite ya están notando una tendencia al alza en reservas y en intención de viajar durante los próximos fines de semana, sobre todo por parte de los españoles, con un gran protagonismo del mercado emisor procedente



de Madrid y, en menor medida, de Cataluña y de País Vasco. La demanda internacional por ahora es otro cantar», reconoce José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur.

Aluvión de reservas

Los datos avalan esa percepción y el tsunami turístico parece inmediato, ya que esta semana «el aumento de contrataciones se ha desbocado casi un 80% en comparación con mediados de abril», confirma Ángel García Butragueño, director del Área de Tu-

risimo y Ocio de la consultora Braintrust, quien recuerda que «partíamos de unos meses casi tocando suelo, de ahí el fuerte impulso hacia arriba». De hecho, según Alberto Gutiérrez, CEO de Civitatis, especializada en tours y escapadas, «hemos notado un incremento en la reserva de actividades esta semana. Si seguimos a este ritmo, en mayo triplicaremos las reservas de abril, a pesar de que fue Semana Santa». Y una cifra similar arroja el informe «World Hotel Index» de SiteMinder, donde se confirma que las reservas hoteleras se han disparado hasta alcanzar el 72% en comparación con el mismo periodo de hace dos años.

La costa lidera la lista de destinos más reservados para este verano. En la imagen, la playa de Valencia

El empujón de esas reservas se traduce en la reapertura de un gran número de alojamientos que han permanecido tristemente dormidos durante estos meses, hasta el punto de que las grandes compañías ya cuentan con cifras de entre el 60% y el 80% de su planta abierta en nuestro país y confían en alcanzar el 100% a principios de verano, según confirman fuentes de NH Hotel Group y de Barceló Ho-

LAS CIFRAS

77%
del turismo será nacional

El mayor peso del sector recaerá este verano en los españoles, que supondrán tres de cada cuatro visitantes.

72%
más de reservas de hoteles

Las contrataciones de estancias dentro de nuestro país se han disparado esta semana después del fin del estado de alarma.

tels Group a LA RAZÓN. «La tendencia de estos días nos lleva a pensar que este verano podemos alcanzar unos niveles de demanda nacional cercanos al 65% respecto a lo que teníamos en 2019», pronostica Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat).

Sin embargo, a pesar de que todas las señales apuntan a un buen inicio de temporada alta, lo cierto es que esto no ha hecho más que arrancar y el sector se confiesa cauto: «Las expectativas están mejorando, gracias al levantamiento de las restricciones y al avance de la vacunación en

nuestro país, pero ahora falta que se conviertan en certezas, ya que la mayoría de reservas se realizan con una gran flexibilidad, sin costes de cancelación y a precios muy ajustados. Esta pandemia nos ha demostrado que el castillo de naipes puede desmoronarse casi de un día para otro si no existe una coordinación central», reconoce Zoreda.

Lejos de la rentabilidad

La pandemia volverá a ser una zancadilla difícil de esquivar para la cuenta de resultados de la industria los próximos meses. «No nos engañemos, pues el mercado nacional sólo cubre el 30% de las camas turísticas de nuestro país, por lo tanto, necesitamos al visitante extranjero», reconoce Estalella. Y así lo reafirma Zoreda, quien insiste en que «la fuerte demanda nacional nunca compensará la escasez de la internacional, pues hay territorios que en verano dependen del 90% de la llegada de visitantes de fuera y si éstos no vienen podrían volver a vivir un cataclismo por segundo año consecutivo. Para solventarlo necesitamos esfuerzos diplomáticos al mayor nivel posible».

Tal y como están las cosas ahora, con la conectividad aérea a medio gas y sin el pasaporte ver-

LA CLAVE

Reapertura de las agencias de viajes

El fin del estado de alarma se ha convertido en la luz verde que nos hacía falta para reservar las ansiadas vacaciones y con ello también ha sido el punto de inflexión para que «esta misma semana la práctica totalidad de las grandes redes de agencias de viajes hayan levantado la persiana, aunque con prudencia y con limitaciones de horarios y de personal. Pero ahora el turista no necesita más que nunca, pues somos la garantía de un viaje seguro», confirma Garrido, presidente de CEAV.

de confirmado todo parece apuntar a que «habrá que esperar a mediados de agosto o a septiembre para alcanzar unos niveles de visitantes internacionales cercanos al 60% en aquellos destinos que más dependen de este mercado», advierte Estalella. Y esa desazón también permanece en las agencias de viajes, ya que para ellas «el producto nacional apenas supone el 25% del total de la facturación, mientras que el 75% restante lo representa el turismo emisor y el “business travel” y esto todavía queda lejos», lamenta Carlos Garrido, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV).

EN BUSCA DEL VIAJERO INTERNACIONAL

Turistas extranjeros sin PCR ni vacunas

POR R. BONILLA MADRID

Si hay algo en lo que todo el sector turístico coincide es que los números no salen únicamente con los viajes realizados por los españoles. Y menos aún si Reino Unido mantiene el veto a nuestro país al considerarnos un destino no seguro. «Esta cuestión es muy grave, pues los británicos son nuestro principal mercado emisor y cada día que dejan de visitarnos perdemos muchísimo dinero», asegura tajante José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur, quien detalla que «España perderá 3.753 millones de euros en ingresos turísticos si

no llegan ingleses en mayo y junio, así como 27 millones de pernoctaciones menos».

Consciente de ello, el Ministerio de Turismo tiene todas las esperanzas puestas en el denominado Certificado Verde Digital o «pasaporte Covid», esa especie de llave mágica que abrirá la puerta de las ansiadas vacaciones, pero que parece encallarse en los despachos de la Unión Europea. Por ello, España volvió a solicitar ayer a los ministros de turismo que apoyen su propuesta de agilizar el uso del certificado para generar confianza en los viajes dentro de la UE y evitar decisiones unilaterales de algunos países que ya quieren abrir sus destinos. «Europa debe dar una

respuesta coordinada con protocolos de movilidad comunes», insistió ayer Reyes Maroto, ministra de Industria, Comercio y Turismo.

La «desesperación» del Gobierno español por atraer al viajero internacional es tal que nuestro país negocia la posibilidad de permitir la entrada de viajeros sin prueba PCR aunque no estén vacunados, siempre y cuando procedan de países de origen con una baja incidencia de contagio, tal y como ocurre actualmente con Reino Unido, Estados Unidos o algunos países de Latinoamérica o de Asia. Y esta medida también serviría, según Fernando Valdés, secretario de Estado de Turismo, «para aquellos países de la Unión

Europea con buenos datos de la pandemia, como Alemania o Francia, que son mercados prioritarios para nuestro destino».

Destino «Covid-free»

La lucha interna entre los países de la UE por liderar la lista de destinos más buscados resulta encarnizada. Las previsiones del Ministerio de Turismo apuntan a que nuestro país recibirá 25 millones de turistas este verano, lo que supondrá la mitad de los que llegaron en 2019. Pero para alcanzar esa cifra hay que salir ya en busca y captura del visitante. Turismo ha dado el primer paso al lanzar esta semana una campaña publicitaria valorada en más de ocho millones de euros. «Pero eso solo no basta. Muchos países nos han tomado la delantera con propuestas como la vacunación a los profesionales del sector. Ese factor podría ser determinante en destinos cien por cien turísticos, como por ejemplo nuestras islas, pues la imagen de seguridad determinará muchos viajes», advierte Zoreda.

El Gobierno valora permitir la entrada de personas de países con baja incidencia del virus sin necesidad de test ni inmunización



ALBERTO R. ROLDÁN