

El sector turístico se prepara para una ola de fusiones y quiebras

► La concentración del sector se focalizará en las agencias de viajes, hoteles y aerolíneas

JORGE AGUILAR
MADRID

Las empresas del sector turístico se preparan para un otoño y principios de 2022 lleno de fusiones y quiebras. Viajes El Corte Inglés y Logitravel, Avoris y Halcón Viajes, Iberia y Air Europa son algunos de los ejemplos de los procesos de compra que se están realizando en el último año. La concentración del sector continuará tras la crisis del coronavirus, donde muchas compañías están tocadas de muerte. Así lo vaticina el 'lobby' turístico **Exceltur**, que centra el tiro en las aerolíneas, hoteles y agencias de viajes, las ramas de actividad que peor lo han pasado durante la crisis del coronavirus. «No hay fondo de inversión que no esté testando los hoteles de España. Ya sea por comprar barato o por generar economías de escala», explicó ante los medios el vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**, José Luis Zoreda.

Los diferentes ritmos de recuperación según las empresas, los sectores y su localización marcarán este proceso de fusiones... y también de quiebras. De hecho, en verano todavía había un 14% de la oferta hotelera cerrada al público. Además, a pesar de que las empresas hayan podido mejorar sus datos de facturación en ese periodo, esto no ha venido acompañado de un paralelismo en la cuenta de resultados por el incremento de los costes de energía y materias primas. «Creemos que en 2022 habrá un buen número de empresas que no seguirán», predijo Zoreda. Porque aunque afirma que parece que lo peor para el sector «ha pasado» hay empresas que tienen «su supervivencia en juego».

Por contra, hay compañías que sí están capeando mejor el temporal. Para **Exceltur** son las que «apuestan por la digitalización, por tener recomposición en los canales de distribución con estrategias online y aquellas que se han focalizado en productos premium».

Dificultades para contratar

Otro de los problemas que están teniendo las empresas de las zonas donde el impacto de la pandemia ha sido mayor es la contratación de personal. Aunque en verano la afiliación se ha quedado un 13,9% por debajo de los datos previos a la crisis, lo que para Zoreda significa que los empresarios «han arriesgado y han apostado más por el empleo». Aun así, desde **Exceltur** perciben una traslación de personal desde el turismo hacia otros sec-



Muchos fondos están interesados en hoteles // ABC

CLAVES

Disparidad

La recuperación ha sido diferente según la empresa, el sector y su localización. De hecho, en verano aún hubo un 14% de la oferta hotelera cerrada. Esta debilidad de algunas compañías alimenta la concentración y las quiebras.

Más costes

La mayor facturación de las empresas durante el verano no se ha visto reflejada en las cuentas de resultados de las empresas por la subida de los costes derivados de materias primas, la energía y la electricidad.

Digitalización

Hay compañías que han soportado mejor la crisis. Según **Exceltur son aquellas que apuestan por una mayor digitalización y recomposición de sus canales de distribución y venta.**

Empleo

La afiliación del turismo se quedó en septiembre a un 13,9% de 2019. Sin embargo, las empresas han tenido dificultades para contratar porque muchos trabajadores se están trasladando a otros sectores que capearon mejor la crisis.

tores cuya recuperación en esta crisis ha sido mucho más rápida y una dificultad de contratación en verano.

En la época estival el sector vivió un importante repunte de su actividad, gracias sobre todo a la demanda española. Tal fue el movimiento de los españoles en los meses estivales que incluso superó en más de tres puntos los niveles de 2019. Además de una demanda embalsada, las restricciones para viajar al extranjero también provocaron una mayor demanda en los destinos nacionales. En concreto, parte de los 9.000 millones que los españoles generaron en 2019 al viajar al extranjero en verano se quedó en nuestro país.

Este repunte veraniego y la todavía lenta, pero imprevisible, mejoría del turismo que se espera en otoño, provoca una revisión al alza del PIB turístico en 2021 de ocho puntos por parte de **Exceltur**, hasta alcanzar los 87.000 millones de euros, casi un 44% menos que en 2019. Supone que la actividad turística se sitúe a niveles de 2003.

La otra cara de la moneda de las restricciones fue que la demanda internacional continuó en verano a la mitad de los niveles de 2019. En este último trimestre se espera que los extranjeros sean el motor de la recuperación. Además, Canarias empieza su temporada alta, la cual se espera que sea positiva. De hecho, la erupción del volcán de La Palma no ha afectado a las reservas, mientras que la capacidad aérea de las islas está un 5% por debajo de 2019.