

LA REALIDAD DE LOS DATOS

Menos turistas. Canarias sufrió en el mes de marzo una caída de un 20% en la llegada de turistas extranjeros respecto al mismo mes de 2008. En el primer trimestre, el descenso interanual se situó en torno al 15%. No se registraba un volumen de turistas tan bajo desde hace 14 años, tal y como confirman las estadísticas.

Invierno frío. Es cierto que el descenso de los resultados de los hoteleros en Canarias en marzo es inferior al del conjunto de España, pero en el caso de las Islas este descenso es más significativo porque se trata del destino rey por excelencia durante el invierno. Tiene mayor impacto que las pernотaciones caigan un 10% en Canarias que un 21% en Baleares, donde aún no ha comenzado su temporada alta.



SÍNTOMAS DE RECUPERACIÓN

A última hora. «La caída no es tan gorda como esperábamos». La frase resume el sentir de la Administración pública y la patronal. Y es que las reservas anticipadas han descendido entre un 30 y un 40%, lo que hacía pensar en un desastre económico. Tal desastre no ha llegado porque el descenso de las llegadas (-15% en 2009) no ha sido tan acentuado, lo que confirma que los turistas compran cada vez más a última hora. El gasto total de los turistas cayó en febrero un 9,8% interanual en las Islas, según el Ministerio de Turismo.

Mercados alternativos sólidos. Empresarios e instituciones públicas dan por hecho que a pesar de los esfuerzos, el mercado británico no mejorará a corto plazo. Pero otros como el noruego o el polaco crecen.

EL PESIMISMO TURÍSTICO CRECE

➤ LAS EXPECTATIVAS HOTELERAS DESCIENDEN A NIVELES HISTÓRICOS AÚN CON INDICIOS POSITIVOS



Invierno. La llegada de turistas ha descendido un 15% en el primer trimestre de 2009 respecto al mismo periodo del año pasado.

La caída del sector turístico durante el primer trimestre ha hecho crecer el pesimismo de los hoteleros canarios hasta niveles históricos. Casi la mitad daba por hecho hace algunas semanas que la situación económica será mala o muy mala. Pero el freno de la caída en marzo, muy inferior al del conjunto del Estado, abre nuevas esperanzas.

JOSÉ MIGUEL PÉREZ
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El sector turístico canario se debate ahora entre el pesimismo que ofrecen los datos fríos, que arrojan los peores resultados de los últimos 14 años en el arranque de 2009, y la esperanza de algunos síntomas de recuperación, y que, sin ser positivos, apuntan a que la crisis no está dando tan de lleno al Archipiélago como a otros destinos nacionales.

Lo cierto es que hace apenas unas semanas, la crisis económica global desembocó la caída de las expectativas de los hoteleros canarios hasta niveles nunca vistos en la historia reciente, tal y como reflejan la última encuesta del Instituto Canario de Estadística (Istac) sobre previsiones para el segundo trimestre.

Según este informe, dos de cada diez empresarios turísticos (el

19,35%) preveía en este arranque de año que la situación económica será «muy mala» entre abril y junio. Un año antes, sólo dos de cada cien (el 1,9%) veía tan negro el panorama, una diferencia que confirma el pesimismo con el que la principal industria turística afronta la temporada baja este año 2009.

Otro 26,9% de los hoteleros encuestados por el Instituto Canario de Estadística (Istac) vaticina que la situación será mala, frente al 14,3% de hace un año. Este retroceso en las expectativas se repitió en todas las variables a las que el Gobierno canario ha preguntado.

EXCULTUR. Este pesimismo era confirmado por el lobby de empresas turísticas Excultur, que reconocía en su último informe que Canarias, en la mitad-final de sus meses de temporada alta, cierra un primer trimestre de 2009 con intensas caídas en las pernотaciones hoteleras (-10,5%) y bajas expectativas de resultados empresariales, producto de la sobreoferta estructural de capacidad alojativa que aún subsiste, la irregular competencia en precios que generan los hoteles más indiferenciados y la excesiva y caduca oferta de apartamentos, junto a una

menor oferta de vuelos, en parte consecuencia de lo anterior.

No obstante, la propia asociación advertía de que la caída en las pernотaciones en Canarias «es de las menores, muy por debajo de otras Comunidades como Baleares (-23) o Andalucía (-16%)».

Excultur confirmaba además que «las cada día más duras e inevitables estrategias de contención de costes y ajustes de capacidad para atacar la ya de por sí desmesurada sobreoferta en todos los subsectores turísticos, se han traducido en el cierre de múltiples oficinas de agencias de viajes y en el caso de hoteles en zonas vacacionales se ha pospuesto su apertura (Baleares), o, como en el caso de Canarias, se ha adelantado el cierre», sobre todo de complejos de apartamentos, «hasta ver venir mejor la temporada de verano».

Pero la patronal canaria ha visto un rayo de esperanza el freno de las caídas hoteleras en marzo. De hecho, el descenso en las pernотaciones y ocupaciones de en torno a un 10% en este segmento es muy inferior al que apuntaban las caídas de las reservas varios meses antes, debido al retraso de la compra de las vacaciones.

POSTURAS ENFRENTADAS

La CEOE critica el catastrofismo de Excultur

■ La incertidumbre que genera la crisis en el sector turístico hace que ni siquiera los empresarios se pongan de acuerdo a la hora de hacer una radiografía de la situación.

El lobby turístico Excultur advierte, en su último informe de que en el primer trimestre de 2009 el PIB turístico cayó un 7% respecto de un 2008, que arrancó de forma «mucho más positivo». La Alianza para la excelencia turística recalcan que los analistas estiman la caída para el conjunto de la economía española del 3,1% en este primer trimestre. Además, recalcan que «los malos resultados empresariales de la reciente Semana Santa, aparte de una leve y corta contención de la caída de ocupaciones, no rompe la tendencia ni la falta de visibilidad que aún impera frente a los próximos meses de primavera».

Un día después de hacer público este informe, el Consejo de Turismo de CEOE destacaba la buena situación de las empresas turísticas españolas y criticaba los «criterios catastrofistas expresados por algún círculo empresarial turístico». El Consejo destaca que el mercado turístico está sufriendo las consecuencias de la crisis «considerablemente menos» que otras actividades.

Según la CEOE, España recuperará el lugar privilegiado que tiene en el turismo mundial «tan pronto pase la crisis internacional». Considera que las empresas turísticas españolas han «sabido adecuarse» para mantener la competitividad frente a otros destinos competidores.

PROMOCIÓN

CAMPAÑA EN EL ZOO DE MADRID

La Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias ha desarrollado este fin de semana una doble campaña promocional del archipiélago como destino turístico destinado a las familias que inundará el Zoo de Madrid con la marca de las Islas Canarias en pañuelos, camisetas, juegos con animadores, y la presencia de cuatro mascotas que interactúan con los niños y representan a los volcanes, el sol y las playas Canarias.