

El turismo pasa la prueba de Semana Santa

Los empresarios prevén un alto nivel de ocupación y destacan la nula incidencia del 11-M en las reservas

BELÉN CEBRIÁN

Los hoteleros españoles están tranquilos. La Semana Santa, la primera prueba para detectar la salud del turismo, ofrecerá un buen balance, si el tiempo lo permite. Porque es la meteorología sobre cualquier otra cosa lo que incidirá en los índices de ocupación. El sector no ha resultado afectado por el 11-M, salvo algo en Madrid. Para verano apenas hay previsiones. "Todavía es pronto", dicen.

El 11 de marzo removió todos los miedos. Más allá del dolor provocado por los atentados, en el terreno económico el recuerdo del 11-S se hizo sentir con fuerza en algunos sectores, especialmente el turismo, cuyos valores sufrieron el castigo en Bolsa. Fue sólo un susto pasajero. Veinte días después y en vísperas de Semana Santa, no hay ninguna señal que indique que el terrorismo vaya a hacer mella en el sector. "Desgraciadamente", han dicho varios empresarios. "España ya ha superado otros atentados, y en éste hemos dado al mundo una lección de cómo se debe reaccionar".

Solamente el fin de semana inmediatamente posterior al fatídico jueves 11 se cancelaron en Madrid reservas de habitaciones —algunas estimaciones las sitúan en un 20%— y bajaron las de Iberia. Luego, coinciden los empresarios, todo ha vuelto a su cauce. El tráfico aéreo en Europa, según la Asociación de Líneas Aéreas Europeas (AEA) ha crecido un 8% del 15 al 25 de marzo, y el número de pasajeros en Iberia ha subido un 9,4% del 14 al 20 de marzo y un 12,2% la semana posterior. "Ya el puente de marzo", dice José Guillermo Díaz Montañés, presidente de la Confederación Española de Hoteles. "hubo 14 millones de desplazamientos. No se ha alterado nuestra forma de vida".

Ese puente y la Semana Santa son vacaciones eminentemente nacionales, y el turismo, dicen los empresarios, no se va a resentir. "Es difícil hacer previsiones por dos motivos", continúa Díaz Montañés. "Primero, porque el 80% del mercado en Semana Santa es nacional y reserva muy tarde, y después porque depende muchísimo del tiempo que haga".

El presidente de la Comisión de Turismo de la Confederación

de Empresarios de Andalucía, Miguel Sánchez, ha asegurado que se mantienen las previsiones para Semana Santa: la patronal de Las Palmas calcula una ocupación del 90% y niega que se hayan producido cancelaciones o caída de reservas, y en Baleares, el consejero de Turismo del Gobierno autónomo, Joan Flaquer, espera mejor ocupación que el año pasado "con un índice de hoteles abiertos también superior".

La recuperación de Baleares la constatan cadenas como Sol Meliá, que prevé una ocupación en el archipiélago del 93%, Barceló, que espera una ocupación superior en un 10% a la del año anterior, o Riu, que afirma "estar al completo".

Apoyo alemán

Las islas han recibido un fuerte apoyo de las autoridades y los empresarios alemanes en la feria internacional de turismo ITB celebrada en Berlín coincidiendo con el atentado, y prevén una temporada estival mejor que la anterior, especialmente en Mallorca, gracias, según los operadores alemanes, a un mejor ajuste de precio y a las campañas del Gobierno balear. TUI ha manifestado que ya registra un aumento de un 11,7% en el número de turistas alemanes en Mallorca. Thomas Cook ha aumentado sus reservas globales a Mallorca un 15% y el grupo Rewe ha reconocido también más viajes para Mallorca este verano que el anterior.

Sin embargo, los empresarios españoles no han querido hacer previsiones para los meses de verano. Consideran que aún es muy pronto por dos razones: la consolidación en la tendencia a reservar cada vez más tarde, y el aumento de los viajes individuales —sin paquete contratado— y de último minuto. Según los datos que aporta José



Turistas japoneses en la tienda del Real Madrid, en el estadio Santiago Bernabéu.

L. Y MARTÍN



Iberia aumentó un 9,4% el número de pasajeros entre el 14 y el 20 de marzo —después del atentado— y un 12,2% la semana posterior

La patronal de Las Palmas calcula una ocupación del 90% y el Gobierno balear prevé una afluencia mayor a las islas que en 2003

Ignacio Rojas, socio director de la consultora Mazars, el año pasado ya el 8% del turismo era individual, "pero este porcentaje", añade, "crece de forma exponencial".

"De aquí a verano, quién sabe", dice José Luis Zoreda, vicepresidente de Excetur. "En cualquier caso", añade, "las incertidumbres que se dan son ajenas a los atentados del 11-M. Tienen más que ver, por ejemplo, con un índice de confianza del consumidor en Alemania menor al esperado o, para el turismo ligado al dólar, con la evolución del cambio con respecto al euro". La apreciación de la moneda europea no ha sentido bien a la mayoría de los hoteleros.

A este respecto, desde el 11-M sólo es minimamente destacable la disminución que se ha producido en el turismo norteamericano, muy reticente a viajar desde el 11-S, y el japonés. Pero entre ambos apenas suponen el 1% del total de extranjeros que visitan España, aunque, eso sí, gastan más.

"Señales de alerta", dice Rojas, "no hay. Y cancelaciones o

caídas significativas de reservas, tampoco". En Excetur, que coinciden totalmente con esa apreciación, señalan además que en caso contrario, habría que tener en cuenta también la fortaleza del turismo español, que supone ya aproximadamente la mitad de los ingresos, y que ayuda a la desestacionalización de la industria y la diversificación.

La Confederación Nacional de Hoteles y Alojamientos Turísticos reconoce no tener datos exactos, por ejemplo, del turismo rural —fundamentalmente español—, pero mantiene que esta Semana Santa tendrá muy buenos niveles de ocupación. Y la red de Paradores afirma que el volumen de reservas para Semana Santa, al pasado miércoles, ascendía al 84,5%, pese a contar con un 9% más de oferta que en el año anterior. Paradores, que también dice no haber experimentado cancelaciones ni reducción en las reservas, espera superar el 89,5% de ocupación que registró el ejercicio anterior, contando con las reservas de última hora "y con la previsión de buen tiempo".

Madrid, entre la boda real y los Juegos Olímpicos

Madrid ha sido prácticamente el único destino afectado por el 11-M. Según los datos en poder del Ayuntamiento, la primera semana tras el atentado las cancelaciones en los hoteles alcanzaron una media del 23%, con un coste de 5,9 millones de euros, y para Semana Santa la caída de las reservas se cifra entre el 10% y el 12%.

"Por descontento que el atentado ha tenido repercusión", dice un hotelero con establecimientos en la capital, quien prefiere no ser citado. "Un atentado así pasa factura. La ciudad ha sufrido, aunque ya se está recuperando. Y, en cualquier caso, las caídas de reservas no han sido espectaculares. De ninguna manera se puede comparar la situación al 11-S en Nueva York".

A juicio de Jesús Gatell, presidente de la Asociación de Hoteles de Madrid, más que el atentado lo que está haciendo daño a la industria es la fortaleza del euro, ya que el 40% del turismo que recibe la ciudad viene del área dólar y ahora le resulta aproximadamente un 30% más caro que hace un año. Eso y la sobrecapacidad hotelera. Mientras el año pasado el aumento de la demanda fue del 1,1%, la oferta de 2000 a 2006 va a crecer un 45%.

Sin embargo, en la asociación están esperanzados. Hoteleros, Ayuntamiento y Comuni-

dad de Madrid están trabajando en la creación y consolidación de la marca Madrid como una ciudad de cultura, cercana, abierta y solidaria.

La primera ocasión para demostrar esa cara será la boda real el próximo mayo. Y la gran ocasión, los Juegos Olímpicos que Madrid quiere ganar para 2012. Ese es "el motor de la ciudad", según el consejero delegado de Economía, con responsabilidad en turismo, del Ayuntamiento, Miguel Ángel Villanueva. Entre los dos acontecimientos, Madrid ofrecerá, además, un eje cultural único (Thyssen-Museo del Prado); la ampliación de Barajas, y un nuevo plan de ocio nocturno.

