

TURISMO EL SECTOR CONFÍA EN MANTENER LAS CIFRAS DE AFLUENCIA DEL AÑO PASADO EN PLENA RECESIÓN

Las consecuencias de la crisis están golpeando también al sector turístico, aunque el de Lleida afirma capear mejor el temporal que los destinos de masas. En el primer semestre de este año, los viajeros a hoteles de Lleida han bajado un 10% y la contratación de personal, en junio, es un 11,8% menor que en 2008 y un 20% menor que en 2007. La coyuntura fomenta el debate y el sector, que ahora rebaja precios, apuesta por reforzar la calidad.



Los hoteles han visto caer su negocio a lo largo de este año

Nuevos tiempos para el turismo

La caída de un 10% de turistas el primer semestre y de la contratación, un 11%, obliga al sector a buscar fórmulas que van de las rebajas a la calidad

H.CULLERÉ

LLEIDA | El turismo de Lleida ha ido creciendo en la última década de forma pausada pero continúa, lo que ha posibilitado que, a diferencia de los destinos de masas, este año capee mejor el temporal. Pese a todo, los datos de la crisis están ahí. Los hoteles de las comarcas de Lleida han recibido durante los seis primeros meses del año a 365.835 viajeros y han registrado 837.105 pernoctaciones. De media, ha habido un 10% menos de turistas en los hoteles cada mes y un 11% menos de pernoctaciones respecto al año pasado, según datos del INE. En junio, las pernoctaciones bajaron un 4% en relación con las del mismo mes en 2008, un índice inferior a la media española (un 6,4% menos) y mucho más alejado de la caída del turismo en destinos como el de sol y playa. El mes de julio se ha cerrado en Lleida con unos porcentajes de ocupación entre 5 y 10 puntos por debajo de los del año pasado, en torno al 40%, y para este agosto, los empresarios confían en mantenerse alrededor de las cifras del año pasado (del 65 al 80% de media) en hoteles, turismo rural, campings y deportes de aventura.

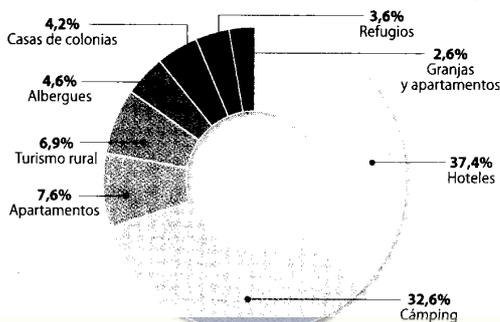
El descenso se ha producido a pesar de que por primera vez en Lleida se han asumido técnicas agresivas de promoción, con reducción o congelación de tarifas y ofertas de 2 por 1. Esto supondrá que la rentabilidad de cada plaza disminuirá, según la Federación de Hostelería, entre un 15 y un 20%. En el conjun-

LA OFERTA CRECE CADA AÑO

EVOLUCIÓN TURISMO LLEIDA 2000-2008

	2000	2008	2009
Agencias de viajes	64	105	-
Oficinas de información	19	53	-
Campos de golf	3	7	-
Bañerías y centros termales	2	3	-
Estaciones de esquí	11	12	12
Empresas de aventura	45	141	141
Hoteles	344	-	427
Turismo rural	241	-	560
Campings	63	-	62
Apartamentos	-	-	89

PESO DE CADA SUBSECTOR EN LA OFERTA TOTAL DE LLEIDA (EN Nº DE PLAZAS)



Y LA DEMANDA SE FRENA CON LA RECESIÓN

TURISMO RURAL

2001	46.521 viajeros (3.877 de media al mes)	CRECIMIENTO
2008	88.695 viajeros (7.391 de media al mes)	+90,66%

HOTELES

2007	66.206 de media al mes (794.468 total)	La ocupación en los hoteles ha bajado un 10% de media al mes sobre 2008. En junio, la ocupación en estos establecimientos ha bajado un 6,92% respecto a 2008
2008	67.789 de media al mes (813.463 total)	
2009	60.973 de media al mes (635.835 1r sem.)	
2007-2009	-7,9%	2008-2009 -10,05%

OCUPACIÓN HOTELERA

2000-2008	+17,97%	OCUPACIÓN CÁMPINGS
2001-2008	+25,45%	

PERSONAL CONTRATADO

TURISMO RURAL (*)

2001	295	CRECIMIENTO
2008	752	+154,92%

HOTELES (*)

2007	1.953	JUNIO 2009/JUNIO 2008	
2008	1.776		-9%
2009	1.668		-6%
		-11,8%	

(*) media mensual

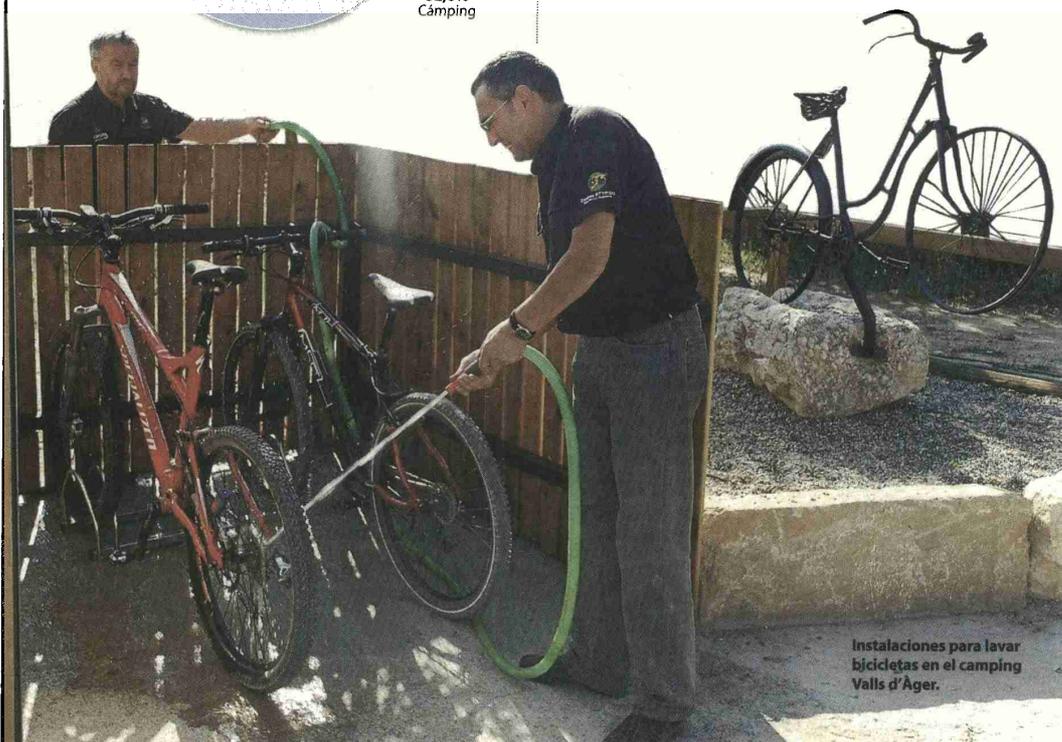
Fuente: INE y Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida

OFERTA Y DEMANDA

En cinco años se han abierto 296 establecimientos y la demanda no ha parado de crecer, hasta ahora

to del Estado, los precios han bajado un 6,5% en junio, lo que implica que los ingresos percibidos por habitación ocupada hayan bajado un 5% durante ese mes, según datos del INE.

El descenso de la actividad ha provocado, además, que el volumen de contratación de personal para los hoteles se haya ido reduciendo desde enero hasta junio con la única excepción del mes de abril. En junio, los hoteles de Lleida contrataron a un 11,8% menos de personal que en 2008 y un 20,18% menos que en 2007. La media de contratación durante el primer semestre del año ha caído un 6,08% sobre 2008 y un 14,6% sobre 2007. Pese a todo,



Instalaciones para lavar bicicletas en el camping Valls d'Ager.

TURISMO POSIBILIDADES DE FUTURO



Estancias más cortas

El perfil del turista ha cambiado en los últimos años y ahora duerme en Lleida menos noches. En los hoteles, por ejemplo, la estancia media en verano va de los 1,9 a los 2,7 días, lo que obliga al empresario hotelero a buscar nuevos clientes para la misma habitación de dos a tres veces por semana.



Mercado internacional

Grupos de holandeses han llenado estas semanas los campings de Lleida, mientras que destinos como el Parque Nacional reciben a decenas de israelíes. Sólo la oficina de Sort atiende cada semana a una decena de ellos. En general, los extranjeros son de un 5 a un 15% del turismo de Lleida.

Los empresarios están moderadamente optimistas: "Nos estamos acercando a las cifras del año pasado" en afluencia, afirma Juan Antonio Serrano, presidente de los hoteleros, aunque el ingreso medio por habitación "quedará muy por debajo" de otras temporadas. Para Josep Lluís Farrero, presidente de la federación de Casas de Payés, "somos el sector, quizás, menos afectado", mientras que Florido Dolcet, de las empresas de aventura, asegura que "los clientes fieles no nos han fallado".

Menos turistas, más plazas

Atraer a 18.688 turistas nuevos entre junio y septiembre parece un árduo reto en plena crisis global. Pero ésta es la cifra que debería cubrirse para rentabilizar las plazas hoteleras creadas en el último año. Entre todos los sectores, hay 605 plazas más. En los ocho nuevos hoteles, 584. Mientras, la estancia media de los turistas en Lleida en estos establecimientos oscila entre los 1,9 y 2,7 días, lo que implica que cada semana deba renovarse la clientela entre dos y tres veces, o más de 30 veces durante el verano, por lo que hay que atraer casi a 20.000 turistas más. Esto no ocurre en los establecimientos extrahoteleros, donde la estancia es más prolongada. Sea como sea, el incremento de la oferta turística en la última década ha ido muy por encima del aumento de la demanda y, pese a todo, el turismo no ha parado de crecer. Hasta ahora.

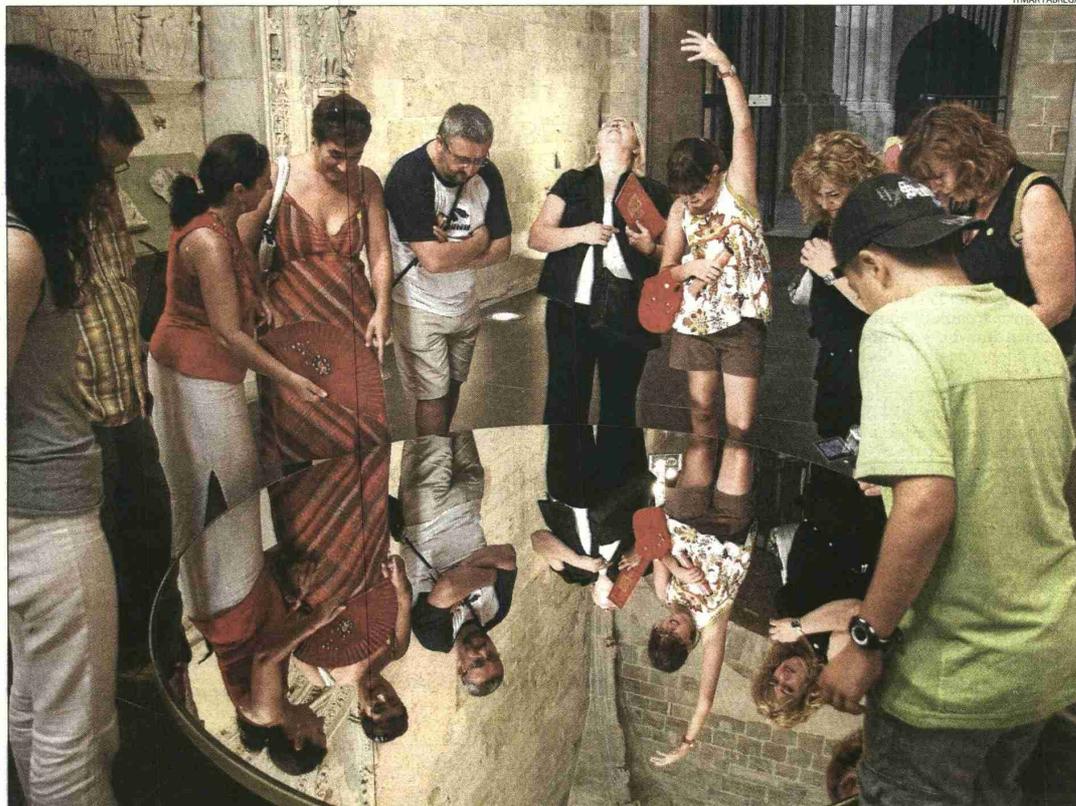
Ocasión para el debate

Si en algo coinciden empresarios y administración es que la crisis es una buena oportunidad para plantear

CALIDAD E IGUAL PRECIO

La Federación de Hostelería defiende que hay que reforzar la calidad y mantener los precios

una nueva estrategia. Ramon Solsona, gerente de la Federación de Hostelería de Lleida, sostiene que en los últimos años el perfil del turista que visita Lleida ha cambiado: "Ahora son familias con dos o cuatro hijos o parejas de fin de semana o bien un tipo de turista muy especializado", lo que obliga a los distintos sectores a satisfacer demandas añadidas. "Debemos conocer quién es nuestro cliente potencial para reforzar determinadas logísticas. El ejemplo más evidente es la creciente demanda de aficionados al ciclismo, pero los hay que buscan mariposas o son fotógrafos de naturaleza. Hay que apostar por la calidad e intentar aguantar los precios", afirma Solsona.



La Seu Vella, icono del turismo de la ciudad de Lleida, se muestra casi a diario a grupos de turistas como éste, que la visitó el primer día de agosto.

Nuevas oportunidades

El palacio de congresos, el aeropuerto de Alguaire o las rutas por los pueblos con encanto abren un abanico de posibilidades para el turismo

[LLEIDA] Si el turismo del Pirineo se ha consolidado en los últimos años, el del llano está por despegar. En el año 2000 había en Lleida 241 casas de turismo rural, sólo una pequeña parte en las comarcas del sur. Este año, estos establecimientos han superado de largo el medio millar (560). En las comarcas del llano, hace nueve años había 23 casas rurales y ahora son 131, una cuarta parte del total. En los próximos años, el conjunto de la oferta turística puede verse reforzado por una demanda en alza si se atienden las previsiones sobre el flujo que pueden crear proyectos como el aeropuerto de Alguaire, el palacio de congresos de Lleida y nuevas marcas como la recientemente creada *Pobles amb Encant*, promovida por la Federación de Hostelería y financiada por la Diputación. Las previsiones sobre el aeropuerto se confirmarán en unos años. Mientras, iniciativas como la participación de la ciudad de Lleida en un proyecto estatal sobre turismo gastronómico o la oferta de patrimonio inmaterial como las leyendas del Pallars pueden con-



Una calle de Guimerá, posible candidata a la red de pueblos con encanto.

tribuir a asegurar una demanda estable. En Lleida ciudad, un 54% de los visitantes proceden de otros puntos de la provincia y de la Franja (datos de 2008); un 21% son del resto del Estado; un 18%, del resto de Catalunya y el 7% restante son extranjeros. Esto implica que buena parte de los viajeros que visitan la ciudad lo hacen por negocios u otro tipo de gestiones.

De hecho, según los datos del Observatorio de Turismo, el pasado junio la estación del AVE registró 749 llegadas menos y 1.138 salidas menos que el mismo mes de 2008. Esta tendencia se ha repetido cada mes de este año con excepción del de mayo. El ayuntamiento da por sentado que este descenso se debe a la crisis, con especial incidencia en los gastos de empre-

sa, por lo que las cifras podrán recuperarse cuando pase el temporal. Por eso, el estreno del palacio de congresos y las iniciativas hoteleras que pueda motivar serán clave para la evolución del turismo en Lleida. El futuro, insisten en la oficina de turismo de la capital, pasa por la calidad.

Para el presidente de la Federación de Hostelería, Juan Antonio Serrano, en Lleida hay "recursos y posibilidades. Lo que hay que hacer es adaptarse al mercado y fomentar la gestión empresarial: trabajar mucho y especializarse". Para el responsable de la federación de asociaciones de casas de turismo rural, Josep Lluís Farrero, esta tendencia va ligada a la necesidad del empresario de adaptarse a la demanda y a la obligada "profesionalización" del sector. "La crisis siempre fomenta el debate, pero habría que analizar cuáles son los nuevos hábitos. El cliente de siempre no se ha ido pero pueden abrirse nuevos mercados hacia el resto de España". El descenso de la ocupación actual se explica por la "coyuntura, pero puede servir para inventar y reactivar".

TURISMO LA OFERTA LERIDANA

>>> El despegue del turismo rural

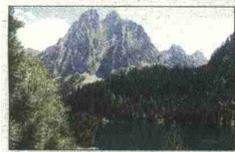
■ En el año 2000 había en Lleida 23 establecimientos de turismo rural en las comarcas del llano, con 201 plazas, y 218 casas en el Pirineo, con 1.784 plazas. Este verano se ofertan 131 casas en el llano y 429 casas en el Pirineo, lo que suma 3.652 plazas en toda la provincia.



Más calidad de la oferta

■ En el año 2000 había en Lleida un hotel de 5 estrellas y 10 de cuatro (tres paradores nacionales); 26 de 3 estrellas; 44 de 2 y 55 de una. Este año hay cinco hoteles de 5 estrellas; 26 de cuatro; 63 de tres; 81 de dos y 57 de una. También hay 196 pensiones de una y dos estrellas, frente a las 211 de 2000.

PATRIMONIO



AIGÜESTORTES I ST. MAURICI

Visitantes: Medio millón al año

■ El de Aigüestortes es el único parque nacional de Catalunya y está muy bien valorado dentro de la red de parques de España.

LA SEU VELLA

Visitantes: 54.597 durante 2008

■ Icono del turismo de la capital. Mostró su máximo esplendor en 2003, con 67.000 visitas por la exposición del 800 aniversario.

ROMÁNICO DE LA VALL DE BOÍ

Visitantes: 157.000 en 2007. El primer semestre de 2009, 40.986

ESTANY D'IVARS I VILA-SANA

Visitantes: 24.000 en el primer semestre de 2009.

■ El Estany es un valor en alza y



la cifra de visitantes subirá al incorporar caballos y barcas.

MUSEU DIOCESÀ I COMARCAL

Visitantes: 32.954 (primer año)

■ Inaugurado a finales de 2007, en el primer año de funcionamiento se colocó en el primer puesto del ranking de museos por visitantes en Lleida.

VALLFOSCA

■ El teleférico de la Vallfосca es usado por miles de turistas cada año, atraídos por las vistas del Jussà y Estangento.

MUSEU DE JOGUETS DE VERDÚ

Visitantes: Unos 25.000 al año

■ En cinco años, el Museu de Joguets i Automats de Verdú ha alcanzado las 100.000 visitas, lo que supone una media de 25.000 al año.

CASTELLS DE LLEIDA

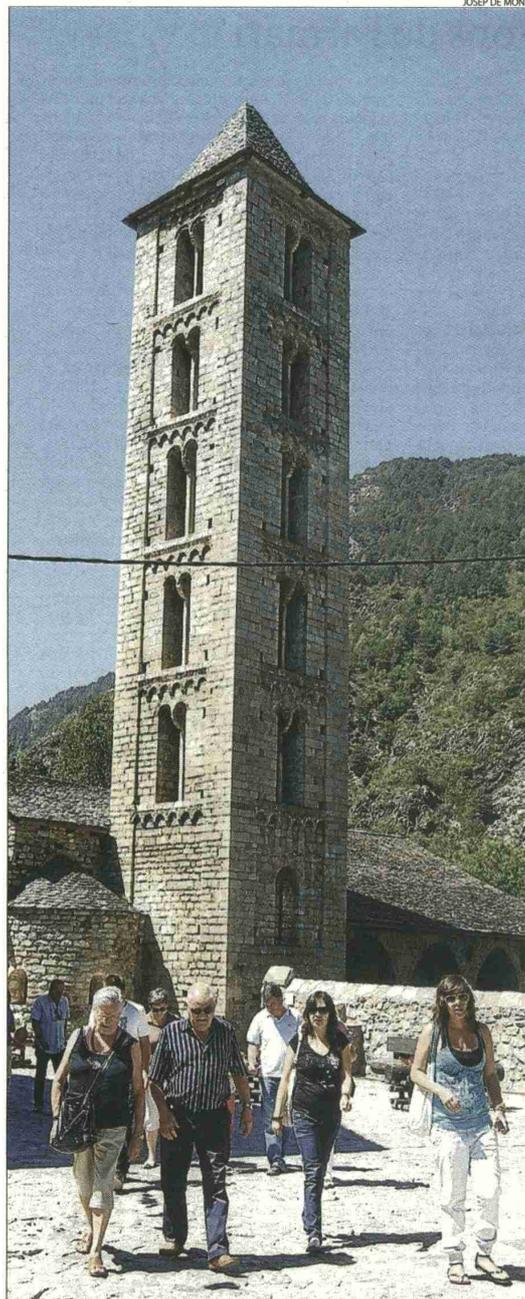
Visitantes: Hasta 20.000 al año

■ Los más visitados son los de Montsonís y Gardeny, que reciben al año entre 18.000 y 20.000 visitas. Les siguen Pallargues, Florejacs, Montclar, entre otros.

PARC DE L'OLI MASIA SALAT

Visitantes: 44.000 al año

■ El complejo Masia Salat, que incluye el Parc Temàtic de l'Oli, recibe 43.788 visitas en un año.



Las reservas en la Ribagorça cayeron un 15% en julio respecto a 2008.

Las agencias de viajes temen cierres masivos tras el verano

■ Los leridanos siguen viajando pero lo hacen más barato. El director general de Ittrida Viatges en Lleida, Celestí Roca, afirma que hay un 4% de usuarios de su agencia que este año se quedan en casa. Sin embargo, "la facturación bajará mucho más, porque los clientes eligen destinos más económicos". Desde este punto de vista, Roca sostiene que el turismo ha caído entre un 25 y un 35% este verano y "Catalunya es la segunda comunidad

más afectada, por detrás de Aragón". Los datos de Exceltur, una asociación que reúne a los principales grupos empresariales de turismo, sostiene, según Roca, que en España cerrarán después de la temporada de verano entre 2.000 y 2.500 agencias de viajes, "lo que supone un 30% sobre el total". Para Roca, este porcentaje podrá aplicarse en Lleida. Además, lamenta la falta de ayudas a este subsector a caballo entre el comercio y el turismo.



Colas de turistas en la parada de taxis del Parque Nacional en Espot.

Un agosto pendiente del 'last minute'

El sector confía en igualar el 2008 pero las reservas son más tardías

[LLEIDA] Con 12 establecimientos y 605 nuevas plazas turísticas más que el año pasado, el sector aspira a aguantar e igualar las cifras de ocupación del año pasado, de modo que finalizado el verano hayan pasado entre julio y septiembre por las comarcas de Lleida unos 800.000 turistas. De hecho, agosto podría compensar las débiles cifras de julio. Atracciones como el Parque Nacional rompen esta tendencia y, según anunció el propio President Montilla esta semana, ganó durante el pasado mes entre un 12 y un 16% de visitas. La parada de taxis de Espot, con una veintena de vehículos, trabaja sin respiro para dar servicio a unos 4.000 turistas al día, informa J. de Moner.

El presidente de la asociación de cámpings de Lleida, Josep Maria Mercadé, responsable cámping Valls d'Ager, afirma que la ocupación está en torno al 90%, pero la previsión es que a partir del 15 el volumen de turistas se reduzca, informa E.F. Mientras, los empresarios de turismo rural afirman que en las últimas semanas ha "habido más movimiento y creemos que se cumplirá la previsión de un 80% medio de ocupación", afirma el responsable de la federación de asociaciones de Casas de Payés, Josep Lluís Farrero. Sin embargo, sostiene que este sector es el menos afectado por la crisis porque el tipo de cliente que visita las casas de turis-

mo rural suele repetir. El presidente de la Federación de Hostelería, Juan Antonio Serrano, advierte sin embargo que "cada vez se pueden hacer menos previsiones" porque la tendencia a contratar los viajes en el último minuto está ganando terreno. Aún así, "por la evolución de los meses de junio y julio, creemos que en agosto se registrará una ocupación similar a la del año pasado, con un 65% de media y puntas más acentuadas". Además, la Federación sostiene que la rebaja de los precios y las promociones han salvado la ocupación en muchos establecimientos. "Si administraciones y empresas no hiciéramos nada", sostiene Serrano sobre las campañas de promoción, "lo estaríamos pasando peor". En los deportes de aventura parece que el temporal pasa casi de largo. El portavoz de la asociación de estas empresas en el Pallars Sobirà, Florido Dolcet, explica que a principios de temporada decidieron congelar precios, "lo que ya es un síntoma de la crisis". La temporada de deportes de aventura se cierra a mediados de octubre, pero "el 50% de las actividades se contratan en agosto". "Nuestro cliente sigue siendo fiel, sobre todo el que busca actividades en el río, y este año el agua ofrece muy buenas condiciones". El año pasado se contrataron 625.000 actividades de aventura y "confío en aguantar" la cifra.