

El turismo acusa la crisis por la competencia de otros destinos y el descenso de extranjeros

Hoteles y agencias reconocen que este verano no está respondiendo a las expectativas

Los hoteles y las agencias de viaje se han lanzado a la caza del turista español rezagado y aún es posible encontrar plazas para viajar durante este mes, sensiblemente más baratas que el año pasado

MARIBEL NÚÑEZ

MADRID. El descenso de la llegada de turistas extranjeros, sobre todo alemanes con una caída del 3,6% en junio, como consecuencia de la crisis económica que atraviesa este país, se ha unido este año a la creciente competencia de otros destinos del Mediterráneo y el resultado está siendo francamente malo para el turismo español, según reconoce el sector. José Luis Zoreda, representante de la asociación de empresas del sector Exceltur y Ramón Estalella, secretario general de la patronal hotelera CEHAT, hablan ya abiertamente de crisis en plena temporada estival.

En toda España el descenso de entrada de turistas en junio fue de un 3,2% en relación con el mismo mes de 2003 y todo parece indicar que las próximas cifras seguirán esta tónica, según aseguran fuentes del sector.

Un ejemplo de la buena trayectoria que presentan algunos países competidores de España es que las llegadas de turistas entre enero y mayo en Egipto han crecido un 71% en relación con el mismo periodo del año anterior, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT). En Turquía el crecimiento ha sido de un 53% y en Bulgaria de un 25,3% en el citado periodo.

Sobreoferta hotelera

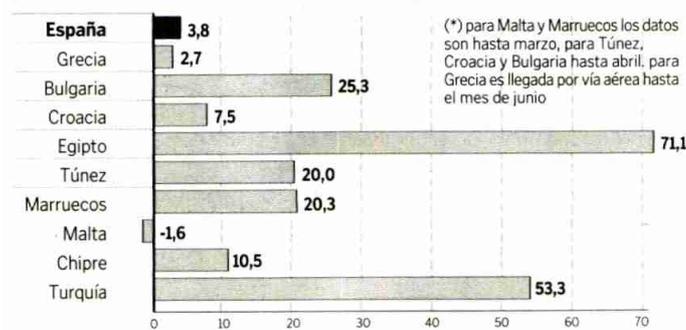
A esta pujanza de la competencia en el Mediterráneo se ha sumado además la sobreoferta hotelera que se da en algunas zonas de la costa española, como es el caso de Baleares o el de la Comunidad Valenciana, que da como resultado que los empresarios se vean abocados a rebajar precios para intentar captar más clientes.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en los cinco primeros meses de 2004 el número de plazas hoteleras abiertas se han incrementado en un 4,8% mientras que las pernoctaciones han crecido sólo un 2,1%.

Ramón Estalella asegura que el 50% de los empresarios hoteleros encuestados recientemente por su organización ha experimentado una caída en su ocupación durante el segundo trimestre de 2004, «y lo que es más grave, el 41,2% de éstos prevé para este verano una bajada de la ocupación en relación con el verano anterior, y tan sólo el 19% de los hoteles encuestados espera aumen-

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo

(% de crecimiento 2004/2003 acumulado hasta mayo*)



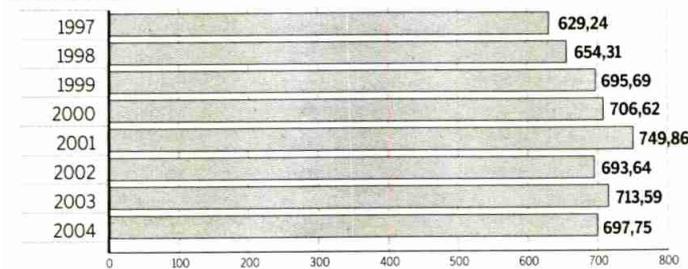
(*) para Malta y Marruecos los datos son hasta marzo, para Túnez, Croacia y Bulgaria hasta abril, para Grecia es llegada por vía aérea hasta el mes de junio

Fuente: Exceltur, Estadísticas Nacionales, OMT

Gasto medio por turista

(Ingresos por turismo de pagos/nº de turistas. Enero/junio (*))

Datos en euros



(*) Fuente: De enero a abril, Frontur y Banco de España. Mayo y junio previsiones de Exceltur

tar su negocio este verano en relación con los meses estivales de 2003». Dentro de este panorama, los hoteleros de las islas Canarias son los más pesimistas, ya que el 53,8% de los encuestados prevé descensos en la ocupación para este verano. En el caso del archipiélago canario una de las razones de este bajo tono del sector en este verano es el descenso de visitas de los turistas alemanes y británicos, principales clientes de sus establecimientos.

Los hoteleros de Andalucía y Baleares, por su parte, también se muestran

más pesimistas que la media, ya que alrededor de uno de cada dos empresarios encuestados espera bajar ocupación este verano.

Estalella sostiene que uno de las razones de este pesimismo es que, entre otros factores, «hasta el año 2008 se van a construir en todo el Mediterráneo 400.000 nuevas camas, sobre todo en países como Croacia, Turquía, Egipto y Túnez, lo que supone un aumento total de plazas en esta zona de un 30%, mientras que la demanda aumenta entre un 1 y un 2% al año».

El representante de la patronal hotelera asegura que este aumento de la oferta hotelera en el Mediterráneo lo que provoca es que los clientes se decanten generalmente por las instalaciones que son más modernas, dejando a un lado los hoteles que ya tienen unos años de vida y que están situados, entre otros lugares, en la costa española del Mediterráneo y Baleares.

Nuevos destinos con precios bajos

Además, al aumento de la oferta se le añade el hecho de que estos nuevos destinos intentan competir en precio para ganar cuota de mercado, en lo que representa una nueva amenaza pa-

El turista tiene nuevo perfil

Internet y las líneas aéreas de bajo coste. La proliferación de viajes y vuelos baratos que se pueden comprar en el último minuto a través de Internet ha cambiado el perfil del turista que visita nuestro país. Hace unos años la tónica general era que se trataba de personas, sobre todo británicos y alemanes, que compraban en sus países de origen un paquete turístico compuesto de avión y hotel y, en algunas ocasiones, pensión completa. Ahora las cosas han cambiado y la extensión de Internet ha hecho que muchas compañías aéreas denominadas de bajo coste, como Ryanair, Easyjet, AirBerlin, entre otras muchas, hayan encontrado su canal ideal para vender billetes de avión a bajo precios, ya que Internet evita los intermediarios. En los seis primeros meses del año la llegada de este tipo de turistas en vuelo barato ha subido un 24%, según datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea.

Viaje individual. La existencia de las compañías aéreas de bajo coste ha hecho que los turistas extranjeros planifiquen cada vez con menos antelación sus vacaciones y, además, que en muchos casos lo hagan a partir tan sólo de un billete de avión en una compañía barata, es decir, se han vuelto más individuales a la hora de viajar y, además, les sale más barato.

ra el sector turístico español. Desde el punto de vista de los hoteleros españoles el reto está en conseguir diferenciar la oferta, «ya que en precio es imposible competir», según Estalella, «por lo que el objetivo es bajar nuestros costes y especializar la oferta, pero hay que tener en cuenta que los 52 millones de turistas que visitaron España en 2003 no serían candidatos a este tipo de turismo especializado de golf o de salud, entre otros muchos».

Agotado el «sol y playa»

En Exceltur, que reúne desde hoteles a agencias de viaje pasando por compañías aéreas, las opiniones son en líneas generales coincidentes ya que sostienen que el sector está entrando en una crisis de la que no se sabe cómo saldrá. Exceltur va más allá y asegura que «el turismo de sol y playa da muestras de crecientes problemas estructurales y, por tanto, no es casual que las principales caídas en las ventas que acusan los empresarios del sector se hayan producido en Canarias, Baleares, Andalucía y Cataluña».

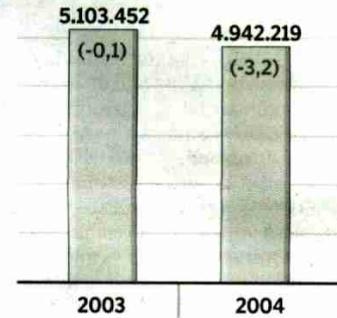
Al descenso del número de visitantes se une el agravante de la caída del

El gasto medio por turista entre enero y junio se ha reducido un 2,2% en términos nominales

Los hoteleros tienen ante sí el reto de conseguir diferenciar la oferta ya que no pueden competir en precio

Número de turistas en el mes de junio. 2003/2004

% de variación interanual entre paréntesis



Fuente: Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Junio, un mal precedente para el verano

Junio, último mes sobre el que se disponen de estadísticas, registró un descenso del número de turistas de un 3,2% en relación con el mismo mes de 2003. A pesar de este mal dato de ese mes, entre enero y junio han visitado España 23.1 millones de turistas, lo que supone un aumento de un 2,2% en relación con el mismo periodo del año pasado. Para todo el año el Gobierno espera que se mantenga la cifra de turistas que visitaron España en 2003, y que fue de 52,4 millones de turistas, 150.000 más que en el año 2002. Sin embargo el sector no es tan optimista.

gasto por turista extranjero en España, que se redujo un 2,2% en términos nominales entre enero y junio, y en un 5,9% si se descuenta la inflación. A esto se le ha añadido además la reducción de la estancia media, que ha caído tres décimas, cifra que ha supuesto unas pérdidas para el sector de 76 millones de euros. Las opiniones de los hoteleros de la encuesta realizada por la patronal hotelera choca con las perspectivas que tienen las agencias de viajes que, según datos de Exceltur, un 74,2% espera mantener los beneficios del año pasado y un 59% confía en aumentar ventas a lo largo del verano.

Guerra de precios

Pero la causa de este aumento es el turismo nacional, que está respondiendo a agresivas campañas publicitarias que están lanzando las agencias de viaje este verano, y sobre todo este mes de agosto, para intentar convencer con ofertas al turista español indeciso o que suele esperar a última hora en busca de mejores precios.

De hecho, como ya avanzó ABC hace unas semanas, se ha generalizado una guerra de precios en los paquetes turísticos de las empresas mayoristas, mucho más fuerte que las de ejercicios anteriores.