



¿QUÉ PASARÁ EN 2010? SECTORES

TURISMO

LA MAREA BAJA HACE MÁS VISIBLES LOS PROBLEMAS

LA DEMANDA HA CAÍDO Y SEGUIRÁ ASÍ HASTA EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2010. UNO DE LOS PEORES EFECTOS ES LA GUERRA DE TARIFAS QUE SE HA DESATADO, LASTRANDO LA RENTABILIDAD A MEDIO PLAZO

POR BEATRIZ AMINGOT

“Sólo cuando baja la marea se sabe quién nadaba desnudo”. Esta frase, que se atribuye al inversor norteamericano Warren Buffet, se puede aplicar perfectamente a lo ocurrido durante el ejercicio 2009 al sector turístico: el negocio ha caído y sus vergüenzas han quedado al descubierto.

Las previsiones del *lobby* turístico Exceltur apuntan a que 2009 se cierre con un descenso del PIB turístico del 5,6%. Y no es de extrañar porque, por ejemplo, durante los 10 primeros meses del año (último dato disponible) las pernoctaciones en establecimientos hoteleros españoles disminuyeron un 7,1% respecto al mismo periodo del año anterior. La parte positiva es que los que nos visitaron gastaron un poquito más. Concretamente, el gasto medio por persona creció un 2,4% respecto a 2008. Aun así, el gasto total realizado por los turistas alcanzó los 42.637 millones de euros, un 7,2% menos que en el mismo período del año anterior.

LUZ MUY AL FINAL DEL TÚNEL. Para Sebastián Escarrer, vicepresidente de Sol Meliá y presidente de Exceltur, “todavía estamos lejos de ver la luz al final del túnel. No habrá recuperación en el primer semestre, seguiremos con tasas negativas y muy probablemente, si

no se toman medidas importantes, se seguirá destruyendo empleo a lo largo de todo 2010”. Para los expertos, una de las peores consecuencias de esta crisis es que España está dejando de ser el destino por excelencia de los *guiris*. Entre enero y octubre, llegaron a España 46,7 millones de turistas extranjeros, un 9,3% menos que en el

mismo periodo del año anterior. Y, no sólo se debe a que la demanda haya descendido por la recesión generalizada, sino que también los turistas internacionales han preferido pasar sus vacaciones en otros países mediterráneos, como Turquía, Túnez y Marruecos, cada vez más competitivos tanto en precio como en calidad. Ade-



Hasta octubre, las pernoctaciones en establecimientos hoteleros descendieron un 7,1% interanual.

SECTORES ¿QUÉ PASARÁ EN 2010?

más, la fortaleza del euro frente al dólar también ha sido un factor clave en esta tendencia y parece que puede seguir presente el próximo ejercicio. Este panorama representa importantes retos.

DESAFÍOS PARA EL AÑO QUE VIENE. Para tratar de capear la situación, los empresarios turísticos españoles han optado por entrar en una guerra de tarifas. Esto explica, por ejemplo, que el Índice de Precios Hoteleros (IPH) haya registrado un descenso del 6,6% en el mes de octubre, tasa 6,8 puntos porcentuales inferior del mismo mes de 2008.

Esta pugna también es muy visible en los ingresos de las cadenas hoteleras. Hasta septiembre, la facturación media por habitación ocupada cayó un 6,1% en tasa interanual, según cifras de la Confederación Española de Hoteles.

A juicio de Escarrer, "no se puede competir sólo bajando precios como ha pasado este año y seguirá pasando por desgracia en los primeros trimestres del año que viene. Hay que buscar una oferta de más calidad".

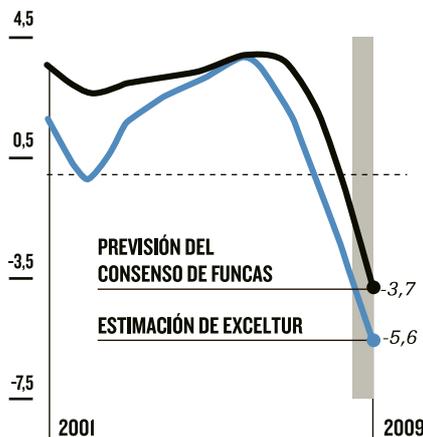
Además, la experiencia muestra que la recuperación de los márgenes de rentabilidad es muy costosa. "La última gran crisis turística fue en 1993 y 1994. Entonces hubo una gran guerra de tarifas y se tardó entre cinco y siete años en restablecer el nivel de precios anterior. La ocupación vuelve antes, pero los turistas no están dispuestos a pagar más caro, y los márgenes sufren", explica Javier Jiménez socio del área de Hostelería y Turismo de la consultora Deloitte. "En 2010 no se van a recuperar ni la ocupación ni los precios. Ya en 2011 pueden mejorar las reservas, pero las tarifas tardarán bastante", añade.

PARALIZACIÓN. La caída de la rentabilidad y de la demanda, unida a que existe cierta sobreoferta en determinados subsectores como el urbano, ha llevado a que se paralizen más de 100 proyectos de nueva construcción, según datos de Hosteltur recogidos en el último informe de Tourism&Leisure de Europraxis Consulting.

Las grandes cadenas hoteleras no han quedado al margen de esta contención generalizada. Sol Meliá, cuyo

MÁS NUBES QUE CLAROS

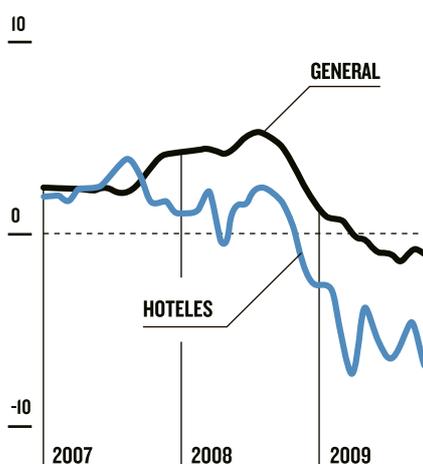
Comparación del PIB turístico (ISTE) con el PIB general de la economía española. Tasas de variación en porcentaje interanual.



Fuente: Exceltur y Funcas.

LOS PRECIOS SE DESPLOMAN

Evolución del IPC (general) y del IPH (hoteleros).



Fuente: INE y Exceltur.

HASTA SEPTIEMBRE, LA FACTURACIÓN MEDIA POR HABITACIÓN OCUPADA (INDICADOR CONOCIDO COMO ADR) DISMINUYÓ UN 6,1% EN TASA INTERANUAL, SEGÚN CIFRAS DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES

beneficio neto ha caído en los nueve primeros meses de 2009 un 40,7% respecto al mismo periodo del año anterior (hasta los 47,5 millones de euros), también ha echado el freno a sus pla-

nes de expansión. Pasó de prever una inversión de 1.100 millones de euros para 2009 y 2010 a rebajarla hasta los 300 millones. En su última presentación de resultados, la compañía presidida por Gabriel Escarrer confirmó sus planes de incorporar 24 nuevos hoteles en los próximos dos años, pero el 83% de ellos bajo contratos de gestión o franquicia, sin necesidad de grandes desembolsos.

Por su parte, NH Hoteles, que acumuló hasta septiembre unas pérdidas de 65,1 millones de euros, también va a seguir esta dinámica. Su presidente Gabriele Burgio aseguró recientemente que limitan su crecimiento a la fórmula de gestión sin compromiso de inversión. Ya cuentan con nuevos proyectos en Panamá, Colombia, Venezuela, Senegal, Argentina y México. Además, tras seis años de roces, NH ha firmado la paz con Hesperia (el principal accionista de la compañía con 25,08% del capital) y gestionará sus 51 hoteles a partir del 1 de enero.

LA UNIÓN HACE LA FUERZA. Otro de los negocios que está sufriendo mucho la crisis es el de las agencias de viajes. Más de 1.000 han cerrado sus puertas en 2009, según cifras de Exceltur. Los expertos prevén que en el próximo ejercicio este subsector viva una profunda concentración. Está por ver quién lidera este proceso. Ya el pasado verano Orizonia (propietaria de Viajes Iberia) hizo una oferta de compra por Marsans, la segunda red de agencias española, y fue rechazada. Pero 2010 puede encerrar sorpresas.

En el fondo de todas estas cuestiones subyace la viabilidad o no del modelo de sol y playa, en el que se basa el 74% de la oferta turística española. El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, reitera una y otra vez que "no está agotado". Pero al mismo tiempo se reconoce la necesidad de renovar el enfoque y apostar por un servicio de más calidad. En 2009 el Gobierno, a través del Plan Renove-Turismo y el Plan Futur-E, ha invertido 2.600 millones de euros en la modernización de infraestructuras turísticas. Pero desde Exceltur se reclama un apoyo más directo en el próximo ejercicio, como el que ha recibido, por ejemplo, el automóvil. ■