

La crisis árabe aúpa al sector

POR Á. SEMPRÚN / M. A. GAVIRA

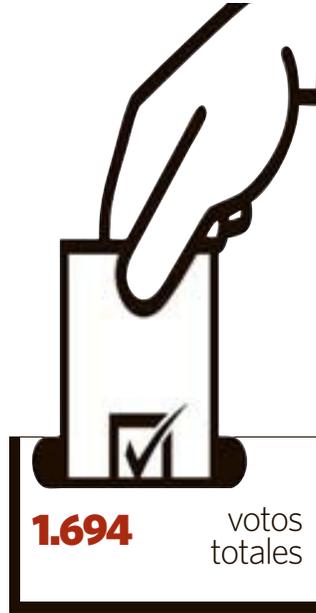
La ola de cambio que sacudió el Norte de África a principios de año ha supuesto un punto de inflexión en el sector turístico español. La inestabilidad política y social de Túnez y Egipto desvió miles de turistas extranjeros a las costas disparando los ingresos en 2.000 millones de euros y registrando un crecimiento del PIB turístico del 2,6 por ciento (España batió récords de turistas extranjeros en agosto con 7,64 millones, un 9,7 por ciento más).

Pese a estas cifras, desde el sector se llama a la prudencia ya que “esto no significa que el turismo haya despegado de manera sostenible”, asegura José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur. La demanda interna, que supone el 50 por ciento del mercado, ha fallado este año por la caída del consumo y los precios no terminan de recuperarse. En sol y playa subieron en verano en torno al 20 por ciento pero en ciudad los hoteles siguen estancados. De cara a 2012 parece que la tendencia se va a mantener aunque con recortes en el plano internacional e igual de flojo en el local. El puente de diciembre, amenaza de huelga de Iberia

mediante, no ha dado los frutos esperados con ocupaciones un 40 por ciento por debajo que el año pasado.

Las cadenas hoteleras han mejorado sus resultados gracias a su oferta vacacional y a su presencia internacional. NH Hoteles, cuyo presidente, Mariano Pérez Claver, ha sido el tercero más votado del *ranking*, ha vuelto a beneficios este año gracias al buen comportamiento de sus hoteles en el centro de Europa y a la venta de activos. Por su parte, Meliá Hotels International, que ocupa el quinto puesto del *ranking* con el 9,21 por ciento de los votos, ha visto como sus ingresos subían por la mejora de la ocupación. Excepto NH, que a mediados de diciembre rompió con su socio chino HNA, las principales cadenas españolas han terminado sus procesos de reestructuración para afrontar 2012 con éxito. Por ejemplo, Antonio Catalán, presidente de AC y el empresario hotelero más votado, completó en verano su integración en Marriott y la fundación de AC by Marriott.

Los *touropadores* están afrontando una época de cambios. Antes de la crisis y la fuerte extensión de Internet el foco estaba centrado en el canal de distribución pero, tras la descomposición del modelo tradicio-



nal, las empresas miran a la venta directa y a la *online*. De ahí que empresas como Orizonia, con el 9,56 por ciento de los votos, estén llevando a cabo un fuerte proceso de reestructuración.

Por su parte, el sector de las aerolíneas sufre el impacto de los precios del crudo en su estructura de costes, con un barril de *brent* por encima de 100 dólares durante más de un año. Los últimos datos de la IATA prevén un beneficio para este ejercicio de 6.900 millones de dólares, similar a la última estimación. Pero el problema llega en 2012, ya que la asociación internacional de las aerolíneas ha rebajado sus previsiones de ganancias del sector de 4.900 millones de dólares a 3.500 millones de dólares. En el panorama nacional ha sido el año de la fusión de IAG, cuyo presidente, Antonio Vázquez, ha sido el octavo más votado. La nueva British-Iberia comienza a caminar junta, aunque a la filial española del grupo le cuesta mantener el ritmo. La creación de Iberia Express, a la que se niega el sindicato de pilotos, puede ser la solución para aligerar costes. El resto del mercado nacional sobrevive a la crisis, aunque la situación más delicada la presenta Spanair, que sigue alimentándose de las ayudas públicas de la Generalitat.