

Balance del sector turístico

Las empresas ajustan sus márgenes de beneficios

Borja Guerrero - Madrid - 19/01/2010

El 2009 ha sido, en líneas generales, un año para olvidar para las empresas turísticas españolas. La Alianza por la Excelencia Turística (Exceltur) estima que la actividad turística cayó el pasado el 5,6%, dos puntos por encima de lo que calcula que ha menguado la economía española. Esto supone un descenso de 6.380 millones de euros. Si estos datos se confirman como definitivos, será el noveno año consecutivo en que el turismo se comporta peor que el PIB.

Según Exceltur, la crisis está parcialmente detrás de esta situación. Pero sólo parcialmente. En opinión de su vicepresidente ejecutivo, José Luis Zoreda, el modelo de sol y playa en España tiene un claro problema de competitividad y debe reposicionarse hacia un producto de mayor valor añadido. "Hagamos reflexiones valientes. Un líder como España tiene que saber reaccionar", dijo.

Las empresas turísticas han sufrido una "drástica reducción" de márgenes y ventas, alentada también por la espiral de precios a la baja. Según el panel de opiniones de Exceltur, el 88,4% de las empresas del sector en España reconocen que sus ventas se han reducido, frente al 63,1% de 2008. Nueve de cada diez compañías han bajado precios y, de ellas, casi la mitad lo ha hecho en más de un 10%. Como consecuencia de ello, los beneficios se han resentido en el 84,5% de las empresas del sector turístico español.

Las empresas han notado los cambios en la tendencia de la demanda turística. Según Exceltur, ganan adeptos los destinos de proximidad para reducir el coste final del viaje, se buscan alojamientos más económicos, se reducen los gastos complementarios (restauración, ocio) y se concentra el desembolso vacacional en verano.

Las ventas se han reducido en el 93,9% de la planta hotelera, pero los establecimientos urbanos han sufrido más que los vacacionales por el descenso del turismo de negocios, el recorte de las escapadas de fin de semana y "la apertura de nuevos establecimientos en numerosas ciudades españolas que ha acentuado más la sobreoferta existente".

El 94,4% de los hoteles urbanos han reducido sus ventas en 2009, la ocupación entre enero y noviembre ha caído el 8,7% y los ingresos medios por habitación disponible (revPAR), el 19,2%. En los vacacionales la ocupación ha menguado el 7,9% y la rentabilidad el 10,2%.

Las perspectivas para 2010 son también de caída en el sector, pero menor. La actividad turística descenderá el 0,9%, frente al 0,5% del PIB general. Las empresas afrontan 2010 tras haber realizado ajustes de capacidad y reducciones de costes importantes, lo que les otorga una mayor eficiencia a sus operaciones. También habrá menos operadores en el mercado por los procesos de reestructuración y desaparición de empresas.

Mil agencias de viajes menos

Uno de los segmentos empresariales más afectados por la caída del turismo es el de las agencias de viajes. Según los datos que ofreció ayer Exceltur, el número de puntos de venta conectados al sistema de reservas Amadeus (un termómetro que permite medir el grado de actividad minorista) se ha reducido en mil unidades en 2009. Exceltur sostiene que esta depuración es en definitiva un proceso de normalización necesario para un sector claramente sobredimensionado. La densidad de agencias de viajes en España es superior a la de cualquier país de Europa. Esta salida de operadores del mercado va a continuar en los próximos meses, según Exceltur. El 96,5% de las agencias aseguran que han visto descender sus ventas en 2009, y el 94% han reducido beneficios. Las que no tengan volumen para poder ahorrar costes desaparecerán.