

INDUSTRIA

El turismo vuelve a crecer

Tras frenar la caída en el 2010, el 76% de los empresarios prevé incrementar la facturación este año

Aintzane Gastesi

El sector turístico empieza a ver la luz al final del túnel. Tras un 2009 considerado como el peor curso de la década, el año pasado consiguió frenar la caída y cuenta con que el 2011 sea el inicio de la recuperación. Un 76% de los empresarios turísticos prevén incrementar las ventas este año, aunque “la mayoría no espera recuperar los resultados del 2007 hasta dentro de dos años”, según la encuesta realizada por el lobby del sector Exceltur, cuyo balance anual señala que el PIB turístico creció un 1% en el 2010 tras cerca de una década de pérdida de valor constante.

“El turismo se está mostrando como el primer sector de actividad económica y, sobre todo, como el primer sector que está mostrando signos positivos, aunque los datos de la recuperación son modestos”, señalaba Joan Mesquida, secretario general de Turismo y Comercio Interior, durante su visita a Fitur. “El turismo fue el último en salir de la crisis y será el primero en salir del bache”, apuntó Mesquida. Aunque hay voces menos optimistas, como la de Joan Gaspart, presidente de la cadena Husa, que apuntaba que “el turismo no volverá nunca a los tiempos pasados”.

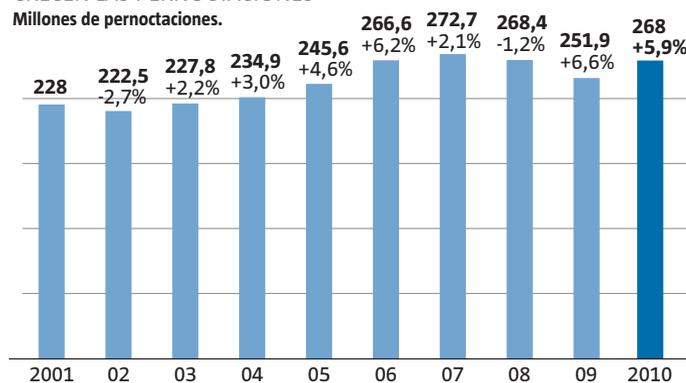
Otra señal de confianza para las compañías es la recuperación de los precios, que durante dos años han experimentado caídas de hasta el 25%. Según el buscador de destinos Trivago, ya en diciembre los precios hoteleros mostraron una mejoría del sector. El mes pasado, el precio medio de los hoteles era de 87 euros por noche, seis euros más caro que hace un año. Y en enero crecieron un 10% respecto al 2010. El buscador de internet destaca las subidas de ciudades como Palma de Mallorca (15%), que se situó en 127 euros por noche, o de Barcelona, que

era un 8% más cara que hace un año, con una media de 97 euros.

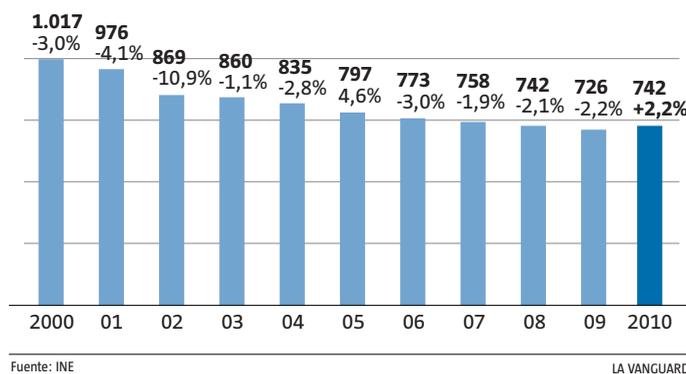
Según el observatorio de Exceltur, en el 2011 “se espera un crecimiento más intenso de la demanda extranjera y especialmente de la procedente de Alemania, los países nórdicos y Rusia”, mientras del mercado nacional y del británico “no se pueden esperar alegrías”. El número de turistas extranjeros creció en el 2010 un 1%, según las cifras de cierre del

Turismo extranjero

CRECEN LAS PERNOCTACIONES
 Millones de pernoctaciones.



EL GASTO POR TURISTA SE RECUPERA
 Calculado a precios del 2010, en euros.



Fuente: INE

LA VANGUARDIA

LOS HOTELEROS MEJORAN SUS RESULTADOS



ARCHIVO

GABRIEL ESCARRER, SOL MELIÁ

El líder dobla su inversión

El presidente de Sol Meliá augura para el sector una mejoría que ya se ha vislumbrado en el 2010 y un pequeño repunte en los precios hoteleros. La cadena española invertirá este año 90 millones de euros, más del doble de los 40 del 2010. En el 2011, el grupo prevé ir abriendo un hotel cada tres o cuatro semanas hasta incorporar 28 nuevos establecimientos en tres años. Sólo el 22% del negocio de la hotelera corresponde a España.



XAVIER CERVERA

JOAN GASPART, HUSA

Fuerza de compra con NH

El presidente de Husa, Joan Gaspart, está convencido de que el sector “no volverá a alcanzar los niveles de hace años” y que debe buscar nuevas fórmulas para adaptarse a la situación. Las cadenas Husa y NH crearon a finales del 2009 la plataforma Coperama para la compra conjunta de productos y servicios que en el 2010 les ha permitido ahorrar un 10% en costes y en el 2010 gestionó un volumen de negocio de 300 millones.



ARCHIVO

SIMÓN P. BARCELÓ, BARCELÓ

El grupo gana un 30% más

El grupo Barceló cerró el 2010 con un beneficio de 10 millones de euros, lo que supone un incremento del 30% con respecto al año anterior. La facturación de la cadena hotelera creció un 4%, hasta situarse en los 1.659 millones de euros, con lo que se cumplen las previsiones que se tenían al finalizar la primera fase del Plan Estratégico 2010-2015. Para la cadena, el segmento vacacional se comportó mejor que el urbano.

año de Frontur. Especialmente significativo fue el incremento de los visitantes italianos (9,4%), los holandeses (9,3%) y los nórdicos (7,2%). Asimismo, la recuperación del mercado alemán se ha traducido, entre otros factores, en un incremento de las pernoctaciones del 5,9%.

El sector también observa esperanzado cómo este año se ha incrementado un 2,2% el gasto medio por visitante extranjero, en caída libre en los dos últimos ejercicios y que había ido cayendo en los últimos nueve años. Los empresarios se muestran prudentes al respecto y, a pesar de que la mayoría cree que incrementará la facturación en el 2011, el 46% cree que se quedará en un incremento inferior al 5%. La recuperación será, prevén, lenta.

La previsión es mejorar los datos del 2010, que según los socios de Exceltur, ha registrado una cierta recuperación de los resultados de las empresas, gracias “a un moderado incremento de las ventas por el sacrificio de los precios y, sobre todo, las drásticas medidas de reducción de costes”. En general, se ha cerrado un ejercicio positivo para la mayoría de agentes del sector. Las compañías aéreas se han beneficiado de la bajada de los precios del petróleo y a la mejoría del tráfico internacional; los grandes grupos de agencias de viajes por la concentración del mercado, que les ha supuesto un aumento del resultado por encima del 10% tras la convulsión del cierre de Viajes Marsans, la que fue primera cadena en número de agencias.

La mejora en los resultados del sector en el 2010 se ha producido gracias a las nuevas estrategias de las compañías como reacción a las negras perspectivas del 2009. La implantación de nuevas herramientas de internet, planes de austeridad y asociaciones entre cadenas han sido las principales estrategias aplicadas por el sector hotelero, que le han permitido adaptarse a la nueva situación. El presidente de la Confederación Española de Hoteles (Ce-

El sector confía en la recuperación de la demanda de mercados europeos para seguir creciendo en el 2011

hat), Juan Molas, indicó que el sector turístico ha cerrado el 2010 obteniendo mejores resultados económicos gracias a la recuperación de los mercados europeos, aunque ha señalado que es “complejo” alcanzar las cifras obtenidas en el 2007, cuando la industria estaba en pleno auge. El dirigente de los hoteleros advirtió de la complejidad de la recuperación, aunque se muestra optimista por los datos de sectores puntuales como los cruceros.