

La caída del emisor nacional hace que el turismo registre su peor año de la década

HOSTELTUR • 16-01-2009

El impacto de la crisis en el consumo doméstico ha determinado que en 2008 el turismo nacional (el 50% de toda la demanda del destino España) haya dejado de ser el colchón que salvaba la temporada. Esto, sumado al descenso del 4% de los ingresos del turismo extranjero, ha hecho de 2008 el peor ejercicio de los últimos años, según Exceltur.

Según el informe realizado por Exceltur sobre el comportamiento de 2008 en base a la encuesta realizada entre 3.000 empresas turísticas, el 73% de las encuestadas declara haber reducido sus beneficios en 2008 respecto a los resultados de 2007, y un 45% cuantifican la caída por encima del 10%. El efecto de la crisis ha tenido mucho mayor impacto durante el segundo semestre que durante el primero, con una especial incidencia en el último trimestre. En cuanto a los sectores más afectados, han sido los de agencias de viajes emisoras, los hoteles urbanos, las compañías de alquiler de coches y las compañías aéreas.

La mayor incidencia en estos resultados ha venido dada por la caída del mercado interno que, no en vano, supone la mitad de la actividad del turismo español, y que otros años ha acudido en auxilio del sector ante caídas de los mercados extranjeros. En cuanto a estos últimos, en 2008 se produjo un descenso del volumen de llegadas y del 4% en los ingresos aportados, que supone "una media de 220 euros menos por turista", según indicaba ayer durante la presentación del informe el vicepresidente de Exceltur, José Luis Zoreda, quien añadió que el turismo español de "sol y playa sigue perdiendo peso frente a otros destinos competidores, como Egipto y Turquía".



Y en cuanto a las previsiones para el presente año, Exceltur estima un descenso del 6% en los ingresos por turismo procedentes de los mercados emisores extranjeros, y un descenso del 5% en las pernoctaciones hoteleras del mercado nacional en España.

Asimismo, el lobby empresarial estima un descenso del 6% en los niveles de empleo en las empresas del sector turístico, que pueden suponer 100.000 empleos menos. De hecho, ya en 2008, si bien no hizo falta acudir a ningún ERE, un 63% de las empresas ya habían

reducido personal a base de bajas incentivadas y pactadas.

Por su parte, el presidente de Exceltur y consejero delegado de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, se refirió a la necesidad de que se produzca una eficaz colaboración entre los sectores público y privado "para aprovechar esta crisis en prepararnos para cuando termine poder remontar vuelo con los deberes hechos". En este sentido se refirió a la necesidad de acometer renovaciones y reestructuraciones de cara a mantener la competitividad.

En cuanto al sector hotelero, Escarrer apuntó que a partir de octubre se había producido "una fuerte caída de la ocupación en los hoteles urbanos", con un descenso del 5% en el Rev Par, "mientras que han crecido los costes energéticos y de materias", así como de salarios "que han crecido por encima de la inflación". No obstante, señaló que las grandes cadenas, con presencia en otros países, habían sufrido menos gracias al mejor comportamiento de sus establecimientos en Europa "y especialmente en Latinoamérica".

Exceltur demanda una campaña de apoyo al emisor español

Y para intentar superar la crisis lo antes posible (Exceltur aventuró que durará hasta 2010), esta organización emplaza al Gobierno y a todas las Administraciones de las Comunidades autónomas para adoptar una serie de medidas en cuya puesta en marcha colaboren los sectores público y privado. Entre estas medidas, cuantificadas en un decálogo, Exceltur considera necesario revisar

el Plan Horizonte 2020 para "adecuarlo a la situación actual", así como orquestar una campaña en la que participe Turespaña y las Comunidades con el fin de "estimular la demanda turística interna", incitando a los españoles "a viajar y conocer mejor España".

Otras medidas del decálogo de apoyo institucional al sector, sugeridas por Exceltur se refieren al Plan de Inversiones Municipales en Obra Pública (8.000 millones de euros), del que se pide priorizar su aplicación a destinos turísticos, así como, facilitar la disponibilidad de fondos y acceso al crédito para las empresas turísticas viables y solventes, y favorecer un nuevo tratamiento fiscal que, "atenuando costes y propiciando reinversiones, incite la recuperación". También pide favorecer un nuevo marco laboral en torno a la "flexiseguridad" que abarate y permita "la contratación de empleo más estable (y no tanto el despido) y reduzca el absentismo, en un sector contraído y aún muy estacional".

José Manuel de la Rosa