

El Navegador

LOS TOUOPERADORES IMPONEN REBAJAS AL HOTEL...



Aprovechando el contexto de crisis y contracción de la demanda, los touroperadores europeos han apretado mucho a los hoteles de costa españoles y les han impuesto rebajas en precios para el verano del 2009 que oscilan entre el 5% y el 8%.

Aunque los establecimientos logren mantener tasas de ocupación similares a las del año pasado, su cuenta de explotación se verá perjudicada. Las empresas que estén más saneadas económicamente podrán resistir, pero otras probablemente tendrán que acortar la temporada para reducir costes.

Del mismo modo, es previsible una caída en la facturación total en los destinos (gasto efectuado en restaurantes, comercios, etc.), que ya en el verano de 2008 retrocedió en numerosas localidades del litoral.

De hecho, y según los datos de la Balanza de Pagos, los ingresos por turismo extranjero en España, prácticamente, se estancaron en julio y agosto, mientras que en septiembre y en octubre retrocedieron un 2,49% y un 4,19% respectivamente (ver tabla).

En suma, se presenta un panorama inquietante para los "portaaviones" del turismo español, es decir, los municipios turísticos de sol y playa. Si sus finanzas ya normalmente van asfixiadas (VER PÁGINA 21), en 2009, pueden ir a peor debido al retroceso de la actividad económica. A algunos, como Estepona, incluso les han cortado el teléfono por falta de pago (VER PÁGINA 17).

Según apunta Joan Mesquida, Secretario de Estado de Turismo, los municipios turísticos deberían tener un tratamiento especial, dentro de la política presupuestaria y fiscal del Estado (VER ENTRE-VISTA, PÁGINAS 17 Y 18). "El turismo es un sector sólido. Nunca ha tenido burbujas, como otros, y por eso no puede pinchar".

No perdamos de vista la evolución de los países de la cuenca mediterránea que pugnan por robar cuota de mercado a España. Nuestro país cerró 2008 con 58 millones de turistas extranjeros, un 2% menos respecto al año anterior.

En cambio, las llegadas de turistas extranjeros aumentaron un 14% en Turquía (en total, 25,5 millones). Mientras, en Egipto, con trece millones de turistas, el incremento fue del 18%.

...Pero no trasladan el descuento al consumidor

Que los grandes touroperadores europeos hayan impuesto rebajas a los hoteles de playa españoles no significa que ellos, a su vez,

vayan a trasladar la reducción a los consumidores. De hecho, los precios de los paquetes para viajar en verano a España van a mantenerse e incluso aumentar ligeramente. No obstante, las agencias tratarán de incentivar la venta mediante promociones.

Según informa nuestra corresponsal en Reino Unido, Ainhoa Paredes, la red de agencias de viajes Co-Operative Travel ha avisado a los consumidores que España no ha subido tantos los precios como Turquía o Egipto.

Lo ha hecho tras detectar que las reservas a estos destinos para el próximo verano han aumentado un 8%, frente a una caída del 22% para España.

La razón, según la citada agencia, es que los británicos están buscando vacaciones más baratas (sobre todo por la devaluación de la libra frente al euro) y buen tiempo asegurado.

Pero, para Trevor Davies, director de distribución de Co-Operative Travel, a diferencia Turquía y Egipto, "España es un lugar donde los precios se han mantenido estables desde el año pasado por lo que este destino tradicionalmente favorito ofrecerá una mayor calidad precio a los viajeros si reservan pronto".

Según un estudio elaborado por esta empresa, mientras el coste de unas vacaciones en 2009 de una familia típica en un resort de Turquía ha aumentado un 27%, las mismas vacaciones en Mallorca sólo costarán un 3% más. Y por otra parte, un informe del servicio de Correos del Reino Unido

ha recordado a los británicos que España es el país de la eurozona más barato para las compras.

En Alemania, y según informa nuestra corresponsal Lidia Conde, los touroperadores no quieren hablar de rebajas para el consumidor final, dado que prácticamente no se han activado las ventas para el próximo verano. No obstante, los medios alemanes vaticinan que solo habrá rebajas de último minuto.

En cualquier caso, las agencias de viajes minoristas alemanas temen una caída de las ventas a lo largo del año 2009, así como recortes de las comisiones. Aunque la temporada de invierno empezó bien, en enero ya se está observando un retraimiento de la demanda.

Por lo que respecta a Francia, no hay constancia de que los touroperadores galos vayan a bajar los precios de cara al verano, según informa nuestra corresponsal en París, Eva López.

No obstante, las agencias prevén aumentar las promociones para animar la demanda. Por ejemplo Fram, uno de los principales vendedores de los destinos españoles, avanza que crecerán las ofertas del tipo "trío", para familias con un hijo, donde el menor paga entre un 40 y un 50% menos del precio de base.

Lo que sí están haciendo los mayoristas galos es reducir las plazas ofertadas en vuelos chárter. Fram las ha reducido un 8%. Y la ruta Toulouse-Tenerife de este operador ya ha sido anulada, aunque se espera retomar en ver-



Evolución interanual de la balanza de pagos en 2008

Variación de ingresos por turismo extranjero

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
+1,09%	+0,33%	-2,49%	-4,19%

Variación de pagos de los viajeros españoles en el extranjero

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
0%	-2,8%	+8,49%	-3,59%

Fuente: Banco de España

no. Incluso ganan cuota los vuelos charter con escalas (Lyon-Toulouse-Agadir) para así concentrar el mayor número de viajeros hacia un destino.

Hoteles urbanos: espacios abiertos para el ocio

Si la hotelería de playa tiene ante sí un año muy duro, la urbana (cuya oferta se ha multiplicado los últimos años) afronta una posible caída del turismo de escapadas y del gasto en el turismo de reuniones.

En Barcelona, por ejemplo, el congreso mundial de telefonía móvil (16-19 de febrero), que años atrás llenaba la capital catalana e incluso beneficiaba ciudades de los alrededores, este año sufre un descenso en el número de visitantes, estancias y gastos extras, según reconocen hoteleros y restauradores.

En este contexto, es necesario **explotar mejor la clientela local**, un segmento al que apenas se le prestaba atención hasta ahora (VER PÁGINA 24).

El objetivo de numerosos hoteles es ir más allá del alojamiento puro y duro y transformarse en espacios de ocio abiertos a la ciudad, donde se pueda comer o cenar; recibir tratamientos de belleza y relajación... Cualquier ingreso será bienvenido.

Del mismo modo, ciudades enteras han iniciado una metamorfosis similar, incorporando cada vez más servicios y

actividades de ocio. Esta tendencia se observa especialmente en el **norte de España**.

Allí, centros urbanos antiguamente vinculados a la siderurgia o la minería, afectados por las diferentes crisis económicas y reconversiones industriales, han apostado por un mismo lema: reconvertirse o morir (VER PÁGINA 20). Y en este sentido, el turismo les ha permitido reinventarse.

2009: se impone la corta distancia

Uno de las previsiones más escuchadas estos días es que, en un contexto de crisis, los destinos de corta distancia serán **más competitivos** frente a la larga distancia. Pero no confundamos los kilómetros recorridos con la frecuencia del número de viajes al año.

Tal como apuntan los touroperadores europeos, la mayoría de consumidores europeos que este año puedan permitirse unas vacaciones concentrarán sus recursos económicos en **un solo viaje, preferentemente en verano**.

En Alemania, por ejemplo, los analistas del mercado apuntan que los consumidores reducirán sus gastos en 2009 y que por tanto eliminarán uno de los viajes de corta duración que suelen emprender entre Pascua y mayo.

Una tendencia similar se observa en el Reino Unido, donde las familias priorizarán ante todo las vacaciones al sol o 'main holidays', por encima de las escapadas. Además, ya no demandan tantos paquetes turísticos de dos

semanas, sino de una semana u once días. El informe anual de tendencias encargado por la **ITB de Berlín** es totalmente concluyente: "Nos guste o no nos guste, la idea de ahorrar a toda costa ha vuelto".

Una idea similar sostiene **Francisco Carnerero**, presidente de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes: "Este año los consumidores buscarán ofertas más cercanas y de menor coste". Y aún así, esta patronal prevé que el **negocio caerá un 15%**.

La "Radiografía del viajero rural 2008", elaborada por **Top Rural**, ya manifiesta el cambio de tendencia: el cliente elige alojamientos más económicos y cercanos al lugar habitual de residencia (VER PÁGINA 26).

Emisor español: contracción y concentración

La evolución del mercado emisor español preocupa especialmente al lobby **Exceltur**. Esta asociación ha propuesto a la Administración central y a las comunidades autónomas que realicen una **campaña conjunta** dirigida a promover el turismo dentro de España.

"Hace falta más unidad de visión entre las comunidades autónomas en estos momentos y más coordinación con Turismo", declaró **José Luis Zoreda**, vicepresidente ejecutivo de Exceltur. Pero Joan Mesquida, Secretario de Estado de Turismo, cree que la promoción de las comunidades autónomas siem-

pre suma, no resta (VER PÁGINA 18).

Lo cierto es que los viajes de los turistas españoles también se están contrayendo, tal como refleja la balanza de pagos (ver tabla). Esta evolución del mercado emisor ha puesto en guardia a las agencias, especialmente las **pymes**, que están poniendo en práctica nuevas fórmulas de concentración para ahorrar costes (VER PÁGINA 33).

Otra vía de concentración está llegando por las **jubilaciones**. Muchos propietarios de agencias con edades entre los 55 y los 65 años no han podido encontrar un relevo generacional en sus propios hijos y, ante la tesitura de cerrar el negocio, han preferido ofrecerlos a otras empresas.

En líneas generales, las previsiones de Exceltur para 2009 son poco optimistas. Ya en el cuarto trimestre de 2008, la caída de los indicadores "superó cualquier expectativa previa", expuso Zoreda. Las ventas de las empresas turísticas cayeron un 10% y el lobby prevé que en 2009 bajen otro 10%. Las más afectadas serán las agencias de viajes.

Además, Exceltur apunta a una **posible caída del 6% del empleo** en el sector turístico de aquí a mayo de 2009. Eso significaría que 100.000 personas podrían perder su empleo. El 63% de las empresas consultadas ya ha reducido plantilla de una u otra forma. Hasta ahora han sido bajas incentivadas, pero posiblemente empezaremos a ver más Expedientes de Regulación de Empleo. ●