O.J.D.: 40077
E.G.M.: 83000
Tarifa (€): 13167

Cinco Días

Fecha: 20/01/2010
Sección: SUPLEMENTO
Páginas: 2,3
ENE.10.143

Las empresas confeccionan su nueva hoja de ruta

El sector precisa que se aceleren las reformas previstas con inversiones que redefinan el modelo vacacional español para convertirlo en un producto más moderno y competitivo

IRENE BARREDO *Madrid*

La industria del turismo en España continúa atravesando una mala época, quizá la peor de su historia. La confluencia de la mayor crisis coyuntural, unida a una serie de problemas estructurales que de por sí ya arrastraba el sector, han puesto de relieve la necesidad de reestructurar el negocio. La pérdida de competitividad en el segmento de sol y playa, el crecimiento desbordado marcado por una clara sobreoferta y la guerra de precios que ha propiciado que baje la rentabilidad de manera sustancial ha hecho imprescindible que se tomen medidas urgentes y se confeccione una nueva hoja de ruta para anticiparse al escenario aún más desafiante que regirá cuando llegue la recuperación.

Los últimos datos presentados la semana pasada muestran que el número de turistas que visitaron España en 2009 superó los 52 millones, un 8,7% menos que el año anterior, según el Instituto de Estudios Turísticos (IET), con todo mejores a las previsiones, que apuntaban una caída aún mayor. Por el contrario, el gasto medio por turista aumentó el pasado año un 2,1%, hasta superar los 920 euros.

Desde el lobby turístico Exceltur –asociación formada por más de una veintena de los más relevantes grupos turísticos empresariales españoles– , creen que la solución pasa porque las compañías que trabajan en este segmento establezcan alianzas continuas sin las que será imposible recuperar la competitividad del sector turístico español. Además, "hay que trabajar codo con codo con las administraciones públicas a nivel estatal, autonómicas y locales o la hostilidad de esos entornos, entendidos como destinos turísticos, no se recuperará", advirtió ayer Sebastián Escarrer, vicepresidente de Sol Meliá y presidente de Exceltur. Es por ello por lo que "resulta esencial un liderazgo absoluto por parte del Gobierno central en cuanto a coordinar el esfuerzo de las tres administraciones, debido a que las competencias en materia de turismo están, en su mayoría, transferidas a las comunidades autónomas", afirmó.

"Resulta esencial un liderazgo absoluto por parte del Gobierno central para coordinar el esfuerzo de las Administraciones públicas"

SEBASTIÁN ESCARRER
Presidente de Exceltur

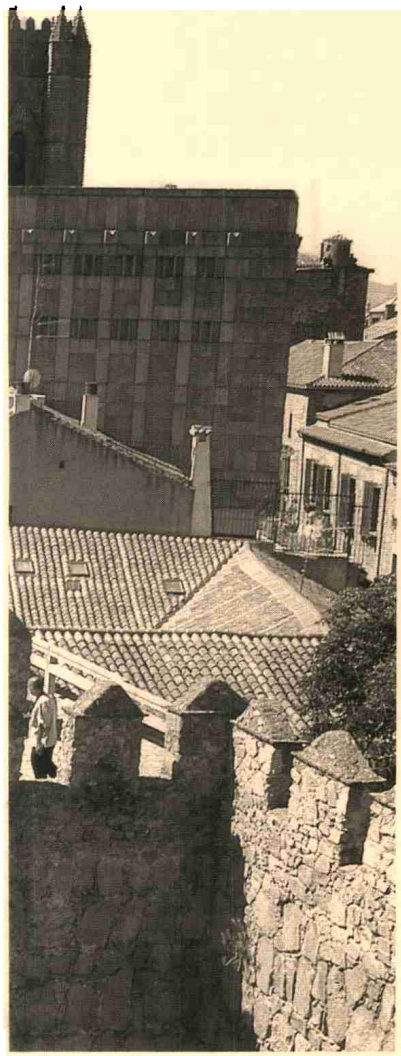
Ante esta situación, desde el Gobierno se ha dado prioridad a la política turística, aprobando el mayor presupuesto de la historia, con un aumento del 109% respecto a 2008. Entre las principales acciones cabe destacar la puesta en marcha del Plan Renove y del FuturE cuyo objetivo ha sido el de incrementar la calidad de las infraestructuras turísticas y dotarlas de mayor valor añadido. De los 1.500 millones presupuestados en 2009 se han dispuesto cerca de 1.400 millones, lo que se ha traducido en una inversión inducida cercana a los 2.850 millones.

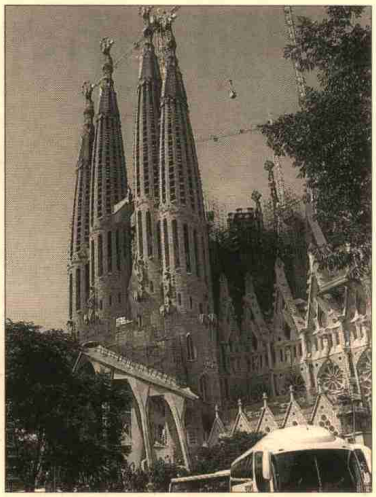
O.J.D.: 40077
E.G.M.: 83000
Tarifa (€): 13167

Cinco Días

Fecha: 20/01/2010
Sección: SUPLEMENTO
Páginas: 2,3

ENE.10.143





Arriba, veraneantes en una de las playas españolas. A la izquierda, turismo de invierno en una estación de esquí en el Pirineo. A la derecha, catedral de la Sagrada Familia construida por Gaudí en Barcelona.

A la izquierda, muralla de la ciudad medieval de Ávila, declarada Patrimonio de la Humanidad desde 1985.
A la derecha, detalle de la gastronomía española y *cruceristas*, una modalidad turística que ha experimentado el mayor crecimiento de los últimos años.

Desde Exceltur reconocieron que, además, es preciso autoevaluarse: "Nuestro país ha sido durante años la segunda potencia mundial, rango que ha perdido hace poco. Debemos saber qué es lo que están haciendo en los países líderes del sector turístico para poder aprender realmente". Si esto no se hace –dijeron–, España no saldrá de la crisis fortalecida ni volverá a generar empleo, que es ahora el mayor reto de la sociedad.

En lo que existe unanimidad es en que la crisis ha propiciado una caída estrepitosa del consumo –especialmente en el entorno urbano, en el que un 89,7% ha visto menguado sus beneficios en 2009– y que la fortaleza del euro frente a otras divisas ha sido determinante a la hora de disuadir al turista extranjero. A esto hay que sumar un excesivo peso del *sol y playa* –que en España representa el 70% del total frente a otros segmentos como el cultural o el de naturaleza–, que ha hecho que nuestro país pierda atractivo frente a otros destinos turísticos como Turquía, Túnez y Marruecos, cada vez más competitivos tanto en precio como en calidad. A juicio de Escarrer, "no se puede competir sólo bajando precios como ha pasado en 2009 y seguirá pasando por desgracia en los primeros trimestres del año que viene. Hay que buscar una oferta de más calidad". Y es que, de seguir en esa línea, la recuperación de los márgenes será muy costosa. "La última gran crisis turística fue en 1993 y 1994; entonces hubo una gran guerra de tarifas y se tardó entre cinco y siete años en restablecer el nivel de precios anterior", reconoce. La ocupación vuelve antes, pero los turistas no están dispuestos a pagar más caro, y los márgenes sufren.

"Estamos inmersos en una política general de bajada de precios, pero es una medida temporal", reconoce Barceló

Lo mismo apuntan desde el grupo Barceló: "Estamos inmersos en una política general de bajada de precios, pero es una medida temporal. A medio y largo plazo de lo que se trata no es de bajar precios, sino de mejorar la oferta de tal manera que el precio esté acorde a la calidad, sobre todo comparando con lo que se abona en otros destinos más o menos emergentes". Y es que, aunque España sea un referente mundial, sobre todo a nivel servicios, "aún queda mucho por hacer para situarse en el segmento medio-alto del mercado, y eso pasa por la imprescindible profesionalización del sector".

En NH Hoteles reconocen "haber visto recuperación en los niveles de ocupación, pero los precios distan aún de los niveles de ocupación de 2007 y la visibilidad sobre lo que vaya a ocurrir en los próximos meses es muy limitada. Para este grupo es esencial que el sector lleve a cabo "su concentración", ya que la planta hotelera está muy fragmentada. Las cadenas tienen un porcentaje muy pequeño de establecimientos frente a países como EE UU, donde el 85% de las habitaciones están operadas por cadenas.

Todo parece indicar que el repunte del sector tardará en producirse y que no será fácil, y que hará falta una profunda revisión y una redefinición de las estrategias para lograrlo.

PLAN DEL TURISMO ESPAÑOL

Apuesta por el patrón de desarrollo sostenible

El turismo sostenible ha sido definido por la Organización Nacional de Turismo (OMT) como aquel que "satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro".

La Secretaría de Estado de Turismo destinó el pasado año 270.000 euros para impulsar la sostenibilidad en empresas turísticas promoviendo su adhesión a la Carta Europea de turismo sostenible en espacios naturales protegidos.

El objetivo que se persigue es implantar pautas de gestión sostenible y corregir las disfunciones y las insuficiencias de infraestructuras obsoletas, a la vez que abre una nueva vía de competitividad a las empresas del sector.

La ausencia del factor ambiental a largo plazo ha provocado en décadas anteriores situaciones de exceso de densidad, crecimiento desproporcionado de una oferta homogénea, insuficiencia de infraestructuras, urbanización descontrolada de algunas zonas y presiones excesivas sobre la costa.

La catedral de Santiago de Compostela celebrará el año santo Xacobeo.

Propuestas para la oferta de invierno

El proyecto piloto Turismo Sénior Europa es una iniciativa para luchar contra la estacionalidad turística que también favorece el mantenimiento y la creación de empleo en el sector durante la temporada baja.

Por su alcance europeo quiere contribuir a construir el concepto de ciudadanía europea. El proyecto, basado en la creación de un sistema de viajes en grupo parcialmente bonificados, pretende potenciar la atracción de turismo en invierno hacia España, mostrando las múltiples posibilidades de los destinos españoles en temporada baja. Se trata de conseguir movilizar a más de cien millones de personas de entre 55 y 75 años, de los cuales el 50% no ha viajado nunca fuera de su país.

Inicialmente, el proyecto se ha puesto en marcha en Andalucía y Baleares, y en él participan un total de 16 países. En la primera edición, que comenzó en octubre de 2009 y se desarrollará hasta abril de este año, se ofertarán 80.000 plazas.