

La patronal alerta de un recorte de 100.000 empleos antes de mayo



Tras años de bonanza sostenida, la industria turística sufrió una caída de ventas y beneficio del 10% en 2008, revela Exceltur. Un cambio de ciclo del que ya no se recuperará hasta 2010. Los empresarios advierten de la caída de hasta un 3% del PIB turístico.

Cambio de ciclo

Las cosas empezaron a fastidiarse el pasado verano, cuando comenzaron a caer la demanda española (que ha sido el motor del sector en los últimos años), la afluencia extranjera y, por supuesto, su gasto. Ello llevó a cerrar 2008 con una caída de ingresos por turista a niveles que no se daban en la última década, según el informe realizado por Exceltur sobre el comportamiento de 2008 en base a una encuesta realizada entre 3.000 empresas turísticas. Por poner un ejemplo, si en el año 2000 cada turista aportaba una media de 837 euros, en 2008 esa cifra ha bajado hasta los 607.

Además, en 2008 los empresarios de todos los sectores turísticos vieron cómo disminuían sus beneficios, sobre todo los de agencias de viajes, hoteles urbanos y aerolíneas, que fueron los peor parados. En general, el 45% de las empresas vieron cómo sus ganancias caían un 10%.

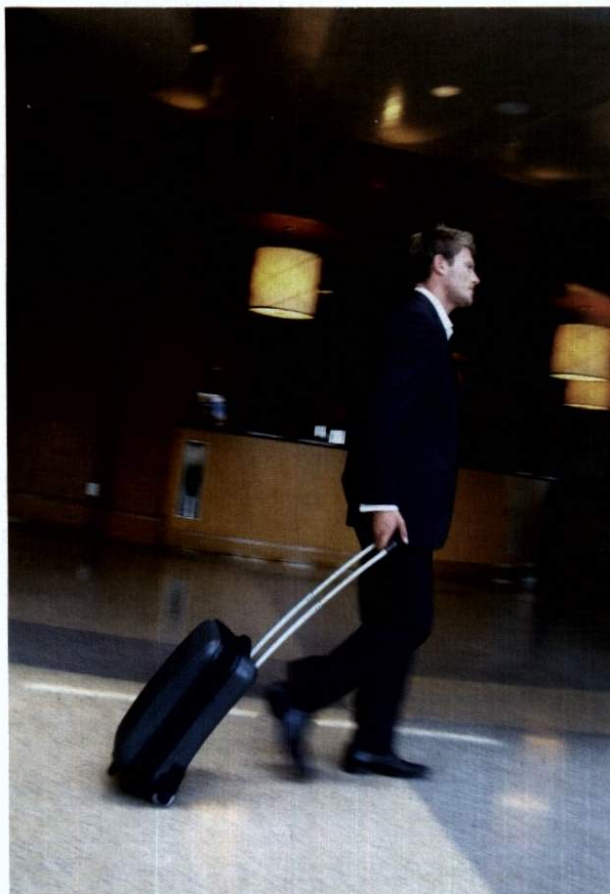
Una situación que ha llevado al 63% de las empresas turísticas a acabar 2008 con niveles de empleo inferiores a los de 2007. Como explicaba José Luis Zoreda, el vicepresidente de Exceltur, durante la presentación de este informe, "las empresas han terminado el año aplicando fuertes medidas de contención de costes de manera discreta y progresiva, sin EREs. Han tenido que redimensionar las noticias y probablemente lo seguirán haciendo este año". Analistas Financieros Internacionales (AFI) pronostican que para mayo se recorten las plantillas en torno a un 6%, lo que podría suponer una pérdida de 100.000 puestos de trabajo respecto a 2007.

Un PIB turístico aún menor

Los empresarios agrupados en la patronal Exceltur hablaron claro: este año 2009 va a ser aún peor, con nuevas caídas de ventas y beneficios, "incluso bajando los costes operativos". Los ingresos del sector caerán en torno al 5,7%, tras un desplome de más del 4% en 2008.

José Luis Zoreda explicó que, por primera vez en diez años, el turismo no suma crecimiento a la economía española, sino que resta: el PIB turístico, denominado ISTE, que elabora Exceltur, cayó en 2008 el 1,1% respecto a 2007. Para este año, la menor llegada de turistas y el recorte de su gasto medio provocarán un PIB turístico aún menor: caerá un 3% este año, según las previsiones macroeconómicas. Esta cifra es superior, a su vez, a la bajada del 1,2% que los analistas estiman para el conjunto de la economía española.

Así las cosas, desde Exceltur se ve 2009 como un año "de transición, que debiera verse no perdido, sino comprometido al máximo con reformas e inversiones urgentes en infraestructuras y equipamientos que permitan reinventar el modelo turístico para poder salir de la crisis en posición más competitiva". Y avisan, eso sí, de que en este año se van a observar más procesos de reajuste empresarial en el sector (concentraciones, alianzas o cierres), "dada la sobrecapacidad de subsectores y modelos de gestión y/o productos poco competitivos, situación que pudiera empeorar si no se resuelve el acceso al crédito para aquellas empresas viables y solventes".



Desde octubre los hoteles urbanos han sufrido una fuerte caída de la ocupación

Unos, más afectados que otros

Aunque todos los subsectores se ven afectados por la crisis, el turismo de sol y playa es uno de los grandes perjudicados. ya que en 2008 perdió cuota de mercado en detrimento de países "rivales" del mediterráneo Oriental, como Egipto y Turquía.

A nivel español, las comunidades del norte, las del Mediterráneo peninsular y Madrid han acusado los peores resultados empresariales, y por líneas de producto los que más han sufrido son las escapadas cortas a ciudades españolas, que durante los últimos años han sido el gran motor del crecimiento del sector turístico español urbano y de interior.

Caída en los hoteles urbanos

En cuanto al sector hotelero, el presidente de Exceltur y consejero delegado de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, resaltó 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 revpar, mientras que aumentaron los costes energéticos, de materias primas y de salarios, "que han crecido por encima de la inflación". Las grandes cadenas han sufrido menos gracias al mejor comportamiento de sus establecimientos en Europa y especialmente en Latinoamérica. Escarrer llamó a una eficaz colaboración entre los sectores público y privado para aprovechar la crisis para mejorar la competitividad. **IH**

Reflexiones para 2009

Desde Exceltur el mensaje es claro: el sector turístico español está tan sujeto o más a los ciclos económicos como cualquier otro: "hay que asumir con mucho más realismo la dura coincidencia del ciclo económico bajista con los múltiples retos de competitividad estructural, aún pendientes de abordar, para poder salir reforzados de la crisis".

Los importantes efectos multiplicadores que induce el sector turístico sobre todo el tejido socio-empresarial a nivel local brindan una oportunidad única al Gobierno y las comunidades autónomas para impulsar la economía real.

DECÁLOGO DE MEDIDAS para reactivar el sector

Ante este panorama, Exceltur ha presentado un decálogo de medidas para reactivar el sector:

1. Revisar el Plan Horizonte 2020 y acelerar con más dotaciones "ad hoc" las diversas inversiones ministeriales para la mejora competitiva del sector (no sólo créditos ICO).
2. Plan de Inversiones Municipales en Obra Pública (8.000 mill. euros): priorizar su aplicación a destinos turísticos.
3. Plan para procurar una accesibilidad aérea más competitiva para España bajando tasas y evitando sobrecostes que generen agravios comparativos con otros países competidores.
4. Revisar los enfoques del marketing institucional en 2009, priorizando más los esfuerzos de las CC AA en estimular la demanda turística interna junto a campañas conjuntas previas de sensibilización genérica incitando a los españoles a conocer mejor España.
5. Facilitar la disponibilidad de fondos y acceso al crédito para las empresas turísticas viables y solventes.
6. Favorecer un nuevo tratamiento fiscal, atenuando costes y propiciando reinversiones.
7. Favorecer medidas que estimulen la internacionalización y reconocimiento del sector.
8. Favorecer un nuevo marco laboral que abarate y permita la contratación de empleo más estable (y no tanto el despido) y reduzca el absentismo.
9. Favorecer la evolución de instituciones tipo Turespaña e IET hacia consorcios mixtos, asegurando nuevos modelos de cogestión público-privados más eficaces.
10. Impulsar una mayor periodicidad de la Comisión interministerial, para abordar retos y agilizar aquellas actuaciones transversales que afectan al turismo y son competencia del Gobierno.