

EL LA LLEGADA DE VISITANTES EXTRANJEROS BATE
 RÉCORDS. PERO LA MITAD DEL SECTOR QUE
 DEPENDE DE LA MALTRECHA DEMANDA
 NACIONAL SIGUE SUFRIENDO LA CRISIS

TURISMO ESTÁ COJO

**POR MARTA GARCÍA ALLER
 ILUSTRACIÓN DANIEL MARTÍNEZ**

ENTRE ISLA CRISTINA Y LEPE, EN PRIMERA línea de la playa de Islantilla, se encuentra uno de los hoteles de referencia de la Costa de Huelva, Puerto Antilla Grand Hotel. Es un potente cuatro estrellas, con 400 habitaciones, piscinas y un jardín tropical que es la envidia de la zona. Su gerente, Juan Zapata, recuerda como si fuera ayer el 1 de julio de 2004 cuando celebraron la inauguración por todo lo alto: "Los primeros tres años fueron muy buenos. Y el mejor, con diferencia, fue 2007". Entonces, facturaba más de 10 millones de euros. Ahora la cifra de negocio les ha caído cerca de un 20% y el beneficio, casi a la mitad.

Por eso a Zapata le sonaron a broma pesada las declaraciones del ministro



MARTÍNEZ ©

José Manuel Soria, cuando anunció a bombo y platillo que "2012 había sido un buen año para el turismo". El ministro celebraba que España recibiera 57,7 millones de turistas internacionales, un 2,7% más que el año anterior, y el tercer mejor registro de la historia, después de 2006 y 2007. El dato era bueno, sin duda, igual que lo era la progresión del nivel de gasto: los extranjeros se dejaron en sus viajes a España 55.777 millones de euros, un aumento de casi el 6% respecto a 2011. "La llegada de turistas ha continuado la recuperación iniciada en 2010", sentenció Soria. ¿Todos contentos, no?

Pues al sector no le salen las cuentas. Y es que el dato importante, que el ministro no se molestó en subrayar, es que las pernoctaciones hoteleras totales en realidad bajaron un 1,9% en 2012 respecto al año anterior. También cayó el PIB turístico un 1,6% (lo que equivale a una pérdida de valor de unos 1.800 millones de euros), según el lobby turístico **Exceltur**. ¿La causa? El hundimiento del mercado nacional que supone, no lo olvidemos, más del 50% de la industria. Y mientras los no residentes aumentaron un 2,3% las noches que pasaron en hoteles, los españoles las redujeron un 8,4%. La balanza tampoco se compensa por el lado del gasto. La reducción del consumo turístico de los españoles fue del -3,1% en términos de PIB, frente al incremento de la actividad turística del turismo extranjero de un 0,4%.

Zapata dice que empezó a notar una caída fuerte de su negocio en el verano de 2009. En 2010 reconoce que hubo una tímida recuperación. "Pero 2011 ya fue malo y 2012 ha sido mucho peor. Y no sólo aquí, sino en toda la comarca. Nosotros los primeros años teníamos el hotel abierto una temporada de 10 meses. Sólo cerrábamos de diciembre a febrero, pero ahora hemos dejado de funcionar desde mediados de octubre hasta Semana Santa, porque nos cuesta más tener el hotel abierto que cerrado", afirma el onubense. El negocio de Zapata no es ni mucho menos la excepción. En 2012, un 77% de las empresas del sector declara haber reducido sus ventas y un 77% ha sufrido también una caída en beneficios, según **Exceltur**.

Así que, por más que el ministro anunciara a bombo y platillo que la locomotora de la economía española está batiendo récords de visitantes extranjeros, no podemos olvidar que una gran parte del sector lo está pasando muy mal. Especialmente aquellas empresas que, como Puerto Antilla Grand Hotel, dependen fuertemente del turismo español, paralizado por la difícil coyuntura interna.

"El dato de visitantes extranjeros es bueno, pero tiene una repercusión relativa", explica Javier Jiménez, socio de Turismo de Deloitte. "¿Qué supone de verdad esa cifra? Contar cabezas no basta para explicar la complejidad del sector. Y aunque la noticia es buena, no tiene en consideración los problemas de rentabilidad que arrastra la industria".

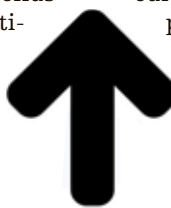
Según **Exceltur**, pese a que el turismo extranjero ha crecido mucho en volumen de pernoctaciones, no han sido tan positivos los ingresos en términos reales. Lo confirma el Índice de Precios Hoteleros (IPH), registró un descenso anual del 0,1% de media en 2012. Una tasa inferior en 0,3 puntos a la registrada en 2011, que tras dos años de caídas había vuelto a ser positiva con un leve aumento del 0,2%.

"El ministro de turno siempre habla de pernoctaciones, pero de euros hablan muy poco", dice Zapata. "¿A qué precio están viniendo? Preferiría que llegaran la mitad pagando el doble, porque nos ahorraríamos muchos gastos. Estamos sufriendo una bajada de tarifas de entre un 15% y un 20%", dice Zapata. "Podríamos sacrificar margen para mejorar el volumen, pero no se pueden bajar más los precios sin deva-

luar el producto. Nosotros no estamos dispuestos a entrar en esas guerras. Nos llaman operadores ofreciendo grupos de 30 jubilados a un precio de 20 y 25 euros por persona al día con media pensión, bebidas y hasta los espectáculos de animación incluidos. Es imposible dar ese servicio con una mínima calidad sin arruinarse. Queremos mantener la calidad de un cuatro estrellas y no nos interesa entrar en ese juego".

LUCES Y SOMBRAS. La caída es desigual según las regiones. La única autonomía que no ha registrado este año tasas negativas ha sido Baleares. Los hoteles de las islas consiguieron mejorar tanto sus ventas (el 34,8%), como sus resultados (el 46,4%), gracias a que pudieron (de manera excepcional en la geografía española) subir precios respecto a 2011. Cataluña también está entre las más favorecidas. El año pasado, según la Encuesta de Coyuntura Turística Hotelera que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), pasaron por esta comunidad 24,5 millones de turistas (entre extranjeros y españoles), un 5,5% más respecto al año anterior, y se consolidó como la primera autonomía por ingresos generados. La Costa Brava ha sido una de las pocas excepciones donde el aumento de turistas extranjeros sí que ha compensado la caída nacional. La mejor noticia para los catalanes es que los extranjeros gastaron en torno a 12.600 millones de euros, un récord que supuso un 13,8% más que el año anterior.

Andalucía, sin embargo, que es la reina del turismo nacional (con cerca del 20% de las pernoctaciones), es la región que ha sufrido una mayor pérdida de visitantes. Pese a que en 2012 los internacionales crecieron un



Llegada de turistas extranjeros

Ingresos de divisas

Hoteles de sol y playa

Baleares y Canarias

Empresas de alquiler de coches

LO QUE SUBE
Y LO QUE BAJA

Turistas españoles

Destinos de interior

Hoteles urbanos

Empleo turístico

Tourop operadores españoles

Servicios de ocio (museos, campos golf, parques temáticos, estaciones esquí)

Compañías aéreas



EL TURISMO ESTÁ COJO

3,9% (hasta los 6,1 millones), este aumento no compensa el batacazo de los 600.000 visitantes españoles menos (-6,4%) respecto a 2011.

“El que venía 10 días ahora viene cinco”, dice Zapata. “Esta zona es de un turismo muy fiel. Hay familias que acudían no sólo en verano, sino todas las Semanas Santas y todos los puentes y ya no se pasan más que unos días en agosto. También ha caído el consumo en el hotel drásticamente y es algo que hace daño a la cuenta de resultados. Los españoles ya no se toman tan alegremente los cafés y las copas después de comer en el restaurante. Ahora ves a los clientes con la bolsa del Mercadona con patatas y latas de Coca-Cola camino de la habitación”.



Baleares fue la comunidad autónoma con el mayor grado de ocupación medio por plazas en 2012 (74,7%).



“En muchos lugares, la oferta está sobredimensionada”, dice David Samu, socio de Turismo de PwC. “Hasta que no se ajuste la oferta a la demanda, nunca se recuperará la tarifa. Y si la concentración tan anunciada en el sector no se está produciendo todavía es por falta de acceso a los mercados financieros por parte de las empresas que podrían crecer”. Los expertos coinciden en que seguimos teniendo problemas de fondo pendientes de resolver, “como la falta de competitividad, la necesidad de remodelar buena parte de la planta hotelera y demasiada atomización en el sector, no sólo de hoteles, también de agencias de viajes, de alquiler de coches...”, dice Jiménez.

En los subsectores hay más sombras que luces. Entre las excepciones de los negocios que no han vivido un mal año, además de los hoteles en las zonas costeras preferidas por los extranjeros, están las empresas de alquiler de coches, de las que un 65,5% registraron un incremento de sus ventas en 2012, gra-



cias, según **Exceltur**, al crecimiento del negocio de las islas.

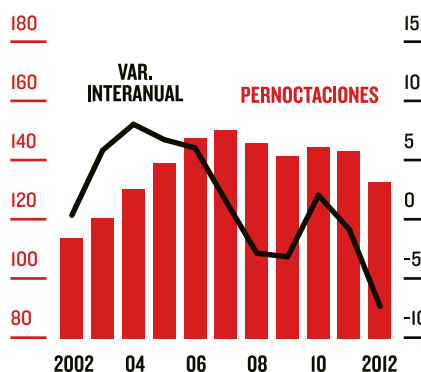
Entre los más afectados están los hoteles urbanos, que se han visto muy afectados tanto por el descenso de las escapadas de fin de semana como por el retroceso en viajes de negocios y congresos, con caídas en sus ventas de media superiores al 10%.

También la gran mayoría de las empresas e instituciones de ocio (mu-

LA ALEGRÍA VA POR BARRIOS

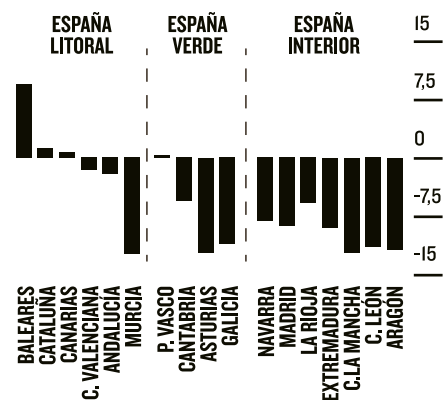
LA DEMANDA NACIONAL SE DESPLOMA

Millones de pernoctaciones de turistas españoles (esc. izda.). Variación interanual, en % (esc. dcha.).



Fuente: Exceltur.

Repar por Comunidad Autónoma. Porcentaje de variación acumulada ene-nov 2012/11.



seos y monumentos, campos de golf, parques de ocio y estaciones de esquí) declaran haber tenido un mal año. Y en el caso de las agencias de viajes y turoperadores, las ventas han caído más del 5% en todas las compañías casi sin excepción (97,7%). Gracias a las drásticas políticas aplicadas de reducción de costes, sin embargo, un 39,4% declara haber mejorado su rentabilidad, lo que nos da una idea de por dónde van a tener que ir los tiros.

¿Y QUÉ HAY DEL SALVAVIDAS DEL EMPLEO? Dado que gran parte del aumento de visitantes extranjeros se está logrando a costa de mantener los precios bajo mínimos, la contención de costes, sumada a la caída de la demanda interna, también está yendo en detrimento del empleo. En 2012, el número de afiliados a la Seguridad Social en actividades relacionadas con el turismo cayó en 23.279 personas.

Según Frontur, hubo 4.582 personas que perdieron su empleo en el sector hotelero, 3.377 empleados menos en la hostelería y las agencias de viajes y 1.000 empleados menos en operadores turísticos. En conjunto, los empleados del sector disminuyeron un 5,2%, hasta 1,9 millones de trabajadores.

“Los indicadores apuntan a que la demanda española va a seguir cayendo en turismo y hostelería en 2013”, dice

Jiménez. “Vamos a tener un año complicado, y en los segmentos de tipo medio y bajo este año veremos muchos cierres. Si se repitiera el escenario de 2012 nos damos con un canto en los dientes”. **Exceltur** calcula para el año que viene una caída del PIB turístico del 1%. Y según José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo del *lobby* del sector, habrá que esperar hasta 2014 para empezar a percibir una recuperación del turismo interno.

Al menos la demanda extranjera va a seguir funcionando. Hasta Semana Santa, el Instituto de Estudios Turísticos pronostica que la entrada de turistas crecerá hasta un 7,4% (9,9 millones) sobre el mismo periodo del año anterior. El organismo, dependiente del Ministerio de Industria, también prevé que el gasto ascienda a 9,5 millones (un 6% más). Pero no podemos lanzar las campanas al vuelo en términos de empleo, que es lo que la economía española necesita como agua de mayo. Los afiliados a la Seguridad Social en el sector se estima que retrocederán el 1,4% en el primer trimestre.

España puede seguir beneficiándose de los problemas en las costas del norte de África para captar turistas eu-

ropeos, pero debería invertir mucho en mejorar instalaciones y fidelizar a la nueva clientela si no quiere perder esta ventaja coyuntural.

¿HAY SOLUCIÓN? “El secreto para salir adelante es diferenciar el producto”, dice David Samu, socio de Turismo de PwC. “No depende tanto de en qué región te encuentres como cuánto innoves, porque en todas partes hay gente a la que le va bien. Se puede innovar en gastronomía, en atención al cliente (por ejemplo, contratando a alguien que hable ruso), en tipo de servicios, etcétera. El sector en su conjunto lo había mirado poco porque durante la bonanza todo funcionaba”.

Diversificar geográficamente la captación de clientes es otra de las mayores urgencias para el turismo español. Y a ser posible, aspirar a atraer los perfiles de mayor poder adquisitivo. El mejor ejemplo lo repre-

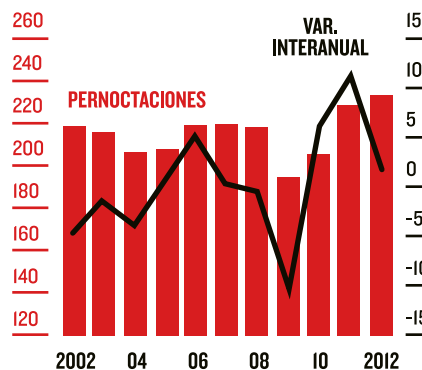
sentan los rusos, que fue el grupo que más creció el año pasado (casi un 40%). Mientras que los británicos y alemanes (que siguen siendo los mercados emisores mayoritarios) se gastaron en agosto entre 931 euros y 975 euros, entre los turistas rusos la media por persona supera los 1.500 euros. Pero, de momento, sólo tienen esta nacionalidad 1,2 millones de visitantes de los casi 58 millones que vinieron el año pasado.

A Islantilla el milagro ruso no ha llegado todavía. “Los rusos suelen ir a la costa catalana o a Málaga, porque tienen mejores conexiones”, afirma Zapata. “Pero nosotros tenemos un buen producto y un buen destino, así que estamos luchando por promocionarlo echándole imaginación para compensar la caída de la demanda nacional y buscando donde no ha buscado nadie. Acabamos de cerrar un grupo de norteamericanos evangelistas del estado de Georgia que van a reunirse aquí a rezar unos días. Pues bendito sea Dios”.

**EL SECRETO
ESTÁ EN
DIVERSIFICAR
LA DEMANDA.
LOS RUSOS
SON LOS MÁS
COTIZADOS**

LA DEMANDA EXTRANJERA BATE RÉCORDS

Millones de pernoctaciones de turistas extranjeros (esc. izda.). Variación interanual, en % (esc. dcha.).



Fuente: Exceltur.

Variación del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, en %. Ene-nov 2012/11.

