

El turismo español estudia cómo 'reinventarse' en crisis

EL 'SOL Y PLAYA' MANTIENE SU PESO FUNDAMENTAL, PERO FALTA UNA OFERTA COMPLEMENTARIA MAYOR

J. A. BRAVO

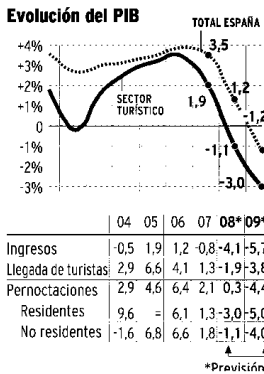
«En los años 60 y 70, en pleno 'boom' del turismo en España, bastaba con poner un hotel junto a la playa y lo llenabas. Aquellos extranjeros eran felices con una hamaca o una sombrilla. Pero no eran turistas en el sentido estricto. Hoy sí, y piden más cosas; toda una oferta complementaria que les permita llenar de forma útil su tiempo libre». Son palabras de Juan Andrés Melián, un veterano empresario canario que lleva casi tres décadas trabajando en el sector y que ahora preside la Mesa del Turismo que, junto a la alianza Exceltur, representa a la mayoría de operadores del sector.

El análisis de Melián es compartido casi en su totalidad por la mayoría de sus colegas e incluso desde la propia Administración. Todos coinciden en que el popular modelo del 'sol y playa', denostado por algunos, no sólo no debe enterrarse sino que ha de reforzarse y adaptarse a los nuevos tiempos, ahora marcados por una crisis galopante a la que todavía no se vislumbra el final, que los más optimistas sitúan en 2010 mientras el resto piensa más en 2011.

«No está ni mucho menos caduco, pero tampoco podemos dormirnos», afirma Jesús Maciñeira, presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE), en referencia al renombrado 'sol y playa'. «Lo que no funciona es lo que funcionaba hace 30 o 40 años, pero advierte nuestra climatología agradable sigue siendo un valor al alza y una clara ventaja compe-

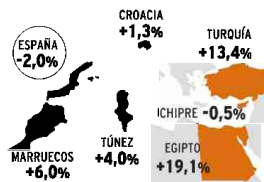
EL TURISMO ESPAÑOL

Todos los datos en variaciones anuales en %



Destinos emergentes del Mediterráneo

Comparativa de crecimiento 08/07



Fuente: Exceltur, 'Informe de Perspectivas Turísticas' (Enero 2009)

GRÁFICO DANIEL GARCÍA

titiva, a la que no podemos renunciar sin más».

De competencia saben mucho los hoteleros, pues este sector es el primero que acusa la crisis en

forma de reducción de pernoctaciones. No obstante, Juan Molas, presidente de su patronal, insiste en las ventajas comparativas de los destinos españoles frente a otros del norte de África, Oriente Medio e incluso el Caribe. «No niego que tengan su atractivo -afirma-, pero la sanidad y la seguridad que tenemos nosotros no existen en esas regiones, sin duda».

Menos turistas

Pero ningún empresario del sector quiere caer en la autocomplacencia, y menos después de que 2008 fuera su peor año de la última década. Esta afirmación, sin embargo, ha de ser matizada, y así lo demandan desde el Gobierno. El director general de Turespaña, Antonio Bernabé, recuerda que aunque llegaron 1,7 millones de turistas menos -lo que supone una caída del 2,6%-, el volumen total alcanzó los 57 millones y medio. Además, el saldo entre ingresos y gastos no sólo no bajó, sino que incluso aumentó un poco, casi un 1% al cierre de octubre, según las últimas cifras oficiales publicadas por el Banco de España.

Sus cifras, empero, no terminan de ajustar con las de Exceltur, el 'lobby' turístico por excelencia que agrupa a grandes empresas como touroperadores, hoteleros y aerolíneas. Su último informe, elaborado hace pocas fechas, sostiene que el Producto Interior Bruto (PIB) del sector cayó un 1,1% mientras que la facturación de las empresas lo hizo un 4,1%. La consecuencia es que, según la encuesta que realizan de forma periódica

INGRESOS REALES

38.100

millones de euros obtendrá el sector turístico en 2009, una vez descontado el efecto de la inflación. Esta cifra, no obstante, empeora en un 6% el resultado del año pasado.

ca a 3.500 compañías dedicadas a este negocio, al menos, tres de cada cuatro vieron reducidas sus ventas y sus beneficios.

Con este panorama, el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, habla ya de desempleo en el sector «tras siete años creciendo a tasas inferiores a las de la economía española». «No resulta agradable dar estas previsiones -se justifica-, pero si no se toman medidas intensas pueden destruirse 100.000 empleos antes del verano». Esas actuaciones, en su opinión, no pueden ceñirse a la mera promoción de destinos, afirma en tono crítico tras advertir de la necesidad de «reorientar» el Plan Horizonte 2020 -la 'niña bonita' del Gobierno para este ámbito- «si no queremos que se quede obsoleto en un año».

El culpable, de nuevo, parece ser la crisis, pues también existe una coincidencia casi general en que, a pesar de que el sector arrastra algunos problemas estructurales -lo vetusto de bastantes infraestructuras es uno de los principales-, el factor principal a la hora de que la demanda se retraiga ha sido la, ya confirmada, recesión económica, sobre todo en la Unión Europea, en la que se encuentran los principales países emisores hacia el mercado español. Por ese motivo, el director general de Turespaña no duda en calificar esta



Esta imagen habitual de las playas

La tendencia prevista es que haya más demanda nacional y menos extranjera

etapa de «incertidumbre», marcada en gran medida por la fuerte retracción del consumo.

Cambio de hábitos

«Hay poca gente dispuesta a renunciar a sus vacaciones, pero sí es cierto que cada vez toma sus decisiones más tarde», explica Bernabé, quien sostiene que esto fa-

Los viajes del Imserso, un soporte básico para el sector

J. A. B.

Más de un millón de jubilados españoles invernan cada año de una forma muy peculiar. Viajan a los lugares más emblemáticos de las costas, sobre todo en el Levante, Andalucía y los dos archipiélagos. Son los viajeros del Imserso, una palabra conocida por muchos tras la que aparece el Instituto de Mayores y Servicios Sociales, dependiente del Ministerio de Trabajo.

Más de 100 millones de euros anuales le cuesta a las arcas del Estado llevar de vacaciones a los pensionistas, para quienes este tipo de viajes suponen una oportunidad barata de hacer turismo. Tanto es así que para muchos resulta más rentable apuntarse a ellos que quedarse en casa. Un buen número de ofertas no rebasan los 25 euros por día y persona, e incluso las hay más asequibles.

mientras que el gasto medio por individuo en el hogar ronda los 35 euros en España, según Industria, Turismo y Comercio.

Para los empresarios del sector, los clientes del Imserso son una considerable fuente de ingresos, pese a que algunos hoteleros denuncian que los operadores adjudicatarios de este concurso público les presionan tanto con los precios que ponen en juego la renta-



Los jubilados 'salvan' en parte el turismo en la temporada baja. / N. G.

bilidad; antes ganaban casi dos euros por cada uno que invertían.

Lo cierto es que, amen de combatir la estacionalidad del sector

(el programa se extiende de octubre a mayo), les permite mantener 10.000 empleos directos y otros 40.000 directos en temporada baja.

Panorama



del Mediterráneo, en este caso en el Levante, puede empezar a verse menos días al año. / RIGBERA

vorece a los destinos de proximidad y reduce los desplazamientos de largas distancias. «La consecuencia –insiste– es que los flujos de viajeros se van a reordenar de forma clara, de modo que esperamos que haya más demanda nacional y menos extranjera, por lo que una compensara a la otra». Los datos, por ahora, le dan la razón pero con matices.

Con una tendencia creciente de vacaciones más cortas y, por tanto, dirigidas sobre todo a destinos más cercanos, el número de viajes que los españoles realizaron por el interior del país durante los nueve primeros meses de 2008 (últimos datos disponibles en el Mi-

nisterio de Industria, Turismo y Comercio) había aumentado un 9,3% en tasa interanual hasta los 130,8 millones. El problema es que en septiembre, mes tradicionalmente potente para el sector, habían caído casi un 11%. La clave, como al principio, la vuelva a dar el veterano Melián. «La gente no va a renunciar a su tiempo de ocio –explica–, pero tampoco se va a conformar con cualquier cosa».

Info

Más información y datos en:
www.tourspain.es/
www.exceltur.org/
www.cehat.com/

AGENCIAS DE VIAJES

Reconversión ineludible

Dentro del sector turístico, las agencias de viajes son uno de los eslabones más débiles, tanto que la reconversión de este negocio que las propias empresas esperaban en un plazo de 5 a 10 años se ha adelantado debido a la crisis.

Aunque las cifras varían según la fuente –la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE), la Federación de Agencias de Viaje (FEAAV) o el distribuidor de

productos turísticos Amadeus–, todos coinciden en que el número de actores en un negocio con cerca de 8.700 operadores se ha reducido cerca de un 5% en el último año.

En 2009 se espera una tendencia similar, si bien un número cada vez mayor de establecimientos –en la actualidad, cerca del 60%– está en manos de cuatro o cinco grupos turísticos, entre los que destacan Globalia, Marsans y Barceló. La clave para subsistir, según los propios empresarios, pasa por aumentar la productividad y lograr una mayor especialización ante la competencia creciente.

JUAN MOLAS PRESIDENTE DE LA PATRONAL HOTELERA (CEHAT)

«Nunca hemos molestado a la Administración, pero es hora de mirar al turismo»

El turismo es, sin duda, uno de los sectores que menos está acusando la crisis, al menos por ahora, pero también corre sus riesgos. Así lo advierte Juan Molas, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

–¿El descenso en el negocio turístico se debe sólo a la crisis o hay factores estructurales?

–En gran medida sí responde a la crisis. Por ejemplo, en las estancias hoteleras el mayor descenso procede de las empresas, es decir, de convenciones, viajes de ejecutivos, etcétera. Las compañías han optado por reducir al máximo sus gastos y eso nos afecta.

–¿En qué segmentos les va peor?

–En los destinos urbanos sin otro gran interés añadido que la propia ciudad. Esta tendencia se acusa mucho con la llegada del otoño y ha seguido en invierno.

–¿Cómo cuantificaríamos ese descenso de la demanda?

–A pesar de bajar los precios medios, las ocupaciones han caído, por ejemplo, entre un 10% y un 15% en enero en tasa interanual.

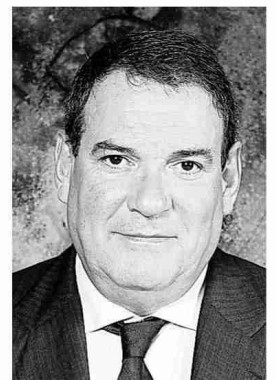
–Pero con la nieve los destinos in-

vernales se han recuperado, ¿no?

–Es cierto. Las estaciones de esquí y los hoteles de montaña, sobre todo en el Pirineo, han arrancado bien el año, sin duda por la climatología. Sin embargo, dista mucho de ser algo extraordinario, tanto que está costando traer a gente entre semana. En Canarias, a su vez, no han ido del todo mal las cosas, si bien estamos hablando de descensos de entre el 3% y el 5% en las ocupaciones en las principales islas.

–¿Hay que reinventar el modelo de 'sol y playa' o mejor no tocarlo mucho dada su importancia?

–El 'sol y playa' es un modelo que han seguido muchos países, tanto en Europa como en el norte de África, Oriente Medio y otras zonas como, por ejemplo, el Caribe. En nuestro caso, lo que habría que hacer es 'reinventar' algunos destinos, en el sentido de mejorar las infraestructuras, los servicios y la propia calidad del producto. No podemos destruir lo que tenemos ni echar abajo años de trabajo, pero sí podemos reconvertir lo que se pueda e incluso cerrar lo que sea necesario.



Molas se preocupa por la crisis.

–¿Qué medidas pediría al Gobierno para la industria turística?

–Primero, que los aeropuertos españoles (AENA) flexibilicen ya sus tasas. No puede ser que en plena crisis sigan subiendo como si no pasara nada. Otra petición serían aplazamientos en las cuotas patronales para aquellos empresarios del sector que se comprometan a mantener empleo o incluso a crearlo, nunca destruirlo. Este ha sido un sector que tradicionalmente no ha molestado a la Administración. Al estar muy atomizados no hemos ejercido la presión que igual nos correspondía, pero ya ha llegado la hora de que nos traten con igual o más mimo que a otros.