

- Vacaciones breves y austeras

La crisis toca de lleno el bolsillo de los españoles, que reducen estancias y escogen hoteles más baratos

MADRID | La crisis económica toca de lleno el bolsillo de los españoles estas vacaciones. Agobiados por los gastos, tres de cada cuatro tienen dificultades para afrontar el merecido descanso. Reducen las estancias, eligen hoteles y destinos más baratos o se quedan a "disfrutarlas" en casa. Todo por ahorrar. La Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viaje (FEAAV) ha rebajado la previsión de crecimiento para este año a menos del 4% y los hoteleros reconocen una reducción de un 10% del tiempo de estancia media, mientras sectores como el alquiler, el camping o el turismo rural confían en beneficiarse de la situación.

Representantes del ámbito turístico sostienen que las vacaciones son irrenunciables, que las ventas han ido muy retrasadas y que agosto está prácticamente lleno. La incertidumbre es cómo terminará septiembre.

Pero los españoles, que constituyen el 50% del mercado, viajan menos y recortan los gastos, sobre todo las familias de renta media y baja, y el sector del turismo acusa la caída, alertaba esta semana Exceltur.

"No renuncian a las vacaciones,

pero sí estarán menos días", afirma Joan Molas, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), y "van a tener menos alegría en el bolsillo" para el gasto que se hace fuera de la habitación.

La "alegría económica" -añade- conlleva viajes cortos, puentes, fines de semana..., y "este año se ha concentrado en agosto. Agosto está muy lleno, pero la temporada sigue hasta finales de septiembre. La incertidumbre y la preocupación está en cómo termina".

Las cifras en cuanto a número de clientes no van a ser malas, pero sí en rentabilidad e ingresos medios, opina el presidente de la patronal.

"Hay más sensación de crisis que crisis pura", asegura. "Personas que no tendrían que tener dificultades económicas, que no están ahogados por las hipotecas, también están reduciendo gastos".

No obstante, Molas sostiene que "el conjunto no será muy negativo". El sector ha demostrado una "enorme fortaleza frente a otros. Llevamos seis años prolongados de subidas, batiendo récords. Tampoco es tan dramático".

La crisis "no está afectando tanto a las familias españolas", manifiesta

Rafael Gallego, presidente de la FEAAV. "Las vacaciones son un producto de primera necesidad, y van a seguir saliendo, aunque reduzcan otros gastos".

Pero tres de cada cuatro viajeros reconocen que ha hecho cambiar sus hábitos. Sólo un 25% declara que no le afecta, según una encuesta del portal Trivago a la que respondieron 3.445 usuarios de ocho países.

Derrochar lo justo | Un 40% señala que tomará medidas para derrochar sólo lo justo: el 25% se

ve obligado a gastar menos, el 11% a reducir los días de viaje y un 4% a cambiar el destino por el presupuesto. A su pesar, otro 35% se quedará en casa este verano.

Y el sector hotelero lo acusa. Según el índice de Trivago, los precios han descendido ligeramente en julio respecto a los dos últimos meses en varias ciudades europeas, entre ellas Sevilla y Madrid.

"Todavía queda mucho por vender, pero no más que en años anteriores". Es imposible encontrar cruceros, aunque en sol y playa está más fácil, señala el presidente de

la FEAAV con un "moderado optimismo" que se podrá confirmar a final de agosto.

Lo que pasa es que se ha "frenado mucho la demanda y las ventas han ido retrasadas. Por eso siguen apareciendo ofertas en la prensa y los escaparates".

"El gasto está siendo inferior", asevera Francisco Torres, director de Marketing de Halcón Viajes.

"Hay clientes que buscan establecimientos más económicos y también que salen menos días, pero la mayoría aprovecha la cantidad de ofertas que hay en el mercado". "Quedan muchas plazas", subraya.

Y puede verse en la abundancia de publicidad: '2x1', niños gratis, descuentos y fórmulas como el 'todo incluido', ideado, según Rafael Gallego, para evitar "sorpresas al final en el presupuesto".

"Sí, pero luego viene la letra pequeña: tasas, carburante y hasta suplemento por mejor acomodación en el avión. Así que ya no es el precio que anuncian", señala contrariada Paloma A. a la salida de una agencia. En el interior, exclusivamente los empleados. "Es una temporada rara. Sólo estuvo llena el 30 de junio, con la paga extra", dijo el comercial. [EFE.]

¿Vale la pena?

Del crédito a la caravana

Y si ven peligrar sus vacaciones, un 52% de encuestados por MuchoViaje.com declara estar dispuesto a solicitar crédito. Los que prefieren no hacerlo tienen otra opción: las caravanas y los campings. Aún sin datos, la impresión es que está aumentando la ocupación y pernoctaciones, aunque "más que a la economía se atribuye a que el tiempo está siendo mejor que el último verano", dijeron los Empresarios

de Camping. Es difícil conocer el impacto en el turismo rural, ya que el cliente "más que de última hora, es de último minuto", se comercializa casi todo a través de internet y hay mucha oferta no regulada, señalan. Son precios competitivos con el turismo de "sol y playa". "Esperamos que todo el que deje de viajar fuera por motivos de gasto se quede en el interior y podamos ser beneficiados", concluyen.



Las ofertas de 2x1 y los todo incluido están apareciendo en un momento en el que la incertidumbre en el sector es grande. Las cifras en cuanto a número de clientes no van a ser malas, pero sí en rentabilidad e ingresos medios, según opina la patronal. [EFE.]