

Otro verano para pasar página en el turismo

MOTOR DE LOS SERVICIOS/ La recuperación de la afluencia de visitantes no esconde los problemas estructurales del turismo español. El sector afronta la tarea de reposicionar su oferta y digerir el exceso de capacidad de los últimos años.

D. Gracia. Madrid

La experiencia dice que cada vez que se celebra un mundial de fútbol, los españoles retrasan la decisión final de sus vacaciones. Las posibilidades de la roja en el campeonato de Sudáfrica suman así más incertidumbre al sector turístico, que afronta un largo verano de transición. La llegada de extranjeros hacia España, las pernoctaciones en alojamientos y el gasto medio por turista han recuperado una suave senda de crecimiento tras el descalabro de 2009. Sin embargo, la estadística no siempre refleja la salud real de las empresas.

“No hay nada desde el punto de vista empresarial y de gasto en destino que anticipe que hemos despegado”, sentencia José Luis Zoreda, vicepresidente de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur). En su opinión, la demanda del sector “ha mejorado a base de tocar el elemento más pernicioso, los precios”, y dañar la rentabilidad de las empresas. Exceltur insiste en que el problema del turismo en España no es de volumen, sino de calidad de la oferta. “Estamos posicionados con un producto barato”, añade Zoreda.

Algunos sectores relacionados con el turismo como el de las aerolíneas o las agencias de viajes han comenzado a reestructurarse para hacer frente a la nueva situación. Un ejemplo claro es la quiebra de Marsans o las fusiones de



Imagen de archivo de la playa de Benidorm, en Alicante. / Efe

grandes aerolíneas como Iberia y British Airways. En el sector de la hostelería y la restauración, por el contrario, el boom de la última década ha dado lugar a una sobreoferta y un entramado empresarial atomizado con menor capacidad para reaccionar a la crisis.

Incertidumbres

“La sensación de inseguridad acerca del futuro económico es un elemento negativo a la hora de planificar las vacaciones”, explica José Manuel Maciñeiras, presidente de la Asociación Empresarial de

Coyuntura

- La llegada de turistas extranjeros creció un 0,3% interanual entre enero y mayo, hasta 32 millones.
- Las pernoctaciones avanzaron un 4% en los cinco primeros meses.
- Los ingresos por turismo en la balanza de pagos bajaron un 1,1% hasta abril.

Agencias de Viajes Españolas (Aedave). De hecho, según datos de Eurostat, seis millones de españoles (15%) admiten no tener dinero para ir de vacaciones este verano.

Otros muchos pueden, pero Maciñeiras tiene claro que van a mirar más lo que gastan. En su opinión, en 2010 se van a imponer los destinos domésticos, periodos de descanso más cortos y una mayor planificación de los gastos y los medios de transporte. “Habrá un recorte importante en el presupuesto destinado a todos los servicios accesorios,

Agencias y hoteles reconocen que van a tener que cargar contra resultados la subida del IVA

El perfil de las vacaciones ha cambiado por completo y el turista mira más el dinero

La oferta accesoria de restaurantes y ocio puede ser la más damnificada por la austeridad

Una parte del sector empresarial ha comenzado a concentrarse para salir de la crisis

como la restauración o el ocio”, concluye Maciñeiras. Aedave prevé que los resultados de 2010 avancen en el entorno de un 3% y que el perfil de las compras cambie completamente.

“Al comienzo del año no preveíamos circunstancias como la subida del IVA o el plan de recortes del Gobierno, pero mantenemos un moderado optimismo”, asegura Rafael Gallego, presidente de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV). Desde esta pa-

tronal no anuncian una recuperación, pero creen que existen motivos para ver el final del túnel. Gallego destaca, entre otros datos positivos, la mejora de la reserva de crueros de entre 8 y 10 días, el incremento de reservas de viajes a ciudades europeas, el mantenimiento de la llegada de turistas a Canarias o el repunte de slots (turnos de aterrizaje y despegue) frente a 2009. Además incide en que la depreciación del euro frente al dólar o la libra han recuperado el atractivo de los destinos tradicionales de España frente a otros como los caribeños (dolarizados en su mayoría).

Impacto de las reformas

“Las agencias y mayoristas no tenemos más remedio que asumir la subida del IVA”, explica Gallego. El castigo fiscal al consumo que entró en vigor el jueves no es una buena noticia para el sector turístico, inmerso en una recuperación de los resultados. Desde Exceltur, Zoreda cree que la guerra de precios está siendo tan intensa que “el 90% de las empresas no podrán repercutir el incremento del IVA”. Es decir, tendrá un pesado coste en su cuenta de resultados.

La reforma laboral es otra piedra en el camino de la recuperación. El Gobierno está decidido a penalizar la contratación temporal, un elemento clave para el sector turístico, abierto cada vez más a la imprevisión de la demanda.

Dos lecturas de la estadística



Llegan más turistas, pero el gasto es menor.

España ha mantenido, pese a la crisis, un lugar destacado en el ranking de destinos preferentes del turismo mundial. Pero en un contexto en el que los destinos emergentes ganan terreno (Túnez y Marruecos, por ejemplo, atraen cada vez más turistas a los destinos tradicionales del Mediterráneo) y las conexiones aéreas son más fáciles, la calidad de los visitantes preocupa más que la cantidad. Es decir, cómo y cuánto gastan los turistas que llegan a España. Según el Ministerio de Industria, el gasto total de los visitantes internacionales retrocedió un 0,6% hasta mayo (15.875 millones de euros) y el gasto medio por persona avanzó un 2,9%. Sin embargo, este repunte se debe al encarecimiento de los carburantes y el transporte aéreo.

El alquiler, un duro competidor

El boom inmobiliario ha dejado un número importante de promociones de viviendas sin vender en la costa. Así como apartamentos depreciados. El alquiler constituye una vía de escape para tratar de rentabilizar estas inversiones. Y, también, un duro competidor para el sector hotelero. “No hay suficiente demanda para llenar los hoteles. La suma de las camas en venta, teniendo en cuenta la oferta hotelera y extrahotelera, dobla a la demanda normal”, argumenta José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur. Mientras que las instalaciones hoteleras están sometidas a una regulación estricta, el alquiler de viviendas para el veraneo en las zonas de costa escapa, en muchos casos, a los circuitos legales.



El alquiler de apartamentos compite con la oferta hotelera.

Serios apuros para la oferta alternativa



Los parques temáticos atraviesan un momento complejo.

La eclosión de grandes complejos de ocio y parques temáticos no atraviesa su mejor momento. Las empresas de este sector de oferta turística alternativa redujeron un 7,2% su facturación en 2009, hasta los 595 millones de euros, mientras que el número de visitantes disminuyó hasta los 32 millones de personas, según un estudio elaborado por DBK. La previsión es que durante este año, la demanda siga cayendo un 1,5%. Y, lo que más inquieta, el gasto medio de los visitantes se ha reducido hasta los 19 euros. Los datos son preocupantes para un sector que en los últimos años ha emprendido inversiones multimillonarias. En el caso de los parques temáticos, la afluencia se redujo un 10% durante 2009.