



CRISIS SANITARIA

EL TURISMO TOSE, PERO POCO



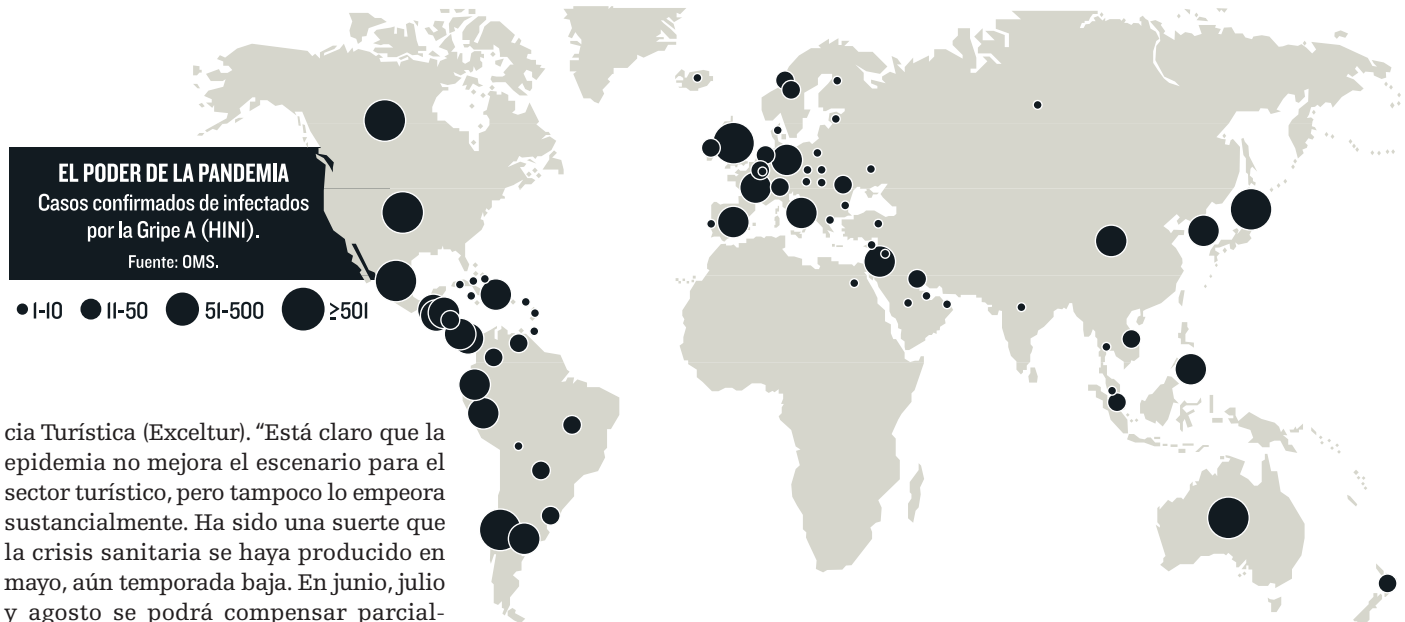
LA PANDEMIA DE GRIPE A HA TENIDO EFECTOS LIMITADOS Y TEMPORALES SOBRE EL SECTOR. SÓLO LA RECESIÓN PONE EN JAQUE EL NEGOCIO DEL VIAJE

POR DAVID PAGE

No habían transcurrido más de tres días desde que el Gobierno mexicano decretara el estado de alerta por el brote de gripe A, a finales de abril, cuando las bocas de metro de la capital se llenaron de vendedores ambulantes tratando de colocar sus mascarillas a los pasajeros. "Llévela, llévela, máscara antigripe por 10 pesos", gritaban. Apenas tres días más tarde, las mascarillas eran ya de marca (falsificada, claro) o lucían los colores de la bandera mexicana o de diferentes equipos de fútbol. En toda tragedia hay quien encuentra la vía de hacer negocio (del vendedor de mascarillas al laboratorio fabricante de antivirales) y también, siempre pasa, a quien el negocio se le tambalea. Y en este caso a quien le ha tocado la peor parte es al turismo.

La industria turística mundial ya venía padeciendo desde mediados del pasado año los devastadores efectos de una fuerte caída de la demanda de viajes derivada de la crisis económica. Ahora el brote de gripe A (H1N1), ya declarado pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS), ha venido a generar aún más incertidumbres sobre la evolución próxima de un negocio ya sufriente. Pero esas incertidumbres empiezan a despejarse. El impacto real de la gripe sobre el conjunto del sector se está revelando como limitado y, a priori, estrictamente temporal.

"Lo peor ya ha pasado, y la incertidumbre creada sobre una eventual inseguridad sanitaria en algunos destinos turísticos [muy singularmente México] está camino de superarse por completo", sostiene José Luis Zoreda, vicepresidente de la Alianza por la Excelen-

NEGOCIOS | EL TURISMO TOSE, PERO POCO


cia Turística (Exceltur). “Está claro que la epidemia no mejora el escenario para el sector turístico, pero tampoco lo empeora sustancialmente. Ha sido una suerte que la crisis sanitaria se haya producido en mayo, aún temporada baja. En junio, julio y agosto se podrá compensar parcialmente el impacto y caminar hacia la recuperación total”, sostiene el directivo del lobby turístico empresarial.

PÁNICO INICIAL. Ha sido México, foco originario de la pandemia gripal, el destino turístico que con más rigor ha sufrido el impacto de la crisis sanitaria durante el mes pasado. Las primeras informaciones, confusas e hiperbólicas, sobre decenas de enfermos y algunas víctimas mortales directamente hundieron el mercado mexicano.

La ocupación de los hoteles de Riviera Maya y Cancún, principales polos turísticos del país, se desplomó, pasando del 70% alcanzado en abril a apenas un 20% en mayo. La previsión que maneja el Gobierno mexicano es que la ocupación se recupere y se sitúe en el 50% y el 60% durante los meses de verano, aunque normalmente en temporada alta supera el 75% u 80%. Las autoridades locales estiman que a final de año todo habrá quedado en un mal sueño y en Navidad los hoteles colgarán el cartel de *completo*.

“En los primeros días, la caída de viajes a México fue vertiginosa. Durante unas semanas, el mercado se paralizó. Ahora se está recuperando. La situación se ha normalizado”, apunta José Manuel Maciñeiras, presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas. “Pero lo que se perdió esos días, se perdió. Ha sido duro”, dice. Y en concreto las empresas turísticas españolas, por su peso en el segmento vacacional mexicano, están entre las que más perdieron.

Nuestras grandes cadenas hoteleras gestionan casi un centenar de establecimientos en el mercado mexicano, y nuestras aerolíneas operan decenas de vuelos semanales. Durante el mes de mayo, el batacazo se tradujo en que Sol Meliá, Riu, Barceló, NH Hoteles y Oasis (Globalia), entre otras cadenas, se vieron obligadas a cerrar temporalmente todos o parte de sus hoteles por la ausencia casi total de demanda. Hoy por hoy la práctica totalidad de la planta hotelera ha reabierto y funciona con normalidad.

Por su parte, Iberia, Air Europa e Iberworld restringieron a toda prisa su

semanas sus vuelos a Cancún, pero a principios de junio reanudó los viajes y prevé retomar su actividad normal, de seis vuelos semanales, en julio. Después de la tormenta...

LA PANDEMIA Y LA CALMA. Han sido muchas las voces que desde la clase empresarial han criticado el tratamiento informativo que se dio al brote de gripe en sus primeros compases, señalándolo como principal responsable del hundimiento temporal del negocio. “Los medios y algunos políticos han actuado de forma extremadamente despreocupada y alarmista”, dijo Sebastián Escarrer, vicepresidente de Sol Meliá.

Durante los primeros días de la epidemia se generó un estado de alarma general, fruto de la falta de información y la consiguiente incertidumbre. Hoy, que la OMS habla ya de pandemia (lo que sólo indica que la enfermedad se propaga rápidamente y no que el virus

sea más dañino), curiosamente, el miedo se ha diluido. Hoy, que hay 30.000 casos de infectados totalmente confirmados en 74 países (ver mapa) y 145 muertos, la aversión al viaje por la gripe está atenuándose, en México y en cualquier otra parte afectada. Una tranquilidad a la que



**“LO PEOR YA HA PASADO”,
DICE ZOREDA (EXCELTUR),
“HA SIDO UNA SUERTE QUE
EL PROBLEMA SURGIERA
AÚN EN TEMPORADA BAJA”**

oferta de vuelos regulares, del mismo modo que Air Comet y Pullmantur lo hicieron con sus operaciones chárter. Iberia redujo sus doce frecuencias semanales a siete durante mayo, hoy las ha ampliado a nueve y para julio las elevará a diez. Air Europa suspendió durante dos



ha contribuido que la OMS haya descartado proponer el cierre de fronteras o limitar los viajes.

ESPAÑA, DESTINO SEGURO. Inicialmente, y dado que España fue uno de los primeros países europeos en que se detectaron casos de gripe A, se temió que la afluencia de turistas durante el verano podría llegar a resentirse. Y el hecho de que Rusia, sólo durante unos días, aconsejara a sus ciudadanos no viajar a España por precaución no ayudó demasiado a atenuar los temores. Hoy nadie duda de que la gripe no pone en cuestión el destino España.

“Puede incluso que, si persiste la incertidumbre a nivel internacional, España se vea beneficiada. Tenemos uno de los mejores sistemas de salud del mundo y eso el turista lo sabe”, sostiene Maciñeiras. Voluntarismos aparte, en el sector turístico se tiene claro el verano no será especialmente bueno, pero la gripe poco tendrá que ver.

“La demanda se contrae, pero no por la gripe, sino por la crisis y la incertidumbre económica”, sostiene Zoreda. Y con los clientes en fuga, las compañías recurren a la receta de siempre. “Las empresas tratan de estimular la demanda bajando precios. Quizá algunas consigan mantener clientes, pero a costa de hacer sufrir, y mucho, su rentabilidad”, sentencia.

LAS EMPRESAS VUELVEN A 'TIRAR' LAS TARIFAS PARA ESTIMULAR LA DEMANDA EN DESTINOS AFECTADOS POR LA GRIPE. EN PLENA CRISIS, OTRO GOLPE A LA RENTABILIDAD

Y en esta dinámica, la pandemia viene a ser un acicate para perpetuar la guerra de precios. Si la demanda de viajes a México colapsa, se tiran las tarifas para recuperarla: los descuentos alcanzan el 25%. Otro golpe a la rentabilidad.

Pero es la crisis. Sólo la crisis. Para las empresas turísticas, ésa es la única pandemia. 