

turismo

El incierto verano del sector

Solo la mitad de las plazas hoteleras de empresas líderes están reservadas para agosto y la previsión es inferior a 2010 contando con los turistas que lleguen a última hora. Hay algo de temor a que la crisis vacíe alojamientos y llene viviendas familiares para ahorrar gastos

26.06.11

Auténtico pánico ha generado en las últimas semanas la reacción del mercado nacional en la campaña turística de verano que se inicia este fin de semana en la Costa Blanca. Las duras reformas financieras, laborales y sociales emprendidas por el Gobierno de España para responder a las exigencias de la UE atemorizan a los empresarios. En el sector hotelero y turístico alicantino predomina la sensación de que el efecto vacaciones en la casita familiar del pueblo, por mor de una economía doméstica canina, puede ser demoledor. Otras voces prefieren quedarse con el excelente resultado de la Semana Santa, que consolidó a la Costa Blanca como segundo destino para los españoles de no ser por el tirón lógico de las dos grandes metrópolis: Madrid y Barcelona. De momento, solo el fenómeno de contratación de última hora puede salvar una temporada que, sin embargo, puede ser la cuarta mejor de la historia para el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

La economía no acaba de despertar. Así lo observan hoteleros de la talla de José María Caballé, el consejero delegado de Servigroup, la compañía líder en plazas hoteleras en la Costa Blanca (8.000 desde Peñíscola a Orihuela, más Mojácar), el cual, dentro de la moderación y personalidad analítica que le caracteriza, hace un vaticinio que no invita precisamente al optimismo.

«A 31 de mayo, la ocupación en nuestro grupo subió un 5%, pero en la primera quincena de junio ha bajado un 7%, para quedarse igual en esta segunda quincena; para julio, tenemos ya reservas para toda nuestra planta de un 3% mayores que el año pasado, pero el mes de agosto es un auténtico interrogante», explica Caballé, el cual añade: «Estamos en niveles muy inferiores a agosto del pasado año, aunque lógicamente confiamos en la venta de última hora para el cliente español, porque el inglés y el extranjero en general no compensan la pérdida del mercado nacional en verano, lo que sí sucede en la temporada de invierno».

El propietario de Servigroup está convencido de que la principal incertidumbre reside en el fenómeno 'tentativas', según el cual la falta de liquidez en la economía familiar desviará con total seguridad a miles de familias o bien a la casita familiar del pueblo de origen, o de los amigos, o directamente a permanecer en casa, pese a la canícula agostea propia de Madrid y de otras importantes ciudades castellanas.

Desde la patronal hotelera Hosbec, su presidente Antonio Mayor, se muestra más cauto y apunta a la prudencia como vía para consolidar el negocio este verano. Rechaza entrar en la batalla de precios, muy frecuente en los últimos años, y cree que «si el mercado inglés se está recuperando y desde Andalucía hasta Mallorca son optimistas, por qué no lo vamos a ser en la Costa Blanca», se pregunta.

De esta misma impresión es el consejero del grupo Magic Costa Blanca, Francisco Javier García. Su empresa ha realizado un importante inversión de cinco millones de euros para restaurar, con servicios complementarios como atracciones de agua, el Aqua Magic Rock Gardens. Su oferta global para toda la planta benidormí incluso tiene en cuenta a los parados españoles, con suculentos descuentos como para no resistirse a una semana en agosto de sol y playa.

En el destino de la ciudad de Alicante, siempre en cuestión por el estado de sus playas o por la mayor o menor oferta complementaria, la cosa no pinta mucho mejor. En mayo se registró una caída brutal de la ocupación, con un regreso al pasado, a niveles de 2009. La capital ofrece unas 4.000 camas diarias, pese al cierre de algunos establecimientos con la crisis (el histórico Sidi San Juan), algunos de los cuales han reabierto (el Lucentum del grupo García Ojeda en Alfonso el Sabio, de la mano de la cadena Eurostars y con cuatro estrellas).

Revueltas en el Magreb

Hace unos días, el presidente de la mayor patronal turística española (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos), Joan Molas, coincidió con el presidente de Hosbec, Antoni Mayor, en un acto en Benidorm, en la necesidad de potenciar y diversificar un sector turístico «en un territorio donde han caído otros sectores productivos, por desgracia». Los empresarios tampoco querían que Turismo se integrara en la gestión de otra Conselleria. Pero ha cambiado de titular, con Lola Johnson, ex directora de Canal 9, lo cual ha servido para que Mayor pida que «el Consell dote a Turismo de un presupuesto adecuado».

El sector hotelero de la provincia se enfrenta no sólo al reto de la crisis económica en sí, las malparadas arcas familiares, los 'test de estrés' de bancos y cajas de ahorros y a la guerra de precios. También a otros fenómenos adyacentes. Entre ellos la venta por Internet. Las nuevas tecnologías acaban por imponerse a la hora de contratar las vacaciones. Lo reconocía a este diario el propio Jose María Caballé, el cual dice que la mayoría de reservas llega a Servigroup por las 'punto.com'. Un informe para Europe Assistance para la Cehat revela que, en los tres últimos años, el porcentaje de turistas que reservan sus vacaciones en la Costa Blanca a través de la red ha pasado del 28% al 58%. Un movimiento de 1.400 millones de euros que se mueve en la red y que beneficia tanto a hoteles y compañías aéreas como al propio turista, el cual suele hallar, vía web, descuentos medios del 10% y otras ventajas. «Hay un cambio de mentalidad muy importante de nuestros clientes y los hoteleros necesitamos adaptarnos con prontitud», remacha Caballé.

Otro reto, a muy corto plazo, es decir, este propio verano, es rentabilizar desde el punto de vista de la imagen y del negocio la inversión más grande de la historia de esta provincia: la nueva terminal del aeropuerto de El Altet, con más de 600 millones de euros (100.000 millones de las antiguas pesetas).

Las compañías aéreas, algunas de las cuales han reforzado su presencia comercial en Alicante desde marzo, y el ente Aena prevén este verano 600.000 usuarios más. Ni más ni menos. El último informe de coyuntura de la Cámara de Comercio destaca este hecho: «El sector se verá sin duda beneficiado por la entrada en funcionamiento de la nueva terminal». Se prevé, pese a que el turismo extranjero no salva las campañas estivales en la Costa Blanca, un repunte el 11% del visitante de Holanda, del 17% de Francia, y también de Finlandia, Islandia y Rumanía. Aunque podría frenarse hasta un 20% la llegada de alemanes entre julio y septiembre.

Las cifras aeroportuarias en Alicante no son baladíes. Aena habla de 8.954.277 tránsitos personales en el verano alicantino, mientras la Cámara eleva la cifra a 9,22 millones de plazas ofertas, entre otras, por Air Berlin, Air Europa, la controvertida Ryanair, Easyjet, Iberia, Spanair, Monarch, Sas Siberia, Cook Belgium, Vueling o Thomson Airways.

El último gran reto de la campaña estival para el sector estriba en la rentabilidad, es decir, en el beneficio operativo de un sector sujeto desde hace demasiados meses a duros vaivenes por mor de volcanes, revueltas sociales de calado o recortes económicos en las más altas esferas de Bruselas. Hasta mayo, esa rentabilidad ha crecido más en Valencia y Alicante que en el resto de España, solo por detrás de Santa Cruz de Tenerife. Y, dentro de la Costa Blanca, según la alianza Exceltur, ha mejorado más el negocio en Torrevieja con un 52% más, y Calpe, con el 49,9%. En Benidorm también se gana más dinero, aunque sólo un 8,3% más.

Otra vertiente importante es, cómo no, la laboral. Randstad decía estos días que el sector del trabajo temporal creará 700.000 contratos nuevos en la campaña estival en España. Un hecho sobre el que no cierra los ojos, ni mucho menos, el mundo sindical. Desde UGT, su secretario en Alicante, Óscar Llopis, muy sensibilizado con la precariedad en este sector, exige que «se cumpla toda la legislación laboral y no vaya a parar parte del empleo estacional que se genera a la economía sumergida». El sector servicios ha registrado 89.365 contratos de enero a abril. Sólo 10211 son indefinidos.

Prueba del estado de inquietud serena que transmiten los empresarios turísticos es esta frase de José María Caballé: «Yo ya firmaré quedarme como el verano pasado».