CincoDías.com

12 de mayo de 2005

# La alegría matizada del sector turístico

**María G. Silva** / MADRID (12-05-2005)

Siguen y seguirán viniendo. Los turistas extranjeros que aprovechan sus vacaciones para gastar la paga extra en España van a continuar favoreciendo el crecimiento económico del sector turístico de nuestro país. Pero en menor medida. Las empresas llevan años advirtiéndolo: la demanda madura y se estanca mientras la oferta no deja de crecer. Además, los turistas foráneos gastan menos y los españoles se lanzan al extranjero, atraídos por las ofertas del todo incluido y los destinos europeos.

Eso sí, los desdeñados vuelos baratos se presentan como un mercado nada despreciable y, a pesar de que el crecimiento del PIB turístico se parecerá al del año pasado, el número de visitantes aumentará un 2,5%: casi 55 millones de turistas extranjeros visitarán España este verano. Juan Andrés Melián, presidente de la Mesa del Turismo, resume la situación de cara a la temporada alta que se avecina: “No es un panorama óptimo pero sí de alegría matizada en el sector”.

**Un crecimiento previsto del 2,1%**

La Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), una asociación de 28 empresas del sector, ha realizado sus propias previsiones: augura un verano caracterizado por “el dinamismo de la demanda española y una mayor llegada de turistas extranjeros, aunque sin que estos recuperen la alegría del gasto medio por turista”. Teniendo esto en cuenta, considera que el crecimiento del PIB turístico rondará el 2,1%: “un año más, ligeramente por debajo del dinamismo de la economía española”.

La peor parte le tocará a los hoteles. La tendencia del mercado alemán, el segundo más importante después del inglés, sirve para explicarlo. Aunque la llegada de turistas alemanes aumentó un 6% durante el primer trimestre del año, las pernoctaciones hoteleras sólo crecieron un 1,3%, según un estudio Exceltur. El hecho de que este aumento que no se refleje en las reservas se debe, en parte, al turismo de vuelos baratos, más propicio a utilizar otro tipo de alojamientos como los albergues o el alquiler de un apartamento.

Aún así, y aunque estos nuevos viajeros gastan 9,1 euros diarios menos que el turista clásico, “los vuelos baratos no se pueden despreciar”, explica Juan Andrés Melián. “Permiten las escapadas de fines de semana y traen clientes”. Porque no sólo los hoteles viven del sector de los viajes; las zonas turísticas, con Cataluña, Canarias y Andalucía a la cabeza, tienen un tejido de ocio, restauración, alquiler de coches, etc. que se alimenta de ellos, duerman donde duerman.

Otro factor de la disminución de pernoctaciones hoteleras se explica por los gustos cambiantes del viajero. Ahora, los turistas desechan los *packs* y prefieren planificar su propio viaje, comprando por separado el vuelo, los traslados y alojamiento. Un 15,9% de las personas que vinieron a nuestro país durante los primeros tres meses de 2005 eligió esta modalidad, muchas veces adquirida a través de Internet. Por eso, el estudio de Exceltur anima a las empresas españolas a “asumir nuevos modelos y estrategias de marketing y negocio a través de la Red. De manera ineludible y necesaria”.

**Viajar mirando la peseta**

Un efecto perverso de las ofertas de última hora ha provocado la costumbre de esperar hasta el último minuto para comprar. Los clientes ahorran pero las empresas reducen su

beneficio. Esta tendencia de las últimas temporadas se repetirá este verano, a pesar de los esfuerzos de los turoperadores, que bombardean con publicidad sobre las ofertas de descuento para ventas con antelación.

Porque los europeos queremos viajar, aunque tengamos que hacerlo mirando la peseta. Y disminuir el gasto ayuda. Exceltur apunta una reducción del ingreso medio por visitante del 1,4% para este verano, una cifra algo más moderada que el 1,7% del año pasado.

A pesar de los malos augurios de los expertos, preocupados por lo que han llamado la crisis del modelo de sol y playa clásico, hay quien, como Juan Andrés Melián, se atreve a anunciar un pequeño despegue a partir de 2007, por las previsiones de crecimiento económico de Alemania y Francia, la bajada del petróleo y el aumento de viajes de negocios, estancados por la necesidad de las empresas de apretarse el cinturón y controlar gastos.