O.J.D.: 3265
E.G.M.: No hay datos

EDITUR

Fecha: 05/05/2006
Sección: EL NAVEGADOR
Páginas: 6-7
MAY.06.059

el navegador

Cae el gasto en un entorno macroeconómico favorable

El informe de coyuntura de **Exceltur** sobre el primer trimestre del año, además de haber generado una sorprendente polémica (ver doble click), destaca que el gasto de los turistas extranjeros continúa en descenso. No obstante, y debido a la especial coyuntura de 2006, el lobby mantiene cierto optimismo de cara al verano (ver pág. 12).

Incluso en **Mallorca** los empresarios turísticos ya hablan de una **temporada "histórica"**, sobre todo por la altísima demanda alemana (crecimientos del 20%). Según informa nuestro corresponsal Mario Morales, existe una seria **previsión de overbooking** y ya hay cierre de ventas para un periodo tan lejano como el mes de septiembre.

Pero, según el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, **José Luis Zoreda**, los ingresos medios por turista caerán un 0,3% de media durante 2006. Esta hipótesis llama la atención "en un entorno macroeconómico donde el consumo privado en la mayor parte de los principales mercados emisores europeos, salvo Francia, ha registrado mayores tasas de crecimiento interanuales".

En efecto, y según informaba recientemente el portal de noticias Deutsche Welle, los seis principales institutos económicos de Alemania (nuestro segundo mercado emisor) estiman que **el crecimiento de la economía germana será este año del 1,8%**, corrigiendo hacia arriba su previsión de otoño, entonces del 1,2%. Dichos informes constatan además un aumento de la confianza de los consumidores germanos, que comienzan a gastar más. También la economía del **Reino Unido** (primer mercado emisor), tras un 2005 vacilante, vuelve a coger impulso.

Si se mantiene la recuperación económica de los dos principales mercados emisores de España pero, al mismo tiempo, continúa el descenso del gasto de los turistas extranjeros, nos encontraremos en una situación que entraña un grave riesgo. El de **que España se encasille como destino para las clases socioeconómicas de menor poder adquisitivo**.

En el Reino Unido, por ejemplo, donde dichas capas se clasifican de la A a la F (de mayor a menor poder adquisitivo y niveles de educación), España está "pescando" principalmente turistas de los grupos C2 y D, es decir, de la clase media-baja.

Emergentes: baja Egipto...

Si España tiene ante sí una temporada "histórica" (en cuanto a recepción de turistas extranjeros) es gracias -entre otros factores, recordémoslo una vez más- a la especial coyuntura geopolítica de 2006 (ver semanario EDITUR nº 2.403).

La situación se complica en Egipto. El **atentado del pasado 24 de abril** en la localidad turística de Dahab mató a 18 personas, seis de ellas extranjeras. Y apenas dos días después se registró un ataque suicida contra las fuerzas de seguridad. "Amamos a los turistas. Por favor, no nos dejéis solos, al infierno los terroristas", exclamaban jóvenes egipcios ante el enviado especial del diario *La Vanguardia* a la zona, Henrique Cymerman. El Gobierno egipcio está además muy preocupado por la posibilidad de que en la masacre hayan participado individuos de la comunidad beduina local con el apoyo de Al Qaeda.

La reacción en los mercados emisores no se ha hecho esperar. Según informa nuestra corresponsal en Alemania, Lidia Conde, **la industria turística germana cuenta con un descenso de la demanda hacia dicho destino**. De hecho, TUI todavía no se había recuperado de los atentados terroristas del pasado verano en Scharm el Scheik, cuando la demanda a Egipto cayó un 10%. La situación empeoró con el debate surgido a raíz de las caricaturas de Mahoma en diciembre. El periódico *Süddeutsche Zeitung* relataba que **el volumen de ventas de TUI hacia Egipto** se encuentra en la actualidad muy por debajo del alcanzado el pasado verano: **-20%**. Además, el Ministerio de Asuntos Exteriores alemán viene advirtiendo desde el pasado verano del riesgo terrorista en Egipto y considera **insuficientes las medidas de seguridad** adoptadas en los aeropuertos de Hurghada y Scharm el Scheick, "que no alcanzan los niveles requeridos en Europa". Cerca de 260.000 personas viajaron con TUI a Egipto el pasado año (el 5% del total de los viajes emprendidos con este tour operador). Con **Thomas Cook** viajaron a Egipto 200.000 personas (el 3% del total de este tour operador).

En **Francia**, según informa nuestra corresponsal Eva López, el Ministerio de Asuntos Exteriores galo propone a los franceses que visitan los lugares más turísticos de la zona que **extremen las medidas de precaución** pero, de momento, no desaconseja viajar al país. Varios tour operadores han anunciado su intención de continuar vendiendo el destino aunque **evitarán las excursiones en la zona de Sinaí**.

... Suben Croacia y Bulgaria

Aunque Egipto y Turquía tengan el viento en contra en 2006, los tour operadores europeos cuentan con **más destinos emergentes de sol y playa donde elegir** y ya se están encargando de posicionarlos y prescribirlos a sus clientes.

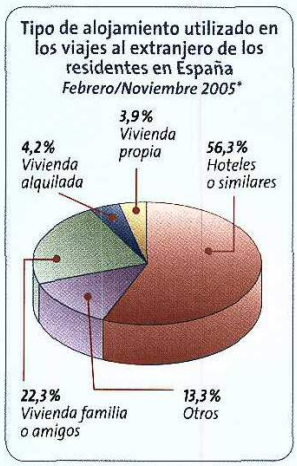
Así, la **Asociación Europea de Tour Operadores** (ETOA en sus siglas en inglés) acaba de nombrar a Croacia como el destino más interesante del Mediterráneo y el que ofrece la mejor relación calidad-precio. El hecho de que los operadores europeos soporten menores costes en Croacia (donde no tienen que pagar el IVA sobre sus márgenes) que en los países de la UE también es un estímulo para desviar turistas hacia dicho destino.

Por otra parte, el tour operador británico **Club 18-30 ha incrementado en un 25% sus cupos de plazas** en los resorts de sol y playa de Bulgaria para este verano. La medida es consecuencia de un fuerte incremento de la demanda, motivado a su vez por los precios competitivos de la zona, según ha anunciado la empresa. Un reciente informe de la asociación de agencias **Abta** prevé que Bulgaria sea uno de los destinos que crezca más rápidamente de aquí a 2010.

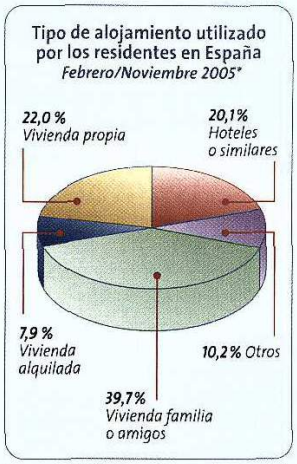
Familitur, una encuesta coja

Al incremento de la demanda extranjera previsto para este año cabe sumar el tirón del mercado emisor español. Los resultados del primer trimestre de 2006 avalan dicho dinamismo (ver pág. 12).

Según la última Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur), correspondiente a febrero-noviembre 2005, durante dicho periodo los residentes en España realizaron un total de 133,7 millones de viajes, de los cuales el 94,1% (125,7 millones) se realizaron dentro del territorio nacional y el 5,9% restante (7,9 millones) fueron viajes con destino al extranjero.



Fuente: IET, Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) * Datos provisionales



Fuente: IET, Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) * Datos provisionales

No obstante, y debido al **cambio metodológico** introducido en la encuesta, de momento no es posible obtener las tasas de variación respecto a los ejercicios anteriores. Por otra parte, resulta bastante extraño que el IET diera a conocer el pasado 28 de abril los resultados del periodo febrero-noviembre 2005, en lugar de los de todo el año completo.

Los principales destinos a los que se dirigieron los españoles en sus viajes dentro del país fueron **Andalucía** (que fue el destino del 17,7% de los viajes internos de los residentes en España), seguida de **Cataluña** (14,1%) y la **Comunidad Valenciana** (11,6%). En el interior peninsular destaca **Castilla y León** (9,8%).

Según la información facilitada por la Junta de

Andalucía, esta comunidad fue en 2005 el primer destino de España en **volumen de pernoctaciones** de turistas nacionales (acapara ya el 21% de la cifra total). En concreto, se registraron 22,3 millones de estancias de españoles en los establecimientos hoteleros. Los propios andaluces y los madrileños contrataron el 68% de las noches de hotel.

La hotelería internacional concentra sus fuerzas...

Diversas noticias sobre el mercado hotelero internacional difundidas durante las últimas dos semanas constatan una pauta común: las hoteleras siguen buscando liquidez para financiar **nuevos planes de expansión** y concentrarse en la gestión.

Así, **Marriott** ha puesto punto y final a la joint venture que mantenía con la empresa británica Whitbread para la explotación de 46 establecimientos en el Reino Unido. La venta de sus acciones en dicha sociedad le reportará unos ingresos por valor de 100 *millones* de libras esterlinas (144 millones de euros). Los hoteles han pasado a manos del Royal Bank of Scotland y Marriott retendrá la gestión. La cadena estadounidense gestiona ya 76 establecimientos en las islas británicas y busca nuevas oportunidades de crecimiento.

Por otra parte, la cadena **Hyatt** contempla una venta o una fusión de la empresa -para impulsar el crecimiento- según reveló el *Finantial Times* el pasado 10 de abril. Su cartera suma 215 hoteles en 43 países.

También **Accor** espera aumentar en breve sus recursos financieros. "En el marco de la revisión estratégica de su cartera de negocios", el grupo galo obtendrá 465 millones de dólares por la **venta de su 50% en Carlson Wagonlit Travel (CWT)**. Los adquirientes serán la propia Carlson Companies y un fondo de inversión filial de JP Morgan. Desde 1997, Accor y Carlson Companies tenían un 50% de la agencia CWT. Com motivo de esta operación, el presidente de Accor, Gilles Pélisson, ha afirmado: "Esta cesión es la primera de las actuaciones enfocadas a centrarnos en nuestros dos oficios: la hotelería y los servicios".

La hotelería española no es ajena a estas tendencias. El **Grupo Barceló** sigue generando recursos para abordar su *política de expansión*. Así, **ha recortado su participación en el capital del tour operador británico First Choice**, que quedará reducida al 6,2% tras vender un 5% por unos 94 millones de euros (ver pág. 18).

... Y las empresas de distribución reordenan sus líneas

Las operaciones financieras también son noticia en el ámbito de la distribución de viajes. La agencia **Carlson Wagonlit Travel adquirirá su rival TQ3 Navigant**, con lo cual duplicará su tamaño en Norteamérica y ampliará su presencia en *Asia-Pacífico*, dado que esta agencia especializada en viajes de empresa también opera en Australia y Nueva Zelanda.

"CWT será el número uno fuera de Norteamérica y ocupará una indiscutible segunda posición en Norteamérica. El conjunto de las operaciones generará unas ventas de 26.000 millones de dólares para la marca CWT, que contará con una plantilla de 22.200 empleados", ha declarado Hubert Joly, presidente ejecutivo de la agencia.

Por otra parte, **Lufthansa está negociando la venta de su participación del 50% en Thomas Cook** y la reintegración de Condor en la primera compañía aérea alemana (ver pág. 18). De hecho, la industria turística contaba desde hacía tiempo con la disgregación del segundo tour operador europeo.

Cabe apuntar también la **intención del grupo Cendant de vender -probablemente después del verano- su división de servicios de distribución de viajes**. En dicha área están integrados el **GDS Galileo** y agencias on line como CheapTickets, HotelClub.com, Orbitz y ebookers.com, así como mayoristas virtuales (ver pág. 26). Se calcula que Cendant podría ingresar entre 3.200 y 3.600 millones de euros, después de una década caracterizada por una ambiciosa *política* de adquisiciones.

Warner se vende; Paradores seguirá creciendo

Al calor de la oleada de adquisiciones y fusiones de la industria turística, también la **Comunidad de Madrid** quiere vender su participación en el parque Warner, que ha empezado la temporada con incrementos de visitantes (ver pág. 31). El Ejecutivo autonómico presidido por Esperanza Aguirre ha advertido que sacará a bolsa el 43% que posee en el parque temático si no encuentra pronto un inversor. Sin embargo, fuentes cercanas a la negociación estiman que las amenazas de Aguirre son más un farol que una alternativa realista.

Los planes de una administración por vender activos turísticos contrastan con los de otra empeñada *en forjar un "imperio* hotelero". Durante la reapertura del parador Vic-Sau el pasado 24 de abril, el ministro de Industria, Turismo y Comercio, José Montilla, reiteró que la Red de Paradores constituye "una herramienta esencial y estratégica de la política turística, al ser un referente a nivel nacional e internacional". Como se recordará, el Consejo de Ministros del 17 de junio de 2005 aprobó la programación de **12 nuevos paradores para los próximos años**, con una inversión media por establecimiento de 18 millones de euros. A esta suma hay añadir la inversión destinada a los paradores en construcción, por lo que **la inversión total alcanzará los 242 millones de euros** en los próximos años.

DOBLE CLICK doble click

Gobierno y Exceltur, ¿puentes rotos?

Xavier Canalis
xcanalis@editur.com

Uno de los riesgos que conlleva la elaboración de informes es que éstos acaben siendo utilizados como artillería política. El pasado 25 de abril, el Senado aprobó una moción del PP que insta al Gobierno a impulsar un plan estratégico para el sector turístico. El senador del PP que presentó dicha moción, Miguel Barceló, esgrimió -como argumento- el balance 2005 realizado por Exceltur.

La iniciativa del PP fue apoyada por casi todos los grupos, excepto el Mixto. El senador popular por Alicante, Miguel Barceló, señaló que la moción "está motivada por la pasividad que muestra el Gobierno ante un sector de vital importancia para nuestra economía y que el *propio Ministerio* anuncia que va en declive, pero no hace nada por remediarlo". Basándose en los datos de Exceltur, Barceló denunció que "paradójicamente, el año 2005 ha supuesto un aumento en los ingresos por turismo extranjero en un 3,5% y en cambio como resultado final esto significa una caída del 0,4%, debido a la alta tasa de inflación que sufrimos, que es un 3,7%".

Al día siguiente, Exceltur presentaba su informe de coyuntura del primer trimestre del año y perspectivas para el verano. Se da la circunstancia de que, antes de que hubieran transcurrido 24 horas, el secretario general de Turismo, Raimon Martínez Fraile, en declaraciones a Efe calificaba dicho informe de "gran absurdo" y "sin ningún valor objetivo".

Los informes trimestrales de Exceltur (basados en las encuestas de confianza turística a los empresarios y en los propios datos que elabora la Administración) se vienen entregando desde hace dos años y nunca hasta ahora habían merecido tales descalificativos. Habida cuenta de la secuencia de los acontecimientos, es posible que detrás de esa sorprendente reacción estuviera la moción que el Gobierno ha tenido que aceptar a regañadientes. Por su parte, el PP parece olvidar -injustamente- que el Ejecutivo, con el apoyo del nuevo Consejo Español de Turismo, ya está trabajando en la elaboración del Libro Blanco del Turismo, que sentará las bases estratégicas del sector en los próximos años.

Urge que el Gobierno, la oposición y el lobby de las empresas turísticas líderes restablezcan puentes de diálogo. Por el bien de la primera industria del país.