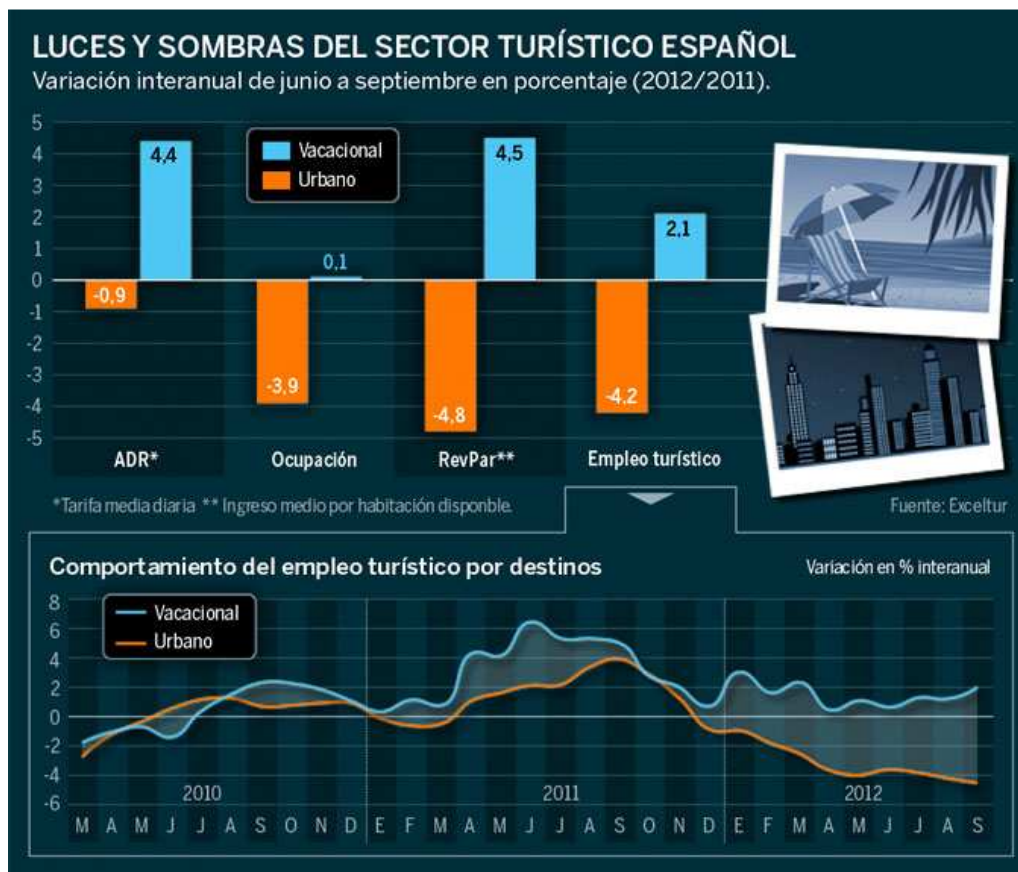


CARA Y CRUZ DEL ÚNICO MOTOR DE LA ECONOMÍA

Las 'dos Españas' del turismo

19.11.2012MADRIDDavid Page

La España turística vive su particular crisis partida en dos. Mientras que los destinos vacacionales de 'sol y playa' mejoran todas sus cifras gracias el boom del turismo extranjero, las ciudades sufren, y mucho, [el desplome de las reservas de los españoles](#) y la caída de los viajes de negocios.



La crisis está en los detalles. Ni el turismo es inmune a la crisis (como algunos voluntaristas quieren ver en el récord de llegadas de extranjeros) ni todo el sector está hundido y en recesión (como los más pesimistas tratan de mostrar con el desplome de las reservas de los españoles como argumento). El turismo español es diverso, y no todos los negocios y en no todos los destinos se sufre igual el zarpaço la crisis. Y es que en este 2012 agridulce se hace evidente que en la gran industria nacional hay, como mínimo, *dos Españas*.

Los dos grandes segmentos de negocio del turismo -el vacacional y el urbano- viven hoy suertes contrapuestas. Los destinos del 'sol y playa', en los que los que el cliente extranjero tiene tradicionalmente un peso mayor, mejoran sus cifras en lo que va de año gracias a la muy buena marcha de las llegadas internacionales. Sin embargo, las ciudades españolas, que en general se vuelcan en el turismo de negocios y por ello tiene más importancia el cliente nacional, están sufriendo y ven cómo sus ratios se colocan en negativo.

El 'sol y playa' brilla...

[España roza este año sus máximos históricos en llegadas de viajeros internacionales](#). Entre enero y septiembre vinieron casi 47 millones de visitantes, segundo mejor registro solo por detrás del récord de 2007. El país sigue beneficiándose del desvío de flujos de turistas que han dejado de ir a destinos rivales del Mediterráneo, singularmente los afectados aún por la inestabilidad política derivada de la Primavera Árabe y la guerra en Libia. El boom del turismo internacional ha conseguido compensar en los destinos vacacionales (y *solo* en los destinos vacacionales) el hundimiento de la demanda nacional, y son el litoral y las islas las que mejores cifras muestran este año.

En los cuatro meses de verano los destinos vacacionales españoles han conseguido mejorar de forma sustancial la rentabilidad socioeconómica de su sector turístico. En las plazas de 'sol y playa' se ha incrementado los puestos de trabajo vinculados al negocio turístico en un 2,1%, según las cifras que maneja el lobby sectorial Exceltur [\[ver gráfico\]](#). Los hoteles de estos destinos se han beneficiado de una mejora de los ingresos por habitación disponible (RevPar) crecen un 4,5% en relación a un 2011 que ya fue bueno. Ese ingreso medio se colocó este verano en los 62,90 euros, recuperando así los niveles previos a la crisis (en el verano de 2008 el RevPar de los hoteles vacacionales era de 56,70 euros).

En cualquier caso, los hoteles de los destinos vacacionales han conseguido mejorar su rentabilidad en temporada alta gracias fundamentalmente al alza de precios, y no tanto por el aumento de la ocupación derivada de la llegada de extranjeros. "La capacidad de negociación al alza en los precios frente a los touroperadores en búsqueda de stock de plazas ante la situación de algunos destinos competidores ha sido el principal factor explicativo de la mejora de la rentabilidad de los hoteles localizados en los destinos vacacionales durante el verano", explican desde Exceltur. La tarifa media por noche se ha elevado un 4,4%, mientras que la ocupación solo ha crecido un 0,1% (el resultado de compensar el hundimiento de clientes nacionales con el boom de visitas de extranjeros).

...y la ciudad se nubla

Si la costa es la cara, las ciudades son la cruz turística. El escenario del turismo urbano español es radicalmente opuesto al que se dibuja en el vacacional. En las ciudades el sector sigue destruyendo empleo, la rentabilidad de sus hoteles continúa a la baja, los tarifas de los establecimientos caen ante la falta de demanda... La combinación del ajuste de los presupuestos empresariales en viajes, el parón del turismo de reuniones e incentivos y el hundimiento de la demanda y el gasto de los clientes españoles hace que la salida de la crisis parezca una utopía para los destinos urbanos.

Mientras que en los destinos vacacionales se crea empleo en todas las ramas de actividad vinculadas al turismo (con la única excepción del transporte), en los urbanos la destrucción de empleo afecta a todos los negocios sin excepción. El sector turístico de las ciudades españolas recortó sus plantillas en otro 4,2% durante este verano, según se recoge en el informe de Exceltur. El drama laboral es mayor, con descensos cercanos al 6%, para las actividades vinculadas directamente con el gasto que realizan los turistas en el destino, como transporte, ocio y comercio.

Los problemas del sector en las ciudades se hacen igualmente evidentes en términos de rentabilidad hotelera. El ingreso medio por habitación de los establecimientos urbanos cayó un 4,8% entre junio y septiembre. El RevPar se situaba así en los 52,90 euros por noche durante los meses de verano, que no son los principales para el negocio urbano, pero en los que los ingresos se situaron muy por debajo de los 59,10 euros que registraban en el verano de 2008.

El reflejo en los gigantes del sector

Los rasgos que definen la evolución general del sector están teniendo ya un nítido reflejo en las cuentas de las grandes hoteleras españolas. Los gigantes del negocio hotelero, que, por lo general, vadean mejor que el resto del atomizado sector nacional los embates de la crisis, en esta ocasión se convierten en el mejor ejemplo de los problemas globales. [NH Hoteles, cuyo negocio se centra prácticamente en exclusiva en el segmento urbano, entró pérdidas entre enero y septiembre](#), con unos números rojos de 50 millones de euros (el año pasado ganó 1,4 millones). La cadena ve cómo su negocio en España sufre, y mucho: el ingreso medio por habitación se reduce un 7,4% en lo que va de año por la caída de la ocupación (-4%) y de los precios (-3,5%). El descenso del ingreso medio, además, se ha agravado significativamente en el tercer trimestre, con un desplome de casi el 10%.

Por su parte, [Meliá Hotels muestra en sus cuentas hasta septiembre las dos realidades del turismo español](#): mientras sus hoteles vacacionales siguen presentando buenos resultados, los urbanos tienen un comportamiento netamente negativo. El resultado es una caída del beneficio en lo que va de año del 4%. Gana (por 'sol y playa'), pero menos (por el segmento urbano). "Meliá genera en España únicamente un 20% de su beneficio operativo, del cual un 65% corresponde al segmento vacacional, con una buena evolución esta temporada, mientras el 35% restante se produce en las ciudades de segmento urbano", subraya el vicepresidente y consejero delegado de la empresa, Gabriel Escarrer.

Meliá aplica una estrategia de doble velocidad: acelera el crecimiento y mejora sus resultados en el exterior, mientras aplica medidas conservadoras anticrisis en los mercados más afectados por la desaceleración, singularmente el negocio urbano en España. "Es en estas ciudades de mayor problemática [todas menos Barcelona, por su alto componente de turismo de ocio] donde debemos concentrar nuestro plan de contingencia, mientras maximizamos nuestra estrategia y resultados en el resto de divisiones y mercados"

Dos Españas son... también en el turismo. Y, en este caso, la *pobre* es metropolitana.