

Turismo

Las empresas turísticas se apuntan en masa a la guerra de precios

La actividad de julio a septiembre cae el 5,7%

Borja Guerrero - Madrid - 23/10/2009

El tercer trimestre, una época clave en un sector clave como el turismo, no ha sido bueno para los hoteles, las agencias de viajes y las compañías aéreas. "El verano se ha saldado con una intensa y generalizada caída de los resultados por la menor demanda y la guerra de precios", según explicó ayer José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur durante la presentación del balance empresarial del periodo julio-septiembre. La actividad general en el sector turístico en el trimestre se ha reducido el 5,7%, frente al 4,2% de la economía española. La caída de las ventas ha afectado al 69% de las compañías del sector, mientras que el 88% ha visto mermarse sus beneficios. El recurso a reducir tarifas para mantener la demanda lo han empleado ocho de cada diez empresas turísticas este verano, y es en el segmento de los hoteles urbanos donde la guerra ha sido más cruenta.

Los hoteles se han embarcado en ventas en ocasiones a precio de saldo por la vía de las promociones de último minuto. Aun así, la ocupación media en los meses de julio, agosto y septiembre ha sido del 61%, lo que está diez puntos por debajo de los máximos alcanzados en 1999 y seis por debajo de hace dos años. Zoreda explicó que existe una "clara sobreoferta" en algunos destinos. "Estamos en niveles de ocupación de hace cinco años y la oferta multiplica varias veces la demanda", añadió. En su opinión, en el mercado actual "sobra todo aquel que no aporta valor añadido, sea pequeño o grande".

Agencias de viajes

Con respecto a las agencias de viajes, Exceltur asegura que se han visto muy afectadas por el cambio de orientación hacia vacaciones familiares, con mayor uso del coche, y destinos de interior y playas peninsulares. El 96% de los grandes grupos de distribución de viajes (agencias y touroperadores) españoles reconocen haber reducido sus resultados. Los viajes de larga distancia (Caribe) se han reducido y estos son los que dejan mayor margen.

La batalla de precios en el segmento de las agencias de viajes ha sido notable, así como la venta de último minuto. El 95% de este subsector reconoce que ha vendido en el verano de 2009 más barato que en 2008. Entre las empresas de transporte, la peor parte se la llevan las compañías aéreas españolas, pues prácticamente todas -excepto alguna integrada en algún grupo turístico- han presentado pérdidas, según Exceltur. Y ello a pesar de reducir flota, costes, rutas y frecuencias.

Exceltur no lo ve nada claro de aquí hasta final de año, un periodo "muy incierto marcado por una nueva contracción de sus ventas y resultados". Así, para el conjunto del año Zoreda pronostica una caída de actividad del 5,6%, mientras que el consenso de estimaciones cifra en un 3,8% la caída general de la economía en España.

Aumento de los viajes de interior

Las empresas turísticas de las comunidades del Cantábrico, junto con Cataluña, La Rioja y Navarra, son las que menos han sufrido durante el verano, favorecidas por el incremento de los viajes de interior y por el hecho de estar menos expuestas al bajón del turismo extranjero. Por contra, Baleares, Canarias y Andalucía son los mercados más expuestos al descenso de visitantes de otros países. Esto ha provocado una "caída generalizada" de ventas y resultados en el 90% de las empresas asentadas en estos territorios. El turismo extranjero ha continuado cayendo como consecuencia de la situación económica en los principales mercados emisores, Alemania y Reino Unido.