

La industria teme un bache sin precedentes

Los principales empresarios españoles del sector reclaman «una acción coordinada» con las administraciones públicas para evitar la debacle del turismo, cuya recuperación no atisban hasta dentro de dos años. Por **M. R.**

Nada, ni nadie, pudo frenarlos esta vez. Los grandes empresarios del turismo estallaron ante la urgencia de evitar una crisis sin precedentes en España. El deterioro progresivo que sufre este sector ha encendido la alerta roja en los cuarteles generales de las cadenas hoteleras españolas, en los grupos turísticos de primer orden y en las aerolíneas. MERCADOS contactó con los máximos responsables de dos grupos hoteleros (Sol Meliá y NH Hoteles), además de con el director general de la antigua compañía aérea de bandera española Iberia, un consejero (y ex presidente) de la segunda empresa de alquiler de coches de España (National Atesa) y el consejero delegado del grupo Orizonia, propietario de la agencia Viajes Iberia.

LA OPINIÓN DE LOS EMPRESARIOS

- 1.- ¿Qué le está pasando al turismo en España?
- 2.- ¿Qué balance hace de su empresa este año?
- 3.- ¿A qué retos se enfrenta su negocio?
- 4.- ¿Para cuándo la recuperación?

Todos tienen muy claro que si la situación se agrava, el sector turístico sufrirá una de las peores crisis de su historia. Sebastián Escarrer, vicepresidente de Sol Meliá y pre-

sidente de la asociación de empresas turísticas Exceltur, no duda al afirmar que «si no se adoptan medidas tanto a corto como a largo plazo, la pérdida progresiva de competi-

tividad impedirá al sector turístico español salir reforzado de la crisis», e incluso incapacitado para «retomar el liderazgo».

Enrique Donaire, director general de Iberia, considera «imprescindible» una acción «coordinada» de las administraciones central, autonómicas y locales con las empresas y los sindicatos. En esta línea, advierte de que ya estaban llegando «avisos» en los últimos años sobre «problemas estructurales» del turismo español.

La clave la dio Gabriel Subías, el consejero delegado de Orizonia, al apuntar que de continuar esta tendencia de decrecimiento, el sector se encontrará en «una situación sin precedentes». Ninguno de los entrevistados tiene clara una fecha del final de este ciclo y de la recuperación del sector.



SERGIO ENRIQUEZ

SEBASTIÁN ESCARRER

Covicepresidente de Sol Meliá

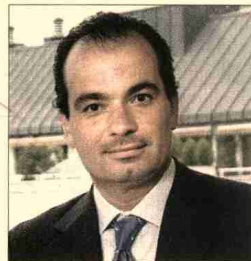
«España puede perder el tren de la recuperación»

1. El turismo está sufriendo la crisis global, con la consiguiente paralización del consumo. Es un sector cíclico, vinculado a la evolución de la economía, y si a eso añadimos que la proverbial competitividad de nuestra industria lleva 10 años tambaleándose y sin recibir una actuación por parte de los sucesivos gobiernos, tenemos razones para preocuparnos.

2. Aunque esta crisis nos enfrenta con unas marcas reforzadas, Sol Meliá se ha focalizado en racionalizar costes, generar ingresos, gestionar riesgos y salvaguardar el equilibrio de nuestro balance y flujos de caja. Pero, además, Sol Meliá merece garantía y mayor credibilidad que otras en estos tiempos de crisis, aunque los tiempos son duros para todos.

3. A corto plazo, la continuidad de la caída de actividad se traducirá en una mayor destrucción de empleo y más dificultades para las compañías. Esto va acompañado de una pérdida sostenida de competitividad, que nos puede hacer perder el tren de la recuperación. España sigue mirándose a los 17 ombligos autonómicos.

4. Los datos son malos y exigen medidas de urgente implementación, pues si esperamos demasiado podremos llegar muy débiles a la recuperación.



EL MUNDO

FRANCISCO ZINSER

Director general de NH Hoteles

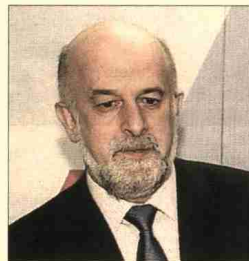
«Será el cambio más profundo del sector»

1. Hay una desaceleración importante del sector, más acusada en el segmento de negocios. Respecto al vacacional, que también ha caído, ha comenzado una leve reactivación, particularmente en lo que se refiere a los *mini breaks*, que son escapadas de una o dos noches en fines de semana, motivada por las ofertas agresivas que hay en el mercado.

2. El balance no es diferente a lo que está sucediendo con otras grandes cadenas hoteleras europeas, que ya han publicado resultados del primer trimestre con caídas de dos dígitos en el ingreso por habitación disponible. A pesar de esto, gracias al posicionamiento de NH y a su diversidad geográfica, estaremos en una posición privilegiada para cuando cambie la tendencia del mercado.

3. El modelo de negocio está cambiando y quizá será el cambio más profundo de la historia reciente del sector. Los hábitos de consumo serán diferentes. El consumidor será más cauto en el gasto y cada vez mejor informado. Tendremos que redefinir estrategias de marketing y ventas, y ser más eficientes en la gestión de los establecimientos.

4. Empezamos a ver caídas más allá de lo normal en el segundo semestre de 2008.



ALBERTO CUELLAR

ENRIQUE DONAIRE

Director general de Iberia

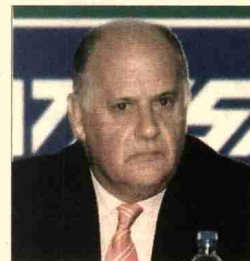
«Iberia sufre la peor crisis de su historia»

1. El principal problema del sector turístico es la retracción de la demanda en general, tanto española y extranjera, como consecuencia de la crisis económica global. Las empresas proveedoras de servicios de turismo se ven obligadas a rebajar los precios para incentivar la demanda, con lo que se forma un cóctel explosivo de bajos precios y menor demanda, que está afectando a la rentabilidad de las empresas.

2. Iberia y la industria aérea, en general, está sufriendo la peor crisis de la historia. Lo grave es que no hay visibilidad sobre qué nos deparará el futuro. La incertidumbre es lo peor que le puede pasar a una empresa. Esto nos ha obligado a poner en marcha un drástico plan de ajuste que permita, no ya salvar el año, que va a ser extremadamente difícil, sino sobre todo salvaguardar las fortalezas de la empresa.

3. El tráfico de turistas es imprescindible para garantizar unos niveles de rentabilidad a cualquier compañía aérea, por lo que es también de nuestro máximo interés que el turismo en España siga siendo líder mundial.

4. Estimamos que 2009 va a ser el peor año; 2010 tampoco será bueno. Un escenario optimista sería la recuperación en 2011.



EL MUNDO

FEDERICO ESTEVE

Consejero y ex presidente de National Atesa

«Los bancos nos tienen congelado el crédito»

1. El turismo en España, como no podía ser de otra manera, está sufriendo las consecuencias de la situación económica mundial y de la recesión española y de los principales países emisores de turistas hacia nuestro país: Alemania y Reino Unido.

2. En el alquiler de corta duración de furgonetas, la caída general de demanda ha sido brutal, dado que la utilización de estos servicios de alquiler estaba muy generalizada en autónomos y pymes. En cuanto al alquiler de corta duración de turismos, está sufriendo la caída de demanda, pero se ha suavizado en las últimas semanas como consecuencia de las restricciones de flota.

3. Las empresas de alquiler de automóviles planificaron su flota para 2008 en un entorno favorable que durante el primer semestre se ajustó sin problemas a la demanda. A mitad de año, la situación económica empezó a deteriorarse, la demanda a retraerse, y ello provocó un excedente improductivo de flota. Los fabricantes han restringido la venta de vehículos a los alquiladores y las entidades financieras nos tienen congelado el crédito.

4. Las autoridades deben ilustrarnos sobre el calendario de salida de la crisis.



EL MUNDO

GABRIEL SUBÍAS

Consejero delegado de Orizonia (Viajes Iberia)

«Para una red de agencias, no es sostenible»

1. Nuestro país acumula, no sólo la crisis financiera internacional, sino también una crisis de modelo económico, agravada por una gran falta de confianza. La caída de la demanda, de seguir así, provocará cambios estructurales en nuestro sector. Estamos en una delicada situación con relación a nuestros competidores.

2. Para hablar con mayor propiedad del impacto de la crisis habrá que esperar a julio o agosto. Lo que puedo añadir es que, de continuar esta tendencia de decrecimiento, nos encontraremos ante una situación sin precedentes. Viajes Iberia es nuestra división más afectada. Tenemos descensos en la producción cercanos al 20%. Para una red de agencias minoristas, donde la gran mayoría de sus costes son fijos, no es una situación sostenible.

3. El principal reto que tiene nuestro sector es recuperar la competitividad en costes, la adaptación del producto hotelero, y lo que es más complicado, extrañamente, a la demanda del nuevo cliente. Si el sector hotelero pierde ocupación, será menos capaz de renovar las instalaciones.

4. Parece evidente que 2009 y, quizá en menor medida, 2010, serán años duros de reconversión de nuestro sector turístico.