

El turismo extranjero crece un 3% hasta julio

Rusos, alemanes y nórdicos animan un mercado que pierde españoles. Estos son los ganadores y perdedores de 2012

CARMEN SÁNCHEZ-SILVA

Madrid

El turismo internacional está evolucionando muy bien esta temporada, de hecho, ha crecido más de un 3% respecto a julio de 2011, que fue un año récord en visitantes extranjeros (56,7 millones en total). Son palabras de la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, a la vista de los datos provisionales del pasado mes, que se publicarán en unos días y que reflejan también un aumento del gasto superior al 5% en los últimos doce meses. "El gran dinamismo ruso, cuyas reservas suben por encima del 35% con relación a julio del año pasado; el crecimiento del 12% de los turistas alemanes, o del 11% de los nórdicos o el 10% de los austriacos conseguirán que cerremos 2012 con un millón de visitantes extranjeros más que el año pasado, como está previsto", explica Borrego.

La secretaria de Estado, sin embargo, se declara "cautelosa" respecto al comportamiento de los españoles durante este verano. A falta de datos oficiales, los empresarios del sector calculan que la demanda nacional (que representa la mitad del total) se ha resentido, bajando un 25% con relación al verano pasado, como consecuencia de las malas perspectivas económicas que se barajan para 2012, el temido otoño caliente que se avecina.

Algo que ha llevado al ministro del ramo, José Manuel Soria, a hacer un llamamiento a los españoles para que no salgan del

La menor afluencia nacional no afeará los ingresos del año, dice el Gobierno

Los empresarios creen que el negocio puede caer en 2.000 millones

país en sus vacaciones estivales, a pesar de que su departamento no está contemplando un descenso del PIB turístico, ("porque el número de movimientos no solo se mantiene, sino que aumenta. Y el gasto también", afirma Isabel Borrego) como el que pronostican los empresarios turísticos españoles para 2012. Según Exceltur, la industria cederá un 0,6%, que podría llegar al 1,5% si se tiene en cuenta el aumento del IVA a partir de septiembre;

es decir, perderá unos 2.000 millones de euros y 19.000 empleos en total. "Intentamos remediar con promociones específicas en Internet y redes sociales el descenso de la demanda en los destinos que van menos bien", añade Borrego.

El comportamiento de nacionales y extranjeros es la primera de las dicotomías que vive el sector turístico en medio de su temporada alta, pero no la única. Estas son algunas de las principales divisiones del mercado:

» **Suben las islas, baja el interior.** Es una España dividida, en la que los destinos vacacionales con mayor afluencia de extranjeros, Baleares y Canarias, exhiben ocupaciones de entre el 70% y el 96%, según el director comercial de Meliá Hotels International, José María Dalmau, intentando compensar los malos datos registrados por zonas interiores del país, como Castilla y León, donde la caída de la ocupación hasta julio se ha acercado al 40%, tal y como afirma el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas.

» **El sol y playa 'noquea' al turismo urbano.** La clásica oferta turística española se impone a todas luces, pese a notar mucho la ausencia de ciudadanos domésticos, según Molas, para quien en la primera parte de agosto se ha animado hasta llevar las ocupaciones al 75%. Los hoteles urbanos son los perdedores, "solo están funcionando bien los de Barcelona, Palma de Mallorca y Bilbao", mantiene Dalmau, que aprecia los intentos de Madrid por mantenerse a niveles del año pasado y el recrudecimiento de la guerra de precios en ciudades como Valencia o Sevilla, "que no levantan cabeza".

» **Más residencias baratas y menos hoteles.** El menor gasto que están dispuestos a realizar los veraneantes españoles se deja notar en el tipo de alojamiento que utilizan. Se impone la casa propia del pueblo o la de familiares y amigos, el alquiler o el intercambio de residencias, en detrimento de la ocupación hotelera, advierte el profesor de Estadística, Josep Francesc Vallés.

» **Regresan los paquetes de vacaciones, pierden restauración y ocio.** Como consecuencia del ajuste del presupuesto de los turistas nacionales, este verano se están vendiendo más paquetes vacacionales, en un intento de domeñar el gasto. Este tipo

de productos han pasado de suponer el 29% en julio de 2011 a más del 32% el pasado mes, indica Molas. Mientras los empresarios del sector de restauración y bebidas están sufriendo en sus carnes el descenso del valor del tique medio.

» **Mejor crucero que casa rural.** Vuelve a ser un reflejo de la contención del gasto. Los cruceros, con precio cerrado, son el producto estrella de la tempora-

da, dice el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, quien aprecia un crecimiento cercano al 15% con relación a 2011. Al contrario de lo que ocurre en las casas rurales, donde la ocupación ronda el 25%, muy por debajo del verano pasado, según Vallés.

» **Internet triunfa sobre touroperadores y agencias tradicionales.** Es el verano en el que se

ha impuesto la oferta del último minuto, hasta el punto de hacer cambiar a los empresarios su política comercial, como reconoce Meliá, la primera hotelera española. Dalmau señala que touroperadores y agencias convencionales ceden mercado en favor del canal *online*. El barómetro de agencias de viajes de Amadeus España refleja que las reservas virtuales han subido dos puntos el pasado junio respecto a igual mes de 2011.