



¿QUÉ PASARÁ EN 2009? **SECTORES**

# TURISMO

## EL 'SOL Y PLAYA' TAMBIÉN SE NUBLA

EL TURISMO EMPIEZA A DAR SEÑALES DE AGOTAMIENTO. AHORA TOCA REINVENTARSE EN PLENA CRISIS: QUE VENGAN MENOS TURISTAS, PERO QUE GASTEN MÁS. GOBIERNO Y EMPRESAS YA SE HAN PUESTO A ELLO



**POR DAVID PAGE**

Llevamos años escuchando eso de que los motores de la economía española eran la construcción y el turismo. Cursilerías y lugares comunes aparte, el simil automovilístico era acertado. Por eso, tal y como están las cosas hoy, es para preocuparse. La crisis, la internacional y la de aquí, ha gripado el sector del ladrillo. Y ahora saltan las alarmas ante las señales de agotamiento que viene ofreciendo la industria turística en los últimos meses.

Entre enero y octubre, llegaron a España 51,7 millones de turistas extranjeros, un 1,4% menos que el año pasado. Ya se da por hecho que éste no será el primer año, como todo el sector preveía, en que se superará la barrera de 60 millones de turistas. En paralelo, los hoteles españoles sufrieron una caída del 0,1% en el número de pernoctaciones hasta octubre. Un leve descenso que no oculta que la demanda española, responsable de la mitad del negocio del sector, ya no resiste: las pernoctaciones realizadas por españoles descienden un 2%.

El origen de estos malos datos se encuentra indudablemente en la crisis económica. "El turismo resiste mejor que otros sectores, pero no es un oasis y la situación económica general le afecta muy directamente", ha repetido en los últimos meses Joan Mesquida, secretario de Estado de Turismo. La incertidum-

bre actual hace que el cliente opte por gastar menos. Los españoles, con su economía cayendo un 0,2% en el último trimestre, revisan a la baja su presupuesto. Un comportamiento repetido por nuestros vecinos. Alrededor del 70% de los turistas internacionales que llegan cada año a España proceden de Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. Todos ellos países con economías que hoy registran su peor comportamiento del último lustro.

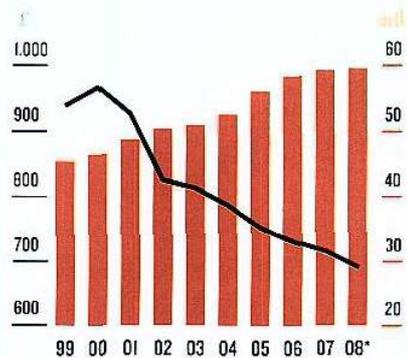
Nuestra economía no se puede permitir que el turismo también flaquee. Nos jugamos demasiado. El turismo es directamen-

te responsable del 11% del Producto Interior Bruto (PIB), concentra el 12% del empleo nacional y es la única rúbrica que hace una aportación neta positiva a la balanza de pagos: sin él, el ya preocupante déficit exterior español, de 101.388 millones en 2007, sería un 27% superior.

**UN 2009 A LA BAJA.** Y las perspectivas de futuro de los profesionales del sector, de momento, no alumbran un panorama mejor: Un 70% de los empresarios turísticos prevé que sus ventas desciendan en el último trimestre del año y un 76% cree que también lo ha-

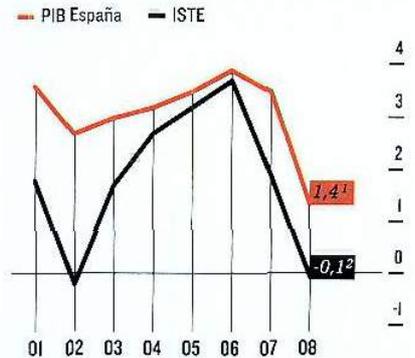
**VIENEN MÁS, GASTAN MENOS** **EL TURISMO YA NO APORTA**

Llegadas de turistas internacionales, en millones, e ingreso medio real por turista extranjero, en euros.



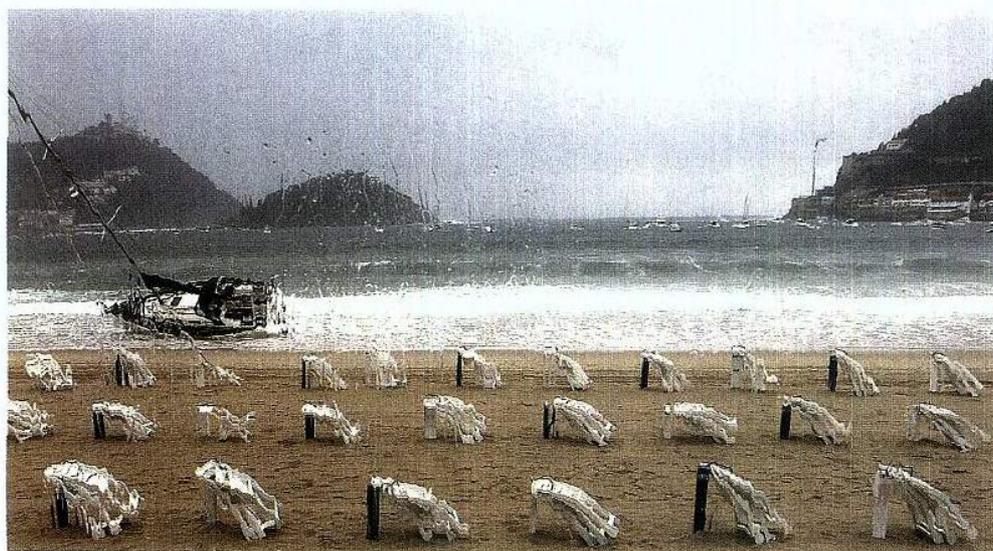
\*Previsión. Fuente: IET, Banco de España y Exceltur.

Comparación del PIB turístico (ISTE con el PIB general de la economía española. Tasas de variación en porcentaje.



(1) Previsión consejo de analistas. (2) Estimación de Exceltur. Fuente: Exceltur.

## SECTORES ¿QUÉ PASARÁ EN 2009?



El Gobierno gastará 150 millones en modernizar destinos maduros y dará créditos por valor de 400 millones para renovar hoteles.

rán sus beneficios, según la Alianza por la Excelencia Turística (Exceltur), *lobby* que agrupa a las mayores compañías del sector. Y si se confirman todos los pronósticos, oficiales y oficiosos, es previsible un panorama aún más sombrío en 2009. "Se acabó la fiesta en España", resume Antonio Catalán, presidente de AC Hotels.

Más allá de lo estrictamente coyuntural, esta crisis está sirviendo para hacer aún más evidentes todas las debilidades estructurales que arrastra nuestro turismo. El sector es totalmente dependiente de un tipo de turista que se decanta por un producto de bajo precio, el más sensible en tiempos de crisis. Hasta ahora, el modelo funcionaba: aluvión de turistas que, pese a los estrechos márgenes, hacía rentable el negocio.

Año tras año, España bate (o batía) un récord tras otro en llegadas de turistas. Sin embargo, el ingreso medio por turista en términos reales, descontado el efecto de la inflación, refleja una caída constante (del 26,5% en la última década, hasta los 689 euros este año, según Exceltur). Vienen más, pero gastan menos. Y si, además, a partir de ahora las llegadas de turistas también flaquean, la ecuación se vuelve fatídica.

"El modelo de negocio se ha quedado obsoleto. El turismo de masas no da más de sí. Ya no caben más turistas y no se puede seguir construyendo hoteles por toda la costa. Hay que conseguir que vengan menos, pero que gasten más", alerta un directivo de una hotelera española. En ello están Administraciones y agentes sociales. Hace ahora un año, Gobierno y comunidades autónomas, con el consenso

del empresariado, pactaron el Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Un compendio de líneas estratégicas que busca mejorar la competitividad con productos de mayor valor añadido y desestacionar la actividad.

El ministro del ramo, Miguel Sebastián, se ha decidido a mover ficha y, al tiempo, a mover fondos. La Secretaría de Estado dispon-

### LOS GRUPOS TURÍSTICOS REVISAN DE URGENCIA UNAS ESTRATEGIAS DISEÑADAS EN TIEMPOS DE VACAS GORDAS. SUS PLANES PASAN AHORA POR RECORTAR INVERSIONES PREVISTAS Y, EN ALGÚN CASO, POR VENDER PARTES DEL NEGOCIO

drá de más de 778 millones de euros en 2009, un 109% más que este año. Un presupuesto que se *destinará principalmente* a modernizar destinos demasiado maduros (se comenzará el próximo año con zonas de Mallorca, Costa del Sol y Gran Canaria) y a facilitar créditos blandos para que las compañías remocen la planta hotelera que ha quedado anticuada. En paralelo, el Gobierno promoverá varios programas innovadores (*Turismo Social Europeo* y *Winter in Spain*) para incrementar la actividad fuera de los tres meses de verano.

A la espera de que el cambio de modelo sea efectivo y el futuro se despeje, las empresas deben atender este presente tambaleante. Y eso implica revisar de urgencia unas es-

trategias diseñadas en los tiempos de vacas gordas. Los planes actuales de los grupos turísticos pasan por un recorte sustancial de las inversiones previstas para seguir creciendo y, en algunos casos, por desprenderse de *grasa* sobrante mediante la venta de partes de su negocio.

**PARÁLISIS EMPRESARIAL.** Sol Meliá ha anunciado un profundo recorte de su plan de inversiones. El grupo de la familia Escarrer, que vio caer un 42% su beneficio hasta septiembre, (80 millones), tenía previsto invertir en su expansión 1.100 millones hasta 2010. La compañía ahora sólo presupuesta 300 para los dos próximos

años. Por su parte, NH Hoteles, que redujo su beneficio neto un 63% (18,4 millones de euros), también cierra el grifo de la inversión y ralentiza su plan de crecimiento. La cadena descarta la adquisición de nuevos hoteles a medio plazo y acota su expansión a contratos de gestión o alquiler.

En paralelo, el gigante español Marsans sigue menguando. El grupo de Gerardo Díaz y Gonzalo Pascual ya perdió hace dos años una de sus patas con la venta de la división de cruceros Pullmantur. Ahora ha puesto en venta la filial de transporte por carretera Trapsa y *no descarta hacer lo mismo* con su red de agencias de viajes, al tiempo que el Gobierno argentino se dispone a expropiarle Aerolíneas Argentinas.

En los dos últimos años, el sector turístico se había convertido en uno de los más fértiles en operaciones corporativas. Los fondos de capital riesgo habían encontrado en él un terreno idóneo al que ir de caza. La exuberancia compradora de antaño ha *quedado en nada* por la crisis crediticia.

En el año que ahora acaba, sólo Orizonia (denominación de la antigua división de viajes de Iberostar tras su adquisición por los fondos Carlyle y Vista en 2006) ha conseguido cerrar una operación de calado con la compra a Telefónica del 50% de la agencia de viajes *online* Rumbo. Intentó cazar una pieza mucho mayor, negociando con Juan José Hidalgo la adquisición del grupo Globalia (Air Europa, Halcón Viajes, Viajes Ecuador...). La operación no salió, pero Orizonia no se resigna. Y habrá que ver si se retoman las negociaciones para dar a luz al mayor grupo turístico español. ■