

eP Cosas de la vida GRAN BARCELONA

El bajón del gasto foráneo

PATRICIA CASTÁN
BARCELONA

Es el turismo menos visible cuando el sector marcha bien, pero el que un vacío más grande genera cuando desaparece. El viajero de nivel medio-alto y alto es el que en los tres últimos meses ha dado más la espalda a Barcelona, ante la imagen de conflicto que involuntariamente se ha proyectado al mundo. Un turista que —por mucho que adore la capital catalana— prefiere elegir de momento otros destinos y cuya ausencia es la responsable de que la caída de ingresos foráneos en la ciudad sea muy superior al ligero descenso de viajeros al que apuntan las estadísticas. La situación política se suma a un periodo de turismofobia y al grave atentado de la Rambla que extrañamente apenas tuvieron repercusión en la llegada de turistas, como se ve en las estadísticas de ocupación hasta septiembre.

La voz de muchos trabajadores del sector en las redes sociales tras el balance municipal y del Govern del pasado miércoles sobre los resultados turísticos del 2017 fue contundente: «¿Quién hace las estadísticas? Los hoteles de la Diagonal están desiertos», decía un recepcionista. Un restaurador, entre otros muchos, agregaba que en el centro las cosas estaban feas. Y otro apuntaba directo a la yugular: «Es que los que han dejado de venir son los que dejaban dinero, están llegando turistas que eligen el destino en función de las ofertas, del gasto mínimo».

GUERRA DE CIFRAS // Es una diagnosis simple pero en la que coinciden las decenas de operadores sondeados por EL PERIÓDICO, quienes insisten en la necesidad de promocionar la ciudad lo antes posible. El Gremi d'Hotels de Barcelona pospuso esta misma semana su balance de resultados de los últimos meses, vista la disparidad de datos que ya cruzaban distintas instituciones. El ayuntamiento aludió al INE para cifrar en un 5,3% el descenso de noviembre (algo inferior en octubre) y por determinar aún en diciembre. La trayectoria de récord que acumulaba Barcelona hasta el verano hizo que el balance anual aún fuese positivo (3,2%), aunque la gran pregunta es qué pasará este año, con el ritmo de reservas totalmente ralentizado. La Organización Mundial del Turismo, en cambio, cifró la caída en Catalunya tras el 1-O en un 20%.

El concejal de Turismo, Agustí Colom, apuntó que la previsión es ir volviendo a la normalidad hacia el verano, aunque obviamente esto dependerá de la estabilidad política que se alcance en Catalunya.

Pero la realidad que no traslucen las cifras oficiales es que la ciudad vive dos realidades turísticas. Una es la de la afluencia de viajeros, que según esos datos del INE y los del aeropuerto y puerto reflejan que el sector se ha resentido mínimamente. La otra es cualitativa y afecta al tipo de turismo y su gasto. Este sí se ha



Varios turistas entran y salen de la Catedral de Barcelona.

El turismo más rentable tacha BCN de su ruta

Bajan los viajeros de más poder adquisitivo, mientras sube el reclamo 'low cost'

La caída de ingresos en hoteles y servicios contrasta con algunos datos oficiales

desplomado porque el turista con cierto poder adquisitivo y que puede elegir dónde ir prefiere «más garantías». Primero, por la sensación de inseguridad que se transmitió durante las cargas policiales y enfrentamientos, después por la percepción de potenciales problemas (manifestaciones, cortes de trenes, complicaciones en la movilidad...) que afectan a la estancia de un viajero, coinciden muchas fuentes.

Estas circunstancias son importantes para el viajero de más poder adquisitivo y para los grupos de incentivos y convenciones de pequeña escala. Mientras que los congresos y convenciones más grandes se contratan con mucha antelación y son difícilmente cancelables, los incentivos contratados directamente con hoteles especializados en grupos y convenciones son los que más están sufriendo, cancelaciones y caída de nueva demanda. Y con ellos caen en cadena restaurantes, ser-



JOAN PUIG



Juan C. Iglesias

EMPRESARIO DE RESTAURACIÓN

«La desaparición del turista de poder adquisitivo ha sido terrorífica. Ahora no tiene prisa por venir a Barcelona»

Enrique Alcántara

PATRONAL APARTUR

«El último trimestre ha sido muy malo y para atraer a los clientes se han tenido que bajar los precios»

Manuel Sánchez

ELEGANCE LIMOUSINES

«En los sectores de lujo y convenciones el panorama está peor que mal por ahora y por lo que no va a venir»

Cancelaciones combatidas con promoción entre los prescriptores

► Los hoteleros ya anunciaron en noviembre una campaña de promoción de la ciudad muy personalizada entre prescriptores de los congresos y convenciones, del turismo vacacional, de tendencias... Y en la misma línea, el ayuntamiento apuesta por tranquilizar a los operadores transmitiendo seguridad en las citas que se han celebrado en Barcelona después del 1-O. Pero quienes trabajan a pie del cañón con grupos hablan de anulaciones. Tanto hoteles que quieren permanecer en el anonimato por política de sus grupos, como otros actores. Como Manuel Sánchez de Gràcia, fundador de Elegance Limousines, una de las empresas más potentes del transporte priva-

do en la ciudad, con 27 Mercedes minivans, convencidos del pinchazo del turismo de lujo, convenciones y congresos reflejado en su sector. «Ha habido cancelaciones de grupos de 900, 450, 100 personas». Y añade que un congreso para 800 que ahora se celebrará en Madrid estaba previsto en Barcelona y que muchos compañeros tienen el vehículo en el garaje.

► Apartur, patronal de los pisos de uso turístico, han sufrido de un 10 a un 15% de caída de ingresos, ya que para combatir el bajón de demanda han lanzado precios bajos tras un último trimestre muy malo que les lleva a pedir promoción para recuperar al turista de calidad.

vicios de transporte, excursiones y compras, sobre todo de lujo, taxis, visitas a centros culturales e incluso al Camp Nou.

LA QUEJA DE LOS AFECTADOS // «A Barcelona está llegando turismo de precio chollo y nos consta que las empresas organizadoras de convenciones evitan la ciudad en sus reservas de este año», explica el empresario de la restauración Juan Carlos Iglesias (Rías de Galicia, Tickets -con los hermanos Adrià, Bellavista del Jardín del Norte...). Es rotundo al afirmar que «la desaparición del cliente de poder adquisitivo alto ha sido terrorífica».

Iglesias cifra en un 40-50% el bajón de clientes extranjeros, que en el caso de Tickets han podido compensar con barceloneses (habitualmente hay lista de espera). En otros locales el balance se puede saldar con un 30 o 40% menos de comensales, algo que durante las fiestas han capeado con cierta mejora del gasto medio

entre los clientes locales y un buen año hasta otoño.

En un establecimiento donde el turista supone un 70% de comensales como es el emblemático Torre de Alta Mar (con precio medio de 80 euros) hacen el mismo resumen. Tras un crecimiento continuado, ha irrumpido una bajada del 20%. El chef y empresario Óscar Manresa detalla que en una cuarta parte su cliente procede de los grupos de convenciones premium e incentivos «que ya no vienen». «Muchísima gente vive del turismo y ahora es necesario que las instituciones trabajen para recuperarlo», remata.

En pleno Gòtic, y aunque cenar en el Pla cuesta algo menos (45-50 euros), Jaume Pla certifica la «crisis evidente del sector» entre los viajeros más generosos, con un batacazo del 40% en los últimos meses en sus mesas por las diversas circunstancias acumuladas en Barcelona. «Hemos ajustado personal», lamenta.

PLANTAS VACÍAS // Directores de restaurantes de gran tirón turístico llevan semanas haciendo llamadas a hoteles de cuatro y cinco estrellas pidiendo -entre colegas- que les envíen turistas. Pero es imposible, les dicen, porque tienen la mayoría de sus habitaciones vacías. Mientras que hasta la categoría de tres estrellas la bajada de la facturación ronda el 10% en los hoteles céntricos, en los alojamientos de más estrellas llega incluso al 50%. Hay grandes hoteles con plantas vacías, y donde no se ha renovado a nadie que finalizaba contratos temporales. Ninguna temporada baja ha sido tan baja en años.

La patronal no quiere avanzar datos ni medias hasta su próxima rueda de prensa, pero distintos hoteles de cinco estrellas consultados han vivido con una ocupación de incluso solo el 7% en los últimos meses. Hoteles de 300 habitaciones con apenas 20 reservadas, o establecimientos boutique de una veintena de habitaciones con una sola ocupada han sido realidades repetidas, aunque piden que no se cite su nombre. Los ingresos han caído del 30 al 40% frecuentemente, aunque nadie lo quiera decir públicamente.

Entre los muchos damnificados hay variados ejemplos. Jordi Leno, fundador de Barcelona Selecta, que presta servicios comerciales para empresas del sector turístico ha constatado la caída a la mitad de los servicios prestados, ante el éxodo de turistas con alto presupuesto -donde ejerce de prescriptor- para cultura, ocio y gastronomía. También establecimientos de lujo del paseo de Gràcia han notado el aguijónazo, algo mitigado en Navidad.

En el turístico Tablao Flamenco Cordobés, con 47 años de trayectoria y mucha estadística, sumaban muchos años como una bala (hasta cinco actuaciones diarias en verano, con llenos), y ahora encandenan tres meses con descensos del 20 al 15%, además de un enero «catastrófico». No han tocado aún plantilla, en la esperanza de que sea «coyuntural». ≡

cultura

EQUIPAMIENTOS

Cuatrimestre en rojo en los museos

La asistencia de visitantes a los equipamientos culturales con mayor capacidad de atracción de turistas es un indicador cualitativo a tener en cuenta para evaluar el impacto de las tensiones de los últimos meses. Y aunque en los últimos días hayan presentado balances anuales con moderadas subidas o caídas, la verdad es que estas medias ocultaban en su interior unos muy buenos siete primeros meses y un otoño traumático.

De los centros consultados, el Museu Picasso es de los menos afectados: aunque en el conjunto del año creció un 8%, en los meses de octubre a diciembre pasaron por taquilla un 5% menos de visitantes que en el año anterior. Más dura ha sido la situación en la Fundació Miró, que a la situación política debe añadir los 13 días de huelga

Los centros culturales que atraen a más turistas han tenido caídas del 5% al 47%

de la empresa Ciut'Art que sufrió. La asistencia cayó el 13% en septiembre, el 47% en octubre, el 34% en noviembre (con solo dos días de huelga) y un 27% en diciembre, ya sin conflicto laboral.

Otro termómetro son los recintos vinculados a Gaudí. La Pedrera sufrió el impacto del atentado de agosto de las Ramblas con una caída del 5%, pero tras los hechos del 1 de octubre ha mantenido descensos de entre el 10% y el 20%. Mientras, la Sagrada Família, que venía de un 2016 récord y un buen primer semestre, pero aparentemente sin un descalabro dramático, la caída ha sido suficiente para descontar el incremento de la primera parte del año y acabar con un mínimo descenso anual del 0,7%. Y en diciembre, el Park Güell estaba un 8% por debajo del mismo mes del 2016.

Un responsable de uno de los centros consultados (que prefiere no aparecer con su nombre; tanto minimizar el impacto de la inestabilidad política en el turismo como valorarlo al alza tiene interpretaciones políticas, advierte) sostiene que «el impacto del atentado fue moderado, y se compensó en tres o cuatro semanas, y la inestabilidad política ha tenido mucha más influencia, y sin que hayamos dejado de tocar fondo en diciembre». ERNEST ALÓS