

El sector de los viajes de negocio rebate el optimismo del Gobierno

La industria puede perder hasta un 17% de beneficios por recortar en 'turismo laboral'

P. GARCÍA / L. MEYER - Madrid - 10/03/2010

El turismo no se salva de la crisis. En 2009 el número de visitas a España retrocedió a los niveles de 2003 y el extranjero se rascó mucho menos los bolsillos. Al turismo nacional parece que le va mejor, o por lo menos así lo considera el Gobierno. Una encuesta publicada a finales de enero por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio refleja que los españoles viajaron más que nunca el año pasado: 174,5 millones de desplazamientos de los que 12,5 viajaron al extranjero.

La entrada de turistas rompe en enero una mala racha de 18 meses
Optimismo en la feria turística de Berlín

Este último grupo vivió un incremento del 12,5%, un éxito que Turismo achaca al fuerte crecimiento de los viajes por trabajo, casi un 40% más que el año anterior.

Pero estos datos no se llevan bien con la acentuada bajada que han sufrido las exportaciones en el mismo periodo: según las cifras del Banco de España, facturaron en torno a

40.000 millones de euros menos, lo que supone una bajada del 17,5%. "Muchas empresas han congelado sus programas de expansión con la crisis", asegura Óscar García, gerente de la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa, que agrupa a más de 50 proveedores. "Esto ha llevado, desde el año pasado, a una notable reducción de los viajes que no impliquen una negociación directa. Los viajes por incentivos cada vez escasean más. Ahora, el incentivo es que no te echen y punto", ironiza García.

Diferencia de criterios con el Gobierno

El sector del turismo laboral contradice diametralmente las estimaciones del Gobierno. Según los datos recogidos por GEBTA, primer consorcio español de agencias de viajes corporativos que representa a la tercera parte del mercado nacional, el número de desplazamientos por motivos de trabajo descendió el año pasado un 17%. La caída del volumen de negocio sobrepasa el 20%, "El sector no sólo pierde por el descenso en el número de viajes", comenta Marcel Forns Bernhardt, presidente de GEBTA. "Los viajes son más austeros que antes. Las empresas ya no derrochan, el empleado en muchas ocasiones va y vuelve en el día, en lugar de alojarse en un hotel. Muchas empresas han reducido su presupuesto para desplazamientos".

Marino Faccini, vicepresidente de la agencia de viajes corporativos Carlson Wagonlit, que abarca en torno al 15% del mercado en nuestro país, afirma que "de la reducción total, los viajes al extranjero son un porcentaje considerable".

El sector rebate el optimismo del Gobierno, y recela de las estimaciones del Instituto de Estudios Turísticos (IET) dependiente del Ministerio. Un experto en viajes corporativos que prefiere guardar el anonimato, considera en que "hay un problema con estas estadísticas: la fuente de información es el cliente final, se le hacen mil preguntas y al final huye respondiendo lo que sea. Según el IET, el gasto turístico cayó un 6,7%. Según el Banco de España, el descenso fue del 9,4%. ¿Cómo casamos éste o aquél dato con la realidad económica?" Y sentencia: "Gracias a los voluntarismos de la ilusión estadística".

La crisis en los viajes laborales trasciende a las agencias del sector y afecta a las empresas que dejan de realizarlos. La consultora británica Oxford Economics realizó el año pasado un estudio independiente por el que estableció que una empresa estadounidense incrementa en 12,50 dólares de media su facturación por cada dólar invertido en un viaje. El estudio añade que la industria perdería un 17% de sus beneficios si llevara a cabo una reducción drástica de los viajes de negocios.

"Estos datos son perfectamente extrapolables a las empresas españolas", asegura Ángel Gracia Butragueño, especialista en turismo para la consultora Brain Trust. "Pueden variar un poco las cifras atendiendo a las peculiaridades del mercado y las empresas, pero lo que es seguro es que los viajes de negocio aportan beneficios a largo plazo".

El futuro de los viajes corporativos aún no está claro, pero la mayor parte del sector ya ha establecido algunas líneas sobre su evolución. Ángel Gracia las resume así: "Con la crisis, las empresas han aprendido a racionalizar sus viajes. Y eso no va a cambiar cuando remonte la economía. Los lujos superfluos se han acabado. A veces no es necesario pasar la noche en un hotel de cinco estrellas, o es suficiente con enviar a dos ejecutivos en lugar de tres. Las videoconferencias van a tener mucha influencia, aunque seguirá siendo necesario viajar, porque es imprescindible para hacer negocios. Por eso, el reto de las agencias es adaptarse a lo que necesite cada empresa".