

Presentación



El 2005 repunta sobre el 2004, sin decaer los múltiples retos competitivos

José Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de Exceltur

El turismo en España al cierre del 2005 se ha comportado mejor que en el 2004. En esta temporada que concluye hemos vuelto a vivir ese carácter atípico que desde hace años viene acusando el turismo por el impredecible impacto de acontecimientos exógenos a los que vamos a tener que acostumbrarnos cada día más en el futuro y que complica la tarea de extraer conclusiones lo más objetivas y próximas a la realidad, como las que pretende este Informe trimestral de Exceltur desde su lanzamiento hace ya cuatro años. Con estas premisas que este verano se han traducido en los infortunios naturales, geopolíticos y epidémicos ocurridos en diversos lugares del mediterráneo Oriental y el Caribe, España ha usufructuado de nuevo en el 2005 unas “Rentas de Seguridad”, como es la de ser percibido como un destino, en todos los sentidos, seguro, que constituye una notable ventaja competitiva, frente a algunos países competidores con mejores precios.

Por encima de otros factores donde España y sobre todo algunas zonas del litoral mediterráneo y las islas siguen acusando debilidades competitivas, esta ventaja es la que nos ha permitido un acelerado crecimiento de la demanda extranjera, concentrada en la segunda mitad del año, como consecuencia de los tristes sucesos de diversa índole (atentados, huracanes y más recientemente brotes epidémicos) sufridos por algunos de nuestros principales países competidores en el segmento del sol y playa como Turquía, Egipto y Méjico.

La redistribución de turistas desde estos destinos, caracterizados por una oferta hotelera comercializada a través de paquete tradicional, han favorecido particularmente a los hoteleros de los destinos españoles del litoral que, salvo puntuales excepciones, han experimentado prácticamente en su totalidad crecimientos en la demanda extranjera medida a través del número de pernoctaciones. A su vez, el perfil de mayor gasto que todas las encuestas oficiales disponibles adjudican al turista que prima el alojamiento hotelero ha impulsado un mayor gasto agregado de los turistas extranjeros desde el mes de julio.

Sin perjuicio de este mejor y atípico comportamiento de la demanda extranjera, el resultado de los destinos españoles en los mercados extranjeros durante 2005 no puede destacarse, salvo en el caso de los destinos turísticos urbanos y de interior, favorecidos por su posicionamiento en las nuevas modalidades de viaje que se expanden entre los turistas que valoran de manera creciente atributos diferenciales y asociados al patrimonio cultural y natural español. Es cierto que si nos limitamos a la cifra de llegada de turistas extranjeros los ritmos de crecimiento son importantes (6,2% hasta noviembre) y próximos a la media mundial, pero no es menos cierto y en cierta medida un hecho a vigilar muy atentamente, que ante la continuada y fuerte caída de la estancia media, ese aumento de turistas extranjeros apenas ha permitido superar testimonialmente el número de pernoctaciones totales del 2004, como ponen de manifiesto el IET y el INE.

Estos resultados agregados para España acusan los efectos que está provocando en zonas del litoral, la “mutación” en el uso y disfrute de sus espacios turísticos por parte de los extranjeros, donde la extensión de las compañías aéreas de bajo coste, el aumento de la oferta residencial y el imparable fenómeno de la auto organización del viaje, huyendo del paquete tradicional, tienen mucho que decir. Sin duda lo que a su vez se hace urgente seguir en mayor detalle es el hecho que los perfiles de turistas extranjeros que explican el notable aumento en su número de llegadas, además de favorecer viajes más cortos a España, son los de menor contribución económica por ser los que menor gasto diario realizan, según se desprende de datos oficiales de la encuesta Egatur publicada por primera vez este año 2005 por el IET.

Esta nueva información que ofrece Egatur ayuda a entender el porque los ingresos totales por turismo extranjero no acaban de mostrar una clara y sostenible senda de recuperación en el 2005, a la vez que los resultados empresariales han vuelto a caer esta



temporada en aquellos subsectores particularmente afectados por competencia derivada entre otros de la sobreoferta que en ellos subsiste, como son los hoteles de costa y las compañías aéreas, en este último caso muy afectadas además por el incremento en el precio del carburante.

El resto de subsectores que conforman la cadena de valor turística (agencias de viajes, hoteles urbanos, empresas de alquiler de coches y de ocio), se han visto más beneficiados por el fuerte crecimiento que han vuelto a experimentar los viajes turísticos de los españoles, que, un año más, ha jugado un papel determinante en sus positivos resultados. El consumo turístico interno, que ya es el 50% de la demanda turística en España, ha cerrado el año 2005 mostrando, sin embargo, síntomas de una cierta ralentización que aconseja reforzar las campañas de promoción y marketing interno dirigidas a incitar a los españoles que viajen más y conozcan mejor los diversos destinos y atractivos turísticos españoles, estrategia que últimamente tan buenos resultados le ha venido dando a Andalucía y Cataluña y mas recientemente a Canarias.

En este contexto global de comportamiento de la demanda, durante el año 2005 hemos observado avances en el ejercicio de reflexión que desde esta páginas hemos venido tradicionalmente reclamando ya que sentimos mas que nunca imprescindible redefinir un nuevo marco estratégico para el turismo español basado en una cooperación público-privada mas estrecha y eficaz y que afronte los principales retos que debe resolver el sector de cara al futuro. La reciente formación del Consejo Español de Turismo cuyas primeras conclusiones apuntan a la redacción de un Libro Blanco del Turismo, tal y como EXCELTUR ya sugirió en su decálogo de competitividad presentado hace tres años, son pasos acertados en la dirección que reclaman los rápidos y profundos cambios en el escenario competitivo internacional.

Quizás uno de los más relevantes, por su velocidad y las repercusiones que introduce sobre la configuración y competitividad de los destinos tal como pusimos de manifiesto en un estudio que presentamos en la UIMP en el mes de septiembre, sea el de acordar un marco de ordenación y de reconversión de los territorios turísticos capaz de acomodar los crecimientos previstos con los recursos disponibles, garantizando la mayor contribución económica a largo plazo, y el valor añadido diferencial para hacerlos más atractivos y compensar la menguante capacidad de tener que competir sólo por precio. Las casi 300.000 viviendas que se han construido este año 2005 sólo en las provincias del litoral mediterráneo y las islas, junto con las 25.000 plazas hoteleras, y las previsiones de que se mantengan ese numero de manera continuada en un futuro próximo, son motivos suficientes para los debates que se han despertado entre la opinión publica en estos últimos meses, y que esperamos sirvan para poner en marcha soluciones constructivas.

En ese sentido, el año 2006 anticipa una consolidación de las diversas y positivas medidas que en este campo se han venido adoptando en diferentes comunidades y entre las que es necesario reconocer el Plan de Costas en Cataluña, la reforma de la Ley del suelo de la Comunidad Valenciana, el debate en torno al Plan Cualifica y el POT en la Costa del Sol, el Plan Renove de la Playa de Palma y las medidas y planes de contención y renovación iniciadas en las diferentes islas de Canarias.

Actuaciones todas ellas desde el ángulo del urbanismo que no obstante debieran completarse con actuaciones como las ya propuestas por algunos gobiernos autonómicos (el Govern Balear y la Generalitat de Cataluña) que sin duda apoyaría Exceltur, dirigidas a regular y establecer un nuevo marco legal que favorezca la igualdad competitiva entre la oferta reglada y la oferta residencial hoy comercializada de manera alegal. En definitiva, poner en marcha un proceso de reforma de la Ley de Arrendamientos Urbanos que recoja y regule el alquiler turístico de las viviendas.

En otro ámbito no menos importante, en el 2005 hemos observado los negativos efectos que en estos momentos produce el anuncio de medidas dirigidas a gravar con tributos adicionales cualquier actividad turística. Aunque acertadamente se haya decidido no introducir la llamada "autotasa" propuesta por el Govern Balear, lo cierto es que su anuncio ha deteriorado intensamente los niveles de confianza empresarial de un subsector, el de alquiler de coches, que en 2005 ha alcanzado unos positivos resultados si bien presenta unas expectativas de signo contrario para el 2006.

Por ultimo, creemos que otro de los ejes claves para elevar nuestra competitividad turística por la vía de la diferenciación y que debe ser objeto de especial reflexión y prioridad para el 2006 es cómo estimular una gestión más estratégica del talento, que garantice esos recursos humanos capaces de aportar el mayor valor añadido, para satisfacer a un cliente cada día más exigente y con más alternativas donde elegir; en resumen, para asegurar entre otros las condiciones para un crecimiento turístico sostenible del turismo español.

La escasez de profesionales cualificados y formados a todos los niveles es una inquietud y una carencia generalizada en nuestra industria. De ahí que debamos revertir el proceso para atraer y retener en el sector profesionales del mayor talento, capaces de diseñar y convivir con diferentes modelos de gestión, y que requieren desde un alto conocimiento de las tendencias de la demanda, a una alta profesionalización y especialización para poder rediseñar desde la gestión de nuestro marketing, hasta reconfigurar los estándares de la oferta y del servicio que a todos los niveles sean procedentes para atender al nuevo turista del siglo XXI.

La prueba del compromiso de EXCELTUR por avanzar en esos ámbitos es el título de nuestra próxima III Conferencia Internacional, titulada "*Gestión del talento y del crecimiento: Claves competitivas del turismo español*", que orientará los debates que al máximo nivel servirán para impulsar nuestra contribución al refuerzo de la competitividad y cohesión entre todos los actores turísticos públicos y privados, que hoy más que nunca y con la mayor complicidad de la sociedad debemos trabajar más estrechamente. Porque el TURISMO somos todos y es cosa de todos.