

Presentación



Ligera desaceleración: Oportunidad para avanzar en el Plan Horizonte 2020 del Turismo Español

José Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de Exceltur

Tras un arranque turístico de 2007 marcado por un fuerte dinamismo, el segundo trimestre ha sido testigo de una cierta desaceleración en el crecimiento de las actividades turísticas en el conjunto de España, que se ha reflejado en todos los indicadores oficiales de demanda, tanto nacional como extranjera, así como en las valoraciones empresariales que recoge la encuesta de confianza que trimestralmente realiza EXCELTUR, salvo para buena parte de los empresarios turísticos en destinos urbanos y del interior que han observado un claro repunte. Si bien y en su conjunto, los resultados de esta primavera 2007 han sido inferiores a los esperados lo que nos ha llevado a revisar la previsión de la afluencia turística extranjera y española, sus ingresos y sus pernoctaciones hoteleras al cierre de año- las moderadamente optimistas perspectivas empresariales que se anticipan para este verano en los destinos más vacacionales, junto a un cierto crecimiento esperado para el cuarto trimestre, hacen presuponer un cierre de 2007 dentro de una tendencia positiva, aunque algo menos dinámica que la del 2006.

Pero en esta ocasión y más allá del análisis coyuntural sobre un sector aceleradamente cambiante y cada día más globalizado como es el turístico, lo que procede ante los síntomas de una temporada como la que se anticipa para el 2007 es poner más énfasis en valorar las tendencias más estructurales y recurrentes que inciden sobre la competitividad del turismo español, en particular sobre algunos destinos vacacionales del litoral y que por su progresivo calado exigen de nuevas reflexiones y actuaciones conjuntas entre las empresas y administraciones. Esta necesidad de abordar los nuevos retos a los que se enfrentan múltiples destinos y empresas turísticas españolas coincide con la acertada iniciativa del Gobierno, liderada desde la Secretaría General de Turismo, para elaborar un ambicioso plan estratégico con visión de largo plazo (Horizonte 2020) que potencie la competitividad diferencial del turismo español y que desde Exceltur apoyamos sin reservas, no en vano ha sido el eje central de nuestros diversos trabajos y una de nuestras más recurrentes sugerencias desde hace años.

Es en ese contexto, desde el que se hace aconsejable en primer lugar prestar la mayor consideración hacia la demanda turística española -que ya representa una cuota cercana al 50%-, más cuando comienza a acusar algunos síntomas de debilidad en sus desplazamientos internos, asociada a los segmentos de menor renta familiar disponible y más sensibles a la subida de tipos de interés y que todo apunta a que se intensifiquen en 2008. De ahí que promover al máximo la demanda emisora interna debiera ser cada vez más prioritario tanto para lograr que las estadísticas turísticas oficiales faciliten un mejor y más periódico conocimiento de ella, como para reforzar el marketing de las diversas administraciones y empresas turísticas españolas sobre un cliente español cada día menos cautivo y más propenso a viajar al exterior.

Otra de las arraigadas tendencias estructurales que vuelve a marcar la realidad del 2007 es el estancamiento en términos reales del total de los ingresos por turismo extranjero, así como la reiterada caída de su ingreso medio al descontarle igualmente la inflación. De hecho, mantener resultados económicos similares ante la dificultad, especialmente en algunos destinos vacacionales de sol y playa, de poder desestacionalizar más la afluencia turística a lo largo del año, induce a estrategias que estimulan la llegada indiscriminada y concentrada en el tiempo de turistas, cuyos límites y sostenibilidad debe sopesarse cada vez más, ya que exigen en paralelo mas dotaciones de infraestructuras y equipamientos y conllevan mayores costes operativos.

Por otro lado, el aumento de un perfil de turista, que las estadísticas oficiales aún revelan que en promedio gasta menos en los destinos españoles, como es el que utiliza en el litoral su propia vivienda o la cedida por familiares y amigos, que en este último caso además encubre una creciente competencia desleal con los alojamientos reglados, que accede por compañías de bajo coste y se mueve mayormente en entornos sujetos a una continuada presión urbanizadora que en muchas ocasiones afecta la capacidad de carga y el atractivo paisajístico de nuestras costas, debiera ser objeto caso a caso de un más profundo análisis y reflexión a nivel local y supramunicipal, para igualmente ponderar la sostenibilidad de este modelo de desarrollo turístico y sus diversos efectos socioeconómicos a medio y largo plazo.



De ahí que se haga imprescindible que un ejercicio de prospectiva turística, como es el Plan Horizonte 2020, pueda alumbrar nuevos paradigmas y políticas de actuación muy especialmente para los destinos vacacionales del litoral mediterráneo peninsular y las islas, que induzcan el mayor valor añadido y rentabilidad socioeconómica a medio plazo. Es decir, nuevos modelos que aseguren destinos más atractivos y competitivos y con la mayor complicitad y aceptación social, que potencien su personalidad diferencial con la mayor eficiencia ambiental. En síntesis, abordar procesos de evolución más novedosos y proactivos en los diversos destinos turísticos, con objetivos predefinidos que aseguren la prosperidad más sostenible, frente a seguir asumiendo estrategias continuistas basadas meramente en la mayor afluencia turística o mayor inercia urbanizadora per se, y en el caso de destinos vacacionales en declive por obsolescencia de su entorno o de sus diversos servicios y equipamientos, promoviendo sin dilación el arranque de ambiciosos Planes RENOVE que aseguren su transformación integral, recuperando sus atractivos y su capacidad de generación de empleo, bienestar social y riqueza para todos.

Y es que otra de las tendencias estructurales que este primer semestre de 2007 ha vuelto a evidenciar es el aumento de la presión competitiva para nuestros destinos vacacionales del litoral de algunos países emergentes como Turquía, Egipto, Croacia, Marruecos o Túnez, donde en años en los que no sufren de avatares geopolíticos adversos, como está siendo éste, ganan rápidamente cuota de mercado, entre otros, en países emisores donde España detenta aún un claro liderazgo vacacional. Cabe destacar Turquía, que de recibir 10,7 millones de turistas extranjeros en 2001 podrá superar los 22 millones en 2007 de mantener su actual ritmo de crecimiento y a Egipto, que ha pasado de 4,6 millones de turistas extranjeros en 2001 a 8,6 millones en 2006, con un cierre previsto a finales de 2007 de casi 10 millones de turistas extranjeros.

Esta creciente y acelerada competencia internacional, coincide además en el tiempo con un escenario de sobrecapacidad estructural de oferta en muchos de los subsectores que integran la cadena de valor turística española. Entre otros, eso revela la continuada apertura de plazas de alojamiento reglado y a otra escala de carácter más exponencial, las residenciales en las costas, así como una capacidad aérea que ha alcanzado sus máximos a finales del primer semestre de 2007. De ahí que no se pueda pasar por alto que esta sobreoferta retroalimenta los modelos de gestión que construyen su rentabilidad en base a una alta rotación (máximo volumen de turistas) con unos menores márgenes (precios más bajos) y que pudieran no ser siempre coincidentes con los nuevos planteamientos más deseables a futuro, para ciertos destinos turísticos españoles.

En ese sentido serán particularmente relevantes por sus dispares efectos a medio y largo, las políticas y modelos de transporte, particularmente el aéreo, que de ahora en adelante promuevan las diversas administraciones a solicitud de las empresas y destinos turísticos, toda vez que no podemos tampoco obviar que el notable aumento de movilidad aérea intraeuropea, que entre otros tanto ha favorecido la afluencia extranjera a España, se puede ver próximamente afectada por la más que probable introducción de derechos de emisión de CO2 por la Comisión Europea.

De ahí que los futuros resultados del conjunto del sector turístico español se verán muy condicionados por cómo nuestras administraciones planteen y defiendan en Bruselas esos intereses turísticos con vistas a lograr un marco de juego neutral, que no afecte en demasía ni al sector aéreo ni a otras alternativas de transporte turístico hacia un país eminentemente receptivo como España, versus otros destinos competidores ajenos a la Comunidad Europea y a sus regulaciones. Todo ello será determinante tanto para los destinos del litoral mediterráneo y los dos archipiélagos, como para consolidar la posición competitiva y el notable crecimiento, más reciente, de los turistas extranjeros que están descubriendo los atractivos de muchas ciudades, zonas rurales, del interior y de la España Verde. Destinos que han sabido conjugar exitosas estrategias de inversión en renovación y nuevos equipamientos urbanos, que han facilitado una mayor puesta en valor turístico de su notable patrimonio histórico y recursos naturales, con políticas que han potenciado la operatividad de aeropuertos regionales, ayudando a diversificar y crear nuevos productos de índole más rural, cultural y de negocios, permitiendo desestacionalizar la demanda externa y equilibrando más la gama de oferta turística española, donde los destinos vacacionales de sol y playa aún representan cerca del 70% del negocio.

Sin perjuicio que desde EXCELTUR anticipamos para el conjunto del sector turístico español un cierre propicio para el 2007, aunque con un crecimiento inferior al del 2006 y en términos de rentabilidad empresarial con una previsión de resultados algo menos optimistas, las tendencias de carácter cada vez más estructural que se han seguido evidenciando en este primer semestre de 2007 plantean, junto a otras que comienzan a aflorar, numerosos retos para las empresas y destinos españoles que superan el marco de éste periódico análisis trimestral de coyuntura.

Es por todo ello y desde la convicción que cuando las cosas aún discurren holgadamente bien es cuando más hay que prepararse para los retos e incertidumbres que se avecinan con rapidez, que sentimos idóneo el timing elegido por la Secretaria General de Turismo para diseñar y plasmar conjuntamente entre empresarios turísticos y las diversas administraciones competentes, las nuevas directrices estratégicas del "Plan Horizonte 2020". En definitiva una nueva visión de largo plazo, una nueva cultura de cooperación y unos objetivos y compromisos recíprocos de actuación más concretos y priorizados en el tiempo, que permitan cimentar ya desde el 2008 las nuevas bases competitivas para que el turismo español siga impulsando muchas más décadas de desarrollo y prosperidad sostenible para nuestro país. Frente a esa ambiciosa apuesta público-privada por asegurar un renovado liderazgo competitivo y sostenible de nuestro sector, con sus notables efectos multiplicadores para el conjunto de la sociedad, desde Exceltur sumaremos todos nuestros esfuerzos y compromisos, procurando que entre todos, se pueda hacer realidad.