

EDITORIALES

Impulso para la recuperación

El turismo, básico para la salida de la crisis, debe seguir regenerándose

El buen comportamiento del sector turístico ha sido un factor decisivo en la salida de la crisis económica, y ahora todo indica que continuará favoreciendo la recuperación. En efecto, los datos oficiales del primer trimestre son esperanzadores: entre enero y marzo, la llegada de turistas ha crecido un 7,9%, hasta los 10,1 millones; además, se ha empezado a notar un repunte del turismo interior –un 2,9% en el plazo mencionado–, que se había estancado en los últimos dos años y que es vital para el sector, ya que representa aproximadamente la mitad del negocio. Este incremento de actividad ha tenido ya repercusiones en el empleo: se habrían creado por esta causa más de 34.000 empleos, según **Exceltur**. No hace falta destacar que estas alzas, que se producen fuera de la temporada de sol y playa, son doblemente significativas ya que indican que nuestro sector turístico se está diversificando positivamente, lo que alienta nuevas posibilidades de crecimiento. Las previsiones que manejan el Ministerio de Industria y Turismo y las organizaciones del sector prometen una nueva mejora en la temporada de primavera: si en los primeros seis meses de 2013 llegaron a España 24,4 millones de viajeros, este año podrían ser 1,4 millones más. Todo ello augura una subida global en el cómputo total de visitantes en el año, que en 2013 batió el récord con 60,6 millones de llegadas, sólo superadas por Francia y Estados Unidos. Es claro que, en una pequeña parte, estos datos globales espectaculares se deben a los «turistas prestados» que nos llegan a consecuencia del cierre de otros mercados, como el egipcio. Además, parece haber disminuido levemente el gasto por turista. Todo lo cual sugiere la necesidad de seguir regenerando y reinventando el sector, tanto desde el sector público como desde el privado. En concreto, los empresarios turísticos recuerdan al Gobierno su promesa electoral de aplicar al sector el IVA superreducido, que no parece realizable por ahora pero que sigue en pie, según la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego. Cuanto antes se cumpla el compromiso, mejor.

Más Buteflika

Sin sorpresa: Abdelaziz Buteflika, ganó de nuevo la elección presidencial en Argelia con un abrumador 81,5% de los votos frente a cinco candidatos. La posibilidad de un fraude, incluso aunque haya habido ciertas ayudas oficiales, no explica lo sucedido... y eso es lo más notable de la situación: Buteflika fue el más votado aunque sea cada día menos votado. En efecto, la participación ha sido más baja, un 51,7%, frente al 74,1 de 2009, un dato que traduce el cansancio social con el inmovilismo político reinante, por mucho que, ciertamente, Buteflika conserve numerosos partidarios. De avanzada edad, físicamente muy limitado y sin nada nuevo en su programa, el de la sacrosanta «estabilidad nacional», el presidente debería abordar la genuina democratización del régimen nacido de una atroz guerra civil que él ayudó decisivamente a cancelar. Solo él puede librar al país de la larga mano militar, el verdadero «poder tras el trono» y normalizar definitivamente la situación. Eso exige gestos de autoridad frente al misterioso «Estado profundo» que, si no se producen pronto, dejarán que la situación se pudra del todo con consecuencias inimaginables. Es la hora de la innovación y el aire fresco, algo que solo Buteflika puede aportar si, como algunos esperan, se decide finalmente a hacerlo.

IDEAL

DIARIO REGIONAL DE ANDALUCÍA

Director General: Diego Vargas García

Director:
Eduardo Peralta de Ana

Subdirector:
Félix L. Rivadulla

Mesa de redacción multimedia:
Miguel Martín Romero (Culturas);
Juan Jesús Hernández Hernández
(Información), Quico Chirino
(Granada), Javier Fuentesnebro
(Editor Granada y Fin de Semana),
Justo Ruiz Barroso (Deportes),
Rafael Lamelas (Editor multimedia),
Ramón L. Pérez (Editor Gráfico)

Delegaciones:
Ángel Iturbide Elizondo
(Delegado Almería), José Luis Adán López
(Delegado Jaén)

Directora de RR.HH.:
María A. Cafieta Comba

Director de Marketing:
Pablo Madina Martínez

Director Técnico:
Antonio C. Castillo Jiménez

Comercializadora de Medios
Director gerente: Jesús Torre Ramos