

Frustrado repunte del sector turístico

Publicado el **25-04-2010** , por **Editorial**

Los últimos acontecimientos se han encargado de poner sordina al optimismo con que fueron acogidos los primeros indicadores sobre la actividad turística en 2010.

No sólo el reciente colapso de los aeropuertos europeos tendrá efecto en las cuentas del sector –se estiman unas pérdidas superiores a 250 millones en la industria española–, sino también la elevada volatilidad observada en la evolución de la demanda exterior.

Según la patronal Exceltur, la mejora de las ventas responde a la batalla de precios que vive el sector (pese a las llamadas continuas a evitar esta estrategia) y la deflación en el turismo se intensifica, con un descenso de las tarifas cercano al 6% en los viajes organizados. Frente a esta tónica incierta, la Semana Santa vino a poner un paréntesis oxigenador, pero sus efectos se han diluido más rápido de lo previsto debido a la crisis provocada por la nube de ceniza que se extendió por Europa durante la semana pasada.

En consecuencia, la aportación de esta industria a la economía española –de la que fue importante motor en décadas pasadas– sigue en números negativos, con un decrecimiento estimado del 1% en su PIB en el primer trimestre de 2010. La situación amenaza con prolongarse hasta que no se recupere la demanda procedente de los principales mercados de España, Alemania y Reino Unido, ya que la tibia mejora de las llegadas desde los países nórdicos, Rusia, Italia, EEUU o Francia, no es suficiente –tampoco el mayor consumo de los españoles en turismo nacional– para revertir la caída desbocada del sector, que se inició en 2008 y alcanzó el cénit durante el año pasado, tras desplomarse casi un 6% su PIB.

No es de extrañar que las empresas turísticas hayan intensificado su llamada de auxilio para tratar de anular la anunciada subida del IVA del próximo mes de julio. Con este aumento de la fiscalidad, como ya ocurrió en otras ocasiones, será difícil atraer a nuevos turistas e, incluso, retener a los que tuvieran a España en mente. Las compañías deben optar por trasladarla a los precios o cargarla en sus márgenes, ya debilitados por el enésimo repunte de los carburantes. Sería de vital ayuda que el Gobierno afronte reformas pendientes como la de la contratación, la coordinación de la promoción turística o aligerar la maraña burocrática para darle a este sector, y a otros, un balón de oxígeno.