

Editorial

# AUGE Y AJUSTE DEL SECTOR TURÍSTICO

TODO indica que éste será un gran verano para el sector turístico, muy beneficiado por la llegada extraordinaria de visitantes extranjeros. El sector cree que se superarán los 15,5 millones de turistas de julio y agosto de 2012, y que el año terminará con cerca de 59 millones, una cifra que no se ve desde el año 2007, el del inicio de la crisis. La mejoría de la situación en Europa y los conflictos de Egipto y Turquía han beneficiado a algunas comunidades, en especial a Canarias, Baleares y Cataluña. Exceltur calcula que 720.000 turistas han sido desviados hacia España por este motivo. Sin embargo, el éxito de este verano no se debe sólo a estos factores coyunturales, sino al ajuste que ha hecho el sector, que ha mejorado su competitividad, motivo por el cual no se ha dejado notar en el aumento del empleo. Básicamente, los hoteleros han actuado de dos modos, complementarios: una moderación de los precios, cuando no una reducción, y una contrac-

El turismo se ha visto beneficiado por los conflictos, pero ha realizado un ajuste en precios y contratación de personal

ción de las plantillas. Sólo se ha contratado cuando ha sido muy necesario, de ahí que no se haya producido un aumento del empleo respecto al año anterior. El sector ha elevado

su competitividad, y ello ha tenido un precio, aunque así se asegura que el turismo seguirá siendo –esta vez de verdad– uno de los motores de la economía española. No debe ser el único, pero no debe menospreciarse una actividad que se viene incrementando de modo constante desde los años 60 del siglo pasado. Lo que sí debe hacer España es afrontar sus debilidades, que son la alta estacionalidad, provocada en parte por las circunstancias del turismo de sol y playa, y el escaso éxito que aún tienen las propuestas de interior. El extranjero, por lo general, sigue considerando a España como un país de playa donde el interior o es desconocido o carece de atractivo, una imagen que se podía cambiar, en especial para los meses de otoño e invierno, cuando comunidades autónomas como Andalucía viven sus mejores meses para mostrar sus ciudades y sus parques naturales. La infraestructura turística en éstas aún no ha terminado de romper, y las iniciativas iniciadas por ayuntamientos y mancomunidades han terminado en demasiadas ocasiones en fracaso, debido a que no se ha contado con campañas y acciones conjuntas. No cabe el pesimismo en un sector que, realmente, funciona, pero debe ser en estos momentos cuando se aborden estos déficits. Una vez producido los ajustes, hay que esperar que el sector vuelva a la senda de la inversión y, entonces, será el momento de la creación de empleo.