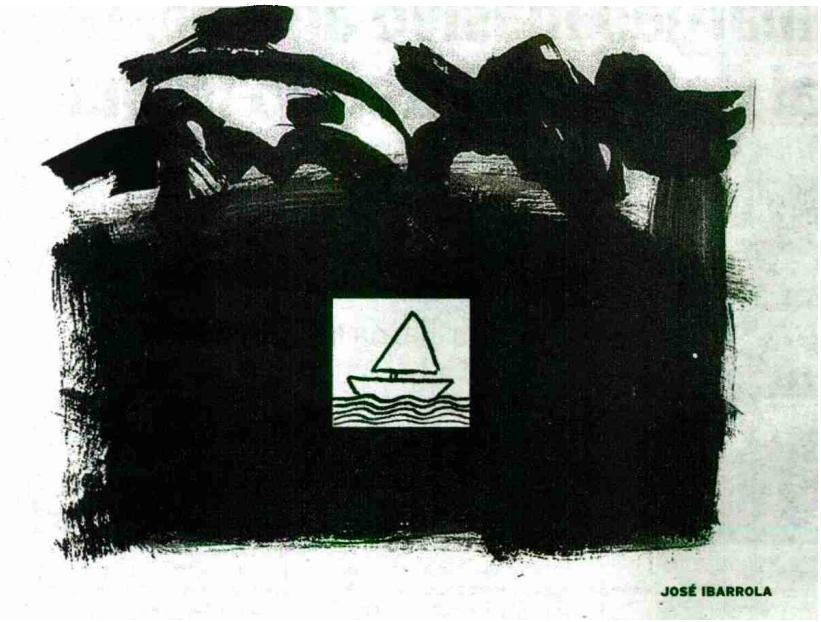
O.J.D.: 95852
E.G.M.: 549000

EL CORREO ESPAÑOL EL PUEBLO VASCO
EL CORREO

Fecha: 12/08/2004
Sección: OPINION
Páginas: 25
AGO.04.052



El turismo, en crisis

ANTONIO PAPELL

Todos los indicadores aseguran que el turismo está en crisis en nuestro país, y que la actual temporada alta apenas se salvará relativamente por la afluencia de viajeros nacionales, atraídos mediante ofertas extraordinarias. La alarma ya ha sonado, pues, en el sector, que por añadidura sigue acumulando oferta: según el INE, en los cinco primeros meses del año en curso el número de plazas hoteleras abiertas ha aumentado en un 4,6% mientras las pernoctaciones han crecido en sólo un 2,1%. Consecuencia de la persistencia de esta tendencia durante años es que, según un estudio sobre competitividad hotelera elaborado por la Diputación de Málaga, el grado de ocupación de los hoteles españoles ha caído diez puntos –ha pasado del 64,5% al 54,5%– en los últimos cinco años.

El principal diagnóstico parece claro, y ha sido enunciado recientemente por el ministro de Industria, Comercio y Turismo, José Montilla: el modelo de sol y playa está agotado. Los responsables autonómicos del sector parecen coincidir con el ministro (el conseller de Turismo de la Generalitat, Pere Esteve, ha hecho manifestaciones en el mismo sentido), si bien los empresarios del ramo, aun aceptando en líneas generales tal evidencia, creen demasiado simplista este juicio e introducen relevantes matizaciones: la recuperación de la industria turística requiere solucionar algunos problemas endémicos que la afectan en materia de seguridad, infraestructuras y servicios. No se puede plantear la reconversión de la oferta hacia una mayor calidad si nuestra red viaria es insuficiente e inapropiada para canalizar los flujos en verano, si las playas no merecen los cuidados debidos por parte de las corporaciones locales, si el urbanismo no se vuelve mucho más exigente, si los lugares más turísticos no dejan de ser el paraíso de los delincuentes. De nada sirve mejorar las instalaciones hoteleras si quienes se dirigen a ellas han de circular por viejas autovías saturadas, no encuentran establecimientos de calidad para almorzar por el camino y hallan las playas repletas de desperdicios.

Incluso los liberales no dogmáticos reconocen gustosamente que uno de los cometidos principales del Estado es la ordenación del territorio. El impulso a las infraestructuras, la planificación urbanística, la definición de las tendencias de desarrollo del tejido socioeconómico de un país son tareas inalienables que nada tienen que ver con otras propensiones intervencionistas que han perecido ahogadas por la gran liberalización económica y por la globalización. Consecuentemente, se impone un pacto más o menos explícito entre el sector turístico y las instituciones para promover una transformación de aquél en el sentido adecuado: una mejora cualitativa de la oferta, a la que deberá dotarse de un valor añadido de carácter cultural, gastronómico, deportivo, artístico, etcétera, combinada con actuaciones públicas orientadas al mismo fin.

Baleares, uno de los destinos más saturados, ensayó en la legislatura autonómica anterior, de la mano de la coalición de izquierdas que consiguió el Gobierno, un plan que incluía, entre otras actuaciones, una moratoria urbanística y el 'esponjamiento' (el derribo de viejos edificios hosteleros para reducir la densidad) de determinadas áreas particularmente dañadas por el urbanismo salvaje de los años cincuenta y sesenta. El experimento cesó al ganar el PP las pasadas elecciones autonómicas, pero, ideologías aparte, aquélla era la dirección adecuada para dar comienzo a un viraje que debe detener el actual declive. Un declive que se manifiesta asimismo por otros expresivos indicadores: cada vez las estancias de los turistas son más cortas, y el gasto medio por turista y día desciende incesantemente (un 5,9% entre enero y junio si se toma en cuenta la inflación).

El declive del turismo español viene de lejos, aunque se había contenido hasta hace poco gracias a la crisis en el Este del Mediterráneo (las guerras balcánicas) y a los ecos del 11-S. Hoy, sin embargo, nuestros competidores en la región, que ofrecen precios mucho más bajos que los nuestros, crecen a gran velocidad: Turquía, Egipto, Bulgaria, Marruecos y Túnez están incrementando su negocio a tasas anuales que varían entre el 20% y el 53%. Croacia y Chipre crecen asimismo por encima del 10%. En conjunto, estos siete países mediterráneos recibirán este año 56 millones de turistas, frente a los 52,6 que previsiblemente vendrán a España. La atonía económica europea está provocando que los grandes emisores de turismo –Reino Unido y Alemania– busquen los destinos más baratos.

Las cifras indicadas más arriba demuestran la potencia que todavía mantiene el turismo español, tercer destino en el mundo tras Estados Unidos y Francia. Sin embargo, el declive resulta preocupante y debe ser contenido. Según la patronal Exceltur, el estancamiento en el número de turistas extranjeros, que apenas registrará un incremento del 1% (aunque con estancias más cortas y de menor rendimiento), provocará este año un lucro cesante de 263 millones de euros. La situación es ya lo bastante seria para que todas las partes se sienten a meditar.