

Buen año, con reservas

El sector no se cree del todo la recuperación y exige un rediseño de la oferta

FERNANDO BARCIELA

El pasado verano, los hoteleros y empresarios turísticos españoles, desanimados tras el pésimo 2009 (con una caída del 8,2%), se quitaron un peso de encima al ver cómo sus negocios (al menos buena parte de ellos) volvían a recuperar niveles de afluencia normales. Lo cual no significa que se sientan tan optimistas como el ministro de Industria, Miguel Sebastián, que ha anunciado unas cifras de crecimiento de visitantes y gasto turístico calificadas de "magníficas", pero a las que los empresarios miran con cierta reserva.

La buena afluencia de julio y agosto permitió cerrar el año, según el avance provisional presentado por el ministro, con un 1,4% más en las llegadas de turistas, hasta los 53 millones, y del 2,5% en el gasto, hasta los 49.140 millones. Parte de esta recuperación se debe, sin duda, a la mejora económica en buena parte de

Europa, con crecimientos del PIB en muchos países superiores al 2% o 3%, lo que permitió además un repunte del empleo en el sector, con un 0,8% más frente a una caída del 2% en el total de la economía.

Aun así, y pese a que el índice de confianza del sector turístico español (ICTUR) de Exceltur, que mide las expectativas de los empresarios, haya mejorado del 7,0 al 14,9 en el tercer trimestre, se duda de que la mejoría de los últimos meses garantice una recuperación duradera. Un pesimismo que viene de largo. Desde que en 2002 se empezó a elaborar la ratio del peso del turismo sobre el PIB, este no ha parado de descender, lo que revela un cierto agotamiento de la oferta, competitividad y atractivo del turismo español.

En esta línea, el aumento de la contribución del turismo al PIB el año pasado, el primero desde el 2002 (un 0,6% se calcula), podría ser temporal. "No hay

que olvidar", recuerda José Luis Zureda, vicepresidente de Exceltur, que en los años ochenta y noventa esta ratio crecía siempre por encima de la economía. "Eso se acabó en la década del 2000". Se subraya además que las buenas cifras de este verano se deben a una fuerte bajada de

Los competidores de España ofrecen precios inferiores hasta casi un 40%

precios y al *overbooking* en los principales rivales de España —Turquía, Egipto...—, que acabó desplazando turistas a España. "Estos dos países", apunta Zureda, "cerraron 2010 con tasas de crecimiento de dos dígitos".

La desesperación de muchos empresarios les ha llevado a tirar los precios, hasta el punto de

que han hipotecado la rentabilidad de sus negocios. "Pese a que algunas empresas se están defendiendo bien, otras muchas, al haber agotado sus márgenes, están en dificultades, incluso en pérdidas", se queja el responsable de Exceltur. Según el informe *Perspectivas turísticas* de Exceltur del tercer trimestre, mientras el 53,6% de las empresas habrían mejorado sus ventas, un 31,6% sufrieron bajadas.

Pese también a que en Exceltur se muestran satisfechos de los buenos resultados obtenidos en mercados como Rusia, Italia, Holanda, que crecieron por encima de los dos dígitos, o de los países nórdicos y Francia, con incrementos más suaves, no ven claro que ello pueda compensar el bajón sufrido en Alemania o Reino Unido, que cayeron el 1% y el 6%. Sí se confía en que Alemania vuelva a recuperar cifras anteriores a la crisis (el Ministerio apuesta por un 5% más). Otra cosa es

Reino Unido, sobre el que sigue habiendo dudas.

Al mismo tiempo, existe una preocupación con el turismo doméstico español. Según Zureda, "supone actualmente el 50% de nuestro mercado". Pero lo que más les preocupa, sin duda, es la creciente competitividad de los nuevos destinos, más baratos (un 30% o 40%, dice Zureda), con oferta más moderna y sin los problemas de degradación ambiental que sufren muchos de los *resorts* españoles. A todo ello habría que añadir el rebrote inflacionario del 3%, que solo contribuye a agravar la falta de competitividad.

En Exceltur creen que se impone un rediseño de la oferta española, algo que no resulta nada fácil de acometer, pero que es imprescindible si España pretende competir con los nuevos rivales del Mediterráneo. "Frente a unos destinos modernos, bien conservados y con una oferta excelente, muchas de nuestras zonas están anticuadas, ofrecen un aspecto desordenado y, en consecuencia, han ido perdiendo *punch*. Es urgente resolver estos problemas si queremos seguir contando en el sector, sobre todo si además somos más caros". ■