

La crisis del turismo también es estructural

JUAN CABRERA

Simón Pedro Barceló, copresidente del Grupo Barceló, ha dicho en EL MUNDO, con razón, que «para superar la crisis tenemos que abordar sin complejos nuestro principal problema, que es la falta de competitividad», reflexión que comparto totalmente, aunque, ahora bien, considero que la ha hecho a destiempo. En una persona de su experiencia y excelencia en el mundo turístico, su consejo se tendría que haber remontado a cinco o diez años antes. Él sabe perfectamente que nuestra falta de competitividad –y de estructuración añado yo– no nos ha llegado única y exclusivamente como consecuencia de la crisis global, es decir, coyuntural, como así nos quieren hacer ver desde las administraciones locales y del Estado en un intento de eludir responsabilidades y con una clara falta de visión estratégica de futuro.

Quizá nos podamos engañar por el hecho de una más que probable buena temporada turística en 2011, como así se predice en las ferias internacionales especiali-

zadas, aunque ello, claro está, no quiere decir que hayamos hecho los deberes ni subsanado el gran endeudamiento estructural que arrastramos desde hace muchos años, algo de lo que los verdaderos profesionales del turismo son muy conscientes, y saben, aunque callen, de qué pie cojea el sector turístico balear.

¿Ofertamos calidad? ¿Ofrecemos profesionalidad? ¿Proporcionamos lo que el cliente espera? ¿Implementamos estrategias eficaces *on line* y *travel 2.0*? ¿Seguiremos apostando sólo por el sol y playa? ¿Hay que «reinventar el turismo» como dice Simón Pedro Barceló o hay que fiarse de las palabras «sabemos lo que hay que hacer» de Joan Mesquida?... Personalmente creo que son demasiados interrogantes para mirar con optimismo el futuro, no el mañana inmediato, el del 2011, que como he dicho antes, es engañoso y coyuntural, y está avalado, como decía hace escasos días EL MUNDO, «por los buenos vientos» que nos llegan por la preocupante

situación en Túnez, donde 6.000 turistas alemanes han tenido que ser repatriados, la extrapolación de las revueltas en Argelia y los mismos efectos de fondo que comparten casi todos los países de Magreb, a lo que, sin duda, hay que añadir el bajón de Egipto por la presencia de tiburones y la muerte de una turista alemana desgarrada por la fauces de un escualo. Y por supuesto, no hay que olvidar la oportunista y espectacular subida, por encima del 10%, de las tarifas de los hoteles en Turquía, mientras que en España, y muy concretamente en Baleares, se está haciendo todo lo contrario, es decir, bajar los precios entre un 5 y un 10%, algo que han agradecido los turistas ingleses, con la libra revaluada, y los alemanes, con el poder adquisitivo recuperado. Y me pregunto entonces, ¿es o no coyuntural el turismo que nos llegará en 2011?

Naturalmente que sí. Y volveremos de Fitur rebosantes de felicidad, creyéndonos la remontada, la crisis superada, con los hote-

les llenos en julio y agosto, las playas a reventar y las empresas de *fast food* relajándose de satisfacción por el prometedor verano que se les viene encima («¡hay que aguantar, –dirán– nos han quitado a los fumadores, pero llegarán los guiris!»). Y quién hablará ya de los hoteles obsoletos, de la guerra de precios para llenar los hoteles como sea, de la formación de los recursos humanos, de la competitividad, del turismo de masas, del todo incluido, del turismo cultural, del turismo activo, individual, de hacer más fácil y agradable la estancia de los potenciales turistas, la innovación, la eficiencia, la dinamización turística, del turismo gastronómico, que como dijo Joan Mesquida, representa el 5% de quienes escogen España como destino...

De una manera u otra, el sector parece haber tomado conciencia de nuestras limitaciones y, afortunadamente, le ha lanzado un claro mensaje al presidente Zapatero, a través de Exceltur, para que congele la oferta hotelera hasta 2015 y así poder mejorar la estructura de los alojamientos de todas las zonas vacacionales de España. Es una buena señal.

Juan Cabrera es presidente de PIMEM.