

El turismo, la gran palanca para la recuperación

Uno de los pocos sectores que crecen merece mayores políticas que faciliten su evolución competitiva

JOSÉ LUIS ZOREDA 19 ENE 2014 - 00:00 CET

Recién iniciado el año, es el momento idóneo para hacer una valoración del que dejamos atrás. Afortunadamente ya no es motivo de desasosiego una prima de riesgo desbocada —¡qué lejanos parecen ahora esos 649 puntos básicos de julio de 2012!— y los aún tímidos pero más que esperanzadores destellos recientes de mejoría económica nos hacen pensar que lo peor ya ha quedado atrás. Es cierto que perdura la complejidad de seis años de crisis, sobre todo en los términos inasumibles del desempleo. Pero en esta valoración también existen datos alentadores sobre la capacidad de resistencia de España a los múltiples avatares que hemos atravesado. Por ello es justo destacar el papel que el turismo ha desempeñado como gran protagonista de 2013, dando sobradas muestras de ser una locomotora clave para la ansiada recuperación macroeconómica.

La excelente afluencia turística a destinos costeros a partir del verano, con 57,6 millones de turistas extranjeros recibidos hasta noviembre, ha compensado el impacto desfavorable de una demanda turística interna y de negocios aún muy retraída y que ha afectado a muchas ciudades, destinos y empresas del interior. Es previsible que esta afluencia internacional marque un récord de llegadas al cierre oficial del año, pero, con ser relevante, el volumen de turistas extranjeros en sí mismo no es suficiente, ni nos debe llevar a juicios equívocos, ya que constituye solo el 50% de la actividad generada por el sector. Lo verdaderamente trascendente es la capacidad de generación de actividad económica, rentabilidad empresarial, empleo e inversión directa del turismo, y sus múltiples efectos inducidos de carácter similar, sobre otros terceros sectores y la Hacienda pública.

En este sentido, el indicador de PIB turístico, que sí recoge esos efectos multiplicadores y agregados de la demanda turística externa e interna, resulta más revelador para enjuiciar el curso y contribución del turismo al conjunto de la economía en 2013. Desde la previsión de crecimiento negativa del -1% del PIB turístico que hacíamos a principios de año, la evolución del sector exterior fue mucho más favorable a lo largo del año —muy especialmente desde junio, coincidiendo con el resurgir de la inestabilidad en Egipto— induciendo, según nuestras estimaciones y junto a un leve repunte a finales del año de la demanda interna, un crecimiento del 0,6% del PIB turístico al cierre del ejercicio. Un dato envidiable de crecimiento, al compararlo con las estimaciones del Gobierno para el conjunto de la economía española en 2013, coincidentes con las del consenso de analistas, que seguían moviéndose en un escenario de contracción, con una caída estimada del PIB del 1,3%. ¿Cuántos sectores económicos españoles pueden demostrar lo mismo?

Es cierto que el conjunto de las exportaciones también ayuda a la ansiada recuperación, tras crecer en 2013 un 7% más que el año anterior. Y que algún otro sector como la automoción, que exporta nueve de cada diez coches que produce y ha

inducido nuevas inversiones en España valoradas en 4.500 millones de euros. Pero no podemos perder de vista que la actividad turística es, de lejos y desde hace años, el sector exportador por excelencia de nuestro país. Estimamos que los ingresos reales por turismo extranjero que revierten a España, y que recogerá el Banco de España en la balanza de pagos, superarán los 45.110 millones de euros al cierre de 2013, lo que supone un crecimiento en la entrada de divisas del 3,7% y 1.500 millones de euros más que las generadas en 2012. O, visto de otra manera, el dinero que los turistas extranjeros realmente dejan en España cubre con creces los 8.400 millones de déficit de la balanza comercial (datos hasta octubre). Con estas credenciales, el turismo ha sido un garante esencial en 2013 de la solvencia e imagen país para atender nuestros compromisos financieros externos. Una última forma de ver su trascendencia en ese mismo ámbito es que ante los 242.000 millones de endeudamiento externo para 2014 recientemente anunciado por el Tesoro, los ingresos en divisas del turismo en 2013, y presumiblemente mayores para 2014, equivalen a cerca de un 20% de esas necesidades.

Los ingresos en divisas del turismo suponen el 20% de las necesidades del Tesoro para 2014

Pero hablando de cifras, hay otros datos que a las empresas del sector nos generan aún una mayor satisfacción, como son los 22.394 puestos de trabajo creados hasta diciembre. En un país afectado por la tragedia del paro, el turismo ha sido, en el conjunto de 2013, el único sector de la economía española con creación neta de empleo —un 1,3% más, según los últimos datos disponibles de la Seguridad Social—, mientras muy pocos otros sectores han podido evitar todavía su destrucción.

Es posible que alguno se pregunte a estas alturas por qué sacar pecho de estas realidades. Y la respuesta es sencilla, que no es fácil: lograr un mayor y más justo reconocimiento político, social y ciudadano sobre la contribución del turismo a nuestro país y su papel clave como locomotora para impulsar la recuperación. Uno de los pocos sectores que crecen —aporta más del 10% del PIB español— y que, superando retóricas puntuales, merecen mayores prioridades de actuación, traducidas en nuevas apuestas políticas, estratégicas y presupuestarias para facilitar su progresiva evolución competitiva. Es decir, comprometer con una visión más transversal y coordinada a todos los ámbitos competentes del Gobierno central, autonómicos y locales para impulsar la transformación que aún requieren el sector y sus destinos maduros. En síntesis, para mantener su capacidad locomotora y una rentabilidad socio-económica sostenible a corto y medio plazo en un entorno global cada día más cambiante y competitivo. Unas políticas y actuaciones acompañadas de las adecuadas dotaciones de recursos, tratamiento fiscal e incentivos crecientes, y similares, a los que se brindan a otros sectores, como de manera muy singular cabe destacar al automóvil.

Por otro lado, las buenas cifras de afluencia extranjera y crecimiento del PIB turístico de 2013 no debieran llevarnos a triunfalismos equívocos ni a eludir esos múltiples retos competitivos aún pendientes. No podemos obviar que una buena parte de los turistas extranjeros recibidos en 2013 lo han sido a costa de la inestabilidad en algunos destinos competidores del Mediterráneo, o que la rentabilidad de muchas empresas de diversos subsectores y regiones turísticas aún es menguante, dadas las continuas subidas de costes (fiscales, energéticos...) y la agresiva guerra de precios, para animar una demanda nacional que acumula años de caídas. Como tampoco que, aparte del reto de valorar y reposicionar gradualmente nuestra oferta, el sector precisa renovar y adaptar sus modelos de gestión a una economía digital que abre nuevos enfoques de prescripción y captación de unos turistas cada día mejor informados y con más alternativas.

En resumen, ni desde el sector público ni desde el privado podemos bajar la guardia, ni por los resultados de 2013 ni ante los que se anticipan para un prometedor año

2014, donde nuestras previsiones apuntan a un crecimiento anual del PIB turístico del 1,9%, que triplicaría el hoy estimado para el conjunto de la economía en este mismo año. Pero no cabe ilusión alguna de que el sector turístico haya recuperado sus niveles precrisis —en su conjunto distaría mucho de ser cierto— ni que a corto plazo no requiera de atención preferente y continua de las diversas instituciones competentes.

El turismo ha demostrado dar mucho a España, ayudando a su vez a reforzar la imagen de marca país allende nuestras fronteras. En la antesala de Fitur, la gran feria del sector, queremos reiterar la necesidad de asumir esa realidad con una mayor convicción, para avanzar sin dilación en todos los ámbitos de transformación pendientes y la exigencia de hacerlo, bajo una nueva gobernanza turística basada en la mayor y más tecnificada colaboración público-privada. Temas que serán objeto de debate en el VII Foro de Liderazgo Turístico de Exceltur, que abrirá Fitur.

España sigue siendo una gran potencia turística, y consolidar ese liderazgo en el tiempo exige apostar sin ambages por la innovación y la diferenciación de su oferta, traduciéndola en experiencias singulares a lo largo del país. Ello en paralelo a renovar las estrategias de marketing y distribución que hoy permiten las tecnologías digitales, para captar y retener aquellos segmentos de turistas que de manera sostenible nos permitan generar la mayor rentabilidad socioeconómica. El año 2014 abre el nuevo reto y oportunidad que el turismo siga siendo esa gran locomotora para la recuperación. Un sector que, como nos gusta proclamar desde Exceltur, es de todos y para el disfrute de todos y que, por tanto, merece la mayor prioridad, empeño y compromiso de todos.

José Luis Zoreda es vicepresidente ejecutivo de Exceltur.