

> PREVISIONES

EL EMPLEO TURÍSTICO TOCA TECHO

Las mayores empresas globales del sector prevén que después de dos años de fuerte crecimiento el peso del turismo en la economía baje al 14%. Por César Urrutia

Dos años explosivos, una década moderada. El motor de la economía tiene escaso margen de crecimiento. Más allá de su recuperación en los próximos 18 meses, las mayores empresas turísticas del mundo estiman que la contribución del sector a la economía española decrecerá en la próxima década. El World Travel & Tourism Council (WTTC) estima que el peso total del sector en el Producto Interior Bruto (PIB) bajará al 14% en 2023 desde el 15,2% que marcó en 2012.

El récord histórico de visitantes extranjeros ha desatado la euforia en Fitur a lo largo de la semana, con el turismo nacional desaparecido. Pero desde el exterior la visión es distinta. Para este organismo, en el que se incluyen empresas españolas como Meliá Hotels, NH Hoteles o grandes compañías con ejecutivos españoles en sus consejos de administración como IAG o Amadeus, el sector ya ha tocado techo en muchas de sus magnitudes macroeconómicas o, a largo plazo, crecerá a ritmos moderados.

Es el caso del empleo, con casi seis millones de personas en el paro, representa el principal problema de la economía española. En opinión del estudio, el sector turístico contribuirá a la creación de puestos de trabajo a un ritmo del 0,5% anual, con la hostelería como motor. A pesar de ser la prioridad política y de contar con estímulos a la contratación, los más de 2,7 millones de empleos directos e indirectos que generará el sector en 2023 no bastarán para

> EL FUTURO DEL TURISMO ESPAÑOL

Contribución al PIB	2012		2013	2023 (est.)		% crecimiento anualizado 2013-2023
	Mill. de €	% del total	% variac.	Mill. de €	% del total	
Directa	57.100	5,4	-1,2	62.400	5,0	1
Total	160.000	15,2	-1,8	175.600	14,1	1,1
Peso en el empleo (miles de puestos de trabajo)						
Directo	894	5,2	-1,3	937	4,9	0,6
Total	2.691	15,5	-2,1	2.761	14,6	0,5
Evolución del gasto, por segmentos						
Extranjeros	47.300	13,8	-1,9	53.300	10,3	1,4
Nacionales	60.700	5,8	-0,7	65.400	5,3	0,8
Ocio	96.700	4,8	-1,3	107.000	4,5	1,2
Negocios	11.400	0,6	-1,1	11.600	0,5	0,3
Inversiones	14.800	7,4	-3,3	20.000	8,4	3,4

FUENTE: World Travel & Tourism Council.

Alberto Hernández / EL MUNDO

mantener su peso actual, que asciende al 15,5%, por lo que caerá casi un punto porcentual, hasta el 14,6%.

«Otros mercados crecerán más rápido que España pero es lógico porque España es un mercado maduro y es difícil compararlos. En cualquier caso, mi recomendación es que el Gobierno se centre en la creación de empleo, en promover su marca fuera del país y en colaborar todo lo posible con el sector privado», explica David Scowhill, consejero delegado de WTTC, durante su visita a Fitur.

«No se trata de una conclusión negativa. Lo importante es lo que sucede en estos próximos 18 meses. Se

ve una recuperación de los mercados británico y alemán, que han sufrido también la crisis en los últimos tres años y son muy importantes para el país. Si se contienen las tasas de los aeropuertos y la política fiscal trata bien al sector, el mercado se recuperará», afirma.

A nadie del sector turístico se le escapa que buena parte del éxito registrado en 2013 se explica por el temor de los turistas a la inestabilidad política del norte de África. Ni tampoco la creciente dependencia de las aerolíneas de bajo coste para que traigan viajeros. Un 54% de las llegadas internacionales se produce a través de

compañías como Ryanair, easyJet y Vueling.

Si este hecho presiona al sector en España a contener los precios está por ver con la recuperación. Por el momento, en 2013 los ingresos medios generados por un turista extranjero cayeron un 1,5% hasta 746 euros, según datos de la patronal turística española, Exceltur. La memoria económica de este organismo recuerda que en 2001, el gasto medio de los turistas era –descontando la inflación– de 1.077 euros, 331 euros más que actualmente.

Atendiendo a las grandes cifras, el récord de llegadas de turistas inter-

nacionales supuso unos ingresos de 45.000 millones para la economía española, un 4% más. Pero la cifra tiene matices. «Si la entrada de divisas aumentó no fue a costa de mejorar el gasto en destino del turista extranjero sino por la mayor afluencia de llegadas», explican las empresas españolas.

«Buena parte del mercado inglés y alemán busca el sol y España es un país de playa y sol pero no necesariamente de bajo coste. Muchos de ellos buscan el mejor precio para una semana en Grecia, Croacia, Turquía... se trata de un mercado con una demanda fuerte pero los empresarios españoles están segmentando muy bien la oferta para llevarla más allá. Entienden que hay que atraer a gente que pague más y que el enfoque es hacer más marketing», opina Scowhill.

El responsable ejecutivo del WTTC se lleva una imagen positiva de la situación del sector en España, incluyendo Madrid, que parece haber asimilado que necesita dar un giro de 180 grados a su política turística. «Tiene una gran herencia histórica pero compite con otras grandes ciudades europeas, no sólo con Barcelona. Sin destruir lo anterior, debe refinar su imagen con más experiencias culturales o entrando en el campo de las nuevas tecnologías», afirma.

Scowhill pone énfasis en la conveniencia de que las administraciones colaboren con el sector privado para promover el turismo, tal y como se propone hacer Madrid. También la colaboración con gestores aeroportuarios para atraer nuevos mercados y turistas, como son los chinos y rusos. China, país con el que las conexiones desde Barajas son escasas, movió 93 millones de turistas el año pasado que si llegaron a España lo hicieron a través de otro país. «Cuanto mayor sea el número de ellos que Madrid pueda captar en el futuro mejor para Madrid», concluye.

