



Reactivar el turismo exige más reformas

Los resultados cosechados por la industria turística en 2009 no dejan lugar a dudas: el llamado “petróleo español” se empieza a agotar. La llegada de visitantes ha retrocedido a cifras de hace seis años, los ingresos generados por los turistas se han reducido un 6,8%, hasta 48.000 millones de euros, y su peso en el PIB nacional ha caído al 10,5%, el mínimo desde 1995.

El desplome de la actividad contrasta con el acelerado crecimiento de la oferta que ha experimentado el sector en los últimos ejercicios. A causa de esta sobredimensión, si no se recuperan a corto plazo los volúmenes de turistas extranjeros, el conjunto de la industria deberá afrontar un severo proceso de ajuste. No hay que olvidar que una cuarta parte de la planta hotelera se ha desarrollado en los últimos años, que el sector aéreo sigue asfixiado por la presión de las aerolíneas de bajo coste y el precio de los combustibles, y que las empresas auxiliares han visto evaporarse de la noche a la mañana buena parte de la demanda sobre la que edificaron su expansión.

La consecuencia más evidente del cambio de paradigma en el sector, en palabras del presidente de Exceltur, es que las empresas turísticas precisan ahora invertir el doble que en los años anteriores para obtener la misma facturación. Por eso resulta aún más desconcertante el “moderado optimismo” del Gobierno sobre una hipotética recuperación de la demanda turística a lo largo del año, ligada a la mejora de las economías de Alemania, Francia y Reino Unido. Pero los expertos desvinculan el tímido avance de sus economías de la evolución del consumo privado, por lo que no cabe el inmovilismo a la espera de que la demanda se recupere por sí misma.

La agónica insistencia del sector en reclamar reformas estructurales resulta casi heroica, a la vista de la resistencia del Ejecutivo a flexibilizar el mercado laboral, dinamizar los destinos o primar la innovación. Bien al contrario, la subida del IVA prevista para el mes de julio supone un torpedo en la línea de flotación del turismo, enzarzado desde hace años en una guerra de precios interna y contra otros destinos mediterráneos emergentes. Un primer paso en la buena dirección sería, a las puertas de la trigésima edición de Fitur, la mayor feria del sector, que se celebra en Madrid entre el 20 y el 24 de enero, orquestar la necesaria unidad de acción promocional entre los diferentes destinos españoles, que finalice con la dispersión actual y optimice cada euro gastado en atraer nuevos visitantes.