

El turismo busca nuevas fórmulas de negocio para evitar su debacle

El modelo actual está obsoleto y arrastra una pérdida de competitividad que amenaza su viabilidad a medio plazo

■ CÉSAR CALVAR

MADRID. El turismo, uno de los sectores impulsores del crecimiento económico en el último medio siglo, busca fórmulas para renovar su negocio y reducir su dependencia del modelo de sol y playa, que los expertos consideran obsoleto, poco innovador, escasamente pro-

ductivo y anclado en recetas de tiempos pasados.

Las mejoras continuas de resultados hasta 2008 habían aplazado ese debate, pero el desastre de 2009 (las llegadas de turistas y el gasto cayeron un 8,8% y un 7,2%) desataron la alarma en un sector muy reactivo a los cambios y que ha vivido muchos

años en la autocomplacencia por la escasa competencia exterior.

La patronal del turismo reconoce que los repuntes del negocio en la segunda mitad de 2010 y en 2011 son un espejismo derivado de la 'primavera árabe', un fenómeno cuyos efectos acabarán pronto. En lo que va de año, Egipto y Túnez acumulan caídas del negocio del 54,4% y del 41,7%, respectivamente. «La gran pregunta es cuánto tiempo más nos vamos a beneficiar del tirón de una demanda extranjera que en pura esencia no nos corresponde», se pregunta el vicepresidente de Exceltur, José Luis Zoreda.

Ante esa incertidumbre los expertos proponen redefinir el sector para diversificarlo y hacerlo atractivo a un tipo de viajero más exigente y heterogéneo, que busca una oferta diferenciada acorde con nuevos gustos y estilos de vida. España puede ofrecer algo más que playas de arena. Turismo cultural, de naturaleza, gastronómico, rural, deportivo y de negocios son algunos de los campos que exploran ahora los empresarios.

'Burbuja' vacacional

La Fundación de las Cajas de Ahorros analiza en su publicación Papeles de la Economía Española los males que han conducido al turismo a un callejón sin salida. El profesor Juan Ignacio Pulido, de la Universidad de Jaén, explica que el modelo actual ha disfrutado durante décadas de una solidez «indudable» sustentada en el crecimiento de la oferta de alojamientos y en su gran atractivo para la demanda externa (ofrece alta calidad a bajo precio). Pero la crisis y el estallido de la burbuja inmobiliaria han evidenciado su carácter «insostenible». No se puede seguir construyendo apartamentos y hoteles porque ya no hay demanda suficiente, y hundir los precios para llenar ese espacio con viajeros de menor poder adquisitivo es pan para hoy y hambre para mañana.

Eugeni Aguiló y Francesc Sastre, de la Universidad de Baleares, explican que España creó 600.000 nuevas plazas turísticas en la última década, sobre todo en el Mediterráneo

y los archipiélagos. Una «sobreoferta» que ha coincidido con una bajada de las tasas de ocupación y con un descenso «forzado» de precios para captar clientes o al menos no perderlos frente a competidores emergentes (Turquía, Egipto, Marruecos, Croacia, Grecia, Bulgaria...), cuya oferta aún es limitada pero que ven en el turismo un sector estratégico y ya se han lanzado a diversificar su oferta.

Todos esos factores han provocado una caída de la rentabilidad en un negocio «en recesión». En cifras globales el país aún ocupa un puesto de liderazgo en recepción de visitantes (52,6 millones en 2010, según la secretaria de Estado de Turismo) pero estos expertos creen que «ha perdido peso relativo» como destino preferente a favor de otros más baratos y menos masificados. Los recientes estallidos en el mundo árabe han aplazado la urgencia de transformar el sector, pero los problemas de fondo siguen ahí.

Uno de los defectos que arrastra el turismo español es su pérdida de competitividad frente a destinos que ofrecen lo mismo por menos dinero. La introducción del euro y la equiparación del coste de la vida con los países europeos más desarrollados han «desgastado» las ventajas por precio en que se asentaba la competitividad española.

El estudio de Esade 'Innovación turística en España' señala la escasa apuesta del sector por el I+D+i como otro lastre. El profesor Josep Francesc Valls sostiene que «España se ha dormido en los laureles de su propio éxito» hasta que su modelo ha quedado «obsoleto». Este informe sitúa al país «entre los últimos en la aplicación de la innovación» pese al enorme peso del sector vacacional sobre el PIB. En 2008 el turismo invirtió 25 millones de euros en I+D+i, mientras el inmobiliario superó los 1.700 millones. El informe apunta a «la mentalidad conservadora» de los empresarios como primer freno a la innovación. A esos males el profesor Pulido añade otros como la «peligrosa» dependencia de turoperadores y aerolíneas de bajo coste y la inexistencia de modelos de gestión diferenciados y adaptados a las características de cada destino.

Las recetas para superar esta situación son conocidas y repetidas por los empresarios y responsables políticos: comercializar productos de mayor valor añadido para satisfacer a viajeros más exigentes, que ya no se conforman con productos estándar y demandan alternativas.



Una turista toma el sol sobre las rocas en la playa de Levante, en Benidorm. ■ MANUEL LORENZO / EFE