

ALERTA ECONÓMICA / EL TURISMO, AMENAZADO

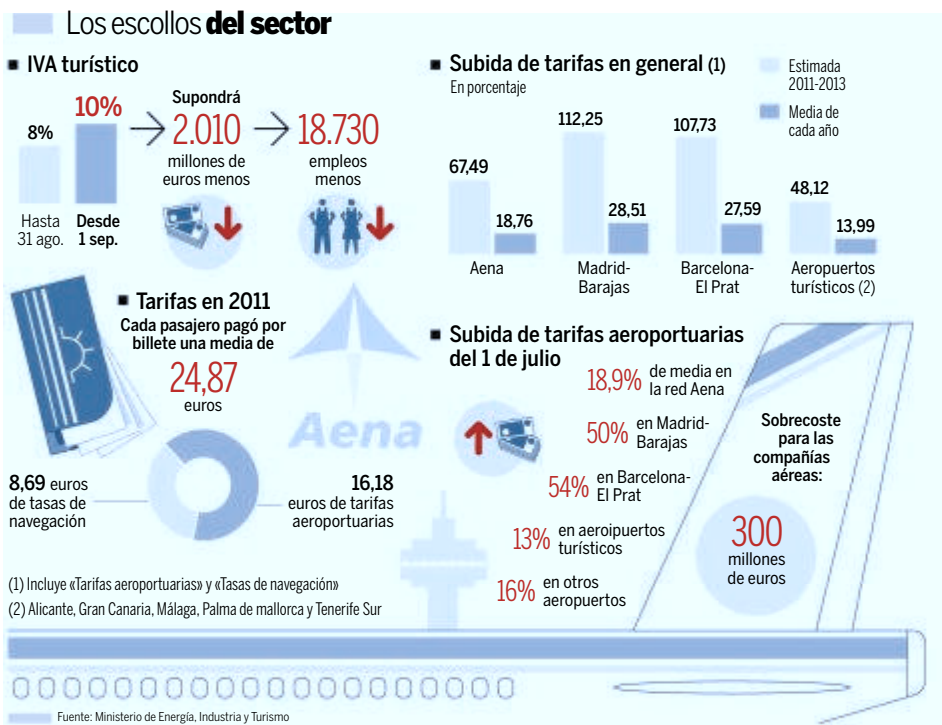
El turismo español, frente a su verano más difícil

La rebaja de costes de otros destinos en Grecia, Portugal o Túnez ponen a prueba la competitividad del sector ■ «Es casi imposible bajar los precios»

Raquel Bonilla

MADRID- En pleno verano, el turismo es un gigante al que le crecen los enanos. A pesar de que junio ha sido el mejor mes en la llegada de viajeros extranjeros desde 2007, la industria turística se enfrenta a la temporada alta más complicada de los últimos años, tras el reciente incremento de las tasas aeroportuarias y el anuncio de la subida del IVA del 8% al 10% que se aplicará a partir del 1 de septiembre. «La suma de estos ingredientes nos asoma al precipicio. El turismo está allímite de su resistencia económica, si es que no lo ha pasado ya, pues estos sobrecostes llegan en el momento más inoportuno, con una demanda nacional que cae por encima del 4%, y supondrán la pérdida de más de 2.000 millones de euros y cerca de 18.730 empleos», asegura José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur.

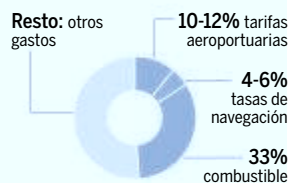
La pérdida de competitividad frente a otros destinos que apuestan por bajar los costes del viajero, como Grecia, Portugal o Túnez, es



la advertencia más reiterada por la industria del viaje. «Entendemos que la situación económica exige cambios, pero vamos en la dirección contraria».

El retraso del IVA, un respiro
 Gravar tanto al turismo pone en peligro la mayor industria del país, hasta el punto de que la caída de productividad puede ser tan fuerte que deje de ingresar la aportación necesaria para ser uno de los principales sustentos de la economía nacional», afirma Juan Molas, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat), quien añade que «bajar más los

■ **Distribución de costes de las compañías**



■ **Comparación de costes de escala de un avión tipo (*) con aeropuertos similares**



(*) Avión tipo: B 737-400 ocupación 115 pasajeros
 Infografía LA RAZÓN

precios es imposible, porque estamos en tarifas de 2007».

Aunque el retraso del incremento del IVA es un respiro para el sector, la subida de las tasas aéreas impuesta por Aena es un escollo más difícil de salvar en plena temporada alta. «Los datos de tráfico de pasajeros del primer semestre del año muestran una preocupante caída del 4,6%, descenso que, junto a la debilidad de la demanda nacional, no aconseja subidas como las aprobadas», matizan desde la Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo, Aceta. En esta línea, Exceltur estima que con esta subida de tarifas pueden dejar de viajar a España en un año hasta 2,87

millones de turistas (entre españoles y extranjeros), lo que implica no ingresar 1.636 millones.

Sin embargo, fuentes de Aena confirman que «el impacto de la subida sobre el pasajero es muy limitado, pues cada punto porcentual de incremento únicamente supone 8 céntimos por cada vez que se utilicen las infraestructuras aeroportuarias, por lo que no será una razón para dejar de viajar».

El adiós de algunas aerolíneas

La «patata caliente» está, por tanto, en las manos de las aerolíneas, ya que las tasas aeroportuarias representan entre un 10% y un 12% de los costes de una compañía aérea, «por lo que se estima que este encarecimiento supone un sobrecoste de unos 300 millones de euros», confirma Aceta. De hecho, la paradoja de aprobar los Presupuestos Generales del Estado a mitad de año ha puesto a las aerolíneas en la tesitura de asumir el coste de la subida de tasas en los billetes vendidos antes del 1 de julio, tal y como han hecho las principales compañías, excepto Ryanair y Vueling.

Las tarifas aeroportuarias españolas son un 43,5% más baratas que la media europea, según datos de Aena, pero ese plus de competitividad ahora se ha estrechado, hasta el punto de que varias aerolíneas como EasyJet, Ryanair o Wizz Air han confirmado la cancelación de gran parte de sus rutas a Madrid y Barcelona. Aunque Barajas y El Prat son más baratos que París o Londres, esa equiparación no es válida para la industria turística española. Lo «importante es comparar los de Alicante, Gran Canaria o Tenerife con los aeródromos de nuestros competidores en sol y playa, como Hammamet (Túnez), Agadir (Marruecos) o Faro (Portugal). Ahí es donde el turismo español pierde fuelle», asegura Zoreda.