

España, refugio de turistas

La estabilidad interna del país es básica para consolidar la llegada de visitantes

No cabe alborozarse de la desgracia ajena pero sí se puede y se debe tomar nota de ella, y, como es bien conocido, España se beneficia de los conflictos internos de nuestros competidores más directos que ahuyentan al turismo. En este año 2013, y según datos del lobby turístico Exceltur, vendrán a España a causa de las cancelaciones de viajes programados a Egipto unos 730.000 turistas de distintas procedencias, que dejarán en nuestro país 630 millones de euros. La inestabilidad egipcia lesionará en efecto la principal fuente de riqueza de aquel país, y los touroperadores se están viendo obligados a desviar a sus clientes hacia los mercados con más capacidad de oferta, como España, Marruecos y Túnez (Grecia, con mala imagen en Alemania, apenas ha podido sacar tajada de esta coyuntura). Por el contrario, la crisis turca ha tenido un efecto mucho menor ya que Turquía, un país más potente y de mayor tamaño, es más capaz de modular su imagen exterior y de minimizar el deterioro producido por las recientes protestas callejeras. En 2012, España registró el mejor tercer registro de su historia en turistas internacionales (57,7 millones, que generaron unos ingresos de 43.300 millones de euros, un nuevo récord); sin embargo, la caída brutal del turismo interior produjo una leve recesión en el sector: el PIB turístico cayó un 1,6% tras varios años de expansión a pesar de la crisis. El escenario ahora cambia: la demanda de viajes de los españoles sigue bajando, pero a un ritmo mucho menor, y la de los extranjeros se va a disparar en los próximos meses por las razones apuntadas. Según las previsiones del lobby Exceltur, el PIB turístico crecerá un 0,2% en el tercer trimestre y un 1,3% en el último trimestre de 2013; adiós por tanto a la recesión. No es la primera vez que suceden estas migraciones turísticas en el Mediterráneo: durante la guerra de los Balcanes, Croacia vio disiparse el turismo; y más recientemente, la 'primavera árabe' ha provocado una clara desafección turística en el Norte de África, Jordania y el Líbano. La principal lección que puede obtenerse de lo antedicho es la fragilidad del negocio turístico, y la consiguiente necesidad de estabilidad interna de los grandes destinos, que debe conjugarse con una atención constante y cuidadosa de la oferta.