

## La crisis del turismo

Joaquín  
Auriolés



**S**EGÚN la OMT estamos en medio de la tercera crisis turística de la historia. Sólo en dos ocasiones anteriormente (1981 y 2002) se había registrado un descenso neto del número de viajes turísticos internacionales y para éste se espera una caída entre el 2 y el 3%, dependiendo de la evolución de la crisis financiera y la gripe A, lo que significa que no sólo estamos en crisis, sino también ante la más

profunda de todas. La principal diferencia con las anteriores es que en esta ocasión el origen es económico y financiero y que, a pesar de la gripe A, el descenso de la demanda de viajes no se debe a que haya menos ganas, sino menos capacidad económica para hacerlo. Como es lógico, en todo el mundo se multiplican los estudios y las propuestas para afrontar la situación y en la OMT se ha creado una especie de comité de crisis o resistencia para trabajar con los países más afectados y conocer mejor las relaciones entre economía y turismo. Uno de los modelos apunta, por ejemplo, que el turismo crece más rápidamente que la economía, cuando ésta crece por encima del 4%, pe-

ro lo hace más lentamente cuando el crecimiento del PIB es inferior al 2%. El dato es interesante porque significa que el turismo va a ser una de las actividades más perjudicadas en épocas de crisis, pero también una magnífica oportunidad para engancharse a la recuperación.

Se supone que en España, dada la dependencia de nuestra economía del turismo, debemos estar igual de preocupados que en la OMT, aunque lamentablemente el Ministerio del ramo limita la difusión del Informe de Coyuntura Turística de la Temporada 2009, elaborado por Turespaña, al ámbito de los "profesionales del sector". Así que en plena campaña veraniega y con todos expectan-

tes ante los primeros indicios de cierre de la temporada alta, sólo se cuenta con las notas de prensa y comunicados oficiales relacionados con el pasado Consejo de Ministros en Palma de Mallorca. Nada de señales, recomendaciones o previsiones oficiales para el resto del año, al menos de las de libre acceso para cualquier ciudadano interesado en el tema.

La alternativa está en organizaciones privadas, como Exceltur, que prevé una contracción del 5,7% en el PIB turístico durante el verano, que es también lo que se espera para el conjunto de 2009, y el mantenimiento de los precios a la baja, aunque con señales de aproximación al fondo de la depresión. Lo que sí ha hecho el Go-

bierno es dedicar todo un Consejo de Ministros al turismo. Un nuevo gesto de esos a los que tan acostumbrados está este sector y cuyos momentos cumbres coinciden con el comienzo del verano y con Fitur y otras ferias internacionales parecidas, aunque lo seguramente se sigue esperando desde el sector es una sensibilidad parecida a la mostrada por el mismo Ministerio con la industria o el comercio (recuérdese, por ejemplo, el sector del automóvil), es decir, medidas que tengan en cuenta las especiales dificultades por las que atraviesa el sector, iniciativas de promoción o apoyo para aprovechar al máximo la campaña de verano o algún tipo de señal para afrontar lo que queda de ejercicio.