



TURISMO

LA CRISIS ELIGE PLAYA... Y MONTAÑA

EL TURISMO SUFRE DE LLENO EL ZARPAZO DE LA RECESIÓN: MENOS TURISTAS, MENOS INGRESOS, MENOS EMPLEO... NO AFRONTAR AHORA LAS REFORMAS PENDIENTES ES UN LUJO INASUMIBLE

POR D. P. P.

Lo normal sería que el sector turístico español estuviera, a estas alturas del año, frotándose las manos a la espera de que llegaran los meses de verano. Pero con esta crisis ya nada es normal. Y después de un invierno en el que ha hecho mucho (pero mucho) frío en las cuentas del sector, el tradicional optimismo con que se aguardaba la temporada estival se ha evaporado. 2008 ya fue un año para olvidar. Y 2009 amenaza con secundarlo.

A los problemas, algunos endémicos, que ya padecía el sector (contracción de la demanda, sobreoferta, estrechos márgenes, guerra de precios...) ha venido a

sumarse la gripe porcina para complicar todo un poco más (son muchos los grupos españoles con intereses en México).

Las cifras avalan el escepticismo que ha prendido en el sector. El turismo, responsable directo del 11% del PIB español, ya dejó el pasado año de aportar al crecimiento. El indicador sintético del turismo español (ISTE) que elabora el lobby Exceltur, una suerte de *PIB turístico*, cayó un 1,1% en 2008. Y en el primer trimestre de este ejercicio se ha desplomado, con una drástica caída del 7%.

"Quienes, con buena intención, decían que el sector sortearía la crisis, se equivocaban", explica José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur, asociación que agrupa a una treintena de las mayores empresas turísticas nacionales. Entre enero y marzo, España recibió 8,5 millones de turistas internacionales, lo que supone un fuerte recorte del 16,3%. Y a menos turistas, menos ingresos. Según los datos del Banco de España, los ingresos por turismo hasta febrero se quedaron en los 4.396 millones, un 15,4% menos.

PLANES DE AJUSTE. El parón de la actividad se deja notar ya en las cuentas de las empresas: el 83% de las compañías asegura que sus ventas cayeron en el primer trimestre y un 82% que también lo hicieron sus beneficios, según Exceltur.

Con este panorama, el sector se ha lanzado a revisar unos planes diseñados en tiempos de vacas gordas, lo que se ha traducido en un ajuste de su capacidad (cierre de agencias de viajes, retraso de la apertura de hoteles vacacionales, aerolíneas que devuelven aviones en *leasing*, *rent a car* que cancelan compras de vehículos...) y, claro, ajuste también de plantillas.

El número de afiliados a la Seguridad Social en actividades relacionadas con el turismo se ha reducido un 5,7% hasta marzo, lo que representa 86.000 empleos menos. Una cifra que, según Exceltur, alcanzará los 110.000 al final del semestre y que, catastrofista o no (varias asocia-

ciones empresariales han cargado contra el pesimismo militante de Exceltur), ha hecho saltar las alarmas.

Casi nadie apuesta por que el turismo nacional recobre el paso este ejercicio. "El año 2009 será complicado y difícil", admite Joan Mesquida, secretario de Estado de Turismo, que reconoce que las previsiones para el ejercicio están dominadas por la "incertidumbre". No es para menos. El 77% de las empresas turísticas augura una caída de su facturación y su beneficio para este año. Y, según las estimaciones de Exceltur, el PIB turístico se anotará un descenso del 5,6%.

La economía española necesita indefectiblemente del turismo, única rúbrica que hace una aportación positiva a nuestra balanza de pagos, para enjugar los efectos de la crisis. Por ello, 2009 debe ser el año en que empiecen abordarse las reformas estructurales pendientes.

CAMBIO DE MODELO. El sector debe abandonar el modelo de turismo de masas: que vengan menos, pero que gasten más. España tiene perdida la batalla de las vacaciones baratas frente a los destinos emergentes del Mediterráneo y debe apostar por turistas de mayor poder adquisitivo. Para ello, debe renovar y mejorar su oferta turística. El Gobierno, entre otras medidas

estructurales, puso sobre la mesa 400 millones en créditos blandos para renovar infraestructuras turísticas. A punto de agotarse, el ministro Miguel Sebastián ha ampliado la partida con otros 600 millones adicionales.

A la espera de tiempos mejores (que no llegarán hasta que no se recuperen las economías

británica y alemana, principales mercados emisores, con el 45% de las llegadas), las empresas han optado por la guerra de precios para dinamizar la demanda. Las tarifas han caído entre un 5 y un 10% en lo que va de año. Es una solución rápida para atraer turistas, pero una vez superada la crisis llevará varios años recuperar el nivel de precios inicial. Pan para hoy... 

