



El sector turístico español pierde competitividad a marchas forzadas

SEBASTIÁN ESCARRER / PRESIDENTE DE EXCELTUR

Lilián Aguirre / Madrid

Ha nacido en el seno de una empresa turística, de uno de los grupos hoteleros más importantes del mundo, Sol Meliá. No cabe duda que conoce el negocio. Como presidente de Exceltur, analiza el año 2009.

-¿Qué balance hacen los empresarios turísticos de este año?

-En 2009, el verano—que, como media, suele aportarnos el 30 por ciento de los ingresos anuales—llegó tras un primer semestre en que el PIB turístico cayó de manera continuada; durante el segundo trimestre, bajó un 6,6 por ciento. En verano, el descenso fue menor, pero mayor de lo deseable, un 5,7. Este dato es aún más doloroso si pensamos que se produce respecto a 2008, año en el que ya se había iniciado la desfavorable tendencia.

-¿A qué se debe esta caída?

-Podemos identificar dos factores principales, agravados por la crisis internacional, que son la caída de la demanda, y el derrumbe de los precios. A pesar del descenso de precios, nuestro turismo no deja de perder competitividad en la oferta de sol y playa respecto a destinos emergentes como Turquía, Egipto, Túnez o Marruecos. Ello exigiría una actuación intensa, ambiciosa y transversal por parte de la Administración que va demasiado lenta o no va en la dirección correcta, como demuestra la reciente e inoportuna subida de impuestos, que va a penalizar aún más a los empresarios turísticos. El balance, pues, es bastante negativo y será catastrófico si la Administración no atiende las peticiones del sector, peticiones que hemos reducido y adaptado a la presente coyuntura.

-¿Cuáles son los problemas fundamentales que las empresas del sector deben afrontar?

-Nos enfrentamos a graves problemas estructurales y coyunturales. Entre estos últimos, cabe destacar el descenso del número de visitantes en un 8 por ciento; una caída generalizada de los precios superior a la del PIB general, de -1,1 y, a pesar de ello, una caída de la competitividad respecto a destinos del Mediterráneo oriental y el Magreb: mientras las llegadas de extranjeros descendían a un ritmo del 8,8 por ciento en España, en estos destinos se incrementaban. Estas tendencias inciden en una caída de los ingresos

Los empresarios no podemos suplir la actuación gubernamental en reformas estructurales y nos limitamos a paliar el impacto de la crisis en nuestras empresas

que, en muchos casos, no llegan a cubrir los gastos. Como resultado, un buen número de empresas ha entrado en pérdidas, a pesar de realizar dolorosos ajustes de empleo.

-¿Hay otras cuestiones a solucionar que sean intrínsecas del sector?

-Por supuesto, el turismo español presenta graves problemas estructurales que ya se arrastraban desde antes de la crisis: una oferta en gran parte obsoleta y degradada; el agotamiento del modelo urbanístico que atenta contra el «petroleo» de nuestra economía—que es el paisaje—; el sistema de relaciones laborales, que no facilita fórmulas basadas en la flexi-seguridad, y el modelo político-administrativo del estado de las Autonomías, que no sólo dificulta la unidad de mercado, sino que dispersa los esfuerzos de

promoción y olvida un activo potentísimo como la «marca España».

-¿Cómo lo afrontan los empresarios?

-En Exceltur, llevamos dos años diciendo al Gobierno que, ante la gravedad de la crisis que se avecinaba, había que hacer un esfuerzo mayor para que el sector recupere la competitividad y actúe como «rescatador» de la Economía española y el empleo. Lamentablemente, los empresarios no podemos suplir la actuación gubernamental en materia de reformas estructurales, y nos limitamos a tratar de paliar los impactos de la crisis en nuestras empresas ajustando gastos, renegociando lo que es posible... Pero la realidad nos dice que esto, solo, no basta.

-¿Cómo ve el futuro inmediato?

-Muchos empresarios entrarán en pérdidas en 2009, y 2010 será un año aún más difícil. A medio plazo, algunos, por la mejor posición estructural y competitiva de nuestras empresas—y por la diversidad geográfica de nuestro portafolio—podemos salir de la crisis algo más consolidados, pero será más difícil para los que dependen únicamente del mercado español, pues el sector turístico pierde competitividad a marchas forzadas.

-A largo plazo ¿cómo ve el sector? ¿seguirá siendo el pilar de nuestro PIB?

-A largo plazo veo un sector más consolidado, con menos actores, pero más fuertes y sólidos, con crecimientos menos vertiginosos pero asentados sobre bases menos especulativas. Por otra parte, el Turismo deberá transformarse o morir, realizar una renovación integral, aprovechar, en fin, todo el potencial que tiene España para convertirse en la «Florida» de Europa. De ello depende que siga siendo el pilar del PIB. Pero, sin caminar hacia un turismo más sostenible, y sin apostar por la innovación, moriremos.