

La industria turística ante la crisis

ABR.04.135

La Semana Santa fue el inicio de un año complejo para el sector turístico. Lejos de compensarse la desaceleración de la demanda turística por efecto de esta temporada de vacaciones, se agudizó la tendencia bajista, y el sector asume ya que no se cumplirán las previsiones. Se trata de un reflejo más del frenazo del consumo de las familias españolas y europeas. Aunque la resistencia de la actividad turística fue superior a la de otros sectores, la cuenta de ingresos, el principal caballo de batalla en los últimos años, ya lo aprecia. Y las perspectivas no son nada halagüeñas. **Exceltur** augura un drástico recorte del gasto de los turistas europeos, lo que, aún así, no tiene por qué traducirse en un menor número de viajes. Sin embargo, persiste la sombra del encarecimiento del petróleo, que se acerca sin pausa a la cima de los 120 dólares y aumenta el temor a nuevos sobrecostes en los billetes de avión; una tensión que, añadida a la concentración de dos importantes focos de demanda turística en el exterior en plena temporada alta –la Eurocopa de fútbol en junio y los Juegos Olímpicos en agosto– podría dar la puntilla a las esperanzas de salvar la época estival con crecimientos moderados o en línea con los de 2007.

Por eso, se hace todavía más urgente la inacabada transformación de la industria turística, que sigue en el debe del Gobierno socialista. Los predecesores de Miguel Sebastián en el Ministerio de Industria, José Montilla o Joan Clos, dejaron en la bandeja de los asuntos pendientes el Plan Horizonte 2020, consensuado con el sector y los principales expertos, que marca las líneas maestras de futuro, pero que el nuevo ministro debiera tomar sólo como el punto de partida de una estrategia encaminada a blindar la competitividad de una industria que supone el 11% del PIB y que pasa, entre otras necesidades, por la consolidación de un sector excesivamente atomizado y el impulso decidido de la inmersión en las nuevas tecnologías. La alternativa no puede ser mantener la inacción en política económica, también en este campo, y asistir impertérritos a la irrupción de potencias emergentes como China e India en la captación de turistas.