

Artículo

PERSPECTIVAS PARA LA NUEVA TEMPORADA TURÍSTICA

Las perspectivas para esta nueva temporada turística siguen siendo inciertas mezclando indicadores positivos con datos y situaciones que no facilitan una visión optimista.

El año 2009 ha sido especialmente duro para un sector como el del turismo poco acostumbrado a recesiones tan severas: Caídas de -13 % en la media de ingresos y -9% en número de visitantes. Para el año 2010 la OMT estima que el turismo internacional crecerá entre un 3% y un 4% especialmente en Asia, África y Oriente Medio y algo más lentamente en América y Europa, aun y así las perspectivas para esta nueva temporada siguen siendo inciertas y se mezclan indicadores positivos con datos y situaciones que no facilitan una visión optimista.

A mi entender hay cuatro indicadores positivos que vendrían a sustentar un cierto optimismo:

- El balance de la semana santa respecto al 2009 con un incremento del 8% en número de visitantes ha sido francamente mejor y la semana Santa acostumbra a ser un buen anticipo del comportamiento del sector.
- Según el portal *Hotel.info* el precio medio de los hoteles en España creció un 2,84% durante el mes de Abril. La primera subida en el último año que nos permitiría deducir que la tendencia a la baja, forzada por los mercados o forzada por los operadores como estrategia de “resistencia”, habría tenido por fin un punto de inflexión
- El ajuste del Euro frente al Dólar que favorecerá la demanda del emisor Norte Americano y de forma especial las llegadas de uno de nuestros mercados emisores clave: El Reino Unido
- La revitalización del “turismo de proximidad” puede ser otro gran factor en la recuperación para España, de forma especial, si se incentiva la captación de demanda del turismo francés y se moviliza el turismo interior

En clave negativa han de destacarse también cuatro indicadores o hechos que no favorecen la mejora del sector:

- La congelación de facto del Plan Horizonte 2.020 del Turismo Español que pone en riesgo la competitividad al paralizarse una serie de iniciativas que habían de impulsar distintas mejoras sectoriales claramente orientadas a la mejora de nuestras capacidades competitivas.



Tourism Business & Planning

- La fuerte emergencia de destinos como Egipto, Israel y Singapur que en los dos primeros meses de 2010 han registrado crecimientos de dos dígitos y que reafirma la fortaleza de estos mercados y su capacidad de competir.
- El sorprendente escaso protagonismo del turismo en la prospectiva económica y en la política cuando por su capacidad de generar empleo, por su capacidad de crecer en innovación, por nuestra disposición de know how específico y por nuestra capacidad de “exportar” habría de convertirse en la actividad económica a mimar y potenciar en el actual escenario de crisis económica.
- La seria amenaza y la larga sombra –nunca mejor dicho- que la actividad del Eyjafjalla proyecta sobre la movilidad aérea, supone un imponderable que, amén de poner de manifiesto nuestra vulnerabilidad, puede distorsionar gravemente la temporada turística en distintos mercados. Ante esta amenaza, todo parece indicar que la tendencia será optar por viajes de media distancia.

A estos indicadores habrá que añadir la incertidumbre que supone el duro otoño que se prevé con serias movilizaciones sociales y que podría hacer cerrar en falso una temporada que apuntaría a una tibia mejora en número de visitantes, un repunte en los precios medios y una mejora en las ocupaciones.

Xavier Vives - C4T