

Andan los responsables de la Administración Turística Española empeñados en redefinir el concepto de gasto turístico, como si el cambio de concepto sirviera para arreglar el estancamiento, cuando no desaceleración, de los resultados que se mantiene en los últimos años, y no sólo para maquillarlos.

Y en este debate, más filosófico que real, la verdad es que no le falta su parte de razón a los técnicos y dirigentes de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, cuando defiende el cambio contable del tradicional "gasto medio por turista", por el más concreto de "gasto medio por turista y día", como concepto para medir la rentabilidad económica de los movimientos turísticos en fronteras.

Los cambios en los hábitos de los viajeros, especialmente en los grandes mercados emisores del UE, y también a nivel nacional, han derivado en un nuevo modelo de turista que reparte sus días vacacionales y de ocio para realizar un mayor número de viajes a lo largo del año pero con estancias más cortas. Una reducción en el número de días que lógicamente implica un menor gasto global durante el período del viaje, aunque el realizado diariamente sea más elevado.

52,4% de los 38.162,8 millones de déficit comercial, cuando sólo un año antes esta cobertura era del 72,5%, y no hace más de diez años los ingresos turísticos no sólo financiaban la totalidad del desequilibrio en el comercio exterior sino que, incluso, superaban este saldo negativo.

Más grave es aún el deterioro de la cobertura del déficit comercial respecto del superávit del turismo, descontado el impacto de los gastos sobre los ingresos, y que para los siete primeros meses de 2005, es de sólo el 35,4%, la más baja de nuestra historia económica reciente, frente al 53,5% de cobertura entre enero y julio del año pasado.

Pues bien, este es el auténtico debate que debería orientar las preocupaciones de los responsables del área económica del Gobierno en general, y del Ministerio de Industria en particular, para evitar que, como predicen los analistas privados y temen los expertos del equipo de Miguel Sebastián en Presidencia del Gobierno, el déficit exterior de la economía española supere la impresionante cifra de 50.000 millones de euros, el 10% del PIB nacional, en 2006, nivel superado sólo por Islandia entre los países desarrollados.

La magnitud de tal desequilibrio entre los ingresos y los pagos en el exterior originaría no sólo un gravísimo problema

El falso debate sobre el gasto turístico

José María Triper. Subdirector de Moneda Única

Reconociendo la veracidad de este argumento, lo que resulta incontestable es que, a la hora de traducir ese gasto por turista en ingresos reales para la economía nacional, lo que realmente cuenta es el total de gasto realizado que, en los nueve primeros meses de este año muestra un crecimiento del 4,4%, 2,3 puntos porcentuales inferior al del incremento registrado en el número de turistas extranjeros para el período enero-septiembre. Un desfase que se traduce en una caída similar del gasto medio por turista, mientras que los pagos por turismo, que reflejan el gasto de los turistas españoles en el exterior, aumentan en torno al 25%.

El reflejo de esta desaceleración del gasto de los turistas extranjeros en la balanza de pagos española supone que, con datos hasta julio de este año, últimos del Banco de España, los ingresos por turismo crecen sólo el 1,7%, hasta 20.027,7 millones de euros, y sólo permiten cubrir el

de endeudamiento, sino que, de no estar integrados en la moneda única y amparados por el euro, España estaría en una situación teórica de suspensión de pagos, similar a la reciente de Argentina, sobre todo teniendo en cuenta que, también con datos del Banco de España, las reservas de divisas sólo permiten cubrir el 67% de la importación mensual.

Como decía el secretario de Estado de Turismo y Comercio, Pedro Mejía, durante su comparecencia ante la Comisión de Presupuestos del Congreso, la gravedad de esta situación exige que "el objetivo primordial de la política turística española sea consolidar y mejorar la posición alcanzada por los productos y destinos españoles, promoviendo el consumo de productos turísticos de mayor rentabilidad". Hasta ahí, de acuerdo.

Sin embargo, una vez más, se echan en falta soluciones imaginativas y medidas novedosas para ello. ■

