

# El petróleo no pone precio al turismo

## ¿ES CAPITAL EL PETRÓLEO EN LA ECONOMÍA?

En un estudio de los analistas del ICO se dedujo que la influencia de los precios del petróleo en la economía familiar dependía más de la influencia de los medios de comunicación (estados de preocupación) que realmente del incremento del precio del barril.

**H**ace un par de años el Servicio de Estudios del Instituto de Crédito Oficial (ICO) inició la publicación de un indicador de confianza de los consumidores, que en los primeros meses reflejaba nerviosos cambios de tendencia, pero siempre dentro de la euforia general instalada en la economía española. El indicador, obtenido por una encuesta realizada con las técnicas demoscópicas más modernas y con una muestra similar a las que en Estados Unidos revelan la tendencia de las familias y las empresas, reflejaba movimientos paralelos a los experimentados por los precios del petróleo. Descendía (la confianza) cuando subía el coste del crudo en los mercados internacionales, y subía cuando se moderaba el precio del barril de oro negro. La conclusión más evidente era que el comportamiento de los agentes económicos, al menos los domésticos, bailaba con la música brent que ensayaban los operadores en los mercados del Mar del Norte. Como si la marcha de la economía familiar dependiese de los céntimos que cada semana podía subir o descender la factura de la gasolina. La interpretación de los analistas del ICO era que la influencia de los mensajes reiterativos de los *mass media* eran tan fuertes que el personal encajaba miméticamente los temores y alegrías transmitidos por aquellos. Los emisores de escenarios pesimistas eran, generalmente, analistas de bancos de inversión y expertos macroeconómicos, que pintaban paisajes determinados en función del precio de un *input* productivo de trascendental importancia como el petróleo.

Pero mes a mes los particulares preguntados por sus expectativas de consumo e inversiones tenían comportamientos optimistas, aunque sus opiniones fuesen pesimistas. Y, por pasiva, las empresas han registrado sucesivos récords de ga-



nancias en sus negocios y los mercados financieros no han reparado en los temores de los que ellos mismos alertaban, y han sumado, uno tras otro, escalones de precios en las acciones de las corporaciones. Debemos revisar, por tanto, el papel capital que hasta ahora otorgamos al petróleo en el desenvolvimiento de la actividad económica. Aunque España no lo haya hecho, las grandes economías europeas, las más eficientes, han reducido notablemente su dependencia relativa del crudo, explotando la eficiencia en el uso de esta materia prima y buscando alternativas energéticas reales. Por tanto, la economía parece haberse inmunizado, al menos parcialmente, de este virus subterráneo, al menos mientras la fiebre no suba hasta los cien dólares por barril.

Y una de las actividades directamente más sensibles al petróleo, la turística, con temores reales

**Los turistas ya están vacunados y pese a las grandes amenazas: subida del precio del petróleo, terrorismo... siguen viajando**

## Precio del petróleo West Texas Intermediate

Media mensual, en dólares por barril



Fuente: Euronext



añadidos, (el terrorismo) ha resistido la embestida incluso con más solvencia que otros servicios o que la propia industria manufacturera. Unos datos simples para ilustrar el fenómeno: el precio del petróleo ha pasado de 24 dólares por barril en 2001 a 62,8 en enero pasado, con avances acumulativos del 32,7% en 2004, del 42,4% en 2005 y del 41% en lo que llevamos de 2006. En el mismo periodo la entrada de visitantes en España, un mercado de los más maduros del mundo, ha seguido registrando sucesivos récords, hasta llegar a 7,676 millones de visitantes en 2005 y 4,63 de turistas de media mensual; los ingresos han crecido de forma ligeramente superior a la inflación de cada ejercicio, pero los pagos por turismo reflejados en la balanza por cuenta corriente por las salidas de españoles al extranjero se han elevado un 22% en 2004 y un 24,7% en 2005. Llama ade-

más la atención que estos incrementos de la actividad turística se han producido coincidiendo con un estancamiento de las expectativas y la confianza de las grandes economías europeas, con la única excepción del Reino Unido.

### Cambia el panorama aéreo

Cierto es que las condiciones nuevas del mercado del transporte aéreo también han contribuido a los comportamientos de los turistas en los últimos años y meses: la aparición de compañías de bajo coste, pese al alto coste del crudo, han facilitado la tarea al sector turístico; sólo las grandes compañías aéreas de bandera han encontrado inconvenientes en la transformación del mercado del transporte aéreo.

Los efectos de esta metamorfosis son evidentes: en España, sólo en el mes de diciembre, aterrizaron 976.000 pasajeros procedentes del extranjero en unos 8.000 vuelos de compañías de bajo coste; nada menos que el 29,9% (uno de cada tres prácticamente) de los viajeros llegados a España en tal mes por vía aérea, según los datos proporcionados por la Secretaría de Estado de Turismo. Además, esta cantidad es creciente, pues supuso un 19% más que en diciembre de 2004, y casi el doble de los que entraron con ese procedimiento en 2003. Es decir, que las compañías de bajo coste incrementaron exponencialmente su actividad en los últimos años, pese al incremento de los precios del petróleo, lo que indirectamente demuestra que no era precisamente el alto coste del queroseno lo que maniataba la actividad de las compañías aéreas tradicionales. Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, Baleares y Canarias, por este orden, fueron las comunidades que más turistas recibieron por vía del bajo coste; por lo que se refiere a la procedencia, Reino Unido, con más de 436.000 viajeros, fue el primero, seguido de Alemania, con 193.000 viajeros en compañías de bajo coste, y de Italia, con 77.000 pasajeros.

Podemos, por tanto, concluir, que la economía ha hecho abstracción del precio del petróleo, y el turismo ha hecho abstracción del petróleo y hasta de fenómenos como el terrorismo. Estados Unidos, España, Reino Unido, varios países de la costa asiática del Pacífico,... han sufrido latigazos terroristas, y siguen registrando incrementos sustanciales de su actividad turística. El miedo cambia los comportamientos de los humanos, pero cuando éstos están familiarizados con él participa sólo parcialmente en sus decisiones. ■

### UN NUEVO MERCADO AÉREO

Pese a la subida del Brent no han dejado de aparecer nuevas compañías de bajo coste y se ha incrementado el número de pasajeros que utiliza el avión para desplazarse.

## Poco a poco las grandes economías europeas han aprendido a reducir su dependencia del petróleo