

SE IMPONE UN CAMBIO DE ESTRATEGIA PARA SER SOSTENIBLES



España debe cambiar sus indicadores de éxito: no se trata de batir récords de llegadas, sino de estancia e ingresos

V.V.
 A finales del segundo trimestre del año las cifras empezaron a confirmar lo que está siendo el éxtasis turístico español: resultados históricos. Por la mejora de la demanda interna –pese a la ausencia de Gobierno– pero, sobre todo, por los continuos episodios de inestabilidad en el Mediterráneo Oriental.

La aportación a las arcas públicas del sector que la patronal de las empresas turísticas, Exceltur, estima para finales de año no podría ser mejor: «El PIB turístico superará el 12% a finales de 2016», indica a **20minutos** José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur.

Cifras para celebrar. Pero más allá de la mayor afluencia de turistas a nuestro país ‘per se’ «hoy favorecida por causas exógenas, que pueden revertirse de inmediato», el sector debe acometer una profunda reflexión que además, dice Zoreda, necesita de voluntad política. ¿El hecho de tener el Ejecutivo pasado

¿Cómo acabará el año el sector?

●●● **El PIB turístico crece un 4,5% –superará el 12%, frente al 11% de 2015– siendo el principal sector de crecimiento de la economía española. La actividad económica del sector llegará a los 115.000 millones de euros. Y el empleo superará los 2,3 millones de trabajadores, según las estimaciones de Exceltur, patronal de empresas turísticas.**

desde hace más de medio año afecta al sector? Para Zoreda en parte sí, porque lo más urgente es «dar más valor añadido a lo que nuestro turismo ofrece a los extranjeros para que se alarguen las temporadas y podamos ingresar más», y para esto desde luego «es importante la coordinación del Gobierno con las CCAA».

El del turismo en España es un problema estructural, asegura. «La regeneración de los

destinos turísticos pasa por intentar mejorar la fisiónomía de las instalaciones y servicios. Se puede subir la calidad de los servicios aun estando en el turismo de masas. Lo que no podemos hacer es seguir aspirando a ingresar más dinero batiendo récords de llegadas sin más o dando lo mismo que dábamos hace décadas pero un poquito mejorado. No se trata de hacer un lavado de cara a las prestaciones, sino de reinventarse, de un cambio de estrategia: diversificar destinos y ofrecer nuevos y mejores productos, experiencias y recursos».

Este enfoque sobre los deberes pendientes que tiene el sector es compartido por Manuel Figuerola Palomo, director del Doctorado en Turismo de la Universidad Nebrija y asesor de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

«Cuando hablamos de un turismo de calidad nos referimos a que el nivel económico de su gasto les permita acudir a establecimientos de mayor nivel e ingreso pero tam-

bién que tengan más servicios y atenciones. En definitiva, se trata de conseguir más gasto ofreciendo más y mejores opciones. Al elevar el gasto y el rendimiento creamos empleo, que debe ser el objeto principal del nuestro turismo: la lucha contra el paro».

En esto, Figuerola Palomo, se muestra ambicioso. «El objetivo es que el turismo llegue a ser del 15% del PIB, sin rubor. A la gente esto le parece absurdo, una vergüenza, se quejan de que somos un país de camarerros, pero España podría reindustrializarse gracias al turismo porque necesita renovar todos sus equipamientos, innovar...Tene-

LA CIFRA

12%

podría ser el PIB turístico español a finales de 2016, según estimaciones de Exceltur.

mos pendiente enriquecer la oferta de productos turísticos: el hotel, la gastronomía, el deporte, la cultura... El 70% de las pernoctaciones y estancias la media del país son de costa; nos queda un 30% en el interior para infinidad de actividades. Tenemos un turismo eficaz pero no eficiente y ahí está el trabajo por hacer».

Para el asesor de la OMT «hay que volver al *Spain is different*». Otro reto pendiente es la diversificación de destinos y para esto «tenemos que demostrar que España tiene mucho que ofrecer y mentalizar a la sociedad de que el turismo no es servir, sino que debe entenderse como un bastión del desarrollo y del crecimiento económico. Y a los niños tenemos que enseñarles a querer al turismo», defiende Figuerola.

Finalmente, ambos expertos sacan a relucir uno de los puntos que más preocupa al sector: la economía colaborativa. Las cifras corroboran la expansión imparable de las viviendas de uso vacacional. Airbnb, la plataforma *on line* de alquiler de inmuebles particulares más importante del mundo, ha crecido un 73% en España este verano: llegó a alojar a 2,2 millones de turistas. Somos el tercer destino europeo de Airbnb, por detrás de Francia e Italia. Tanto Zoreda como Figuerola exigen al próximo Gobierno central «una regulación nacional, rigurosa y homogénea que ordene este fenómeno de competencia desleal» en pleno auge. ●

5 PREGUNTAS A...

José Luis Zoreda
«Es insostenible crecer más en la tasa de llegadas»



1 ¿Qué pasaría si nuestros competidores directos mejoran?

Si mañana todos estos países mediterráneos en recuperaran su imagen de destinos seguros, nos vuelan otra vez millones de turistas. No nos podemos dormir en los laureles.

2 ¿Cómo nos debemos preparar para esto?

Tenemos el ejercicio pendiente de reconvertir la oferta turística española no para seguir batiendo récords de entradas, sino de los ingresos que nos dejan.

2 ¿De qué manera?

Dando más valor añadido a lo que ofrecemos. Esto supone crear más experiencias y lanzar nuevos productos más allá del precio. Para España ya no es sostenible crecer en tasa de llegadas, sobre todo si estos turistas se concentran en pocos meses y en la zona litoral...

4 En algunas zonas del país los locales se muestran molestos...

Por eso tenemos el reto de ampliar el abanico de la oferta de atractivos y productos que podamos ofrecer en distintas zonas del país y promover nuestro enorme acervo cultural con destinos de ciudad. Pero sin caer tampoco en el caso de Barcelona, donde los turistas se salen de la foto y crean a veces un efecto adverso.

5 ¿Hemos pasado del 'Spain is different' al 'Tourists go home!'?

No, en absoluto. Que haya podido haber pintadas o alguna percepción de saturación es algo muy puntual, pero en ningún caso es la norma. ●