



Textos: Tomás Mazón Fotos: Tomás Mazón

 Tomás Mazón
 Director Cátedra Estudios Turísticos Pedro Zaragoza UA. tomasmazon@ua.es

Todos los pronósticos se han cumplido. Los profetas, videntes y adivinos del turismo no han fallado este año. España está envuelta en un enorme tsunami turístico. Probablemente se cierre este año batiendo todos los records de llegadas de turistas. Todo apunta a que nos van a visitar más de **74 millones de turistas extranjeros**, un 9 por ciento más que en 2015.

Esta realidad obliga a que nos preguntemos si somos los mejores. Sí. Por supuesto que sí. Pero en turismo todo es muy complejo y en ningún momento se ha de bajar la guardia. El éxito de la campaña turística de este año 2016 está profundamente relacionado a una serie de situaciones extraordinarias. Además de la calidad de nuestros destinos turísticos, las infraestructuras disponibles, hoteles con inmejorable relación calidad-precio, la seguridad y la sanidad, la hospitalidad, la profesionalidad, la gastronomía, el comercio y un largo etc., este año han confluído otros factores que son los que han potenciado una mayor demanda de ese magnífico producto turístico llamado España.

La inestabilidad en la que se encuentran otros destinos mediterráneos, directos competidores nuestros es, como sabemos, lo que ha causado el aluvión de turistas que han llegado a nuestro país. Turquía, Egipto y Túnez se han visto sacudidos por graves atentados terroristas que han hecho perder una alta cuota de mercado turístico. A casi nadie le gusta gastar su tiempo y su dinero para comprar sus vacaciones en un lugar que el su seguridad e integridad física puede verse amenazada.

Sin embargo, donde hay luces, también vamos a encontrar sombras. A pesar de este incremento del turismo internacional, el gasto medio

de los visitantes se ha reducido. España es un destino más caro que otros países del Mediterráneo, los turistas gastan menos y vienen por estancias más cortas, ha detallado Óscar Perelli, director de estudios e investigación de Exceltur.

Las cifras nos indican que las espadas están en alto. Pero no nos vamos a sorprender, sabemos que el turismo es así. El éxito de hoy puede ser mañana una hecatombe. De la misma forma que llegan los turistas pueden dejar de hacerlo. El turismo requiere trabajo, trabajo y trabajo. Y los discursos de autocomplacencia solo sirven para alimentar algunos egos que poco o nada saben de turismo. Llevamos más de medio siglo metidos de lleno en el turismo. Es más, somos uno de los mejores países receptores de turismo y se sabe que esta industria precisa de inversiones públicas y privadas, campañas publicitarias, imaginación para actualizar los productos y los destinos, saber los cambios que se van produciendo en las diferentes demandas y asumir los cambios tecnológicos entre otras muchas cosas.

En definitiva nuevos retos y cada vez más complejos y complicados. Y acabo con un ruego, por la salud de nuestro turismo, **ánimo a empresarios y responsables políticos a seguir estando en la brecha**. No pueden dormirse y mucho menos en los laureles. ¡Ánimo! Por el bien del turismo que es el bien de todos.