

## *Viento de cola en el turismo que hay que aprovechar*

EL AÑO pasado fue el mejor de la historia para el sector turístico español. Las cifras hablan por sí mismas: más de 75 millones de visitantes extranjeros, un 9,9% más que en 2015, que dejaron 77.000 millones de euros en nuestro país, con un incremento anual del 8,3%. Todavía no hay datos oficiales de 2017, pero España conservará el tercer puesto en la clasificación mundial por país de destino, por detrás de Estados Unidos y Francia. Sólo el gigante chino podría adelantarnos.

Sin duda, se trata de un magnífico resultado para un sector clave en la economía española: el turismo y todas sus actividades anejas suponen más del 13% de los empleos en nuestro país y genera el 11% del PIB. Son cifras significativas que indican la importancia que debe tener el sector en los planes económicos del Gobierno, comunidades autónomas y ayuntamientos.

Se habla con toda la razón de la necesidad de un cambio de modelo productivo en España. Es cierto que el turismo crea en general trabajo poco cualificado y escasamente remunerado, pero sería de necios desaprovechar el impresionante potencial que tiene en nuestro país. Exceltur, la patronal que engloba a las principales empresas del sector, advertía recientemente que «no cabe ninguna autocomplacencia institucional ante los insólitos resultados sobrevenidos en 2016» y pedía «una gran apuesta-país en pro de otros modelos turísticos que garanticen el mejor empleo y la mayor rentabilidad y efectos arrastre sobre el tejido socio empresarial en los destinos».

Esa gran apuesta pasa por garantizar el aumento de la calidad de la oferta en todas las zonas turísticas para conseguir mejores servicios, más caros por consiguiente, y no competir con otros países únicamente por precio. En este sentido, empresarios y administraciones deben colaborar en fomentar el turismo de interior, en sus vertientes de los viajes de negocios, alojamientos rurales o los itinerarios relacionados con el mundo de la cultura y el arte. En este sentido, un ejemplo de éxito que ya va tomando cuerpo es el denominado turismo enológico.

No debemos olvidar, como recuerdan los empresarios, que hay que imputar parte del buen comportamiento del sector en los últimos años a la incertidumbre causada por el terrorismo yihadista en países competidores, como Túnez, Egipto y otros países del Mediterráneo oriental. Por eso piden no bajar la guardia y reclaman medidas que pasan, en primer lugar, por incrementar la coordinación entre las distintas administraciones, una mayor colaboración público-privada, una política fiscal que mire a largo plazo y que no esté a expensas de necesidades puntuales, como ha ocurrido con demasiada frecuencia con la imposición de tasas turísticas por parte de algunos gobiernos regionales o de determinados impuestos locales en muchos ayuntamientos. Y habrá que buscar entre todos soluciones consensuadas al nuevo problema surgido a raíz del desarrollo de las viviendas de uso turístico desde plataformas de internet, algo que preocupa mucho a los pequeños empresarios turísticos.

En definitiva, todavía hay mucho que hacer en un sector clave de la economía nacional para crear un modelo turístico más sostenible, más diversificado y con más calidad, capaz de atraer a visitantes con mayor capacidad adquisitiva.