

# LUZ DE GAS EN EL TURISMO



**José María Triper**

Periodista económico

**Q**ué los árboles no te impidan ver el bosque! Este dicho popular que utilizamos para indicar que detenerse en los detalles puede impedirnos percibir una situación de forma cabal, puede aplicarse hoy a la situación de la que todavía es nuestra primera industria: el turismo. Un sector donde los árboles de los récords en las entradas y en el gasto de los turistas está ocultando el bosque de una actividad que, tras años de crecimiento muy espectaculares pero poco sostenibles, se enfrenta ahora al desafío de un cambio de ciclo. Tenemos casi 14 millones de turistas prestados, debido a que buena parte de nuestra competen-

cia internacional estaba sufriendo problemas geopolíticos que ahora empiezan a desaparecer en el Mediterráneo. Y a ello hay que añadir que los vientos favorables que se han registrado en los últimos años, como el tipo de cambio euro/dólar, los bajos precios del petróleo o la solidez del crecimiento de las principales economías europeas, están desapareciendo.

Como resalta el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, “tenemos que enriquecer nuestra oferta con valores que justifiquen pagar un mayor precio y el gran reto que tiene el sector es establecer unos planes de reconversión integral” y ello exige una “apuesta del Estado con visión de

## El récord en gasto oculta el desafío de un sector que se enfrenta a un cambio de ciclo

país para mantener un aumento medio del PIB turístico del 3 por ciento entre 2019 y 2022 que permitiría, a su vez, crecer al empleo a un ritmo del 2,3 por ciento anual”. En cifras absolutas, eso supondría 5.413 millones de euros más al año de actividad y la creación de 88.533 empleos netos anuales.

La administración turística y las empresas deben asumir que el turismo español tiene un límite de crecimiento, y que mantener nuestra actual posición de liderazgo internacional exige diversificar para terminar de reposicionar la oferta. En palabras de José Luis Zoreda, “el reto es crecer no a lo largo, sino a lo ancho”, o lo que es lo mismo, reposicionarnos en un segmento de la ofer-

ta en la que el precio sea menos determinante. Es necesario transformar el producto que en el turismo no es otro que el destino, con inversiones públicas que a su vez incentiven al sector privado. Se trata de conseguir la mayor convergencia posible entre la empresa y todas las administraciones implicadas y eso implica una nueva gobernanza y exige también unificar las distintas legislaciones autonómicas, cuya complejidad y demasia son un grave obstáculo a la competitividad y al crecimiento.

En definitiva, el sector precisa de una reconversión profunda y urgente, de la que muchos empresarios han empezado ya a tomar conciencia. Falta ahora que lo entiendan también, si es posible, los políticos de todo ámbito y condición y la sociedad en general. Aunque suene a tópico, el futuro de la gallina de los huevos de oro de la economía está en juego. Ni más, ni menos.