

DIAGNÓSTICO EXPANSIÓN

El turismo, un motor económico que hay que cuidar

**Gabriel Escarrer
Jaume**

Tras la tragedia vivida en el sector turístico con la pandemia, que causó, según la ONU, pérdidas superiores a 4 billones de dólares en el PIB global, la recuperación se ha anticipado a todas las previsiones y el turismo global avanza a buen ritmo hacia la vuelta a los niveles prepandémicos, mejorando ya en el segundo trimestre de 2023 los resultados del mismo periodo de 2022, cuando ya se había superado el impacto de la variante Ómicron. Como concluye la Organización Mundial del Turismo (OMT) en su segundo barómetro anual de 2023, las llegadas internacionales duplicaron en el primer semestre las del año 2022, y alcanzaron ya el 80% de los niveles previos a la pandemia. En España vamos camino de superar las cifras de 2019, con una previsión de 85 millones de turistas (2 millones más que antes de la pandemia).

La importancia del sector se extiende a su potencial como empleador, pues, como siempre nos gusta destacar desde Exceltur, el sector no ha dejado de lado el empleo, sino que en mayo de 2023 (incluso antes de la temporada alta) el empleo turístico alcanzó los 2,75 millones de afiliados, llegando a representar el 13,3% del empleo total según datos de Turespaña, con un 91% de afiliados con contrato indefinido.

Mirando hacia adelante, y aunque evidentemente todos los organismos internacionales, y nuestros propios análisis, coinciden en la prudencia que debe mantenerse ante desafíos pospandemia tan importantes como la inseguridad geopolítica, la dificultad de encontrar personal y el posible impacto de la inflación sobre el consumo de viajes, lo cierto es que hasta el momento la industria turística mantiene una notable resiliencia. Tanto que en estos momentos empresas como Meliá Hotels International esperamos un cierre del tercer trimestre con reservas que superan en cerca de un 30% las del mismo periodo de 2019 en términos monetarios y que incluso mejoran en un dígito alto las registradas en el tercer trimestre de 2022. Igualmente (y siempre desde la mencionada prudencia), el sector mantiene sus perspectivas positivas para el cuarto trimestre, sin registrar hasta el momento un posible impacto de los condicionantes macroeconómicos en la demanda de viajes, que, además, comienza a beneficiarse de la tan esperada “resurrección” de la demanda de países emisores tan potentes como China, Japón, Corea o Australia tras el prolongado periodo de restricciones poscovid. Según el *think-tank* EsadeECPol, el turismo será una

de las principales palancas que impulsarán el crecimiento que, aunque más moderado, mantendrá la economía española en un entorno de desaceleración durante el segundo semestre del año.

La fuerza de la recuperación del turismo ha sorprendido al mundo y ha repercutido de manera especialmente positiva en nuestro país, estando detrás del diferencial de crecimiento del PIB español en estos dos últimos años, como también fue responsable de que nuestra economía se desplomara en 2020 y 2021, más que el resto de países de la OCDE.

Pero no podemos instalarnos en la autocomplacencia y seguir contando los millones de turistas como si el volumen fuera lo más importante: las dinámicas turísticas a nivel mundial nos muestran la necesidad de evolucionar e impulsar, por una parte, una estrategia de país para afianzar las fortalezas de nuestros destinos turísticos, adaptándonos a las grandes tendencias que mueven un mercado en constante cambio, tales como calidad, innovación, orientación al lujo, búsqueda de experiencias y exigencia de sostenibilidad, entre otras.

Para ello, nuestro sector turístico necesita recibir, por fin, atención e inversión públicas, pues el parón de dos años del Covid, que dejó importantes cicatrices en los balances de muchas compañías (que además no recibimos las



España puede superar este año las cifras de 2019 y alcanzar los 85 millones de turistas.

ayudas que otros países sí ofrecieron a sus empresas), se vino a sumar a la situación de pérdida de calidad e incluso obsolescencia que ya arrastraban algunos de nuestros grandes destinos pioneros del litoral, que pone en riesgo nuestra competitividad futura con otros destinos del área mediterránea. Como destaca la propia OMT, “los empresarios turísticos son la columna vertebral del sector”, y su secretario general anima a cuidar a sus empresas, pues en sus manos está que el turismo

siga creciendo como un motor de desarrollo sostenible, social, medioambiental y económicamente hablando.

En definitiva, el sector turístico mantendrá su resiliencia en 2023, pero si queremos mantener nuestro liderazgo como primer destino vacacional del mundo, tenemos que cambiar y anticiparnos a un turismo tal vez menos cuantitativo pero mucho más cualitativo, rentable y sostenible. España todavía está a tiempo de destinar a grandes proyectos de reconversión y calidad turística fondos *Next Generation* europeos pendientes de asignación o de reasignación, y desde el sector nos hemos ofrecido siempre a impulsar estos proyectos mediante la colaboración público-privada. Lo dicho: un motor económico que debemos cuidar.

Presidente de Exceltur, presidente y consejero delegado de Meliá Hotels International