

El turismo afronta nuevos retos para mantener su posición de liderazgo

El sector quiere aprovechar el empuje actual para abrirse al mercado latinoamericano

D. VALERA | MADRID

■ Cifras récord de llegadas un mes tras otro. El tercer país del mundo con más visitantes en 2013 gracias a la entrada de 60,6 millones de viajeros. Playas masificadas. Hoteles a un 90% de ocupación en la temporada de verano, especialmente agosto. Unos turistas que sólo en el primer semestre del año dejaron 26.345 millones de euros. Generador de empleo con 65.300 afiliados a la Seguridad Social en el segundo trimestre de 2014. Todos esos datos conforman la radiografía del turismo en España y catapultan a esta industria a la categoría de imprescindible para la economía del país, a la que aporta el 11% del PIB. Sin embargo, pese al apogeo del sector y a las noticias positivas que se acumulan en su haber durante los últimos años, los propios expertos reconocen que la industria debe afrontar varios retos para evolucionar, no estancarse y mantener su posición de liderazgo y privilegio. Y es que los grandes números minimizan

las debilidades de un sector que busca diversificar la oferta con nuevos productos más allá del tópico de sol y playa, acabar con la estacionalidad y abrirse a nuevos mercados, especialmente a los latinoamericanos.

España recibió en los primeros seis meses de 2014 más de 28 millones de turistas, lo que supone un 7,3% más respecto al año anterior. Es decir, todos los indicadores apuntan a un nuevo récord de llegadas que supere la marca ya de por sí histórica de 2013. Pero la entrada de viajeros está lejos de ser escalonada, ya que se concentra en los meses de verano.

De hecho, sólo en julio y agosto del año pasado llegaron más de una cuarta parte (26,7%) del total de turistas extranjeros de todo 2013, según datos de Frontur. A esto hay que sumar que en esas fechas también se produce el 25% de los desplazamientos totales de los españoles en el año (37 millones de viajes). «La cuestión no es que vengan más turistas en temporada alta, porque ya hay satura-

Turismo colaborativo

■ Los alquileres de apartamentos privados a gran escala gestionados y ofertados desde empresas 'online' constituyen una amenaza para la industria turística española. «Es una actividad mercantil ajena a todas las reglas», insiste José Luis Zoreda, de [Exceltur](#).

Economía sumergida

■ Esta actividad también perjudica a los consumidores además de a la industria, cuyos derechos están menos protegidos. Por ello, Zoreda pide al Gobierno que actúe para corregir esta situación antes de que el problema siga creciendo. Desde CEHAT redactaron un manifiesto contra este tipo de actividades en el que denunciaban lo que a su juicio es pura «economía sumergida».

ción. Es difícil crecer más. La clave es luchar contra la estacionalidad», asegura Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Y para ello es fundamental diversificar la oferta mediante nuevos productos.

«Hay que ofrecer un producto distinto al sol y playa con ofertas gastronómicas, culturales y deportivas para fidelizar al turista en otras temporadas del año», asegura.

Otro de los objetivos del sector es recuperar el turismo nacional, que supone el 50% de la actividad y que durante los años de crisis se desplomó. Los últimos datos apuntan a una mejora de alrededor del 5%, aunque el número de pernoctaciones hasta mayo (42,4 millones) todavía se encontraban por debajo de las registradas en 2012 (43,9 millones). El Gobierno intenta captar turistas de alto poder adquisitivo procedentes de países del Golfo Pérsico o de Rusia (ahora en retroceso por la crisis con Ucrania).