

Turismo: claves para una recuperación más competitiva



VISIÓN PERSONAL

José Luis Zoreda

Los profundos y acelerados cambios durante los últimos años en el sector turístico, a nivel global, configuran un nuevo escenario competitivo, que poco o nada tiene que ver con aquél en el que España ha fundamentado su liderazgo durante décadas. El futuro de los destinos se dilucida hoy, no tanto en recuperar y/o responder con bajos precios a una demanda convencional afectada puntualmente por la crisis, sino en la gestión proactiva de unas experiencias diversas y singulares ante unos clientes cada día más exigentes, y en mercados sujetos a una creciente competencia mundial.

Por su parte, las empresas se enfrentan al reto de evolucionar desde la satisfacción masiva de demandas indiferenciadas a la prestación de servicios cada vez más personalizados y de mayor valor añadido. En síntesis, un rediseño de la oferta en un nuevo marco de juego, donde también cambia el "marketing mix y la distribución multicanal", dado el creciente poder directo del consumidor, y su uso progresivo de los nuevos canales on-line.

Por si fuera poco, en el escenario "post crisis" la sociedad se enfrentará a un marco socioeconómico distinto y a los nuevos desafíos que exige una mayor preservación del entorno y del medio ambiente. Como consecuencia, es de esperar que, entre otros, se acaben imponiendo nuevos valores y sensibilidades entre los consumidores, que afectarán a sus decisiones y hábitos de compra, entre ellos los turísticos.

Sin perder de vista que el mercado interno ya es equiparable al externo en volumen y se acerca cada día más en sus hábitos de compra, es preciso seguir estimulando los máximos avances competitivos en esa dirección. El peso menguante del turismo sobre la economía española, que en estos últimos ocho años ha caído del 12,1% del PIB hasta el 10,7% en 2008, nos lo sigue exigiendo. Pero, sobre todo, porque aún nos enfrentaremos a los retos de la recuperación, con notables y crecientes problemas estructurales en algunos destinos vacacionales del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias.

Hoy más que nunca debemos enfa-

tizar que el verdadero reto para el sector turístico español está en reinventarse gradualmente para poder optimizar la derrama económica, la creación de empleo y los efectos multiplicadores sobre el tejido local. Todo ello en paralelo a minimizar los impactos negativos en la gestión del territorio, reduciendo las emisiones de CO₂: para mitigar el cambio climático y promoviendo el mayor respeto por la identidad y acervo cultural de los destinos. En síntesis, más responsabilidad social corporativa y mayor complicidad con una población local que debe percibir el turismo como fuente esencial de bienestar y su mejor apuesta para un futuro más sostenible.

De ahí la necesidad de nuevos enfoques y modelos de gestión de oferta y demanda, donde el conocimiento del cliente supere la mera elaboración de estadísticas y donde los destinos se posicionen de una manera más acorde al perfil de los turistas que más deseen o puedan captar.

Convergencia y participación

Desde Exceltur estamos convencidos de que estos retos sólo se pueden afrontar con una visión más convergente y participativa entre todos los agentes públicos y privados que integran la cadena de valor turística en los destinos. El Plan *Horizonte Turístico 2020*, gestado en 2007, fue un notable avance, aunque el alcance y la magnitud de los retos actuales, acentuados por la crisis económica, nos obligan a redoblar los esfuerzos y la dotación de medios, y reenfocar las prioridades para lograr una recuperación sostenible.

Con estos objetivos, y para conocer de primera mano las experiencias de grandes destinos y empresarios líderes mundiales, así como las tendencias y claves de la deseada recuperación turística, celebramos en Madrid, la víspera de FITUR, el V Foro de Liderazgo Turístico de Exceltur, abierto a todo el sector y coorganizado con la Organización Mundial de Turismo. Confiamos que en este Foro, el primer gran evento turístico mundial de 2010, emanen, desde España, las primeras pautas y estrategias para abordar con éxito los retos de futuro, que permitan recuperar la capacidad competitiva del turismo español, para volver a ejercer de motor esencial de nuestra economía.

Vicepresidente ejecutivo de Exceltur