

ENTREVISTA ■ SEBASTIÁN ESCARRER

“España hace unas campañas de productos que no conoce ni su madre”

El presidente de Exceltur y vicepresidente de Sol Meliá critica la promoción de la marca ‘España’

EFE. Madrid.

La descentralización resta eficacia a la política turística y hace que España pierda la competitividad en materia de turismo frente a otros países competidores, donde el liderazgo de sus respectivos gobiernos ha permitido tomar medidas que contribuyen a la recuperación del sector de la crisis.

Así ve la actual situación de la industria turística española el presidente de Exceltur y vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, para quien el caso de promoción de la imagen de España es un claro ejemplo del perjuicio que produce la transferencia de la competencia del turismo a las comunidades autónomas.

En su opinión, las Comunidades Autónomas, e incluso muchos municipios, están promocionando su propio territorio en el extranjero, donde nadie los conoce y donde la marca España apenas es transmitida.

Para Escarrer, eso es “un sinsentido”, teniendo en cuenta que competidores de España como Francia, Alemania, Reino Unido, Egipto, Croacia o Túnez promocionan sus destinos con la imagen del país.

Aunque el ejecutivo reconoció que la Secretaría de Estado de Turismo está haciendo avances importantes respecto a áreas de mercadotecnia y reposicionamiento de la marca España, éstos son claramente insuficientes, ya que “estamos haciendo unas campañas de publicidad de productos que no conoce ni su madre”.

A su juicio, ninguna empresa se permitiría, y menos en un momento de crisis, ese despilfarro de los fondos de todos los contribuyentes españoles en un área, donde encima el presupuesto que se destina a la promoción turística es claramente insuficiente en comparación con otros países.

De nada sirve, por tanto, que “por parte de Turespaña estemos posicionando mucho mejor la marca España, si al final apenas hay fondos y, los de las CCAA, los destinamos a publicitar destinos que no tienen



Sebastián Escarrer, en un momento de la entrevista. FOTO: EFE

nada que ver con esa imagen del país y, lo peor de todo, es que no son reconocidos”.

Por ello, Exceltur propone que el conjunto de las comunidades autónomas centre sus esfuerzos promocionales ante todo en el territorio nacional, que representa el 50% del turismo de España, y deje que Turespaña sea responsable de promocionar la marca España en el extranjero.

Según Escarrer, el V Foro de Liderazgo Turístico organizado por Exceltur, que se celebrará el próximo 19 de enero, podrá servir para ver lo que están haciendo otros países y demostrar la poca efectividad que tiene lo que se está haciendo hasta ahora en España.

Confió en que, al final, el sector público cambiará su actual estrategia, lo que, no obstante, llevará su tiempo, reconoció.

Exceltur espera, asimismo, cambios en

SUS FRASES

“Las Comunidades están promocionando su propio territorio en el extranjero y nadie los conoce”

“Es un sinsentido no transmitir la marca España cuando se compite con Túnez, Alemania, Egipto o Francia”

“Exceltur propone que las Autonomías centren sus esfuerzos promocionales en territorio nacional”

“Desde nuestra asociación apoyamos las reivindicaciones en el transporte aéreo de los gobiernos balear y canario”

la política referente al transporte aéreo y recordó que la organización ha venido reclamando que AENA evolucione en una línea similar a la de sus entidades homólogas en otros países, que como Estados Unidos ha disminuido o congelado las tasas durante dos o tres años, llegando a acuerdos con las compañías aéreas.

Esa agilidad es lo que “nos ha faltado en España”, indicó Escarrer, quien añadió que “estamos a punto de que haya una congestión en algunos aeropuertos” españoles, lo que es especialmente grave en territorios insulares, donde el transporte aéreo es esencial no sólo para su modelo económico, sino también para el social.

Pese a los avances en el capítulo de infraestructuras del transporte terrestre, el aéreo de los territorios insulares no ha evolucionado de la misma forma y, por tanto, desde Exceltur, “apoyamos a los gobiernos balear y canario en sus reivindicaciones”.

La asociación propone reducir las tasas en la temporada baja y recuperarlas en los momentos de temporada punta para combatir la estacionalidad que sufren los destinos isleños en España.