

En España sólo se salva el turismo

Efe 15/01/2012

El sector turístico se ha convertido en los últimos años en un oasis en el desolador panorama de la economía española. Exceltur calcula que el sector turístico creció en torno al 2,5 % en 2011. Esta semana arranca Fitur.

El vicepresidente de la **asociación empresarial Exceltur**, José Luis **Zoreda**, adelanta en una entrevista que la actividad turística **creció el año pasado en torno al 2,5 por ciento**, muy por encima de la última previsión del PIB, que ronda el 0,8 %, aunque precisa que el sector **aún no ha resuelto sus problemas de competitividad** y que este resultado positivo se debe más a las **revueltas en algunos países competidores del norte de África**.

Las declaraciones de Zoreda se producen en vísperas de una semana clave para la industria turística española, en la que coincidirán la **feria de turismo FITUR**, que se abre el miércoles, y la sexta edición del Foro Exceltur, que se celebrará el martes y que este año inaugurará el presidente del Gobierno, Mariano **Rajoy**, y clausurará **el Rey**.

P: La sexta edición del Foro Exceltur llega justo después de un cambio de Gobierno. ¿Qué le pide el sector del turismo al nuevo Ejecutivo?

Creo que el presidente del Gobierno no pudo sintetizar mejor las asignaturas pendientes del sector turístico español. En su discurso de investidura habló de un gran plan integral para potenciar el turismo. Lo que dijo está en línea con una inquietud que hemos expresado en muchas ocasiones: que necesitamos ganar competitividad, básicamente en destinos maduros de sol y playa en los que no es posible ya competir por precio.

La segunda cuestión que planteó Rajoy es que hace falta una visión transversal de todas las actuaciones que inciden sobre el turismo. Esa visión integral es clave porque la mejora de la competitividad no depende exclusivamente de que los hoteles estén en condiciones, sino de que haya una seguridad adecuada, una accesibilidad adecuada y una política de gestión del transporte y de las infraestructuras adecuada.

Y la tercera alusión que hizo el presidente es que en el escenario actual cualquier incentivo fiscal o financiero es clave para poder abordar ese plan integral que exigirá en algunas zonas una reconversión importante.

El anterior Gobierno puso en marcha un Plan Renove para el turismo, ¿hay algo de lo que hizo el Ejecutivo del PSOE que se podría mantener?

Sí, sin duda. Por ejemplo, la hoja de ruta que podría inspirar ese plan de renovación integral está ya hecho y está aprobado unánimemente por el Consejo Español de Turismo. Se llama Plan Litoral Siglo XXI y se aprobó el año pasado. Ahí hay una buena base de partida que gozó en su momento de la aquiescencia del cien por cien de los presentes, a pesar de que había colores políticos distintos.

Al margen de lo que pueda aportar la Administración, ¿hacia dónde debe ir el sector turístico español?

Hay dos grandes categorías: la España del interior, de ciudades, donde cabe el turismo cultural, el turismo paisajístico, el turismo de negocio, en la que es cuestión de ponerle un poco más de chispa. Ahí hay una

oportunidad de mejora, pero todavía supone el 30 % del negocio. El 70 % es lo que mal llamamos "sol y playa", que es donde tenemos los mayores problemas porque muchos destinos punteros arrancaron en los años 60 y 70 y hoy adolecen de ciertos problemas urbanísticos, de ciertos problemas de pérdida de identidad y en cualquiera nuestros costes han subido. Si la estrategia es mantener este producto estándar, tenemos un camino de salida muy difícil porque por precio nunca vamos a poder competir con países que tienen estructuras de costes infinitamente más baratas. El gran reto es reposicionar nuestra oferta y venderla en segmentos de demanda que aprecien el valor añadido que tiene la oferta turística en España.

¿Necesita el turismo español más promoción exterior?

Yo ahí diría dos cosas. Primero: a veces las medicinas que hemos intentado aplicar no necesariamente son las correctas. ¿Hay que mejorar la promoción o mejorar los contenidos y luego hacer la publicidad necesaria? Tenemos que intentar mejorar nuestro producto para que no haya un desajuste entre el mensaje publicitario y la realidad. En España, entre la Administración central y todas las administraciones regionales probablemente superen los 300 millones de euros en gastos de promoción. Otra cosa es cómo nos lo gastamos y si le sacamos el mayor partido.

¿Qué expectativas hay para este año teniendo en cuenta que la crisis sigue, tanto en España como en los principales países emisores?

Estamos terminando de cerrar unas cifras que presentaremos mañana. En términos de PIB turístico, de actividad turística, el sector turístico español habrá crecido un 2,4 % o un 2,5 % en 2011, un porcentaje que casi cuadruplica la tasa de crecimiento de la economía española.

¿Significa esto que ya hemos salido de la crisis? No. Significa que ese crecimiento inusual es exclusivamente debido al insólito crecimiento de la demanda extranjera y, dentro de ésta, es resultado de los infortunios de alguno de los países competidores. En resumen, 2012 probablemente será parecido a 2011. Creceremos, sí, pero más testimonialmente que en 2011. Seremos de los pocos sectores que no le daremos disgustos a la economía española y que podremos generar algo de empleo. Si se nos da un cierto empujón, unos planes de reconversión, una fiscalidad que incentive un proceso de recuperación, nuestro sector podría tener un efecto locomotora.

Llega una nueva edición del Foro Exceltur ¿cómo será la participación este año?

En primer lugar, la inauguración correrá a cargo del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, y la clausura la realizará el Rey Don Juan Carlos. Intervendrán también cuatro presidentes de comunidades autónomas: País Vasco, Galicia, Baleares y Canarias. Luego, tendremos la oportunidad de escuchar a los ministros de Turismo de dos países del G-20, China y México, y de Egipto. Vamos a tener al Messi, al Ronaldo y al Zidane de ese campo hablando en Madrid.