



## Retos y claroscuros del horizonte turístico

SEBASTIÁN ESCARRER

La realidad, tozuda como siempre, se acaba imponiendo. Algunos vaticinios oficiales y de algunos representantes del sector, que hace apenas un año y durante el primer tercio de 2009 pronosticaban que las actividades turísticas en España serían unas de las menos afectadas por la crisis, están muy lejos de haberse cumplido.

Repasemos algunas cifras. De enero a noviembre de 2009 se redujo un 8,9% la llegada de turistas extranjeros, los cuales dejaron un 9,6% menos de ingresos en los destinos españoles. Esto, a su vez, supuso una caída al aporte del PIB de un 5,6% en el conjunto del año, respecto a las cifras de 2008, que ya registraron una caída del 2,8%, como acaba de constatar oficialmente el INE.

Este panorama nos reitera a su vez que España sigue perdiendo cuota de mercado extranjero en el segmento de *sol y playa* frente a competidores como Turquía, Egipto, Túnez y Marruecos. Las empresas turísticas españolas cerrarán el año 2009 con fuertes caídas en sus resultados.

Si nos centramos en el turismo de negocios, el escenario no es mucho más alentador. Para ajustarse a la crisis, las empresas han restringido drásticamente sus gastos de viaje y la actividad en este segmento también ha caído sustancialmente. De hecho la caída de resultados afecta al 88,3% de las empresas españolas de todos los subsectores turísticos, con la consiguiente reducción del empleo. Son tiempos aún revueltos y estamos hoy lejos de ver una luz al final del túnel para el 2010.

Mientras el turismo de interior, cultural y de naturaleza, ofrece notables expectativas de recorrido, el sector turístico más tradicional, particularmente el vacacional de *sol y playa*, que aún representa cerca del 70% del total de nuestra oferta, se halla ante una encrucijada. Muchas de sus ventajas competitivas de antaño están desapareciendo sin que se vislumbren aún claramente las nuevas que vayan a sustentar un nuevo ciclo de liderazgo y prosperidad turística sostenible.

Si España quiere seguir manteniéndose a la cabeza del turismo a nivel mundial, debemos reinventarnos y asumir nuevas estrategias de reposicionamiento. Sin la implicación y el compromiso de todos –administraciones, empresas, agentes sociales y ciudadanía, y a todos los niveles, central, autonómico y local– de poco servirá intentarlo.

Precisamente, ésa era una de las premisas del Plan Horizonte 2020 que el Gobierno aprobó en noviembre de 2007, un proceso abierto, dinámico y sensible tanto a los nuevos retos y tendencias como a la coyuntura del mercado. Desgraciadamente, el contexto socioeconómico de 2009 y 2010 nada tiene que ver con la situación que vivíamos en 2006, cuando se elaboró el plan.

Ciertamente, el esfuerzo realizado entonces entre todos los sectores públicos y privados fue improbable y la Administración central supo liderar aquel proyecto. Sin embargo, el momento actual aconseja impulsar la revisión de ese Plan Turismo 2020.

La crisis está cambiando muchos paradigmas y nada volverá a ser como antes. Ni las *hojas de ruta* de antaño, ni sus ritmos de ejecución, son los más idóneos para garantizar que el sector turístico español salga reforzado de ella.

Sin duda, hay que mirar al futuro con esperanza. Anticipar que los retos competitivos que se nos plantearán en el deseado escenario de recuperación serán enormes, y para afrontarlos el turismo necesita visión de largo plazo y un tratamiento político prioritario, cuanto menos igual que el otorgado a otros sectores industriales.

Sólo así los beneficios del turismo podrán contribuir, una vez más, a la recuperación y generación de la máxima prosperidad social y económica para España y sus destinos que, cada día más, precisan de la renovada implicación y mayor compromiso de todos los actores públicos y privados que integran el sector.

En ese sentido el V Foro de Liderazgo Turístico de Exceltur que se celebrará en Madrid la víspera

«Si España quiere seguir a la cabeza del turismo mundial, debe reinventarse»

«La crisis cambió muchos paradigmas y nada volverá a ser como antes»

de Fitur 2010, coorganizado, en esta ocasión, con la Organización Mundial del Turismo y el Consejo Mundial de Turismo, brinda una gran oportunidad abierta a todo el conjunto del sector turístico español de conocer y asumir con valentía muchas de las reflexiones, políticas y estrategias que están adoptando otros destinos y empresas líderes.

Gracias a un programa y a unos ponentes públicos y privados del más alto nivel en el panorama turístico nacional e internacional, el quinto aniversario del Foro de Liderazgo Turístico aspira a ser el primer evento de referencia mundial de 2010, del que emanen –en esta ocasión, desde España– las nuevas pautas, modelos de gestión para reforzar la posición competitiva de nuestro sector, cuando se consolide la tan deseada recuperación.

Sebastián Escarrer es presidente de Exceltur, Alianza para la Excelencia Turística.