

MIL MILLONES DE TURISTAS

A sí nos lo anunciaron hace un par de semanas desde la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT-ONU). Según las previsiones, las llegadas internacionales estimadas para este año podrían alcanzar a finales del 2012 el hito de los mil millones de turistas al año.

Según **Taleb Rifai**, el secretario general de la OMT, «el turismo internacional batió nuevos récords en 2011 a pesar de las difíciles condiciones». Las llegadas de visitantes internacionales crecieron un 4,4 % en ese año hasta alcanzar los 980 millones de turistas. A pesar de los problemas en el sistema financiero internacional y el estancamiento de las economías occidentales, coincidentes con profundos cambios políticos en el norte de **África** y en **Oriente Medio** y las catástrofes en **Japón**, esta cifra representó un avance importante sobre los 939 millones de turistas registrados en 2010.

Mil millones de turistas. Una vez más, tanto en **España** como en el resto del mundo, sigue siendo el turismo el solitario portador de buenas noticias. Gracias a este sector de la economía internacional, responsable directamente del 5% del PIB mundial, del 6% de las exportaciones y de generar empleo para una de cada doce personas, tanto en las economías avanzadas como en las emergentes. Por lo tanto, la continuidad al alza del ritmo de crecimiento de la industria turística mundial es una noticia muy importante. Sobre todo para aquellos países acosados por graves problemas de desempleo y por una probable recesión económica.

A pesar de las turbulencias financieras de la Eurozona el número de visitantes internacionales registrado en **Europa** al final de 2011 alcanzó los 503 millones. Fueron los mejores resultados del ranking mundial. El modelo turístico europeo ha funcionado y ha funcionado muy bien. Su fórmula tradicional, en la que se combi-

nan la calidad medioambiental y la paisajística con la protección sin fisuras de los patrimonios culturales y naturales sigue siendo la clave de este éxito.

Es evidente que para un país eminentemente turístico como **España**, esta coyuntura positiva representa oportunidades que no deben ser malogradas por los viejos errores. Exceltur, la asociación de las grandes empresas turísticas españolas, ya nos avisaba sobre los peligros del crecimiento irracional de algunas zonas turísticas de nuestro país. Cito literalmente estos párrafos del informe de Exceltur: «Seguir con una estrategia de crecimiento turístico basada en los mismo ritmos de construcción, puede transformar buena parte de los destinos turísticos españoles en zonas cada día más urbanas, sin que se pueda garantizar la misma generación de renta y empleo a largo plazo... Ha primado el crecimiento por volumen, sin planificación, lo que ha generado zonas cada vez más urbanas, que comienzan a superar la capacidad de carga del territorio y entran en contradicción con las nuevas tendencias de la demanda».