



Una política turística más competitiva

JOSÉ LUIS ZOREDA

Responder a los problemas de corto plazo para el turismo, derivados de una crisis global que sin duda superaremos, se superpone a la cada día más urgente necesidad de estimular el refuerzo competitivo y el gradual reposicionamiento de la imagen y los diversos atractivos turísticos de España.

Ello supone innovar con celeridad y revisar algunos paradigmas tradicionales y modelos de gestión pública y privada que han imperado en las últimas décadas. En la

«El Gobierno debería implicar al máximo a las Comunidades Autónomas»

España actual, con competencias turísticas descentralizadas, un sector privado muy atomizado con una generalizada sobrecapacidad de oferta, culturas de gestión empresarial desiguales y ciertos territorios al límite, aún no están asumiendo los fundamentos competitivos que marcarán el futuro postcrisis del turismo español.

Por ello, innovar y avanzar gra-

dualmente todos juntos, por igual, hacia propuestas turísticas diferenciales y con más valor añadido, que permitan superar el factor precio, requiere el impulso de una nueva estrategia turística país, público-privada, más convergente y con visión de largo plazo. Coliderada por el Gobierno en muy estrecha coordinación y solidaridad de las comunidades autónomas y entidades locales, con un horizonte temporal que supera esta legislación, e idealmente bajo un amplio pacto político y de Estado.

Desde esa aspiración, los empresarios turísticos líderes que integran Exceltur sienten el Consejo de Ministros monográfico como una gran oportunidad y punto de inflexión para comprometer el máximo empeño del Gobierno en liderar unas renovadas estrategias de futuro más sostenibles para el turismo español. Ello debería implicar, a su vez, la máxima colaboración y recursos de las comunidades autónomas y locales en torno a una política turística de Estado más uniforme, que aúne objetivos comunes y propicie normativas más homogéneas.

Ello aseguraría una mayor eficiencia de las notables inversiones público-privadas, aún precisas, para revitalizar la oferta privada, re-

convertir algunos destinos maduros y reenfoque la promoción, recuperando la mayor unidad de mercado, y por ende, impulsando un gradual reposicionamiento turístico, que afiance nuestro liderazgo a medio plazo.

Un liderazgo que ya no radica en atraer más turistas extranjeros o españoles, sino en procurar la máxima derrama socioeconómica, reinventándonos con celeridad y con los objetivos más ambiciosos, asumiendo, sin complejos, que las debilidades de algunos modelos de gestión turística se pueden superar con la mayor determinación público-privada. Modelos que deben procurar más sinergias públicas y privadas y una gestión enfocada a satisfacer a los clientes de futuro que más valor aporten, para asegurar el empleo, autoestima y bienestar percibido en los destinos por unas sociedades locales que brinden la mejor acogida.

Ese deseable compromiso y mayor sensibilidad del Gobierno para impulsar la aplicación de nuevas medidas y recursos suficientes para potenciar las reformas estructurales del sector, la competitividad de sus espacios turísticos, la innovación de las propuestas empresariales, con un marketing conjunto mejor enfocado, sería un mensaje clave ante el sector al término del Consejo de Ministros. Que el turismo se asuma como máxima prioridad de Estado.

José Luis Zoreda es vicepresidente ejecutivo de Exceltur.