

VOTE CON SU MONEDERO



La columna invitada

**Maitte
Cabrerizo**

Opinión

National Geographic, que de viajes algo sabe, recomienda en su guía a Estambul que el turista "vote con su monedero". Lo que supone "apoyar a la gente que potencia el lugar, gastando en negocios que tratan de destacar y proteger lo que allí es especial. Buscar las tiendas locales y restaurantes, alojamientos y operadores turísticos que amen a su país, que lo cuiden y lo enseñen a los demás. Evitar las empresas que se aparten del carácter del lugar". Vote con su monedero. Viaje donde le traten bien, coma donde mimen los productos locales, pernocte donde se sienta en casa... Es un aviso a navegantes, una lección a los empresarios de un negocio que se ha convertido en el motor de salvación de la economía española. Los últimos datos que arroja el turismo en Es-

paña evidencian que el sector sale de la recesión gracias al aluvión de llegadas de extranjeros y a pesar de que la demanda de los españoles aún renquea. El PIB turístico creció un 0,6 por ciento el año pasado y se disparará un 1,8 por ciento en 2014, según [Exceltur](#). Ahora se acaba de conocer que hasta en abril España ha marcado un nuevo récord con la entrada de 15,3 millones de turistas internacionales. Los empresarios del ramo insisten en que la aportación del turismo es clave para consolidar el proceso de recuperación económica española. Pero dicen también que el turismo debe disfrutar de una mayor prioridad política y de estímulos concretos para mejorar su competitividad. Pero no es con ayudas ni con macropuentes festivos, que cuestan a la economía española más de 1.000 millones al año, como se recupera el país. La industria turística tiene pendiente una reconversión que pasa por la profesionalidad, la mejora de la calidad de las instalaciones y de los destinos considerados maduros y una política de precios adecuada al momento. Mezcle estos ingredientes y deje que sea el turista el que vote con su monedero. En Estambul y en Madrid.