

**Turismo**

## Turespaña avanza un cambio de ciclo radical y un programa de fidelización

### **Butler señala al turismo como la palanca para impulsar la marca España y dice que su principal atributo es que es el país de la felicidad**

31.05.12 - 01:22 - PILAR MARTÍNEZ | MÁLAGA.

El turismo encara una nueva era marcada por un cambio radical. El director de Turespaña, Manuel Butler, se mostró contundente ayer en su intervención en el 'Lookinside travel', que se celebró ayer en Madrid, y advirtió que esta industria está ante un ciclo de onda larga, lo que se considera un giro tan profundo que incluso afecta a las empresas turísticas que están naciendo ahora y que serán líderes en las próximas dos o tres décadas.

«Todo el modo de pensar de los últimos 50 años no es válido para los 50 siguientes», matizó. En su ponencia sobre 'Futuro del turismo en España desde la perspectiva pública' explicó que este cambio radical viene mediatizado por el envejecimiento de la población occidental y la globalización. «España está en disposición de liderar su futuro creando condiciones óptimas, ya que no sólo hay un cambio interno, sino que hay hechos concretos que pueden ser ventajosos para nuestro turismo como el envejecimiento de la población que hay que atender en los destinos turísticos con una sanidad adecuada y sostenible en un mundo globalizado», aseguró.

Butler insistió, en este foro organizado por Google, Exceltur y Turespaña, en la necesidad de actuar y declaró que no es momento de pensar de manera endogámica sino de abrirse al exterior en actividades de promoción contando con la colaboración de las Comunidades Autónomas y del sector privado. El director de Turespaña avanzó un programa de fidelización-país y señaló al turismo como la actividad palanca para impulsar la marca España. «El atributo turístico supone entrar en la mente de los consumidores como el país de la felicidad. Los turistas dicen en las encuestas de satisfacción que aquí se lo pasan muy bien por eso ha de implementarse el 'I need Spain to be happy'», adelantó.

Por su parte, Javier Rodríguez Zapatero, responsable de Google España, se centró en la importancia del teléfono móvil en la comunicación y promoción turística y José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur, señaló que el turismo ha dejado de ser la locomotora en la recuperación económica española para convertirse en un sostén necesario que permita frenar la caída generalizada de la economía en España. «El sector turístico se ha desacelerado, tanto por el leve incremento del 1,1% en el turismo extranjero como por la continua caída en la demanda interna», dijo.