

Entrevista con Joan Mesquida, Secretario de Estado de Turismo

Carlos Humanes

A) El 25 por 100 de los turistas europeos prefiere España como lugar para disfrutar sus vacaciones estivales, lo que vuelve a colocar a nuestro país al frente de la lista de principales destinos europeos, según Mondial Assistance. Por otra parte, España ha cedido el segundo puesto del ranking mundial por volumen de pasajeros a Estados Unidos. ¿Cómo se interpretan estas clasificaciones? ¿Debería tender España más a la calidad y no tanto a la cantidad en su oferta turística?

España hace tiempo que ha dejado de competir por la vía de los precios, aunque sigue manteniendo una buena relación calidad-precio, mejorando y diversificando la oferta.

En el caso de los turistas europeos, viajan buscando Value for Money (relación calidad-precio). Así lo señala la última encuesta del barómetro de la Unión Europea sobre las actitudes de viajes de los europeos. El 33 por 100 prefiere pagar por calidad, antes que los precios bajos (el 16 por 100). El siguiente motivo para elegir viaje es la seguridad, en un 13 por 100 y la calidad del servicio, en un 12 por 100; la sostenibilidad, en un 9 por 100.

Sin duda el mejor activo que tiene España de cara al exterior es su calidad y su calidez, con uno de los mayores grados de fidelización.

La mejora en calidad ha dado lugar a una fidelización de los turistas hacia nuestro país, sin parangón. El factor de repetición es uno de los aspectos que hacen de España un país líder mundial en turismo, y que además no se da en ningún otro lugar. En el año 2008, el 83,9 por 100 de los turistas que nos visitaron habían estado en España en otras ocasiones; de este porcentaje, el 37 por 100 ha visitado nuestro país en diez ocasiones.

Además, somos un destino con mayor calidad en infraestructuras, en sanidad, en transportes que otros países competidores directos. Todo ello hace de España un destino elegido por más de 57 millones de turistas, que nos reconocen y diferencian frente a nuestros competidores como destino de seguridad integral.

B) Desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se asegura que el modelo turístico español tiene que buscar nuevos yacimientos emisores de turismo, como son los países emergentes (China, India, Rusia...).

La labor de España en materia turística es, sin duda, consolidarse en los mercados principales emisores de turismo, teniendo en cuenta que más del 90 por 100 del turismo proviene de Europa, pero por supuesto también tenemos como objetivo posicionarnos en otros mercados y abrir nuevas vías.

En este sentido, desde la Secretaría de Estado de Turismo se ha incrementado la promoción en los nuevos mercados, como India, China o Rusia.

Recientemente, hemos inaugurado una Oficina de Turismo en Bombay, ya que la región asiática se posiciona como un mercado clave para la promoción turística de España.

Desde la Secretaría de Estado de Turismo, apostamos por incrementar los esfuerzos en esta región. Prueba de ello es que las últimas aperturas de oficinas se han registrado en Asia: Singapur, Pekín y ahora en Bombay. Esta nueva Oficina de Turismo en Bombay será la cuarta oficina de Turespaña en Asia, sumándose así a las Oficinas de Singapur, Pekín (China) y Tokio (Japón).

Próximamente, proyectamos abrir una nueva oficina de Turismo en China, concretamente en la ciudad de Cantón, con la que se alcanzarán un total de cinco oficinas de turismo españolas en la región asiática.

C) El Plan Renove Turismo ha aumentado su dotación un 50 por 100 hasta 600 millones de euros. ¿Cuáles son los objetivos de este programa y qué tal avanza desde su puesta en marcha en noviembre de 2008?

El Plan Renove Turismo ha incrementado su dotación hasta 1.000 millones de euros para 2009, sumando 600 millones de euros a la dotación inicial de 400 millones.

Por lo tanto, el Plan Renove ha visto incrementado su presupuesto inicial en un 150 por 100, hasta ser dotado con 1.000 millones para este año, en el marco del Plan Español para el Estímulo de la Economía y el Empleo (Plan E).

El Plan Renove está especialmente ideado para financiar proyectos encaminados a incrementar la calidad de las infraestructuras turísticas y el valor añadido del producto turístico.

El presupuesto inicial para el Plan Renove Turismo, 400 millones de euros, se agotó en tan sólo un mes desde su puesta en marcha, poniendo de manifiesto la confianza del sector financiero en la industria turística, así como la voluntad del empresariado turístico español en apostar por la mejora de sus infraestructuras.

En total, los 400 millones de euros han facilitado la ejecución de 1.091 proyectos, por importe de 821 millones de euros

Así, como respuesta a la necesidad de facilitar financiación al sector privado, una de las principales demandas de la industria turística, y para satisfacer la demanda existente hacia esta línea, el Gobierno ha aprobado una ampliación del crédito de 600 millones más.

Se trata del mayor esfuerzo que ha realizado en 2009 ningún Gobierno en materia de turismo.

D) Se da una paradoja en el uso y la aplicación de Internet en algunos segmentos del sector turístico. Por ejemplo, el 70 por 100 de los turistas españoles consulta la Red para informarse, reservar y/o comprar sus viajes y vacaciones, mientras que sólo uno de cada tres hoteles nacionales cuenta con página web propia. ¿Es este un aspecto a mejorar tanto para ofrecer un mejor servicio al cliente como para aumentar el negocio de los proveedores de servicios turísticos?

Sin duda. Y en este sentido, estamos trabajando desde la Secretaría de Estado de Turismo con el objetivo de impulsar la innovación en los hoteles españoles para mejorar su competitividad y conseguir que en España no haya un hotel sin página web.

Mediante un acuerdo con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), hemos puesto en marcha un **Programa de Sensibilización en materia de innovación** que mejorará la información y el conocimiento de los hoteleros. Con este programa, en el que participarán 14.000 empresas hoteleras y 198.000 profesionales del sector, se pretende satisfacer las nuevas demandas de los consumidores, así como las exigencias del mercado.

Por otra parte, a través del Plan Renove, hemos incluido entre los proyectos financiables, inversiones destinadas a implantar nuevas tecnologías en las empresas del sector.

Desde la Secretaría de Estado de Turismo apoyaremos y seguiremos fomentado iniciativas basadas en las nuevas tecnologías, que permitan aumentar la competitividad de las empresas y consolidar el liderazgo mundial de España en el sector.

E) Parece que, a corto plazo, no cabe esperar que el número de turistas recupere las tasas de crecimiento del pasado y aboga por que los turistas españoles cambien los destinos turísticos extranjeros por otros nacionales para ayudar a mitigar esta perspectiva negativa. ¿Está usted de acuerdo con esta especie de 'proteccionismo' turístico?

Yo no creo que estemos ante un proteccionismo turístico. Ante la situación coyuntural de crisis que estamos viviendo, viajar dentro del país es una práctica generalizada en todos los mercados.

En la última encuesta del Eurobarómetro de la Comisión Europea, a la que me refería al principio, se destacaba que el 48 por 100 de los europeos viajará por su país este verano, frente al 43 por 100 que lo hizo en 2008. Aunque a la hora de elegir viajar al extranjero, los europeos prefieren hacerlo a destinos turísticos tradicionales. Los preferidos en este caso, por orden, son España, Italia y Francia.

En el caso de España, más de un 90 por 100 de los españoles viaja dentro del país y menos del 10 por 100 elige salir al extranjero durante sus vacaciones. Estos porcentajes, en el caso español, son estructurales y no son consecuencia de la coyuntura actual, sino más bien una tendencia que se ha mantenido durante años en la forma que organizan sus viajes los españoles.

F) *En los cinco primeros meses de 2009, el número de pasajeros de avión se redujo un 10 por 100. Algunas aerolíneas, como Air Nostrum y Vueling, ya han presentado ERE. ¿Qué previsiones maneja para el sector del transporte aéreo a corto y medio plazo?*

Esta situación, a la que no son ajenas las compañías aéreas debido a la crisis económica global que estamos viviendo, perdurará mientras la demanda continúe en esta situación de debilidad.

Por otro lado, la contención del precio del petróleo es un factor determinante para que no se agrave la situación.

G) *¿Qué balance se puede hacer del sector del turismo en lo que llevamos de año, ahora que estamos en vísperas de afrontar los meses más activos del verano para esta industria?*

Partimos de que todos los países que emiten turismo hacia España tienen una situación económica complicada. Esto, obviamente, va a hacer que la demanda hacia España, como al resto de los países, disminuya.

No olvidemos que el 93 por 100 del turismo internacional que viene a España proviene de Europa y estamos viendo como ahora mismo hay más de 14 países europeos en recesión.

Como ejemplo, el primer país emisor de turistas hacia España, Reino Unido, con más de 15 millones de turistas anuales, hacía pública una contracción del 2,4 por 100 de su economía en el primer trimestre de este año respecto al trimestre anterior; lo que ha supuesto el peor dato en 50 años.

No estamos ante una crisis del turismo sino ante una crisis económica que afecta al turismo. Y ante esta situación lo que tenemos que hacer es tomar medidas de reactivación económica como ya estamos haciendo, en consonancia con las adoptadas por otros países de nuestro entorno.

En definitiva, la crisis está afectando al turismo principalmente en una retracción en el consumo que tiene como consecuencia, por un lado, una contención en el gasto y, con ello, una disminución en la rentabilidad de los negocios y, por otro, un retraso en la decisión de compra y en la propia compra.

Teniendo en cuenta la situación económica de nuestros principales mercados emisores, el turismo se está viendo afectado en términos de llegadas de turistas principalmente, si bien sigue comportándose mejor que otros sectores. El turismo es un sector sólido que ha resistido si-

tuaciones muy complicadas, como la crisis de los años setenta, la década de los noventa o los atentados del 11 de septiembre.

En el periodo enero-mayo llegaron a España 18,3 millones de turistas, lo que supone una caída del 11,8 por 100. Para valorar este dato, hay que tener en cuenta que este mismo periodo de 2008 tuvo unos resultados excelentes en la llegada de turistas (máximo histórico en ese periodo). El gasto total internacional (-7,7 por 100) cae menos que el número de turistas (-11,8 por 100). Por tanto, los turistas que llegan a España se gastan más.

Las predicciones para los meses de verano sitúan el número de turistas extranjeros en 23,3 millones, un 10,1 por 100 menos que el verano de 2008. Aunque se suaviza la caída frente a los cinco primeros meses del año (-11,8 por 100), las previsiones apuntan a una temporada de verano difícil.

H) *¿Considera usted que el turismo podrá mantener su importante función compensadora del déficit comercial en la Balanza por Cuenta Corriente española?*

El turismo siempre se ha caracterizado por su fortaleza. El sector turístico se ha visto afectado como el resto de sectores económicos por la crisis, pero en menor medida.

Por ejemplo, en lo que al empleo se refiere, se ve menos afectado y resiste mejor la crisis que la economía general o sectores como la construcción o la agricultura. Además, el sector turístico con una experiencia de 50 años de buen saber hacer (Know-how) realiza transferencia tecnológica de los modelos de gestión empresarial y de comercialización. Por tanto, en el sector juegan un papel clave los activos intangibles.

Por otro lado, al depender no sólo del mercado nacional sino principalmente de los mercados extranjeros emisores de turistas, es probable que a medida que se recuperen nuestros principales mercados emisores, se salga de la crisis antes que otros sectores con mayor peso de la demanda interna.

I) *¿En qué consiste, a grandes rasgos, el Plan Turismo 2020?*

Se trata de la hoja de ruta del sector turístico, fruto de un proceso de reflexión en el que hemos participado todos los actores implicados, tanto del sector público como del privado.

El Plan Turismo 2020 plasma un nuevo modelo para los destinos turísticos maduros, mejorando nuestro posicio-

namiento en los mercados, promoviendo y desarrollando productos experienciales innovadores, impulsando una cultura del detalle y atención al cliente, avanzando en la asunción de fuertes compromisos de sostenibilidad, revalorizando recursos que fomenten un equilibrio socio-territorial del tu-

rismo, y profundizando en el terreno del conocimiento, promoviendo la innovación, y atrayendo y mejorando el talento de nuestros profesionales, así como conseguir diversificar la oferta turística española, para combatir la estacionalidad y desarrollar un modelo de turismo sostenible.