



Nuevos tiempos para el turismo

JUAN CAREAGA

El éxito del turismo se asienta sobre el progreso, la paz y el bienestar. El sector ha tenido que modificar durante estos meses intensos de conflicto en el Golfo, sus proyectos y perspectivas pero tras la guerra, la industria del Turismo tiene planteado los mismos problemas que antes de su inicio. Estos deben ser abordados en profundidad, pues se trata de un sector de trascendental importancia en la economía del mundo moderno en general y en la economía de España en particular.

El sector movilizó el pasado año a 415 millones de turistas por todo el mundo, dos veces la población completa de Estados Unidos, generando unos ingresos de 230 millones de dólares. Actualmente el turismo es la tercera industria más importante del mundo sólo precedida por el armamento bélico y la industria del automóvil. En España, a pesar del descenso de visitantes, el peso específico del turismo es proporcionalmente mayor que para la economía mundial. Un total de 52 millones de viajeros

eligieron en

1990 nuestro país como destino, proporcionando 18 mil millones de dólares. Estas cifras sitúan a España entre las naciones líderes del sector en el ámbito mundial, a unos niveles de competitividad y desarrollo no alcanzados en otros sectores económicos que compiten en el mercado exterior. Pero estas cifras no permiten la euforia, sino la preocupación la recesión de nuestro turismo es una realidad que inquieta al sector. Es necesario sentar las bases para que en el futuro podamos mantener y mejorar nuestra posición de líderes mundiales.

El libro blanco

La comisión de Turismo de la CEOE consultó a todos los sectores relacionados con la industria turística y les invitó a analizar las causas de esta crisis, tanto coyunturales como estructurales. Posteriormente la Administración redactó el Libro Blanco, un texto básico para la aplicación

de medidas que

contribuyan a mejorar la situación. Entre sus líneas maestras para la actuación se haya un inventario de los recursos turísticos para su aprovechamiento óptimo y la necesidad de elaborar un plan nacional para mejorar dichos recursos con atención primordial al medio ambiente. Otra tarea irrenunciable es la mejora de infraestructura en carreteras, aeropuertos, trenes de alta velocidad, que sirvan de eficaz y cordial bienvenida a un viajero cada vez más exigente, alojamientos más adecuados que dejen atrás las plazas obsoletas, modernización de servicios y cuanto contribuya a brindar una auténtica oferta de calidad.

El crecimiento del sector debe ser selectivo, amparado por una sólida oferta de ocio, promoción de nuevos productos y la mejora de la formación tanto empresarial como laboral. En el ámbito de la política turística y la legislación debe haber una plena coordinación entre las administraciones públicas centrales, autonómicas y comunitarias.

Modelo turístico

La aplicación de estas medidas permitirán mejorar la calidad de nuestra oferta y hacerla más atractiva aunque de todas formas es necesario que en estos momentos hagamos un estudio mucho más profundo y preciso porque es posible que nuestro modelo turístico esté agotado y sea preciso cambiarlo.

El modelo de nuestra oferta turística hasta el presente está basado en una situación de mercado que ya no es la misma, pues ha evolucionado, ni el turista que nos visita es el mismo que nos visitó. Es como si la alegre pensión de estudiantes se extrañara de la ausencia de los clientes de siempre ignorando que éstos ya son destacados profesionales que no buscan pensión a buen precio, sino alojamiento de calidad.

Los análisis sobre el consumidor de la década de los noventa lo describen como exigente, con sólida formación cultural que busca en los productos que adquiere salud, servicio, seguridad y prestigio. Sus exigencias desde la gastronomía al paisaje son mayores y la calidad de su tiempo libre es primordial.

El alto nivel de vida europeo exigen una oferta a la altura de las circunstancias. Aeropuertos co-

lapsados, carreteras congestionadas, son los primeros datos que provocan que el turista europeo cambie el destino de sus maletas. Hoteles de baja calidad y pésimo servicio o las urbanizaciones y apartamentos mal acondicionados hacen que el viajero no repita experiencia ni a bajo precio. Ruidos, calles y playas sucias e inseguridad hacen de las vacaciones pesadilla.

YA NO SOMOS BARATOS

España ya no es país barato, ha dejado de ser esa pensión de estudiantes que poníamos de ejemplo, donde los errores del servicio se suplían con una sonrisa. Ahora nuestro país miembro destacado de la Comunidad Europea debe ser consciente de que los tiempos han cambiado, y también nuestros viajeros, debemos transformar nuestra oferta, adecuada al fin de siglo.

La tarea no es fácil y considero que no debe hacerse de forma radical, la oferta de sol y playa continuará siendo el eje principal de nuestro turismo, pero España tiene la posibilidad de ofrecer mucho más, completando un producto turístico que sería único en el mundo. El reto es importante y la victoria posible. Permitirá que abramos orgullosos las puertas de nuestro país (aeropuertos, estaciones, carreteras) a millones de viajeros que cuando se marchen, se marchen pensando en volver. Así podremos mantener y mejorar nuestra posición de líderes del sector, respondiendo con imaginación y calidad a las demandas que los próximos años nos van a exigir.

