

# De Fitur a Qatar de la mano del Rey

{ POLÍTICAS DE BABEL }



José Manuel Estévez-Saa

DURANTE un par de días pude comprobar in situ cómo Madrid se convertía un año más y gracias a Fitur 2012 en el gran referente turístico mundial. Lo que más valoro de este tipo de eventos son los debates paralelos que surgen y le permiten a presidentes como Mariano Rajoy o Alberto Núñez Feijóo, allí presentes, hacerse una idea de por donde van las tendencias y el futuro del sector. Merece especial mención el VI Foro de Liderazgo Turístico celebrado un día antes de la Feria. El Rey acertó en su discurso de clausura. Don Juan

Carlos habló de aumentar la "competitividad", de "internacionalizarnos", de "preservar el medioambiente", y de no dejarse engañar por el reciente auge del turismo, motivado, en parte, por una serie de "factores coyunturales y exógenos". Atina nuestro Monarca. No sólo porque sus palabras concuerdan con las "condiciones medioambientales" y el trabajo para no "quedarse desfasados" que apunta Fernando Conte, presidente de Exceltur, o con la idea de "potenciar la competitividad" que enfatiza Sebastián Escarrer, expresidente de la misma asociación, sino porque es sabido que la inestabilidad en el norte de África, la visita del Papa y las revueltas griegas han hecho que nuestros números sonrían (en 2011 tuvimos el mejor agosto desde 1995). Pero esta bonanza es pasajera (incluso para Turquía), y la crisis económica, al contrario, tristemente duradera. El propio euro ha facilitado en la última década el in-

tercambio turístico humano y de servicios dentro de una Europa cuya moneda y solvencia ahora se tambalean. Por ello necesitamos ser prudentes, reconocer la competencia sudamericana y asiática en este momento, y prevenir la africana cuando llegue el verano árabe (en Fitur la presencia de África aumentó este año un 24 por ciento).

Debemos viajar, salir al extranjero, empaparnos de otras culturas y países, estudiar sus necesidades y demandas, sus gustos y apetencias, para ser capaces de adaptar nuestra oferta a ese mercado internacional boyante y emergente. Observar, anotar e implementar aquí lo que se hace allí. Fijémonos que en este momento el propio Gobierno egipcio busca turistas en China y Brasil, como reconoce el ministro del sector, Munir Fajri Abdelnur, al tiempo que islamistas y salafistas se ponen de acuerdo en torno al consumo de alcohol, o al uso del bikini.

**Precisamos ser prudentes, reconocer la competencia sudamericana y asiática actual y prevenir la africana**

Calidad, limpieza y cultura son sus bazas, y no las disimulan. Pero vayamos más allá y repararemos en el próspero emirato de Qatar, para el que el gas y el petróleo ya no son suficientes. Su ambicioso plan National Vision 2030, en marcha desde 2011, tiene el turismo como objetivo prioritario para atraer inversores e impulsar la pequeña y mediana empresa local. Tecnología, conocimiento, contención de precios, facilidades para las comunicaciones y el transporte, etc., buscan promocionar su nueva Ciudad de la Educación y un turismo de calidad basado en los congresos, los foros culturales y los viajes de negocios. En definitiva, como ya dijo Unamuno, renovarse o morir.

[www.josemanuelestevezsaa.com](http://www.josemanuelestevezsaa.com)