

En el turismo el camino es la inversión



Gabriel Escarrer

Hace unos días presentábamos los resultados de la segunda edición del Estudio SolyTUR, un análisis de los condicionantes competitivos de los 20 destinos más importantes del sol y playa español. Un día y un informe dedicados a poner en valor el turismo de sol y playa, ese gran generador de prosperidad para la sociedad española que no es suficientemente conocido y reconocido, pero que en 2024 aportó 133 mil millones a la sociedad española (el 64,1% del PIB turístico). Una jornada que esperamos se recuerde como la que sirvió para impulsar un anhelo compartido y defendido por Exceltur desde hace tiempo: la puesta en marcha de una estrategia-país dirigida a la regeneración de los destinos del sol y playa. Una hoja de ruta que alumbre una nueva cultura de trabajo basada en el fomento de la inversión en rehabilitación y la renovación de las edificaciones y servicios existentes, mejorando las infraestructuras, sin necesidad de incrementar el volumen de turistas, pero sí cualificándolos y distribuyéndolos mejor por territorios y momentos del tiempo.

Somos conscientes de que estos lugares emblemáticos de la oferta turística española se enfrentan a múltiples y complejos retos; entre ellos, muchos reproches por problemas que se achacan al turismo pero que tienen un alcance transversal y global. Porque no son solo los destinos turísticos los que se enfrentan a la necesidad de gestionar el crecimiento de la población, los problemas de acceso a la vivienda, el descontrol por la conversión del parque residencial en alojamientos turísticos, el encarecimiento de los niveles de vida por la inflación, la sobrecarga de las infraestructuras debido a la presión humana, la banalización y pérdida de dinamismo del comercio de proximidad o la transformación de elementos de la identidad social.

Lo que sí tenemos claro es que el turismo debe ser un contribuyente activo para la superación con éxito de estos desafíos, a pesar de que muchos de ellos trascienden como vemos a nuestra actividad. En este empeño, el camino recorrido en los últimos años nos muestra cómo es posible generar una mayor aportación de valor a la sociedad española, a través del impulso a la inversión transformadora. Las cifras de la dinámica seguida por los destinos del litoral español desde 2019 hasta 2024 iluminan este camino. Muchos de los hoteles de los 728 municipios que componen nuestra oferta de "sol y playa", sobre los que el INE publica una información excelente, han experimentado un profundo reposicionamiento de producto, aumentando en 60.000 las plazas de cuatro y cinco estrellas, sin incrementar apenas el total neto de plazas (con apenas 3.000 más cerramos 2024 respecto a 2019), lo que ha permitido mejorar un 37% los ingresos, con apenas un 2,4% más de clientes.

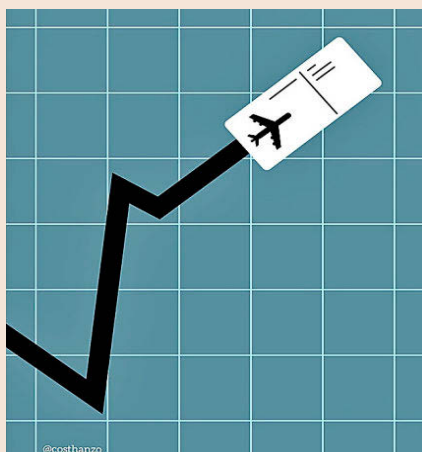
Este modelo basado en más y mejores servicios, sin incrementar capacidades, ha impulsado la generación de un 14,4% más de empleo, con un 46,8% más de contratación indefinida, hasta alcanzar una tasa del 91% de estabilidad en los contratos, y afrontando en cada inversión en rehabili-

tación el deber de reducir nuestra huella ambiental. Un "círculo virtuoso" que se ha extendido por toda la cadena de empresas, tanto en el ámbito del transporte, como del ocio y la restauración.

Generación de valor

Esta senda de generación de valor a través de la inversión transformadora, es la que proponemos a las administraciones públicas. Una inversión que resuelva los *gaps* de infraestructuras existentes para facilitar la movilidad humana y sostenible, gestionar el agua y los residuos de una población creciente y respondiendo a las necesidades de vivienda de los residentes, y una acción legislativa y de control que impida la conversión de más viviendas en alojamientos turísticos y que incorpore los medios para luchar contra la oferta ilegal (no solo alojativa, sino de taxis piratas, fiestas clandestinas, guías sin los estudios requeridos...) que tanto daño infringe al tejido social, ayudando también a ordenar y a gestionar adecuadamente los flujos turísticos en los destinos.

A esta aspiración la hemos llamado Plan Turismo Litoral 2030. Un plan que, sin duda, debe contar con los voluntariosos municipios que, con



apenas 2,4 millones de euros de media para invertir en 2024, tratan de darlo mejor de ellos mismos en este empeño, pero que debe involucrar necesariamente el liderazgo de sus gobiernos autonómicos y especialmente del Gobierno de España.

Desde Exceltur vemos con preocupación las cada vez más recurrentes y generalizadas propuestas de solución improvisadas de algunas administraciones públicas, que nos restan competitividad y no responden, ni a la complejidad de los problemas subyacentes, ni a la eficacia esperada en su aplicación. Si el camino es, como se ha demostrado, la inversión transformadora que pueda generar un turismo de mayor aportación de valor a medio y largo plazo, que responda a la vez a los crecientes retos sociales, la opción de imponer al sector más impuestos y nuevas limitaciones poco reflexionadas y menos justificadas no es, ni debe ser nunca, presentada como una alternativa.

En estos momentos en que nuestra industria turística reafirma su papel fundamental en la fortaleza y resiliencia del crecimiento económico español, reclamamos más que nunca la necesidad de recuperar el rigor en el diagnóstico, la profesionalidad en el diseño y aplicación de las medidas y el necesario diálogo con las empresas.

Presidente de Meliá y de Exceltur