



España, un país

competitivo, pero con deberes

El Foro Económico Mundial elige nuestro país como el quinto mejor por sus infraestructuras turísticas, recursos culturales y prioridad del turismo en las medidas gubernamentales, pero también señala como mejorables la protección y la calidad del medio ambiente rural, entre otros aspectos.

España es el quinto país del mundo más competitivo en términos turísticos. Así lo recoge el informe *Travel & Tourism Competitiveness Report 2008*, elaborado por la consultora de estrategia y tecnología Booz Allen Hamilton y el Foro Económico Mundial. La creciente inversión destinada a infraestructuras, así como una mayor concienciación ecológica, nos han situado en este privilegiado puesto entre 130 países. Frente a este halago turístico que, según los expertos no debe llevarnos a la autocomplacencia, este análisis recomienda que la Administración Pública española mejore los altos precios turísticos, los relativamente bajos niveles de seguridad y la falta de un planteamiento claro respecto a la protección del medio ambiente.

Este anuario de competitividad turística lo encabeza Suiza por segundo año consecutivo, seguido de Austria y Alemania. En él nuestro país escala diez posiciones respecto al ranking del primer informe de 2007, lo que le confiere el liderazgo en el ascenso de los países mediterráneos, seguido por Portugal, que asciende siete posiciones, y a gran distancia de Grecia e Italia, aunque suban cinco puestos. “Es un cambio a mejor de la imagen de nuestro país”, según Sebastián Escarrer Jaume, co vicepresidente y consejero delegado de Sol Meliá. “Que España aparezca por delante de Francia y EE UU hace pensar que nuestro país mantiene un grado de competitividad importante, con un gran volumen de viajeros; cantidad y calidad, en definitiva”, añade Escarrer.

El informe de la competitividad turística, centrado en el equilibrio entre el desarrollo económico y la sostenibilidad del medio ambiente, analiza tres bloques para realizar >

Ranking competitivo
Según el informe 2008 del Foro Económico Mundial, los diez primeros países son Suiza, Austria, Alemania, Australia, España, Reino Unido, Estados Unidos, Suecia, Canadá y Francia.

Los hoteles puntúan alto

En el apartado de infraestructuras turísticas, uno de los puntos fuertes de España, también se engloba la cifra de habitaciones turísticas, que nos sitúan en el puesto número ocho. Aun así, José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur, advierte sobre el hecho de que los indicadores que se toman en consideración son de tipo cuantitativo más que cualitativo. “En términos de competitividad, España ostenta un fuerte apoyo en este informe; afirmación que es cierta en el nivel de infraestructuras que, sin duda, son un elemento competitivo diferencial de primera magnitud respecto a otros muchos países del mundo. Pero habría que valorar si en alguno de los destinos en los que suma el apartado de los hoteles, éstos son todo lo competitivos que pueden ser para las demandas de los nuevos consumidores”.



Los más sobresalientes

Suiza, Austria, Alemania y Australia ostentan, en este orden, los entornos más atractivos para el desarrollo de la industria turística. Suiza es rica en recursos culturales y naturales y aplica una estricta ley medioambiental centrada en el desarrollo de la sostenibilidad en el sector turístico. Su extrema calidad en las infraestructuras ofrece al visitante un país cómodo y accesible reforzado por elevados niveles de salvamento y seguridad. Austria está considerado un país muy abierto y respetuoso con los turistas. Su infraestructura turística es sobresaliente y ofrece grandes facilidades en alquiler de vehículos y hoteles. Alemania es el segundo país en cifras de exhibiciones y ferias. Su infraestructura se sitúa entre las tres mejores del mundo por la calidad de su transporte terrestre y aéreo. Ostenta mejor nota que Suiza y Austria en la aplicación de normativas que afectan a la industria turística. Australia está muy bien considerada por su rigor en la aplicación de sus leyes medioambientales. Su competitividad se justifica por su sistema de transportes aéreo para cubrir largas distancias y su infraestructura turística. Se beneficia de la implicación de sus gobiernos en el turismo y sus efectivas campañas de marketing.

► una ponderación global del país. Respecto a normas y reglamentos turísticos, España se sitúa globalmente en el puesto 28; alcanza la quinta posición en el apartado de gestión del medio ambiente e infraestructuras, y los recursos humanos, culturales y naturales otorgan a nuestro país el cuarto puesto.

Este análisis persigue “medir los factores de atractivo para desarrollar la industria de viajes y turismo de los distintos países. El mejor clasificado demuestra la importancia de las empresas de soporte y los marcos normativos, junto con el transporte, la infraestructura turística y la insistencia en el fomento de los recursos humanos y naturales”, afirma Jennifer Blanke, economista de la Red Mundial de la Competitividad del Foro Económico Mundial.

Inversión en infraestructuras

En detalle, el Índice de Competitividad Turística creado por el Foro Mundial se mide en función de 14 pilares. España destaca en infraestructuras turísticas, recursos humanos, salud e higiene, priorización en los viajes y el turismo, sostenibilidad medioambiental y recursos culturales y naturales. En esta valoración, España cuenta con 15 ventajas frente a 56 desventajas competitivas.

En el apartado de infraestructuras turísticas se han incluido tres consideraciones que justifican el quinto puesto alcanzado en este índice de competitividad mundial. Así, ostentamos el primer puesto del ranking mundial en lo que se refiere a presencia de compañías de alquiler de co-

ches, así como de establecimientos en los que se acepta la tarjeta Visa.

Otro de los aspectos en los que España puntúa alto son las infraestructuras aeroportuarias. La inversión que ha realizado el Ministerio de Fomento con la apertura de la Terminal 4 en Barajas y la próxima inauguración de la Terminal Sur en Barcelona son algunas de las mejoras que han elevado la competitividad turística española. Dentro de este capítulo, ocupamos el séptimo puesto en disponibilidad de plazas aéreas, así como en número de aerolíneas que operan en nuestro país. También se ha valorado la red aérea internacional (puesto 16), la calidad del transporte aéreo (25), la cifra de despegues por cada 1.000 habitantes (26) y la densidad aeroportuaria (50). Paralelamente, este análisis mundial destaca que España se encuentra inmersa en un “ambicioso programa de inversión” en líneas ferroviarias de alta velocidad.

A este respecto, Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT), señala que en este informe “se está premiando las infraestructuras que se han hecho en aeropuertos, carreteras, hospitales y aviones. España está mejorando muchísimo y ese esfuerzo se está notando. El desarrollo de las infraestructuras aeroportuarias y de carreteras ayuda mucho al desarrollo de otras zonas turísticas españolas”.

Salud e higiene es otro de los pilares favorables en dos subapartados en los que logra el primer puesto: la intro-

Prioridad del turismo

España se sitúa entre los 25 mejores países en gestión turística y efectividad de su imagen de marca.

Índice de Competitividad Turística de España

Puntuación (del 1 al 7)						Puesto en el ranking (de 130)
1	2	3	4	5	6	
Marco legal						▶ 28
				5,2		
				4,4		56
				5,0		33
				5,1		58
				5,9		32
				5,8		6
Infraestructuras y negocio						▶ 5
				5,3		
				5,3		8
				5,5		16
				7,0		1
				4,4		28
				4,3		88
Recursos humanos, naturales y culturales						▶ 4
				5,3		
				5,3		31
				5,2		33
				5,5		36
				5,0		46
				4,2		32
				6,8		1

Fuente: Informe de Competitividad Turística 2008. Foro Económico Mundial.

ducción de mejoras en el sistema sanitario y la calidad del agua potable.

En lo que concierne a la priorización de viajes y turismo, el informe señala que España ocupa el primer puesto en atención a asuntos de viajes y turismo y se sitúa entre los 25 mejores en gestión y gasto del Gobierno en la industria turística y efectividad del marketing y la marca Turespaña. Estalella disiente de esta valoración en términos globales: “Una de las principales demandas de CEHAT es que en nuestro país el turismo sea lo más importante. Nosotros lo sabemos, pero viendo la forma en la que se trata a los extranjeros en algunas zonas de España, imponiendo tasas para los turistas y prohibiendo el aparcamiento en determinadas zonas, creo que la sociedad española y la Administración no están lo suficientemente concienciadas de la importancia que tiene el turismo”. El vicepresidente de Sol Meliá, en cambio, cree que “nuestra buena receptividad hacia los visitantes es característica del destino España”.

España está muy bien valorada en el apartado de recursos culturales y naturales; destaca su segundo puesto en número

Las infraestructuras turísticas, sobre todo de transporte y alojamiento, justifican el quinto puesto alcanzado en el índice de competitividad

Desventajas por superar

Los empresarios turísticos consultados alertan de una necesaria modernización de algunos destinos de sol y playa para seguir siendo competitivos.

de emplazamientos culturales Patrimonio de la Humanidad, el tercero en cantidad de exposiciones y actividades internacionales y la séptima posición por número de zonas naturales Patrimonio de la Humanidad, a gran distancia de la valoración que recibe el mantenimiento de las zonas declaradas de especial protección (71) y la calidad del medio ambiente natural (72).

En relación con la sostenibilidad del medio ambiente, España ocupa el primer puesto en la ratificación del Protocolo de Kioto. Aunque nuestro país fue el primero en firmarlo, esto nos costará 19.213 millones de euros hasta 2012 en concepto de costes de emisión, según un estudio de la consultora PriceWaterhouseCoopers, ya que el Protocolo fija las emisiones de CO2 permitidas hasta 2012 en sólo un 15% más que en 1990. Se estima que en 2010 se habrá alcanzado un 66% de exceso de emisiones. Además, España suspende en tratamiento de especies amenazadas, emisiones de dióxido de carbono, importancia de la sostenibilidad en el desarrollo de la industria de viajes y turismo y cumplimiento de las regulaciones medioambientales.

Por otra parte, los factores de recursos humanos mejor valorados son las matriculaciones en educación secundaria y la esperanza de vida. No obstante, en el resto de aspectos de este apartado España cuenta con desventajas competitivas. Así, ostentamos el puesto 114 en prácticas de salvamento y extinción de incendios, prevalencia de VIH (83), calidad del sistema nacional de educación (52) y posibilidades de formación profesional (50).

Oportunidades de mejora

Entre las desventajas competitivas, que suman más de 50, el Foro Económico Mundial identifica “claras oportunidades de mejora” en el precio de las habitaciones (55), los niveles de seguridad (54), la gestión de los costes que se derivan del crimen y la violencia (54), la gestión que representa el terrorismo (107), los accidentes de carretera (99), la fiabilidad de los servicios policiales (22) y, sobre todo, la falta de un planteamiento claro respecto a la protección del medio ambiente.

“Sabemos que nuestro país está orientado y preparado para el turismo, en número de alojamientos y rutas culturales, —explica Sebastián Escarrer— pero España puede perder fácilmente este liderazgo debido a la obsolescencia de gran parte de nuestra oferta: zonas saturadas, excesivamente estacionalizadas o centradas en sol y playa”.

En términos globales, el vicepresidente de Exceltur señaló que este informe no exime de que, “en un análisis más ajustado, sigamos teniendo bastantes asignaturas pendientes en el turismo de sol y playa. Dentro de este promedio, España sigue manteniendo un gran atractivo turístico, pero esto no minimiza el que haya distintos destinos españoles de sol y playa que tengan una competitividad más baja y que tengan que hacer importantes deberes para acercarse a esta posición”.

Para Estalella, España debería superar a Alemania a tenor del comportamiento de este turismo en su propio país y critica la ponderación de este índice en aspectos como medidas de seguridad e higiene, así como en la relación calidad precio de los servicios. “Según constatan los clientes, somos el segundo país más visitado y con más ingresos; si tuviéramos un mal precio no tendríamos esa cifra de visitantes”. □