

# Los olvidados

**PAUL DE VILLIERS** \_ Director General de Amadeus España

**Durante la pasada campaña electoral**, cada uno de los debates televisivos entre los candidatos de los dos principales partidos políticos superó los 12 millones de espectadores, batieron registros de audiencia y tuvieron, a juicio de los expertos, una importancia decisiva en el resultado arrojado por las urnas.

Los debates se estructuraron en cinco bloques temáticos –economía y empleo, política exterior, seguridad, política institucional y retos del futuro– con el objetivo de que los electores pudieran tener el diagnóstico completo de la situación del país y conocer las propuestas de futuro que realizaban los aspirantes en cada una de estas materias.

pagos española, con un saldo positivo de más de 27.000 millones de euros. A esto hay que añadir que casi dos millones de personas viven directamente de su actividad en nuestro país –el 10% de los empleados– y que muchos otros españoles lo hacen de manera indirecta. Además, en un momento en que el ladrillo parece haber entrado definitivamente en recesión, parte de los trabajadores que se vean forzados a abandonar la construcción buscarán empleo muy probablemente en el sector terciario, donde el Turismo es el actor principal. Por otra parte, nuestras empresas turísticas ya no sólo miran al visitante dentro de nuestras fronteras, sino que han evolucionado y tienen cada

## Resulta paradójica la ausencia del Turismo, locomotora económica de cuya bonanza debe depender, en buena medida, la salud del conjunto de España, en los discursos de los candidatos a presidir el país

Era de esperar que, como segunda industria española por aportación al PIB, el Turismo tuviera un papel destacado tanto en el análisis como en los proyectos de cada uno de los partidos para la legislatura que ahora comienza. Sin embargo, se quedó fuera del debate y no se realizó siquiera una alusión escueta a nuestra realidad turística en ninguno de los diferentes bloques.

Es cierto que el tiempo en televisión es limitado y que fueron muchos los sectores excluidos del orden del día, pero esta ausencia resulta especialmente llamativa si se tiene en cuenta que España es la segunda potencia en el ranking de Turismo mundial. ¿Acaso alguien imagina que los candidatos a presidir los gobiernos alemán o japonés no realizasen siquiera una mención a la industria automovilística de su país al debatir sobre su economía o sus retos de futuro?

No hay que perder de vista que el Turismo es hoy el sector que más dinero aporta a la balanza de

vez más peso en el panorama internacional. Así, cadenas hoteleras, aerolíneas, agencias de viajes o proveedores tecnológicos ganan peso año a año en los más importantes mercados internacionales, a los que exportamos directivos y modelos de éxito.

**La falta de referencias turísticas** de los candidatos adquiere una mayor trascendencia al ser éste un momento crucial para nuestra industria. Por una parte, porque la OMT acaba de hacer públicas unas previsiones que elevan la llegada de turismo extranjero una media del 5% anual en los próximos veinte años, con lo que España recibiría 75 millones de turistas en 2020, casi 20 millones más de los que nos visitaron el año pasado.

Por otra, porque para poder hacer frente a ese futuro, es necesario afrontar de manera urgente una serie de problemas estructurales que amenazan la sostenibilidad del modelo turístico español. De hecho, pocas semanas antes de los debates, en uno



de los principales foros celebrados en nuestro país, los directores de las campañas de los dos partidos principales se referían abiertamente al Turismo como una de sus prioridades, uno de los asuntos de estado a los que se debía prestar especial atención durante la legislatura.

**En este entorno, el mismo Turismo** en que España basó su despegue económico en pasadas décadas es visto otra vez como la locomotora económica de cuya bonanza debe depender en gran medida la salud del conjunto de España; y por ello resulta paradójica su ausencia tanto en los discursos de los candidatos a presidir España como en los de los máximos responsables económicos de socialistas y populares.

A través de iniciativas como Turismo 2020, se pone de manifiesto que tanto las instituciones como las empresas privadas somos conscientes del papel crucial que tiene el Turismo en la fortaleza de la economía española. Pero todos sabemos también que es necesario cuidar esta gallina de los huevos de oro para que pueda sobrevivir, y realizar las reformas estructurales necesarias para afrontar los retos que ya se le presentan.

Por eso no hubiera estado de más que el Turismo hubiera formado parte de los debates políticos de los candidatos. No sólo porque afecta de manera concreta a la gran familia turística española, sino porque nos incumbe a todos.