

ENTREVISTA

Reyes Maroto

“ESTA CRISIS INÉDITA QUE ESTÁ ATRAVESANDO EL SECTOR VA A ACELERAR TRANSFORMACIONES QUE SON INAPLAZABLES”



Seguridad, divisa estable, infraestructuras físicas, sanitarias y administrativas, tolerancia y respeto al diferente, la hospitalidad de nuestras gentes, la dedicación de los trabajadores del sector turístico, hotelero y del comercio... ¿Qué hace a España tan especial como receptor de turismo?

Sin duda todos esos atributos que usted ha citado y otros como nuestra excelente oferta de productos –recursos naturales, culturales y patrimoniales, gastronomía, ocio, playas y paisajes, etc.– nos sitúan en una posición de ventaja competitiva frente a otros competidores. Desde el año 2015, el World Economic Forum viene reconociendo a España como el país más competitivo del mundo en turismo y estamos decididos a seguir mejorando nuestro modelo y nuestra oferta para mantener esa posición de liderazgo. A pesar del impacto que la pandemia de la Covid-19 está teniendo sobre la movilidad internacional, las ganas de viajar a España se mantienen. Recientemente, la European Travel Commission publicaba una encuesta sobre la predisposición de los europeos a viajar en tiempos de la Covid-19 y el destino preferido por los encuestados era España.

El sector del turismo es uno de los pilares tradicionales del crecimiento y creación de empleo de nuestro país. Resulta reiterado el análisis de la necesidad de evolucionar desde el viejo sol y playa a un sector con mayor valor añadido, que recoja nuestra riqueza no solo climática sino también gastronómica, histórica, cultural, en definitiva, el atractivo que la diversidad de España puede tener para el turista de calidad y poder adquisitivo. La actual pandemia, que obliga a reinventarse al sector,

¿puede ser el catalizador que necesitamos para esta transformación?, cómo tiene previsto su ministerio colaborar en esta necesaria transformación?

La lección que podemos extraer de esta pandemia es que toda crisis puede ser también una oportunidad. Y puede serlo porque esta crisis inédita que está atravesando el sector va a acelerar transformaciones que son inaplazables, como diversificar más nuestra oferta generando nuevos productos o mejorando los existentes, o avanzar en la desestacionalización de los flujos turísticos para descongestionar ciertos destinos, sobre todo en el periodo estival. Desde el Ministerio queremos contribuir a avanzar en la modernización y competitividad del sector turístico y vamos a movilizar en los próximos tres años 3.400 millones de inversión pública. Las principales líneas de actuación se centrarán en desarrollar nuevos productos para diversificar más nuestra oferta, dinamizar el turismo en la España rural y de interior, invertir en recuperación de patrimonio para uso turístico, modernizar nuestros destinos pioneros y hacer una apuesta decidida por la digitalización y la inteligencia turística con el doble objetivo de conocer cada vez mejor el perfil del turista al que buscamos atraer y estar preparados para satisfacer sus exigentes expectativas, ofreciéndole el tipo de servicios y experiencias que demanda o necesita.

Otro riesgo para el Turismo español se deriva de la salida del Reino Unido de la Unión Europea. ¿Cómo pretende el Ministerio ayudar al sector a superar este reto?

Reino Unido es uno de nuestros principales mercados emisores y como tal estamos trabajando para que su salida de la Unión Europea tenga el menor impacto posible en la llegada de visitantes británicos a nuestro país.

Hemos hablado de la dedicación de los trabajadores y empresas del sector, ¿cuál es la situación comparativa del sistema educativo español con respecto a la formación necesaria para el turismo, la hostelería, e incluso el comercio?

La formación es una asignatura pendiente en estos sectores, aunque se ha mejorado en los últimos años. En este ámbito desde el Ministerio en colaboración con otros departamentos queremos ser también proactivos. En el Plan de Impulso del sector turístico presentamos un paquete de medidas para mejorar la formación de los trabajadores del sector. Me gustaría referirme a dos medidas. La primera es un programa de formación específico para el sector turístico junto con la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE), el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) y los principales interlocutores sociales (asociaciones profesionales del sector y sindicatos) que abordará una doble necesidad en lo referente a formación en competencias prospectivas (promoción, captación de clientes o la gestión de reservas) y en competencias tradicionales (liderazgo, hospitalidad o calidad de servicio). 70.000 trabajadores y trabajadoras del sector turístico, así como sus empresas empleadoras se beneficiarán de esta medida.

En segundo lugar, vamos a desarrollar una Tarjeta de Competencias Profesionales en Hostelería y Turismo (TPHT) para las personas ocupadas en el sector para avanzar en la extensión de los procesos de acreditación y reconocimiento de las competencias profesionales de sus trabajadores y trabajadoras.

Ministra, los datos de entrada de turistas por origen tradicionalmente han mostrado una cierta dependencia de los turistas europeos en general, particularmente los procedentes de Francia, Reino Unido y Alemania, con relativo poco peso del turista estadounidense y muy poco de turistas de otras regiones como pueden ser Asia o países árabes, por citar dos destinos emisores con cierta pujanza. ¿Interesan estos países emisores? ¿Qué planes tiene el Ministerio al respecto?

La diversificación de nuestros mercados emisores de turistas internacionales es una prioridad en la agenda y en los últimos dos años hemos intensificado tanto las acciones de promoción como las visitas a países de Asia, países árabes, pero también EE. UU. o África donde hay mayor capacidad de crecimiento de los flujos tu-

rísticos. El incremento de estos flujos depende mucho de la conectividad aérea, en la que también estamos trabajando. A principios de 2021 está previsto que se termine de elaborar el Plan Estratégico de Promoción 2021-2024 que debe guiar la acción de Turespaña. Pero le puedo adelantar que vamos a basar la promoción turística en la diversificación geográfica de nuestros mercados según la evolución de la pandemia y de la apertura de fronteras, intensificando la presencia de España en aquellos países en los que exista libre circulación viajera y, manteniendo el contacto con los potenciales viajeros en el resto de países en los que todavía no se pueda viajar.

¿El Turismo español se beneficia de Marca España, o se construye Marca España a partir del Turismo?

Pues una cosa y la otra. Nuestra diversidad territorial es uno de nuestros principales atractivos, pero en el extranjero nuestros destinos, se sitúen donde se sitúen, se asocian a España. Con esto quiero decir que Marca España es útil a la hora de vender fuera nuestros destinos, una labor a la que contribuyen de manera muy notable nuestra red de 33 Consejerías de turismo en el exterior, que demuestran la potencia turística que somos y que están a disposición de nuestras Comunidades Autónomas. Al mismo

tiempo, el turismo va generando también nuestra marca país, porque aún en muchos de nuestros principales mercados emisores los mejores embajadores que podemos tener son los turistas que nos han visitado, muchos de los cuales repiten y que, con el boca a boca, recomiendan a los suyos España como destino.

Acabamos nuestros encuentros pidiendo a los entrevistados un esfuerzo de imaginación. ¿Cómo ve la sociedad española dentro de 20 años? Denos un temor, una prioridad y un deseo para España.

En estos momentos nuestra prioridad es proteger nuestro tejido productivo, sostener a nuestras empresas turísticas y a su valioso capital humano para contar con una base sólida que contribuya a la recuperación del turismo cuando se recupere la movilidad. Y otra prioridad es que España siga siendo el país más competitivo del mundo en términos turísticos y para ello tenemos que modernizar nuestro modelo turístico.

Nuestro temor es que se alargue la incertidumbre sobre el reinicio de los viajes internacionales.

Nuestro deseo para España y para el mundo ya se ha cumplido: la llegada de una vacuna contra el coronavirus. ●

Juan J. de Lucio

MARÍA REYES MAROTO ILLERA

Ministra de Industria, Comercio y Turismo.

Licenciada en Ciencias Económicas por la Universidad de Valladolid. Máster en Economía y Finanzas por el Centro de Estudios Monetarios y Financieros (CEMFI) y Máster en Evaluación Sanitaria y Acceso al Mercado por la Universidad Carlos III de Madrid.

Profesora asociada del Departamento de Economía de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) y Miembro del Instituto de Estudios de Género de la UC3M. Secretaria del Área de Desarrollo Sostenible del PSOE-M y patrona de la Fundación Pablo Iglesias.

Hasta junio de 2016 diputada en la Asamblea de Madrid por el Grupo Parlamentario Socialista en la X legislatura, en las funciones de Portavoz en la Comisión de Presupuestos, Economía, Hacienda y Empleo. Asesora de la Agrupación de Eurodiputados socialistas y coordinadora de la Secretaría de Empleo del CEF-PSOE.

Ayudante de investigación en la Fundación de Estudios de Economía Aplicada (FEDEA) entre 1998-2003, directora de Proyectos en Asistencia Técnica QUASAR entre 2003-2005, responsable de Proyectos del Área de Economía Aplicada y Territorial en Consultores de Administraciones Públicas (Grupo AFI) en 2005-2010 y responsable del Área de Economía, Sostenibilidad y Bienestar en la Fundación IDEAS en 2011-2013.

Tiene numerosas publicaciones en revistas científicas y ha participado en seminarios y jornadas académicas y científicas, entre otras áreas, en las relacionadas con la transición del modelo productivo, el mercado laboral y la igualdad de género.