



**Isabel Borrego Cortés,  
Secretaria de Estado de Turismo**

**Licenciada en Derecho por la Universidad de les Illes Balears y Máster en Derecho de la Construcción y del Sector Inmobiliario, Isabel Borrego ha sido vicepresidenta del Instituto Balear de la Vivienda y asesora en materia de urbanismo de la Consejera de Medio Ambiente, Vivienda y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid. Fue elegida diputada nacional en el Congreso de los Diputados por la circunscripción de Islas Baleares, aunque la designación como secretaria de Estado de Turismo, le impide ocupar acta de diputado.**

## “Estamos viviendo una etapa histórica y extraordinaria en lo que al turismo internacional se refiere”

### ¿Cómo se siente dirigiendo las políticas turísticas de nuestro país?

Me inspira una profunda responsabilidad y está siendo para mí un verdadero honor, sobre todo porque se están viendo los frutos del duro trabajo realizado por el sector privado y por el resto de las administraciones públicas, pero todos bajo el paraguas del Estado.

Llegamos al Gobierno en momentos muy difíciles y, si me lo permite, la necesidad nos ha unido y ha permitido que salgan adelante medidas, reformas y acciones que han sido demandas durante mucho tiempo.

### A pesar de la crisis, el turismo receptivo va bien. ¿Nos puede hacer una valoración de este 2014?

Sin duda, estamos viviendo una etapa histórica y extraordinaria en lo que al turismo internacional se refiere. Las cifras de 2014 vuelven a ser récord después de haber vivido un 2013 también sin precedentes.

Pero si me permite la noticia que más nos alegra es la progresiva recuperación del turismo nacional, el que realizamos los españoles y que ha estado debilitado estos últimos años como consecuencia de la crisis económica.

Ahora, ya desde hace varios meses, en base a datos de pernoctaciones hoteleras y extra hoteleras, pasajeros de avión, de tren, etc. comprobamos una mejoría neta.

De ahí que tengamos muchas esperanzas puestas tanto en la demanda internacional como en la nacional para este próximo 2015.

### ¿Nos estamos beneficiando de la inestabilidad de los tradicionales competidores mediterráneos?

Es innegable que, en 2011, cuando se produjeron los disturbios en los países del "Norte de África" en la llamada "Primavera Árabe", España recibió un número de turistas desviados por estos sucesos. Sin embargo, le diré que fuimos capaces de fidelizarlos y esa es la gran noticia ya que, las cosas se han ido calmando, estos países han vuelto a la senda del crecimiento en el número de turistas y nosotros, como sabe, también estamos creciendo.

Por lo tanto, pudo ser un desvío circunstancial y, en todo caso, España se alegra de la recuperación de estos países ya que no es ni mucho menos nuestro objetivo crecer en base al mal ajeno.

### En los últimos años se ha puesto en cuestión el sol y playa, pero gracias al sol y playa podemos alcanzar las cifras en las que estamos. ¿Hacia dónde debemos encaminar las políticas turísticas? ¿Tenemos un país equilibrado turísticamente?

Tres de cada cuatro turistas internacionales que llegan a nuestro país lo hacen atraídos por nuestro sol y por nuestras playas. Sin embargo, España es uno de los pocos países del mundo que puede atraer turistas los 365 días del año. España dispone de una enorme variedad de productos que mejoran la competitividad como destino turístico; refuerzan



“España es uno de los pocos países del mundo que puede atraer turistas los 365 días del año.”

nuestra imagen de calidad y de excelencia, y favorecen la desestacionalización del turismo.

El Gobierno de España afrontó este reto al considerar el Turismo una oportunidad para la diversificación geográfica, y sobre todo un eje de desarrollo y de dinamización para muchos municipios y destinos.

Los turistas que nos visitan lo hacen cada vez con motivaciones más especializadas, en un ámbito temporal más grande y con el deseo de vivir una experiencia única.

De ahí que nuestro objetivo sea diversificar a diferentes niveles: mercados emisores, territorios, temporadas y productos.

### ¿Cuáles son los productos que recomendaría desarrollar?

Permítame que le destaque dos: El turismo de compras para que el que el gobierno ha realizado un plan específico: el Plan de Turismo de Compras y el Turismo de Salud, producto que hemos conseguido estructurar para poder hacer una promoción más eficaz.

No olvidemos que un turista de salud gasta entre 6 y 10 veces más que un turista vacacional, sus estancias son generalmente más largas y suelen ir acompañados de familiares y amigos.

**La crisis afecta a buena parte del turismo nacional, lo que repercute en el turismo a las zonas y ciudades del interior, que son las que más están sufriendo. Se atisba también una recuperación al respecto.**

Desde el primer momento, este Gobierno tuvo claro que España tiene una enorme diversidad y existen numerosas alternativas al 'Sol y Playa', principalmente aquellas que pasan por la puesta en valor del patrimonio natural y cultural en el medio rural.

Como consecuencia, en febrero de 2014 presentamos el Plan de Promoción de Turismo Rural cuya ejecución es ya del 95%. Hemos conseguido en este año mejorar la estructuración del producto turístico, paliar los desajustes entre oferta y demanda, mejorar el posicionamiento de España e incrementar la demanda internacional, la facilitación de la comercialización del turismo rural y de naturaleza.

Esta labor de diversificación del Ministerio ya está dando sus frutos: mientras que las llegadas de turistas internacionales a España han crecido hasta noviembre un 7,2%, en las comunidades de interior lo han hecho un 15% de media.

### Este 2015 finaliza el Plan Nacional e Integral de Turismo PNIT. ¿Cuáles son las líneas generales y qué valoración hace de su implementación hasta la fecha?

El Gobierno consideró el Turismo desde el primer momento como una prioridad de Estado y se convirtió en una de las principales apuestas de nuestra política.

En esta línea, el primer plan de Gobierno fue el PNIT, Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 convertido en nuestra hoja de ruta ya que se redactó con consenso y con las aportaciones de las comunidades autónomas y del sector privado. Hoy día su ejecución se encuentra al 70%.

Todos coincidimos entonces en que el Turismo era una sector transversal y que, por tanto, todas las administraciones, todos los ministerios, la iniciativa privada y también los ciudadanos estábamos implicados.

De esta forma, numerosas medidas tomadas por otros ministerios han tenido una influencia positiva en el Turismo, entre ellas cabe mencionar la reforma laboral, la modificación de la Ley de Costas, la agilización de los visados (por ejemplo en China, la emisión creció un 30% en 2013)

o la modulación de las tasas aeroportuarias.

Paralelamente, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo afrontó una serie de retos que nos reclamaba la industria para consolidar y asegurar el liderazgo de España en el turismo mundial, para mejorar la rentabilidad del sector y rehabilitar la oferta turística del país.

A día de hoy, los resultados son visibles y, como le decía al principio, la demanda internacional mantiene una tendencia extraordinaria, se recupera la nacional, y el sector turístico está contribuyendo como ningún otro a la recuperación de nuestro país. Los datos de creación de empleo así lo revelan también.

**Seguimos hablando del 2015. Se espera una espectacular bajada del turismo ruso, de entre el 20 al 30%. ¿Cómo se comportarán los otros mercados? Y ¿en qué áreas del mundo incrementarán la promoción?**

Yo no hablaría de una espectacular bajada pero no podemos negar que este 2014 se han producido descensos en la llegada de turistas rusos. La causa principal es la devaluación del rublo, de casi el 40%, y que, en algunos casos, ha encarecido el viaje a nuestro país hasta en 500 euros.

No obstante permítame que le diga que en el año 2011, España recibió 860.000 turistas rusos y en 2014, se ha superado el 1.400.000. Con lo que, no siendo los resultados que esperábamos, el crecimiento de este mercado ha sido exponencial.

Aun así, y dentro de la política de diversificación emprendida por el Gobierno, nos hemos marcado una serie de mercados lejanos o emergentes que por su capacidad emisora de turistas y de gastos nos interesan especialmente.

Así, desde hace ya más de dos meses contamos con un nuevo consejero en Dubai, encargándose de la expansión en los países del Golfo. También dotaremos de mayor presencia en países como Japón, China, Corea, Brasil, Argentina, India, etc.

**Cuando se dice que el turismo va bien, se suele pensar sólo en el receptor. En el caso del emisor, hemos asistido al cierre de miles de agencias de viajes porque por desgracia puede viajar mucha menos gente que hace unos años. ¿Le preocupa dicha situación? ¿Podemos insuflar algo de optimismo al respecto? ¿Cuál es el papel que otorga a las agencias de viajes? ¿Hay que replantear la intermediación turística?**

Efectivamente, es una situación que nos preocupa.

Sin embargo, el sector de las agencias de viaje se está adaptando perfectamente a los profundos cambios que está experimentando la sociedad y a las nuevas tendencias que están cambiando la forma de viajar y de hacer turismo.

---

**“Las agencias de viajes se han convertido en un garante de la calidad y la seguridad del viaje.”**

---

El sector se ha movido hacia la especialización, algo que aporta valor añadido al turista que busca cada vez más un turismo de experiencias que les ofrecen de forma extraordinaria las agencias y operadores. Además, las agencias de viaje se han convertido en un garante de la calidad y de la seguridad en el viaje.

En cuanto al turismo emisor nacional al exterior de España, según la Balanza de Pagos del Banco de España, mantiene un crecimiento continuo desde junio de 2013.

**Como Secretaria de Estado de Turismo le debería pedir que me recomendase donde pasar mis próximas vacaciones, pero usted no puede responderme concretamente ya que se le enfadarían los destinos españoles que no mencionase. Como nuestra revista se llama Mundo Inédito, recomiéndome tres destinos fuera de nuestro país que le hayan llamado especialmente la atención.**

Al revés, sólo puedo recomendar España. Nuestro maravilloso país cuenta con una diversidad de la que muy pocos pueden presumir. Además, tenemos la suerte de que no hace falta que nos desplazemos mucho. Siempre, en todas nuestras regiones, hay un lugar maravilloso que no conocemos y que merece la pena visitar.

**Muchas gracias**



# juntos, sumamos

**AVIBA:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares · **ACAVE:** Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas · **ASAVAL:** Asociación de Agencias de Viajes de Almería · **AAVA:** Asociación de Agencias de Viajes de Aragón · Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Cádiz · Asociación provincial de Agencias de Viajes de Córdoba · Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Jaén · **AAVFG:** Asociación de Agencias de Viajes de Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote · Asociación de Agencias de Viajes de Melilla · **AMAV:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Murcia · **AAVOT:** Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria · **AEDAV Andalucía:** Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía · **AEVISE:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla · **SpainDMCs:** Asociación Española de DMCs · **AVIPO:** Asociación Provincial Agencias Viajes Pontevedra · **APAV:** Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Santa Cruz de Tenerife · **FETAVE:** Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas · **UNAV:** Unión de Agencias de Viajes

**ceav**  
Confederación Española  
de Agencias de Viajes

Diego de León, 47 - Despacho 27 · 28006 Madrid  
Tel. 91 838 85 36 · Fax 91 838 85 34  
e-mail: ceav@ceav.info · web: ceav.info