



LA VOZ DEL SECTOR

ENTREVISTA
CON FERNANDO VALDÉS

SECRETARIO DE
ESTADO DE TURISMO

Fernando Valdés ocupa la Secretaría de Estado de Turismo desde julio de 2020. Previamente, desempeñó la labor de subsecretario de Industria, Comercio y Turismo. Asimismo, ha trabajado en diversos puestos en la AECID y en los Ministerios de Economía, Administraciones Públicas y como director gerente en la AEVAL. Además, ocupó el cargo de subdirector general de Digitalización de la Industria y Entornos Colaborativos de la Dirección General de Industria y de la PYME en el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Ahora, desde Turismo, lleva a cabo acciones para la definición, desarrollo, coordinación y ejecución de las políticas turísticas del Estado, así como las relaciones turísticas institucionales de la Administración. A través del Instituto de Turismo de España, cuya presidencia le corresponde, ejerce la función de promoción exterior del turismo.





1

¿Cuáles son las expectativas turísticas para el verano de 2021?

Evidentemente no alcanzaremos aún los niveles de 2019, pero desde luego será mejor que el verano pasado, fundamentalmente porque hoy contamos con la vacunación, cuyo avance progresa a muy buen ritmo en España, donde la mitad de la población adulta está ya vacunada con la pauta completa. Eso nos permite proyectar la llegada de al menos 16,9 millones de turistas internacionales este verano, un 45% de los que vinieron entre junio y septiembre de 2019, pero tres veces más que en el mismo periodo de 2020.

2

¿Se espera fundamentalmente un turismo de proximidad. ¿En qué medida afectará eso al gasto turístico?

Los ingresos por turismo en España dependen en gran medida de la llegada de turistas internacionales, por lo que las variaciones en los niveles de gasto estarán estrechamente ligadas a los números relativos a la llegada de visitantes internacionales. A finales de año, esperamos alcanzar al menos el 50% de las cifras de 2019, tanto en lo que se refiere a llegadas como a gasto.

3

Tras la pandemia, ¿cómo crees que cambiará el turismo? ¿Cuáles serán las tendencias y cómo crees que afectarán a un destino como España?

Pues estamos viendo cómo el turista cada vez toma más conciencia acerca del impacto que su viaje tiene sobre el territorio que visita. Por eso la sostenibilidad está siendo la gran tendencia que está reformulando la industria de los viajes y uno de los ejes principales que guiarán el plan de modernización del sector turístico que acometerá el Gobierno español con los fondos de recuperación europeos. Una sostenibilidad entendida no solo como el respeto al medio ambiente, sino también en el ámbito socioeconómico y territorial. Es decir, el turismo en España debe ser capaz de generar riqueza y bienestar a lo largo y ancho de todo nuestro territorio, en favor de trabajadores y población local y durante todo el año.

Otro de los grandes cambios que va a marcar nuestro modelo de turismo tiene que ver con la digitalización. El turista que viene es un turista que va a usar las tecnologías para planificar su viaje, durante su estancia y después de su fin. Un turista en busca de experiencias, cada vez más exigente, que demandará un trato singularizado y al que tendremos que analizar en detalle para satisfacer sus expectativas.



4

¿Qué puede aprender el sector turístico (tanto empresas como administración) de esta crisis? ¿Se puede sacar algo bueno?

Todas las crisis representan alguna oportunidad. Y los recursos que la UE va a poner a disposición de España para modernizar nuestra economía tras el impacto de la pandemia nos va a permitir disponer al fin de los recursos necesarios para llevar a cabo aquellas reformas y transformaciones que venían siendo necesarias desde hace años.

5

¿Cuál crees que va ser el papel de la agencia de viajes a partir de ahora?

En línea con las nuevas tendencias que observamos en el comportamiento del viajero, la agencia de viajes debe explotar su papel de actor capaz de ofrecer un trato y atención personalizada al cliente.

La agilidad en la organización del viaje, la asistencia al viajero ante cualquier imprevisto que surja y el cumplimiento de las expectativas del cliente más exigente serán elementos que ganen cada vez más peso en el papel de las agencias de viaje.