

# WTTC: “Estamos viendo el esperado renacer del sector”

En entrevista exclusiva, Julia Simpson, presidenta y CEO de WTTC, pasa revista a la actualidad y futuro del sector, con la sostenibilidad como bandera.

■ POR ALBERTO SÁNCHEZ LAVALLE  
[alberto@ladevi.com](mailto:alberto@ladevi.com)

La 22° Cumbre Global WTTC acaba de finalizar en Riad, Arabia Saudita. Los pasillos del opulento Centro de Conferencias King Abdulaziz comienzan a desdoblarse. Entre los organizadores del evento abundan los rostros felices. Especialmente el de Julia Simpson, presidenta y CEO del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés).

Distendida y aprovechando unos minutos de su apretada agenda, la ejecutiva concedió una entrevista exclusiva a Ladevi Medios y Soluciones.

**-¿Cómo califica a esta Cumbre Global WTTC? ¿Se cumplieron las expectativas?**

-Fue la Cumbre más grande y exitosa de todas, con la participación de 3.000 delegados de 140 países, incluyendo 55 ministros de gobierno, 60 embajadores y diplomáticos, y más de 250 CEO de empresas de viajes. Un evento único que incluyó paneles, debates y presentaciones sobre seguridad, sostenibilidad y tecnología, entre otros desafíos que enfrenta la industria.



Julia Simpson.

**“Para alcanzar la descarbonización es necesario el apoyo de los gobiernos, que son los responsables de establecer el marco regulatorio.”**

**SIMPSON**

”

Cada Cumbre es una oportunidad bilateral para el país anfitrión y para los empresarios, que vienen para hacer acuerdos y contactos.

En Riad las expectativas quedaron ampliamente superadas, favorecidas también por la increíble pasión, la calidad humana y la hospitali-

dad que hemos recibido por parte de nuestros anfitriones.

**-¿Cuáles han sido los beneficios para Arabia Saudita?**

-Recibir al evento más influyente de la industria en el mundo le ha permitido a Arabia Saudita exhibir su gran potencial. Un país que recién en octubre de 2019 decidió apostar a los viajes abriendo sus puertas a los visitantes internacionales a través de visados electrónicos para ciudadanos de 49 naciones.

De hecho, Arabia Saudita aspira a recibir a nada menos que 100 millones de visitantes a partir de 2030, destinando más de US\$ 1.000 millones a infraestructura y esperando atraer siete veces

ese monto en capitales extranjeros. En esta escalada, miembros de WTTC invertirán US\$ 10,5 mil millones en el sector turístico saudí en los próximos cinco años.

No dentro de mucho tiempo, Arabia Saudita va a recibir más visitantes que Estados Unidos.

**Los retos para seguir creciendo**

**-¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la industria para continuar creciendo?**

-Seguridad y sostenibilidad son elementos clave y, a la vez, desafíos para cualquier país que quiera desarrollar el turismo. Pero para que el sector continúe creciendo también se necesita infraestructura, porque hay que poder llegar a un lugar. Tienen que existir carreteras, aeropuertos, etcétera. Y también seguridad, porque un viajero quiere saber que donde vaya va a estar seguro. Es el sentimiento más primitivo de una persona.

**-¿La industria está experimentando una verdadera recuperación?**

Como síntesis de esta Cumbre quedó en claro que la industria se está reponiendo después del duro golpe del Covid y que, asimismo, no está dispuesta a frenarse nuevamente ante pronósticos de recesiones o inflaciones desenfrenadas.

Estamos viendo el esperado renacer del sector, con gente con muchas ganas acumuladas de viajar después del encierro pandémico. Tanto, que a veces el sector no logra satisfacer la demanda.

Una encuesta que realiza-

mos a 26 mil consumidores de 25 países demostró que el 63% de las personas están planificando un viaje dentro de los próximos 12 meses. Muchos incluso más: el 27% aseveró que planea viajar tres o más veces durante ese período.

### -¿Para cuándo pronostican una recuperación total?

-Ya hay muchos destinos que han superado los arribos de 2019, como el caso de Qatar, potenciado, claro está, por el Mundial de Fútbol, dentro de una nómina donde también figuran Río de Janeiro, Varsovia, Orlando, Las Vegas y Lisboa, entre muchas otras ciudades.

En los últimos tiempos he hablado con empresas de Latinoamérica y España que ya están pronosticando resultados mejores que en 2019. En ese año, el turismo aportó US\$ 9,6 mil billones al PIB global; ahora estamos en US\$ 8,4 mil millones.

Lo cierto es que resta poco para llegar y eso que aún no se ha reabierto el mercado chino.

Cuando los viajes y el turismo prosperan, otras industrias también lo hacen. Pensemos que uno de cada 10 dólares que se genera en el mundo proviene del turismo. También, uno de cada 10 empleos. El potencial de la industria es sorprendente. Y, afortunadamente, el sector está volviendo a despegar.

Por otra parte, sabemos que la economía global está en un punto precario, con la guerra de Ucrania en escena, las amenazas geopolíticas y la inflación como una seria preocupación. Pero pode-



Simpson en la ceremonia de apertura de la Cumbre Global WTTTC 2022.

“**Seguridad y sostenibilidad son elementos clave y, a la vez, desafíos para cualquier país que quiera desarrollar el turismo.**

**SIMPSON**

mos ayudar si los gobiernos se toman al turismo en serio.

**La bandera de la sostenibilidad -¿Los viajes y el turismo van rumbo a una verdadera sostenibilidad o, como califican algunos expertos, hay mucho de “sostenibiliblah”?**

-Como organización, estamos interesados en informar y rastrear con precisión el impacto que los diferentes segmentos de la industria tienen en el medio ambiente. Es el camino para diseñar alternativas que permitan reducirlo, generando nuevas formas de producción y negocio.

El estudio Environmental & Social Research, desarrollado por WTTTC en colaboración con el Centro Global de Turismo Sostenible sobre la huella climática es contundente; el producto interno bruto del sector viene creciendo a un promedio del

4,3% anual, mientras que su huella climática aumentó solo un 2,4%.

Las principales fuentes de emisiones están en la energía eléctrica y en la movilidad de barcos y aviones. Estimaciones anteriores sugerían que el sector global de viajes y turismo era responsable de hasta el 11% de todas las emisiones. Sin embargo, esta investigación indica que en 2019 totalizaron solo el 8,1% a nivel mundial.

Hasta ahora no teníamos una manera de medir con precisión nuestra huella climática. Estos datos brindarán a los gobiernos la información detallada que necesitan para avanzar en el Acuerdo de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Para alcanzar la descarbonización es necesario el apoyo de los gobiernos, que son los responsables de establecer el marco regulatorio.

También necesitamos un enfoque férreo para aumentar la producción de combustibles de aviación sostenibles con incentivos gubernamentales. La tecnología existe. Y se precisa un mayor uso de energía renovable en nuestras redes, de modo que cuando encendamos una luz en una habitación de hotel se esté utilizando una fuente de energía sostenible.

## CV: Julia Simpson

La presidenta y CEO de WTTTC asumió el cargo en agosto de 2021. Previamente, se desempeñó durante 14 años en el sector de la aviación comercial, donde fue integrante del consejo directivo de Iberia y British Airways, y jefa de Personal de International Airlines Group (IAG). Actual miembro de la Junta de la Cámara de Comercio de Londres, también fue asesora principal del primer ministro del Reino Unido, directora del Ministerio del Interior y del Departamento de Educación y Empleo, y subdirectora ejecutiva del distrito londinense de Camdem.

### -¿La pandemia produjo algún tipo diferente de viajero, motorizando nuevas demandas?

-La respuesta me obliga a volver al tema sostenibilidad. Según sabemos, es significativamente importante para los consumidores en general: el 60% opta por marcas y destinos sostenibles, mientras que el 45% dice que quiere gastar su dinero solo en marcas social y ambientalmente responsables.

Además, estamos viendo que después de tanto tiempo de confinamiento el streaming es la “nueva ruta” que impulsa la demanda en los viajes. Ver películas y documentales en cantidades inusitadas generó un singular apetito por descubrir y disfrutar destinos que en la pantalla lucen espectaculares. 