

Tirada: 35.512 Categoría: Galicia Difusión: 30.234 Edición: Regional

Audiencia: 255.000 Página:



AREA (cm2): 916,1 OCUPACIÓN: 84.4% NOTICIAS EXCELTUR

La evolución de uno de los motores económicos de la comunidad

Las grandes empresas de turismo bajan a Galicia al décimo lugar en competitividad regional del sector

En 2011 era la octava > La autonomía padece la falta de eficiencia en la promoción, problemas de accesibilidad y la baja rentabilidad ▶ Galicia destaca en la visión como una actividad prioritaria y la diversificación de oferta

JULIO PÉREZ = Vigo

Por segundo ejercicio consecutivo, Galicia superó el pasado 2015 los cuatro millones de turistas. De hecho, el número rozó los 4,6 millones, un 11,9% más -el mayor ascenso del país-que en 2014, cuando se alcanzaron los 4,089 millones de visitantes.¿Cuánto de esta evolución tiene que ver con el potencial de la comunidad como polo de atracción por sí misma y cuánto del cambio de ciclo en general de la economía y el efecto llamada por el resurgir de España como destino de referencia en todo el mundo? Una cuestión difícil de desentrañar. La apuesta de las administraciones por la actividad es clara. De ella y otros negocios paralelos que le sirven de proveedores o que están estrechamente ligados como es el caso del comercio proceden once de cada cien euros del Producto Interior Bruto (PIB) regional y más de 100.000 puestos de trabajo. Pero al turismo gallego se le resiste una de las cuestiones más importantes para consolidarse y asegurar un futuro tranquilo. Su competitividad. Las grandes empresas del sector agrupadas en Exceltur la sitúan en el décimo lugar entre todas las autonomías en su capacidad para compe tir y, por lo tanto, para ser rentable frente al resto de opciones de viaie. Su situación parece no mejorar. El anterior ranking, publicado en 2011, la colocaba en octava posición, dos por encima de donde está ahora, porque el turismo gallego arrastra un problema de eficiencia en la estrategia de marketing y en la promoción institucional, falta de accesos y déficits en la explotación de la naturaleza y las playas.

El turismo y sus sectores vinculados contribuyen al 11% del PIB regional

"El turismo ha sufrido una notable pérdida de prioridad política en los gobiernos autonómicos durante la última legislatura 2011-2015. Dentro de la tendencia a reducir la estructura administrativa impuesta por el escenario de consolidación presupuestaria, los responsables públicos directos de las competencias turísticas han perdido rango en la escala organizativa, limitándose con ello su ascendencia y capacidad de influencia en otros departamentos/consejerías con incidencia sobre la competitividad turística -con-

cluyen, como resumen global, los analistas de Exceltur-. De hecho, el turismo ya no está presente en el nombre de ninguna consejería en cinco comunidades autónomas que sí contaban con su inclusión

En esto Galicia es una excepción. No porque una consellería lleve expresamente en su denominación la tarea -en el caso de la Xunta, las competencias pasaron a manos de una agencia que depende

= 2 Tratamiento de residuos

▲4 Prioridad política

▲ 3 Posicionamiento de mercado

(nueva) 2 Gestión integral de la oferta por clubs de producto

berto Núñez Feijóo-, sino por la importancia a efectos administrativos. Es una de las ventaias que el conocido Monitor de Competitividad Turística de las regiones (Monitur) señala en Galicia en su reciente actualización.La comunidad es la primera de España en posición del sector en la escala organizativa, en visión estratégica, en cálculo y seguimiento del impacto económico que tiene, en coordinación entre administraciones públicas e, inclu-

so, en la fórmula de gestión del marketing institucional y la calidad de la formación profesional. La teoría con el turismo funciona en la

Xunta y el resto del sector público de la comunidad. La práctica ya no tanto. Porque esa estrategia de promoción des-

de las instituciones no marcha bien, según el diagnóstico de Exceltur, la

orgánicamente del presidente, Allas distintas empresas vincula-

das al turismo, localizadas en los destinos de cada comunidad y, como consecuencia, los mayores avances competitivos e innova-

ción continua que aseguren un crecimiento sostenible", explica el informe. En función de la percepción de los responsables del sector, Galicia es la penúltima región en consecución de resultados. Y bajando. En 2010 era la número 15.

En la misma posición está en el fomento del turismo verde, pese a

Agilidad en la gestión administrativa 14 =

Playas con calidad certificada

Puesta en valor de playas con equipamiento

Eficiencia del modelo de turismo 14 V

Estacionalidad 14

Turismo de playa

Turismo de nieve

plataforma en la que están, entre las indudables riquezas del paisaje otras, las compañías Iberia, Air Nosgallego.Especialmente a la hora de trum, Amadeus, eDreams, Globalia, desarrollar senderos y rutas. La segunda por el final. Al igual que en Iberostar. Hotusa. Meliá. NH. Riu. Renfe o American Express. No es una la presencia de hoteles con 4 v 5 espromoción "eficiente". "Tan importrellas, que es, según Exceltur, una tante es el diseño de estrategias y de las claves de "la diversificación planes de marketing idóneos, como estructuración de productos turísque de su aplicación se deriven los ticos"en la medida en que el clienmayores ingresos y resultados para te"valora cada vez más la singulari-

Galicia tiene mala

nota en fomentar

el turismo verde y

hoteles de categoría

zación y capacidad de diferenciación del establecimiento y los servicios que ofrece".

El turismo gallego figura también en los puestos de cola,

en el 15, en dos de los indicadores indispensables para su sostenibilidad.De un lado,los accesos a la comunidad y la calidad para moverse internamente. ¿Hay suficientes vuelos a la autonomía? En este parámetro Galicia se sitúa en el puesto 10. También en relación al transporte ferroviario. Más obstáculos observan las empresas del sector por el funcionamiento de las carreteras de alta capacidad, "La gran extensión territorial de España hace que la disponibilidad de infraestructuras terrestres sea fundamental desde el punto de vista turístico; no solo porque esto facilita la llegada al destino por parte del turista sino su movilidad interna dentro del mismo, así como los movimientos logísticos necesarios para la operativa de la industria turística", señala Monitur. Última posición de Galicia, porque los archipiélagos no cuen-

En la posición 15 aparece además a la hora de exprimir el negocio de las estancias. Una de las peores rentabilidades hoteleras. Âlgo que por cierto se repite periódicamente en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística (INE) con la evolución de la ocupación. En ingresos totales, la comunidad se cuela en la zona media. Más de 2.200 millones de euros. Pero por cada habitación disponible se consiguen solo 18 euros. Nada que ver con los más de 60 que se manejan, por ejemplo, en Baleares o Canarias; e incluso los 30 o los 26 que alcanzan los establecimientos de La Rioja o Cantabria, en el grupo de Galicia en la llamada España verde. En contra de la comunidad juega la estacionalidad. Lugar 14 del ranking. Las visitas tienden a concentrarse en verano.

La medicina para combatir cualquiera de estos dos males, la renta-



Simón Espinosa



Tirada: 35.512 Categoría: Galicia
Difusión: 30.234 Edición: Regional
Audiencia: 255.000 Página: 19



AREA (cm2): 198.4 OCUPACIÓN: 18,3% V.PUB.: $1.269 \in$ NOTICIAS EXCELTUR

---> VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

bilidad y la estacionalización de los viajeros en la comunidad, podría venir de otras fortalezas de las que puede presumir el turismo gallego en opinión de Exceltur. Como la gestión integral de la oferta por clubs de producto, "una figura de gestión profesionalizada de toda la cadena de prestadores susceptibles de intervenir y asegurar tanto la adecuada estructuración integral de la experiencia concreta a disfrutar como su promoción previa así como las ventas cruzadas en destino durante su estancia y garantizar así la plena satisfacción final del turista cuando regrese". En otras palabras, añade el Monitur, ir más allá del "sol y playa" y poner sobre la mesa paquetes turísticos con "el mayor valor añadido diferencial y más alineados con las aspiraciones de los turistas que se deseen atraer". Solo Navarra lo hace mejor que Galicia.

La satisfacción del cliente se dispara hasta rozar el sobresaliente, la segunda mejor

Ouizás esa es una de las explicaciones al grado de satisfacción del viajero en la comunidad.La mejora de Galicia es imparable.En la anterior radiografía conocida en 2011, la comunidad ocupaba el puesto número 10. Ahora se dispara al segundo."La capacidad de brindar al turista experiencias únicas y satisfactorias, acorde a sus nuevos valores sociales y medioambientales, consistentes con la búsqueda del mejor value for money [relación calidadprecio] y autenticidad, tiene su reflejo en la fidelización y repetición de la visita del cliente al destino turístico y provocar el denominado "boca a boca", que sigue siendo el mejor proscriptor para influir en las decisiones sobre la elección del viaje", destaca Exceltur, con la advertencia de la importancia que todo esto representa ahora con los portales de internet y redes sociales en los que los usuarios pueden dejar su opinión. De 0 a 10, Galicia saca un 8,65 en satisfacción. Casi sobresaliente.

A la cabeza de la rentabilidad turística está Cataluña, que en 2010 ocupaba el tercer lugar. Madrid cae desde la primera a la segunda posición; y País Vasco de la segunda a la tercera. Canarias y Baleares logran avanzar un escalón y se ponen en el cuarto y quinto lugar. Por detrás de Galicia aparecen, en este orden, Castilla y León, Cantabria, Aragón, Asturias, Castilla-La Mancha, Murcia y Extremadura.