

El sol y la playa se mantienen como los principales motores del turismo

► España marcó un récord de visitantes extranjeros en el 2015 con 68 millones

► La inversión hotelera alcanzó los 2.650 millones de euros, el 124% más

MERCEDES JANSA
 eparagon@elperiodico.com
 MADRID

El turismo de sol y playa es la marca que distingue al sector turístico español y que por ahora no tiene competencia. Los problemas políticos y la amenaza terrorista en los países mediterráneos del mundo árabe, que han arrojado en los últimos años, han compensado la caída de la actividad en los años de crisis. Más visitantes, ingresos que crecen, así como la aparición de otras formas de viajar, que aún no son una competencia al turismo de masas, hacen que el sector siga animado en la búsqueda de fórmulas para adaptarse a las exigencias del mercado.

El turismo cultural, el de compras, el de salud, los viajes al margen de los operadores tradicionales o la irrupción de la economía colaborativa son de momento otras facetas del sector que al menos en España aún no hacen sombra a esta actividad eminentemente playera, que no obstante presenta sombras por el anquilosamiento del modelo.

A falta de confirmación oficial, España alcanzará los 68 millones de visitas de turistas extranjeros en el 2015, lo que supone un incremento del 6,2% respecto del año pasado, según las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT). En los primeros 11 meses del año pasado rozó el récord de 65 millones de viajeros internacionales que se registró en el 2014.

Después de Francia y EEUU, España es el tercer país en llegadas de turistas y la segunda, tras EEUU, en gasto turístico. Ha mejorado la actividad en todos los sectores afectados -alojamientos, agencias de viajes, transportes...- y el PIB turístico creció el 3,7%, el mejor registro de los últimos 15 años, con unos ingresos de 124 millones de euros, el 11% del PIB del Estado. El turismo aportó uno de cada siete puestos de trabajo creados el año pasado, con lo que supuso el 13,2% del empleo total. Más del



► Vista de la playa de Levante de Benidorm, repleta pese a tratarse de mediados del pasado mes de junio.

83% de las empresas mejoraron sus beneficios el pasado año, el mejor porcentaje desde el 2002.

Hay varios factores que han contribuido a estos buenos resultados: la crisis de Egipto, Turquía y Túnez, directamente competidores en la combinación sol-

playa y visitas culturales; la depreciación del euro frente al dólar y la libra (el Reino Unido sigue siendo el primer mercado emisor de visitantes a España); la bajada de los tipos de interés; y la caída del precio del petróleo.

La amenaza terrorista que pla-

nea sobre algunos países árabes mediterráneos desvió a España un tercio del crecimiento de turistas extranjeros en el 2015 (en torno a un millón de visitantes), año en el que Egipto, Túnez y Turquía perdieron 2,1 millones de visitantes. Esta es una de las razones por las que Europa (concretamente Reino Unido, Alemania y Francia) sigue siendo la fuente principal de turistas que llenan nuestras playas, después de la bajada de visitantes rusos en los últimos años y del crecimiento del turismo chino, al que no le interesa el sol y prefiere las compras y el lujo.

MEJORA DE LAS INSTALACIONES // La mejora constante de la oferta hotelera está entre los objetivos del sector. En el 2015 la inversión en la actividad alcanzó los 2.650 millones de euros, lo que supuso un incremento del 124% respecto del 2014, según un informe elaborado por JLL Hotels & Hospitality Group.

Gran parte de esta inversión se realizó en destinos vacacionales, hasta el 54% del total, seguidos de destinos urbanos (44%) y de tipo rural (2%).

Aunque la Costa del Sol sigue siendo el destino de referencia del modelo turístico de sol y pla-

China aprovechará el escaparate de Madrid para promocionarse

►► El Gobierno chino exhibirá a partir del miércoles en Fitur su cultura y naturaleza para atraer a nuevos viajeros y promocionar destinos inéditos. La Administración Nacional de Turismo de China ha encargado a la empresa española Henkuai la gestión integral de su presencia en Fitur, que arranca el miércoles en Madrid. Allí exhibirá un amplio catálogo de actividades y encuentros. Su propósito es ubicar China como destino preferente de los turistas españoles e internacionales para que vean como una prioridad su naturaleza, cultura y experiencia vital, dando a conocer paisajes deslumbrantes y entornos humanos poco conocidos para el público occidental. Los visitantes podrán conocer aspectos inéditos y apasionantes de la civilización china, como el significado de sus tradiciones ancestrales.

buenas expectativas

Fitur crece en oferta y alternativas de negocio

La Feria Internacional de Turismo (Fitur) que inaugura este miércoles la reina Letizia hace la número 36 pero es la segunda con mejores expectativas desde el estallido de la crisis en el 2008. Crece en superficie de exposición (unos 60.000 metros cuadrados), en participantes (9.500 empresas de 165 países y regiones) y se espera que la cifra de visitantes supere los 222.551 del año pasado.

La edición de este año incluye una novedad que tiene mucho que ver con la financiación de la feria. Se ha incorporado a un socio preferente, en este caso Andalucía, el máximo expo-

nente turístico de España y el más conocido internacionalmente, que ha invertido 1,2 millones de euros. El Gobierno de la Junta mostrará en 5.300 metros cuadrados, casi el 10% del total de la superficie expositiva, una oferta de sol y playa que combina con destinos culturales muy atrayentes para el visitante foráneo, como es el legado andalusi de Granada, Córdoba o Sevilla.

El optimismo es palpable. En los 10 primeros meses del 2015 aumentó un 4% el volumen de viajeros en el mundo, según el barómetro de la Organización Mundial del Turismo. ≡

COMPETENCIA DESLEAL // Los nuevos alojamientos, en concreto el alquiler de viviendas vacacionales de particulares y a través de internet son la competencia al negocio tradicional que más se ha incrementado. El lobi del sector (Exceltur), lo califica de «crecimiento desbordado de la competencia desleal» y calcula que ya existen en España 2,7 millones de plazas de alquiler de este tipo.

La demanda interior ha aumentado. En concreto, el 39% del año pasado respecto del 2014, según la firma líder del sector HomeAway. El gasto de los visitantes que no viajan con paquete turístico (que supone el 73% del total) creció el 18,7%, mientras que el gasto de los que contratan el viaje cerrado disminuyó el 2,2%. ≡