



Cantabria ocupa el puesto once en cuanto a 'puesta en valor de los parques naturales'. En la imagen, Cabárceno. :: CELEDONIO

El turismo cántabro es cada vez más competitivo pese al lastre de su estacionalidad



ÁLVARO MACHÍN

La región escaló del puesto quince al doce en el ranking de comunidades pero sigue limitada por la falta de diversificación y las malas comunicaciones

SANTANDER. Ponen la venda antes de la herida. Porque, antes de cualquier otra cosa, los autores del informe que evalúa la competitividad turística de las comunidades autónomas advierten que el 'boom' turístico de estos últimos años tiene más que ver con lo que pasa fuera de España –atentados, precio del petróleo y del euro...– que con lo que se ha hecho aquí en tiempos de crisis. «Preocupante pérdida de prioridad e impulso de las políticas turísticas», denuncian. Cantabria capeó relativamente bien este periodo –2010-2014– y, de hecho, la mejora de su competitividad turística fue la cuarta más importante del país. Tres puestos mejor en la

'Liga de las comunidades'. Entienden que se ha trabajado la estrategia de marketing y hasta que, con lo poco que había, se ha hecho un esfuerzo presupuestario centrado en la promoción más barata (redes sociales e internet, en general). Seguridad, tratamiento de residuos, formación... Puntos fuertes que ponen a la región sexta en un baremo decisivo como 'Satisfacción del turista'. El que viene se marcha contento. Bien, pero hasta ahí. Porque todo eso no permite a la región pasar del puesto doce en el baremo general de competitividad y estar en un preocupante furgón de cola en diversificación, comunicaciones y estacionalidad.

Exceltur es la asociación encargada del trabajo. Sus documentos son una fuente habitual para los estudios turísticos y las autoridades regionales han comparecido con ellos en más de una ocasión para presentar resultados. Ellos se definen como una «alianza para la excelencia turística». 'Monitur 2014' se llama el último documento, centrado en la competitividad. En sus conclusiones incluye a Cantabria en «un tercer grupo de comunidades del norte y del interior (Navarra, La Rioja, Galicia, Castilla y León, Cantabria, Aragón y Extremadura) que, dentro de las dificultades presupuestarias y la limitación de re-

ursos, mantuvieron una moderada apuesta por el desarrollo de productos turísticos, lo que les ha permitido mejorar la posición en algunos indicadores». Mejor, en ese sentido, que los vecinos de derecha e izquierda en el mapa. Asturias se quedó a la par y la competitividad vasca se redujo casi tres puntos (frente a los 2,6 favorables de Cantabria). La región pasó del puesto

QUIÉN COMPITE MEJOR EN TURISMO

Evolución del ranking

Comunidad	2014	2010	Diferencia*
Cataluña	1	3	3,4 ▲
Com. de Madrid	2	1	-1,8 ▼
País Vasco	3	2	-2,9 ▼
Canarias	4	5	0,5 ▲
Baleares	5	6	1,5 ▲
C. Valenciana	6	7	0,1 ▲
Andalucía	7	4	-5,6 ▼
Navarra	8	9	1,3 ▲
La Rioja	9	10	1,4 ▲
Galicia	10	8	1,1 ▲
Castilla y León	11	12	2,3 ▲
Cantabria	12	15	2,6 ▲
Aragón	13	16	2,9 ▲
Asturias	14	13	0,0 =
Cas. La Mancha	15	11	-6,0 ▼
Murcia	16	14	-1,2 ▼
Extremadura	17	17	2,8 ▲

* Subidas y bajadas en puntos (el índice medio es de cien) al analizar los distintos baremos.

quince al doce en unos años complicados. Buenas cifras en 'visión de marketing estratégico y apoyo comercial' y mejores aún en 'ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico' o 'atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos'. Pero eso no alcanza para sacar a la región del último puesto nacional a la hora de que todo eso se traduzca en resultados económicos y sociales. En rentabilidad.

En el debe

En un repaso a los ochenta indicadores en los que entra de lleno el trabajo hay puntos llamativos. Cantabria puede presumir de líder lo relativo a seguridad o tratamiento de residuos, por ejemplo. Turismo de playa, rural, nieve o el termal dejan bien parada a la región. Pero si se habla de la diversificación de una fórmula tan en boca de todos como la cultural para atraer visitantes, aparece el abismo del puesto 17 (pobres resultados en Bienes de Interés Cultural, entre otros). Algo falla –eso parece– en la promoción más allá de venir a la playa.

La competitividad está por debajo de la media en esto de la diversificación en temas tan repetidos en las estrategias y en los planes como el turismo de golf, el de estudiantes de español o el desarrollo de las vías verdes. Floja dotación comercial, baja cifra de visitantes a museos y hasta a la hora de sentarse a la mesa –algo de lo que siempre se presume– queda, según los datos de **Exceltur**, un sabor de boca un tanto agrídiculo. Décima y a la baja a la hora de pujar por turismo gastronómico y puesto once –y también a la baja– en el epígrafe 'Calidad de la restauración' (en 'hoteles de categoría' se sitúa en ese mismo puesto once).

LAS VENTAJAS

En esto hay estrategia

O, al menos, enfoque y plan de marketing institucional. Especialmente en cuanto a las redes sociales (puesto segundo), aunque luego no se hayan 'exprimido' del todo los rendimientos.

La mejor en seguridad

Punto muy a favor. Cantabria es la primera en el apartado 'Niveles de seguridad' y también en el de 'Tratamiento de residuos', a lo que suma otra buena posición en 'Protección del territorio'.

Aquí sí hay playa

Se valora la diversificación y estructuración del turismo de playa, frente a los malos resultados en otros ámbitos turísticos. Buen puesto (tercero) en la normativa reguladora del alojamiento turístico en vivienda de alquiler.

Buena formación

Cantabria saca buena nota en cuanto a competitividad de sus recursos humanos. Es la cuarta en calidad de su sistema formativo y tercera en el atractivo de la oferta universitaria turística.

Se ha vigilado cada euro

El informe 'agradece' el «esfuerzo presupuestario» hecho en la región en malos tiempos con respecto al turismo y el seguimiento económico que se ha hecho.

DESVENTAJAS

Mal comunicados

Por aire, mal. Pero por railes, mucho peor. Suspensión en accesibilidad, suficiencia de trenes de alta gama y conectividad ferroviaria. Uno de los lastres más repetidos.

Servicios sanitarios

El informe pone en el furgón de cola a la región en su dotación de servicios sanitarios. Puesto catorce en suficiencia de médicos y quince en suficiencia de plazas.

Pobre diversificación

Está en todos los discursos políticos, pero la diversificación aquí sigue siendo una desventaja competitiva. Ni en el cultural, ni en el de reuniones, ni en el de cruceros o compras. Hasta el turismo de naturaleza falla según el informe. Y, ojo, porque también se avisa de la gestión ambiental de las playas y se coloca a la comunidad en el puesto catorce en 'Presencia de hoteles de categoría'.

La cruz: la estacionalidad

Otra palabra recurrente en las intenciones de los gestores: 'Desestacionalizar'. El informe es demoledor en esto. Cantabria es la comunidad más lastrada del país por esta desventaja.

Euros y empleos

Los números –bajos en comparación con otros– del total de ingresos turísticos y del empleo se encuadran como desventaja.