

Entran cada vez más turistas, pero gastan menos. Pese a que el número de visitantes bate récords año tras año, y ya supera los 53 millones, los ingresos por turismo se estancan y apenas han crecido desde hace cuatro años. Este es el

verdadero caballo de batalla del turismo español. El Gobierno lo sabe y quiere poner remedio rescataando una fórmula tradicional: el turismo familiar de sol y playa. Los turistas extranjeros que buscan este tipo de destino, tan denostado

durante los últimos años, permanecen más días y gastan más. Por eso, las campañas oficiales se están volcando para tratar de rescatar para nuestras playas a visitantes tradicionales como alemanes, franceses o ingleses.

Vuelta al turismo de sol y playa

El Gobierno quiere aumentar los ingresos con turistas tradicionales y estancias más largas

SANTIAGO HERNÁNDEZ. Madrid
Los ingresos por turismo no despegan. De los 36.602 millones de euros de 2001 se ha llegado a los 37.250 el pasado año y en 2002 hubo un retroceso. Hay que pasar a la acción y conseguir que los turistas se gasten más. Gobierno y empresas privadas coinciden en el diagnóstico. Es necesario romper el actual círculo vicioso del turismo extranjero en España: más personas, sí, pero menos pernoctaciones y menos consumo.

El primer trimestre de 2005 se ha cerrado con la entrada de 9,4 millones de turistas, lo que supone un aumento del 7,4% sobre el primer trimestre de 2004. Es decir, se sigue manteniendo un buen ritmo en el aumento de turistas (ayudado por la Semana Santa) pero no los ingresos no remontan. Ese es el gran reto.

Cuando faltan algo más de dos meses para que comience la temporada alta turística, el Gobierno no quiere permanecer con los brazos cruzados. "Se acabaron los tiempos en los que el atractivo de sol y playa se vendía solo. Ahora hay que pasar al ataque y salir a buscar el cliente allí donde esté", dice Raimon Martínez Fraile, secretario general de Turismo, para quien hay que revisar paulatinamente el actual mo-

Hay que romper el círculo vicioso de más personas, menos días y menor consumo

delo modelo turístico y fortalecer su músculo como uno de los soportes de la economía nacional. El turismo supone el 11% del producto interior bruto (PIB) español.

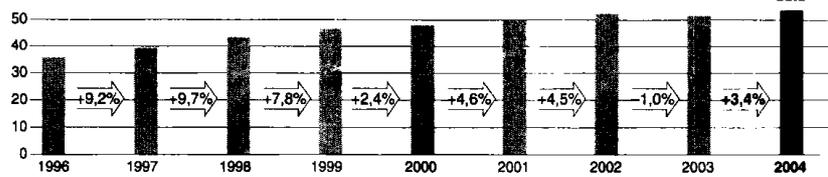
Las principales empresas del sector, encuadradas en Exceltur, piensan que el modelo implantado desde hace 30 años de depender del mayorista turístico está agotado, y que hay que reaccionar con rapidez. "El cliente turístico actual es muy exigente, dispone de métodos de información y contratación muy rápidos y eficientes y las empresas que no lo entiendan así saldrán del mercado", asegura José Luis Zoreda, director de Exceltur.

Desde hace meses en la Secretaría de Turismo se estrojan el cerebro para aumentar los ingresos. "Tenemos que recuperar el turismo familiar extranjero perdido que busca sol y playa como arma para elevar la estancia media en suelo español y aumentar los ingresos" recalca Martínez Fraile. La estancia media por turista extranjero el pasado año se situó en los 4,9 días y sigue en tendencia descendente.

El turismo en 2004

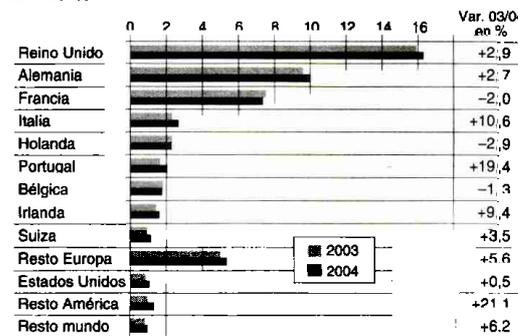
■ NÚMERO DE TURISTAS EN ESPAÑA

En millones y tasa de variación anual



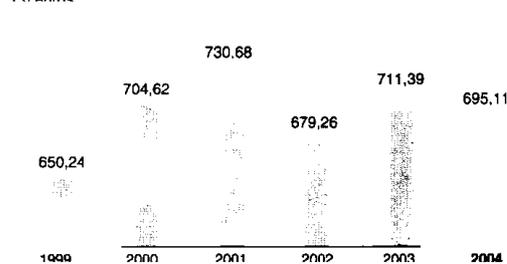
■ PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

En millones



■ GASTO MEDIO POR TURISTA

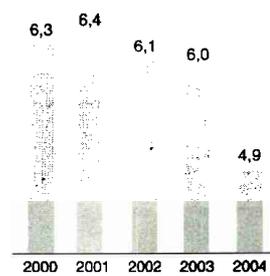
En euros



Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio v Exceltur.

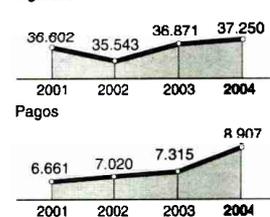
■ ESTANCIA MEDIA DE LOS EXTRANJEROS EN ALOJAMIENTOS REGLADOS

En días



■ BALANZA DE PAGOS

En millones de euros
TURISMOS Y VIAJES
Ingresos



una buena parte del plan de promoción turística, que cuenta con 67 millones de euros para 2005. "Hemos dedicado el 50%, frente al 19% del año anterior, de ese presupuesto a recuperar el turismo de sol y playa pero no para concentrarlo en los meses de verano sino para que se reparta en el resto de los meses donde también hay sol y a veces playa".

Martínez Fraile, dice, no obstante, que no hay que caer en el pesimismo, que el sector mantiene el pulso y que "si invertimos en él aparecerán los resultados. Solamente pido que se valoren los resultados cuando finalice este año, no antes", recalca.

El año 2004 se cerró con un nuevo récord de entrada de turistas (53,6 millones, un 3,4% más que en 2003) y aunque los ingresos subieron sólo el 1%, en la Secretaría de Turismo se piensa que no es fácil aumentar continuamente los ingresos año tras año con una creciente competencia internacional.

Esta competencia ya no sólo procede de los mercados turísticos emergentes del Mediterráneo como Turquía, Túnez, Egipto, Grecia, sino que se han incorporado otros países competidores como Marruecos, Libia y Argelia, que hace pocos años no parecían que fueran a ser atractivos

Comercio ha invertido el 50% de la promoción exterior en busca del cliente tradicional

turísticamente, según señala José Luis Zoreda. Para este directivo, ya no vale con ofrecer calidad "que se da por supuesto" sino que hay que dar un paso más y ofrecer algo diferente. "El cliente hoy manda totalmente y tiene capacidad de elegir por su gran información y hay que estar atentos al cambio radical que se está produciendo en los hábitos turísticos" sentencia Zoreda. Solamente la imaginación para dar nuevos productos que aporten valor añadido será lo que incrementa los ingresos porque la tendencia al recorte de días de vacaciones parece inevitable, añade.

Los empresarios turísticos están a favor de la desestacionalización y pese a que cada vez se reservan las plazas turísticas con menos antelación se atreven a pronosticar que el próximo verano repuntará un poco el turismo hacia Baleares y las costas de Cádiz y permanecerá estable el de Canarias y Costa del Sol. En todo caso, los estudios del primer mayorista turístico mundial, el alemán TUI, están convencidos de que la estancia media seguirá a la baja.

S. H., Madrid

La irrupción del fenómeno de Internet para informarse, elegir y reservar los destinos turísticos y el imparable avance de las aerolíneas de bajo coste que ya supone el 30% del total de entradas aéreas está revolucionando los hábitos turísticos. El turismo cada vez se hace más individual y el fenómeno del paquete organizado pierde peso. Si hace tan solo tres

Viajes a la carta para todos

años los viajes organizados suponían el 60% del total ya tan sólo son el 40% y la tendencia se acrecentará en los próximos años. Además, la estancia en hotel baja en beneficio de los apartamentos propios de alquiler. Aun-

que no hay datos oficiales de los viajes que se reservan por Internet, las agencias de viajes saben que este instrumento les obliga a reconvertir su enfoque del negocio. El modelo que se impone ya es que el cliente acuda a la agen-

cia a reservar un paquete diseñado a su medida y que incluye cada vez más elementos diferenciados según los gustos personales del cliente. Es el modelo de turismo personalizado que se impondrá en el futuro, según los expertos turísticos. La Administración y las empresas saben que el sector está obligado a reaccionar para no perder un gran fuente de ingresos.

Los ingresos totales por turismo del año 2004 ascendieron a 37.250 millones de euros, con un aumento del 1%. Superar el estancamiento es el verdadero reto para el sector turístico, según coinciden Administración y empresas privadas. Al menos hay coincidencia en el diagnóstico. En mes de enero de 2005, últi-

mos datos disponibles, los ingresos por turismo crecieron el 7,5% hasta los 2.379 millones de euros. "Prefiero que haya 46 millones de turistas, en lugar de los 53,6 millones del pasado, pero que duerman más días y consuman más", ha recalcado Martínez Fraile. Aquí es donde hay que ponerse a trabajar ofrecien-

do más alicientes complementarios en sus estancias con ofertas culturales, deportivas, de salud y por supuesto dando más calidad. De momento, la Secretaría de Turismo ya ha identificado los mercados emisores de turistas hacia España como son Reino Unido, Alemania, Francia e Italia y ha ido a esos puntos a invertir