

SANTIAGO

En una rutina en la que los cambios de tendencia son constantes, las modas duran cada vez menos y el mundo globalizado abre las puertas a saltar de un lugar a otro del planeta. Galicia puede presumir de fidelidad entre sus visitantes. Casi un 68% de los turistas que estuvieron aquí el pasado año ya conocían la comunidad. El ejercicio anterior, en 2009, el volumen de los que repetían rozó el 73%, según el último informe de Turgalicia. El impulso definitivo para la actividad está en que el sector y las administraciones sean capaces de generar un efecto llamada y que los que ya vienen alarguen su visita. Porque los números no mienten. La estancia media de los turistas en Galicia es de solo 2,26 días, con un gasto por jornada de unos 75,90 euros. El viaje se cierra, pues, por apenas 168 euros.

El último barómetro sobre la competitividad del sector en España de Exceltur —una alianza empresarial de la que forman parte las principales firmas españolas— incide en las barreras que tiene hoy Galicia para conseguir esos objetivos. El turismo de la región necesita diversificarse todavía más, apostar por potencialidades poco expresadas como la naturaleza, suplir la falta de conexiones en transporte, mejorar la productividad de los trabajadores y un marketing más eficaz. En algunos de estos parámetros, la comunidad ocupa los últimos lugares en el conjunto del Estado, aunque en la radiografía general destaca en la octava posición, por detrás de los grandes polos de atracción de visitantes en España: Madrid, País Vasco, Cataluña, Andalucía, los dos archipiélagos y la Comunidad Valenciana.

El tirón de las peregrinaciones disparó durante el pasado año la entrada de visitantes a la comunidad. Más de nueve millones, de los que la mayoría, 5,08 millones, fueron excursionistas. Al resto, 4,27 millones, se les considera turistas en el sentido estricto de la palabra, con alojamiento de por medio y, por lo tanto, también con un gasto de relevancia. Y eso pese a que un porcentaje “muy elevado”, como reconoce Turgalicia, llega sin reserva previa en los meses de verano.

En la campaña estival la duración de los viajes a Galicia es mayor que el resto del año. Una media de 13,21 días y un promedio —la extensión más habitual— de 9. Pero la perspectiva del negocio en todo el ejercicio deja estancias mucho más discretas. En hoteles, la opción favorita con más de 3 millones de clientes en 2010, dura unos 2,11 días. Sube hasta los 2,36 en las pensiones y a los 4,36 días en apartamentos. Algo menos de cuatro en los campings y apenas dos en casa rural. De media son 2,26 días, con un descenso del 2,21% respecto a 2009.

Las oscilaciones se repiten según el tipo de pernoctación en la ocupación acumulada en el año al completo. Los establecimientos hoteleros rondaron el 35,36%, tras un alza del 3%. En los apartamentos turísticos se alcanzó un 22%; un 21,77% los campings; y menos de un 16% en turismo rural.

Aunque el fuerte de Galicia no es la oferta de sol y playa, la demanda turística “tiene un comportamiento bastante estacional”, con crecimientos continuados de enero a agosto. “Solo en los tres meses de verano se registra el 46% de la demanda global del año”, señala el informe.

En cuanto a los mercados foráneos, únicamente representan el

Los turistas se quedan en Galicia solo 2,2 días y su gasto medio asciende a 168 euros

Casi el 68% de las personas que pasaron sus vacaciones en la comunidad el año pasado ya la habían visitado antes ▶ El avión es el segundo medio de transporte más utilizado para llegar

El turismo en Galicia durante 2010

La actividad según los establecimientos

	Viajeros	Pernoctaciones	Estancia media	Ocupación
■ Hoteles	3.082.624	6.503.593	2,11	
■ Pensiones	716.022	1.692.803	2,36	
■ Est. hoteleros	3.798.644	8.196.398	2,16	35,36%
■ Apartamentos	50.269	219.099	4,36	22%
■ Campings	232.808	860.467	3,70	21,77%
■ Turismo rural	193.119	388.843	2,01	15,79%
■ Est. Extrahoteleros	476.196	1.468.409	3,08	
■ TOTAL	4.274.840	9.664.807	2,26	



Perfil sociológico del turista

Fuente: Informe Turgalicia 2010



52,2%

Tenía entre 29 y 50 años

74,7%

Es urbanita

48,8%

Asalariado, sector público y privado

46,3%

Tiene un nivel de estudios superior

¿Que le motivó a venir a Galicia?



Naturaleza y paisajes

18,7%



Razones familiares o de amigos

19,6%



Conocer costumbres y cultura

11,6%



Tranquilidad y descanso

15,7%



Camino de Santiago

10,5%

LUIS DAVILA