

Si hay playa y hay sol, funciona

El turismo vuelve a llenar la costa y tira de un sector clave pese a la sobreexplotación del modelo

- [El turismo en España en cifras](#)
- [In English: Spain's tourism trap](#)

J. A. AUNIÓN Torremolinos 16 AGO 2014 - 00:01 CEST [104](#)



Vista de la playa de La Carihuela, en Torremolinos (Málaga), a mediados de agosto. / GARCÍA-SANTOS

Unas zigzagueantes escaleras peatonales comunican la playa del Bajoncillo con el centro de Torremolinos. El miércoles, a eso de las ocho de la tarde, varios padres con carritos de bebé formaban otros tantos atascos; aquello estaba lleno de viandantes que volvían, sombrillas y esterillas en ristre, de la playa y de los que se dirigían, ya acicalados, a dar una vuelta por la zona comercial de la calle de San Miguel. Agosto, claro está, es el momento álgido en este paradigmático destino playero de la costa malagueña que llega a multiplicar por más de tres su población en verano. Pero, además, está habiendo un aumento de turistas, de un 8,5% en la ocupación hotelera en lo que va de año, y al menos lo mismo en la ocupación de los apartamentos, calcula Miguel Sánchez, presidente del Consejo de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía y propietario de un hotel de cuatro estrellas en Torremolinos.

El turismo vuelve a repuntar en España. El número de visitantes extranjeros [marcó un récord en 2013](#) con 60,6 millones y este año se prevé volver a batir la marca. La estadística oficial de este verano está aún por llegar, pero las previsiones son optimistas: aunque la cifra de foráneos puede ser similar a la de la temporada estival de 2013, [los españoles vuelven a viajar](#), con incrementos entre el 10% y el 15%, según el sector, después de cuatro años de bajada.

El Gobierno [saca pecho con estos datos](#) y señala al turismo como motor de la recuperación económica. Pero el hecho es que lo tira de la industria es lo de siempre: el mismo sol y playa masivo que España ha explotado con fruición desde hace 50 años. El mismo cuyo final irremediable se lleva proclamando más 10 años, por lo que era imperioso centrarse en buscar alternativas. El mismo que, excepto en Canarias, vive

lastrado por la estacionalidad, que concentra el negocio en unos pocos meses al año (ahora también por [la oferta irregular de apartamentos](#) a través de páginas como Airbnb), y que lleva aparejado empleo precario.

El turismo aportó hasta junio 65.309 nuevos afiliados a la Seguridad Social, un 4,6% más que en el mismo periodo de 2013. Sin embargo, “mientras la afiliación sube, no lo hace la recaudación”, dice el profesor de Ciencia Política de la Universidad de Duke Pablo Beramendi. Para él, este tipo de turismo enmascara un modelo económico cortoplacista, de desigualdad y baja productividad a medio y largo plazo. “El problema es que las otras cosas necesarias para recuperar un crecimiento sostenible no se están haciendo; al contrario, se recorta en investigación, en educación o en sanidad”, añade.

Tres de cada cuatro viajeros eligen destinos con mar

“Es indudable que el sol y playa sigue siendo nuestra mayor fortaleza, ya que atrae a tres de cada cuatro turistas”, admite un portavoz del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, pero destaca un incremento del 15% en lo que va de año en las comunidades sin costa. Eso sí, desde cifras mucho más modestas dentro de una industria que aporta el 10,9% del PIB y 12% del empleo y sanea la balanza de pagos: “El superávit turístico [en 2013] cubrió prácticamente tres veces el déficit comercial, de 11.636,6 millones de euros”, añade el ministerio.

“Con la crisis, todo el mundo ha vuelto a lo que funcionaba”, esto es, sol y playa y buenos precios, señala Ricard Santomà, director de la escuela de Turismo Sant Ignaci, vinculada a la Universitat Ramon Llull: “Seguiremos viviendo de eso mientras haya oferta, buenas comunicaciones...”.

En Torremolinos dicen que el sol y playa no se acabará nunca, aunque admiten que hay que adaptarse. “El turista es más exigente, conoce más lugares y compara”, explica Miguel Sánchez. De momento, con los planes del ministerio de reconversión de destinos “maduros” languideciendo —en toda la Costa del Sol hay uno llamado [Qualifica](#)—, las cifras les apoyan. “Con tanto debate de caspa o no caspa, yo digo: algo tendrá si la gente sigue viniendo”, dice un promotor de la ciudad malagueña. Sánchez, por su parte, destaca su oferta de instalaciones deportivas o la seguridad, un punto fundamental para competir con otros destinos similares, pero más baratos, como Egipto, cuya inestabilidad política ha favorecido las buenas cifras españolas.

La estacionalidad y la precariedad del empleo son los grandes lastres

El profesor Jens Kr. Steen Jacobsen, de la Universidad de Stavanger, en Noruega, habla de atractivos parecidos para el público europeo, pero añade la vida de calle (“las terrazas”) y la atracción de saber que allí habrá muchos compatriotas. La llegada de suecos y noruegos alcanzó el año pasado cifras inéditas en el siglo XXI (3,2 millones en 2013). El turismo ruso también marcó récords en 2013, aunque este año [se está desinflando por la debilidad del rublo frente al euro](#). Pero siguen siendo británicos, franceses y alemanes, cuyas visitas de 2013 son semejantes a las de antes de la crisis económica, los principales proveedores de turistas: 33,7 millones en 2013 y 14,4 millones hasta junio de 2014, el 55% del total.

El académico noruego apunta, no obstante, algunos problemas. Habla de un servicio regular y, frente “a la mejora y sofisticación” de algunos destinos, de otros que han abrazado el concepto “playa de cualquier sitio” (literalmente, “playa del *anywhere*”), “que implica, por ejemplo, restaurantes y tiendas indistinguibles e insatisfactorias”.

Lo cierto es que un paseo al borde del mar por Salou, Benidorm, Gandía, Magaluf o Maspalomas ofrece en un paisaje comercial muy parecido al del paseo marítimo de la playa de la Carihueta, en Torremolinos: una sucesión carteles de “todo a 2 euros”, de “dos por 12 euros”, de cinco, de seis, sobre estantes de ropa interior, de souvenirs made in China, de ropa de colores llamativos, de toallas con estampados de muchachas de exuberantes contornos o los jugadores de la selección... Unas tiendas asociadas a un tipo de turismo barato, del que requiere seguir aumentando exponencialmente los visitantes para conseguir hacer un poco más de dinero. Aunque las cifras globales de ingresos turísticos también mejoran (un 0,5% hasta junio en gasto por turista extranjero), no lo hacen tanto como la de viajeros (7,3%), protesta el sector.

El movimiento en zonas de interior crece un 15%, destaca el Gobierno

El discurso que repiten taxistas, comerciantes y restauradores en Torremolinos se puede resumir así: hay más gente, pero gastan menos que antes de la crisis y, en el caso de los extranjeros, mucho menos que antes del euro. Lo confirman en la playa de los Álamos, el dueño del restaurante Ramos, Salvador

Coronado, y David Béjar, que regenta una zona de hamacas para alquiler. Estas estaban el pasado miércoles medio vacías mientras el resto de la orilla rebosaba, sobre todo, los trozos de césped en los que las familias se arremolinaban en torno a mesitas y neveras portátiles con la comida traída de casa.

José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de [Exceltur](#), dice que la rentabilidad del sector solo se ha recuperado en Baleares y Canarias. Y describe la hoja de ruta ya clásica, compartida por el ministerio: hay que buscar fórmulas para complementar esa oferta de sol y playa, tanto en esos mismos destinos, dando otras opciones de ocio, como en destinos alternativos que ofrezcan atractivos naturales, culturales, urbanos, gastronómicos, y con ello, desestacionalizar, es decir, conseguir que los turistas se repartan durante todo el año, de tal manera que se pueda seguir creciendo sin que la masificación acabe dañando la oferta. “No es sostenible tener tasas de crecimiento infinitas en julio, agosto y septiembre”, señala.

En cifras



Mercadillo en el centro de Torremolinos. / GARCÍA-SANTOS

Impacto económico. El sector del turismo generó en 2012 el 10,9% del PIB español y el 11,9% del empleo.

Récord de visitantes. En 2013, España recibió 60,7 millones de turistas extranjeros. Un récord que, según la previsión, se batirá este año con 63 millones.

Destino mundial. Esos 60,6 millones convierten a España en el tercer destino más visitado del mundo, solo por detrás de Francia y EE UU. Por ingresos que producen esos visitantes, España ocupa la segunda posición, con 45.000 millones de euros en 2013.

Europeos. Británicos (23,6%), alemanes (16,2%) y franceses (15,7%) son los principales visitantes.

Playas. Las comunidades identificadas con el turismo de sol y playa acaparan el 84,3% del turismo extranjero: Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña y Comunidad Valenciana.

Turismo nacional. En torno al 55% de las pernoctaciones son de viajeros españoles. Este turismo estaba en recesión desde hace años, pero en 2014 muestra crecimiento del 10%-15%, según los hoteleros. Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla y León son sus autonomías favoritas.