

INNOVACIÓN

Vamos a la playa oh oh oh

El estribillo de la mítica canción de los 80 se sigue repitiendo cada verano. A los extranjeros les encanta nuestro sol, y a nuestro turismo le salva las cuentas.

Jordi Benitez

España batirá este año récord de turistas y de ingresos por turismo, dos datos como para sentirse orgulloso. Para Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), “es impresionante” que recibamos casi 60 millones de visitantes compitiendo con países como Croacia o Túnez, entre otros, y que este año vayamos a ser el primer país del mundo en ingresos por delante de otros mucho más grandes, como China o Estados Unidos. “No es casualidad. Y no solo es por el sol. Si los turistas vienen, será por algo más”, afirma.

¿Cuáles son los motivos? En primer lugar, nuestra excelente relación calidad-precio en hoteles y apartamentos, la mejor del mundo, según afirma este experto. En segundo, porque contamos con una gran experiencia. “Muchos nuevos destinos no saben cómo tratar al foráneo”, sostiene Estalella. Tercero: por la seguridad. Aquí no hay revueltas como las de los países árabes. Cuarto: por la facilidad de contratación (se puede venir por touroperador, en un viaje propio, en coche...). A ello hay que añadir nuestras buenas infraestructuras, un dato interesante para los extranjeros que vienen



para más de diez días y quieren moverse por la ciudad o diferentes localidades.

Los ingleses nos adoran. Todos estos argumentos son los que convencen, en primer lugar, a los británicos. Reino Unido sigue siendo la región que más turistas nos envía, y lo hace principalmente a Baleares. Por detrás de ellos están los alemanes, que se reparten entre esa misma región y Andalucía. Los terceros son los franceses, que apuestan mayoritariamente por la cercanía del País Vasco. Les siguen los nórdicos, que son los que más crecen en porcentaje, y escogen, por este orden, Baleares, Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana. Los italianos viajan a Cataluña y Baleares, fundamentalmente. Por otra parte, aumenta considerablemente la llegada de rusos, los que más se incrementan en número.

Si nos vamos al ranking de destinos, Baleares fue el principal en septiembre, último mes controlado por Frontur al cierre de este número. Las islas se llenan de británicos, alemanes e italianos. Cataluña es segunda en este mes –primera en el año–, con Rusia, países nórdicos y Bélgica como principales protagonistas del aumento de turistas. En Andalucía, tercer destino, el 30% de los vi-

sitantes son británicos, aunque fueron los belgas y los alemanes los artífices del crecimiento en este mes. Canarias y la Comunidad Valenciana dependen de los británicos; especialmente la segunda, cuyo 40% de visitantes proviene de allí. La seguida recuperarse algo gracias a la llegada de asiáticos y latinoamericanos, que han compensado la caída de los mercados tradicionales.

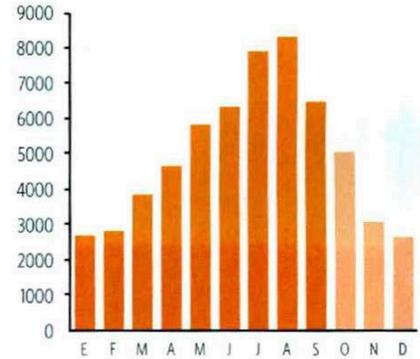
Como es lógico, las grandes empresas del sector turístico se benefician de la creciente llegada de los extranjeros. Meliá, por ejemplo, registró en el tercer trimestre una mayor ocupación a la del resto de la industria –80% frente a 70%–. Además de Baleares, Málaga y Alicante, a la cadena le funcionaron bien las costas españolas peninsulares e Islas Canarias en el mes de septiembre. Los mercados que crecieron fueron el Reino Unido y los países del norte y este de Europa. Para ellos han surgido productos específicos, como el proyecto Calviá Beach para el reposicionamiento y regeneración de Magaluf (Mallorca). El conjunto de resorts ha elevado sus ingresos en un 32% en su segunda temporada en funcionamiento, destacando la evolución del hotel y parque temático Sol Katmandu Park & Resort. Pero no todo son buenas



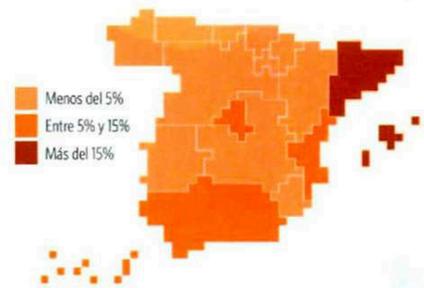
Foto: M. Peinado

Radiografía del sector

Llegadas de turistas internacionales, por meses, en miles.



Turistas según comunidad autónoma de destino principal (% sobre el total)



Turistas internacionales según país de residencia (% sobre el total)



Fuente: ITE. Movimientos turísticos en fronteras (Frontur).

noticias. Si se miran las estadísticas de los últimos años, uno de los aspectos que llama la atención es la caída en el ingreso medio por turista. Según datos de **Exceltur**, calculados a partir de los datos del Banco de España, han pasado de 1.069 euros en el año 2000 a 757 euros en 2013. La mayor afluencia de foráneos este año no ha conseguido mejorar los datos globales, aunque Baleares, Canarias, Cataluña y País Vasco sí han podido subir los precios gracias a una mayor presencia de extranjeros. Para la asociación, es un hecho más que recuerda el reto pendiente en la mejora del perfil del turista y en su capacidad de gasto.

No todos ganan. Este debate conecta con una de las conclusiones de Ramón Estalella acerca de la situación actual del turismo: el negocio va bien, pero no para todos. “Hay una gran diferencia entre las ciudades que tienen turismo extranjero y las que no lo tienen”, señala. La ausencia de visitantes de fuera puede deberse a que no haya vuelos punto a punto, como puede ocurrir en el caso de Extremadura. Por otro lado, las ciudades que no contaban con la llegada de foráneos, se nutrían con los ingresos del turismo nacional, que hasta ahora suponían la mitad de los ingresos totales del sector

en España. Pero el mercado nacional lleva cuatro años arrastrándose. Por otro lado, si no se dispone de sol y playa, habría que hacer un esfuerzo en la promoción de otros valores, y no parece que se esté acertando del todo. “En el plano cultural, tenemos joyas, pero no están bien promocionadas. No hay un producto turístico cultural, como sí lo hay de sol y playa”, añade.

Tanto en uno como en otro caso, Estalella piensa que se están dando muchos palos de ciego, aunque sí hay iniciativas que se están ejecutando bien en el plano de la colaboración público-privada. “Por ejemplo, en el caso del turismo urbano de Barcelona, o de la promoción de las islas de Tenerife”, dice. Un caso de magnífica gestión público-privada es el camino de Santiago. En él colaboran nueve comunidades autónomas de distinto signo político que hacen un esfuerzo promocional conjunto. En años de Jubileo, recibe siete millones de turistas, más de los que acuden a México, por ejemplo.

Estos casos de colaboración público-privada habría que trasladarlas a aspectos culturales que España puede explotar. De este modo podría competir con destinos

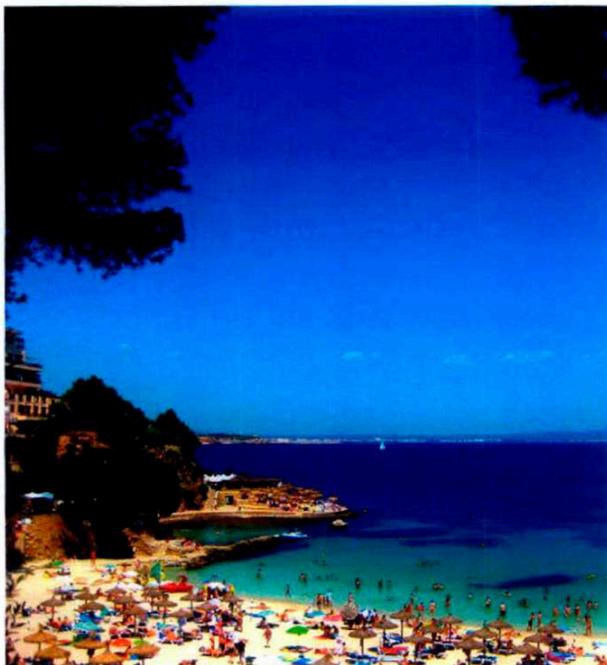


como Londres o París, que ya recurren a este tipo de entendimiento. Y, sobre todo, ese tipo de turismo permitiría elevar los ingresos, y quizá salir del gran problema que tiene España en este sector: la estacionalidad. “Los turistas solo vienen unos meses. No hace falta que acudan en un mayor número en agosto o a Canarias en Navidades. Hay que repartirlos durante todo el año”, señala Estalella.

Para conseguirlo, este experto cree que habría que tener un plan ordenado, que ya se ha hecho, pero no se ha realizado. “El Plan Nacional e Integral de Turismo y Turismo 2020 están muy bien, pero los proyectos no se han llevado a cabo”, dice.

Además de todo lo comentado, Estalella piensa que podríamos sacar más partido a activos que tenemos, como los equipos de fútbol o la oferta relacionada con la naturaleza. “Contamos con grandes parques nacionales y regionales, pero no hay movimiento turístico en este terreno”, lamenta.

Museos, monumentos, parques de ocio y nuestros magníficos campos de golf localizados en zonas de predominio de demanda extranjera, o las ofertas con un producto muy diferenciado, han cerrado el verano de 2013 con mayores ventas, según Exceltur. Sin duda, son otras señales positivas que permiten ver que el turismo español puede ir creciendo también en otros terrenos distintos al del clásico sol y playa. ■



De izquierda a derecha y de arriba abajo: Castillo de Fuentepedra, Palencia; Bosques de Galicia; Playas y costa de Palma de Mallorca.

