

EN PORTADA **100** PROYECTOS imagen país • imagen país • imag

DIC.08.007

96 Cirugía estética para los destinos turísticos

POR JUAN LLOBELL

Muchos turistas se quejan, cada vez más alto, de que la costa española se ha convertido en un trasunto de muro de hormigón. Y muchos políticos y empresarios se lamentan también de que cada vez somos menos competitivos, menos atractivos en nuestra oferta de precios. ¿Qué podemos hacer para recuperar nuestro esplendor tradicional? ¿Cómo evitar que los visitantes nos cambien por las Croacias, las Turquías y otros paraísos menos explotados? Un proyecto importante, en realidad proyecto de proyectos, es la reconversión de los grandes destinos, de aquellos que fueron iniciados en la década de los sesenta y hoy no satisfacen al turista del siglo XXI. Ni siquiera al de ingresos medio-bajos. La Administración ha preseleccionado ya tres grandes modernizaciones: la Playa de Palma, la Costa del Sol, y el municipio de San Bartolomé de Tirajana, en Gran Canarias. "Se trata de identificar los planes directores para los próximos 25 años con el fin de reconvertir los grandes destinos turísticos y conseguir así ventajas competitivas", dice José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur. Para éste, son necesarias inversiones mixtas –las públicas deben ir por delante y ser el señuelo de las compañías privadas– para que cada región encuentre su propio Guggenheim o su Ciudad de las Artes y las Ciencias, dos iconos que han servido de catalizadores de los espacios urbanos de Bilbao y Valencia, respectivamente. Hay muchas regiones que deberían pasar por el quirófano estético: desde Lloret de Mar hasta Fuengirola pasando por Torremolinos. Serán inversiones de envergadura, de decenas de miles de millones euros. Sólo la reforma de la Playa de Palma –que ofrece una capacidad hotelera similar a Cuba– podría costar entre 5.000 y 10.000 millones a lo largo del próximo lustro. Hay mucho en juego. Después de todo, el 70% de nuestros ingresos turísticos están relacionados con las playas.



97 A por más (y más ricos) europeos

A por los turistas más ricos. El Gobierno lanzará en los próximos meses varios programas para atraer a los europeos, tanto a los de mayor renta como a los jubilados. *Privilege Spain* es un programa que busca "promover la generación de productos turísticos de alto valor" con el fin de "mejorar el posicionamiento de la marca turística de España". Se trata de vender mejor algunos de nuestros tesoros: la gastronomía, la cultura... Al mismo tiempo, se lanzará el plan *Hibern Spain* para espolear la demanda de aquellos europeos de entre 55 y 75 años, unos 100 millones de personas. Para ello, se intentará exportar el modelo de turismo social del *Imsero*. "España no recibe más del 10% de los más de 500 millones de europeos", dice Juan Andrés, presidente de la Mesa del Turismo Español.