

21.01.10

FITUR | Nuevas tendencias turísticas

## ***El turista cambia sus pautas***

¿Qué se va a llevar, turísticamente hablando, durante este año 2010? ¿Cómo se va a comportar el turista en este comienzo de la década y qué es lo que va a demandar? Varitas mágicas no hay, ni fórmulas magistrales para salir de los números rojos que envuelven al turismo, pero sí que se puede hacer una aproximación a qué es lo que va a demandar aquel que se plantee hacer un viaje.

La Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) hace en su informe de 2009 un análisis sobre qué es lo que se va a demandar en 2010 y cómo la crisis económica está haciendo que el perfil del turista vuelva a cambiar y los gustos se retrotraigan a los de hace varios años. **Ahora el dinero manda.** Ya no vale pagar cualquier precio por unas vacaciones: hay que ir a destinos que no sean caros en exceso y en los que se pueda disfrutar por unos cuantos euros. Éstas son las tendencias que primarán los próximos meses.

### **Viajar a destinos próximos**

**El objetivo es que el gasto del transporte sea el menor posible**, así que para lograrlo el turista está optando por ir a lugares próximos a su ciudad de origen. En el caso de los españoles esta tendencia es muy marcada. El fuerte aumento del desempleo, la reducción de la renta disponible de las familias, el deterioro de los niveles de confianza y la incertidumbre económica propicia un mayor nivel de ahorro.

La crisis económica se ha traducido en que hay menos personas con capacidad económica para viajar y un menor gasto por parte de aquellos que han mantenido su poder adquisitivo. El turista español y especialmente el segmento familiar **ha optado más por destinos peninsulares en 2009**, como resultado de la tendencia general en toda Europa. Por este motivo, los indicadores de viajes de los españoles al exterior han bajado con más intensidad que los disponibles sobre los dirigidos a destinos españoles.

### **Menos escapadas de fin de semana**

Durante 2009 se ha producido una fuerte caída de las escapadas y viajes de fin de semana a destinos urbanos por parte de los españoles que han concentrado más sus desplazamientos y **han preferido no renunciar al clásico viaje de verano.** Este hecho junto con la preferencia por la proximidad, explica que los destinos peninsulares de la costa, salvo Murcia, hayan sido los que registren los mejores resultados en términos de demanda española ayudando a compensar la contracción de la demanda extranjera.

**Cataluña y la Comunidad Valenciana** en el mediterráneo y Cantabria en el Cantábrico, han conseguido acabar el año incluso con un aumento de la demanda española medida en términos de pernoctaciones hoteleras.

### **Para dormir, de casa rural o camping**

Si se habla de ahorrar, eso se puede lograr **gastando lo menos posible en alojamiento**, de ahí que la elevada sensibilidad al precio que ha marcado la temporada turística de 2009 ha favorecido a las tipologías de alojamiento identificadas con tarifas más asequibles. Así, en este año 2009 el número de pernoctaciones de los españoles en casas rurales y campings se ha

incrementado un 2,3% y un 1,0%, respectivamente, mientras ha descendido en hoteles (-3,5%).

### **A la caza del chollo de último minuto**

No cabe duda que **bucear en internet** para cazar el chollo de última hora se ha convertido en el deporte nacional para muchos aficionados a los viajes, que han visto como 2009 ha sido su gran año en esta caza de gangas, ya que todos los sectores relacionados con el turismo y muy en especial los hoteles de mayor categoría se han empleado en lanzar ofertas y descuentos para llenar sus habitaciones.

### **Menú a mediodía**

La crisis ha hecho que se pase del comer en un restaurante caro a tener que contentarse con el menú del día. El turista de estos tiempos **tiene que ahorrar en aquellos gastos que no son imprescindibles** y en ese capítulo es en el que entra la restauración y la comida. También ahorra a la hora de comprar recuerdos. Los famosos souvenirs ya no se venden tanto como antaño, algo que perjudica a las tiendas que viven de la venta de estos singulares y peculiares artículos made in Spain.