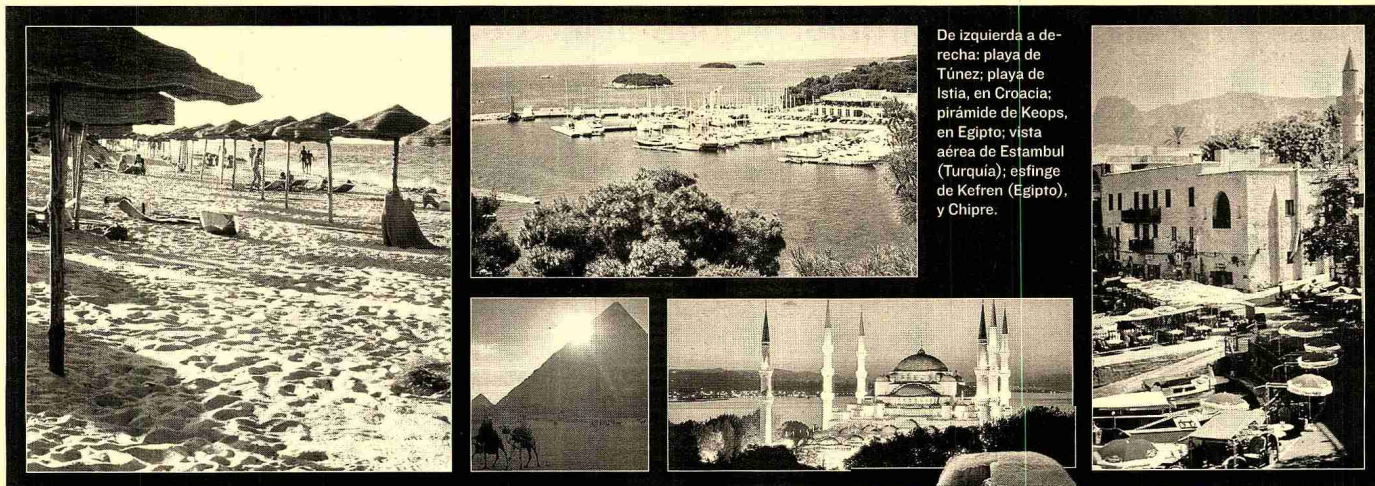


(Fitur) 2009

Países competidores



De izquierda a derecha: playa de Túnez; playa de Istia, en Croacia; pirámide de Keops, en Egipto; vista aérea de Estambul (Turquía); esfinge de Kefren (Egipto), y Chipre.

Egipto avanzó un 19% en llegada de turistas y Turquía, un 13,4%

El Mediterráneo Oriental toma la delantera

ARANTXA NORIEGA Madrid

El 65% de los turistas que visitan España todavía siguen buscando sol y playa. Pero la realidad es que, pese al esfuerzo que se está haciendo desde el sector turístico y la Administración para empujar la demanda de visitantes procedentes de los países que siempre nos han visitado, "los flujos se están derivando hacia otros destinos más baratos que también cuentan con costa", dice el vicepresidente de la alianza Exceltur, José Luis Zoreda.

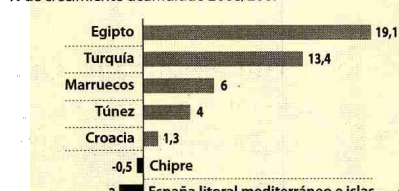
En los diez primeros meses del año de 2008, los países del Mediterráneo Oriental cerraron con intensos avances en la llegada de turistas extranjeros. Concretamente, Egipto creció un 19,1%, según datos de Exceltur. Este país que logra tener 11 millones de visitantes al año gana turistas cada año por los nuevos productos turísticos que ofrece. Turquía es ahora otro destino favorito. Logró atraer un 13,4% más que el año anterior, hasta los 25 millones de visitantes.

Otros países como Marruecos y Túnez también conquistaron porcentajes positivos de 6% y 4%, respectivamente. El caso de Marruecos tiene su punto de partida en octubre de 2001, cuando el rey Mohamed VI firmó el programa denominado Azur, que contempla alcanzar la cifra de 10 millones de turistas en 2010; pasar de 35.000 camas hoteleras a 115.000; crear 600.000 empleos directos y desarrollar seis complejos y nuevas estaciones balnearias. Para ello, el país estimó una inversión de 9.000 millones de euros. Aunque este plan se ralentizará por la crisis inmobiliaria, intentará diversificar la oferta con nuevos enfoques: turismo de golf, deportes, *riads* y festivales de música clásica.

Ya hace cinco años estos países del Mediterráneo Oriental (Croacia, Egipto o Turquía) comenzaron a quitar parte del pastel turístico español. Así los lu-

España frente a los destinos emergentes del Mediterráneo

% de crecimiento acumulado 2008/2007



Serbia busca socios mayoristas españoles para vender su oferta

Serbia intenta lograr mayor demanda de turistas del exterior, todavía débil tras la Guerra de los Balcanes. De hecho, los principales touroperadores de este país buscan socios en España para que vendan este destino en el mercado nacional. La Oficina de Turismo de Serbia en España ha realizado un estudio entre los touroperadores españoles con el objetivo de determinar el

grado de conocimiento y el interés que éstos tienen en Serbia como un potencial destino. También presentará en Fitur varios programas de rutas para que los mayoristas españoles las incluyan en sus próximos programas y catálogos. Gonzalo Santamaría, director de la Oficina de Turismo de Serbia, dice que "es un destino de indudable interés para el mercado español".

La caída de la libra empuja a los turistas británicos a pasar sus vacaciones en destinos baratos

gares de costa que tradicionalmente eran codiciados comenzaron a ceder cuota de mercado en los diferentes países emisores (Francia, Reino Unido, Italia y Alemania) y dejaban atrás su condición de destinos baratos. "Con la crisis, esta tendencia de pasar las vacaciones en lugares más económicos crece aún más", señalan en el lobby empresarial.

La caída de la libra favorece que los turistas británicos prefieran pasar sus vacaciones en destinos como Egipto o

Turquía, porque para ellos venir a la costa española supone gastarse más dinero que antes.

Para poder asimilar estos cambios, "España debe fortalecer sus otras alternativas, además del sol y playa, para captar al extranjero, como el turismo cultural, de salud o rural", dicen los empresarios.

Las cadenas hoteleras españolas (Riu, Sol Meliá, Barceló, Iberostar) conocen esta realidad y añoran esfuerzos para crecer en el Mediterráneo Oriental y en el Caribe, otro gran competidor turístico. De hecho, el grupo Barceló anunciaba el pasado lunes su entrada en Egipto. Inaugurará a partir del próximo verano el nuevo hotel Barceló 3 Pyramids en El Cairo. Ese mismo grupo mallorquín también estudia la creación de una red de establecimientos urbanos en las principales ciudades marroquíes.

Pese al avance imparable de los países más emergentes en materia de turismo, España se mantiene como segundo gran destino mundial en ingresos y en número de visitantes (más de 57 millones). Además, según los expertos del turismo, "sigue conservando el concepto de seguridad frente a algunos países más económicos que tienen mayor riesgo; cuenta con buena oferta de alojamiento, una buena relación entre calidad y precio, seguridad sanitaria, buenas comunicaciones aéreas y terrestre y nuevas infraestructuras", añaden las citadas fuentes.

En el segmento urbano, los destinos españoles se situaron en 2008 en una posición intermedia en el conjunto de destinos europeos. Concretamente, España acabó el año por debajo de Austria en número de visitantes (que creció gracias a la celebración de la Eurocopa de Fútbol), Finlandia, Alemania, Suecia y Bélgica, pero se mantuvo por encima de Portugal, Reino Unido y Francia, que tuvieron mayores descensos.

EL EURO CAMBIA EL ESCENARIO

OTROS DESTINOS

La fortaleza del euro frente a retrocesos de otras monedas, como la libra, provocará un incremento de los viajes durante el verano hacia Estados Unidos, Reino Unido y Malta, según las previsiones de la agencia de viajes online Lastmi-



nute. En el extranjero, las capitales europeas Roma, París, Ámsterdam, Praga y Londres, seguirán en auge, junto con destinos como Marrakech, Estambul o Túnez. En general, los destinos nacionales y los paquetes vacaciones (vuelo y hotel) seguirán protagonizando la temporada.



NUEVAS TENDENCIAS

Con la crisis, los hábitos del turista vuelven a cambiar. El viajero, al salir menos veces al año, se hace más crítico y exigente, y busca las mejores ofertas relación calidad-precio. Así, emplearán más la red para poder comparar precios y contratarán a última hora. En cuanto a la duración de los viajes, se va a producir una fragmentación de las vacaciones, con una potenciación de los fines de semana de tres o cuatro días, a destinos nacionales o europeos.