O.J.D.: 10475
E.G.M.: 82000
EL PERIODICO LA VOZ DE ASTURIAS GANAR MA
Fecha: 05/02/2006
Sección: EN PORTADA
Páginas: 2-3
FEB.06.018

LOS NUEVOS VIAJEROS ▸▸ LA ACTIVIDAD EN EL PRINCIPADO

El turismo asturiano confía su auge a la calidad y la promoción

El ritmo de constante crecimiento del sector se nota en el aumento de las contrataciones. Sólo en hoteles, «se han creado unos 4.000 empleos directos, la mayoría de ellos estables». El empleo directo medio en el 2005 fue de 47.272 trabajadores.

J.M.H.
OVIEDO

El turismo asturiano sigue, desde hace años, una senda de crecimiento. Un auge que le ha llevado a copar mercados, atraer a un mayor número de visitantes cada año y merecer el reconocimiento del sector. Para continuar el alza de la actividad, especialmente intensa en el 2005, el sector quiere apoyarse en la calidad y en la promoción. Estas deberían ser, a juicio de Alberto Martínez, presidente de Unión Hotelera, las señas de identidad del turismo asturiano en los próximos años.

La calidad, en su opinión, referida el producto turístico. Se trata de impulsar las marcas propias. Por ejemplo, Casonas Asturianas, que representan a los hoteles rurales de la comunidad. Otro ejemplo de marcas de calidad es Mesas de Asturias, un distintivo que agrupa a varias decenas de restaurantes de la región.

Por otra parte, el sector turístico, en opinión de Martínez, debería apoyarse también en conseguir que cada vez un mayor número de establecimientos tuviesen implantado un sistema de gestión de calidad. Pone como ejemplo la central de reservas, una apuesta por las nuevas tecnologías que ha acometido la Unión Hotelera para mejorar la gestión.

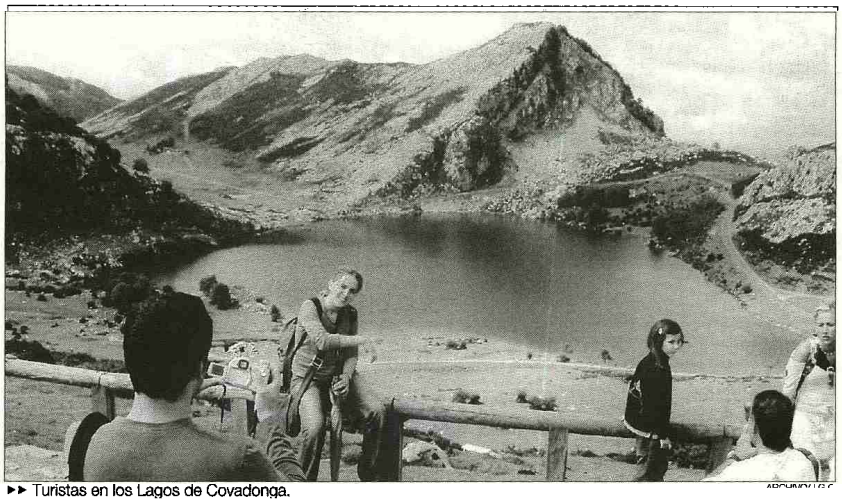
Otra pata en la que, a juicio del presidente de la mesa de turismo de la patronal Fade, debería apoyarse la progresión futura del turismo sería la actividad promocional. Una tarea que cree que no sólo es competencia de la administración pública, sino que debe obligar también a «un esfuerzo» de los empresarios privados.

Martínez no duda que, con la apuesta por la calidad y la promoción, el turismo continuará su crecimiento en el Principado. De momento, los profesionales del sector valoran positivamente el aumento del peso del turismo en la riqueza regional. «Hace cinco o seis años aportaba el 4,5% del PIB y ahora ya rozamos el 9%».

Concretamente, en el 2004, el turismo suponía el 8,7% del PIB de Asturias y aportaba 1.247 millones de euros. Con el ritmo de crecimiento del sector en los últimos años, las previsiones de los políticos y los profesionales de que esta actividad pueda llegar al 10% parecen cada vez más factibles. Ese el porcentaje de lo que aporta el turismo en el PIB nacional. Martínez es optimista en que se cumplan las previsiones. De momento, «que estemos cerca del 9% significa que ha habido un aumento importante».

El sector turístico aumentó hasta el 8,7% su peso en el PIB de Asturias en el 2004

Un ejemplo de que el sector sigue un ritmo de constante crecimiento tiene reflejo en el empleo. Según el presidente de Unión Hotelera, «sólo en hoteles se han creado unos 4.000 empleos directos, la mayoría de ellos estables». El dato es representativo. Como lo es que el empleo directo medio en el 2005 sea de 47.272 trabajadores. Además del empleo, hay que destacar el aumento de la inversión en la actividad turística y la llegada al sector de «empresarios jóvenes, de entre 35 y 40 años».



▸▸ Turistas en los Lagos de Covadonga.

LOS NUEVOS VIAJEROS ▸▸ ALOJAMIENTOS PARTICULARES EN OTROS PAÍSES

reportaje

Los turistas sedentarios

La compra de segundas residencias en España por parte de extranjeros sigue en alza, y a la vez surgen ofertas para que los españoles adquieran casas de veraneo en otros países

S. S.
MADRID

Uno de los motores del *boom* inmobiliario español es la compra de viviendas en zonas turísticas por parte de extranjeros que las convierten en su segunda residencia. Las facilidades para volar por poco dinero entre dos destinos concretos, gracias a las compañías de bajo coste, y el menor coste de vida de España con respecto a sus países de origen han hecho que muchos turistas reincidentes procedentes de los tres primeros mercados emisores (Alemania, Reino Unido y Francia) hayan optado por tener casa propia en el litoral español.

El sector hotelero utilizó de nuevo la tribuna de Fitur para advertir que este tipo de turismo es menos sostenible y aporta menos ingresos por viajero que el que se aloja en los establecimientos colectivos. La organización empresarial Exceltur afirmó que en el 2005, las empresas turísticas tradicionales de Andalucía y Canarias acusaron **«una caída de rentabilidad por el nuevo aumento de plazas hoteleras y residenciales, especialmente en la costa andaluza»**. El servicio de estudios de esta alianza calcula que el año pasado se abrieron 25.000 nuevas plazas hoteleras en el litoral mediterráneo y se acabaron casi 300.000 viviendas en la zonas.

Para Miguel Sebastián, asesor económico del presidente del Gobierno español, la compra de viviendas por parte de extranjeros para segunda residencia **«será beneficiosa para todo el sector turístico a medio plazo»**. El asesor coincide, de hecho, con los planteamientos de la asociación Live in Spain, que agrupa a las empresas más importantes del sector inmobiliario turístico español, y que defiende el turismo residencial con los siguientes argumentos: **«Genera ingresos recurrentes; aporta estabilidad económica a la zona y contribuye a la desestacionalización de los visitantes»**. Esta asociación calcula que en el 2006 se registrarán casi 29.000 millones de euros de inversión de extranjeros en segunda residencia en España.

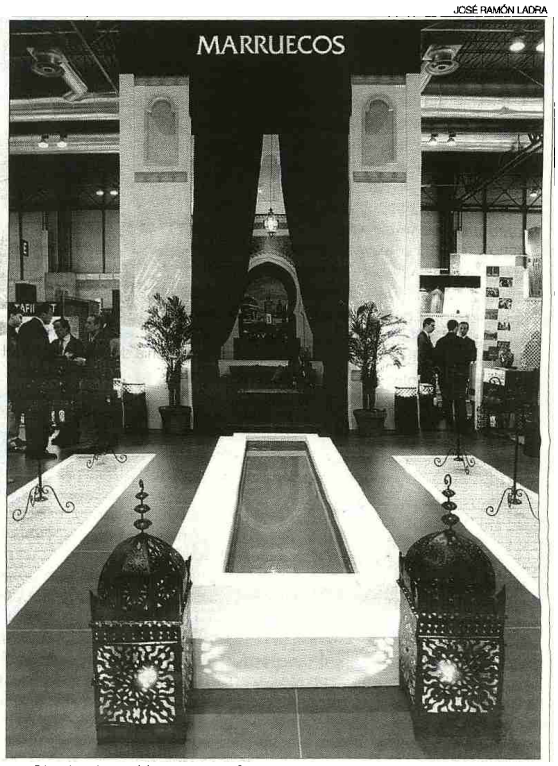
LA NOVEDAD

La mayor constructora brasileña vende viviendas de lujo a españoles en Bahía

El éxito económico de esta fórmula ha animado a otros países con buen clima y atractivos de sol y playa a copiarla o incluso mejorarla. El Ministerio de Turismo de Marruecos dedicó muchos esfuerzos en Fitur para presentar su plan Visión 2010, que prevé construir 85.000 camas hoteleras y 35.000 inmobiliarias en el litoral mediterráneo marroquí.

Aunque es más sorprendente la reciente promoción que comercializa la española Optimum BR de 175 casas en la costa brasileña de Salvador de Bahía **«pensada para inversores y turistas españoles»**. Se trata de casas de lujo, por un precio que oscila entre los 183.000 y los 300.000 euros, en un gran complejo turístico que promueve la primera constructora brasileña, Odebrecht.

JOSÉ RAMÓN LADRA



▸▸ El pabellón de Marruecos en Fitur.