



O.J.D.: 125639
E.G.M.: 364000
Tarifa: 9061

EL CORREO
ESPANOL
EL PUEBLO VASCO

EL CORREO

Fecha: 03/08/2008
Sección: PORTADA
Páginas: 1,18-19

JUL.08.380

El Gobierno vasco busca turistas en Europa al caer los visitantes nacionales

Intensifica la **promoción de Euskadi en Francia, Alemania y Reino Unido** para compensar los efectos de la crisis económica

El sector teme un nuevo descenso de los viajeros este verano

Las luces de alarma se han encendido en el sector turístico de Euskadi por los efectos de la crisis económica, que redujo un 7,2% la llegada de visitantes en el segundo trimestre –en especial, procedentes del resto de España– y causará nuevos descensos este verano, para el que las previsiones son muy negativas. En un intento de paliar la situación, el Gobierno vasco ha decidido cambiar de estrategia y volcarse en captar viajeros europeos, para lo que intensificará sus campañas de promoción en Francia, Alemania y Reino Unido, los tres países que aportan más turistas. Además, intenta salvar la temporada con una partida extra de 1,5 millones destinada a 'vender' la imagen de la comunidad en el exterior.

PÁG. 18 EDITORIAL EN PÁG. 39
POR M. JOSÉ TOMÉ

El Gobierno vasco busca turistas en Europa ante la caída de los visitantes nacionales

El Ejecutivo habilita un fondo especial de 1,5 millones de euros para «intensificar la campaña de promoción» y salvar la temporada

El descenso del 7% en tres meses obliga a «cambiar la estrategia»

M. JOSÉ TOMÉ RUIRAC

Después de siete años de crecimiento, la curva ascendente que simbolizaba la afluencia de viajeros a Euskadi ha empezado a decaer arrastrando consigo buena parte del optimismo del que disfrutaba el sector turístico. El descenso del 7,2% en la llegada de visitantes durante el segundo trimestre del año –casi 50.000 menos entre abril y junio– ha disparado todas las alarmas, hasta el punto de que el Gobierno vasco ya ha adoptado medidas de urgencia para tratar de salvar no ya la temporada, sino el año turístico. Esta misma semana, el Ejecutivo ha habilitado un presupuesto extra de 1,5 millones de euros para «intensificar» la promoción de Euskadi en el resto de España, mientras que de cara a 2009 se impone un «cambio de estrategia»: ante la certeza de que la crisis azotará el bolsillo de los ciudadanos del resto de la Península y frenará su gasto en ocio, el objetivo será atraer a residentes en países europeos para compensar la menor afluencia de nacionales.

A falta de datos oficiales, Mercedes Rodríguez, la directora de la Agencia Vasca de Turismo, Basquetour, reconoce que julio ha seguido la tendencia descendente de los últimos meses y que la situación se presenta «complicada» hasta final del ejercicio. «Las reservas para agosto están por debajo de las de 2007, aunque también es cierto que el viajero que viene a Euskadi suele confirmar a última hora. En cualquier caso, se está notando la crisis económica y va a haber bajón», pronostica.

Con el fin de contrarrestar la desaceleración de una actividad que representa el 5,23% del Producto Interior Bruto (PIB), el Gobierno vasco ha decidido «habilitar fondos especiales para inten-

sificar hasta final de año la campaña de promoción de Euskadi en el mercado estatal», explica Rodríguez. De cara al próximo año, la directora de Basquetour anuncia un «importante despliegue» de medios para invertir la tendencia negativa. El plan de marketing pre-

visto para 2009 –que será presentado en noviembre por el lehendakari, Juan José Ibarretxe– incidirá «mucho más» en la atracción de turistas del mercado europeo, sobre todo de Francia (París, Toulouse, Lyon, Aquitania); Reino Unido (Londres y la zona sur de la

capital británica) y Alemania (Fráncfort, Düsseldorf y Munich). El presupuesto para «vender» los atractivos del País Vasco será significativamente superior: de los 7 millones consignados este ejercicio –a los que hay que añadir la partida extraordinaria de 1,5 mi-

llones–, el gasto en promoción turística se elevará hasta los 12 millones, un «esfuerzo especial» para tratar de contrarrestar las negativas consecuencias de la subida de las hipotecas y el paro en la llegada de visitantes.

Primeros síntomas

El vicepresidente ejecutivo de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), José Luis Zorreda, ya ha advertido de que la actual temporada de verano no cumplirá las expectativas del sector, debido sobre todo a la «acelerada



UN RESPIRO. Unos jóvenes se toman un descanso en el museo Guqaenheim mientras escuchan las guías electrónicas. / J. L. NOCITO

«Nos piden muchos menús del día y poca carta», reconocen los hosteleros

M. I. T. RUIRAC

Turismo y crisis económica son dos conceptos poco compatibles. Según aconseja el sentido común, cuando llegan las vacas flacas, el cinturón comienza a estrecharse por la parte prescindible; y, oficialmente al menos, las vacaciones y el ocio en general no cons-

tituyen un producto de primera necesidad. Ahora, en plena psicosis por la recesión, el sector ha sido uno de los primeros en sufrir las consecuencias de la contención del gasto.

«De la inquietud se está pasando al temor, a una posición claramente pesimista», confirma el secretario general de la Federación

Vasca de Hostelería, Ángel Gago, que augura cierres de persiana. «Sobrevivirán los negocios familiares y aquellos cuyo nivel de profesionalización es tan elevado que les permite resistir tiempos malos», apunta.

Según la encuesta de gasto turístico Egatur, hecha pública el pasado jueves, el gasto medio dia-

rio de los turistas hasta junio fue de 98 euros, apenas un 0,7% más que en los seis primeros meses de 2007. La percepción general es que la gente no renuncia a sus vacaciones, pero elige destinos más modestos, reduce su tiempo de estancia o ajusta el presupuesto. «Estamos notando una importante demanda del menú del día. Si el año pasado de cada 10 personas 6 eran menú y 4 carta, la proporción ahora es de 8 a 2», apunta Mikel Ubarretxena, el presidente de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Guipúzcoa. El resultado: a igual número de clientes,

el sector registrará un descenso en el volumen de ingresos.

Ubarretxena augura un otoño «duro». «Cuando hay crisis, el primero que lo nota es el comercio. Psicológicamente, el parón económico se está notando en las ventas», admite Jorge Aio, gerente de Bilbao Centro, entidad que aglutina a 1.800 comercios y las de 700 locales de hostelería. «La verdad es que estamos preocupados por lo que pueda venir», añade el presidente de los hosteleros alaveses, Rafael Ugarte. «Se ve gente por la calle, sí, pero no gastan con la alegría de antes».



contracción del mercado interno», que supone un 50% del total. En Euskadi, los primeros síntomas de ralentización ya se detectaron el pasado año. La comunidad autónoma logró cerrar el último ejercicio con un incremento del 4,2% en la llegada de turistas gracias al importante tirón de viajeros de otros países; de lo contrario, la temporada habría acabado en 'números rojos'. Los extranjeros, que sumaron 660.000 visitantes –uno de cada tres–, se incrementaron por encima del 17%, con Francia, Reino Unido y Alemania como principales países emisores. Por contra, el turismo nacional se redujo un 0,8%.

Pero los auténticos signos de alarma comenzaron en marzo, que cerró con un tímido descenso del 1,3%. Abril dio un brusco bajón de un 13,7% y mayo y junio, con retrocesos del 4,1% y 4%, respectivamente, contribuyeron a confirmar la tendencia. Especialmente preocupante fue la caída en la entrada de viajeros procedentes de Cataluña, Castilla-La Mancha y Castilla y León. En junio, además, no sólo disminuyeron las visitas; las pernoctaciones se redujeron un 6% de media, tasa que en Vizcaya se elevó hasta el 8%. Es decir, no sólo vienen menos turistas nacionales sino que, además, pasan aquí menos tiempo. «Si la gente antes se podía permitir quince días de vacaciones, ahora igual se limita a dos o tres días», apunta Fernando Sánchez-Crespo, el presidente de Destino Bilbao, la agrupación que reúne a los principales hoteles de la capital vizcaína.

El museo Guggenheim, el principal icono turístico vasco, ya ha notado los síntomas de la crisis: en julio, la cifra de visitantes se ha aproximado a los 111.000, un 5% menos que el mismo mes de 2007. Dos de cada tres eran extranjeros: un 20% llegaron de Francia, un 9% del Reino Unido y un 8% de Alemania, los tres países en los que se pretende potenciar la labor de promoción de Euskadi.

«La ocupación está siendo ligeramente más baja que la del año pasado. Según nuestras previsiones, el descenso puede rondar entre el 5% y el 10%. Está claro que las hipotecas han subido, los precios de la cesta de la compra y la gasolina también y, por lo tanto, hay que ajustarse el cinturón», reconoce el presidente de la Asociación de Empresas Hoteleras de Guipúzcoa (Aspagi), Fran González. Este territorio, el principal



DE VACACIONES. Un tren turístico realiza su recorrido por las calles de Vitoria. / JOSÉ M. LÓPEZ

Los visitantes del museo Guggenheim han caído en julio un 5% respecto a 2007

«Hacia años que no veía la cosa tan negra. Agosto se presenta desastroso», asegura el director de un hotel

gancho turístico de la comunidad, que en 2007 batió todos los récords, es el que este verano «se está comportando peor», confirma la directora de Basquetour. «Además de la crisis, hemos notado un cierto bajón durante todo el año en el turismo de ocio de fin de semana, lo que nos hace tener cierta incertidumbre», añade González.

Según los últimos datos oficiales, el descenso en las entradas de viajeros fue del 6% en Guipúzcoa, frente al 3% en Vizcaya y el 2% en Álava. En estos dos territorios, la actividad de los hoteles en julio también ha sido menor que la registrada el pasado ejercicio por las mismas fechas. Un dato significativo: a falta de tres días

para el comienzo de las fiestas de La Blanca, el Hotel Silken Ciudad de Vitoria aún tenía sin ocupar el 20% de sus habitaciones. El último año, para las mismas fechas, ya había colgado el cartel de completo «y tuvimos que rechazar peticiones», rememora su director, Miguel Ángel Jofre. «Hacia bastantes años que no veía la cosa tan negra. Agosto se presenta desastroso. Después de fiestas, voy a tener que cerrar dos tercios del hotel», se sincera.

Agroturismos

La crisis ni siquiera ha respetado a los agroturismos y casas rurales, una de las grandes bazas del turismo vasco que ha sabido mantener el tipo incluso en las peores conyunturas. «Hemos notado el descenso tanto en la cifra de peticiones de reserva como en el tiempo de estancia media del cliente estatal. Si antes venían 4 ó 5 días, ahora pasan sólo tres noches», asegura la responsable de Nekatutur, Idoia Ezkurdiá, que ha detectado otro signo inequívoco de que el frenazo de la economía es algo más tangible que una amenaza. «A la hora de hacer las reservas, la gente nos pregunta mucho más por el precio», apunta.

Un otoño sin puentes festivos

M. J. T. BILBAC

Los esfuerzos del Gobierno vasco se centran, ahora, en contener en lo posible la caída de visitantes en un otoño que de este año, por caprichos del calendario, carece de puentes festivos. Y no es un asunto baladí: buena parte de los turistas nacionales que visitan el País Vasco lo hacen durante estas 'minivacacio-

nes' o en fines de semana.

El perfil tipo del turista que se acerca a Euskadi es el de una pareja, catalana o madrileña, que se desplaza en su propio vehículo, se aloja en hoteles urbanos en una y tres noches. En una temporada, la existencia de más o menos jornadas festivas puede inclinar la balanza en uno u otro sentido. Y este próximo otoño será un caso atípico que no beneficia

en absoluto al sector del turismo.

De entrada, el 12 de octubre –día del Pilar– cae en domingo (el año pasado fue viernes) y el 1 de noviembre –Todos los Santos– es sábado; mientras que en 2007 cayó en jueves, lo que transformó un día festivo en cuatro. Pero es que, además, el macropuente de la Constitución y La Inmaculada quedará reducido a un fin de semana un poco más largo de lo habitual: el 6 de diciembre coincide en sábado y el 8 en lunes.