

Cantabria, una región turística 'de cuarta'

El informe MoniTUR, publicado en julio, suspende la gestión de López Marcano

IRENE SAINZ / Santander
Cantabria está en el pelotón turístico. El informe MoniTUR, publicado en julio, presenta un índice de competitividad en el sector relativo a las comunidades autónomas españolas.

El estudio, realizado por Exceltur con la colaboración de Deloitte, arranca con una división de las regiones en cuatro grupos y Cantabria,

durante la gestión del regionalista López Marcano, no avanzó sino que retrocedió frente a 2009. La situación de partida no es buena y no se han hecho los deberes. Conclusión: La comunidad está en el puesto 15 de 17 según el índice global. En cuestiones como diversificación de productos, gobernanza y resultados es la última de la tabla. **Página 8**

Cantabria, una región turística 'de cuarta' de la mano de Marcano

El informe MoniTUR, publicado en julio, sitúa a la comunidad en el puesto 15 de 17

IRENE SAINZ / Santander Cantabria está en el pelotón turístico. El informe MoniTUR, publicado en julio, presenta un índice de competitividad de las comunidades autónomas españolas en el sector. El estudio, realizado por Exceltur con la colaboración de Deloitte, arranca con una división de las regiones en cuatro grupos en función de sus similitudes. En el primero van Madrid, País Vasco y Cataluña; en el segundo, Andalucía, Canarias, Baleares y Comunidad Valenciana. Navarra, La Rioja, Castilla-La Mancha, Castilla y León y Galicia ocupan el tercer puesto y en el cuarto están Aragón, Extremadura, Murcia, Asturias (estas dos han mejorado su posición respecto a 2009) y Cantabria, que no parece avanzar.

La situación de partida no es buena. Según MoniTUR, las regiones del cuarto grupo van rezagadas y

La atención que el Gobierno presta al sector tiene la peor nota de España

Solo supera la media nacional en calidad ambiental y recursos humanos

hay varias causas: un «menor conocimiento o puesta en valor» de sus recursos y atractivos, menos «accesibilidad a los mercados», un tejido empresarial «más reducido» y una apuesta turística aún «incipiente».

No obstante, el problema más grave es que Cantabria no ha hecho los deberes porque en la actualidad la práctica totalidad de comunidades autónomas (solo Canarias se ha permitido el lujo de no hacerlo tampoco) dispone «de un documento estratégico que refleja el reconocimiento de su gama de productos, mercados objetivo y principales canales e instrumentos de marketing».

La región está en el puesto número 15 en la clasificación global del sector y ha empeorado respecto a 2009, cuando estaba en el lugar número 14. El índice MoniTUR pasó de 93,2 a 92,1 lo que supone un descenso de 1,1 puntos. La media nacional es 100 y la superan solo las comunidades del primer y segundo grupo.

El dato global aún la nota que ha recibido Cantabria en siete áreas: Visión de marketing estratégico y apoyo comercial (89,9, con un descenso

de 1,4 puntos respecto a 2009); Accesibilidad y conectividad por medios de transporte (90,9, ha subido 4 puntos respecto a 2009); Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico (109,4, ha mejorado 5 puntos); Diversificación y categorización de productos turísticos (80,6, con una caída de 2,5); Atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos (104,8, ha crecido un 3,4); Turismo como prioridad política y su gobernanza (87,2, con el mayor declive respecto al año ante-

rior, -16,6) y Resultados económicos y sociales (81,9, una mejora del 0,2).

El ámbito que recibe una de las peores notas de la comunidad y que presenta un mayor deterioro es el que marca la atención que los Gobiernos autonómicos prestan al sector. Más allá de las «declaraciones puntuales» y «retóricas», el análisis valora «la posición del turismo en la escala administrativa» y la coordinación entre consejerías.

El estudio apunta que en la mayoría de comunidades el máximo responsable único de turismo tiene rango de Director General y forma parte de una Consejería con atribuciones compartidas con otras esferas de las competencias autonómicas. La reducción de organismos y cargos públicos que ha impulsado la necesidad de recortar el gasto durante 2010, y se ha extendido a 2011, ha utilizado al turismo como uno de los instrumentos de

ajuste, reduciéndolo de rango e integrándolo con otras actividades.

Para mejorar su posición, Cantabria pide a gritos un Plan Estratégico

EL 'EJEMPLO'

La Goleta del agujero infinito

El consejero de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Eduardo Arasti, aprovechó su primera comparecencia parlamentaria para airear las cuentas de la Goleta Cantabria Infinita. La Sociedad Regional de Turismo y MARE pagan el alquiler, que asciende a 300.000 euros, a lo que hay que sumar las tasas portuarias (9.282,85 euros), el consumo de gasoil (4.191 euros) y el 'call center' de la empresa Puzzle que gestiona las reservas (25.488 euros), en total, 338.961 euros al año. En 2010, la recaudación de las entradas, que va a Cantur, fue de 33.000 euros, el 10% del gasto global.

co como los diseñados en Andalucía, País Vasco, Cataluña o Castilla y León, además de la puesta en marcha de herramientas específicas que per-

mitan conocer el impacto económico del turismo a lo largo del tiempo. El análisis subraya también la importancia de la cooperación con el sector privado y la adecuación de la normativa turística. En este área, igual que en los resultados económicos y la diversificación de productos turísticos, la región ocupa el último puesto del ranking, el 17.

La visión de marketing y promoción estratégica también deja a Cantabria en un mal lugar, el puesto número 14, a pesar de los fondos destinados por el anterior Ejecutivo a publicitar los atractivos de la región.

Los frentes donde Cantabria salva la media son los relativos a la calidad del servicio desde el punto de vista de los recursos humanos (104,8, lo que coloca a Cantabria en el cuarto puesto a nivel nacional) y la ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico (109,4, la región está en el tercer lugar), que se refiere a la protección del territorio, la densidad urbanística de los destinos y el compromiso ambiental de la sociedad. También ha mejorado la accesibilidad y conectividad de Cantabria por medios de transporte, aunque la comunidad está en el puesto número 12 de 17.



Goleta Cantabria Infinita, 'estandarte' de la anterior Consejería. / EL MUNDO

Las propuestas del Gobierno 'popular' para mejorar el sector en la comunidad

> División territorial

La Consejería dividirá Cantabria en zonas turísticas (Santander, Cantabria oriental, Cantabria occidental, Valle del Asón, Valles Pasiegos, Valle del Saja-Nansa, Liébana y Campoo) para desarrollar planes de competitividad turística de carácter comarcal.

> Cueva de Altamira

Volverá a ser «el buque insignia de Cantabria» y compartirá protagonismo con las cuevas Patrimonio de la Humanidad, Cabárceno, El Soplao, Picos de Europa, la playa y las villas turísticas. Por otra parte, habrá acciones de promoción dirigidas a los productos emergentes y a la dinamización de las zonas turísticas



Eduardo Arasti, consejero de Industria. / D. S. B.

menos potenciadas. El objetivo es conseguir turistas todo el año, aumentar su afluencia, incrementar la rentabilidad y generar empleo.

> Consejo en activo

Arasti anunció que convocará, «de forma periódica», el Consejo Regional de Turismo, que no se reúne desde 2007.

> Formación profesional

El Gobierno trabajará para erradicar el intrusismo profesional, «que afecta a todo el sector», y apoyará programas de formación continua para elevar la calidad del servicio turístico en la región.