

29/09/12

JESÚS TRILLO

El turismo y la crisis

LA MALA SITUACIÓN económica del momento no pasa desapercibida al mundo del turismo, y el verano que acaba de concluir no ha sido bueno para el sector. El pasado día cinco de este mes, el ministro de Industria, Energía y Turismo comparecía para hacer balance de la época estival, destacando el mayor número de visitantes extranjeros y el incremento del gasto medio de éstos. Confía el responsable estatal en cerrar el año con un total de 58 millones de visitantes de fuera de nuestras fronteras.

Pero el optimismo del ministro chocaba con los datos aportados por la patronal. Desde Exceltur hablan de una caída del 0,9% en términos interanuales. Lo que está claro es que el mal momento que están pasando una gran parte de las familias españolas hace que el movimiento turístico nacional sea menor y que sean los extranjeros los que nos están salvando los trastos. Cabe destacar que más de la mitad de los visitantes extrafronterizos llegan de sólo tres países: Reino Unido, Alemania y Francia. Los ingleses aumentaron un 4,7%, los franceses un 17,5%, y los alemanes retrocedieron un 4,3%, al igual que los italianos, que bajaron un 1,8%. En cuanto a los países emergentes, Rusia es uno de ellos.

Sobre lo que más demandan los visitantes, un par de datos. Cayeron un 2,7%, por dos meses consecutivos, los que solicitan paquetes turísticos, mientras que los que no se inclinan por esta modalidad crecieron un 8,2%.

Bajando al ámbito doméstico, en Costa da Morte el verano tampoco ha sido bueno para los empresarios del ramo. En el mes de julio, el nivel de ocupación ha sido bajo, inferior al de años anteriores. Finalmente, en agosto se han ido cubriendo las plazas, pero, en muchos casos, con gente de última hora, sin reservas previas. Otros dos datos negativos: la bajada de precios y el descenso en el número de pernoctas y gasto medios por turista. Lo que sí se ha notado durante el verano –incluido septiembre– es una importante presencia de extranjeros en la zona, destacando el aumento de los italianos, que fueron muchos los que este año apostaron por el Fin del Mundo.

La campaña de otoño-invierno se prevé dura. Confiemos en que haga más llevadero el sufrimiento la nueva imagen que acaba de presentar Turgalicia, con su renovado portal, que lleva a portada propuestas como el turismo de experiencias, el Outono Gastronómico o el Bono Iacobus, centrado en el Camino de Santiago, nuestro principal reclamo. La estacionalidad continúa siendo el cáncer del sector, y ahí es donde deben centrarse las administraciones.