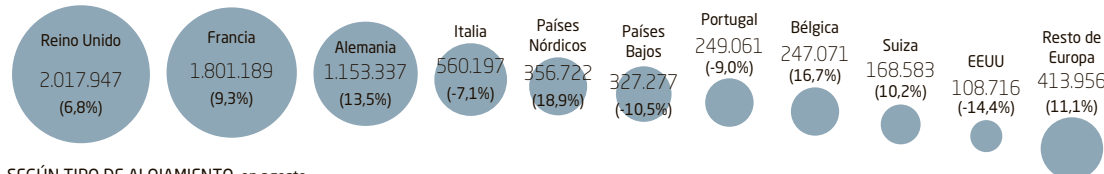


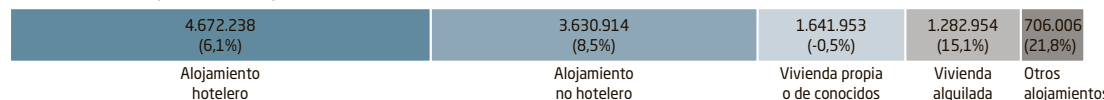
■ El turismo internacional de España

Número de turistas. (Entre paréntesis la variación interanual)

SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA, en agosto



SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO, en agosto



FUENTE: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

J. Martín / EL MUNDO

El turismo se estrella en Madrid

La capital carece de «notoriedad internacional» frente a una Barcelona posicionada

M. RECUERO / J. G. TRECEÑO / Madrid

La capital de España se hunde en materia turística y no hay administración pública ni sector privado capaz de reflotarla. En apenas ocho meses, Madrid ganó sólo 2,7 millones de visitantes, es decir, el volumen de extranjeros que llegó a esta ciudad entre enero y agosto cedió un 7,7% respecto al mismo periodo de 2012, según los datos facilitados ayer por el Ministerio de Turismo.

«Es muy simplista decir que el problema de Madrid es que Iberia recorta vuelos, cuando la raíz del problema es la evidente capacidad

de mejora de la gestión pública». He aquí la respuesta a ese escenario nada halagüeño que preside a la capital española y que dio a este diario un experto en materia turística, José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur, la asociación que aglutina a las principales empresas turísticas españolas.

El contexto actual se empeña en señalar al conflicto de Iberia como la causa de que el aeropuerto de Barajas haya visto deteriorado su tráfico de pasajeros, pero lo cierto es que el desgaste turístico de Madrid va más allá. Primero, la política de Aena no está en línea con el intento

de maximizar el tráfico de pasajeros en Barajas. El aumento de las tasas aeroportuarias derivó a que aerolíneas como Ryanair e easyJet –consideradas entre las que más viajeros traen a Madrid– redujeran su número de rutas, incluso por encima de Iberia. Segundo, no existe «unidad de acción», como define Zoreda a la relación entre las distintas instituciones públicas. Y tercero, los acuerdos internos entre Iberia y sus pilotos impiden que aerolíneas como Vueling puedan volar a Madrid.

«Es hora de que la unidad de esfuerzo que se ha hecho en Madrid 2020 se haga también en turismo»,

reconoce el dirigente de Exceltur, que no dudó en admitir que «Barcelona le lleva años de ventaja a Madrid por tener notoriedad internacional». En Barcelona tiene más peso el turismo extranjero, mientras que Madrid se centra en el nacional. El sector coincide en que la capital de España necesita un consorcio de turismo como existe en Barcelona.

Precisamente, la alcaldesa de Madrid, Ana Botella, se reunió ayer con el ministro de Turismo, José Manuel Soria. Según precisaron fuentes de los asistentes al encuentro, en él se analizó el descenso de los vuelos en Barajas. «Se consen-

suó la necesidad de impulsar nuevas rutas aéreas. Éste es el verdadero problema. Por mucha promoción exterior que se haga, si no hay conectividad, no hay forma de que los turistas lleguen a Madrid», precisó la fuente informante.

De igual forma, se habló de la necesidad, por parte de las tres administraciones –estatal, regional y local– de actuar de forma coordinada. En la actualidad, cada una de ellas tiene su propia oficina en el aeropuerto madrileño. «Uno de los motivos por los que ha caído el turismo en la Comunidad de Madrid se ha debido a la crisis de la economía italiana. Se trata del segundo mercado turístico madrileño», señaló.

Asimismo, se acordó poner en marcha un plan de choque a corto plazo para el mercado europeo, ya que «son los visitantes preferentes en los próximos meses de otoño e invierno». En este sentido, se habló de la necesidad de hacer campañas de promoción en los países emergentes, especialmente, en Rusia y China, además de Brasil e India.

Finalmente, se decidió poner en claro la necesidad de reforzar el turismo de negocios, el cultural y de compra. Para ello, se potenciará la imagen de la marca Madrid en el exterior a través de Turespaña y Red.es. La capital es la segunda ciudad de destino de compras, por detrás Londres. Seis de cada 10 turistas llegan a consumir cultura. Madrid es la cuarta ciudad del mundo en turismo de negocios.

Sin duda, Madrid precisa revisar su política de costes aeroportuarios y una administración conjunta.