

Los españoles gastan menos cuando viajan y apuran cada vez más con reservas en 'el último minuto' por la crisis. Escapadas Fitur es una gran oportunidad para encontrar ofertas atractivas.

/ ALBERTO DI LOLLI



SECTOR ESTRATÉGICO

Inmersos en una aventura a dos velocidades

Las costas y la oferta cultural de las ciudades españolas continúan atrayendo a los turistas extranjeros, que aumentaron casi un 3% en 2012 con respecto al año anterior. En cambio, los españoles viajan menos al exterior y dentro del país se decantan por estancias más cortas y económicas

LUIS A. ÁLVAREZ

Lleva siendo desde hace 50 años el principal motor económico del país. Ni siquiera la turbulencia de los últimos tiempos ha restado competitividad a un sector que hoy aporta más del 10% del PIB nacional y genera casi el 12% del empleo.

Según los últimos datos ofrecidos por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, en 2012 nos visitaron 57,9 millones de turistas extranjeros. Se trata de la tercera mejor cifra de la Historia, por detrás de 2006 y 2007. Además, la entrada de visitantes foráneos generó 55.594 millones de euros de ingresos el año pasado, un 5,7% más que en 2011. El gasto medio por turista también se incrementó -un 2,8%-, hasta alcanzar los 966 euros. Pero fue el desembolso medio diario la magnitud que más aumentó, un 6%, hasta los 108 euros por persona y día.

«El volumen de ingresos que produce el turismo en España tan sólo es superado en el mundo por el que se genera en Estados Unidos», ex-

plica Taleb Rifai, secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), quien considera que «España es un ejemplo de cómo el turismo genera empleos, oportunidades de negocio para las pequeñas y medianas empresas, recuperación de zonas urbanas y rurales y preservación del patrimonio natural y cultural de un país».

Cerca del 80% de los turistas que vienen a España procede de Europa. Británicos, alemanes y franceses son los que más nos visitan y los que más gastan. Los llegados de países nórdicos (Noruega, Suecia y Dinamarca) son los que más han incrementado su gasto en España con respecto a 2011 (un total de 5.054 millones de euros en 2012, casi un 10% más que el año anterior).

Pero si bien los turistas europeos han seguido manteniéndose fieles, los profesionales del sector turístico desean más visitantes de los llamados países emergentes. La

razón hay que encontrarla en que los turistas procedentes de los BRIC (Brasil, Rusia, India, China) gastan de media 1.631 euros, casi el doble que el conjunto de turistas que visita España. Gastaron 2.710 millones de euros en 2012, cifra que se incrementó nada menos que un 38,5% con respecto al año anterior. De en-

tre estos mercados, destaca el ruso, que en 2012 registró un incremento del 41,3% en número de turistas (340.000 más) y de un 52% en gasto (617 millones de euros más).

«Ahora los turistas que nos visitan son un poco prestados, a causa de la primavera árabe. Por eso, la oportunidad que se nos brinda hace necesario realizar un esfuerzo adicional para fidelizarlos», comenta Jesús Gatell, presidente de la Comisión Consultiva de Turismo de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

Cataluña, Baleares y Canarias continúan siendo los tres destinos preferidos por los extranjeros. El principal reclamo que engancha a los visitantes internacionales es el sol y la playa, pero el tejido empresarial español también está haciendo esfuerzos para que la oferta sea cada vez más atractiva a todo tipo de colectivos. Para Antonio Vázquez, presidente de Iberia y del comité organizador

de Fitur, «entre los retos del turismo español está la constante adaptación a los movimientos de la demanda, incorporando a su estrategia nuevos segmentos y tendencias turísticas que están conociendo un gran despegue y que vienen a sumarse a nuestros grandes referentes de sol y playa y turismo cultural, como son el turismo gastronómico, el enoturismo, el turismo LGBT (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales) e incluso otros que van surgiendo, como es el turismo espacial, que también tendrá presencia en Fitur».

Si este sector se mantiene sobre dos patas -visitantes foráneos y turistas nacionales-, sería esta segunda la que se encuentra algo coja. De hecho, los 161 millones de viajes que hicimos los españoles dentro de nuestras fronteras representan el 50% de la retribución turística del país. Y estos ingresos sólo aumentaron un 0,5% en 2012 en relación al año anterior, mientras que los viajes al extranjero continúan cayendo.

«La tendencia que se consolida es la de retrasar al máximo las reser-

Cifras para el optimismo

2 millones de trabajadores están vinculados al sector turístico en España, alrededor del 12% de empleados en nuestro país. El turismo en España equivale al 10% del PIB.

57,9 millones de extranjeros visitaron España en 2012, la tercera mejor cifra de la Historia, por detrás de los de 2006 y 2007. Estos turistas generaron 55.594 millones de euros en ingresos.

38,5% aumentó el ingreso de divisas de turistas procedentes de los principales países emergentes (Brasil, Rusia, China e India). Cada turista gasta casi el doble que la media.

El abanico de ofertas en Fitur, de un vistazo

● **Cerca de 9.000** empresas en representación de 167 países y regiones, así como todas las comunidades autónomas, españolas participan este año en la 33 edición de Fitur.

● **La dinamización** del negocio es una de las máximas del certamen. Por esto, se ha incorporado la iniciativa Fitur Know How & Export, que pretende aportar valor e innovación a las empresas.

● **Enoturismo** es uno de los términos que toman cada vez más fuerza. Fitur reúne en la sección Alojamiento del Vino una selección de hoteles especializados en este segmento con gran potencia de crecimiento.

● **Durante las jornadas** de apertura de puertas al público (2 y 3 de febrero), los expositores que lo deseen podrán comercializar en la feria ofertas atractivas para los visitantes. Se trata de la iniciativa Escapadas Fitur.

● **Por tercer año** consecutivo Fitur LGBT atiende a un segmento que representa el 10% del turismo en todo el mundo y el 15% del gasto turístico. Ofrecerá jornadas técnicas para que los profesionales se adapten a este mercado en auge.

vas, a la vez que aumentan las de último minuto. Las estancias son más cortas y el gasto que se hace en destino es menor», reflexiona Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat). Estos datos reflejan el impacto de la crisis.

Si algo sigue encandilando a los españoles, son los cruceros. «Tiene que ver con nuestro cambio de hábito turístico. El precio de los cruceros es cerrado, permiten la compra de última hora y la oferta se ajusta mucho al mercado», valora Rafael Gallego Nadal, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (Ceav).

RETROCESO DEL PIB

Según el último informe de *Perspectivas turísticas* elaborado por **Exceltur**, el lobby de las empresas españolas del sector, es precisamente la caída del consumo turístico de los españoles lo generó en 2012 un retroceso del PIB turístico del 1,6%. Para esta organización, la caída del turismo es consecuencia, además de la coyuntura económica que vive el país, de la ejecución de políticas como la subida de tasas aeroportuarias, que se hizo efectiva en verano del año pasado, y el incremento del IVA aplicado al turismo, que aumentó dos puntos, situándose en el 10%.

«Los políticos tienen la impresión de que el turismo es un sector que lo aguanta todo y no es así. Estamos sujetos a que las medidas que se apliquen desde las instituciones tengan consecuencias desfavorables para el sector», se lamenta José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**.

Hacia el nuevo turista digital

JOSÉ MANUEL SORIA

El año 2012 ha confirmado a España como uno de los destinos turísticos más demandados a nivel internacional tras haber cerrado la temporada rozando la cifra de 58 millones de turistas, con un crecimiento en el nivel de gasto de viajeros, que ha superado los 55.500 millones de euros. En la Balanza de Pagos, la rúbrica de turismo y viajes hasta octubre del pasado año había alcanzado un superávit de 28.623 millones de euros, cubriendo con creces el déficit comercial de nuestro país.

Estos datos ponen en valor el esfuerzo realizado por el sector privado, por las comunidades autónomas y por el Gobierno de España para convertir esta industria en una política prioritaria y estratégica. Un sector del que España es líder mundial en el segmento vacacional, segundo en ingresos y cuarto en el número de visitantes, y que ha demostrado su fortaleza a pesar de las oscilaciones de la economía internacional. Además de ser un buen año turístico para España, también lo fue para el mundo. En 2012, por primera vez, conocimos al turista mil millones según la Organización Mundial del Turismo que prevé crecer al ritmo del 4% hasta alcanzar los 1.400 millones de viajeros en 2020. España se prepara ya para captar una parte de ese aumento.

Sin embargo, el año que cerramos concluye con una debilidad que nos preocupa: el mercado interno. Los ciudadanos españoles siguen viajando pero optan, en su mayoría, por una estancia más breve y por un alojamiento alternativo al hotelero. Un panorama que cambiará con la recuperación de nuestra economía, que traerá consigo un mayor consumo.

Las previsiones que manejamos para 2013 indican que, a pesar de la incertidumbre de la economía europea, seguiremos manteniendo los mercados más importantes como son el inglés, el alemán y el francés, creciendo en el número de turistas, en el gasto y en las pernoctaciones.

Además, seguiremos la tendencia iniciada en economías emergentes como la rusa o la china, donde estamos todavía lejos de nuestro objetivo. Para ello, además de

desarrollar una política más activa de visados, hemos modificado la promoción. La hemos segmentado, adaptándola a los nuevos soportes tecnológicos y bajo un parámetro fundamental, nuestra principal fortaleza: la Marca España. Esta Marca, sumada a la experiencia de Turespaña y unidas ambas al criterio del sector privado, serán determinantes en el futuro.

Porque España atesora uno de los patrimonios turísticos más importantes del mundo que nos ponen a la cabeza del turismo global. España tiene sol y playa, casi 8.000 kilómetros de costa y 300 días de sol al año en muchas regiones. Pero tenemos más: tenemos una de las mejores gastronomías del mundo, una naturaleza rica y variada, cultura, tradición, ciudades de compras e infraestructuras avanzadas.

Todo lo cual, unido a la mejora de la competitividad del sector, nos permitirá consolidar nuestro liderazgo. Para ello disponemos de la herramienta que el Gobierno de España ha puesto al servicio del turismo: el Plan Nacional e Integral de Turismo, consensuado con la iniciativa privada y con las autonomías.

Una hoja de ruta, en estrecha colaboración con la iniciativa privada, con apoyo a los emprendedores introduciendo líneas de financiación destinadas a emprendedores jóvenes y a aquellos que introduzcan innovación y nuevas tecnologías en el sector.

Finalmente, es esencial avanzar hacia España como *destino turístico inteligente* introduciendo tecnologías que mejoren la experiencia del turista, potencien la actividad emprendedora, aumenten la calidad de vida del residente y mejoren la propia gestión del destino.

Una adaptación a un nuevo turista, un turista digital más conectado que nunca, ávido de experiencias nuevas y que genera, provee y difunde contenidos de España al resto del mundo. Contenidos que deberán reflejar que la oferta turística de España es competitiva, diversificada, preparada... en definitiva, única. En esa línea trabajamos, para que el turismo se consolide como primer sector económico de España.

JOSÉ MANUEL SORIA es ministro de Industria, Energía y Turismo.