

Más turistas, menos días

Cataluña continúa recibiendo más visitantes, 2,25 millones en agosto, gracias al ajuste de su gasto

Barcelona va como un tiro, la Costa Brava ha hecho una buena temporada gracias a sus vecinos franceses y la Costa Dorada no ha cubierto expectativas, pero se ha salvado gracias a una alta ocupación y a los conflictos de Oriente Próximo. A grandes rasgos, así se explican las buenas cifras turísticas marcadas por Cataluña en una de las campañas de verano más cortas, encorsestada entre junio y septiembre. El mejor reflejo se encuentra en el número de llegadas de extranjeros en agosto: 2,25 millones, un 12,3% más que en 2012. Ninguna comunidad logró superar a la catalana.

Pero las estadísticas positivas también tienen sus sombras: caída del turista español, precios más bajos para cautivar a touroperadores y clientes en los lugares más masivos, menos días de estancia y sectores como la restauración tocados en algunas zonas de la costa donde los hoteles han hecho fortuna con su política del todo incluido: alojamiento y comidas. El litoral de Tarragona continúa adaptándose a la coyuntura económica y a las demandas de los operadores que mueven grandes volúmenes de turistas. Como también le ha sucedido a Lloret de Mar que, con sus 47.000 camas, controla el 58% de la capacidad de Girona: en agosto superó el millón de pernотaciones, una cifra que no conocía desde 2008.

"Hoteleramente ha ido bien, pero los restaurantes están quejosos"

"Hoteleramente nos ha ido bien, pero los restaurantes están quejosos porque les cuesta mucho vender", explica Martí Sabrià, director de Turismo Costa Brava, quien reclama distinguir el norte de la Costa Brava, donde se prodigan los establecimientos más pequeños y menos influenciados por las políticas de precios, y la zona más meridional, con establecimientos masivos y más baratos. Entre uno y otros, los precios pueden llegar a variar un 30% entre establecimientos de la misma categoría.

La inexistencia de touroperadores en la zona norte ha impedido que hayan llegado turistas rebotados de los conflictos derivados de la primavera árabe, ya que ese colectivo lo controlaban los touroperadores. La alternativa ha sido el mercado galo, que valora el sol, la playa y la comida de la Costa Brava, pero también su proximidad en coche.

Los turistas se buscan tretas para ahorrar dinero. En un establecimiento de Salou, explica Sabrià, se tuvo que elevar de forma inusitada la compra de sandía porque en el buffet libre se agotaba mientras que las bebidas, que se tenían que pagar aparte, se vendían menos.



Los hoteleros demandan volver a potenciar mercados tradicionales

Teresa Clavé, portavoz de la Asociación Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda, se niega a hablar de buena temporada turística. Pese a la bajada de precios, sus datos muestran una caída de la ocupación hotelera del 7% y culpan de ello en buena medida a la caída del turismo nacional. El presidente de la plataforma, Eduard Farriol, advertía a través de un comunicado que la Costa Dorada ha sufrido una caída de visitantes nacionales mientras que en el resto de destinos españoles de sol y playa se ha mantenido o incluso crecido. "Sería bueno que se analizara el porqué de esa reducción en las costas catalanas, ya que llevamos unos años en los que estamos perdiendo a nuestro principal cliente", señalaba en alusión a la situación política catalana.

El déficit español lo está cubriendo el mercado ruso, pero los hoteleros demandan ampliar miras y volver a potenciar la promoción en los mercados tradicionales europeos: alemanes, holandeses y británicos. "La tendencia es que últimamente se ha reducido la estancia media", dice Albert Grau, de la consultora Magma TRI.

Barcelona continúa siendo la excepción a todas las tendencias del turismo puro de litoral. Mantiene la estancia media más baja —la mitad que en la costa—, las tarifas hoteleras más elevadas y pese así continúa siendo un destino de éxito de ámbito global. La encuesta de ocupación de alojamientos turísticos que elabora el INE detecta un crecimiento de visitantes del 7%.