

## **La Costa Daurada, tercer destino español mejor situado a nivel mundial**



El informe de Exceltur sobre la temporada de verano la sitúa sólo por detrás de Marbella y Tarifa por su 'oferta diferenciadora'

La Costa Daurada se ha afianzado como uno de los destinos españoles mejor posicionados en el mercado exterior. El informe de Exceltur con la conclusiones de la temporada turística

veraniega deja la zona como una de las que ha obtenido un mayor peso a nivel internacional, por detrás solo de Marbella y Tarifa. Eel documento destaca especialmente que se trata de una de las áreas que tiene «mejor oferta y atributos diferenciadores». Asimismo, y refiriéndose más concretamente a Salou, señala su crecimiento del 1,3% en empleo y del 5,3% el indicador más conocido dentro de la industria hotelera, el RevPAR (Revenue Per Available Room, es decir, ingreso por habitación disponible).

El presidente de la Associació Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda, Eduard Farriol, quiere ver los datos de forma realista, por lo que recuerda que, a pesar de que se trate de conclusiones positivas para el sector y para el conjunto del territorio, el informe sólo se basa únicamente en un periodo de cuatro meses. «Realmente somos un sector privilegiado, pero debemos seguir trabajando juntos, tanto políticos como federaciones, empresas, comercios y todos los sectores en general, para conseguir unas temporadas más largas», asegura Farriol. El presidente de la entidad también afirma que «ni las empresas ni los trabajadores podemos permitirnos sólo cuatro o cinco meses de trabajo».



El presidente de la entidad hotelera añade que todavía queda mucho por hacer y «no podemos permitirnos duplicidades en materia de promoción y gastos que en años de bonanza sí que se contemplaban».

‘El mejor parque de Europa’

Farriol ve en PortAventura una de las claves de este éxito. Confiesa que «tenemos la suerte de disponer del mejor parque de atracciones de Europa, con una visión muy clara cuando se habla de promoción». Por ello, subraya la importancia de sumar y trabajar todos en una misma dirección.

En esta misma línea se manifiesta el presidente de la Associació d’Apartaments Turístics de la Costa Daurada, Josep Graset, quien destaca que la puesta en marcha de PortAventura supuso «un antes y un después» para la marca Costa Daurada. Además, también subraya el trabajo realizado en sectores concretos como el mercado ruso o el golf –recordando la reciente celebración del International Golf Travel Market (IGTM)–.

Para Graset, es imprescindible que el sector esté unido para poder seguir en esta línea de crecimiento.

Berta Cabré, presidenta de la Associació de Càmpings Costa Daurada i Terres de l’Ebre, constata que «ha habido un aumento de la marca en el mercado internacional, y se ha notado más porque ha compensado la caída del nacional». Cree en seguir trabajando en todos los mercados, ya sean nuevos o no. «El holandés estaba consolidado y ahora ha bajado levemente. No podemos distraernos», señala. Asegura que es «importantísimo», que empresarios y administración vayan a una.