

La España verde ensaya el modelo de calidad

El proyecto, en el que participan ocho municipios de Galicia (Bayona y Sanxenxo), Asturias (Cudillero, Llanes, Ribadesella y Gijón) y Cantabria (Laredo y San Vicente de la Barquera), cuenta con el amparo de la Secretaría General de Turismo y la Federación Española de Municipios y Provincias. Este año han invertido 50.000 euros en el lanzamiento y promoción de la iniciativa, que esperan tener consolidada, tanto la red como la marca en 2007

Sanxenxo ha vivido de cara al mar desde su creación, pero la pesca desaparece paulatinamente y la lonja ya no es más que un recuerdo del pasado, cuando el tiempo transcurría con pausa y el futuro quedaba muy lejos. Hoy, esta localidad de apenas 17.000 habitantes es uno de los principales focos turísticos de Galicia, con playas infinitas, el mejor puerto deportivo de la región, una oferta gastronómica exquisita y un clima dulce en invierno y compasivo en verano. La mágica playa de La Lanzada es su mayor atracción, arenal húmedo donde se refugian todo tipo de aves fuera de temporada. Luego llega el período estival y la ciudad se inunda de un flujo permanente de turistas que puede llegar

a superar las 100.000 personas en los momentos críticos. El municipio concentra el 10% de la capacidad hotelera de Galicia.

Sanxenxo (San Ginés) forma parte de un ambicioso proyecto de excelencia turística que pretende romper moldes en España y crear una oferta complementaria, selectiva y vanguardista. Los ocho ayuntamientos que forman parte del Club de Municipios de Excelencia Turística de la España Verde han decidido aunar esfuerzos para implantar la marca de calidad "Villas Marineras". Quieren ofrecer a los turistas un servicio homogéneo de gran altura en cada uno de los municipios que participan en la iniciativa. Todos ellos, desde Galicia a Cantabria, responden a un modelo turístico que nada tiene

LEJOS DEL MODELO DE 'SOL Y PLAYA'

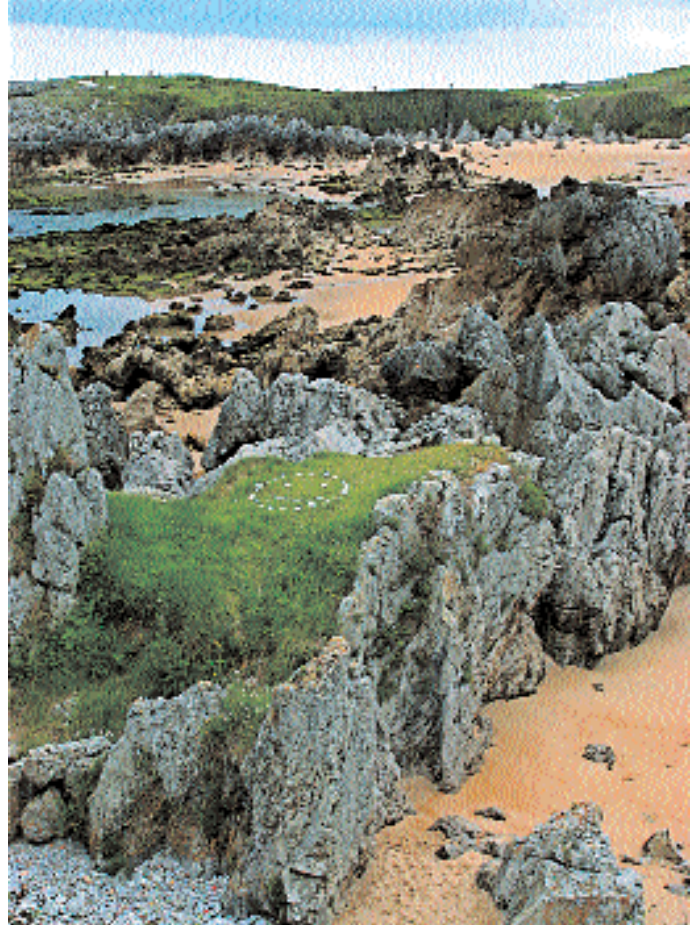
Los ocho ayuntamientos que forman el Club de Municipios de Excelencia Turística de la España Verde aúnan esfuerzos para conseguir implantar un turismo de calidad alejado del modelo de 'sol y playa'.



Una red de municipios convertida en referente de la excelencia turística



Fuente: Villas Marineras.




 Aeropuertos
  Bandera Azul
  Parador de turismo

Este Club de Municipios de la España Verde quiere remarcar su diferencial de calidad con una amplia oferta de servicios complementarios y de vanguardia.

 S. V. Barquera (S.)





 Laredo (Sant.)





que ver con el esquema clásico del “sol y playa” explotado hasta el límite en detrimento de la calidad. Los ocho destinos ofrecen un producto común: identidad norteña y marinera, cultura atlántica y una historia vinculada al mar. “Representan los municipios de mayor vocación turística del norte de España”, comentó José Miranda Reigada, alcalde de Ribadesella y presidente este año de la asociación, en el acto de presentación del proyecto en Madrid.

Descanso con servicios de excelencia

La idea básica de “Villas Marineras” es ofrecer una imagen conjunta como

destinos en los que el descanso se suma a la calidad de vida y el bienestar en cada una de sus variantes. Las ocho localidades que integran la red fueron seleccionadas en su día por diferentes administraciones públicas para formar parte de un reducido número de municipios en los que se proyectó desarrollar planes de excelencia turística, con las consiguientes inversiones. Trinidad Fernández, gerente del Club de Municipios de Excelencia Turística de la España Verde, explica que la principal motivación para impulsar el proyecto fue la necesidad de salir al mercado con una oferta diferenciada y amparados

OFERTA DIFERENCIADA Y DE CALIDAD

La principal motivación del proyecto ‘Villas Marineras’ fue la necesidad de impulsar un modelo de turismo único basado en una oferta de playas y paisajes con identidad atlántica.

en una marca concreta y definida. “Somos pequeños puertos pesqueros, tenemos infinidad de playas y paisajes naturales protegidos y, sobre todo, todavía es posible encontrar por estas tierras la autenticidad de los pueblos atlánticos”, aclara Fernández. El objetivo es evitar que dicha identidad y el carácter solariego de sus habitantes caigan en el olvido.

Participar en “Villas Marineras” conlleva acreditar una serie de marcas de calidad, programa que cuenta con el apoyo financiero y logístico de la Secretaría General de Turismo y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). El proyecto se enmarca, además, en el Sistema Integral de Calidad Turística de Destino (Sicted), que subvenciona en su totalidad el Gobierno a través de la Secretaría General de Turismo. “Hasta la fecha, las administraciones regionales implicadas no han participado en la iniciativa. Todavía no han contribuido económicamente ni en la puesta en marcha del plan ni en su consolidación. Es nuestra asignatura pendiente: saber exponer la magnitud de nuestro proyecto, la suma de esfuerzos que supone esta gestión y obtener resultados multiplicados”, detalla Fernández.

8 x 8.000 al año

Los ocho ayuntamientos participantes son conscientes del valor de contar con la marca y contribuyen con una cuota anual de 8.000 euros cada uno. Aportan también un técnico para el desarrollo del proyecto y puesta en marcha del producto turístico “Villas Marineras”, y en la implantación del sistema de calidad. Fernández explica que el distintivo ‘Sicted’ se aplica tanto a aquellas empresas que han demostrado los más altos niveles de calidad en la prestación del servicio o la labor que les corresponda, como a los servicios públicos (policía, oficinas de turismo, playas) y aquellos negocios o subsectores que, sin ser actividades

u operadores turísticos, mantienen una estrecha vinculación con el visitante (comercios, transporte público). “En el turismo participamos todos y todos debemos contribuir a construir destinos de calidad”, comenta Fernández. “Estamos todos implicados en ello, tanto las instituciones públicas como las empresas privadas”.

Muchos empresarios han querido participar, voluntariamente, en el desarrollo e implantación de la marca. No necesitan desembolsar ni un céntimo para obtener su distintivo ‘Sicted’, pues la Secretaría General de Turismo y la FEMP corren con los gastos que ello genere. El Club de Municipios de Excelencia Turística de la España Verde destaca al respecto que varios cientos de pequeñas y medianas empresas de cada una de las localidades implicadas han obtenido ya dicho distintivo, lo que confirma la gran acogida que el proyecto “Villas Marineras” encuentra entre los empresarios del sector.

Potencia turística

“Villas Marineras” se ha convertido en la práctica en una potencia turística de primer orden en el panorama nacional. Ofrece cerca de 50.000 plazas de alojamiento entre hoteles tradicionales, casa rurales, campings, apartamentos y hostales, una variedad que permite atraer a todo tipo de personas. Fernández asegura que la tipología del turista medio que esperan recibir no va a cambiar por haber aplicado estándares de calidad elevados, ni que los precios deban subir por ese motivo. “Nuestros establecimientos han trabajado para implantar estos sistemas, pero no han incrementado en ningún caso sus precios. Se han limitado a mejorar la gestión y atención de sus negocios”. Fernández sabe bien que los viajeros tienen cada vez más experiencia y son más exigentes, y que, por ello, resulta determinante destacar en calidad. “Es la manera de que el turista se muestre más confia-



OPTIMIZAR LOS RECURSOS

Al realizar de forma conjunta las promociones y ofertas turísticas se fomenta el atractivo de la comarca y el coste es menor.

do y seguro”. La gerente de este distinguido club matiza, no obstante, que la calidad es para todos los públicos, aunque contar con una marca de estas características incrementa el nivel de exigencia de los clientes, pues las expectativas son mayores.

Otra ventaja de “Villas Marineras” es que optimiza los escasos recursos asignados por los ayuntamientos a la promoción. Al realizar de forma conjunta acciones promocionales, los efectos se multiplican y el gasto se reduce. Con este proyecto, las diferentes oficinas de turismo de cada localidad trabajan en red, incrementando así de manera notable los puntos de venta de los atractivos de cada comarca. Además, pueden llegar a más mercados con menos coste. Las ocho localidades acuden juntas a las ferias y certámenes turísticos, lo que representa un gasto mínimo comparado con la opción de acudir cada municipio por separado. “Podemos llegar a muchos más mercados si trabajamos unidos que si cada uno actúa por su lado”, enfatiza Fernández.

Las ‘Villas Marineras’ poseen una cultura norteña y marinera y una historia vinculada al Atlántico



UNOS EDILES COMPROMETIDOS

Los ocho consistorios aportan 8.000 euros anuales, cada uno, para el desarrollo de la red.



El lanzamiento y promoción de la marca ha supuesto en 2005 una inversión directa de 50.000 euros. Los responsables del Club de Municipios de Excelencia Turística de la España Verde creen que el esfuerzo económico deberá ser mayor en 2006 si se desean alcanzar los objetivos previstos, el primero de ellos, consolidar el distintivo "Villas Marineras" en el plazo de dos años. "Nos encantaría poder realizar un extenso plan de marketing para obtener una mayor comercialización del producto, pero debemos adaptarla estrictamente al presupuesto existente", explica Fernández.

Una red ampliable

La gerente de este Club de Municipios de Excelencia Turística de la España

Verde tiene clara la rentabilidad de las inversiones. De momento, desde ese Club precisan que las empresas turísticas implicadas en el proyecto serán las principales beneficiarias de esa inversión promocional, que también repercutirá indirectamente en los ayuntamientos pertenecientes a "Villas Marineras".

Trinidad Fernández explica que cuanto más consolidado esté un municipio como destino turístico, más puestos de trabajo podrá crear a lo largo de todo el año, más ingresos obtendrá y crecerán sus opciones para fijar residentes de manera permanente, algo que resulta especialmente complicado en el ámbito rural en el que se mueven estas localidades (con la excepción, lógicamente, de Gijón).

El Club de Municipios de Excelencia Turística de la España Verde no está cerrado a nuevas propuestas; tampoco a incorporar en el futuro a otras localidades a su red. Sí sostienen que deberán ser municipios ubicados en la España verde y que presenten unos niveles de calidad turística claramente definidos. Pero no será hasta 2006, año en el que finalizan los proyectos europeos que se están desarrollando en la región en la actualidad, cuando se abra la puerta a nuevos participantes. "A partir de esa fecha se estudiarán todas las solicitudes que recibamos", matiza Fernández.

SABOR A MAR, DIVERSIFICACIÓN Y ALGO MÁS

Los máximos responsables de los ayuntamientos implicados en el proyecto coinciden en que el pilar de la iniciativa es mejorar la calidad de los servicios prestados y del entorno en el que se asientan estas ocho localidades que ahora trabajan en red.

José Miranda Reigada, alcalde de Ribadesella (Asturias), preside este año la red de "Villas Marineras", el primero de promoción de la iniciativa y puesta en marcha de la acción integral orientada a plasmar su singularidad: una calidad diferencial respecto a otros productos y destinos. Miranda, en declaraciones a SAVIA, se muestra convencido de que existe una demanda creciente de este tipo de oferta y señala que "nuestra historia local gira en torno al mar, que es el gancho con el que pretendemos atraer a los turistas. Nuestro reto es convertir "Villas Marineras" en una referencia del turismo de calidad que satisfaga esas expectativas de calidad. El nuevo producto es un hecho cultural atractivo y genuino, nuestro "sabor a mar", por lo que esperamos potenciar al máximo esta singularidad que nos caracteriza. Cree que el sur de España y las Islas llevan años de ventaja en el desarrollo turístico y sostiene que "en el norte debemos trabajar mucho más en nuestra oferta para ganar valor y entrar en los planes de los potenciales visitantes. Para ello, los proyectos conjuntos que contribuyan a crear productos como el de "Villas Marineras" son el camino a seguir, no sólo desde el punto de vista de la promoción turística, sino fundamentalmente porque apostamos por una oferta que asienta sus bases en la calidad integral de nuestros destinos".



Por su parte, Santos Fernández Revollo, alcalde de Laredo, declaró a esta revista que el producto "Villas Marineras" puede contribuir a diversificar y aumentar el número de visitantes en toda Cantabria. "La zona —especifica este alcalde— vive un aumento significativo del turismo extranjero, fruto de las diferentes actuaciones puestas en marcha por el Gobierno Regional a través de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte".



Fernández Revollo insiste también en que "el visitante se inclina cada vez más por un turismo de calidad, por lo que todas las comunidades del norte de España, igual que las del resto del país, deberán evolucionar. En esto se ha volcado Cantabria. Somos conscientes de que debemos trabajar por la calidad de los destinos, de sus servicios y ofertas. El turista exige cada día calidad y sólo el reclamo de productos y proyectos bien confeccionados y presentados conseguirán captar a los visitantes a nuestros municipios. Debemos ofrecer productos de calidad que nos diferencien y que supongan un punto de atracción". Destaca al respecto la construcción del nuevo puerto deportivo pesquero de Laredo, que "supondrá un gran avance, dando así cabida a turistas de distinto poder adquisitivo." De "Villas Marineras" espera la colaboración entre municipios para el desarrollo de futuros proyectos.