

## INICIATIVAS DE OCIO

## España, algo más que sol y playa

El turismo cultural, basado en los museos, el patrimonio histórico y conmemoraciones como el IV Centenario del 'Quijote', unido a iniciativas de ocio como los parques temáticos y el turismo deportivo desestacionalizan el turismo y consiguen que su impacto económico se extienda a otros sectores

Los turistas que viajan a España por motivos culturales representan sólo el 17% del total de los más de 53 millones que llegaron el pasado año, según los datos del Instituto de Estudios Turísticos. No obstante, según un estudio elaborado por Turespaña, el 28% de los viajes realizados por los ciudadanos de la Unión Europea tienen una finalidad cultural. Sin embargo, dentro del turismo europeo, España ocupa una cuota de mercado del 32% en el producto de sol y playa, mientras que el turismo cultural se queda con un 8%. El reto de la industria turística es incrementar este porcentaje hasta una posición de liderazgo similar a la que España ostenta como destino vacacional de sol y playa.

A pesar del bajo porcentaje que representa el turismo cultural, su valor económico se estima en torno a cinco millones de euros, cifra que representa el 12% del total de los ingresos por turismo. El estudio de Turespaña revela que el gasto medio por persona y día del turista cultural, excluido el viaje, es de 77,72 euros, frente a los 39 euros de media en el turismo español. Si se incluyen los gastos de viaje el gasto medio por persona se eleva a 1.200 euros, mientras que el turista vacacional limita sus gastos a una media de 845 euros.

## Museos y Quijotes

Entre los espacios culturales que se disputan la atención del turista cultural que visita a España destacan por volumen de visitantes el Museo del Prado en Madrid, La Sagrada Familia en Barcelona, la Alhambra de Granada, la Ciudad de las Artes y las Ciencias en Valencia y el Guggenheim en Bilbao.



A la cabeza se sitúa el **Museo del Prado**, con más de dos millones de turistas en 2004, de los que la mitad son extranjeros, pues uno de cada tres turistas que llegan a Madrid visitan el Prado. Visita obligada son también en Madrid los museos **Thyssen-Bornemisza** y **Reina Sofía**, aunque la afluencia de visitantes está muy relacionada con las exposiciones temporales programadas.

El balance del **Museo de las Ciencias**, el primero en abrir hace cinco años en la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia, suma 15 millones de visitantes desde su inauguración en el año 2000. El complejo, formado además por l'Hemisfèric y l'Oceanogràfic, se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más atractivos de la comunidad valenciana.

En Bilbao, el **Guggenheim** mantiene una media de un millón de visitas anuales, con más del 60% de extranjeros. Esta cifra lo sitúa como el cuarto recinto monumental más visitado de España.

## EL TIRÓN DE LOS MUSEOS

Dentro del minoritario turismo cultural, museos como el Reina Sofía y el Altamira reciben millones de visitantes.



En 2005 la conmemoración del **IV Centenario del Quijote** ha provocado que la llegada de turistas extranjeros a Castilla-La Mancha aumente un 26,8% en los diez primeros meses, con un total de 194.207 turistas, y que se incremente también el gasto medio por turista, siendo la segunda comunidad por gasto turístico detrás de Madrid.

La celebración de exposiciones y eventos relacionados con este aniversario en diferentes localidades ha favorecido esta mejoría en toda la comunidad. De hecho, en los siete primeros meses de 2005 casi un millón de personas habían participado en los más de 1.250 actos programados. Conciertos, óperas, exposiciones, teatros y la creación de la Ruta Turística del Quijote, que atraviesa diferentes localidades manchegas, han conseguido aumentar la llegada de turistas a esta comunidad y convertirse en un proyecto de futuro.

Otro producto turístico en claro ascenso corresponde al **turismo de golf**, que trae cada año a más de 800.000



El turista de golf se caracteriza por alojarse en hoteles y apartamentos con campo de golf y visitar España en los meses de marzo, abril y octubre, fuera de la temporada alta del turismo de sol y playa, lo que provoca un efecto positivo en el objetivo de romper con la estacionalidad.

España es el segundo país europeo con mayor oferta de golf, después de Francia. Cuenta con más de 300 campos, lo que representa un crecimiento medio anual en los últimos cinco años cercano al 8%. El 63% de las instalaciones se concentra en las zonas costeras del este y sur de la Península, así como en las Islas Baleares y Canarias, aunque Andalucía es



la primera comunidad por número de turistas de golf y campos, con un 28% del total. Sin embargo, la oferta ya no se concentra tanto en la Costa del Sol, sino que han empezado a consolidarse otros destinos como Huelva, Almería y Murcia. El turista de golf en España está transformándose, pues cada vez es menos vacacional y más residencial, es decir, que elige España como segunda residencia.

### Parques temáticos

Para el turismo familiar se potencian los parques temáticos como producto turístico. En el caso de **Port Aventura**, que es el que obtiene mejores resultados de todos los que hay en España, este parque se ha convertido en un resort vacacional. Más de 3,5 millones de turistas visitaron este parque en la temporada anterior, generando unos ingresos de 20,2 millones de euros. En 2005 esta cifra ha aumentado, pues desde que abrió las puertas en marzo hasta el mes de octubre se han contabilizado 3.600.000 personas, mientras que la ocupación

de los tres hoteles que integran el complejo ha sido de un 70%, dos puntos más que el año pasado.

Un tercio de los visitantes de Port Aventura son extranjeros, principalmente familias británicas y francesas, mientras que los dos tercios restantes se reparten entre Cataluña y el resto de España, siendo Madrid la comunidad emisora que más ha crecido dentro del turismo nacional. Esta temporada, no obstante, ha destacado el crecimiento de visitantes extranjeros, que ha superado el 12% respecto a 2004. Los principales mercados continúan siendo Reino Unido y Francia, con un crecimiento de un 13% y un 19% respectivamente, pero crecen a buen ritmo otros mercados como Rusia, con un 3%, y Portugal, con un 2%.

Para el futuro, la dirección de Port Aventura ha diseñado un plan de expansión, que contempla la construcción de 2.477 viviendas, tres hoteles y tres campos de golf en una superficie de 247 hectáreas, con el objetivo de convertirse así en el primer resort temático del sur de Europa, puesto que disputa a Disneyland París. El resto de parques temáticos españoles (Warner Bros en Madrid, Dinópolis en Teruel, Terra Mítica en Benidorm o Isla Mágica en Sevilla) no consiguen alcanzar la cifra de visitas de Port Aventura.

Para el futuro próximo, la celebración de la **Copa de América** de vela, competición deportiva que tendrá su sede en Valencia en 2007, cambiará la situación de esta ciudad por el impacto económico que arrastra este acontecimiento. De hecho Esteban González Pons, máximo responsable de este evento, ha adelantado que los ingresos previstos serán de más de 1.500 millones de euros, y que se crearán más de 10.000 puestos de trabajo, pues Valencia acogerá durante dos años a 12 equipos deportivos con sus respectivas familias. El gasto previsto de los equipos será de 560 millones de euros, de los que 86 millones se invertirán en comercio al por menor.

Con estas cifras se espera que Valencia se convierta en marca y que la afluencia de turistas para disfrutar de la competición proyecte internacionalmente a la ciudad. ■



turistas extranjeros, según el estudio realizado por la empresa especializada en la gestión profesional de campos de golf Aymerich Golf Management. Turistas que gastan una media diaria de 140 euros, muy por encima del gasto del turista vacacional. Como permanecen en España un promedio de una semana, el gasto total se eleva a 662 millones de euros, aunque el gasto destinado exclusivamente al golf es de 198 millones de euros. Los principales emisores de turistas de golf son Reino Unido, Alemania, Suecia y Francia.

### LLENAR EL OCIO

La Ciudad de las Artes y las Ciencias en Valencia y el Parque Warner en Madrid han aumentado el número de visitantes de estas ciudades.