

A pesar de que sigue subiendo la cifra de viajeros a nuestro país, continúan bajando nuestros ingresos por turismo. Hace tiempo que venimos barajando tres palabras mágicas: calidad, fidelización y desestacionalización. Lo fácil que resulta pensar en diversificar la oferta basándonos en la demanda, sobre todo porque llevamos tiempo hablando de este tema, y porque además tenemos producto turístico para todos los gustos. Sin embargo, a los que ya lo han hecho les falta ayuda desde las diferentes administraciones turísticas para promoción, y no estoy hablando de subvenciones –que de eso somos los reyes– sino de apoyo a los diferentes segmentos turísticos que más han crecido en los últimos años y que están en España: turismo termal, turismo náutico y golf.

Empecemos diciendo que el cambio climático nos perjudica a medio y largo plazo, sobre todo si no tomamos medidas para evitar que el calentamiento de la corteza terrestre siga avanzando. “Vamos a reconciliar a la humanidad con este planeta”, se dijo en la IX Conferencia de la ONU celebrada en Montreal, pero mientras eso ocurre el invierno no es invierno y el verano no es verano. Durante el año gozamos de buenas temperaturas que nos permiten salir de casa casi todo el año. Según un estudio reciente, sólo el 63% de los españoles viaja en verano, mientras que el otro 37% se queda en su ciudad de origen y programa sus vacaciones fuera de temporada. So-

En cuanto al turismo náutico destacar que somos un destino con un amplio litoral, que tenemos 19 estaciones náuticas repartidas por nuestras costas, y que desde la salida el pasado año de la Volvo Ocean RACE hasta el 7 de julio del 2007 (fecha en la que se celebrará la final de la Copa América en Valencia) medio mundo está pendiente de nosotros. Y a pesar de todo esto, sin embargo este año ha sido el primero en que la Administración turística española se ha fijado en el sector náutico proporcionándole un poco de calderilla para promocionar sus estaciones náuticas. Unos tienen que crear producto en el entorno de las estaciones náuticas, y los otros tienen que encargarse de promocionarlas, ya que una cifra importante de los europeos que nos visitan lo hacen para navegar en nuestros mares. Además, si ya nos metemos en aguas profundas, se debería desde la Administración promover entre los escolares una ‘semana azul’ durante el curso escolar, para que los más pequeños puedan aprender a navegar y conocer lo importante que es la industria náutica para nuestro país.

Lo del golf es más polémico. Desde 1891, en que se fundó el primer campo en Las Palmas, y hasta que se abrió el primer campo de golf en Madrid, en unos terrenos donados por el Rey Alfonso XIII, pasaron nada más y nada menos que 23 años. Pero fue entre los años sesenta y ochenta cuando nuestros jugadores alcanzaron las primeras posiciones en los campeonatos mundiales y empezamos a ser competitivos en

Turismo todo el año o ‘Los tres mosqueteros’

Esther Eiros. Directora de ‘Gente Viajera’ en Onda Cero y de genteviajera.es

bre todo la gran mayoría reparte sus días de descanso en escapadas, aprovechando puentes y largos fines de semana, de ahí que el turismo rural fuera el prólogo de esos viajes en contacto con la naturaleza. Después, siguió el interés por el turismo cultural y el turismo idiomático, que inició su expansión de la mano del Instituto Cervantes, y que todavía es un filón por explotar en muchas de nuestras comunidades.

Pero lo de tener una buena climatología casi todo el año debería favorecer que segmentos como el termalismo, la náutica y el golf sean apoyados y promocionados. Entre otras cosas porque el primero, sobrepasado ya el siglo XIX, era utilizado por gentes que buscaban curar diferentes dolencias en ambientes rurales o en capitales libres de contaminación. Hoy en España, los balnearios ya son un producto turístico fuertemente demandado por un amplio segmento de población, pero además son un referente en Europa, y lo serán aún más a poco que utilicemos inventiva y promoción adecuada por parte de la Administración y los empresarios turísticos.

este deporte. Ballesteros, Rivero, Cañizares y Olazábal son algunos de nuestras estrellas aunque hoy nuevas generaciones como Sergio García, Nacho Garrido o Diego Borrego, entre otros, siguen aquel camino trazado hace casi cien años.

“Un jugador de golf gasta más que un autobús lleno de turistas”, fue una frase de un consejero de Turismo hace más de diez años. Desde entonces la pujanza del golf es imparable, con más del 12% de crecimiento de demandas de licencias tramitadas en un año. Tenemos un problema, al entender de muchos, la feroz especulación inmobiliaria en el entorno de la mayoría de los campos –aunque eso es harina de otro costal– que, por cierto, se concentran en un gran número en cuatro comunidades autónomas: Andalucía, Cataluña, Madrid y Baleares. Los campos de golf además se pueden regar con aguas residuales, así que dejemos de perseguir un segmento que con su potencial puede ayudar a seguir rompiendo la estacionalidad del turismo español junto a los otros dos mosqueteros: la náutica y el turismo termal. ■

