

# noticias de Gipuzkoa

Diario de Noticias de Gipuzkoa. Noticias de última hora locales, nacionales, e internacionales.

sociedad

## Objetivo: cuatro millones de turistas anuales en 2020, un 53% más

El Plan Estratégico de Turismo Vasco 2020 pone el foco en los extranjeros y busca que los viajeros gasten un 41% más

Lakua quiere tejer un sector innovador para visitantes "cada vez más exigentes"

Mikel Mujika Ainar García - Domingo, 27 de Abril de 2014 - Actualizado a las 06:08h



Unos turistas se fotografía, durante la pasada Semana Santa, ante la ermita de San Telmo de Zumaia, escenario de 'Ocho apellidos vascos'.

### RADIOGRAFÍA

¿Quién viaja? Europa se mantendrá como la principal región emisora de turistas internacionales por delante de Asia-Pacífico y América. Se prevé que las llegadas a países de economías emergentes (Asia-Pacífico, América, África y Oriente Medio) sobrepasen las llegadas a países europeos en 2015 y a partir de entonces mantendrán un ritmo de crecimiento mayor. Alemania destacará como país emisor, seguido por Japón, Estados Unidos, China, Reino Unido y Francia en ese orden.

¿Quién deja más dinero? La tendencia de mayor crecimiento en gasto se produce entre los viajeros chinos favorecidos por factores como el aumento de rentas, la disminución de las restricciones para viajar y la revalorización de su moneda. Rusia, asimismo, presenta incrementos notables. Los gastos de otros mercados emisores tradicionales (EEUU, Reino Unido y Alemania) también están creciendo, aunque más moderadamente. Francia e Italia son los únicos mercados entre los diez primeros cuyo gasto en turismo internacional baja.

Perfil del turista El 62% de las entradas a la CAV se realiza en capitales, el 27% en el interior y el 10% en el litoral. El 35% de las entradas es de personas que proceden del extranjero (principalmente Francia, Reino Unido, Alemania y Estados Unidos), el 15% es turismo interno y el 50% del resto del Estado (fundamentalmente Madrid y Catalunya). La mayor parte de los turistas que visitan Euskadi pertenecen a una clase social entre media y alta (prácticamente un 90%) en franjas de edad entre las que destaca la comprendida entre los 30 y los 39 años. Visitan las capitales, sobre todo Donostia y Bilbao, y valoran mucho la gastronomía.

Impacto económico El turismo vasco representa a unas 22.600 empresas en la actualidad, en las cuales hay 85.000 personas empleadas, un 57% en el sector de la hostelería y restauración.

Evolución histórica A principios de los 90 el turismo creció de forma constante pero moderada en la CAV y entre 1997 y 1998 se produjo el mayor salto histórico, un incremento de más de 350.000 entradas en un solo año por el efecto Guggenheim. Se consolida en la cifra alcanzada en 1998 y a partir de 2001 se vuelve a entrar en un periodo de crecimiento constante, significativo hasta 2007, cuando la crisis ralentiza el crecimiento. El número de entradas se ha estabilizado en torno a 2,6 millones. El récord se logró en 2011, con 2,7 millones.

donostia - Euskadi se fija como meta alcanzar los cuatro millones de visitantes anuales en 2020, lo que supondría un crecimiento de turistas del 53% con respecto a las cifras actuales (2,7 millones) y eso pasa irremediablemente por fomentar la competitividad del sector y modernizarlo para dar respuesta a un turista "cada vez más experimentado, exigente" y que se vale de las nuevas tecnologías y las opiniones de otros viajeros recabadas a través de Internet y las redes sociales para elegir su destino. Los turistas demandarán el uso de avances tecnológicos que les permitan gestionar su viaje y acceder a los servicios en cualquier momento, ya que el uso de móviles y *tablets* será generalizado. La industria turística vasca debe prepararse para dar una respuesta rápida y a la carta a cada viajero.

El objetivo no es solo aumentar las visitas en 1,4 millones al año, lo que requerirá de crecimientos interanuales de entre el 3,4% y el 8,8% en los próximos seis ejercicios, sino que además se persigue que los turistas gasten un 41% más de lo que desembolsan ahora.

Estos objetivos y las actuaciones y estrategias para conseguirlos están definidos en el borrador del Plan Estratégico de Turismo Vasco 2020, que el Ejecutivo de Urkullu está contrastando con agentes y expertos turísticos. El objetivo es transmitir una imagen de país "inteligentemente estructurado", con una oferta "amplia y diversa" que se complementa para ofrecer una "experiencia única".

La vía elegida para conseguirlo es apostar por el turismo a la carta, de calidad y dirigido a un viajero de clase media-alta, con un importante poder adquisitivo y extranjero en buena medida. Se pretende que los ciudadanos de otros países, que actualmente suponen el 35% de las visitas, representen el 50% dentro de seis años. Ese hecho en sí contribuiría a aumentar el gasto medio de cada visitante, ya que los datos apuntan a que son los extranjeros quienes más gastan en la actualidad.

Así, mientras el gasto medio por persona y día se sitúa en los 85 euros, el objetivo a seis años vista es elevarlo a 120. Entre medias, se fija un paso intermedio para 2016: 100 euros. Actualmente los que más gastan son los estadounidenses (140 euros).

La actividad turística seguirá creciendo en los próximos años a nivel mundial y Euskadi no será una excepción, tal y como recoge el borrador de Trabajo del Plan Estratégico, al que ha tenido acceso este periódico. De hecho, la organización Mundial del Turismo, en su informe *Tourism Towards 2030*, prevé un incremento interanual de llegadas de turistas internacionales en el mundo en torno a un 3,4% de media en los próximos años. Según estas estimaciones se alcanzarán los 1.400 millones en 2020 y los 1.800 millones en 2030.

En este contexto favorable, Euskadi prevé un crecimiento mayor aún, con crecimientos interanuales superiores al 5% de media.

el multiturismo Pero la industria vasca necesitará renovar sus pautas de comportamiento, aumentar su competitividad, la formación de sus profesionales, la atención al cliente y ser más innovadora para atender a lo que se da por denominar como multiturismo, un visitante que demanda servicios "hiperpersonalizados", casi a la carta y cuyas necesidades cambian de un día para otro dentro del mismo viaje. Es decir, lo mismo le da por quedarse en Donostia de pintxos un día que irse a recorrer la Rioja Alavesa otro y a ver el Guggenheim de Bilbao el tercero.

El Plan Estratégico incide, de hecho, en que "el mundo está cambiando y con él el turismo y los hábitos de las personas, que buscarán cada vez estancias más cortas debido al impulso del transporte intermodal, revitalizando el ferrocarril como medio de transporte integrador a nivel europeo y la evolución de los sistemas de carreteras.

Traducido: Se tardará menos tiempo en los traslados, lo que fomentará más viajes pero una menor duración de la estancia en cada destino.

Un ejemplo: desde un punto de vista sociodemográfico en 2020 aproximadamente el 20% de la población europea tendrá más de 65 años. Esta población tendrá un considerable poder adquisitivo y dispondrá de más tiempo libre para viajar.

En este contexto, surgirán nuevas tipologías de clientes y un abanico de demandas cada vez más amplio al que la industria turística vasca, calificada de "compleja" y deslavazada, deberá responder de forma integrada. El Plan Estratégico destaca la importancia de la colaboración público-privada y también entre las diferentes empresas para conformar una oferta conjunta e integrada y fomentar la marca de país.

"experiencia única" El objetivo siempre es mostrar a Euskadi como una "experiencia única" y para ello se sugiere trabajar más en la diferenciación de la Euskadi verde, ya que muchos turistas valoran a la hora de elegir Euskadi las opciones de Cantabria y Asturias.

El documento de trabajo en el que han participado decenas de agentes públicos y privados recalca que Euskadi no es un destino de touroperador y que sus visitantes buscarán cada vez más "un trato hiperpersonalizado", con soluciones acordes a su personalidad, lo que propiciará diferentes nichos de mercado.

Otro de los aspectos relevantes que se apuntan en el plan estratégico es que la CAV contará en un futuro próximo "con competidores nuevos, especialmente ciudades de Asia que hoy en día son destinos desconocidos". Precisamente, se prevé un aumento significativo del turismo proveniente de Asia, hasta el punto que el gasto turístico de países de dicho continente supondrá en 2020 un tercio del total mundial.

El Plan Estratégico persigue trasladar una marca de país con base en una oferta variada y con muchas alternativas, "inteligentemente estructurada" y sustentada en seis estructuras u ofertas: las tres capitales (Donostia, Bilbao y Vitoria), Interior, Costa y Rioja Alavesa.

---

Cargando comentarios...



## Haz tu comentario

### [Condiciones de uso](#)

- No están permitidos los comentarios no acordes a la temática o que atenten contra el derecho al honor e intimidad de terceros, puedan resultar injuriosos, calumniadores, infrinjan cualquier normativa o derecho de terceros.
- El usuario es el único responsable de sus comentarios.
- Noticias de Gipuzkoa se reserva el derecho a eliminarlos.

Escribe tu comentario

introduce tu comentario

ComentariosNúmero de caracteres (500/500)

[Soy usuario registrado](#)

Introduce tus datos.

[Quiero registrarme](#)

Usuario registrado

Correo electrónico

Recordarme la próxima vez

[¿Olvidaste tu contraseña?](#)

Enviar

¡Hecho!



Recibirás un correo electrónico para confirmar tu registro.

Enseguida te devolveremos a la página en la que estabas donde verás tu comentario publicado

Publicidad

- 
- 
- 
- 

• © Diario de Noticias-Edición Digital

- 
- 
-