



Madrid y Barcelona son los destinos españoles que mejor se están adaptando al turismo segmentado

La oferta turística se segmenta cada vez más

Con la crisis, los viajeros españoles buscan una mayor exclusividad. Este verano ganan los destinos más tranquilos

MÓNICA ALONSO
MADRID

Mientras que el turismo doméstico sigue estancado en España y son los datos de las entradas de viajeros internacionales los que siguen salvando el turismo en nuestro país, la consultora Labrand Psicología de Marcas ha

elaborado su *Informe anual de cambios de comportamiento en España*, donde analiza la transformación que están experimentando los hábitos turísticos de los españoles en los últimos años y las tendencias de futuro.

La actual coyuntura propicia que cada vez más las vacaciones se vean «como una forma de desconectar, de romper con la rutina, como solución

al estrés que muchos sufren en la actualidad. El turista se vuelve más exigente», explica Sergio Prieto, experto en Estrategia de Marcas de la consultora. Así, el turista español optará este verano y los siguientes por espacios libres de niños, hoteles sin wifi, o incluso, retiros monacales. En paralelo, y ante la gran competencia del mercado, aparecen ofertas que

apuestan por la diferenciación extrema: hoteles sólo para mujeres, sólo para hombres, sin horarios... «Por citar solo un ejemplo, el Gran Hotel Conde Duque de Madrid ofrece una carta de colchones y de almohadas para el máximo confort de sus huéspedes», explica Prieto.

Desde Labrand inciden en que estos nuevos hábitos deben tenerse en cuenta por parte de las empresas del sector para planificar sus propuestas de negocio, para que coincidan con las necesidades y demandas del ciudadano. «España es cada vez más un destino importante con respecto a este tipo de especialización. Contamos con un gran patrimonio cultural y un fondo histórico que nos permiten hilar al máximo la oferta. Pensar que nuestro país es sólo 'sol y playa' es generalizar demasiado», opina Prieto, quien también considera que Madrid y Barcelona «son líderes nacionales en este tipo de turismo».

BUENAS EXPECTATIVAS. Los hábitos de los españoles van variando y se hacen exigentes a poco más de un mes de que empiece la temporada de verano. Y a tenor de las previsiones que maneja el ministro del ramo, José Manuel Soria, «con buenas expectativas», eso sí, con respecto a la entrada de turistas internacionales. El ministro revela que «solamente en el periodo de enero a marzo de este año se ha producido un aumento del gasto del 8,7% por parte de los extranjeros que han visitado el país, lo que supone un gran dato».

El principal mercado emisor durante el primer trimestre del año fue Alemania, con un gasto superior a los 1.500 millones de euros y una variación interanual del 3,8%. Por su parte, Reino Unido ocupó la segunda plaza,

El apunte

Los turistas rusos eligen Catalunya

España se prepara este verano para recibir al mayor número de turistas de Rusia de la historia, la mayor parte de los cuales (61%) recalarán en Catalunya. Hace algunas décadas los franceses e ingleses eran los 'dueños' de las zonas costeras catalanas en verano. Sin embargo, la tendencia ha cambiado y ahora son los rusos los turistas que más crecen en número de visitantes, sobre todo en la Costa Brava y la Costa Daurada, aunque también en la ciudad de Barcelona. En global, se prevé que este año se supere la barrera del millón de visitas de rusos a Catalunya, según la Agència Catalana de Turisme, son 250.000 más que en 2012, lo que supone un incremento de un 40%. En la Costa Daurada prevén que el aumento sea del 20%, mientras que en la Costa Brava rondará al 50%.

con una cifra de gasto algo inferior al país germano y con un crecimiento interanual del 3,5%. El tercer lugar fue para los países nórdicos con 1.300 millones de euros de gasto y una subida interanual del 19%.

Asimismo, Islas Canarias fue la comunidad autónoma que más gasto turístico recibió entre enero y marzo con algo más de 3.100 millones y un incremento interanual de 7%. Le siguió Catalunya con 1.985 millones de euros y un incremento del 14,2% interanual. Unas cifras que presagian un verano si no, igual, parecido al del año anterior, que fue muy positivo en lo que a turismo extranjero respecta. ■

DEL 30 AL 31 DE MAYO EN MADRID

El VII Congreso Nacional de Enoturismo reúne al sector

M. ALONSO
MADRID

Las posibilidades que ofrece el enoturismo son múltiples y muy atractivas, pero todavía es necesario orientar a bodegueros, promotores turísticos, administraciones públicas y restauradores sobre el desarrollo del turismo vinícola, que suele tener un poder adquisitivo medio-alto. Por supuesto, la consolidación de una variada oferta enoturística será determinante para aprovechar este nicho de mercado en auge durante los últimos años.

Bajo estas premisas, entre los días 30 y 31 de mayo, la Escuela Internacional de Negocios Aliter celebra en su sede de Madrid

el VII Congreso Nacional de Enoturismo. En él intervendrán personalidades del mundo del vino, de la gastronomía en general, del turismo y de la comunicación, mientras que varios bodegueros expondrán sus experiencias y presentarán las últimas tendencias en su sector.

SE PRESTARÁ ESPECIAL ATENCIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

La inauguración de estas jornadas correrá a cargo del presidente de la Real Academia de la Gastronomía, Rafael Ansón; junto a Fernando Burgaz, director gene-



Estará presentes bodegueros y otros profesionales del sector

ral de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura.

También estarán presentes en el congreso César León, fundador de Laudia, estudio de creación singular, quien hablará sobre enoturismo y gastronomía; mientras que Ana Vivero, de Bodegas Matarromera, protagonizará la charla titulada *La innovación y el enoturismo*.

Y es que las nuevas tecnologías tendrán gran protagonismo en estas jornadas, dada la importancia que están adquiriendo dentro del sector en los últimos años. En este sentido, también se celebrará la ponencia *Enoturismo 2.0*, que será impartida por Doris Casares, fundadora de Blog 3vijas al día. ■