



Así es Catalunya . Josep Maria Berengueras

Sol y playa, viajes culturales, escapadas de relax, esquí en los Pirineos, diversión en parques de atracciones, rutas por castillos, deportes de aventura, salidas gastronómicas, compras en los *outlets*. Más de 20 millones de personas eligieron Catalunya el pasado año como destino turístico, convirtiéndola en la segunda región europea con más visitantes sólo por detrás de Île-de-France (Isla de Francia). ¿Qué atrae a los viajeros? ¿Cómo ha evolucionado el sector? ¿Cómo de importante es para la economía catalana? ¿Cuál es su secreto?

Catalunya en cifras

La comunidad autónoma de Catalunya está situada al nordeste de la Península Ibérica. En ella viven casi 7,5 millones de personas, donde conviven dos lenguas oficiales (catalán y castellano), y ocupa un territorio de más de 32.000 kilómetros cuadrados. Es la autonomía que más aporta al producto interior bruto (PIB) español -más del 20%-, y su geología (tanto playas como montañas) y templado clima han facilitado que el turismo se convierta en un sector de auténtico éxito.

Catalunya es una de las regiones turísticas líder a escala mundial, tanto desde el punto de vista de la oferta como la demanda. El 1,5% de los viajeros mundiales recalaron en Catalunya el pasado año, convirtiendo al sector en uno de los más importantes para el PIB de la región, pues representa hasta el 12% de la economía catalana.

Catalunya recibió cerca de 28,8 millones de visitantes extranjeros en el 2008. El 51,7% fueron turistas, mientras que el resto eran excursionistas y personas de paso. Así, 14,9 millones de turistas visitaron la comunidad el pasado año, y respecto del total del país, uno de cada cuatro turistas foráneos que viajó a España lo hizo a Catalunya, siendo la comunidad con más visitantes de todas.

Los turistas foráneos generaron 109,6 millones de pernoctaciones, siendo Francia el principal mercado emisor, con 3,7 millones de visitantes, 30,1 millones de pernoctaciones (el 25% de los turistas y 27,4% de las pernoctaciones totales) y una estancia media de 8,1 noches por persona. Además de Francia, Reino Unido, Bélgica, Holanda, Alemania e Italia generaron la mayor parte del turismo extranjero que visitó la autonomía, ya que sumaron el 63,4% de los turistas y el 69,3% de las pernoctaciones realizadas en el 2008.

El peso del turismo que llega desde todo el Estado español también es importante, ya que el pasado año 5,4 millones de viajeros del resto de España visitaron la autonomía. Estos generaron 31,1 millones de pernoctaciones, con una estancia media de 5,8 noches por turista en el completo surtido de alojamientos de la comunidad.

Madrid es el principal mercado emisor español, con 1,4 millones de turistas y 7,2 millones de pernoctaciones (5,2 noches por viajero de media); el 25,7% de los turistas y el 23,1% de las pernoctaciones de los viajeros del resto del Estado. De Aragón y la Comunidad Valenciana (turismo de proximidad) procedieron otro 30% de los viajeros, el conocido como turismo de proximidad y que llega principalmente por carretera (aunque la reciente conexión Barcelona-Zaragoza-Madrid con el tren de alta velocidad - AVE- está sumando ya numerosos viajeros).

Los catalanes, además, realizaron 7 millones de viajes a una segunda residencia dentro de la comunidad, lo que añadió 24,1 millones de pernoctaciones al sector (3,4% pernoctaciones por viajero).

Un país soñado

Uno de los principales activos de Catalunya es su clima. Suave en invierno y caluroso en verano, el clima mediterráneo de la región atrae al turista de sol y playa pero también al cultural, pues garantiza una temperatura relativamente agradable en cualquier época del año. La riqueza del territorio hace que en los Pirineos, donde se sobrepasan los 3.000 metros de altitud, las temperaturas sean muy distintas. Así, en todo el territorio se pueden encontrar desde 0 a 17 grados de media de temperatura anual. En el caso de las

precipitaciones pasa algo similar, y las medias oscilan entre los 1.200 mm en algunos puntos de los Pirineos a los menos de 400 mm a poniente de la Depresión Central.

Las playas son y han sido un gran aliciente. Catalunya cuenta con 580 kilómetros de costa mediterránea, donde se puede encontrar desde pequeñas calas en el Garraf y la Costa Brava a grandes playas de arena en la Costa Daurada y de Barcelona, sin olvidar el imborrable paisaje del Delta del Ebro. La temperatura media del agua del mar de las playas catalanas es de 16,9 grados, y hasta 89 playas disponen de la calificación de calidad bandera azul.

La naturaleza está bien presente en el Parque Nacional de Aigüestortes, los parques naturales de Montserrat, Aiguamolls de l'Empordà, Cap de Creus, Montseny o del Delta de l'Ebre, por ejemplo. Tampoco hay que olvidar fiestas culturales como La Patum de Berga, declarada Patrimonio Oral por la UNESCO, y el creciente turismo gastronómico, donde la dieta mediterránea y la nueva cocina de fusión, que triunfa en todo el mundo y que ha coronado a cocineros catalanes como los mejores del mundo, comparten protagonismo.

Las cifras de visitantes y las características de la región han convertido a Catalunya en la segunda región europea en número de turistas sólo superada por la Isla de Francia. Las comparaciones siempre son odiosas, pero Catalunya supera a regiones tan visitadas como la de Tirol, los Alpes o Praga.

Pasado y presente

Establecer una fecha de inicio del turismo contemporáneo en Catalunya es difícil, aunque seguramente se remonta a los viajes de ilustrados y románticos durante los siglos XVIII y XIX. No eran viajes a la comunidad intencionados, sino que la inmensa mayoría de los viajeros visitaba Catalunya por el simple motivo de ser una importante puerta de entrada de la Península Ibérica. Los textos de la época recogen tanto el entusiasmo de algunos visitantes por la riqueza industrial catalana como la decepción de otros de no encontrar la España esperada en la región. En cualquier caso, los viajes no dejaron indiferentes y se prolongaron durante los siglos XIX y XX, frenados en seco con los grandes conflictos bélicos del siglo pasado (guerras mundiales y locales).

Durante el siglo XIX, en Catalunya se inició una tradición viajera interior destacable. El excursionismo catalán nace en el último cuarto del siglo XIX, influenciado por los clubs alpinos europeos, y cuya actividad se explica y vincula más a movimientos culturales y patrióticos que no a prácticas deportivas. Pero no hay que olvidar que los primeros clubs excursionistas contribuyeron al desarrollo del turismo en Catalunya: descubrieron el país, lo dibujaron y retrataron, explicándolo a futuros viajeros qué había más allá de sus pueblos y ciudades, despertando el *gusanillo* de más de un futuro viajero. Además, estos clubs significan el principio de los desplazamientos por ocio, pues es en periodos de descanso cuando ponen en práctica la excursión, algo, hasta entonces, no visto. El Pirineo es la musa de los clubs, todo un descubrimiento, y el descanso dominical implantado a principios del siglo XX ayudará a su desarrollo.

Al tiempo que nace el citado excursionismo deportivo y patriótico, también lo hace un turismo de otra índole: el curativo. La premisa básica era huir de los focos de posibles bacterias que comportaran enfermedades, teoría muy dada en las grandes ciudades, aunque aún quedara lejos la contaminación actual. Las clases altas (aristócratas y burguesas) empezaron a desplazarse a sus segundas residencias durante largas temporadas con el fin de descansar, de recuperarse de la dura y estresante vida diaria. A esta práctica se le suma una nueva tendencia: la creencia en las aguas curativas. Por un lado, los tratamientos termales en determinadas villas catalanas empiezan a ser una práctica habitual; por el otro, algunos teóricos bendicen el agua del mar como remedio para tratar algunas enfermedades. Siguiendo el ejemplo de la monarquía, que se desplaza a algunas zonas de la península sólo para bañarse en el mar, las clases altas siguen la estela real y empiezan a edificar sus primeras residencias cerca del mar, con la consiguiente e inevitable variante de negocio: los primeros hoteles de lujo. En Catalunya algunas villas empiezan a notar un aumento de los desplazamientos de este tipo de turismo y comienza directa o indirectamente la transformación de algunos pueblos en auténticas villas semiturísticas en la costa.

Las grandes guerras de principio del siglo XX, con la posterior Guerra Civil Española y la consiguiente época (y economía) de posguerra detienen el fenómeno, pero al mismo tiempo, y sin quererlo, le insuflan el empujón definitivo que llevará al turismo a su rápida evolución en los años 60. El *turismo* se convierte en el *turismo de masas*, y las

ganas de salir de casa, de gastar, de olvidarse de los problemas del día a día con que lidiaban la mayoría de los españoles, lleva a ver el mar como el lugar de evasión perfecto.

Así, los años 60 traen el primer *boom* turístico a la costa española, sin que las playas catalanas se escapen de este huracán imparable. Clases altas, medias e incluso las más bajas imitan a la burguesía y comienzan a desplazarse a las playas, cargando los primeros coches hasta las nubes de trastos, convirtiendo algunas zonas en auténticos lugares cómicos como bien retrató el cine de la época. También la montaña empieza a jugar su primer papel de protagonista, con la aparición de los primeros campings para aquellos que huían de la aglomeración y buscaban prados y un dominio del verde en vez del azul. En invierno, además, el esquí alpino deja de ser un sueño inalcanzable y empieza a sumar adeptos de las clases medias.

España estaba inmersa en plena dictadura franquista (1939-1975), que curiosamente no apreció los problemas que le podía causar tal fenómeno de apertura y evasión de sentimientos. Lo consideró un verdadero filón económico, y abrió de par en par las puertas de las mejores ubicaciones y paisajes a la inversión extranjera (la local también hizo negocio). Las facilidades eran extremas, y la proliferación de hoteles y complejos turísticos empezó a colonizar, principalmente, la costa española. En Catalunya, tanto la Costa Brava (norte) como la Daurada (sur) fueron víctimas de este inmenso descontrol que llegó a llenar de cemento un territorio virgen y deseado llamado primera línea de mar. Una práctica que tardaría décadas en ser corregida, y que fueron los primeros pasos para que Lloret y Salou se convirtieran en las capitales del turismo de fiesta y borrachera (que aún hoy en día perdura, aunque con menor intensidad), gracias a un clima y unas playas privilegiadas y, sobre todo, unos bajos precios atractivos para visitantes foráneos para también del resto de España.

Hoteles, restaurantes, locales de ocio... Un nuevo fenómeno transforma los pueblos costeros más amables (ahora, concurridos), poniendo en peligro el paisaje ecológico del país (altos complejos hoteleros en primera línea de mar que destrozaban un paisaje de ensueño) como también la supervivencia de las tradiciones locales. Un fenómeno difícil de parar, pero que tampoco hay que obviar la importancia económica que conlleva sobre las arcas de la región y su evolución posterior. El turismo se convirtió en uno de los

motores del desarrollo catalán (completando la locomotora industrial), tanto directamente -nuevas infraestructuras- como indirectamente. El turismo hizo evolucionar la mente y los pensamientos de unos ciudadanos que eran víctimas de una dictadura: nueva gente, nuevas costumbres. Sin duda, el turismo se giró en contra del régimen franquista y volcó el país más allá de sus fronteras, hacia Europa.

Durante las décadas siguientes, el sector del turismo catalán se define como claramente estacional (meses de verano), con el sol y la playa como principales exponentes (y prácticamente únicos), precios claramente a la baja (competitivos en el momento pero un problema para el futuro), un paisaje transformado -a mal- por el cemento y con unas infraestructuras hoteleras que sobreviven de los lejanos años 60 y que, pocos años después, están totalmente envejecidas. En la montaña el panorama no era excesivamente mejor, con una dependencia meteorológica extrema y con escasa oferta que complementa el atractivo del esquí. Un cambio era necesario.

La llegada de la democracia a España (1975) significa un punto de inflexión ciudadana pero también económica, aunque los cambios se dan lentamente. En lo que afecta al sector turístico, algunas leyes empiezan a proteger el paisaje (¡incluso se derriban edificaciones!); la remodelación de complejos turísticos comienza a ser un hecho; se construyen nuevas infraestructuras (como el Túnel del Cadí). El proceso es largo, pero la apuesta es clara: recuperar un sector a la baja pero económicamente muy importante dotándolo de nuevos alicientes para el turista. Los 80 avanzan, pero la gran explosión está por llegar.

Los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992 son el gran punto de inflexión. La capital catalana se transforma para ser mostrada a miles de millones de ciudadanos de todo el mundo como lo que es: una ciudad abierta, bonita, culturalmente rica y acogedora; una extensión de lo que es toda Catalunya, la parte por el todo. El escaparate es inmejorable, y el trabajo realizado trae resultados destacables. Pese a la crisis que acontecerá nada más acabados los JJOO, Catalunya no volverá a ser la misma. El turista empieza a venir y el nivel de satisfacción de los visitantes es altísimo y el boca a boca empieza a surgir efecto.

Catalunya se da cuenta de qué es y qué puede ser, y el creciente fenómeno turístico mundial (el sector se democratiza) empieza a tener en cuenta Barcelona. El sol y playa sigue siendo el principal atractivo para decenas de miles de turistas ingleses, franceses y alemanes que continúan viniendo a la región por el motivo de siempre (precio, diversión, comida). Pero, a la par, otras ciudades y proyectos empiezan a significar también lo que es Catalunya hoy. Un claro ejemplo es la inauguración en mayo de 1995 de Port Aventura, un parque temático edificado en el mismo suelo donde se había proyectado Eurodisney, antes de que este finalmente fuera a parar a París. Un parque que atrae a más de 3,5 millones de visitantes al año, y que ha sabido evolucionar del parque de atracciones al parque temático ampliando instalaciones y edificando hoteles propios. Es decir: proyectos que completan la oferta del país y que ayudan a atraer visitantes.

El parque temático Port Aventura es el buque insignia, pero también los parques acuáticos han servido de elemento dinamizador de algunas zonas y de reclamo turístico. Hasta ocho parques acuáticos se reparten por toda la costa catalana, cuya oferta se complementa con cuatro parques lúdicos (Aquarium, Poble Espanyol), uno de atracciones (Tibidabo) y un zoológico, situado en Barcelona y que, para el futuro, proyecta un zoo marino en la misma ciudad Condal.

Más allá de complejos como Port Aventura, el turismo cultural también comienza a ganar peso tras el abaratamiento de los billetes de avión. Dejando Barcelona de banda, que es y será la gran estrella durante años, diversos son los lugares que comienzan a ser apreciados por los visitantes. El Museo Dalí de Figueres, las Islas Medas de l'Estartit, el Parque Nacional de Aigüestortes son algunos ejemplos. La inversión en puertos se hace patente (sobre todo puertos deportivos), y también el Pirineo trata de ponerse al día. Los deportes de aventura ganan turistas locales pero también franceses, al igual que prácticas como el senderismo o el *trekking*.

El turismo rural empieza a tomar forma poco a poco, sobre todo tras la entrada en la Comunidad Económica Europea y los planes de compensación dirigidos a los agricultores obligados a resituarse en el futuro económico. Montserrat se unía al abanico de destinos turísticos, al igual que la ruta de las iglesias románicas. Y Barcelona despegaba definitivamente como destino turístico.

La capital catalana era y es el principal foco de atención, reconocida por todo el mundo por los JJOO y que poco a poco deja atrás esta asociación para ser conocida por sus bazas arquitectónicas, artísticas, culturales y gastronómicas. La Sagrada Familia, La Pedrera, el Parque Güell, la Rambla, el Camp Nou, las playas, el Born, el barrio Gótico, el paseo de Gràcia. Multitud de pequeños emplazamientos son presentados al mundo como lugares únicos en guías y mapas. Los turistas encuentran un clima perfecto, una ciudad barata, unas imágenes de postal. La ciudad lo sabe, lo nota, y prepara servicios para los viajeros como el Bus Turístico y diferentes rutas, además de puestos de información. Los empresarios se unen en *lobbys* como Turisme de Barcelona para llamar la atención de los operadores y situar la ciudad en las principales rutas.

La carretera sigue siendo una de las grandes puertas de entrada a Catalunya. Pero, por un lado, el puerto de Barcelona se ha erigido como una gran puerta de entrada de viajeros: la inversión realizada en los últimos años ha conseguido atraer a los principales cruceros, convirtiéndose en el primer puerto para cruceros de Europa y del Mediterráneo y el quinto del mundo, sólo por detrás de cuatro puertos del área caribeña (la mayoría, hoy, paran en la ciudad Condal; y durante la época turística por excelencia, durante los meses calurosos, el puerto no da ya abasto). Por el otro, Catalunya es la segunda comunidad autónoma que más turistas recibe por vía aérea, con 12 millones de pasajeros llegados en el 2008 (1,6% más que un año antes).

Las infraestructuras son necesarias, y tener un buen aeropuerto se hace imprescindible. El principal aeropuerto catalán es el de Barcelona-El Prat, el segundo en tráfico de España (solo superado por Madrid-Barajas), que atrae a millones de visitantes todos los años. Tras la reciente inauguración de una nueva terminal (la T-1), una de las más modernas de Europa, esta infraestructura se propone incrementar el número de viajeros pese a la difícil situación económica actual. Pero el paso de los años y las nuevas compañías aéreas impulsan otros aeropuertos catalanes que atraen a decenas de miles de pasajeros: Girona y Reus, donde predominan las compañías de bajo coste, un fenómeno en alza. De hecho, el 54,8% de la actividad aérea de Catalunya es ya de vuelos de bajo coste, un porcentaje ligeramente superior a la media estatal (48,4%) y que convirtió la autonomía en la primera región española en entrada de este tipo de viajeros.

El Prat concentra el 73,7% de los viajeros que llegan por vía aérea, siendo las líneas tradicionales las que más negocio generaron en la instalación (56,7% del total). En el de Girona-Costa Brava, más de 90% de la actividad aérea vino de compañías de bajo coste, convirtiéndose en el sexto aeropuerto del Estado en este tipo de pasajeros. Por último, el aeropuerto de Reus recibió en el 2008 casi el 5% de llegadas de turistas que volaron en low cost a Catalunya. Actualmente está en construcción otro aeropuerto, el de Lleida-Alguaire, que espera acercar al turismo de otros países a la zona de Ponent y a las pistas de esquí.

El fenómeno del turismo de masas ha comportado un coste para Catalunya, un precio a pagar que, sobre todo, queda reflejado en Barcelona. En la capital catalana, los establecimientos turísticos se han extendido por toda la ciudad casi sin tregua ni pausa. Hoteles, restaurantes y centros comerciales han desplazado a algunos negocios locales, aunque la Generalitat, el Gobierno autonómico, respondió con celeridad limitando esta expansión. Sin embargo, no ha podido hacer nada contra la turistificación de zonas enteras, casi barrios, donde el comercio local ha tenido que bajar la persiana para que las tiendas de *souvenires* y restauración con terraza tomen, literalmente, las calles.

Los ciudadanos también han notado que el turismo se ha convertido en algo a tener muy en cuenta: más allá de la estampa callejera de multiculturalidad que denotan los turistas, las carteras sufren las consecuencias de que los precios se hayan disparado en una ciudad que se ha convertido en cara para unos autóctonos acostumbrados a vivir en paz. Consecuencia de esto último aunque no único motivo, sumado al afán especulativo de algunas constructoras, la aparición de una gran burbuja inmobiliaria no exclusiva de la ciudad (extensible a toda la costa y ciudades) puso los precios por las nubes y muchos barceloneses han tenido que optar por buscar mejores precios en las ciudades de la periferia.

Pero la importancia del sector turístico para la economía catalana es innegable. Además, parece que las ciudades empiezan a encontrar el equilibrio básico entre ciudadanos y visitantes, y las políticas gubernamentales apuntan en este sentido. Una vez ya reventada la burbuja inmobiliaria, Catalunya quiere y busca convertirse en una potencia turística, pero no a cualquier precio. Y la potenciación del turismo de calidad, y de negocios, ha sido la llave elegida para el futuro de la ciudad y del país.

Pero el camino a recorrer es largo, y los pasos a dar son muchos. Potenciar los grandes congresos (el Mobile World Congreso, el mayor congreso mundial de telefonía móvil del mundo es un buen ejemplo), permitir solo la construcción de hoteles de 4 y 5 estrellas (para buscar un turista con mayor poder adquisitivo cuyo impacto económico en la ciudad sea mayor) y realizar campañas específicas de turismo en países potencialmente emisores en el futuro como China y Rusia (además, con gran recorrido de desarrollo por delante y, claro está, con clases altas con gran poder adquisitivo), son algunos ejemplos de las políticas actuales que están resultando acertadas. Los elementos para triunfar (paisaje, clima, gente, oferta), Catalunya, los sigue teniendo.

La oferta

Catalunya es el segundo destino del Estado en afluencia de viajeros en establecimientos hoteleros, sólo superada por Andalucía. Redondeando, cuenta con 261.000 plazas hoteleras. Los hoteles catalanes registraron el pasado año 42 millones de pernoctaciones, el 15,7% del total de las realizadas en España, siendo los principales clientes de estos establecimientos franceses e ingleses, que en conjunto aportaron cerca del 35% de los visitantes y pernoctaciones totales. La mayoría de los hoteles se concentra en la zona de Barcelona, la Costa Daurada y la Costa Brava, aunque también es destacable la presencia de establecimientos hoteleros en los Pirineos, principalmente vinculados a las estaciones de esquí.

Y es que Catalunya cuenta con 10 estaciones de esquí alpino y seis de esquí de fondo (más una en proyección). El perfil de los Pirineos es óptimo para la práctica de este deporte, con cimas no excesivamente altas de entre 2.000 y 3.000 metros a lo sumo. Cada temporada se comercializan alrededor de dos millones de *forfaits* en las pistas catalanas.

Otro tipo de turismo es el de camping, una forma históricamente arraigada entre el turista catalán (sobre todo de clases media-baja) que gozó de años de gloria y que aún se mantiene vivo. Con unas 235.000 plazas de camping en toda la autonomía, Catalunya se ha convertido en la primera opción del Estado en viajeros y pernoctaciones en establecimientos de acampada. Así, en el 2008 los campings catalanes recibieron 2,6

millones de viajeros (el 41,3% del total), que generaron 13,9 millones de pernoctaciones (44,6% del total). Al mismo tiempo, el turismo rural comienza a despegar, ni que sea poco a poco, y Catalunya ya es segunda en el ranking de destinos de este tipo de turistas en España, sólo superada por Castilla y León.

También es remarcable el tránsito de turistas que eligen los apartamentos turísticos para alojarse. En el 2008 los apartamentos catalanes recibieron 679.000 viajeros, que generaron 6,1 millones de pernoctaciones. Estas cifras, sin embargo, son algo imprecisas, pues si bien oficialmente están registrados unos 25.000 apartamentos turísticos en Catalunya, la Generalitat reconoce que la cifra de viviendas destinadas a este tipo de uso podría alcanzar incluso las 500.000.

Otro fenómeno al alza es el turismo basado en el deporte del golf, y Catalunya también ha sabido adaptar su oferta para atraer a este tipo de deportistas. Con casi 80 campos de Golf y Pitch & Putt, la región está creciendo en número de practicantes de este deporte.

Por marcas dentro del territorio, el turismo extranjero eligió principalmente la Costa Brava y Barcelona para realizar sus visitas. Entre las dos concentraron el 70% de los turistas y las pernoctaciones, seguidas de las marcas Costa Daurada y Costa de Barcelona-Maresme.

Enlaces

- Catalunya Turismo: http://www.gencat.cat/turistex_nou/home_cast.htm
- Departamento de Turismo de la Generalitat:
<http://www.gencat.cat/diue/ambits/turisme/index.html>
- Estaciones de esquí: <http://www.catneu.net/>
- Turismo rural: <http://www.turalcat.com>

Marcas turísticas

- Pirineus: <http://www.visitpirineus.com/>
- Val d'Aran <http://torisme.aran.org/>
- Terres de Lleida <http://www.lleidatur.es/>

- Catalunya Central <http://www.turismetotal.org/>
- Costa Brava <http://www.costabrava.org/centenari/es/index.php>
- Costa de Barcelona Maresme <http://www.costadebarcelonamaresme.cat/>
- Barcelona <http://www.barcelonaturisme.com/>
- Costa de Garraf <http://www.garrafour.com/>
- Costa Daurada <http://www.costadaurada.org/>
- Terres de l'Ebre <http://www.terresdelebre.org/>