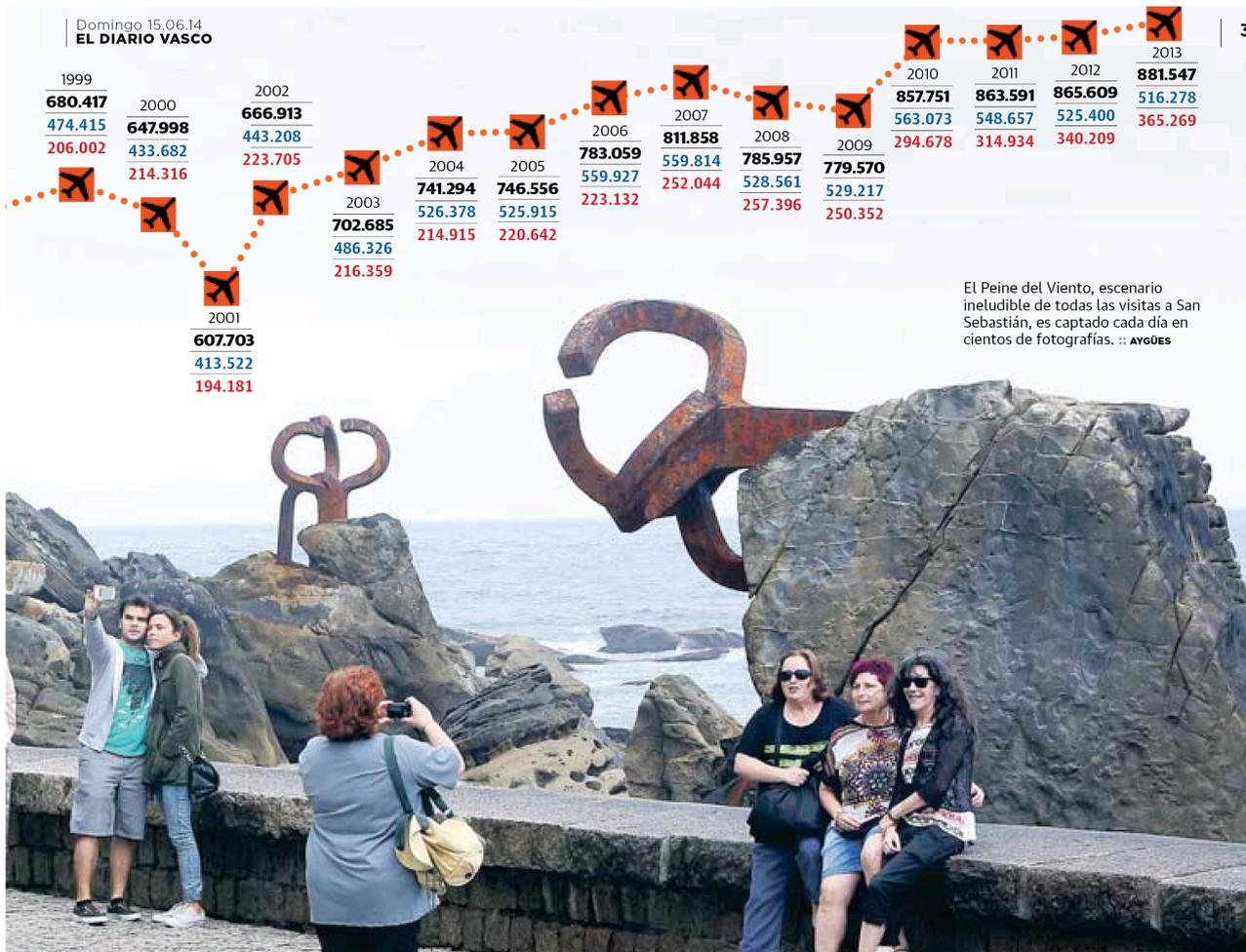


Domingo 15.06.14
EL DIARIO VASCO



El Peine del Viento, escenario ineludible de todas las visitas a San Sebastián, es captado cada día en cientos de fotografías. :: **AVGÜES**

como la encuesta realizada por una conocida web cuyas críticas y comentarios de usuarios ponen y quitan reyes, el precio medio de una habitación de hotel en Gipuzkoa este verano será de 172 euros por noche, el más alto del Estado, doblando casi la media. Es cierto que muchos alojamientos de precios más modestos quedan fuera de la estimación, pero no lo es menos que San Sebastián, cuyos precios determinan claramente el cálculo correspondiente al conjunto del territorio, es un destino caro. En verano, especialmente en agosto, muy caro.

«Con los condicionantes que tiene la ciudad, y también por la clara apuesta en favor de un turismo sostenible y no masificado, no puede ser un destino barato», admite Josu Ruiz, que recuerda sin embargo que fórmulas más asequibles como albergues, colegios mayores temporalmente reconvertidos en alojamientos turísticos, pensiones a precios más módicos, campings y establecimientos de localidades próximas abren el abanico y permiten disfrutar de la ciudad sin dejarse un riñón en el intento.

En ese sentido, el director geren-

te de San Sebastián Turismo, aporta un dato relevante referido la presencia cada vez mayor de turistas extranjeros. En 2013 ya fueron mayoría: un 52% frente al 48% de estatales. Teniendo en cuenta que en 2010 la relación fue de 37 a 63 a favor de los procedentes de otras comunidades autónomas, más que de cambio se puede hablar de vuelco, y a efectos económicos la importancia es notable, porque el sentido de lo que es caro y lo que es barato varía considerablemente entre un ciudadano de, pongamos por caso, Catalunya, y uno de Oslo, a quien pagar tres euros por una caña le parece la mayor de las gangas.

Pero, al margen de la vertiente alcohólica del consumo veraniego, «a los turistas extranjeros les parece normal pagar por los servicios turísticos; por entrar a un museo, por contratar a un guía, por participar en una visita guiada, por disfrutar de nuestra gastronomía... Es un tipo de visitante muy importante desde el punto de vista económico». Muy importante, por ejemplo, para Laura Carrión y Silvia Tellechea, que hace dos años crearon la agencia de servicios turísticos Haagos para im-

LAS FRASES

Josu Ruiz
Ayto. de San Sebastián
«En verano ya no podemos crecer mucho más, hay que pensar en clave de año»



Manu Narváez
San Sebastián Turismo
«Integrar bien toda la oferta de Gipuzkoa nos daría un potencial extraordinario»



Kino Fernández
Asoc. Hostelería
«En los últimos cuatro años el sector ha vivido una auténtica revolución»



Niko Osinalde
Goitur
«Se acabó el tiempo de los museos. Ahora tenemos que ajustar la oferta a la demanda»



pulsar un nicho tan poco cuidado en Gipuzkoa como el turismo familiar y que, sin dejar de trabajar en ese ámbito, tiran de creatividad para «desarrollar productos diferenciados en un entorno en el que la competitividad entre destinos es brutal». Ellas, en colaboración con otros agentes del sector, tratan de combinar de la mejor manera posible los recursos que ofrece Gipuzkoa para ofrecer a sus clientes paquetes personalizados que les hagan disfrutar de todos y cada uno de los minutos de estancia entre nosotros.

Eso, obviamente, tiene un precio, pero es infinitamente más rentable que el pasante que disfruta gratis del paisaje, cuando le entra el hambre saca de la mochila el bocata que ha traído de casa y vuelve a su lugar de origen despotricando por el precio del café o de los pinchos.

Y los que pagan por ese tipo de servicios son sobre todo, los turistas extranjeros, que no van

tanto «a precio» como gran parte del turismo estatal, sino que buscan calidad, y aprecian en lo que vale «la oferta genuina e imposible de encontrar en otros lugares que tiene Gipuzkoa, lo peculiar, lo que tenemos de distinto, así como la posibilidad de conocer todo eso sin sentirse un 'guiiri'». Los que prueban, en general, repiten, tripiten y vuelven acompañados. En ese sentido, cumplen las condiciones del visitante ideal, también en dos aspectos que Narváez destaca como «puntos fuertes» de nuestra oferta, que arroja unos altos índices de «satisfacción y recomendación».

Más tiempo y en más fechas

Ese no es, sin embargo, el punto más fuerte de nuestra oferta. Por tópico que parezca, el punto más fuerte sigue siendo la gastronomía. Y, de manera coyuntural aunque extrañamente duradera, «Ocho apellidos vascos...». Pero también tenemos puntos débiles. Algunos incontables e incontrolables, como el tiempo, y otros corregibles como el hecho de que, aunque tengamos un alto concepto de nosotros mismos, «fuera del Estado no