



Hace ya varios fines de semana que en las calles de la Parte Vieja donostiarra se nota una presencia creciente de visitantes. :: JOSE MARI LÓPEZ

nos conocen, y cuanto más nos alejamos más desconocidos resultamos. Ni tan siquiera nos sitúan en el mapa, y si lo hacen es gracias a la gastronomía.

Estas dos profesionales del turismo receptivo y los responsables forales y municipales están de acuerdo en que el frente internacional, en el que se está incidiendo de manera prioritaria, es clave, máxime teniendo en cuenta que el perfil de gran parte del turismo foráneo es el que más nos conviene. Sus ventajas no acaban en la cartera o la tarjeta de crédito. Tienen otras características que se ajustan como un guante a las necesidades más imperiosas del turismo en Gipuzkoa: conseguir que el visitante alargue su estancia, y que no se amontone en julio y agosto, sino que reparta su gracia a lo largo de todo el año.

Porque esos son los dos principales problemas del sector en Gipuzkoa, la corta estancia media –no llega a los dos días y es una de las más bajas del Estado–, y una acusada estacionalidad. Muy poco a poco se va corrigiendo esa segunda circunstancia, pero aun así el año pasado la ocupación anual media no llegó al 47%.

«Hay que pensar en clave de año, en verano ya no podemos crecer más», opina Josu Ruiz. «Trabajamos con la perspectiva anual, porque eso es lo que da estabilidad», coincide Niko Osinalde.

«¿Qué hacer para que los visitantes se queden más tiempo y, además, vengan más de una vez?» se preguntan por su parte Laura y Silvia, que se dedican precisamente a eso. La respuesta es engañosamente sencilla: «Darles cosas que hacer».

**Una oferta integrada**

Elaborar un catálogo atractivo de ‘cosas que hacer’ pasa por exprimir todos los recursos del territorio, independientemente de donde se encuentre cada uno, porque «a nosotros cuarenta minutos de coche nos parecen un viaje larguísimo, pero es el tiempo que gente que vive en grandes ciudades tarda en ir al trabajo».

En resumen, todavía hay margen de mejora en la relación ‘San Sebastián-resto de Gipuzkoa’ y en la relación ‘comarcas de Gipuzkoa entre sí’, un tema en el que se está esforzando la Diputación. En Goierri, que funciona de manera coordinada con Tolosaldea, ya están experimentando lo que supone abrir cada vez más canales de comunicación y de colaboración. «Tenemos cada vez más claro que solos no llegamos a ninguna parte. Todavía tenemos en torno a un 80% de visitantes que vienen por su cuenta y a este destino, pero un 20% ya viene a través de hoteles, de guías o de agencias de receptivo de San Sebastián», indica Osinalde, tomando el dato como uno de los muchos síntomas de madurez del



La oferta turística sale al paso de los visitantes. :: JOSE MARI LÓPEZ

turismo en unas comarcas fuertemente vinculadas a la industria en las que «hace veinte años cuando se veía a alguien de fuera haciendo fotos entre semana lo primero que se hacía era pensar mal». Ahora «ya no hay pueblo que no tenga un restaurante abierto en agosto», se valora mucho la aportación que puede hacer el turismo, y se ha entendido que «el tiempo de construir museos ya se acabó, ahora se trata de ajustar la

oferta a la demanda, de establecer alianzas, de dar el mejor servicio, de centrar los esfuerzos en segmentos que están funcionando muy bien, como el turismo deportivo (la Zegama-Aizkorri es la Behobia del interior), el senderismo o el gastronómico». Y de compartir esfuerzos y logros con los demás, sobre todo con las referencias más potentes, véase San Sebastián, Zarautz, Hondarribia... El interés es mutuo.

**El intrusismo que florece al amparo de la bonanza del sector preocupa a los ‘legales’**

«San Sebastián es genial, pero a partir del segundo día ya has visto lo básico. Son los propios visitantes los que piden algo más, y ese algo más está en otras comarcas y en el interior», indican Laura Larrión y Silvia Tellechea. De hecho, «con el nivel que está alcanzando la oferta hotelera en el resto de Gipuzkoa, ya hay gente que prefiere alojarse en un entorno tranquilo y venir a San Sebastián de visita». «Integrar bien toda la oferta de Gipuzkoa nos daría un potencial extraordinario. Hay pocos destinos cercanos con una variedad semejante, y sería un síntoma de madurez», sugiere el director de San Sebastián Turismo.

**Mucho intrusismo**

Quien tiene una amplia visión de territorio es el secretario de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa, Kino Fernández. Muchos de los 53 asociados vinculados específicamente a la hostelería tienen sus establecimientos en localidades sin especial tradición turística. Los que están más cerca de San Sebastián se benefician claramente de los llenazos y los precios de la capital, pero Fernández destaca que cada vez son más los establecimientos que atraen visitantes por sí mismos.

«En los últimos cuatro años el sector ha vivido una auténtica revolución», asegura, congratulándose de los logros pero poniendo sobre la mesa dos cuestiones que les preocupan mucho. Una, a su juicio no muy bien resuelta, cómo se contabiliza, se dinamiza y se rentabiliza ese aluvión de visitantes de un día que al no hacer noche no computan pero son los que extienden la cadena de valor del turismo –«muy larga», destaca Josu Ruiz– a sectores como la hostelería o el comercio. Otra, que preocupa a todos los ‘legales’ consultados, es el intrusismo, que al calor de la bonanza y amparado en regulaciones que a veces van por detrás de la realidad florece en pensiones, apartamentos y otro tipo de servicios. También en esa cuestión el verano que está llamando a la puerta será una importante prueba de fuego.



**NUEVO PEUGEOT 308**  
CAR OF THE YEAR 2014





DESDE  
**14.100€**  
PLAN PIVE INCLUIDO

Goma Nueva Peugeot 308: Consumo mixto (l/100 km): desde 3,1 hasta 5,7. Emisiones de CO<sub>2</sub> (g/km): desde 82 hasta 129.

**CENTRAUTO GIPUZKOA** Avda. Zarauz 78, Lorea (El Antiguo) Cta. N1, Km 470 (Pol. Lintzirin)  
**SAN SEBASTIÁN 943 21 60 90** **OIARTZUN 943 26 00 88**

Tolosa Motor, Bº San Esteban, 14 Txepetxa, Avda. Letxumborro 94  
**TOLOSA 943 65 03 37** **IRÚN 943 63 86 77**

PEUGEOT FINANCIACIÓN  
PVP recomendado para clientes particulares en Península y Baleares de 14.100 € para un 308 SP Access 1.2 VTi 82 CV/60 kW (impuestos, transporte, descuentos y Plan PIVE incluidos). No acumulable a otras ofertas. Consulte condiciones en su concesionario. Oferta válida hasta el 30/06/2014. Modelo visualizado 308 S4 Allure con opciones.

press reader Printed and distributed by PressReader PressReader.com v. 1.604.278.4604 COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW