

8. RETOS Y ESTRATEGIAS.

La coyuntura turística actual viene marcada por los efectos de la crisis económica sobre la demanda turística. Los efectos de la recesión se dejaron sentir en 2008 pero los mayores impactos se produjeron en el año 2009.

Con una perspectiva temporal amplia, se puede afirmar que la evolución de la demanda turística en la provincia de Málaga sigue una pauta muy similar a la de Andalucía. En el periodo 1999-2009 la tasa de crecimiento medio anual del número de turistas que visita Málaga fue del 2,3 por ciento frente al 2,5 por ciento de Andalucía. Pero el estudio de los componentes ciclo y tendencia si ponen de manifiesto diferencias significativas.

El comportamiento cíclico de las pernoctaciones hoteleras en Málaga fue comparativamente mejor que en Andalucía y España durante el último ciclo completo (noviembre de 2000 a enero de 2008), tanto en la fase depresiva como en la expansiva. No obstante, en la actual fase depresiva del nuevo ciclo (iniciada en febrero de 2008) el perfil del ciclo en Málaga fue comparativamente menos negativo en el inicio de esta fase pero ocurre lo contrario en los últimos meses, respecto a Andalucía y España.

Mayor atención hay que prestar al cambio de tendencia observado en los últimos años en las pernoctaciones hoteleras en Málaga, Andalucía y España. Con la particularidad de que el cambio a tendencia negativa, iniciado en agosto de 2007, es más pronunciado en Málaga.

Evidentemente, la actual fase depresiva del ciclo de la demanda turística es transitoria y aún no se puede confirmar, por el escaso tiempo transcurrido, que el cambio de tendencia mencionado se consolide. La propia OMT considera que sus predicciones en torno a las tendencias turísticas para 2020 siguen teniendo vigencia, especialmente debido al progreso experimentado por el sector turístico en 2010. Esta institución¹ expone que después de 2009, en el cual se ha dejado notar con toda su intensidad los efectos de la recesión, el turismo internacional se encuentra encarrilado hacia la recuperación de los buenos resultados, especialmente en Asia, Oriente Medio y África; y con una recuperación más moderada en América y Europa. En esta previsión, la OMT advierte que siguen existiendo riesgos e incertidumbres y alude, entre otros, a los siguientes: persistencia del desempleo, falta de consolidación del crecimiento económico, inestabilidad de los precios del petróleo y la retirada paulatina de las medidas de estímulos fiscal (con la prioridad del reajuste de los déficits públicos).

Lo anterior significa que se mantiene la estimación de un crecimiento turístico a nivel mundial en torno al 4 por ciento de promedio anual durante el periodo 1995-2020, y en el caso de Europa del 3 por ciento. Esto implica una pérdida de peso de Europa en la captación de las llegadas internacionales de turistas, aunque conviene recordar dos cuestiones: una, que los destinos mediterráneos recibirán al final del periodo el 22 por ciento de los turistas a nivel mundial; y dos, que para el citado periodo Europa generará un flujo de salidas de turistas internacionales que crecerá a una tasa anual promedio del 3,4 por ciento. En todo caso, la OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales crezca entre un 3 por ciento y un 4 por ciento en el año 2010.

¹ Ver OMT (2010): El turismo internacional encarrilado hacia la recuperación después de un 2009 extraordinariamente difícil.

El entorno turístico, sobre todo tras la actual crisis económica, se caracterizará por un más alto nivel de competencia entre los destinos turísticos, por las posibilidades de atracción de nuevos clientes con nuevos productos y con productos tradicionales, por cambios paulatinos en los hábitos y preferencias de los turistas, por una mayor valoración del entorno natural y las condiciones medioambientales y por avances sustantivos en el ámbito tecnológico en múltiples facetas de la actividad turística. Aunque la actividad turística, en sus fases de producción y distribución, no ha sido nunca una realidad simple sí se puede afirmar que en los tiempos actuales aumenta la complejidad de la realidad turística y exige un esfuerzo especial de adaptación por parte de las empresas y los destinos turísticos.

Las tendencias actuales en la actividad turística obliga a la empresas turísticas y a los destinos a adoptar nuevas estrategias o, a veces, antiguas estrategias aplicadas con mayor intensidad. En especial, mencionar que el incremento de la competencia a nivel internacional aumenta aún más la importancia de la calidad en su sentido más amplio y las empresas turísticas deben reforzar su competitividad a través de mejoras de la productividad y mediante la innovación, ajustando en todo momento su política de precios al nivel de calidad. Por otro lado, los cambios en la demanda turística, con una amplia gama de tipologías de clientes, aumentan las oportunidades tanto para los productos turísticos tradicionales como para el desarrollo y consolidación de nuevos productos.

En general, los cambios mencionados motivan que las estrategias de actuación en el sector se tengan que modificar prestando una mayor atención a las siguientes cuestiones:

- Diferenciación de los destinos.
- Diversificación de los productos turísticos.
- Aumento de la calidad.
- Mayor competitividad de las empresas turísticas.

En este contexto, señalar que la línea iniciada en el anterior "Plan de actuaciones estratégicas para la provincia de Málaga" en el proyecto de "Mejora de la calidad de la oferta turística" mantiene plenamente su vigencia, sobre todo en las actuaciones relacionadas con la promoción de la calidad turística, con las oportunas actualizaciones y modificaciones.

En la provincia de Málaga coexisten diferentes realidades turísticas y, por tanto, los retos serán diferentes. Por un lado, en la franja litoral de la Costa del Sol el principal reto es el de mantener la posición de liderazgo en el segmento de sol y playa y, simultáneamente, adaptarse a las nuevas pautas de la demanda, con una oferta de mayor calidad y más competitiva. En cambio, en el interior de la provincia, con un nivel de desarrollo turístico inferior y de distinta naturaleza, el reto principal sería la consolidación de la actividad turística en consonancia con las potencialidades turísticas. Con la finalidad de que el propio desarrollo del sector turístico contribuya a la diversificación productiva de las economías locales y refuerce el crecimiento económico.

En cualquier caso, las condiciones generales del entorno turístico y las tendencias afectan por igual a los destinos de interior y de litoral de nuestra provincia. Con lo cual, en todo el territorio se deben reforzar las estrategias en el sentido indicado anteriormente.

A continuación se describe, bajo el formato de un análisis DAFO, las condiciones del sector turístico en las comarcas de la provincia y en la Costa del Sol y los retos del sector turístico.

DAFO del turismo en las comarcas.

El análisis se inspira en los documentos "Integración de la Nueva Estrategia Rural de Andalucía en el Plan de Actuaciones Estratégicas de la provincia de Málaga" para las Comarcas de Antequera, Axarquía, Guadalhorce, Guadalteba, Noroma, Serranía de Ronda y Sierra de las Nieves. Pero conviene aclarar que lo expuesto recoge la versión particular del autor de este documento y que los resultados no constituyen una síntesis de tales documentos. Los resultados pretenden exponer los aspectos que inciden o están más directamente vinculados con el sector turísticos y con las tendencias actuales según criterios propios.

Fortalezas:

Singularidad del territorio por la mezcla de valores naturales, patrimoniales, culturales, paisajísticos y gastronómicos.

Nivel adecuado de dotaciones turísticas en ciertos centros urbanos comarcales.

Condiciones adecuadas para el desarrollo del ecoturismo y del agroturismo.

Existencia de entornos infrautilizados ideales para el desarrollo del turismo activo.

Existencia de buenas comunicaciones externas en la mayoría de los destinos.

Condiciones climáticas.

Riqueza en espacios naturales protegidos de gran valor medioambiental.

Gran patrimonio histórico-artístico, cultural y etnográfico.

Abundancia de zonas de alto valor paisajístico y diversidad de paisajes.

Existencia de un plan específico de desarrollo turístico en ciertos destinos.

Debilidades:

Baja diversificación de la oferta turística.

Falta de señalización y de puntos de información turística.

Falta de personal cualificado.

Existencia de microempresas de ámbito familiar.

Reducido número de hoteles y restaurantes de calidad en múltiples destinos.

Faltan actividades complementarias y de ocio.

Olvido del patrimonio etnográfico en ciertos destinos.

Falta de un plan de turismo comarcal en varios destinos.

Degradación patrimonial y medioambiental en zonas puntuales.

Falta de puesta en valor de los recursos en ciertos destinos, recursos tanto de patrimonio histórico-artístico como folklórico, documental, natural, artesanía y antiguo oficios y otros.

Oportunidades:

Nuevas tendencias de la demanda turística hacia el turismo de interior y hacia productos de calidad y ecológicos.

Abundancia de medidas públicas de apoyo al desarrollo rural con gran protagonismo de las actividades turísticas.

Proximidad a Málaga y a la Costa del Sol como receptores de un importante flujo turístico.

Cercanía con respecto a importantes focos emisores de turistas y con centros de comunicación.

Potencialidades en el turismo de congresos y de golf.

Aprovechar el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción, formación, comercialización y otros aspectos del negocio turístico.

Crear oferta complementaria y de ocio.

Amenazas:

Pérdida de singularidad del territorio en ciertos destinos.

Falta de señalización turística.

Presión urbanística en ciertos entornos.

Poca capacidad emprendedora en ciertos destinos con bajo desarrollo turístico y altas potencialidades.

Degradación de espacios naturales en ciertas zonas.

Desaparición de diversas formas tradicionales de cultura y patrimonio popular.

DAFO del turismo en la Costa del Sol.

Los resultados se basan en el Plan Qualifica pero centrado la atención en los elementos con mayores repercusiones en el sector turístico, según el punto de vista del autor de este documento.

Fortalezas:

Calidad y diversificación de la oferta turística.

Alto nivel de las infraestructuras de transportes y comunicaciones.

Dotaciones de calidad en el turismo deportivo, sobre todo en golf y turismo náutico.

Oferta complementaria amplia y de actividades de ocio.

Clima y playas.

Imagen consolidada de la marca Costa del Sol.

Proximidad a destinos con amplia oferta cultural, patrimonial y con riqueza natural y paisajística.

Buena relación precio-calidad.

Debilidades:

Excesiva densidad urbanística en determinados tramos del litoral.

Problemas de tráfico y desplazamientos internos.

Suciedad de las playas.

Descoordinación en la promoción turística.

Falta de calidad en ciertos destinos.

Tal como recoge el Plan Qualifica, en función de los retos futuros y las líneas estratégicas establecidas por la OMT y que pueden servir de orientación para planificar la actividad turística de la Costa del Sol se citan:

- La conservación del medio natural.
- La adecuada planificación del destino turístico.
- La diversificación y mejora de la calidad de los productos y servicios ofertados.
- La profundización en el conocimiento de los mercados turísticos.
- La depuración de las estrategias y acciones de promoción y comercialización.

Retos del sector turístico.

Calidad del destino y de los servicios de las empresas turísticas.

Configurar nuevos productos turísticos en función de las tendencias actuales y futuras de la demanda.

Diversificación de la oferta turística.

Ampliación de la oferta complementaria y de ocio.

Sostenibilidad.

Aumentar la eficiencia de la promoción y adecuar la comercialización.

Incorporar las nuevas tecnologías en todas las fases de la producción y comercialización de los productos turísticos.

Reforzar la competitividad de las empresas turísticas.

Mejorar el conocimiento de los mercados turísticos y de las nuevas tendencias de la demanda.

Mantener la cuota de mercado y aumentar la fidelización de la demanda turística actual.

Plantear nuevas estrategias para corregir la alta estacionalidad.

Reforzar las actuaciones en el campo de la formación continua.

Adecuar y perfeccionar las competencias profesionales de los titulados universitarios vinculados con el turismo.

Estimular la actitud emprendedora y fomentar la actividad en destinos turísticos poco desarrollados y con altas potencialidades.

Potenciar el desarrollo de turismos específicos: golf, turismo náutico, turismo en entornos naturales, turismo rural y activo, y de salud y bienestar.

Incrementar la rentabilidad de las infraestructuras públicas y privadas vinculadas al turismo de reuniones, congresos e incentivos.

Potenciar nuevos destinos culturales y de ciudad.