

# ‘No podemos perder oportunidades’

NÚRIA PÉREZ

-¿Qué opina del Saloufest?

- Que no nos podemos permitir perder ninguna oportunidad de venta ni de facturación ni de creación de puestos de trabajo.

-Pero el eco mediático, ¿no puede poner en peligro la imagen de destino familiar que tiene el municipio?

- No nos equivoquemos. Que se hayan producido dos-tres incidentes entre un total de 9.500 jóvenes universitarios con ganas de pasárselo bien es poco significativo. En otras concentraciones de masas suceden más y no por ello dejan de efectuarse. Además, detrás de todo ello pueden haber intereses y no debemos ser nosotros los que nos tiremos piedras sobre nuestro tejado.

-¿A qué se refiere?

- Hace casi veinte años cuando estaba al frente de Turisme de Barcelona y recuerdo que durante un viaje por Escocia pasamos por un par de agencias de viajes que tenían expuestas en sus escaparates unas fotocopias traducidas de artículos de diarios sobre un incidente con un grupo turístico que se había producido en España (no en Catalunya). Y ahora pasa lo mismo. Determinados agentes del sector pueden estar interesados en manipular lo que publican medios nacionales e internacionales sobre el Saloufest con fines concretos amplificando que se trata de una gran bacanal cuando, en realidad, es un festival bien pensado, que combina la práctica del deporte durante el día y la diversión cuando cae el sol, algo propio de la edad.

-Acaba de arrancar la primera temporada turística con la tasa turística en vigor. ¿Cuál es su balance?

- Yo soy favorable desde hace muchos años a la tasa turística y me alegro que fuera una tasa y no un impuesto que fue el error del caso balear. Pese a ello, me hubiera gustado que hubiéramos copiado el modelo de los que países que lo hacen bien, como por ejemplo, Suiza y Austria y además discrepo en dos conceptos.

-¿Cuáles?

- Por un lado, que el único recaudador sea el sector hotelero. Existen muchos otros agentes que viven gracias al turismo. En estos países que le he citado antes, hay sectores como el de las



Raimon Martínez Fraile ha volcado sus ideas sobre el sector en el libro ‘Gran turismo’. FOTO:DT

PERFIL | Raimon Martínez Fraile (León, 1947) fue director general de Turisme de Barcelona de 1994 a 2000. En 2004 fue nombrado secretario general de Turismo del Gobierno español. Desde 2010 es presidente del Saló Internacional del Turisme de Catalunya, que se celebrará del 19 al 21 de abril en Fira de Barcelona y presentará una variada oferta turística de proximidad y de destinos de 50 países.

‘No debemos ser nosotros los que tiremos piedras sobre nuestro tejado’

bebidas gaseosas, que también se benefician del turismo y que cobran aunque sea un céntimo de euro. Por otro, pienso que para que el sector se implique más porque verá un mayor retorno, no debería ser de carácter nacional sino local como sucede con la *taxe de séjour* francesa.

-¿Cree que puede pasar factura al turismo como se quejaban inicialmente desde el sector?

- No. En Baleares, se hicieron encuestas y la tasa tenía un nivel de aceptación de los turistas alemanes superior al 90% porque se entendía como una contribución a la sostenibilidad del territorio. El problema es que la iniciativa estuvo mal planteada desde el inicio.

-¿Cómo prevé la temporada turística que justo empieza a arrancar?

- Complicada. Porque aunque el turista extranjero se mantenga o crezca un poco, el aumento probablemente se rá insuficiente para contrarrestar la caída del mercado nacional como ya sucedió el año pasado. De todas maneras, hasta final de mayo, principios de junio no tendremos una fotografía más aproximada.

-Pero el gasto del turista crece y las previsiones de crecimiento del turismo ruso siguen siendo buenas...

- Sí, pero no hay que olvidar que el turismo ruso es aún un porcentaje pequeño del turismo total pese a su repercusión mediática. Y si los turistas rusos, crecen, por decir una cifra, un 30% pero los alemanes caen un 5%, al final el balance es negativo. Es cierto que la captación y el trabajo efectuado por nuestros empresarios y autoridades en el mercado ruso ha sido bueno pero no hay que perder la perspectiva. Primero porque el euro del señor de Rusia vale lo mismo que el de Cuenca. Y segundo, porque las cifras son las que son todavía. Si bien es cierto que el año pasado llegaron 745.000 turistas rusos a Catalunya, una cifra récord y éste es uno de los mercados que genera más ingresos, en el conjunto de España, la cifra fue de un millón de turistas rusos frente a los 10.975.000 de alemanes.

-Fruto de la crisis, el Saló Internacional del Turisme de Catalunya lleva tres años reinventándose. ¿Cuáles son las novedades para esta edición?

- La apuesta por la oferta de los destinos de proximidad, conscientes de que son los más solicitados por los viajeros en los últimos años como consecuencia de la crisis, que obliga a reducir los presupuestos familiares destinados al ocio y los viajes.