

Entrevista a

# Marta Serra

Directora del Salón Internacional  
de Turismo de Catalunya.

## 'Salir de viaje con la máxima información, es una acto imprescindible'

Los últimos datos sobre ocupación hotelera, parecen apuntar a una recuperación del sector. ¿Cómo han apreciado esto en el SITC, dado que se dirige principalmente al consumidor final?

Los más de 1.100 expositores, procedente de 60 países y de todas las comunidades autónomas, nos han transmitido su percepción del clima de optimismo que se respiraba durante el salón, y el verdadero interés demostrado por el numeroso público en salir de viaje, tanto hacia destinos exóticos como más próximos.

Las estrategias del sector y las instituciones se basan en fomentar un turismo 'de calidad'. Un turismo familiar y que aporte di-visas sin causar molestias al ciudadano. Sin embargo, parece que la idea que prima es la de un turismo masivo y con pocas inquietudes culturales, e incluso cívicas. ¿Vale todo para que el sector se mantenga? ¿Nos seguimos basando en el turismo de costa y sangría?

A nivel de turismo receptor, España se ha distinguido por una sólida oferta de turismo de sol y playa durante décadas, pero hace ya tiempo que los destinos están diferenciando su producto para ser más sostenibles y también más competitivos.

Cada vez tienen más éxito los que proponen rutas enológicas, gastronómicas, antropológicas, culturales, sin olvidar la enorme importancia del turismo centrado en el wellness.

Este año la ciudad invitada al salón ha sido Logroño, que ha presentado su oferta basada en valores distintos a los clásicos, haciendo especial hincapié en el enoturismo y en los centros de bienestar, y nos consta que ha conseguido un gran éxito.

Barcelona, ciudad donde se celebra el SITC, es un foco de atracción turística cada vez más conocido en todo el mundo. ¿Cuál es la clave del éxito de Barcelona que podrían imitar en otros lugares?

Creo que esta pregunta debería dirigirla Turisme de Barcelona, pero desde mi punto de vista la ciudad condal ha sabido crear una marca potente basada en la combinación de grandes atractivos, desde la arquitectura, hasta la gastronomía pasando por la oferta de arte, cultura, ocio, shopping, wellness, clima y paisajes de los más hermosos de Europa.

Y todo esto conjugado con una excelente promoción: en una de las ponencias que hemos acogido en el marco de nuestras jornadas técnicas, el director de Turismo de Barcelona, Pere Duran, ha explicado también las claves de la estrategia de marketing relacional que está llevando a cabo la ciudad.

El Salón ha tenido este año mucha atención a la segmentación de los clientes, con espacios reservados a agencias, cruceros, incluso al pujante 'turismo gay'. ¿Hacia dónde van los viajeros españoles? ¿Qué piden?

El viajero español pide sobre todo calidad, y la calidad empieza por la información. Por esta razón decidimos segmentar la oferta en base sobre todo los diversos targets específicos de cada formato turístico, para hacer más fácil la visita al salón y para que los visitantes encuentren de una forma más ordenada y racional los productos que buscan. El nuevo espacio que hemos inaugurado este año, Expocruceros, ha obtenido un gran éxito precisamente porque la demanda de este tipo de viaje está en alza y de este modo hemos facilitado el contacto entre una oferta concreta y sus clientes.

¿Qué países o destinos nacionales se perfilan como los más interesantes para este año 2010?

Realmente son todos interesantes, y hay demanda para todos. A raíz de la crisis ha aumentado el turismo de proximidad, se sigue viajando pero a lugares más próximos y a lo mejor con estancias más breves, y lo que hemos detectado en esta edición es que por lo menos el interés hacia destinos lejanos ha recuperado las cuotas habituales.

Existe una preocupación por parte de quienes piensan que en aras de la industria turística podemos 'estropear' el entorno y el patrimonio.

¿Cómo han incidido en el respeto del medio ambiente en este Salón?

Éste es sin duda un tema que nos inquieta. Este año hemos programado varias jornadas técnicas dirigidas especialmente a los profesionales para tener la posibilidad de discutir sobre temas de gran importancia como el de la sostenibilidad.

De hecho, en el marco de nuestro programa de actividades ha tenido lugar una jornada que con el título "Jornadas de Innovación y Sostenibilidad Turística" ha abarcado temas como el estado de la investigación en Catalunya en sostenibilidad, o las buenas prácticas empresariales en materia de innovación en este sector.

Por último, ¿qué aconsejaría a los que todavía no tienen elegido su destino para las vacaciones? ¿en qué nos debemos fijar?

Nos debemos fijar en todo: en la calidad del producto, en la sostenibilidad del tipo de turismo que vamos a realizar, las condiciones del destino...por eso es tan importante visitar un salón como el SITC antes de elegir un viaje, un destino o un formato turístico, como por ejemplo un crucero o por el contrario un viaje de aventura. Salir de viajes con la máxima información posible no sólo lo aconsejo, sino que lo considero un acto imprescindible.

Un turista informado es más difícil que cometa errores o que acabe viviendo una experiencia no tan satisfactoria o diferente a cómo la había planeado. Internet es una herramienta insustituible, pero el gran valor del salón consiste en el contacto directo entre proveedores y consumidores y ésta es una de las principales razones del éxito del Salón Internacional del Turismo de Catalunya, líder en España entre los dirigidos al público.