El turismo procedente de Estados Unidos entra en el 'top ten' de la Costa del Sol

HÉCTOR BARBOTTA
@barbotta

Mantener la conexión directa con Nueva York durante todo el año se convierte en un objetivo esencial para consolidar el mercado norteamericano

MARBELLA. Los años dorados de Marbella los tuvieron como protagonistas principales de la construcción del mito de la Costa del Sol y ahora regresan con fuerza. Los turistas de Estados Unidos han vuelto a fijarse en el litoral de la provincia de Málaga y su peso comienza a ser determinante en la estrategia comercial de los hoteles, especialmente en los de gama más alta. Los primeros meses de este año señalan un regreso de Estados Unidos al selecto grupo de los diez principales mercados para los hoteles de la provincia de Málaga. Tras un periodo de ostracismo que se prolongó décadas y que tuvo su peor momento a partir del trauma que supuso el 11 de septiembre de 2001, cuando el temor a posibles atentado disuadió a los turistas norteamericanos de franquear las fronteras continentales, la Costa del Sol empieza a notar un incremento importante de la presencia de este mercado al que se considera fundamental especialmente por dos cuestiones: su importante nivel de gasto, muy por encima de la media, y la desestacionalidad.

El Boletín de Coyuntura Hotelera de Turismo Costa del Sol señala al de Estados Unidos como el segundo de mayor crecimiento en cuanto a viajeros hospedados en hoteles dentro del grupo de los diez principales mercados turísticos, con un 17,3 por ciento, en los cinco primeros meses del año, hasta alcanzar un total de 50.323 viajeros. Sólo Italia, con un 17,5 por ciento, presenta un incremento superior, pero a diferencia de aquel, el potencial de crecimiento del mercado estadounidense es inmenso.

El de Estados Unidos ocupa actualmente el noveno lugar entre los mercados turísticos de la Costa del Sol, una lista que encabezan el nacional, el británico y el alemán, y su incidencia en cuanto a nivel de gasto y a la demanda de servicios de alta gama es muy valorada en el sector turístico. De hecho, para el crecimiento experimentado en los primeros meses del año ha sido determinante el peso ganado en los hoteles de Marbella, donde el incremento en ese periodo, según datos del área de turismo de ese ayuntamiento, ha sido del 30 por ciento.

El mercado de Estados Unidos, según han explicado a este periódico directores de diferentes establecimientos de cinco estrellas, es fundamental por dos motivos. El principal es el nivel de gasto, ya que los turistas norteamericanos están imbuidos de una cultura consumista que se deja sentir tanto en los hoteles como en su entorno. El segundo es la desestacionalidad, ya que no se trata de un tipo de turismo que se concentre exclusivamente en los meses de verano.

De hecho, el aumento se ha producido en un periodo que incluye meses de invierno en los que, además no está operativo el vuelo directo entre Málaga y Nueva York. Existe una coincidencia general en la necesidad de conseguir que esa conexión se mantenga durante todo el año, lo que daría lugar a un incremento de la presencia de estadounidenses en los meses de menor demanda que son, sin embargo, temporada alta para uno de los segmentos que más los atraen, el turismo de golf.

Este importante crecimiento del turismo norteamericano se sustenta en diferentes factores, entre los que destacan la valorización del dólar con respecto al dólar, que en lo que va de 2019 se cotiza mejor que en 2018, y la ausencia de atentados en la zona del Mediterráneo, a diferencia de lo que había sucedido durante años anteriores, una situación que beneficiaba a la Costa del Sol en los mercados europeos sobre destinos de la zona pero que la perjudicaba en el mercado norteamericano, siempre reticente a atravesar el Atlántico cuando percibe situaciones de inestabilidad política o potenciales amenazas de seguridad.

Los expertos señalan también como determinante el acuerdo alcanzado con la red Virtuoso, una alianza de turismo de lujo con más de 2.000 socios y 11.400 asesores en todo el mundo con gran inserción en el mercado norteamericano. Esta red, a la que pertenecen los hoteles Marbella Club y Puente Romano, de Marbella, y Finca Cortesín, de Casares, firmó en agosto del año pasado un convenio con Turismo Costa del Sol tras celebrar a finales de 2017 un congreso en Marbella, con cuyo ayuntamiento mantiene también un acuerdo.

El incremento del turismo norteamericano también se ha dejado sentir en el sector comercial. La gran superficie Costa Marbella, el centro de El Corte Inglés de Puerto Banús, ya registra a los clientes de Estados Unidos como el quinto de sus mercados, solamente por detrás de nórdicos, británicos, marroquíes y rusos. Este centro comercial también entrará a formar parte próximamente de la red Virtuoso.

El mercado norteamericano es uno de los de mayor nivel de consumo

Viajeros hospedados en hoteles según país de procedencia

	Principales mercados	Enero-Mayo 2018	Enero-Mayo 2019	Diferencia	% Variación
1	España	722.628	779.981	57.353	8
2	Reino Unido	350.527	364.527	1.400	4
3	Alemania	120.305	119.791	-514	0
4	Francia	110.756	96.633	-14.123	-13
5	Países Bajos	76.016	77.171	1.155	2
6	Irlanda	53.935	60.617	6.682	12
7	Italia	47.682	56.017	8.335	18
8	Bélgica	50.100	50.979	879	2
9	Estados Unidos	42.902	50.323	7.421	17
10	Suecia	44.593	47.309	2.716	6
11	Dinamarca	33.728	31.130	-2.598	-8

Fuente: Turismo Costa del Sol

Barack Obama, invitado a jugar al golf en Marbella

:: H. BARBOTTA

MARBELLA. Cuando el pasado 19 de junio visitó Marbella para ofrecer una conferencia privada, el expresidente de Estados Unidos Barack Obama tuvo un encuentro con la alcaldesa de la ciudad, Ángeles Muñoz, quien acudió para un saludo protocolario en el hotel Puente Romano, donde se desarrollaba la actividad. La regidora aprovechó la ocasión para cursarle una invitación para jugar al golf en alguno de los más de veinte campos que jalonan el término municipal. En el Ayuntamiento se alberga la expectativa de que la presencia del expresidente en la ciudad, aunque fugaz, tenga repercusión en el mercado norteamericano, especialmente porque ha llegado en un momento en el que el turismo de esa procedencia se encuentra en alza en la ciudad tras el acuerdo con Virtuoso que ha convertido a Marbella en destino preferente de esa red de turismo de alta gama.

Según la alcaldesa, Estados Unidos seguirá siendo una de las prioridades de la política turística del Ayuntamiento a la hora de planificar sus acciones promocionales.

Obama y Ángeles Muñoz, el pasado 19 de junio. :: SUR