



## Álvaro Laforet

Consultor en comunicación especializado en marketing digital.  
En Twitter @AlvaroLaforet

Barcelona estaba de moda para turistas de todo el mundo, pero la marca 'Barcelona', así como 'Catalunya' se han ido deteriorando a lo largo de los meses, culminando el empeoramiento en el segundo semestre del año pasado

# Por un cambio de rumbo en la industria turística catalana

Los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992 fueron el despertar del turismo en la Ciudad Condal y posiblemente en el conjunto de España. Una gran transformación de la ciudad que ha culminado en 2017. Este último año, el decrecimiento del turismo en Catalunya se ha debido a varios factores. El primero, a la estrategia de atraer turismo de masas que no ha beneficiado a esta comunidad autónoma. El segundo y más reciente, los problemas de inestabilidad política. Un tercer factor, y que hay que tener en cuenta, es que el mercado ha ido madurando y evolucionando hacia una especialización.

Barcelona estaba de moda para turistas de todo el mundo pero la marca *Barcelona* así como *Catalunya* se han ido deteriorando, culminando el segundo semestre de 2017. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la caída de turistas extranjeros en Catalunya fue de un 13,9 por ciento el pasado diciembre. Esto no quiere decir que no siga siendo un atractivo, pero a partir de ahora se deberá afinar mejor en la estrategia de promoción turística para promover Catalunya en general y Barcelona en particular.

Países del sureste asiático, donde existe una relativa estabilidad política y con una buena oferta en servicios han

conquistado el mercado del *gran consumo*, un público que había sido muy fiel a Barcelona-Cataluña en otros tiempos. Además, hay que añadir la gran competencia de las compañías aéreas que han sacado tarifas *low cost* para los vuelos de larga distancia. Este hecho puede ser una amenaza o convertirse en una oportunidad.

Existe un caso de éxito en Europa que ha sabido atraer un turismo de calidad, además de convertirse en uno de los destinos estrella de estos últimos años: Islandia, que nos puede dar ideas para una hipotética reconversión.

Es un país volcánico localizado entre el continente europeo y Groenlandia, aunque políticamente esté considerado parte de Europa. Es un país muy joven con abundantes recursos naturales, y prueba de ello es que Islandia es uno de los países con mayor renta per cápita del mundo. Ciertamente el nivel de vida en este país es caro, pero gran parte de las atracciones turísticas naturales son gratuitas. Este país ha apostado por un turismo de aventura, naturaleza y relax.

Si se suma a que la compañía aérea Icelandair, con el fin de promover la estancia en la zona, ha creado un producto muy tentador para el turista, el mimetismo es perfecto. Icelandair, que este año cumple 80 años, propone realizar una parada en

Islandia con el fin de poder visitar el país. La compañía lo llama *Icelandair Stopover* y consiste en hacer escala en Islandia, con un máximo de siete noches, sin cargo. La condición es que debes viajar a otro destino con la compañía aérea islandesa.

Por otra parte, los pasajeros que vuelan entre Europa y Norteamérica, haciendo escala en Reikiavik durante este invierno, pueden disfrutar de actuaciones teatrales dentro de sus vuelos. La divertida campaña *Ahead of Time* puso en escena a parte de su personal de abordaje, interpretando diferentes momentos míticos de la historia de la compañía.

En 2016, la compañía aérea transportó a más de 5.000 españoles en los vuelos directos entre Barcelona-Madrid y Reikiavik, y se consiguió que un total de 39.098 turistas nacionales viajaran a la isla. Esta estrategia ha conseguido incrementar el turismo en un 10 por ciento.

Hay una compañía española que lo sabe muy bien. Tierras Polares, una agencia especializada en experiencias polares que fue creada por Ramón Larramendi tras completar la *Expedición Circumpolar 1990-93*, un viaje de exploración de 14.000 Km. Después de este gran hito, Ramón decidió crear Tierras Polares, donde otros aventureros pudiesen vivir las mismas experiencias que pudo vivir él, pero con una gran infraestructura organizada. Operan en lugares como Islandia, Polo Norte, entre otros lugares del mundo.

La isla es una explosión de sensaciones en el blanco invierno donde el cielo se cubre de colores en movimiento con las majestuosas auroras boreales. En primavera y verano, los amplios valles invitan a visitar las numerosas joyas de la naturaleza. Entre ellas hay numerosos lugares imprescindibles

que son dignos de su visita. El primero, sería Reikiavik. La capital de Islandia, con una población que no llega a los 200.000 habitantes, es una de las ciudades más limpias y seguras del mundo. El arte urbano se puede palpar por toda la ciudad, ya que muchas casas están pintadas con grafitis, y las que no, tienen unos colores llamativos que alegran la ciudad nortea. La iglesia de Hallgrímskirkja, de rito luterano, es el edificio más alto del país con 74,5 metros de altura, donde se pueden apreciar las mejores vistas panorámicas de la ciudad. Uno de los mayores atractivos de Islandia y de Reikiavik son los baños termales. En la Capital tienes hasta tres en el centro. Darse un baño al acabar la tarde es una costumbre que está muy arraigada en la sociedad islandesa.

Otro imprescindible es el Blue Lagoon, que se ha convertido en uno de los balnearios geotermales más populares del país. Tiene un entorno espectacular y el agua siempre está a una temperatura entre 35 y 40 grados centígrados. Asimismo, cuenta con grandes espectáculos naturales, como la cascada de Seljalandsfoss o la de Gullfoss. Esta última es la *imprescindible* cascada de Islandia. El río Hvítá se desploma 32 metros a través del cañón tallado en roca volcánica en dos tramos. La fuerza del agua al caer es tan fuerte que produce un arco iris durante todo el día. También es reseñable el Géiser Strokkur o el Glaciar de Svinafelljökull, que es el grande de Europa, con 8.100 metros cuadrados, y uno de los más visitados en Islandia. Con un aeropuerto potente como el del Prat, una ciudad como Barcelona y un paraíso natural como es Catalunya, tenemos mucho que aprender de Islandia y muchas posibilidades para reinventarnos.

## Álvaro Laforet

Consultor en comunicación especializado en marketing digital.  
En Twitter @AlvaroLaforet

En 2016, Icelandair transportó a más de 5.000 españoles en los vuelos directos entre Barcelona-Madrid y Reikiavik y se consiguió que un total de 39.000 visitantes nacionales viajaran a la isla. Una estrategia que elevó un 10% el turismo