

EL TURISMO EN MELILLA

FERNANDO ALMEIDA GARCÍA
AGUSTÍN JUSTICIA SEGOVIA
Universidad de Málaga

RESUMEN

En este artículo se describe la situación turística de unos de los territorios menos conocidos de España y que guarda unos recursos patrimoniales de especial valor. Se describe la estructura turística, el transporte y la planificación del sector turístico.

ABSTRACT

This paper describes the tourist scene of some of the lesser known areas of Spain, which saves a particularly valuable heritage resources. We describe the tourist infrastructure, transport and tourism planning.

PALABRAS CLAVES: Turismo, Melilla, España.

KEY WORDS: Tourism, Melilla, Spain.

1. INTRODUCCIÓN

Melilla es una ciudad poco conocida para gran parte de los españoles y casi desconocida para los europeos. A pesar de ello, guarda una intensa historia de viajeros, comerciantes y soldados e interesantes y desconocidos legados que han ido dejando en este exiguo territorio. Melilla ha oscilado a lo largo del tiempo entre su doble condición de puesto militar y comercial. Esta dualidad civil y militar se refleja en su patrimonio, en unas fortificaciones militares únicas (distinguidas con el premio Europa Nostra en 1999), iniciadas en el siglo XVI, junto con un Ensanche Modernista ligado al desarrollo de la burguesía comercial a principio del siglo XX, nacida al amparo del puerto franco. Hoy en día Melilla es una ciudad fundamentalmente civil. A esta dualidad hay que añadirle la situación de puente entre Europa y África, aunque Melilla se siente claramente mediterránea.

Aunque la ciudad dispone de un importante patrimonio arquitectónico y el cultural, el turismo en Melilla ha tenido un valor secundario por no decir

residual. A esta situación ha contribuido su cierta lejanía respecto a la Península, la falta de infraestructuras turísticas adecuadas y su fuerte vocación de ciudad comercial y de servicios y antes militar. Aunque de forma temprana se pusieron en marcha algunas actuaciones¹. El turismo hasta fechas recientes no era una actividad prioritaria.

Esta situación ha ido cambiando en los últimos diez años. La progresiva pérdida de efectivos militares, incluyendo las “juras de bandera” que atraía a un importante número de familiares de los soldados y la reducción del comercio con la Península y Marruecos, ha obligado a diversificación de la estructura económica, en la que debería jugar un papel importante la actividad turística.

Esta transformación que pasa por dar forma a Melilla como un destino turístico no es nada fácil, a pesar de los apoyos reiterados mensajes de las autoridades locales. La ciudad cuenta con una serie de elementos favorables como el citado patrimonio monumental, al que hay que sumar el cultural, además de disponer de un toque de cierto exotismo que lo diferencia de otros destinos similares y la posibilidad de realizar circuitos por Marruecos. Tiene ante sí los inconvenientes de la falta de experiencia, la reducida oferta complementaria, los elevados costes de transporte, la competencia de espacios próximos y una imagen poco positiva o distorsionada para el potencial turista peninsular. En especial, la construcción de imagen turística adecuada puede ser uno de los elementos más laboriosos en la carrera por la construcción de Melilla como destino turístico.

La ciudad en el último decenio ha hecho un esfuerzo considerable para sentar una mínima base turística que se espera continuar, siempre teniendo en cuenta el largo camino que queda por recorrer.

Melilla ha hecho un notable esfuerzo en la mejora de la estructura turística, teniendo en cuenta que partía casi desde cero. Por un lado, se ha realizado una importante labor de rehabilitación del patrimonio de Melilla la Vieja y algunos fuertes exteriores, aunque la intervención no ha sido tan intensa en el caso modernista. Además, se dispone de un número importante de pequeños museos que permiten conocer la historia de la ciudad.

La infraestructura de alojamiento ha experimentado una notable reestructuración en los últimos diez años. Se contaba con una limitada oferta de baja calidad, enfocada al viajero cautivo. El Parador era el único referente de calidad en alojamiento hotelero. Se ha producido una reducción de la oferta de menor calidad (pensiones y hostales) y aumento de la cuantitativo y cualitati-

1. En 1953 es declarada Conjunto Histórico Artístico, poniéndose en marcha algunas obras de restauración y consolidación (Baluarte de la Concepción, Batería Real y capilla de Santiago) pero en la actuación más destaca es la declaración de Interés Turístico (24/06/1958) como compensación al proceso de independencia de Maruecos en 1956, que afectó decisivamente a la ciudad norteafricana.

vo de la oferta hotelera. En la actualidad se dispone de dos hoteles de cuatro estrellas, algo impensable hace diez años.

Desde 1999 se ha avanzado decisivamente en la captura del turista que viaja por motivo de ocio y cultura. Hasta entonces la mayor parte de los viajeros que llegaban, lo hacían por actividades laborales, comerciales y visitas a familiares y amigos. Las entradas de cruceros y otras embarcaciones de recreo eran puntuales.

La evolución turística de la ciudad norteafricana se puede dividir en tres grandes periodos en los últimos doce años. El primero desde 1998 hasta 2003, periodo de crisis local producido por la pérdida del turista cautivo, el segundo de recuperación y crecimiento desde 2004 hasta 2007 y el tercero, desde 2008 de crisis pero dentro de la recesión global.

Por último, señalar que este artículo pretende analizar la estructura turística de destino muy poco estudiado y conocido, situación que sólo se repite en el caso de Ceuta (Almeida, 2010).

2. PATRIMONIO MONUMENTAL

Melilla tiene un valioso y poco conocido patrimonio monumental. Éste se puede agrupar en tres grandes conjuntos. En primer lugar, se encuentra “Melilla La Vieja”, ciudad amurallada que fue construida entre los siglos XVI y XIX. Cuenta con cuatro recintos amurallados que se fueron levantando a lo largo de los siglos, lo que la convierte en una de las ciudades fortificadas más interesantes del Mediterráneo. Es por ello por lo que por sus muros han pasado numerosos ingenieros militares (italianos, españoles, holandeses, etc.). Los asedios de fines del siglo XVII y XVIII obligaron a una amplia labor de fortificación y ampliación. Su ubicación como plaza avanzada y presidio y las periódicas hostilidades a la que se vio sometida la fortificación obligó a una ingente labor de construcción y defensa, elementos que hoy en día tienen un valor excepcional. Los elementos propios del conjunto defensivo como murallas, fuertes, baluartes, torreones, murallas, foso, puertas, baterías, etc., además de elementos básicos de mantenimiento del recinto como almacenes, aljibes, faro, etc. Además elementos singulares como el Hospital del Rey, la Casa del Reloj, la Plaza de Armas, la Iglesia de la Purísima Concepción o elementos de resguardo durante los sitios como las Cuevas del Conventico. Una buena parte de estos edificios han sido utilizados para diversos equipamientos como Archivo de la Ciudad (Hospital del Rey), Peña Flamenca (Cuevas del General), Casa del Reloj (Museo histórico y arqueológico), Almacén de San Juan (Asociación de Estudios Melillenses), etc. La puesta en valor de este extenso patrimonio debe mucho al Plan Especial de Reforma Interior y la intensa intervención rehabilitadora que ha tenido en los últimos años.

En segundo lugar, habría que destacar el amplio conjunto de fuertes y torres exteriores, construidos la mayor parte el siglo XIX para defender los nuevos límites de la ciudad. Se llegaron a levantar 16, de los que se mantienen en la actualidad 8. Todos tienen un característico estilo medieval, con diversidad de topología (fuerte poligonales y torres circulares y octogonales) (Bravo 2003). Muchos de ellos están guardan una intensa vida militar de Melilla. Los fuertes que se mantienen son: Fuerte de Rostrogordo, Cabrerizas Altas, Alfonso XIII, Camellos, Purísima Concepción, María Cristina, Reina Regente y San Francisco.

El tercer elemento de valor singular es la arquitectura modernista. Es un elemento que contrasta fuertemente con el resto de edificaciones castrenses y que sorprende por el esmerado desarrollo que alcanza en este pequeño rincón africano. Desde el primer momento en que la ciudad comienza su desarrollo moderno en el último tercio del siglo XIX, los ingenieros militares intervienen decisivamente en la planificación de la ciudad. El desarrollo económico que se registra a fines del XIX es clave para que se empiece a levantar barrios y edificios que siguen las nuevas tendencias arquitectónicas. Desde finales del siglo XIX se inicia un período de esplendor que genera una ciudad moderna con barrios burgueses y obreros.

Melilla es una de las ciudades con una mayor representación del arte modernista de España. Muchos edificios (hay catalogados casi 500 edificios) se reparten por el ensanche central y por sus barrios. Esta zona moderna, protegida como Bien de Interés Cultural, cuenta con numerosos edificios de un arquitecto de la Escuela de Barcelona afincado en Melilla, Enrique Nieto y Nieto, que produjo una amplísima obra modernista. Destacan sus edificios modernistas florales, como la Casa Tortosa, La Reconquista, la Casa Melul. Otros arquitectos renovadores fueron sobre Emilio Alzugaray y Tomás Moreno Lázaro.

3. LA OFERTA TURÍSTICA

Como se ha comentado en líneas anteriores la oferta de alojamiento en Melilla ha experimentado un cambio significativo. De forma general, la oferta era limitada y de escasa calidad, enfocada a un turismo cautivo que no tenía mucha posibilidad de elección. Esta situación no había ayudado a la mejora de las instalaciones turísticas. Durante mucho tiempo, el único hotel de referencia había sido el Parador de Turismo con tres estrellas, hotel de gama media de la red nacional, pero que aquí era un símbolo de calidad. Otros hoteles estaban enfocados a los hombres de negocios, funcionarios, viajeros en visita a familiares, etc. Algún turista aventurero llegaba a la ciudad pero esto no era lo habitual.

El V Centenario de la Fundación de la ciudad fue un gran acontecimiento que afectó positivamente al turismo, pero a partir de ahí se comienza a producir un gran cambio, que coincide la terminación en 1999 de las juras de bandera de las tropas militares no profesionales. Hasta entonces suponían la existencia de un número importante de grupos turísticos que llenaban los hoteles. Esto se pierde, lo que junto con el declive de la actividad comercial provocará un descenso importante en la ocupación hotelera. Además, la imagen de la ciudad no se consigue consolidar como destino turístico.

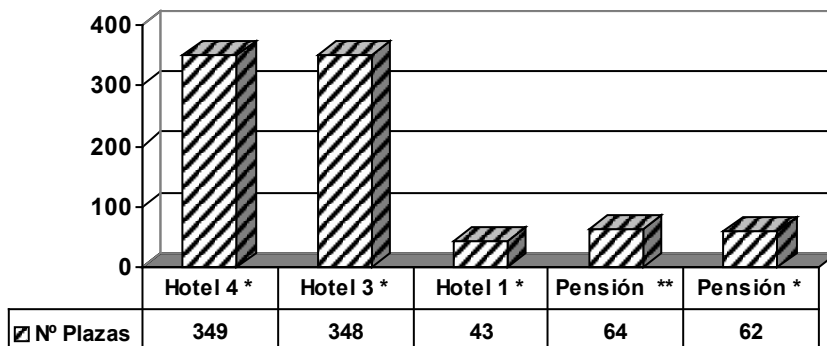
Esta situación obligó al cierre de los establecimientos de menor calidad y la mejora de los hoteles, además de la construcción de un nuevo hotel de cuatro estrellas, Melilla Puerto. Así pues, el sector ha sufrido una reestructuración notable que ha incrementado la calidad de la oferta de alojamiento.

De forma concreta, en el año 2009 la Ciudad Autónoma de Melilla cuenta con 12 establecimientos de alojamiento, que representan 866 plazas². Los cinco hoteles representan el 85,5% de las plazas y las pensiones y hostales el restante 14,5%. Se dispone de dos hoteles de 4 estrellas (el hotel Rusadir ha pasado de tres a cuatro estrellas, 73 plazas), dos hoteles de tres estrellas (Ánfora y el Parador de Turismo) y uno hotel de una estrella (Nacional). La oferta de alojamiento se mantiene aunque periódicamente se propone por parte del Gobierno Autónomo la construcción de algún hotel más.

La oferta de restauración ha ido aumentando considerablemente en los últimos años: 1.555 plazas en 2006, 1.717 en 2007 en 1.787 en 2008 y 1.791 en 2009; no así el número de agencias de viajes y empresas de alquiler de vehículos que apenas ha variado en el mismo periodo (vid. Cuadro 2).

2. La encuesta de ocupación hotelera del INE de 2009 estimaba la media de oferta de plazas hoteleras de Melilla en 840, lo que supone una muy ligera reducción de la oferta respecto a 2008. Según el INE el número de establecimientos hoteleros es de 11.

GRÁFICO 1
PLAZAS DE ALOJAMIENTO EN MELILLA. AÑO 2009



Fuente: Viceconsejería de Turismo de Melilla, a 31/12/09.

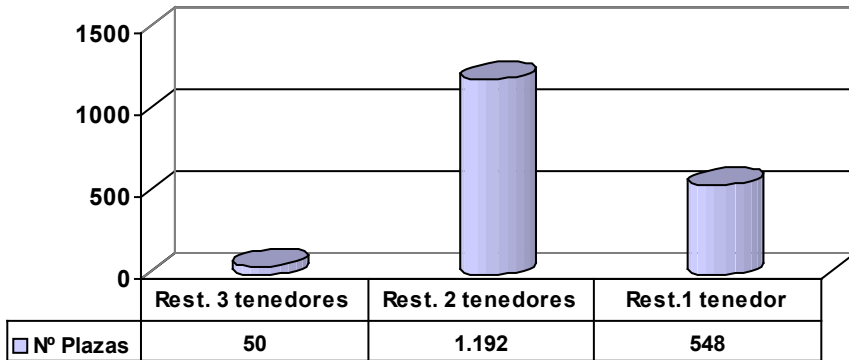
CUADRO I

	Número de empresas de restauración									
	2005		2006		2007		2008		2009	
Restaurantes	18	24%	15	26,3%	15	26,3%	15	26,3%	15	26,3%
Bares	52	69,3%	38	66,7%	38	66,7%	38	66,7%	38	66,7%
Cafeterías	5	6,7%	4	7,0%	4	7,0%	4	7,0%	4	7,0%
TOTAL	75	100%	57	100%	57	100%	57	100%	57	100%
	Número de empresas de servicios turísticos									
	2005		2006		2007		2008		2009	
Agencias de Viajes	9	81,8%	9	81,8%	9	81,8%	9	81,8%	9	81,8%
Alquiler de coches	2	18,2%	2	18,2%	2	18,2%	2	18,2%	2	18,2%
TOTAL	11	100%	11	100%	11	100%	11	100%	11	100%

Fuente: Observatorio de turismo de Melilla.

Hay que llamar la atención sobre la valoración descendente tanto de los principales aspectos de los servicios turísticos proporcionados, como de la valoración general de Melilla como destino turístico. Casi todos los elementos evaluados en los servicios turísticos sufren una muy fuerte reducción, casi a la mitad, entre el año 2008 y 2009. En el cuadro que mide elementos generales del destino, sólo se mantiene el de clima, aspecto independiente de la labor de gestión del destino. Estos datos obligarían a una seria reflexión.

GRÁFICO 2
PLAZAS DE RESTAURANTES EN MELILLA. AÑO 2009



Fuente: Viceconsejería de Turismo de Melilla, a 31/12/09.

CUADRO 2

Valoración de los servicios turísticos					
	2005	2006	2007	2008	2009
Bares y restaurantes	2,62	2,66	2,76	2,95	1,77
Variedad gastronómica	2,81	2,51	2,66	2,96	1,86
Relación calidad- precio	2,55	2,41	2,53	2,82	1,67
Entretenimiento, ocio y diversión nocturna	1,8	1,52	1,81	2,2	1,33
Actividades deportivas	1,4	1,19	1,66	1,9	1,18
Actividades culturales	1,87	1,53	2,06	2,15	1,46
Señalización	2,04	1,75	1,95	2,47	1,5
Información turística	3,58	3,48	3,39	3,9	1,93
Transporte aéreo	1,88	1,95	2,17	2,26	1,72
Transporte marítimo	1,79	1,36	1,9	2,11	1,46
MEDIA	2,23	2,04	2,29	2,57	1,59

CUADRO 3

Valoración general del destino turístico					
	2005	2006	2007	2008	2009
Clima	3,44	3,34	3,6	4,06	3,88
Limpieza de playas	2,4	2,14	2,25	2,3	1,68
Limpieza de la ciudad	2,6	2,62	2,53	2,94	1,9
Tráfico	2,19	2,31	2,28	3,2	1,62
Infraestructur.	2,28	2,19	2,25	2,55	1,71
Zonas verdes	2,58	2,37	2,81	3,35	1,93
Seguridad	2,3	2,53	2,39	3,27	1,86
MEDIA	2,54	2,5	2,59	3,1	2,08

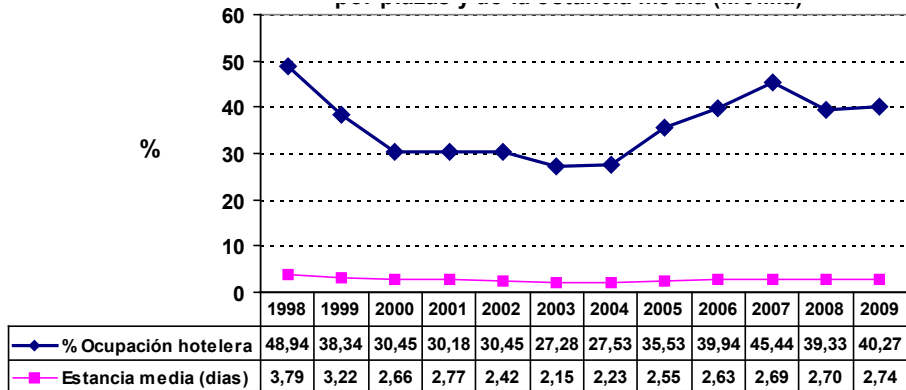
Fuente: Observatorio de Turismo de Melilla.

La ocupación hotelera en 2009 ha experimentado una ligera recuperación de casi un punto con respecto al 2008. (0,94 puntos). El 40,27% de ocupación marca una tendencia al mantenimiento de la demanda, quedando lejos el 45,44% de 2007 que fue la mejor cifra del último decenio. (vid. Gráf. 3). Desde 1998 se registró un fuerte caída de la ocupación que llegó al mínimo de 2003, con el 27,28%. El sector hotelero ha necesita mucho tiempo para volver a tener unos niveles de ocupación que permitan que la actividad sea viable.

El diferencial con la media nacional de ocupación hotelera se mantiene bastante elevado en los últimos años, llegando a 14,17 puntos en 2008 y superando los diez puntos en 2009 (9,25 puntos). Esto es un factor diferencial significativo.

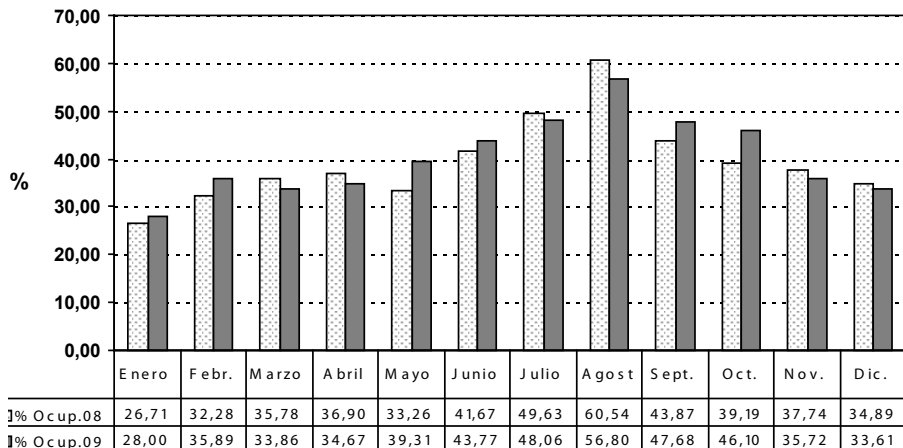
La estacionalidad, medida como concentración de la ocupación en los meses estivales, se mantiene en torno al 30% (Gráf. 5). Esto no ha tenido especiales variaciones anuales. De forma general, el mes de agosto es el que presenta la mayor tasa de ocupación debido a las actividades veraniegas (regatas, visitas a familiares y la actividad motivada por el ocio) (Gráf. 4).

GRÁFICO 3
EVOLUCIÓN DE LA OCUPACIÓN TURÍSTICA POR PLAZAS Y DE LA ESTANCIA MEDIA (MELILLA)



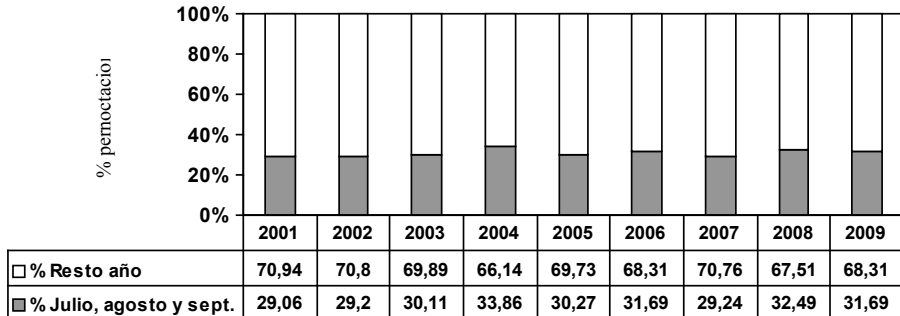
Fuente: INE y elaboración propia.

GRÁFICO 4
GRADO DE OCUPACIÓN MENSUAL DE LAS PLAZAS HOTELERAS. AÑO 2008/09



Fuente: INE y elaboración propia.

GRÁFICO 5
EVOLUCIÓN DE LA ESTACIONALIDAD EN MELILLA



Fuente: INE y elaboración propia.

4. LA DEMANDA TURÍSTICA

Melilla cuenta con un reducido número de turistas que en los últimos años se sitúan en torno a 40.000 a 45.000. La ratio turista por habitante es relativamente baja (0,61 tur./hab.) en comparación con la Ceuta (0,97 tur./hab.), Málaga (1,31 tur./hab.) o Almería (1,48 tur./hab.).

En el año 2009 se mantiene el número de turistas (45.152), cifra casi idéntica a la de 2008. La ligera recuperación es menor en la demanda, de tal forma que esta disminución nos retrotrae a las cifras del año 2005 (fig. 6). El descenso de turistas se concentra casi exclusivamente en el grupo de viajeros extranjeros. La ligera recuperación de las pernoctaciones no se ha trasladado a los turistas, lo que influye en el incremento de la estancia media (2,74 días) que ha aumentado 4 centésimas.

Se observa en 2009 una ligera recuperación de las pernoctaciones que se traduce en un incremento de 1,46%, situándose el total en 123.707, lo que supone un aumento de 1776 noches. Se retrocede a las cifras de 2006 (fig. 6), habiéndose frenado la fuerte sangría de que se produjo en el año 2008.

Respecto a las pernoctaciones realizadas fuera de la temporada estival, hay que comentar que algunos meses de primavera y de otoño han tenido un aumento apreciable de su tasa de ocupación (mayo y octubre), mientras que los estivales han disminuido sus tasas de ocupación (julio y agosto), de ahí la menor estacionalidad (Gráf. 4).

El comportamiento de los segmentos de la demanda es bastante diferente. El turista extranjero ha experimentado una ligera disminución en el año 2009 (-1,17%), siguiendo una tendencia descendente que se inició en el año 2002. Además ha disminuido las pernoctaciones de este grupo en un -2,85% hasta

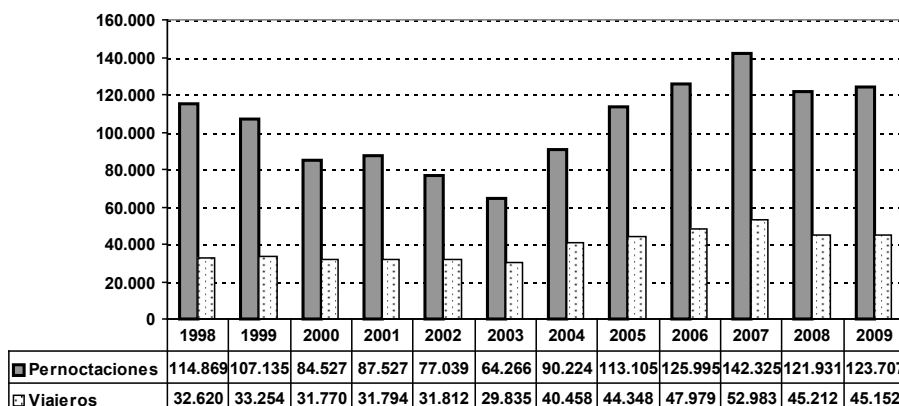
llegar a las 15.902 noches, lo que supone algo menos del 13% del total de todas las noches. En esta misma línea, también ha disminuido la estancia media en un -1,16%, situándose en ésta en 1,73 días. Estos datos ponen de relieve que Melilla tiene una grave dificultad para poder atraer turistas extranjeros. (vid. Cuadro 5).

Un panorama diferente presenta el turista nacional. Aunque apenas ha aumentado su número (un 0,13%), en cambio si se ha incrementado el número de pernoctaciones (2,07%) y consecuentemente la estancia media, que llega hasta la cifra redonda de 3 días. De la misma forma que disminuye el peso del turismo internacional, aumenta la importancia del turismo nacional, de tal forma que suponen casi el 80% del total de turistas y el 87,1% de las pernoctaciones. Esta tendencia parece afianzarse en los últimos años, por lo que se puede afirmar con rotundidad que Melilla es un destino nacional.

Este hecho puede explicarse en parte con la disminución de turistas que utilizan Melilla como cabeza de puente hacia Marruecos y con el profundo desconocimiento sobre esta ciudad que existe entre el potencial turista.

La distribución mensual de los viajeros corrobora lo mencionado respecto a la ocupación hotelera mensual. La mayor proporción de viajeros se registraron en los meses de verano y primavera. Los viajeros nacionales son los que realizan la mayor parte de las pernoctaciones (87,1%) y los que tienen una estancia media más elevada, concretamente en el 2009 fue de 3,0 días frente al 1,73 días del turista extranjero; el turista nacional presenta una tendencia en los últimos años al incremento de la estancia media mientras la reduce el turista extranjero.

GRÁFICO 6 EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE MELILLA



Fuente: INE y elaboración propia.

A diferencia de lo que acontece en otros destinos turísticos más consolidados en los que la ocupación de fin de semana es elevada, por encima del 50% de las plazas, en Melilla la ocupación ha sido muy baja en los últimos años. El incremento de la estancia en fin de semana, probablemente sea uno de los indicadores de la normalización de Melilla como destino turístico convencional. El porcentaje de ocupación por plazas en fin de semana ha ido aumentando desde el 29,76% en el año 2000, al 47,8% en 2007 para descender hasta el 42,91% en 2008 y aumentar hasta el 44,72% en 2009. La recuperación puede ser coyuntural. La ocupación más elevada en fin de semana se produce en los meses de verano.

El descenso de la ocupación hotelera en fin de semana responde al número considerable de pernотaciones que realizan los viajantes, funcionarios, etc., durante los días laborables y que abandonaban la ciudad a la finalización de la semana. El turismo de fin de semana es un hecho relativamente reciente ligado a los paquetes turísticos y a la dinamización del sector turístico local. Habitualmente estas promociones se suelen realizar en fin de semana, que es cuando se puede resentir la ocupación y tienen unos precios más competitivos. Las pernотaciones de los turistas que han comprado paquetes turísticos han ido disminuyendo en los últimos años, produciéndose en 2008 un descenso muy considerable que se mantiene. En 2006 las pernотaciones contratadas a través de tour-operador fueron el 25,9% del total, en 2007 el 17,9% y en 2008 el 6,4%, 4,8% en 2009 (INE, 2010). Hay que tener en cuenta que puede que los hoteles no declaren todas las habitaciones como compradas a través de bono o paquete turístico, pues es una excesivamente baja. De todos modos, marca una tendencia a la disminución por vía de compra por tour-operador y aumento de la reserva directamente por el turista.

La estancia media muestra en los últimos años un buen comportamiento y se sitúa en los términos del año 2000-01. En el 2009, la estancia media fue de 2,74 días. Esta cifra está por debajo de la estancia del nacional para el mismo año (3,24 días) pero es una estancia superior a la de muchos destinos urbanos que están por debajo de los 2 días (fig. 3). Este es una de las fortalezas de Melilla como destino turístico.

No se debe olvidar que la reducción de la oferta de alojamiento, junto con la mejora de la oferta turística complementaria y el impulso a los paquetes turísticos, todos estos aspectos han favorecido el aumento de la estancia media.

La estancia media en Melilla ha sido tradicionalmente amplia para un destino de ciudad, debido a la lejanía y a la dificultad de transporte. La mejora del transporte ha reducido la estancia, aunque este factor se ha compensado en parte con la entrada de turistas con paquete y estancia más larga. El turista extranjero tiene Melilla una permanencia corta (1,73 días) ya que la ciudad es un lugar de paso o parada para realizar las compras necesarias, etc. La tendencia a reducir la estancia se mantiene.

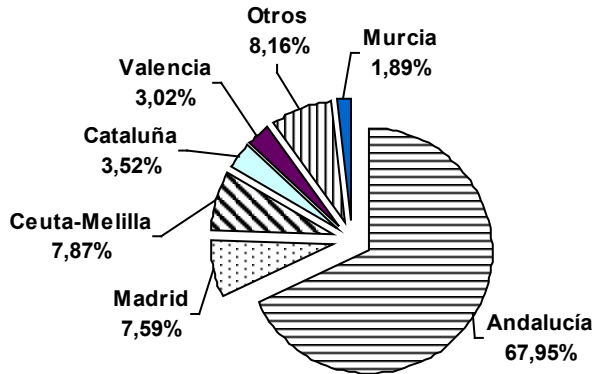
Aún está muy poco desarrollada la posibilidad de que Melilla sea punto de entrada o salida de los circuitos turísticos por Marruecos. La inauguración del gran complejo turístico de Saidía, impulsada por Fadesa-Maroc y en el que participa la cadena española Barceló y Globalia, puede mejorar la situación de Melilla. En 2008 se inauguró el complejo coincidiendo con la visita del Presidente del Gobierno de España y el Rey de Marruecos. En 2009 se abrieron más instalaciones de este gran complejo de más de 700 has. y 15.000 plazas hoteleras y 12.500 plazas residenciales. Este es el primer gran complejo turístico del programa marroquí Visión 2010 y que se pone en marcha.

CUADRO 4
EVOLUCIÓN DE LOS VIAJEROS Y SUS PERNOCTACIONES
SEGÚN PROCEDENCIA

	Viajeros Españoles	%	Viajeros Extranjeros	%	Pernoctac. Españoles	%	Pernoctac. Extranjeros	Estancia media Español	Estancia media Extranj.
1999	25.821	77,7	7.430	22,3	92.132	86,0	15.004	3,57	2,02
2000	23.771	74,8	8.001	25,2	69.136	81,8	15.389	2,91	1,92
2001	22.962	72,2	8.833	27,8	68.957	78,4	18.970	3,00	2,15
2002	23.648	74,3	8.164	25,7	64.064	83,2	12.975	2,71	1,59
2003	21.247	71,2	8.587	28,8	51.160	79,6	13.104	2,41	1,53
2004	30.824	76,2	9.633	23,8	74.792	82,9	15.432	2,43	1,60
2005	33.329	75,2	11.019	24,8	95.649	84,6	17.456	2,87	1,58
2006	37.417	78,1	10.508	21,9	106.760	84,7	19.235	2,85	1,83
2007	41.388	79,9	11.046	20,1	121.642	85,9	19.963	2,93	1,81
2008	35.903	79,4	9.309	20,6	105.574	86,6	16.356	2,94	1,75
2009	35.951	79,6	9.201	20,4	107.805	87,1	15.902	3,00	1,73

Fuente: INE y elaboración propia.

GRÁFICO 8
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITAN
MELILLA. AÑO 2009

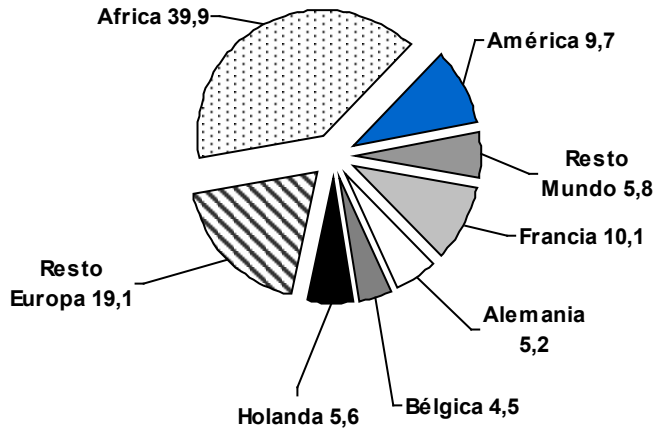


Respecto a la procedencia de los turistas nacionales se puede decir que estos son fundamentalmente andaluces, debido a la cercanía de dicha región a Melilla (67,95%). El segundo grupo está formado por los madrileños y los ceutíes y melillenses, estos últimos en visita a familiares y amigos. Las variaciones anuales son mínimas en el turismo nacional, por el contrario se observa más oscilaciones en el turismo internacional.

En el 2009 los turistas extranjeros alojados en Melilla fueron el 20,4% sobre el total, mientras que sus pernoctaciones supusieron el 12,9% del total. La estancia media de los viajeros extranjeros fue de 1,73 días frente a los 3,0 del nacional. Se observa una reducción de 108 turistas que se suman a los 1.737 perdidos en 2008 y aunque es más notable el descenso de las pernoctaciones, 454 a las que se añaden las 3.607 noches perdidas en 2008.

Con relación a la nacionalidad del turista extranjero, se comprueba como la mayor parte es africano y fundamentalmente marroquí, el 39,9% y con una estancia corta (1,6 días), aunque su número ha disminuido en 5,3 puntos con respecto a 2008. Los franceses suponen un 10% de los turistas y tienen una estancia media 1,8 días. Los turistas alemanes son los que tienen una estancia media más elevada con estancia de 2,4 días.

GRÁFICO 9
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN MELILLA 2009 (%)



CUADRO 5
ALGUNOS ASPECTOS DEL PERFIL DEL TURISTA 2008/09

MEDIO DE TRANSPORTE 2008				MEDIO DE TRANSPORTE 2009			
Avión	Barco	Coche	Combinac. medios	Avión	Barco	Coche	Combinac. medios
43%	34%	8%		50%	41%	2%	7%
MOTIVO PRINCIPAL DE LA ESTANCIA 2008				MOTIVO PRINCIPAL DE LA ESTANCIA 2009			
Conocer la ciudad (47,4%)	Hacer negocios (14,9%)	Visita a familiares (7,9%)	Conocer Marruecos (2,6%)	Conocer la ciudad (33,3)	Hacer negocios (18,2%)	Visita a familiares (15,9%)	Conocer Marruecos (13,8%)
GASTO				GASTO			
42,64 €/ persona y día, incluyendo alojamiento, manutención, compras, etc.				71,27 €/ persona y día, incluyendo alojamiento, manutención, compras, etc.			

Fuente: Observatorio de Turismo de Melilla.

CUADRO 6
TRANSPORTE Y TRÁFICO DE PASAJEROS. CRUCEROS

Años	Barco	%	Avión	%	Total Pasajeros	Cruce-ristas
1996	415.411	54,8	340.682	45,2	756.093	121
1997	321.424	47,8	351.306	52,2	672.730	-
1998	368.032	53,8	317.672	46,2	675.704	-
1999	341.856	55,7	274.662	45,3	616.518	-
2000	358.193	58,0	259.652	42,0	617.845	1.422
2001	385.658	62,7	229.806	37,3	615.464	4.278
2002	361.632	63,1	211.966	36,9	573.598	360
2003	352.590	62,2	213.961	37,8	566.551	-
2004	363.130	59,8	244.354	40,2	607.484	-
2005	397.744	59,4	271.589	40,6	669.333	1.488
2006	442.216	58,9	308.313	41,1	750.529	960
2007	518.572	60,5	339.244	39,5	857.816	1.495
2008	537.217	63,1	314.643	36,9	851.860	1.390
2009	591.326	66,8	293.695	33,2	885.021	-

Fuente: AENA, Puertos del Estado, Autoridad Portuaria de Melilla y elaboración propia.

El transporte es vital para el funcionamiento de Melilla, no sólo como elemento dinamizador del turismo, se puede decir que marca el pulso vital de la ciudad. En estos últimos catorce años se ha producido un cambio sustancial en la utilización de los medios de transporte. A mediados de los años 90, la existencia de dos compañías aéreas permitía que se repartiese el tráfico de pasajeros, casi equilibradamente entre el avión y el barco. El accidente de la compañía Paukair provocó la desaparición de la citada compañía y el descenso del peso del avión en el tráfico general de pasajeros. Aunque ha habido una recuperación del avión entre 2003 y 2006, el medio aéreo vuelve a perder pasajeros. En esta última situación incide claramente el coste de billete aéreo, que no ha solucionado el incremento de la bonificación por residente en Melilla. El barco sigue siendo más competitivo vía precios y ha mejorado el tiempo de viaje con los nuevos barcos rápidos.

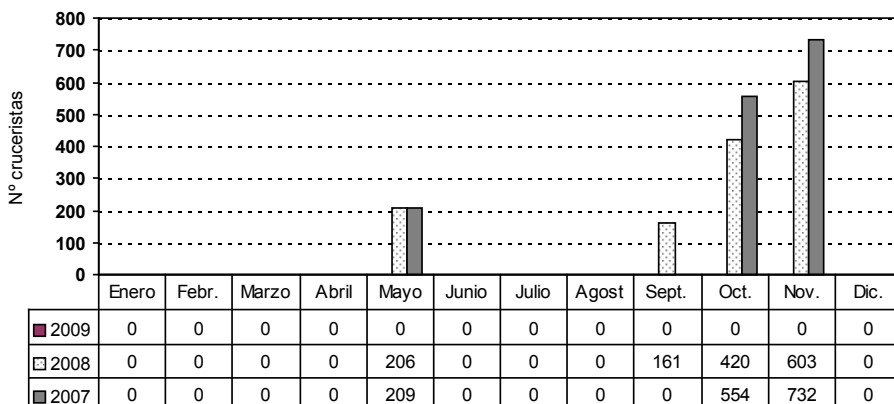
El tráfico de pasajeros ha registrado un considerable aumento en el año 2009, concretamente 33.161 pasajeros que supone un incremento de 3,9%. Este crecimiento se apoya en la intensificación del tráfico marítimo que en la actualidad supone casi el 67% de todo el movimiento de pasajeros, por el contrario ha disminuido la utilización del avión (33,2%). El barco ha captado los clientes que han abandonado el avión y otros nuevos que se han incorporado. Los problemas tradicionales del avión (precio, reducción de destinos, etc.) obligan a la utilización del barco que ha mejorado el tiempo de trayecto y que

sigue teniendo un precio competitivo. La pérdida del avión de casi 21.000 pasajeros y un decremento de 6,6% es una llamada importante sobre la situación del transporte aéreo en la ciudad norteafricana. Las medidas tomadas por el Gobierno Autónoma y el Nacional no han tenido resultado en la mejora de la conexión aérea, después de un desembolso económico muy importante en la última década.

2009 ha sido un mal año para la arribada de cruceros pues no ni uno sólo ha hecho escala en Melilla y esta situación de ha mantenido en los primeros seis meses de 2010. Parece que se haya abandonado el mercado de los cruceros, después del intenso esfuerzo que realizó la ciudad. La situación en el entorno del Mar de Alborán es desigual, mientras algunos destinos como Málaga continúan incrementando el tráfico de cruceros (487.955 cruceritas en 2009 con un incremento anual de 38,2%, otros destinos sufren disminuciones como Ceuta (-71,5%) o Almería (-35,9%), aunque mantienen la actividad naviera. De todos modos, el Mar de Alborán seguirá teniendo grandes posibilidades para el desarrollo de la actividad de cruceros.

El elevado precio de los billetes aéreos sigue siendo una barrera muy difícil de superar para el turista y para consolidar a Melilla como destino turístico. La falta de competencia de la que disfruta Air Nostrun (filial de Iberia) y ciertas dificultades estructurales (pista de aterrizaje relativamente pequeña, demanda de pasajeros reducida, etc.), son factores que no ayudan a la reducción del precio del billete aéreo. Todo ello a pesar de la existencia de conve-

GRÁFICO 10
EVOLUCIÓN DE LOS CRUCERISTAS DESEMBARCADOS EN
MELILLA. AÑO 2007/08/09



Fuente: Puertos del Estado y elaboración propia.

nios para “subvencionar” a la compañía Air Nostrum y conseguir unos precios más reducidos en los billetes. Los intentos para que entre otra compañía que genere una cierta competencia no ha tenido mucho éxito.

El barco es el medio más utilizado por el turista, ya que los paquetes turísticos emplean este medio. Por otro lado, el barco rápido ha seguido funcionando durante los meses de verano con una prestación adecuada y, por otro lado, han seguido las protestas respecto a los retrasos y la calidad del servicio.

5. POLÍTICA TURÍSTICA

El elemento de planificación turística más importante de Melilla ha sido el Plan de Dinamización Turística aprobado en el año 2002 con un total de 2,7 millones de euros. Durante cuatro años ha intervenido decisivamente en la recuperación del patrimonio y la promoción y comercialización turística la ciudad norteafricana.

La planificación turística ha tenido continuidad a través del Plan de Competitividad Turística de Melilla, “Melilla, la España Africana”, proyecto subvencionado al 50% por el gobierno autónomo y el central con tres millones de euros, con una duración de cuatro años (2009-2012). Es una reedición del Plan de Dinamización y con él se pretende relanzar el sector turístico y poner en valor alguno de los amplios recursos patrimoniales de la ciudad norteafricana, principalmente de Melilla la Vieja.

La estructura administrativa del turismo en los últimos años se ha basado en un órgano ejecutivo y administrativo que es la Viceconsejería de Turismo, incluida en la Consejería de Economía y un órgano gestor más reciente que es el Patronato de Turismo. Este organismo autónomo se ha constituido como una Fundación Pública de carácter administrativo local. Buena parte de las actuaciones en materia turística se realizan a través del Patronato. También se cuenta con la Fundación Melilla Monumental, dedicada principalmente a la protección del patrimonio de Melilla la Vieja y el casco modernista.

La puesta en marcha del gran complejo turístico de Saidía, impulsada por Fadesa-Maroc y en el que participa la cadena española Barceló y Globalia, puede favorecer la situación de Melilla. En 2008 se inauguró el complejo coincidiendo con la visita del Presidente del Gobierno de España y el Rey de Marruecos. En 2009 se abrieron más instalaciones de este gran complejo de más de 700 has., 15.000 plazas hoteleras y 12.500 plazas residenciales. Este es el primer gran complejo turístico del programa marroquí Visión 2010 y que comienza su andadura. Es un gran *resort* como los existentes en el Caribe.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMEIDA GARCÍA, F. (2010): “Ceuta y Melilla”, 311-318, en FERNÁNDEZ A.: GARCÍA M^a. y IVARS J. (coord.): *La investigación de la Geografía del Turismo*, Asociación de Geógrafos Españoles, Madrid.
- BRAVO NIETO, A. (coord.) (2003): *Melilla. Guía histórico, artística y turística de Melilla*, Everest.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1998-2009): *Encuesta de ocupación de alojamientos turísticos. Establecimientos hoteleros*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1998-2009): *Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)*, Madrid.
- MINISTERIO DE FOMENTO (1998-2010): *Los transportes y las comunicaciones. Informe anual 2008*. Secretaría General Técnica, Madrid.
- PATRONATO DE TURISMO DE MELILLA (2005-2009): *Boletín del Observatorio de Turismo de la Ciudad Autónoma de Melilla*, Consejería de Economía, Empleo y Turismo, Gob. Autónomo de Melilla, <http://observatoriomelilla.org/InformeAnual.aspx>
- PUERTOS DEL ESTADO (1998-2010): *Memoria de las Autoridades Portuarias*, Ministerio de Fomento, <http://www.puertos.es/es/index.html>



