

OCIO | El perfil es el de una persona de 35 años, con nivel socioeconómico medio-alto, que viaja sin familia

La era del turista solitario

Los clientes que más se apuntan a este tipo de viajes para conocer nuevos destinos y relacionarse con desconocidos proceden de Madrid, Catalunya, Cantabria, Andalucía y el País Vasco

POR **COQUI ZARRANZ**

Libres, independientes y sin expectativas. Cada vez hay más personas que deciden viajar sin la compañía de los suyos. Evitar el tener que ponerse de acuerdo con los amigos para planificar las vacaciones ya no es una obligación. Cada vez está más de moda organizar viajes a la medida de uno mismo, sin necesidad de contar con nadie.

En el año 2003 nació una agencia de viajes que organiza las vacaciones a la gente que viaja sin compañía, con un requisito: acudir solos. La agencia Yporquenosolo organiza los viajes en grupos pequeños, integrados por personas que comparten las ganas por conocer nuevos destinos y relacionarse con desconocidos ya que ninguno de los viajeros se han visto antes de emprender el viaje.

Las propuestas se alejan de las tradicionales vacaciones en la playa y buscan una forma de turismo más activa. Según los responsables, la empresa está especializada en «viajes únicos que huyen de lo típico para visitar lo más recóndito de cada país».

Además las visitas se realizan de la mano de guías autóctonos que «conocen de cerca las costumbres y los usos del lugar». Entre los exóticos destinos que ofertan destacan países como Tanzania, Jordania, Senegal, Tailandia, India y Uzbekistán, entre otros. El



► Quienes viajan solos eligen lugares exóticos como la India (en la foto), Tanzania, Jordania o Senegal. FOTO:DT

perfil del 'turista solitario' es el de una persona que ronda los 35 años y que tiene un nivel socioeconómico medio-alto. Así lo define Santiago Rey, fundador de la agencia, que asegura que el 70% de los turistas son mujeres, aunque «es un perfil muy amplio». Además del requisito de acudir solo al viaje, los organizadores exigen otro: «No dejarse en casa jamás el espíritu

aventurero». Los clientes que más se apuntan a viajar en solitario proceden de Madrid, Catalunya, Cantabria, Andalucía y el País Vasco. M^a del Mar, una madrileña de 35 años y con pareja estable desde hace seis, es un ejemplo del 'turista solitario' que ha contratado los servicios de la agencia. «Es una experiencia excepcional y divertidísima», comenta. La idea del viaje

surgió a partir del «deseo de conocer algo diferente», explica M^a del Mar, quien asegura que sentía la incertidumbre de no saber con quién se iba a encontrar pero que luego comprobó que «eran personas idénticas a mí, con ganas de descubrir cosas nuevas». Santiago Rey fundó la empresa en 2003 a partir de un viaje «frustrado». «Cuando ya estaba todo organiza-

do, algunos amigos se dieron de baja por distintos motivos y lo cancelamos». Su experiencia personal le demostró que la mayoría de los planes que organizaba con amigos o familiares terminaban estropeándose en el último momento. Así comenzó a organizar viajes para «personas solas» que tienen «libertad para hacer lo que quieran, cuando quieran y donde quieran».

EL APUNTE

Destinos y duración

Los destinos que ofrece la agencia de viajes Yporquenosolo se alejan de los típicos Londres o París. Sus ofertas estrella son Marruecos, Etiopía, Turquía, Bulgaria, Birmania, India, Perú, Eslovaquia, Jordania o Senegal. Este último ha sido el más solicitado a lo largo de este año. La duración del viaje depende destino. Por ejemplo, a Bulgaria o a Egipto la escapada sería de cinco a nueve días y el precio ascendería a 1.500 euros; en cambio, a Tailandia o a Etiopía el viaje ascendería a 10 días como mínimo, con un coste que rozaría los 2.000 euros. Los grupos de personas por viaje son reducidos. Oscilan entre dos y doce personas.

EMPRESAS ■ CATALUNYA Y ASTURIAS FUERON LAS COMUNIDADES MENOS AFECTADAS

El importe de los efectos comerciales impagados llegó a su máximo en junio

La crisis afecta de lleno a los negocios. La percepción de que cada vez resulta más difícil cobrar a clientes en dificultades, ya tiene reflejo en los registros. En junio, los efectos comerciales que empresas y familias devolvieron por no poder pagarlos, alcanzaron un importe de 1.820 millones de euros, cifra superior en un 118,3% a la alcanzada en el mismo mes de 2007

El número de efectos devueltos se elevó a 573.118, un 45,7% más que en junio del año anterior y el 4,7% del total de los más de 12 millones que vencieron en ese periodo. En el mes de mayo pasado esa proporción alcanzó el 4,8%, su máximo histórico. Por autonomías, Canarias, con el 8,4%, Andalucía, con el 6,5% y Murcia, con el 5,9%, son las comunidades con mayor porcentaje de impagados sobre vencidos. El País Vasco se quedó en junio en el 3,3, mientras que en Navarra se limitó al 3%.

El importe medio más alto de los efectos comerciales devueltos se registró en junio en Baleares, con una cifra de 6.564 euros, seguida de Extremadura, con 5.003 euros. En el extremo opuesto, las comunidades con importes medios más reducidos fueron Asturias (1.730 euros) y Catalunya (1.950 euros).

Aumentan los impagados

Los datos que mes a mes facilita el Instituto Nacional de Estadística ponen de manifiesto un continuo empeoramiento. En junio, por quinto mes consecutivo, el importe medio de los efectos impagados superó con creces al de los efectos vencidos. Y el incremento fue notable, porque el valor medio de los que no se abonaron fue de 3.176 euros -un 50% más que en el mes anterior- frente a los 2.844 euros de los que llegaron a vencimiento. En el periodo acumulado enero-junio, y aunque el número de efec-

tos vencidos se recortó en un 3,1% respecto al primer semestre de 2007 -un signo de menor actividad-, los impagados muestran un incremento del 20,7%. Mientras el importe total de los devueltos sin abonar crece el 78%, la cuantía media de estos impagados presenta un avance del 47,5%.

La cuota de negocio en el tratamiento de los efectos comerciales se reparte de forma desigual entre en los distintos segmentos del sistema de crédito. Con datos de junio, correspondió a los bancos el 65,5% de los vencidos, mientras las cajas de ahorro gestionaron el 29,9% y las cooperativas de crédito apenas tramitaron el 4,6%. Pero el número de efectos de comercio impagados aumentó el 80,7% en las cooperativas, frente a incrementos del 50,3% en las cajas y del 41,7% en los bancos. Y el importe medio de los abonados se disparó a 3.923 euros en las cajas de aho-

ros, cuando en los bancos queda limitado a 2.806 euros. La proporción de impagados sobre vencidos también es más alta en las cajas de ahorros (5%) frente al 4,6% que alcanza en bancos y cooperativas de crédito.

Radiografía mercantil

Estadística dió a conocer también que el pasado junio se constituyeron en España 8.059 sociedades mercantiles, un 32,8% menos que en el mismo mes de 2007. El capital total suscrito se limitó a 491 mi-

llones de euros -para crear una sociedad mercantil basta que dos o más personas se comprometan, mediante contrato, a poner bienes en un fondo común, con el propósito de obtener beneficios-, y esa cifra supone un descenso interanual del 39%. El capital medio suscrito se redujo el 9,5%. En junio se contrajo un 10,8%, el número de sociedades mercantiles que ampliaron capital. Pero el capital total suscrito en esas operaciones aumentó el 15,1%, y la cuantía media registró un incremento del 29%.

NÚMEROS ROJOS DE JUNIO

4,5%

Impagados en Catalunya
Un total de 175.195 impagados, que ascendieron a más de 341 millones.

8,4%

Impagados en Canarias
Un total de 10.050 impagados, que ascendieron a más de 48 millones.

3%

Impagados en Navarra
Un total de 6.967 impagados, que ascendieron a más de 22 millones.

4,7%

Impagados en España
Un total de 573.118 impagados, que sumaron más de 1.820 millones.