

## Turismo 'halal'

**“Salvo que intervenga un factor fuera de nuestro control, el sector ‘muslim-friendly’ seguirá creciendo. Se prevé que para 2020, el gasto en turismo ‘halal’ de los países musulmanes se haya multiplicado exponencialmente”.**

ENTREVISTA con *Nahida Habash* por *Javier Albarracín*

**D**e origen palestino, por circunstancias de la vida vivió en América Latina antes de instalarse en Europa, concretamente en Barcelona, donde lleva 13 años. Nahida Habash cuenta con una larga experiencia en el sector turístico y desde hace cuatro años está centrada en el turismo *halal*, *halal-orientado* o *muslim-friendly*. Hace dos años fundó Al-Ramla Barcelona Travel, una consultoría para empresas del sector turístico, tanto en Barcelona como en Madrid y Andalucía, que quieren ofrecer servicios *halal* a sus clientes.

**AFKAR/IDEAS:** *¿Por qué decidió abrir una consultoría de turismo ‘halal-friendly’?*

**NAHIDA HABASH:** Tenía claro que me iba a dirigir a un mercado árabe, musulmán, o ambos, visto que mi origen y mi lengua eran valores añadidos. Vi que los musulmanes, los árabes y, sobre todo, los árabes del Golfo, viajaban mucho. Al mercado compuesto por musulmanes árabes, podríamos añadir el sureste asiático, con cifras importantes, e India. Evidentemente no nos tenemos que olvidar de Europa y de los musulmanes europeos. Así que investigué, averigüé cifras y me di cuenta de que no solo viajaban más, sino que gastaban cada vez más en vacaciones y, por tanto, esperaban poder satisfacer sus necesidades.

**A/I:** *¿En qué consiste exactamente el tipo de intervenciones que Al-*

*Ramla lleva a cabo para este tipo de público?*

**N.H.:** En primer lugar, es importante “concienciar” al sector turístico tanto en lo que concierne al alojamiento como en la restauración, los servicios más importantes. Colaboramos con los hoteles preparándolos para que sean realmente *muslim-friendly* y para que puedan proporcionar un servicio muy cercano a este tipo de turista. Por ejemplo, indicamos la *qibla*, la dirección donde queda La Meca y hacia donde rezan los musulmanes, en las habitaciones; hacemos que el hotel provea una alfombra de rezo y un ejemplar del Corán. Todo tiene que estar bien guardado, bien protegido, obviamente, el Corán es un libro sagrado que no puede estar en cualquier sitio. Además intentamos concienciar al hotel de los elementos que pueden atraer al turista árabe, como la incorporación de la comida *halal* en los buffés. Todos son elementos que atraen al turista musulmán. Normalmente se trata de hoteles de 4 estrellas superior a 5 estrellas gran lujo. Tenemos también la suerte de que, desde hace unos cuantos años, la política de algunos hoteles, muy pocos, es convertirse en *halal-friendly*. Por ejemplo, un hotel de 5 estrellas de Barcelona ya estaba preparado, e incluso cuenta con un chef de origen libanés. Lo que hacemos es tratar de ofrecer al turista todos los servicios a medida. Un turista musulmán nunca va a tener los mismos gustos que otro, aunque todos sean musulmanes, y así vale para los grupos, grandes o pequeños.

**A/I:** *¿En qué consiste su asesoramiento en el sector de la restauración?*

**N.H.:** Cada vez que tenemos turistas, sobre todo grupos, nuestra obligación es supervisar con los restaurantes los menús preparados de manera *halal*. Hay ya algunos restaurantes españoles que trabajan exclusivamente con carne *halal*. Tratamos de crear una forma de fusión y de satisfacer al turista no solo dándole comida jordana, libanesa o marroquí, sino dándoles la posibilidad de probar la gastronomía española, pero *halal*.

**A/I:** *Después de cinco años, ¿cómo ve el futuro a corto y medio plazo del segmento ‘muslim-friendly’ en el sector turístico? ¿Cree que realmente tiene un potencial de crecimiento?*

**N.H.:** A menos que intervenga algún factor fuera de nuestro control para impedirlo, yo creo que seguirá creciendo. No lo digo solamente yo, sino todas las estadísticas y consultorías que se dedican a este sector. Se prevé que en 2020 el gasto en turismo *halal* de los países musulmanes se haya multiplicado exponencialmente.

**A/I:** *¿En Europa, qué países o qué ciudades son pioneras o tienen más consolidado el turismo ‘halal’?*

**N.H.:** Inglaterra. Londres ha sido una de las ciudades pioneras. Tiene una gran comunidad de musulmanes y es un destino que atrae bastante a los ára-

## España tiene que avanzar más en atraer al turista que busca un entorno ‘muslim-friendly’



Nahida Habash, fundadora de AlRamla Barcelona Travel./IEMED

bes, visto que ofrece de todo. Pero en las ferias que he visitado, como el Arabian Travel Market, que se celebra anualmente en Dubai, he visto que hay muchos otros países que están preparados, como Alemania o Austria. Ciudades como Viena son destinos bastante visitados por los musulmanes.

**A/I:** *¿Podemos afirmar que los musulmanes no van solo a visitar zonas en Europa con un pasado común, como Andalucía, sino que visitan también lugares que les interesan por lo que son y buscan un entorno ‘muslim-friendly’?*

**N.H.:** Exacto. El entorno es un plus, es algo que les atrae, pero sobre todo depende de lo que ofrece el país

o la ciudad. España tiene que avanzar más en atraer este tipo de turista. Tiene que promocionar el pasado, ocho siglos de presencia árabe-musulmana son imposibles de obviar. Eso es evidente en la emoción que veo en los turistas cuando llegan a la Alhambra, emoción que parece decir: “¡Esto es nuestro pasado! ¡Lo hemos dejado nosotros!” Además de todo lo que España ofrece: un buen clima, el paisaje, la naturaleza... Como agencia ponemos también el énfasis en la historia y todo el legado árabe: no solo en monumentos como la Alhambra y la mezquita de Córdoba, sino por ejemplo en el legado lingüístico y gastronómico. Creo que España ahí tiene mucho que ganar.

**A/I:** *¿Cuáles cree que pueden ser los activos más importantes de Barcelona como ciudad en la que está su empresa instalada, para atraer este posible turismo ‘muslim-friendly’?*

**N.H.:** Barcelona es una ciudad que ofrece todo tipo de entretenimientos, buenos restaurantes, playa, buena oferta hotelera y naturaleza. El Barça es un elemento más que atrae a los turistas procedentes de países árabes. Nosotros incorporamos ya la visita al museo del Barça, sin que lo pidan y tenemos también muchas peticiones para venir a ver partidos. Colaboramos además con La Roca Village, ya que el *shopping* es otro elemento de atracción. ■