

■ Evolución turística de la Comunidad Valenciana por mercados

PRINCIPALES INDICADORES



Viajeros en hoteles
Pernoctaciones en hoteles
RevPar en euros

	ALICANTE		CASTELLÓN		VALENCIA	
	Acum. jun 2012	Var. 12-11*	Acum. jun 2012	Var. 12-11*	Acum. jun 2012	Var. 12-11*
Viajeros en hoteles	1.562.433	0,4%	415.344	2,1%	1.270.149	4,0%
Pernoctaciones en hoteles	6.627.733	0,4%	1.279.907	2,1%	2.714.096	2,3%
RevPar en euros	28,6	-2,2%	20,0	2,4%	28,4	-0,5%

* (Variación interanual acumulado)

TURISTAS EXTRANJEROS

* (Variación interanual acumulado)

● ALICANTE



Viajeros en hoteles
Pernoctaciones en hoteles
Pernoc. est. extrahoteleros
Pernoc. est. extrahoteleros
Pernoc. R. Unido en hoteles

	Acum. jun 2012	Var. 12-11*
Viajeros en hoteles	589.752	0,4%
Pernoctaciones en hoteles	3.029.346	-0,8%
Pernoc. est. extrahoteleros	181.867	-8,1%
Pernoc. est. extrahoteleros	2.449.174	-1,0%
Pernoc. R. Unido en hoteles	1.929.224	-0,5%

TURISTAS ESPAÑOLES

* (Variación interanual acumulado)

● ALICANTE



Viajeros en hoteles
Pernoctaciones en hoteles
Viajeros est. extrahoteleros
Pernoc. est. extrahoteleros
Per. valencianos en hoteles
Per. madrileños en hoteles

	Acum. jun 2012	Var. 12-11*
Viajeros en hoteles	972.682	0,4%
Pernoctaciones en hoteles	3.598.387	1,5%
Viajeros est. extrahoteleros	162.664	-4,1%
Pernoc. est. extrahoteleros	782.857	-0,3%
Per. valencianos en hoteles	962.403	0,9%
Per. madrileños en hoteles	681.074	-3,3%

● CASTELLÓN



Viajeros en hoteles
Pernoctaciones en hoteles
Viajeros est. extrahoteleros
Pernoc. est. extrahoteleros
Pernoc. Francia en hoteles
Pernoc. Alemania en hoteles

	Acum. jun 2012	Var. 12-11*
Viajeros en hoteles	84.763	19,9%
Pernoctaciones en hoteles	274.741	18,7%
Viajeros est. extrahoteleros	37.114	4,3%
Pernoc. est. extrahoteleros	482.420	7,1%
Pernoc. Francia en hoteles	60.794	19,4%
Pernoc. Alemania en hoteles	45.305	56,2%

● CASTELLÓN



Viajeros en hoteles
Pernoctaciones en hoteles
Viajeros est. extrahoteleros
Pernoc. est. extrahoteleros
Per. valencianos en hoteles
Per. madrileños en hoteles

	Acum. jun 2012	Var. 12-11*
Viajeros en hoteles	330.581	-1,7%
Pernoctaciones en hoteles	1.005.165	-1,7%
Viajeros est. extrahoteleros	37.114	4,3%
Pernoc. est. extrahoteleros	360.773	1,6%
Per. valencianos en hoteles	246.379	-11,7%
Per. madrileños en hoteles	194.627	1,9%

● VALENCIA



Viajeros en hoteles
Pernoctaciones en hoteles
Viajeros est. extrahoteleros
Pernoc. est. extrahoteleros
Pernoc. Italia en hoteles
Pernoc. Francia en hoteles

	Acum. jun 2012	Var. 12-11*
Viajeros en hoteles	442.104	16,3%
Pernoctaciones en hoteles	986.088	14,2%
Viajeros est. extrahoteleros	41.891	3,5%
Pernoc. est. extrahoteleros	296.626	-2,4%
Pernoc. Italia en hoteles	219.562	9,2%
Pernoc. Francia en hoteles	76.169	3,0%

● VALENCIA



Viajeros en hoteles
Pernoctaciones en hoteles
Viajeros est. extrahoteleros
Pernoc. est. extrahoteleros
Per. valencianos en hoteles
Per. madrileños en hoteles

	Acum. jun 2012	Var. 12-11*
Viajeros en hoteles	828.045	-1,5%
Pernoctaciones en hoteles	1.728.008	-3,5%
Viajeros est. extrahoteleros	143.520	5,7%
Pernoc. est. extrahoteleros	460.987	-2,1%
Per. valencianos en hoteles	446.909	-1,7%
Per. madrileños en hoteles	339.872	1,4%

FUENTE: Conselleria de Turismo

Pedro Jiménez / EL MUNDO

Hotel a 32 € para llenar agosto

- La caída de turistas españoles fuerza rebajas agresivas
- Las previsiones son superar el 80% a costa de perder beneficios

S. SAMPEDRO / Alicante
«Veranazo Benidorm, seis días, 197 euros (32 por día). Pensión completa en hotel de tres estrellas». ¿Oferta única? Ni mucho menos. No hace falta buscar mucho en los portales turísticos de internet para encontrar paquetes similares en la recta final de la temporada estival 2012. La media es de 50 euros por noche, en algunos casos en establecimientos a menos de 100 metros de la playa. La única condición que ponen es que la reserva se haga «por un mínimo de cinco días». Es decir, 250 euros por pasar casi una semana en Benidorm con desayuno, comida y cena. En otra oferta se ofrece un servicio de «todo incluido» por 70 euros al día.

Se trata de la respuesta de los hoteles a «un ajuste de la demanda nacional», como reconocen los em-

presarios, que permitirá completar la temporada alta en la Comunidad al 80% de ocupación, según las previsiones de la Conselleria de Turismo. Es el cuento de nunca acabar: ocupación a costa de sacrificar algo –lo menos posible– de rentabilidad.

¿El culpable? Los cambios en las tendencias de consumo turístico de los españoles. La anticipación en las reservas para asegurarse una cama o un apartamento en primera línea de playa ya no forma parte de las prioridades de las familias, que tienen que limitar su economía a satisfacer las necesidades básicas.

El mercado de última hora ha ido creciendo en importancia en los cuatro últimos veranos hasta llegar al punto de que las reservas se cierran «a días vista», como re-

conoce la asociación hotelera de Benidorm, Hosbec. A pesar de una caída de «unos cinco puntos» en la llegada de españoles, el 40% de los turistas que recibe la ciudad siguen siendo españoles, lo que lo sitúa

Pese a las ofertas, Benidorm es de los pocos destinos que gana rentabilidad

como su mercado más importante. A principios de agosto Hosbec ya mandó una primera alerta: faltaban más de 9.000 camas hoteleras por vender (de un total de 45.000) para la segunda quincena de agosto. El problema, de hecho, no era llenar-

las (todos los años lo hacen), sino a qué precio. Las previsiones recogidas por la Generalitat indicaban que los problemas económicos de las familias españolas favorecerían los desplazamientos cortos y en fin de semana, especialmente a sus destinos tradicionales. Y las tres provincias de la Comunidad tienen al valenciano y al madrileño como primeros mercados emisores.

El problema es que este escenario no se ha cumplido y, además, la noticia del incremento del IVA ha deprimido la demanda. Por mucho que en el caso del turismo entre en vigor en septiembre y sin salir del tipo reducido (del 8% pasa al 10%). No sólo eso. La subida de las tasas aeroportuarias –generalizada en toda España– se ha visto acompañada de un aumento del 8% en los precios del peaje de la principal

puerta de entrada por carretera para la Costa Blanca, la AP7. El presidente de Hosbec, Antoni Mayor, cargó contra la decisión de la concesionaria, tachó la infraestructura de «inversión amortizada» y aseguró que se estaba estrangulando el único sector «que genera empleo».

Resultado: que los empresarios tienen que recurrir a bajadas de precios radicales para llenar sus últimas camas. Y tienen margen para hacerlo. Según los datos del lobby Exceltur, Benidorm es uno de los pocos destinos españoles donde ha crecido la rentabilidad por habitación en los últimos cuatro años (algo más de un 12%). En la lista también aparecen Gandía o Peñíscola, pero no Valencia y Alicante, que cuentan con una sobreoferta hotelera, y que han tenido que tirar los precios para sobrevivir. La

Aunque se prevé un un buena balance, las reservas se cierran «a días vista»

La tendencia se ha invertido y son los extranjeros los que salvan la temporada

diferencia entre los dos destinos urbanos y la capital turística es, precisamente, la apuesta por un modelo concreto. De hecho, y según los datos del INE, Benidorm recibe casi los mismos visitantes que Valencia, pero la triplica en pernoctaciones.

La noticia positiva es que el cambio de tendencia ha sido completo. No sólo vienen menos españoles, sino que los extranjeros también viajan más hacia la Comunidad. El principal cliente internacional para la región, el británico, ha vuelto a crecer tras dos años de caídas. Las crisis de confianza generadas por los conflictos políticos del Norte de África y los altos precios de Turquía han acabado por reavivar el flujo de visitantes del Reino Unido hacia la Costa Blanca, pese a las malas previsiones de verano. De hecho, y según la consultora GFK, Marruecos y Benidorm serán los dos únicos destinos tradicionales de británicos que crecerán esta temporada.

El modelo de sol y playa, pues, se reajusta a las nuevas tendencias de consumo, con Benidorm como paradigma. Donde antes había grandes descuentos en las reservas anticipadas ahora se imponen las campañas de rebajas de última hora. Al final todo se reduce a reequilibrar los dos grandes polos del negocio turístico (el nacional y el extranjero) para mantener unos niveles de ocupación estables en medio de la tormenta. Sea cual sea el precio.