

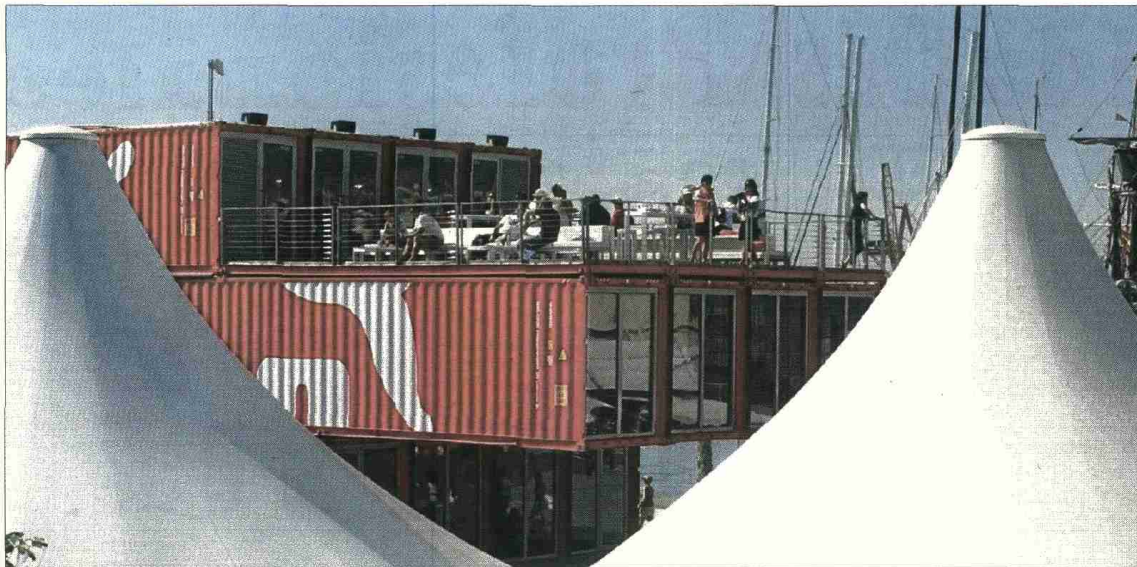


INFORME/ 15

La Costa Blanca dependerá más de los turistas foráneos en 2009

ALICANTE.— El estudio de Impacto Económico del Turismo (Impactur) augura un cambio en el modelo turístico de la Comunidad Valenciana en 2009.

Hasta ahora, el turismo valenciano tenía a su mejor cliente en el mercado nacional, en concreto, en el madrileño. Sin embargo los grandes eventos como la America's Cup o la Volvo Oceans Race dispararon el consumo turístico de los extranjeros un 7,8% respecto al año 2006, mientras que el gasto asociado a viajes y excursiones de los españoles sólo se incrementó un tímido 1%.



Turistas en una terraza del 'village' de la Volvo Ocean Race de Alicante. / ERNESTO CAPARRÓS

Exceltur augura que la Comunidad aumentará la dependencia del turismo extranjero en 2009

El 'lobby turístico' dice que 2007 supuso el inicio de un «cambio de modelo», con los grandes eventos y el turismo urbano, que se acelerará por la crisis

SERGIO SAMPEDRO
ALICANTE.— El estudio de Impacto Económico del Turismo (Impactur) para la Comunidad Valenciana de 2007 augura que 2009 supondrá la materialización de un cambio en el modelo turístico de la Comunidad Valenciana. Un cambio que reimaginará la lista de mercados más importantes para la autonomía y que ajustará las inversiones a las nuevas necesidades.

Hasta ahora, el turismo valenciano tenía a su mejor cliente en el mercado nacional. La Comunidad de Madrid es el primer territorio de emisión de visitantes para la Comunidad. Así ha sido desde hace décadas y así sigue siendo a día de hoy. Sin embargo, Exceltur co-

mienza a percibir vientos de cambio a partir de un momento muy concreto: la celebración en julio de 2007 de la XXXII edición de la America's Cup en la ciudad de Valencia. A partir de ahí, el informe especifica que el consumo turístico de los españoles no residentes «experimentó un tímido avance del 1% en términos interanuales», mientras que el gasto asociado a viajes y excursiones de los extranjeros «creció un 7,8% respecto al año 2006».

La tendencia ha continuado en 2008, hasta el punto de que la conselleria de Turismo, Angélica Such, reconoció en Benidorm —a finales de la campaña de verano— que la industria que aporta un 13,2% del

PIB autonómico (un porcentaje menos que hace un año) mira cada vez más fuera de nuestras fronteras para maquillar sus cuentas de resultados. Los datos de la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) lo corroboran. De hecho, el gasto turístico de los extranjeros que visitaron la Comunidad en el primer semestre de 2008 aumentó un 7%, pese a la coyuntura internacional (que golpeó con fuerza en julio, mes que marca el inicio de la desaceleración en las cifras).

El pulso nacional es más flojo: es un hecho que el modelo evoluciona hacia periodos vacacionales más cortos (algo que está empezando a afectar profundamente a los apartamentos), pero el cliente extranjero ha aguantado mejor el tipo.

Por mercados, el internacional más importante es el británico. La condición de Benidorm como catalizador del 88% de la demanda convierten en una prioridad al empresariado de esta urbe de 70.000 habitantes. Sin embargo, el pastel está comenzando a ensancharse.

La apuesta náutica del Consell —que quiere, además, convertir a Alicante en sede permanente para la salida de la Volvo Ocean Race— y el Gran Premio de Europa de Fór-

Satisfacción en el turista de interior

El 83% de los visitantes que han conocido los destinos turísticos de interior de la Comunidad Valenciana repetirían, según se desprende de los resultados de un informe publicado por la Conselleria de Turismo sobre la Demanda Turística de turismo de interior, que ofrece una evaluación general «muy satisfactoria». Así lo demuestran porcentajes positivos, como el caso del 100% de los encuestados, que opinaron que el interior de la Comunidad Valenciana es «muy interesante para recomendar», según precisaron fuentes del Consell en un comunicado. Además, destacaron que el 55% de los turistas consultados consideran que sus expectativas fueron cubiertas óptimamente.

mula 1 ha multiplicado el número de italianos que visitan la Comunidad (sólo la America's Cup impulsó un 43% su número). Y es una buena noticia, teniendo en cuenta que es la nacionalidad que más dinero se deja al día durante sus vacaciones (111 euros, según la Encuesta de Gasto Turístico). Asimismo, la nueva coyuntura posibilitará profundizar en el emisor de turistas más importante de Europa, Alemania.

En busca del visitante 'diferente' y de los 'beneficios' de la libra y el combustible

ALICANTE.— Dos factores entran en conflicto a la hora de ponderar las consecuencias de la dependencia del turismo extranjero: la competencia de los destinos emergentes, como Turquía o Egipto, y la cercanía de España. El primero tiene a su favor la debilidad de la libra frente al euro, y la

apuesta de los turoperadores por encontrar unos precios asequibles. El segundo es más complejo. Según comentó el director de la oficina turística española en Londres, Ignacio Vasallo, el precio del carburante puede equilibrar la balanza a favor de España, que ganaría en hostelería el dinero que



Agustín Grau y Angélica Such. / LESLIE HEVESI

se ahorra en el aeropuerto. También hay que tener en cuenta también que El Altet es una infraestructura que no se cansa de batir récords de crecimiento en lo que llevamos de año, lo que ha hecho que nuevos mayoristas apuesten por el aeropuerto alicantino. Ryanair, por ejemplo, ni se ha planteado levantar su base en El Altet.

Todo esto no quiere decir que

la promoción dé un giro radical hacia Europa, pero es evidente que la Generalitat está apostando por un visitante diferente al que pasaba religiosamente sus vacaciones en la Costa Blanca con la familia. De hecho, ha reforzado el presupuesto del turismo de Interior,

un departamento al que su responsable, Agustín Grau, quiere consolidar al nivel de otras autonomías como Asturias. De momento no lo ha conseguido, y parece que tiene un duro camino por delante: en julio la ocupación del subsector cayó un 3%, situándose en un modesto 17%. Las cifras le han valido las críticas de la Federación de Turismo Rural.