



EXCELTUR

La Copa América relanza el turismo

El turismo creció durante el primer trimestre de 2007 por el empuje que da la Copa América lo que situó a Valencia como una de las ciudades de España con mejor progresión según el informe presentado por Exceltur. La consolidación de las aerolíneas de bajo coste también han propiciado un cambio en los turistas. Ahora, llevan a cabo viajes con estancias más cortas y se centran en las capitales de provincia dejando de lado los hoteles de la costa. **PÁG. 23**

La Copa América y la moda de los viajes relámpago relanzan el turismo

LAS ESTANCIAS MEDIAS BAJAN UN 1,8% MIENTRAS QUE LAS DE UNO O DOS DÍAS SUBEN UN 13,8% AUMENTANDO CONSIDERABLEMENTE LOS TURISTAS ALEMANES E IRLANDESES

JULIÁN LARRAZ VALENCIA
El turismo en España va viento en popa. Surca impulsado por la Copa América y con la misma velocidad que sus veleros, los turistas se van. Estas conclusiones extrae Exceltur (alianza para la excelencia turística formada por 24 grupos empresariales) en su balance del primer trimestre de 2007.

El notable crecimiento en el arranque de ejercicio ha sido especialmente destacado en Valencia y Madrid. La elección de la ciudad del Turia está íntimamente ligada a que sus aguas acojan la más importante competición de vela. En términos generales, los destinos urbanos y del interior se ha visto favorecido durante los tres primeros meses con un aumento de turistas.

Las culpables tanto del destino como de la extensión de las estancias son las aerolíneas de bajo coste. Los hábitos europeos se han visto influenciados directamente por la proliferación de las *low cost*. El caso más sintomático es el de Irlanda. Durante los tres primeros meses de este año, 81.400 irlandeses más han llegado a España. La relación con la sede de Ryanair en España es directa.

Esta bajada del coste de desembolsar para un viaje en avión provoca por un lado, que sea más factible plantear el viaje, y por otro, que sea rentable aunque la estancia en el destino sea breve. Esto ha onllevado, según datos de Exceltur, a que las estancias medias bajen un 1,8% mientras que los viajes relámpago se aumenten hasta un 13,8%.

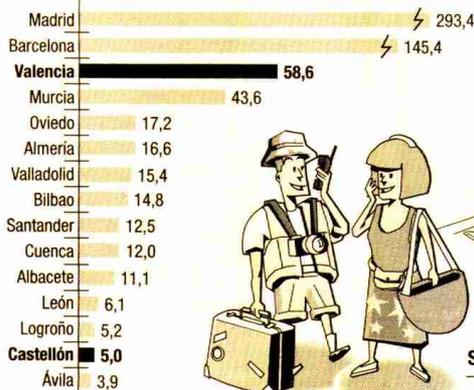
La forma de este turismo en *low cost* también influye a

Variación del número de pernoctaciones

De enero a marzo de 2007 respecto al mismo periodo de 2006

Cifras en miles de pernoctaciones

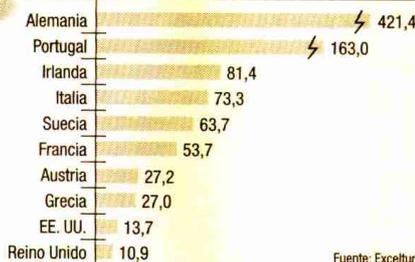
EN HOTELES URBANOS



EN ZONAS DE LITORAL



SEGÚN ORIGEN DE LOS TURISTAS



Fuente: Exceltur / LP

los destinos. Las capitales de provincia (Madrid, Barcelona, Valencia...) son las que más fácil tienen recibir turistas ya que, una vez en tierra, los desplazamientos no pueden ser muy largos ya que las estancias tienden a ser de uno o dos días.

El gran perjudicado de esta nueva situación (durante los meses de enero a marzo de 2007) ha sido el turismo de costa. Mientras tanto, las empresas dedicadas al alquiler de automóviles han experimentado un crecimiento de notable del número de ventas aunque sus benefi-

cios (las operaciones se realizaron en temporada baja) no han superado una progresión tan notable.

Otra de las modificaciones que se han experimentado durante los tres primeros meses del año ha sido el aumento considerable de alemanes (421.000 más de los que llegaron en el primer trimestre de hace un año) mientras que los británicos han disminuido su presencia en unos 10.900 menos que los que llegaron en el mismo periodo de 2006.

En términos totales de extranjeros, durante el primer trimestre del año, las pernoctaciones de turistas procedentes de fuera de España han crecido un 6,2% respecto al mismo periodo del ejercicio precedente alcanzando el máximo histórico de 23,4 millones de noches. Las llegadas han subido un 5,3% en los tres primeros meses y los pasajeros internacionales que han llegado en aerolíneas de bajo coste han crecido un 20,4%, según los datos de Exceltur.

Pronósticos para 2007

El lobby turístico prevé un 2007 muy similar al ejercicio de 2006, en el que se repetirán las tendencias observadas durante el pasado

Las cinco reglas de política turística ante las elecciones

J. L. VALENCIA

La alianza para la excelencia turística, Exceltur, ha marcado para las empresas que la conforman cinco sugerencias de cara a las próximas elecciones autonómicas y locales. En ellas solicitan: "Reiterar la necesidad de reformar la LAU y su posterior adecuación autonómica, para poder controlar y disuadir con mayor rigor y eficacia, la creciente competencia desleal de alojamientos no reglados".

En otra de las peticiones sugieren a sus socios que insten a los que ganen en las urnas a "asegurar la mayor competitividad sostenible del turismo español". También se intentará buscar mayores sinergias y apoyar el plan estratégico horizonte turismo 2020 que actualmente se está elaborando desde el Ministerio de Turismo.

El comunicado también procura para que se mejore la gestión del espacio turístico y la ordenación del territorio. Exceltur recomienda a sus socios que pidan tras las elecciones locales y autonómicas una mayor dotación a la promoción y que estos apoyos estén más focalizados a los segmentos de mayor interés.

En la última de las cinco sugerencias, Exceltur pide: "Realizar el estatus y la percepción socioeconómica de lo que representa el sector y promover la mejor adecuación del marco formativo a nivel autonómico para asegurar mejores capacidades y talentos".

año. En este sentido, las previsiones de Exceltur contemplan un incremento del 3,6% de las llegadas de turistas, hasta los 60,5 millones de visitantes; un crecimiento de los ingresos nominales por turismo del 5,2%, mientras que el ingreso en términos reales subirá un 0,9%. El ingreso medio caerá un 2,6%.

Paralelamente, Exceltur reconoce como positivas las perspectivas empresariales sobre las ventas y los beneficios para el segundo trimestre del año, tras haber tenido unos resultados en general al alza durante los pasados días de abril que coincidieron con la Semana Santa.

Exceltur reconoció, según Europa Press, que el sector turístico español está muy disperso y que es una necesidad creciente su concentración, tras destacar que sería una de las formas para contrarrestar la concentración de grandes grupos de touroperadores europeos.

En su comunicado afirma que "cabe esperar" que en el sector turístico español "se acentúen en 2007" las alianzas y concentraciones empresariales en subsectores como el transporte, el alojamiento o la distribución.