

La Costa Blanca inicia el mes clave para el turismo con 12.000 camas libres

La falta de recuperación del mercado británico y la crisis económica que sacude España ensombrece la primera quincena del mes, la más productiva del año

La terminal de El Altet tuvo que atender ayer a cerca de 50.000 pasajeros con motivo de la operación salida de agosto. david costa

F. J. BENITO Domingo, primero de agosto y en otros tiempos en la Costa Blanca no cabía un alfiler. Hoy comienza la que por excelencia es la quincena más productiva de la temporada alta y el sector turístico está, sin embargo, a verlas venir, confiando en que, como ha sucedido en julio, funcione la última hora y en los próximos días se puedan completar las alrededor de 6.000 habitaciones que hoy siguen vacías, un 5% más que al inicio de agosto de 2009, en los 330 hoteles abiertos en la provincia.

Julio ha finalizado con una ocupación cercana al 85%, similar a la del año pasado aunque con la tensión, ya estructural, de los precios y con unos turistas que han venido con lo justo y los presupuestos muy apretados. Con todo, El Altet tiene previsto atender hasta el martes a un total de 216.748 pasajeros (1.295 vuelos), un 2% más que en la operación salida de agosto de 2009. Ayer mismo, la terminal alicantina atendió a cerca de 50.000 pasajeros que llegaron en los 300 vuelos programados, la cifra más alta desde que comenzó el año pero que, incluso, podría batirse en alguno de los próximos tres sábados.

Agosto comienza con la misma incertidumbre de julio: las previsiones para la primera quincena son peores que en agosto de 2009 -la caída de las reservas está en un 5%- pero los empresarios prevén una segunda parte del mes bastante mejor que compense las ausencias de los próximos quince días. Los precios, imbatibles. Una semana en un hotel de tres estrellas con pensión completa 350 euros. Aún así la crisis, el paro y los despidos golpean el bolsillo y el ánimo para salir de vacaciones aunque los hoteleros confían en que al final los españoles se muevan, porque los extranjeros huyen del calor en agosto, según recuerda José María Caballé, presidente del gigante Servigroup (10.000 plazas). Finalmente a los ingleses tampoco se les espera en este agosto en el que el turismo británico va a seguir la misma pauta que se observa desde que comenzó el año. Venir van a venir, pero menos que en 2009 y por dos motivos principales: la crisis económica



que también azota Gran Bretaña y por hecho antropológico. A los ingleses les gusta el sol y la playa como a nadie pero huyen del calor sofocante, por lo que tampoco agosto es un mes en el que les guste mucho salir de vacaciones.

A esto se une, según denuncian desde la patronal hotelera, que los anuncios y firmas de convenios entre Consell y Turespaña, los famosos planes de choque para captar turismo británico se han aplazado hasta octubre con lo que se ha perdido el posible impacto positivo para el verano. La época del año en el que los negocios turísticos de la Costa Blanca, desde el hotel al hamaquero de la playa pasando por el propietario del chiringuito, logran la facturación que les permite, en muchos casos, abrir todo el año y mantener plantillas durante el invierno.

Un agosto más, el sector espera, sin embargo, que al final reaccione el mercado español ya que, como reitera José María Caballé, presidente de Servigroup, "no podemos esperar mucho de los ingleses porque en general no les gusta viajar en agosto y huyen del calor. Por lo demás, desgraciadamente cada vez hay menos dinero en el mercado nacional".

Los destinos de "sol y playa" como la Costa Blanca y, en concreto Benidorm, son en estos momentos donde "se concentran en mayor medida los problemas", puesto que en los últimos años, pese al aumento de visitantes, se ha registrado una disminución del gasto y la estancia media de los turistas. Esto, unido al "importante aumento" de la oferta turística, deriva en unos destinos con "graves problemas de congestión", lo que a su vez provoca "la expulsión de los visitantes con mayor capacidad de gasto", según sostiene el lobby empresarial [Exceltur](#).

Este cambio de tendencia pasa, a su juicio, por la extensión de la temporada turística, la atracción de visitantes de mayor capacidad adquisitiva, la reducción de la carga ambiental y el incremento de eficiencia. Para ello, es necesario que el crecimiento del sector se produzca "de manera sostenible y estratégica", y acompañado de "una apuesta integral de rehabilitación de espacios e instalaciones turísticas".

Promoción escasa

Desde la potente patronal turística Hosbec -211 empresas y 67.839 plazas entre hoteles, apartamentos, cámpings, parques temáticos, clubs de golf y restaurantes- lamentan que la gran campaña de promoción de la Costa Blanca haya llegado este año tarde y mal.

El Patronato Provincial se descolgó por este motivo de la iniciativa acordada con Turespaña y la Conselleria de Turismo centrándose en España, por lo que la promoción internacional se ha trasladado al otoño y tan sólo de la mano de la Conselleria de Turismo que tiene ya definido el presupuesto (768.739 euros) y el calendario. Tarde pero llega, mientras Turespaña sigue navegando en la indefinición.

En concreto, Turismo ha cerrado acuerdos en el Reino Unido con los tour operadores TUI, Lowcostholidays, You Travel y On the Beach para acciones publicitarias por 145.000 euros y otro con la compañía aérea Jet2.com por 74.000 euros (Leeds, Manchester, Newcastle, Eastmidlands y Blackpool). En Bélgica la inversión será de 213.730 euros y se contará con el apoyo de la línea Jetair. Los tour operadores Thomas Cook, Solmar y la compañía aérea Transavia colaborarán en las campañas de promoción en Holanda.

En Polonia se pondrá en marcha el acuerdo con Ryanair; en Rusia con los tour operadores Natalie Tours y Vremia; en Portugal habrá campaña publicitaria en Prensa y, por último, la campaña llegará a Islandia, donde se ha firmado un convenio con el mayorista Sumrfedir, el más importante de un país, pequeño, pero con vuelos directos a Alicante.

Como colofón, la Conselleria de Turismo ha cerrado que Benidorm acoja del 18 al 21

de diciembre el congreso anual de la compañía aérea alemana Lufthansa, que reunirá en la ciudad a agentes de viajes de más de 30 países.

A vueltas con el gasto

Por otro lado, el gasto de los turistas extranjeros se ha mantenido casi estable en el primer semestre, con una ligera subida del 0,1% con respecto al mismo periodo del año anterior, aunque registró un alza mayor, del 2,4%, durante el mes de junio, según la encuesta de Gasto Turístico del Gobierno. El gasto de los turistas extranjeros en España ascendió en los primeros seis meses del año a 20.772 millones de euros, prácticamente la misma cifra que la alcanzada entre enero y junio de 2009. De esta cantidad 4.100 millones correspondieron a la Comunidad Valenciana.

El gasto medio por turista en el conjunto de los seis meses subió el 2%, hasta los 904 euros, mientras que el gasto diario creció el 4,4%, hasta los 98 euros.

Cataluña fue la comunidad donde más gastaron los turistas internacionales entre enero y junio, 4.474 millones de euros, con un crecimiento del 7,9%, seguida por Canarias, con 4.287 millones, aunque con una caída respecto al año anterior de un 2,2%. Andalucía se situó en tercer lugar, con un ingreso de 3.606 millones y un incremento del 11,7%; mientras que Baleares, que cuenta con 2.988 millones, sufrió un retroceso de un 12,2%. En cuanto a los mercados emisores, los turistas que provienen del Reino Unido son los que más gastaron, 4.214 millones de euros, aunque hubo un descenso en el gasto de un 10,5% respecto a 2009, seguido de Alemania, con 3.839 millones y una caída del 6,6%.