



Centenares de personas pasean por el Puerto de Valencia durante la pasada Copa América. / JOSÉ CUÉLLAR

Exceltur augura que la dependencia del turismo extranjero crecerá el próximo año

El 'lobby' destaca que 2007 supuso el inicio de un «cambio de modelo», con los grandes eventos y el visitante 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 comienza a percibir vientos de cambio a partir de un momento muy concreto: la celebración en julio de 2007 de la XXXII edición de la a's Copa América 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 consellera 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-

Líderes en turismo desestacionalizado

Valencia se sitúa entre las cinco primeras ciudades con un turismo más desestacionalizado, según se desprende del último boletín de la European Cities Marketing (ECM), asociación que agrupa a las cien primeras poblaciones turísticas de Europea. Valencia precede a Barcelona, Amsterdam, Berlín, Lisboa o Viena. Turismo Valencia atribuyó este hecho al trabajo de promoción realizado en diferentes países y segmentos de negocio, como las reuniones o el turismo vacacional. Otro reciente estudio de ECM situaba a Valencia en el primer lugar del ranking europeo de aumento de pernoctaciones entre 2002 y 2007. La ciudad creció un 14% en pernoctaciones, frente al 5,3% de media europea.

mula 1 ha multiplicado el número de italianos que visitan la Comunidad (sólo la Copa América 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.