

ALICANTE / Los turistas se decantan por los destinos urbanos contratados por Internet

20.01.08 -
J. V. P. P.

Algo está cambiando. Las motivaciones de los turistas no se quedan sólo en lo que los ingleses conocen como las tres eses (sun, sand y sex: sol, arena y sexo), sino que otros subsectores turísticos como los hoteles urbanos, los recursos culturales, los parques de ocio y los campos de golf van ganando adeptos por la «mayor demanda por parte del consumidor de experiencias únicas y diferentes que respondan a sus motivaciones», expresa en su informe de conclusiones la asociación Exceltur.

En cuanto a los hoteles urbanos, la principal ciudad de la provincia, Alicante, se ha visto rebasada por otras capitales como puedan ser Santiago de Compostela, Zaragoza o Murcia. Y eso que la planta hotelera alicantina ha sufrido profundos cambios en los últimos años, aumentando su capacidad y prestaciones.

En total, los hoteles alicantinos aumentaron en 63.806 sus clientes en el 2007 respecto al año anterior. Las escapadas urbanas cobran más protagonismo, sobre todo en el mercado nacional, pero deben ir acompañadas por unos atractivos complementarios como museos o monumentos, según este análisis.

La mayor autoorganización de los viajes, sobre todo a través de Internet, marca la necesidad de «renovar y reposicionar» algunos destinos.