

Más de la mitad de los empresarios turísticos prevé elevar las ventas

Exceltur sitúa a la Costa Blanca como el destino que más creció entre los españoles, al subir un 9,4%, aunque alerta de una menor demanda doméstica para 2012

:: Z. GUILLÉN

ALICANTE. La industria turística de la Costa Blanca resiste a la crisis y se convirtió el pasado año en uno de los pocos sectores que arrojó cifras positivas en el tejido económico de la provincia. Así lo refrendaron las estadísticas oficiales y las propias valoraciones de los representantes patronales. Y todo apunta a que repetirá ese liderazgo en el presente ejercicio, a pesar de la incertidumbre que genera la crisis. El último informe de perspectivas del 'lobby' Exceltur, resalta que más de la mitad de los empresarios turísticos de la Comunitat Valenciana prevé aumentar las ventas.

La citada encuesta refleja que se mantiene el optimismo de cara a 2012, en concreto un 53,2% de los profesionales consultados augura una evolución al alza, aunque también es cierto que aquellos que esperan un incremento paralelo de los beneficios son bastantes menos -42,6%. Y es que una cosa es llenar las habitaciones y otra alcanzar la rentabilidad, ya que las empresas han mermado sus estrechos márgenes y en muchos casos han entrado en resultados negativos.

Aún así, los hoteleros alicantinos, al igual que el resto de los dependientes de la demanda extranjera de 'sol y playa', seguirán favoreciéndose de su valor seguro en el Mediterráneo, frente a la inestabilidad en el Norte de África. Algo que ya quedó constatado a lo largo de 2011. De hecho los establecimientos vacacionales cerraron con el mejor balance de los últimos años, gracias a notables subidas generalizadas. Los británicos confirmaron de nuevo su fidelidad, -pese a su perfil 'paquetizado' y con un menor gasto medio-, a la vez que se constató un impulso de los turistas rusos y nórdicos -de mayor capacidad-.

El gasto del cliente nacional

Pero serán los clientes españoles quienes en verdad se encargarán de marcar el resultado definitivo. Y ahí aparecen más sombras, ya que el consumo del cliente nacional se contrae aún más, muy condicionado por la pérdida de poder adquisitivo de las familias españolas.

Y es que ya el pasado año la gran mayoría de indicadores de la demanda de los españoles, que suponen la mitad del consumo turístico del país, se sitúa en caídas cercanas al 2%, intensificándose en el cuarto trimestre. De ahí que se acrecienten las dudas sobre cómo se comportará el próximo verano el

mercado doméstico, que resulta determinante para la temporada alta.

El balance empresarial presentado ayer por Exceltur, que agrupa a las principales compañías turísticas españolas, sitúa a la Costa Blanca como el destino que más creció en 2011 entre los españoles, con un repunte del 9,4%, seguida de la Costa de Valencia (+9,2%) y Costa Luz de Huelva (+6,4%).

Sin duda, un dato importante a tener en cuenta ante la que se acerca en la próxima campaña estival, en función de los efectos derivados de la mayor contracción del consumo turístico en las familias.

Así que se da por seguro que los hoteleros alicantinos tendrán que continuar haciendo un esfuerzo notable en el ajuste de los precios para poder mantener un buen nivel de

ocupación en julio, agosto y septiembre. No queda otra opción.

En cuanto a los extranjeros, más allá de los británicos, las mejores noticias por mercados para 2012 provendrán, precisamente, del área del Este, con los rusos a la cabeza. Además, los ingresos de alemanes y holandeses podrán mantenerse. Desde Exceltur anticipa que en su conjunto el PIB turístico español

crecerá este año un 0,2% gracias al trasvase de turistas desde el Mediterráneo oriental, de forma que este indicador se sitúe en niveles similares a 2011, que cerró con un crecimiento del 2,6%.

El presidente de esta alianza empresarial, Sebastián Escarrer, aprovechó ayer la presentación del informe en Madrid para instar al presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, a «liderar» y poner en marcha cuanto antes el Plan Integral de Turismo prometido en su discurso de investidura para conseguir que el sector sea el motor de recuperación económica de España. Escarrer subrayó que así se lo pedirá hoy, durante la celebración del VI Foro de Liderazgo Turístico de Exceltur.



Recreación virtual de la fachada y el espacio interior del 'stand' que el Patronato Provincial de Turismo instalará en Fitur. :: C. M. A.

La provincia acude a Fitur con un único 'stand' dividido en bloques temáticos

:: C. M. A.

ALICANTE. La Costa Blanca asistirá a la trigésimo segunda Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid con un nuevo formato de espacio expositor que aunarà toda la oferta de la provincia por bloques temáticos dedicados al litoral alicantino, la naturaleza, la cultura y la gastronomía de la provincia.

También como novedad en 2012, los municipios de Alicante, Elche, Torrevieja, Dénia y Calpe

dispondrán de un mostrador individualizado bajo el paraguas de la Costa Blanca, cuyo espacio se ha reducido en esta edición más del 50% con respecto al año anterior.

La presidenta del organismo autónomo y de la Diputación de Alicante, Luisa Pastor, presentó ayer el programa de actividades que se desarrollará durante el certamen, acompañada por el diputado provincial de Turismo, Joaquín Albaladejo.

La trigésimo segunda edición de Fitur empezará mañana y estará abierta hasta el próximo domingo, día 22. Entre las presentaciones que acogerá el 'stand' de la Costa Blanca destaca el nuevo vídeo promocional del Patronato de Turismo que, con el lema 'Costa Blanca, vive tus sueños', integra toda la oferta turística de la provincia.

La Orquesta del Conservatorio Superior de Música Oscar Esplá de Alicante ha sido la encargada de

grabar la música original, compuesta por Luis Ivars. También se difundirá una publicación sobre itinerarios hídricos, así como la oferta cultural de la Diputación.

Este año, por primera vez, se presentará «la oferta de la provincia como una marca unida en la que tendrán representación todos nuestros destinos turísticos», afirmó Pastor. Todos los municipios podrán distribuir y exponer su oferta turística en los cuatro mostradores temáticos 'Mar', 'Naturaleza', 'Cultura' y 'Gastronomía'.

Albaladejo la creación de una línea de subvención de 600 euros para todos aquellos municipios adheridos al Patronato que quieran desplazarse a Madrid.