

Turismo prepara el desembarco en Rusia

- El Consell firma un convenio con las cuatro patronales para robarle visitantes a Turquía
- Destinará un millón de euros a campañas de promoción en los países del Este

SERGIO SAMPEDRO / Madrid

Fervor contenido entre el empresario el primer día de la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur). Los datos del cierre de 2013, con más de 60 millones de visitantes en toda España, han contagiado a un sector que ya supone el 12% del PIB nacional. La Comunidad Valenciana en particular es la autonomía donde más ha crecido el turismo extranjero (11 puntos), mientras el mercado nacional se ha mantenido estable pese a la crisis de consumo.

El conseller de Turismo, Máximo Buch, prevé un crecimiento del 2,1% para este ejercicio, aunque el secretario autonómico de Turismo, Daniel Marco, reconoce que el dato está «recortado». «Hemos preferido mantener un margen para no equivocarnos. Si se cumplen las condiciones adecuadas, puede ser del doble», indicó. La principal incógnita es, como ya avanzó el



EL MUNDO

Las patronales preparan también campañas exprés en Madrid

lobby turístico **Exceltur**, una hipotética recuperación del mercado nacional.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) triplicó ayer las previsiones de crecimiento para España y los empresarios esperan que el turismo español repunte por primera vez desde 2008. De confirmarse, 2014 podría ser el primer ejercicio en el que el sector recupere renta-

LA BIOGRAFÍA DEL 'DISEÑADOR' DE BENIDORM. La jornada inaugural de Fitur sirvió para presentar la biografía del ex alcalde de Benidorm Pedro Orts, al que se le atribuye el diseño urbanístico actual de la

bilidad hasta niveles cercanos a los de antes de la crisis, según explicaron ayer fuentes de la patronal hotelera de Benidorm, Hosbec. Se trata, sin embargo, de una tendencia imposible de detectar: el cliente nacional se ha instalado en el mercado de última hora y contrata a dos semanas vista.

Un factor puede modificar este comportamiento. El presidente de

Hosbec, Antoni Mayor, explicó que las previsiones de turismo internacional son tan buenas que todo parece indicar que las camas que dejen libres los españoles se ocuparán con extranjeros. Esta situación reducirá el margen para realizar ofertas de última hora, lo que aumentará el margen empresarial y obligará a los españoles a contratar

Sigue en **página 3**

ciudad, con una clara tendencia a concentrar las viviendas en vertical mediante rascacielos. El ex presidente de la Generalitat Eduardo Zaplana participó ayer en el acto junto a Máximo Buch, conseller de Economía.

Viene de **página 2**

con antelación. El Consell confirma estas previsiones para los mercados internacionales. A la campaña de medios que avanzó el presidente de la Generalitat, Alberto Fabra, para los países tradicionales (como Reino Unido, Francia o Alemania), se sumará otra para dar el «salto promocional definitivo» a Rusia, el país más demandado por los empresarios.

Según ha podido saber EL MUNDO, Buch firmará hoy con las cuatro patronales hoteleras de la Comunidad (una en cada provincia y Benidorm) un «protocolo de intenciones» que será el paso previo para realizar campañas específicas en Europa del Este. Aunque aún falta concretar las acciones, el Consell prevé destinar una «partida extraordinaria (al margen del presupuesto para promoción)» de un millón de euros para este proyecto.

La idea es aprovechar la «clase media pujante en Rusia» y la inestabilidad política del mediterráneo oriental para robar –casi literalmente– clientes a Turquía, el destino de sol y playa favorito de los rusos. La segunda fase de la campaña consistirá en acciones de co-marketing con los principales operadores del País del Este que permitan desviar flujos de turistas hacia la Comunidad Valenciana.

La Conselleria trabajará con cada una de las patronales para detectar el *target* que les interesa y planificar estrategias concretas por territorios. En principio el modelo a imitar es Cataluña, que ha experimentado un espectacular crecimiento.

En cuanto al mercado nacional, la Conselleria planea realizar campañas exprés en Madrid en función de la climatología. La idea es utilizar las previsiones para vender escapadas de fin de semana a la región, aprovechando las líneas de Alta Velocidad y las ofertas de Renfe que se han reactivado en los últimos meses.