

Castelló y Valencia salvaron el año turístico frente a la caída de Alicante

- La Costa Blanca acusa el descenso de extranjeros y la del Azahar crece por la demanda nacional
- El 93% de los empresarios del litoral valenciano experimentaron descensos en beneficios en 2009

VÍCTOR ROMERO VALENCIA

■ El «lobby» que agrupa a las principales empresas vinculadas al sector turístico en España calificó ayer de «año para olvidar» la temporada del año pasado. La contracción económica se ha cebado con un sector que ha visto cómo su PIB descendía el año pasado un 5,6% (6.380 millones de euros) frente al 3,7% de media nacional. Los datos acumulados entre enero y noviembre.

Sin embargo, en ese desplome generalizado de beneficios y y pernoctaciones hoteleras ha habido excepciones. La Costa del Azahar y la de Valencia han experimentado incrementos de ocupación, en parte de gracias a agresivas ofertas de precios de los empresarios. El caso del litoral castellanense ha sido especialmente llamativo, con un crecimiento de las pernoctaciones del 14%, lo que lo convierte en un oasis del negocio turístico frente a Valencia (+2%) y, a una distancia considerable con la Costa Blanca alicantina, cuya ocupación se desplomó un 4,5%. Hay que destacar, no obstante, que la Costa Blanca concentra el 53% de las plazas hoteleras de la Comunitat Valenciana.

El informe elaborado por Exceltur con el título *Valoración empresarial del año turístico 2009 y Perspectivas para 2010* sostiene que los resultados de los destinos vacacionales de la Comunitat Valenciana «dentro del tono negativo son algo mejores que los de los archipiélagos, gracia a la respuesta de la demanda nacional que ha hecho que la demanda medida a través del número de pernoctaciones hoteleras descienda por debajo del 5%». El informe señala que los destinos de Castelló y el litoral valenciano «han conseguido concluir el año incluso



Imagen del istmo de Peñíscola. LEVANTE-EMV

TURISMO URBANO

Menos viajes de negocios en Valencia

► La ciudad de Valencia, junto a Barcelona y Sevilla, ha visto cómo la crisis económica ha tenido un efecto directo en el negocio turístico. La contracción ha afectado seriamente al turismo de negocios y el vacacional de fin de semana, según el informe presentado ayer por Exceltur. «Las empresas han optado por recortar el gasto en desplazamientos, bien sustituyendo viajes de trabajo por formas alternativas de reunión como las videoconferencias, bien acudiendo a alojamientos de inferior categoría, bien decantándose por medios de transporte más baratos». V. R. VALENCIA

La Comunitat Valenciana en su conjunto cerró el año con un menor desplome que otros destinos turísticos

por encima de los registros de 2008, mientras Benidorm, a pesar de no caer en la guerra de precios, ha acabado sufriendo la atonía en el consumo de los turistas europeos y, principalmente, de los británicos».

No en balde, gran parte del descenso de turistas extranjeros tiene su origen en la menor demanda del Reino Unido y Alemania. Ambos países acumulan el 68% del total del descenso que se ha producido en España en 2009, 4,5 millones de pernoctaciones hoteleras. El litoral mediterráneo y las islas cerraron la campaña con un 10,7% menos de

fuera del país. Mucho se fueron a destinos emergentes del Mediterráneo como Turquía (+2%) y Marruecos (0,7%). Turquía se ha convertido en uno de los principales competidores de España, sobre todo en la atracción de turistas británicos y alemanas. Otros destinos como Croacia apenas sufrieron variación, mientras que países como Egipto o Túnez se dejaron un 3,4% y un 2,3% de turistas respectivamente.

La relativa resistencia de la Comunitat Valenciana como destino se ha producido a costa de beneficios empresariales. Según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, el 96,7% de los empresarios turísticos de la Comunitat asegura que sus ventas en 2009 descendieron respecto de 2008, mientras que el 93,2% afirma haber reducido sus beneficios.