



La llegada de turistas cae a los niveles previos a la Copa del América de 2007

La celebración de la 32 edición de la Copa del América, en 2007, supuso el lanzamiento de Valencia para el turismo. Los visitantes y las pernoctaciones se dispararon (un 8,1% y un 15,2%, respectivamente). Fueron días dorados para un sector que expandió sus instalaciones con la expectativa que marcaba la tendencia. Pero lejos de consolidar la posición que proporcionó ese gran evento que hoy inicia su 33 edición, el retroceso de visitantes y pernoctaciones en 2009 situaron a Valencia en tasas similares a las que tenía en 2006.

Las consecuencias han sido terribles para el sector y los hoteles han tenido que adoptar medidas drásticas, incluso algunos se han visto abocados a los concursos de acreedores. Es evidente que el impacto de la crisis económica se ha dejado notar, pero no todos los destinos turísticos han experimentado el re-

troceso de Valencia en visitantes y pernoctaciones. Los datos ponen en duda la rentabilidad de los grandes eventos. Varios especialistas consultados señalan que se ha producido una mala gestión del día después. El gran evento sirve para posicio-

nar, pero la ciudad necesita un plan para ofrecer atractivos que mantengan el flujo.

Además, la ciudad ha perdido conexiones aéreas de bajo coste en el extranjero. El enfrentamiento de Ryanair con el Consell por una subvención supuso

en 2008 el cierre de la base que la compañía irlandesa había abierto en Manises. Durante los meses que siguieron, el aeropuerto de Valencia encadenó varias caídas en el número de viajeros. En 2009 perdió un millón de pasajeros.

PÁGINA 3



Público asistente a la ceremonia de inauguración de la 33 edición de la Copa del América en el puerto de Valencia, ayer. / CARLES FRANCESC

La crisis tumba la rentabilidad turística de los grandes eventos

La llegada de turistas cae a tasas previas a la celebración de la Copa del América

IGNACIO ZAFRA
Valencia

En 2007 Valencia vivió lo que los expertos llaman efecto champán. En toda regla. La celebración de la 32 edición de la Copa del América (que en realidad duró tres años, no tres días como la que empieza hoy en el puerto de Valencia) en la cima de una época de exuberancia económica impulsó el turismo en la ciudad. El número de visitantes creció un 8,1%, y el número de pernoctaciones (un indicador más fiable del gasto de los turistas) un 15,2%. Pero dos años después ese efecto champán (o inauguración) prácticamente se había disipado: En 2009 el número de visitantes retrocedió un 7% y el de pernoctaciones prácticamente un 6%, devolviendo a la ciudad a parámetros turísticos similares, sobre todo en viajeros recibidos, a los de 2006.

¿Qué ha pasado? Los expertos consultados apuntan a una mala gestión del día después. A la resaca que otras ciudades han vivido después de albergar grandes acontecimientos. Y al cambio de ciclo económico. La crisis, sin embargo, debería afectar a todos los destinos por igual. Y en 2009 los indicadores sufrieron mucho menos en Madrid (-1,23% en viajeros, -1,6% en pernoctaciones), Barcelona (-2,2% en viajeros y aumento del 5,9% en pernoctaciones) o Sevilla (-3,9% en viajeros, -4% en pernoctaciones), según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Los datos cuestionan la rentabilidad turística de la política de grandes eventos (hay que re-

La ciudad de Valencia en 2009

► El número de turistas cayó un 7%, y el retroceso entre los visitantes extranjeros fue del 15,8%. Las pernoctaciones lo hicieron casi un 6%.

► En ciudades españolas como Madrid y Barcelona el número de turistas cayó un 1,23% y un 1,6%. En Sevilla, un 3,9%.

► El aeropuerto de Manises perdió un millón de pasajeros.

► La compañía de bajo coste Ryanair enlazaba con 11 destinos cuando en 2008 volaba a 21.

cordar que desde 2008 la ciudad acoge además el Gran Premio de F-1) más allá del muy corto plazo. Y aconsejan observar la desde otras perspectivas.

La Generalitat presentó en 2008 un informe sobre el impacto económico de la Copa del América. El IVIE (Instituto Valenciano de Investigaciones Eco-

nómicas) lo cuantificó en 2.767,9 millones de euros. Una cantidad apabullante que en muchos casos, además, se tradujo como beneficio cuando seguramente hubiera sido más apropiado definirlo como gasto. Y ello porque el 74% de ese importe se lo llevaron las inversiones, "principalmente en construc-

El descenso ha sido menor en otras ciudades españolas comparables

"Lo que te permite mantenerte no son cuatro iconos", dice el 'lobby' Exceltur

ción de infraestructuras", señalaba el informe. Joaquín Maudos, profesor de Análisis Económico en la Universitat de València y autor del estudio del IVIE admite que el impacto de las inversiones (en el puerto, red de metro, aeropuerto...) hubiera sido parecido si las obras se hubieran realizado por sí mismas.

La venganza de Ryanair

La caída de turistas en 2009, especialmente el desplome del 15,8% en los extranjeros, según el INE ha hecho saltar una alarma bastante lógica entre los empresarios del sector: De poco sirve celebrar grandes eventos si Valencia permanece casi aislada por vía aérea.

¿Exagerado? En otoño de 2008, tras más que agrías discusiones con el Consell, Ryanair cerró su base en Manises y eliminó gran parte de las conexiones con ciudades europeas. En septiembre de 2008 la compañía volaba a 21 destinos desde

Valencia; en abril de 2009 (que ya es temporada de verano para el sector aéreo) volaba a 11. Tres meses antes, en enero, sólo lo hacía a siete ciudades.

La retirada de la aerolínea de bajo coste tuvo efectos catastróficos para Manises. Durante los 12 meses siguientes el aeropuerto encadenó muchas caídas del orden del 30% en el número de pasajeros transportados. Un desplome que sólo se mitigó a finales de 2009: para entonces las estadísticas de AENA tomaban como elemento de comparación los últimos me-

ses de 2008, en los que la compañía irlandesa apenas operaba en Valencia.

La marcha de Ryanair se produjo justo cuando la crisis global se envenenaba, lo que frustró las esperanzas del Consell de sustituir una línea de bajo coste por otra. El resultado es inapelable: en 2009 Manises perdió un millón de viajeros, lo que representa una caída del 17,8% (del 20% comparado con 2007). L'Altet, el aeropuerto de Alicante, sin tanto gran evento, aguantaba el tipo con una moderada caída del 4,5%.

La Copa fue la oportunidad para hacerlas. Pero lo adecuado, a continuación, hubiera sido explotarla (no dejar morir durante más de dos años la nueva marina del puerto). Entre otras cosas, comenta Maudos, porque hay que devolver al Instituto de Crédito Oficial el préstamo de 450 millones de euros que sirvió para construirlas.

El informe del IVIE no contempló los "posibles beneficios" de "la proyección internacional de Valencia a través de la difusión de las regatas en los medios de comunicación". El análisis de coste-beneficio de la Copa podría realizarse. Pero nadie se lo ha pedido al IVIE. "Es un problema muy común: no hacer evaluaciones de los resultados de las iniciativas desde los presupuestos que se tenían antes de llevarla a cabo", afirma Emili Obiol, profesor de Geografía de la Universitat de València especializado en turismo.

José Luis Zorea, vicepresidente del lobby del sector Exceltur, pone a Valencia como "el mejor ejemplo de cómo un pueblo grande se ha convertido en una gran ciudad". Zorea, defien- de los grandes eventos, en la que incluye la Copa, la F-1 y la arquitectura espectáculo de la Ciudad de las Artes y las Ciencias. Todo ello, opina, permitió a la ciudad reposicionarse en el mapa europeo de los viajes. "Pero esto no es pedalear hasta la cumbre y luego parar. Las grandes ciudades necesitan mantener el objeto del deseo. París no puede ser sólo la Torre Eiffel y el Louvre. Los eventos se pueden poner en el mapa, pero no puedes esperar tener unas olimpiadas cada tarde. Al final lo que te permite mantenerte no son cuatro lugares icónicos, sino ofrecer vivencias". La reflexión conecta con la del sociólogo José Miguel Iribas al afirmar que el turismo no es espacio, sino tiempo: ofrecer al visitante algo que hacer por la mañana, por la tarde y por la noche. ¿Lo hace Valencia?

La Consejería de Turismo defiende su política. "Entre el 90% y el 85% de los asistentes a los eventos tienen intención de repetir su visita", según sus informes de demanda, lo que hace prever "óptimas influencias a largo plazo sobre el turismo". El departamento que dirige Belén Juste destaca el espectacular incremento de la oferta hotelera que corrió en paralelo a los eventos. Pero ese aspecto que la consejería considera positivo es visto por el vicepresidente de Exceltur como la típica "sobreinversión" que han padecido en momentos similares otras ciudades españolas y que "no es de esperar que se mantengan".

"Los grandes eventos han tenido una rentabilidad mediática que el Gobierno valenciano ha sabido aprovechar", afirma la concejal socialista Ana Botella. "Pero desde el punto de vista de rentabilidad económica y social, de mejora del posicionamiento de la ciudad, los objetivos no se han cumplido, si es que alguna vez los hubo, porque Valencia no tiene un plan estratégico. La pregunta es: ¿cómo se puede embarcar una ciudad en un desarrollo turístico tan costoso sin tener un plan?".