O.J.D.: 10176
E.G.M.: 47000
Tarifa (€): 1333

EL MUNDO ALICANTE

Fecha: 03/03/2010
Sección: AL DIA
Páginas: 17

MAR.10.029

La caída de ingresos turísticos en destinos urbanos refuerza el modelo de 'sol y playa'

La rentabilidad de ciudades como Valencia descendió un 23% en 2009, según Exceltur

S. SAMPEDRO / Alicante

Los datos lo confirman. El modelo turístico de *sol y playa* permaneció estable en 2009 frente a la falta de liquidez en los bolsillos europeos y –sobre todo– nacionales. Según un estudio que el *lobby* turístico Exceltur presentó ayer en Madrid, los viajeros prefieren dejar de pisar un destino urbano, como Valencia, que otro de costa, como Benidorm, en contra de lo que la ex ministra de Medio Ambiente, Cristina Narbona, insistía en afirmar hace seis años.

Las 115 ciudades analizadas por Exceltur en 2009 reflejan una clara tendencia hacia la costa. De hecho, la única ciudad de la Comunidad que se cuela en la clasificación de destinos que aumentaron su rentabilidad (11), Gandía, tiene una playa que es un clásico de los éxodos estivales de la capital del Turia. No resulta extraño entonces que en Benidorm, otro de los principales puntos de recogida de los valencianos (que son, de hecho, su segundo visitante nacional, después de los madrileños), la rentabilidad sólo cayese un 1,5%, según el presidente de los hoteleros de la capital turística de la Costa Blanca, Antoni Mayor.

En el lado contrario del *ranking* tenemos a Valencia, Elche y Castellón, tres de las ciudades con peores cifras de España. En el primer caso, con un 23,3% menos; en el segundo, con un descenso de 21 puntos; en el tercero, los ingresos por alojamiento bajaron un 20,4%. Es más, la mayor parte de destinos de su grupo son de interior (como Zaragoza, lastrada por la comparativa con la celebración de la Expo, Albacete o Murcia), aunque hay excepciones: Santa Cruz de Tenerife o Las Palmas, por ejemplo. También es cierto que la mala salud del Reino Unido y Alemania han afectado especialmente a los destinos insulares, que se nutren de los foráneos.

¿Cómo se interpreta todo esto? Por un lado, se confirma que el cliente nacional goza de buena salud y, además, prefiere viajar a los destinos de *sol y playa*. Se sabe que el número de visitantes británicos, primer mercado internacional para Benidorm y, por extensión, la Costa Blanca y la Comunidad, se desplomó en 2009, pero las camas que dejaron vacías se consiguieron ocupar con visitantes nacionales, tal como reflejan las cifras de ocupación y de rentabilidad anuales (con descensos de algo más de punto y medio). Es indudable, y así lo reflejan los estudios, que la falta de liquidez ha acelerado el cambio en los hábitos de consumo de los turistas, especialmente los extranjeros, que cada vez contratan menos paquetes turísticos y utilizan más internet. Sin embargo, parece que la costa ha conseguido adaptarse a estos cambios.

Un ejemplo. Según recogió ayer *Efe*, un estudio elaborado por el portal *Hoteles.com* asegura que los precios hoteleros cayeron en Valencia y Alicante un 23% y un 14%, respectivamente (casi igual que la media nacional, de –14%). Y, aunque la tarifa media es de 76 euros en la primera y 84 en la segunda, los descensos de ocupación e ingresos se concentraron en la capital de la Comunidad, tal como reflejan el estudio de Exceltur. Por algo será.

Previsiones

Semana Santa

> Según la patronal de Benidorm, las previsiones de ocupación para Semana Santa son mejores que las de 2009, especialmente por la configuración del calendario y, según prevén los hoteleros, el buen tiempo.

Verano

> Tanto los empresarios como Consell creen que medio millón de británicos que no salieron de su país el año pasado lo harán en 2010.

Bañistas en la playa de Levante de Benidorm, en una imagen de la pasada Semana Santa. / BRUTOPICTURES