

Campaña urgente de Turismo por la caída de reservas en Semana Santa

Buch y Renfe lanzan una promoción conjunta ante la previsión de un descenso del 25%

entre Renfe y la Agencia Valenciana de Turismo (AVT), se va a realizar una campaña de difusión de la oferta turística en 67 estaciones de cercanías y media distancia. En ellas se ubicarán 300 carteles donde se mostrará la oferta del litoral, interior y turismo urbano. También se instalará un centenar de anuncios promocionales en el interior de los trenes.

S. SAMPEDRO / Alicante

Después de la excelente ocupación alcanzada por los principales destinos de la Comunidad en el puente de San José, las previsiones de Semana Santa vuelven a demostrar las dos velocidades a las que navega el sector turístico valenciano. Mientras los hoteleros de Benidorm, agrupados en la patronal Hosbec, anunciaron ayer que ya tenían venidas un 85% de sus camas (lo que supone haber contratado unas 15.000 plazas en sólo una semana), la federación autonómica aseguraba a la *Cadena Ser* que las previsiones eran de un 25% por debajo de las del año pasado.

Se trata de unas cifras muy similares a las que está manejando la planta hotelera de los destinos de sol y playa en toda España, y que corrobora un estudio de la patronal PricewaterhouseCoopers (PwC) al que ha tenido acceso EL MUNDO. Según la consultora, el índice que recoge las perspectivas de los hote-



Varios turistas recorren las calles de Valencia durante las recientes fiestas de Fallas. / VICENT BOSCH

Benidorm es la única que ha conseguido llenar hasta el 85%

leros junto con las previsiones macroeconómicas cae un 3% respecto a la temporada de Semana Santa del año pasado, y se sitúa en los 39,57 puntos. «Las expectativas son negativas por primera vez en los últimos cuatro años debido a diversos aspectos como la subida de las tasas aeroportuarias, la huelga de Iberia, recientemente desconvocada, y la tendencia cada vez más marcada en las reservas de última hora», indicaron en PwC.

Esta situación de emergencia ha

PwC cree que el mercado británico puede crecer

Del informe elaborado por la consultora PricewaterhouseCoopers (PwC) para la patronal hotelera nacional (Cehat) destaca la predicción de que esta Semana Santa aumentará el número de visitantes de Reino Unido (primer mercado internacional para la Comunidad) y Países Nórdicos (los que más han aumentado en los últimos años, hasta rozar el millón de visitantes). Además, PwC indica que la estancia media aumentará ligeramente, si bien casi siempre en el tramo de estancias de menos de tres días (los conocidos como 'city

breaks'). «Solamente se espera que crezca ligeramente la estancia media del turismo extranjero en las franjas de entre 7 y 15 días», explica la consultora. En cuanto a la oferta de plazas, no se perciben grandes cambios en las expectativas de los hoteleros. El 85,32% de los encuestados cree que se mantendrá igual que en el mismo periodo del año pasado. Finalmente, y en referencia al esfuerzo promocional de las administraciones, el OHE Hotelero muestra una ligera subida, haciendo que el índice pase de los 23,5 a los 33 puntos.

llevado al conseller de Turismo, Máximo Buch, a anunciar una campaña en colaboración con Renfe para intentar atraer turistas de última hora. Según informó la Generalitat en un comunicado, esta campaña va dirigida a fomentar la actividad turística para estas fechas entre valencianos y madrileños a través del uso de la infraestructura de la red Renfe. El *target* tiene sentido porque son los dos primeros mercados para la región, el cliente nacional es el más tocado por la crisis y la cercanía de la Semana Santa con las Fallas ha desactivado el consumo de muchos de los valencianos que habitualmente pasan unos días en las Costa Blanca aprovechando el primer periodo vacacional del año.

En concreto, y a través del acuerdo de colaboración suscrito

consumo estaba alcanzado «extremos que no se habían visto nunca». De hecho, ya no sólo afecta al cliente nacional, sino que empieza a cambiar los hábitos de consumo del británico, que hasta ahora contrataba con seis meses de antelación. Esta situación ha obligado a muchos empresarios a lanzar agresivas campañas de rebajas con el objetivo de mantener la ocupación.

En el caso de Alicante ciudad, la capital ya se encuentra entre las cinco más baratas de España para pasar una noche de hotel, según Exceltur. La presidenta de la APHA, Cristina Rodes, envió el pasado viernes un comunicado en el que clamaba contra el Consell y su decisión de declarar el lunes de Fallas festivo en toda la Comunidad, lo que, en su opinión, había perjudicado a los hoteles alicantinos.