

Nota dinámica #10: Octubre 2023

La promoción de Alicante a nivel internacional

El objetivo de las **notas dinámicas de Alicante: Open for Business** es evaluar y dar a conocer, de forma temática, los elementos con los que dispone y los **rasgos que definen a Alicante** y que pueden ser de interés para la ubicación e inversión de **empresas, emprendedores y profesionales de alta capacitación**.

Tras analizar la imagen que desprende la ciudad y la provincia de Alicante a través de diferentes indicadores de opinión, de búsqueda web, informes varios sobre la percepción nacional de ella, indicadores que reflejen el interés por ella y trendings asociados a su marca a nivel interno y nacional, ahora se realizará un análisis de su proyección y competitividad desde una perspectiva internacional a la hora de atraer inversión y talento. Para ello, nos centraremos en el análisis de la marca desde el punto de vista turístico, de los viajeros y de los nómadas que deciden realizar una estancia de corta o larga duración en nuestras tierras,

El turismo es el sector que mejor refleja lo competitiva que es la marca que exportamos hacia el exterior, por lo que la percepción del turista y la opinión del nómada que decide localizarse en nuestros barrios es clave para entender cuáles son las fortalezas, debilidades y el potencial de la ciudad a ojos extranjeros, comprendiendo el motivo de su estancia o posible futura residencia permanente. Por lo tanto, este feedback es necesario para poder obtener la imagen más acercada a una realidad fidedigna de nuestra ciudad.

A lo largo de las notas informativas y de los informes bimensuales presentados desde el año 2022, se han tratado diferentes indicadores a nivel micro y macroeconómico con el objetivo de presentar la 'realidad' de la provincia de una manera medible para ver en qué posición competitiva se encuentra Alicante a la hora de lograr atraer inversión. Con el fin de completar este estudio, se realizará el análisis de esa 'realidad' a través de indicadores de opiniones de estos nómadas que nos han visitado o tienen intención de establecerse en Alicante, para comprobar que esa 'realidad' coincide con la 'percepción' que se tiene en el exterior de la ciudad y de nuestra provincia.

Esta nota se complementará con la Nota dinámica 9 sobre la promoción y la imagen alicantina a nivel nacional y el informe bimensual 5 sobre la política comunicativa de la provincia de Alicante.

Percepción del nómada digital y del visitante internacional sobre Alicante

Alicante es considerada uno de los destinos favoritos para la comunidad de Expats de todo el mundo. Así lo atestigua su **alto posicionamiento en varias páginas y foros donde se aglutinan y comunidad estos nómadas**, como expat.com, expatexchange.com, glocals.com, Nomadlist.com o Internations, entre otras. Dentro del colectivo nómada e internacional encontramos que **Alicante posee una excelente imagen para ser visitada y cuenta con una alta valoración a la hora de considerar establecer una residencia en ella en el largo plazo**. En la mayoría de indicadores de plataformas tecnológicas o especializadas en este tipo de comunidades que recopilan información y opiniones de interés, Alicante se sitúa como uno de los grandes destinos.

Por ejemplo, Alicante es seleccionada en el año 2020 por Internations, la comunidad número de expats del mundo, como **la segunda mejor ciudad para vivir en sus informes anuales 'Expatriate City Ranking 2020'**, estudiando diferentes indicadores sobre la ciudad (Tabla 1). Aunque es cierto que para la edición del año 2021 y del año pasado Alicante ya no se encuentra en el top 50, su ausencia está justificada por dos razones: en primer lugar, como comentan en el informe de 2021, el primer año pandémico supuso la gran caída global de la actividad económica, afectando al movimiento de nómadas sobre todo hacia aquellas ciudades turísticas especializadas en el turismo de sol y playa; en segundo lugar, para el año 2022 se centran sobre todo en el análisis de las principales ciudades de cada región y país, por lo que Alicante queda desplazada en este tipo de análisis frente a Valencia, por ejemplo.

A pesar de no estar actualizado el ranking, nos sirve para evaluar las cosas por las que era evaluada positivamente Alicante y las cosas que ha ido haciendo bien desde entonces, comprobadas en las diferentes notas informativas. Por ejemplo, se **colocaba en una posición intermedia-alta dentro de la categoría de calidad de vida y vida laboral urbana, posición mantenida para el año 2022 frente a sus competidores nacionales e internacionales** en términos de PIBpc, renta media, clima o densidad poblacional, entre otras. Se situaba en el **top 2 de coste de vida local, en acomodo y en finanzas y vivienda**, mientras que **para 2022 es una de las ciudades más baratas en términos de alquiler de la vivienda, de estancia en hoteles o en Airbnb entre los competidores detectados**. Y en asignaturas pendientes con nota negativa como en la limpieza ha mejorado también, aunque levemente, como vimos en la nota informativa de septiembre. Por tanto, **el fenotipo de Alicante** recogido por dicho informe, **se ha mantenido estable e incluso mejorado en ciertos aspectos**.

Esta alta valoración de la imagen de Alicante en el colectivo viajero internacional **es refrendada por** la principal página web y plataforma tecnológica de reunión de los **nómadas digitales**, Nomadlist.com. Extrayendo datos de dicha plataforma, **la ciudad se sitúa en el primer cuartil de la gran mayoría de indicadores más relevantes** de la plataforma. En concreto, sigue manteniéndose entre los destinos más tops **en cuestiones de vida nocturna**; de los **lugares con mayor nivel democrático** para visitar; con **mayor facilidad para socializar**; como **destino con mayor potencial fuera del top 100 más populares**; de las **ciudades mayor valoradas para decidir jubilarse**; de los **destinos más valorados para vivir en Europa**; con **mejor entorno laboral y atractivo para trabajadores digitales**; de los **mejores entornos para crear tu negocio**; **lugar idílico para vivir en familia y siendo mujer**; dentro de los **mejores sitios para volver a viajar** (subiendo del cuartil 2 al 1 este año); y **sitio idóneo para realizar estancias largas**. Además, ha subido su posición desde el tercer cuartil al segundo como uno de los **lugares más valorados de la página** y ha aparecido por primera vez en el segundo cuartil de los **destinos con el precio de la vivienda, de Airbnb y de los Hoteles más asequibles**.

Origen del interés internacional por la provincia

En cuánto desde dónde **se realizan con más frecuencias búsquedas online relacionadas con Alicante** a través de Google Trends (Tabla 3), la **propia España es el mayor foco de interés de la ciudad de Alicante**. Por el lado del interés internacional, destacan sobre todo los países nórdicos y de las **regiones más frías de Europa**, como **Islandia, Noruega, Irlanda, Bélgica, Suecia, Países Bajos o Reino Unido**. Cabe mencionar que las búsquedas online ponen en manifiesto que Alicante como ciudad apenas levanta el interés en norteamérica en comparación con los principales vecinos europeos, sin embargo, sí **levanta un interés relativamente alto en África** (Marruecos, Argelia), **en Asia-Pacífico** (Corea del Sur, Australia) y **en latinoamérica** (Argentina, Chile, Colombia, México). Estos resultados extraídos de los datos de Google son prácticamente calcados para el período de tiempo de un año y de los últimos tres meses de verano de 2023.

Si miramos los datos de demanda extranjera de turistas en la Comunidad Valenciana, el año pasado obtuvimos que **casi el 60% del total de los turistas internacionales decían visitar Alicante en lugar de Valencia o Castellón**. A pesar de que este año no está actualizado este tipo de dato todavía, podemos observar que la **tendencia sigue firme**, ya que la **mayoría de turistas internacionales llegan vía el Aeropuerto de Alicante-Elche** (Tabla 4, casi 3,5 millones de turistas en acumulado hasta agosto de 2023 frente al apenas 1,5 millones del aeropuerto de Valencia o al 1,6 millones de turistas que llegan vía carretera). Por **nacionalidad** (Tabla 5), de los **casi 3 millones de turistas**

extranjeros que ha recibido Alicante en el acumulado de 2023 hasta agosto, destacan los **turistas ingleses** (cerca de 1,1 millones procedentes del Reino Unido), los de los **países nórdicos** (cerca de 400.000) y los **franceses** (alrededor de 300.000). Por desgracia, hasta el momento este año los datos de Frontur-Egatur no se encuentran tan desagregados como años anteriores para poder analizar el resto de nacionalidades. Sin embargo, para datos de 2022, para los 5.5569.412 turistas extranjeros que llegaron con destino Alicante, el 35,1% fueron de Reino Unido, el 12,9% de Francia, el 7,8% de Bélgica, el 6,9% de Países Bajos, el 5,6% de Suecia, el 5,4% de Alemania, el 5,3% de Noruega, el 3,6% de Irlanda, el 3,1% de Polonia y el 2,8% de Suiza.

Esta dominancia de Alicante por el interés extranjero en el año pasado se ve reflejada también en las cifras para el acumulado de 2023 en pernoctaciones (Tabla 6). Mientras que **Valencia** cuenta con alrededor de **9,6 millones** de pernoctaciones en el acumulado de 2023 (con una tasa de variación anual del 13,6%) y **Castellón** alcanza algo más de **2,3 millones** para el mismo período (crecimiento del 70,1%), **Alicante destaca con casi 30 millones de pernoctaciones**, casi **triplicando a la capital de la Comunidad Autónoma** (tasa de crecimiento del 21%). Además, destaca que **la mayoría de estas pernoctaciones son en alojamiento no de mercado**, es decir, **segundas residencias** fácilmente asociables al turista inglés, alemán e inglés, que refrendan las opiniones recogidas en apartados anteriores sobre **lo idílico de nuestra ciudad para residir en largo plazo o jubilarse**. En cuanto al gasto, **Alicante también se sitúa como el destino en la Comunidad Valenciana con mayor gasto total de turistas** (más de 3.525,7 millones de euros en total), superando por más de dos veces a los datos obtenidos por Valencia (unos 1.313,1 millones) y dejando muy atrás a Castellón (204,8).

Promoción internacional de la provincia de Alicante

Al igual que el año pasado, y acudiendo a las tendencias de Google Trends asociadas a la búsqueda de Alicante en la web, encontramos que las **principales consultas internacionales relacionadas con la ciudad** siguen siendo relacionadas con las **Hogueras de Alicante** o de San Juan, su **oferta gastronómica** variada, haciendo especial hincapié en la **restauración cercana a la costa**, sobre sus **principales playas** y el **enorme catálogo de ocio musical, festivalero y de conciertos** que ofrece nuestra provincia y ciudad. Sigue cogiendo fuerza el **crecimiento del interés por el deporte y las fiestas tradicionales** en la ciudad. A continuación algunos de los ejemplos de actividades de promoción turística internacional que ha realizado Alicante:

- **Alicante se integra en la mayor asociación comercial de la industria de cruceros del mundo:** el Patronato de Turismo Alicante City&Beach se unió a CLIA, permitiendo la participación en foros, eventos internacionales, acciones de comunicación y acceso a estudios sectoriales para impulsar la promoción de su turismo en todas las regiones participantes.
- **Alicante inauguró la vigésima edición del festival internacional de cine** como una de sus principales estrategias para promocionar su ocio a nivel nacional e internacional.
- **Se triplica la oferta de conciertos y festivales presentados en FITUR, Alicante Loves Music:** se pretende desestacionalizar la oferta de ocio alicantino mediante la diversificación del turismo. Los promotores estiman un impacto directo de más de 40 millones de euros producidos por los más de 7 festivales que acoge este año la ciudad.
- **Actuación de grandes artistas de talla internacional** (Tom Jones, Alejandro Sanz, Sabina, Pablo Alborán, Bob Dylan) en el Goldest Legends Concerts, un ciclo de doce actuaciones en las **vísperas de las Hogueras**.
- **Promoción gastronómica:** participación en la gira de los 1.001 Sabores del Instituto de Turismo (Itrem), feria internacional Alicante Gastronómica en IFA, entre otras.
- **Alicante amplía su promoción turística internacional a través de mercados especializados:** se realizarán acciones centradas en diferentes mercados internacionales como el británico, el noruego, el cheo o el japonés. Las iniciativas son muy diversas y buscan destacar la oferta multiproducto (turismo idiomático, deportivo, histórico y cultural) de Alicante.

Tabla 1. Reputación de Alicante como mejor ciudad para vivir

Ranking	Posición
Posición global	2°
Calidad de vida urbana	19°
Seguridad y política	39°
Salud y ambiente	6°
Ocio y clima	7°
Transporte	46°
Acomodarse	1°
Amabilidad local	6°
Sentir bienvenido	2°
Amigos y sociabilización	2°
Lenguaje local	11°
Vida laboral urbana	39°
Trabajo y carrera	54°
Seguridad laboral	40°
Balance trabajo-vida	29°
Finanzas y vivienda	2°
Finanzas	1°
Vivienda	3°
Coste de vida local	2°

Tabla 2. Reputación de Alicante entre los usuarios de NomadList

Ranking	Cuartil
Lugares más con más 'likes'	Q1
Lugar con mejor vida nocturna	Q1
Lugares más democráticos	Q1
Gemas ocultas fuera del top 100 lugares más populares	Q1
Lugar con facilidad para amistad	Q1
Lugares más valorados	Q2
Mejor lugar retirarse	Q1
Lugares más atractivos para trabajadores digitales	Q1
Mejor lugar para vivir en Europa	Q1
Lugar más seguro para mujeres	Q1
Mejor lugar para vivir en familia	Q1
Lugares con más tasa de retorno	Q1
Mejor lugar para Expats	Q1
Mejor lugar para crear tu negocio	Q1
Lugares más limpios	Q1
Mejor lugar para estancias largas	Q1
Lugares con Airbnbs baratos	Q2
Lugares con Hoteles baratos	Q2

Tabla 3. Ubicación en la que se ha usado con más frecuencia la búsqueda de Alicante

Ubicación	Interés por Alicante últimos 12 meses¹	Interés por Alicante meses de verano
<i>España</i>	100	100
<i>Islandia</i>	20	18
<i>Noruega</i>	10	8
<i>Irlanda</i>	9	8
<i>Bélgica</i>	8	7
<i>Suecia</i>	6	6
<i>Países Bajos</i>	5	5
<i>Reino Unido</i>	5	5
<i>Argelia</i>	4	5
<i>Suiza</i>	4	4
<i>Finlandia</i>	4	3
<i>Dinamarca</i>	4	3

¹ Los valores se calculan en una escala del 0 al 100, en la que 100 indica la ubicación con mayor frecuencia de búsquedas en proporción al total de búsquedas realizadas en esa ubicación, mientras que valores 50-0 indican las ubicaciones donde la popularidad del término es la mitad con relación al valor máximo.

Tabla 4. Turistas según medio de transporte, acumulado hasta agosto de 2023.

	Turistas	% Variación interanual	Acumulado 2023	% Variación interanual
<i>Aeropuerto</i>	804.201	9,9	5.309.108	18,8
<i>Aeropuerto Alicante-Elche</i>	504.288	12,8	3.433.060	21,0
<i>Aeropuerto València</i>	228.128	7,4	1.522.539	14,6
<i>Carretera</i>	430.950	42,9	1.628.550	33,9

Tabla 5. Acumulado de turistas de los principales mercados extranjeros y por motivo de viaje, hasta segundo trimestre de 2023

	2n trimestre 2023	% Variación 2023-22	Acumulado 2023	% Variación 2023-22
<i>Total</i>	1.916.110	19,8	2.965.614,5	29,0
<i>Reino Unido</i>	702.432	10	1.054.563	22
<i>Países Nórdicos</i>	233.388	-11	383.163	12
<i>Francia</i>	179.210,1	21,4	279.476,9	23,4

Tabla 6. Acumulado de pernoctaciones de los principales mercados extranjeros, hasta segundo cuatrimestre de 2023

	2n trimestre 2023	% Variación 2023-22	Acumulado 2023	% Variación 2023-22
<i>Total</i>	17.270.477	13	28.922.947	21
<i>En alojamientos de mercado</i>	8.367.132	15	13.393.848	18
<i>En segunda residencia, familiares, amigos y otros</i>	8.903.345	10	15.529.100	23

Tabla 7. Acumulado de gasto de los principales mercados extranjeros, hasta segundo cuatrimestre de 2023

	2n trimestre 2023	% Variación 2023-22	Acumulado 2023	% Variación 2023-22
<i>Total (millones)</i>	2.197,2	19,4	3.525,7	27,1
<i>Medio diario</i>	127,2	6,1	121,9	5,3

Fuentes consultadas:

- Trivago
- Nomad List
- InterNations
- Frontur
- Egatur
- Turisme GVA
- INE
- Cámara de Comercio