

19.01.10

ANTE LA CITA FERIAL MÁS IMPORTANTE DEL AÑO

Costa Blanca espera que Fitur marque el despegue del sector

Los hoteles esquivaron el año pasado la deplorable general en España, donde el PIB turístico cayó un 5,6% **F. J. BENITO** El sector turístico de la Costa Blanca acude desde mañana a Fitur-Madrid, la segunda feria turística más importante del mundo tras la ITB de Berlín, con la incertidumbre de cómo se presenta un año que comienza lastrado por la caída de turistas e ingresos que se produjo en 2009. Finalmente, el descenso de la ocupación en la provincia fue del 3%, porcentaje que ha dejado medianamente satisfechos a los empresarios tras la constatación del desastre nacional, donde se ha producido un descenso del 5,6% en el PIB o, lo que

es lo mismo, 6.300 millones de euros de pérdidas. La temporada baja tampoco ha ayudado a devolver la sonrisa, sobre todo porque el mercado británico (300.000 turistas ingleses menos el año pasado) sigue sin reactivarse y no se han cumplido las buenas expectativas trasladadas por los tour operadores en la World Travel Market de noviembre, cuando llegaron a proclamar que la crisis había finalizado.



No obstante, el presidente de la asociación empresarial de Benidorm y la Costa Blanca (Hosbec), Antonio Mayor, lanzó ayer un mensaje optimista. "Yo creo que hemos conseguido cerrar la hemorragia y a partir de ahora todo va a ir mejor. Ciertamente que los ingleses siguen flojos, pero prefiero agarrarme al dato de que en Gran Bretaña llevan ocho meses consecutivos de aumento de precios de la vivienda y eso puede influir positivamente en la provincia". Por otro lado, según Hosbec, las encuestas que manejan los tour operadores apuntan a que de los 8 millones de ingleses que no salieron de vacaciones en 2009, la mitad señala ahora que sí lo hará este año.

José María Caballé, presidente de la cadena Servigroup (8.100 plazas), se mostró ayer cauto ante lo que se avecina en 2010. "Por supuesto que no puede ser peor que 2009 pero soy de los que piensa que hasta 2011 no vamos a volver a la senda del crecimiento. No obstante hemos conseguido tener un arma a prueba de crisis y es el contar con un buen producto. Por ahí debemos seguir trabajando, la calidad se vende sola". Caballé avanzó que "el invierno no acaba de arrancar pero ya estaba previsto. Sin embargo, nos está sorprendiendo gratamente el buen grado de ocupación que se está logrando los fines de semana con muchos días completos y gracias al turismo español". El presidente de Servigroup celebra este año el 40 aniversario de la adquisición de su primer hotel, el Orange de Benidorm, en 1970. Por ello, hasta Fitur se lleva este año un stand de 114 metros cuadrados donde presentarán la oferta de sus 14 hoteles repartidos por Benidorm, La Vila, Mojácar, Peñíscola y la costa de Orihuela.

A nivel nacional, el turismo sufrió con mayor intensidad que la media de la economía española los efectos de la crisis, según refleja el informe hecho público ayer por el lobby Exceltur. El PIB turístico se contrajo en 2009 un 5,6%, lo que supuso la pérdida de 6.380 millones de euros. Cantidad que se sumó a la caída del -2,8% que ya registró en 2008, según el Instituto Nacional de Estadística. Este descenso del PIB turístico fue un 50% mayor al estimado por el consenso de analistas para el conjunto del PIB español (-3,7%).

Por otra parte, el pasado 2009 fue el noveno año consecutivo en el que el turismo se comportó peor que el conjunto de la economía española, tal y como corroboran los datos de 2000 a 2008 del INE, lo que denota que los problemas del sector no se derivan sólo de los efectos de la crisis, sino de la pérdida creciente de competitividad estructural de una parte de nuestra oferta, según Exceltur. En esto incide, según los propios empresarios, la reiterada guerra de precios que se desató en buena parte del sector en 2009. El 88,4% de las empresas vio descender sus volúmenes de ventas durante 2009, registrando bajadas de más del 10%, que se vuelven a sumar a las ya sufridas en 2008 por el 63,1% de las empresas. El resultado final fue una caída media de dos dígitos en sus beneficios, colocando a muchas en pérdidas (el 84,5% de las empresas turísticas españolas sufrieron un descenso en los beneficios, un 71,4% de intensidad superior al 10% y un 39,2% incluso por encima del 20%).

Agencias de viajes, hoteles urbanos y las pequeñas empresas de alquiler de coches son los que más sufrieron la caída de la demanda y la guerra de precios. Las compañías aéreas, los hoteles vacacionales, campos de golf y parques de ocio también experimentan importantes caídas en resultados. En el caso de

los hoteles, el descenso fue más suave en la Costa Blanca, donde el turismo nacional permitió salvar la temporada. En este sentido, Antonio Mayor, presidente de Hosbec, se mostró ayer confiando en que "también este año contemos con los españoles. Ciertamente que la crisis es profunda pero también es cierto que no todo el mundo ha perdido su empleo y sigue habiendo gente con nómina y posibilidades de viajar". Los españoles han reducido su nivel de gasto para vacaciones lo que, según Exceltur, impulsará los desplazamientos hacia los destinos peninsulares y habrá un nuevo recorte en los viajes al extranjero. Los destinos competidores del Mediterráneo Oriental volverán a comportarse mejor que los españoles, sufriendo menos los efectos de la crisis. Turquía subirá un 2%; Marruecos un 1,7%, Croacia se mantendrá y Egipto se resentirá pero en menor medida (-3,4%).

De cara al presente 2010, el lobby Exceltur apeló ayer, por otra parte, a que el sector privado comience a integrarse en la gestión de los destinos turísticos, tanto en marketing como en el desarrollo de la nueva oferta y renovación de espacios urbanos.

Rebajas de enero para el verano

El grupo hotelero Magic Costa Blanca de Benidorm anunció ayer que aplicará un descuento adicional del 5% sobre el precio de las reservas de las plazas para el verano que se realicen en Fitur, añadido al 15% de reserva anticipada, suma un descuento acumulado del 20%. La cadena asiste a Madrid con un stand de dos plantas en el pabellón número 5, junto a los municipios de la Costa Blanca. La compañía promocionará en la feria sus hoteles y las novedades para el verano. La empresa es pionera a la hora de desarrollar promociones en beneficio de sus clientes. Esta acción es similar a las desarrolladas por otros sectores, que ofrecen ventajas durante estos eventos, aunque nunca se había aplicado en el sector hotelero a nivel de todo el canal, incluidas también las agencias de viajes. "Pensamos que Fitur es una buena oportunidad para que nuestros clientes puedan reservar sus vacaciones con nosotros con un importante descuento", señaló Javier García, vicepresidente de Magic.