

El turismo británico cae un 20% y puja por primera vez con el español en los mercados de última hora

- La patronal cree que la coyuntura es favorable y que igualará para verano las cifras de 2012
- Benidorm presentará en Fitur una campaña con los principales operadores de Reino Unido

S. SAMPEDRO / Alicante
Cinco largos años ha tardado la crisis de consumo en cambiar los hábitos del primer cliente internacional para la Comunidad Valenciana, el británico. Su principal destino, Benidorm, llegará a la cita turística más importante del año, la feria de turismo de Madrid (Fitur), con un descenso de reservas del 21%, según un estudio encargado a la consultora alemana GfK por la patronal hotelera de la ciudad, Hosbec. El informe indica que, en total, Costa Blanca ha vendido hasta diciembre de 2012 un 15% menos de paquetes que el año pasado, es decir, 8.000 reservas menos (de 55.000 se ha pasado a 47.000).

Pese a la caída de ventas, fuentes de Hosbec aseguraron que los hoteleros «mantienen un moderado optimismo» de cara al verano, con unas previsiones «muy similares a las de verano de 2012». Esto quiere decir que por primera vez el inglés se ha desplazado al mercado de última hora, terreno donde hasta ahora sólo se pujaba por el cliente nacional. De hecho, el presidente de Hosbec, Antoni Mayor, indicó que el turismo español «es la gran incógnita» de este año, y considera que el británico continúa «siendo muy fuerte» de cara al verano.

Las previsiones anuales del lobby turístico Exceltur resumen perfectamente el optimismo de los empresarios. En un contexto internacional, la campaña de rebajas que están llevando a cabo los países del Norte de África para compensar dos años en blanco con motivo de la Primavera Árabe se equilibrará con la inestabilidad política de Turquía, que se ha colado en el top 10 de los destinos más peligrosos para viajar, según la revista estadounidense *Foreign Policy*. En contra juegan el nuevo tipo del IVA (aplicable al segmento del ocio) y, sobre todo, la subida de precios del billete de las aerolíneas low cost, motivada por el encarecimiento de las tasas aeroportuarias y la escasez de oferta tras los recortes de Ryanair en El Altet.

El trabajo ahora pasa por destinar los esfuerzos promocionales a remontar las cifras de reservas, algo que comenzará en Fitur con una campaña específica. Según ha podido saber este diario, la Fundación Turismo Benidorm (que agrupa a iniciativa pública y privada) presentará en Madrid un ambicioso proyecto para Reino Unido, en el que colaborarán los principales operadores de Reino Unido, como TUI, Thomson o Jet2, entre otros.

El cambio de hábito de consumo del cliente nacional fue uno de los primeros efectos de la crisis en el turismo. La preferencia por contratar las vacaciones a una o dos semanas vista provoca agresivas reservas de última hora que acaban elevando la ocupación al nivel de años anteriores, pero a costa de sacrificar rentabilidad. Sin embargo, y pese a que la crisis de consumo y la recesión interna restan importancia al mercado nacional, todavía es el primero para la Comunidad.



Una empresa de la Costa Blanca charla con un cliente durante una edición de Fitur. / ÓSCAR MONZÓN

Torre Vieja llama a la inversión rusa

> Torre Vieja se convertirá, del 23 al 25 de enero, en el punto de encuentro de los empresarios y ciudadanos rusos que tengan interés en conocer e invertir en la Costa Blanca.

> El 'Costablanca Russian Meeting Point', organizado



El diputado de Turismo Joaquín Albadalejo. / M. L.

por Mercaseguro Grupo Tok, abrirá sus puertas con 30 empresas de la zona y más de 60 inversores rusos en total.

> En el evento, además de crearse lazos de negocio, se podrá asistir a conferencias y sesiones sobre la legislación o los sistemas de venta.

En conjunto la previsión de España para verano de 2013 es de un tímido crecimiento del 1%, lo que a priori supone un mal balance para Benidorm. De hecho, las cifras de la Comunidad son las segundas peores de España, sólo por detrás de Madrid, donde las reservas se han desplomado un 63%. En el extranjero este dato varía, con cifras positivas para Túnez (33%) y Marruecos (9%), pero negativas para Turquía (-8%) y Egipto (-4%).

Un total de 33 empresas venderán productos a los visitantes en Fitur

Las cadenas harán ofertas especiales en la feria, como noches gratis

M. CLIMENT / Alicante
En la mutación que sufre Fitur este año las empresas expositoras de la Comunidad Valenciana podrán vender directamente productos turísticos a los visitantes de la feria, tal como ya adelantó EL MUNDO. Un total de 33 compañías aprovecharán los dos días de apertura al público general, el 2 y 3 de febrero, para cerrar negocios *in situ*, un paso importante en el camino de profesionalización que Fitur ha iniciado en 2013 a causa de la crisis.

El conjunto de empresas valencianas ha elaborado un paquete de ofertas especiales con precios 'Fitur', descuentos por reserva anticipada para la temporada estival,

«noches adicionales» o «niños gratis» para todos aquellos que adquieran estos productos durante el fin de semana de la feria, según adelantaron fuentes de la Conselleria de Turismo a este periódico.

Del total de firmas expositoras, 17 pertenecen a la provincia de Alicante (dos de ellas a Benidorm), otras diez a la provincia de Castellón y seis a la de Valencia.

Hasta ahora Fitur se había limitado a ser un escaparate informativo en fin de semana, sin la posibilidad de comercializar directamente el producto. Los tres primeros días del certamen (de miércoles a viernes) son los destinados a profesionales (en la denominada zona bu-

siness), que es donde se cierran los compromisos de reservas al por mayor de cara a la temporada alta.

Esta edición de 2013 presenta otra novedad para la Comunidad Valenciana. Y es que, por primera vez, dejará de ocupar un pabellón entero (el cinco) en la segunda feria turística del mundo por volumen de negocio y se abrirá un único expositivo que concentrará toda la oferta de esta autonomía. Por ello, este año primará el enfoque de producto, en lugar de las marcas, y una mayor participación profesional, con el objetivo de generar más oportunidades de negocio para las empresas valencianas, según apuntaron las mismas fuentes.