



Un camarero sirve a unos turistas en la terraza de un restaurante en Alicante. :: DANI MADRIGAL

El 85% de los empresarios de turismo no prevé ganar dinero

La última encuesta de Exceltur revela que la bajada de precios para competir y el «deprimido» visitante español lastran el negocio este verano

:: BERNAT SIRVENT

ALICANTE. La inmensa mayoría de los empresarios vinculados al sector turístico de la Costa Blanca (hoteles, hostales, restaurantes, bares de moda y hasta comercios en ciudades turísticas como la capital alicantina) no prevé ganar dinero este verano. Se conforman con mantener el tipo y el negocio debido al «deprimido mercado nacional», a las tarifas bajas que se lanzan para captar clientes a toda costa y al incremento generalizado de los costes de explotación.

Justo el día en el que muchos de los empresarios del sector turístico de la Comunitat Valenciana se dieron cita ayer en una jornada organizada por el Alto Comisionado

de Marca España sobre el potencial exterior de la región y la marca España, en el que precisamente se concluye que es necesario superar la imagen del turismo de bajo coste y precios reducidos como clave para competir, frente a lo que se considera reforzar la imagen de calidad porque eleva la rentabilidad de los negocios, el informe del 'lobby' turístico Exceltur no hace sino confirmar todos esos temores de un destino que realiza grandes esfuerzos, pese al buen comportamiento del cliente extranjero, por mantener los índices de ocupación del pasado verano o incluso superarlos.

La encuesta sobre lo que anticipan los empresarios para el conjunto del verano, de julio a septiembre, revela que los empresarios turísticos se muestran «cautos» respecto al desarrollo de su actividad, pese a las expectativas son «levemente positivas» en términos de facturación y «desfavorables» en cuanto a la recuperación de rentabilidad del negocio en sí.

Apenas un 15,3% de los empresarios encuestados por Exceltur

prevén mejorar los beneficios este verano, mientras que el 34% pronostica mantener la rentabilidad, o sea no ganar más dinero o no ganar dinero directamente, y el 51% reducir su margen de beneficios.

La encuesta de confianza empresarial de Exceltur solo un tercio de empresas (33,9% pronostican entre julio y septiembre crecien-

tos en sus ventas y un porcentaje idéntico mantener las mismas cifras del pasado verano.

Precisamente ayer, Javier García Cuenca, vicepresidente del grupo Magic Costa Blanca de Benidorm, defendió en el congreso sobre el potencial exterior de la Comunitat que el turismo es un sector que puede «transmitir optimis-

mo» con la marca España y, a partir de ahí, mejorar los precios de venta al público y el índice de rentabilidad hotelero.

El barómetro sobre rentabilidad y empleo de Exceltur realiza un balance de la Comunitat en el segundo trimestre del año de cierta mejora gracias al avance de la demanda extranjera y a una leve recuperación del mercado nacional. Esa mejora de la demanda, del 4,2%, de pernataciones hoteleras entre marzo y mayo favoreció la mejora del 2,7% de ingresos hoteleros en un contexto de contención de precios. La planta hotelera de Benidorm mejoró la rentabilidad en el segundo trimestre un 2% y un 0,5% el empleo, mientras Alicante lo hizo en un 5,8% y un 2,3%, respectiva-

EL DATO**15,3%**

Solo este porcentaje de empresarios turísticos de la Costa Blanca prevé aumentar sus beneficios de julio a septiembre.

225.000

El principal contribuidor ha sido una vez más el mercado británico con un incremento del 9% rozando las 225.000 pernoctaciones.

mente., muy por encima de Valencia capital, con solo el 0,4% de avance en ingresos por habitación y un descenso del 1,6% en el empleo.

Tal vez sean los empresarios de benidorm de la hotelería los que menos computen en ese barómetro divulgado ayer por Exceltur, pues el nivel de ocupación, pese a las ofertas agresivas para captar clientes, incluidos los de última hora, permite compensar la falta de rentabilidad. Como ya había anticipado el pasado martes el presidente de la patronal Hosbec y vicepresidente de la Cámara, Antoni Mayor, el destino turístico Benidorm cumple objetivo y supera el 91% de ocupación media en la primera quincena de julio, es decir, supera en casi dos puntos el dato de 2012 y marca de nuevo un dato máximo en los últimos seis años, en el escenario previo a la recesión económica.

Se acabaron los mensajes triunfalistas de la burbuja inmobiliaria en los que, año tras año, los empresarios y sus patronales hoteleras hablaban sin ambages de hasta overbooking y disposición de camas adicionales en las habitaciones para dar cabida a todos los huéspedes.

Pero las cifras de este año, desde el punto de vista de la ocupación, no pueden ser más positivas, pese a que Mayor insiste en que aún hay mucho camino por recorrer para el mes de agosto en la contratación por el sistema última hora, cada vez más instalado en el mercado nacional por los estragos que provoca el paro laboral y la incertidumbre. Los hoteles de Benidorm registraron una ocupación media durante la primera quincena de julio del 91,1%, lo que significa 1,9 puntos más que el mismo periodo del año 2012. Este dato de ocupación es, de nuevo, el mejor registrado desde 2008.

La ocupación media de la quincena por categorías ha sido la siguiente: 91,1% para hoteles de 4 estrellas y 90,4% para hoteles de 3 estrellas y 95,5% para hoteles de 2 estrellas. La previsión para la segunda quincena de julio 2013 es del 84,6%. A día de hoy, sin la anhelada última hora.