

Benidorm ultima una campaña exprés para 'robar' españoles a otros destinos

Hosbec cuenta con que el Consell pague lo que les debe para preparar nuevas 'acciones de choque' en verano / Mayor dice que será una «buena temporada alta»

S. SAMPEDRO / Alicante
La capital turística de la Costa Blanca prepara sus armas para mantener los excelentes registros con los que cerró la temporada alta del año pasado. A mediados de semana el lobby turístico Exceltur alertó de que el sector entraría en recesión debido a la crisis de consumo que estaba afectando a los viajeros españoles, y la patronal de Benidorm (Hosbec) ha decidido pujar por su cuota de clientes nacionales preparando una *minicampaña* exprés en varios puntos clave de la geografía nacional. Esta ofensiva depende de que la Administración autonómica pague lo que debe a las empresas turísticas, una cantidad que, en el caso de Benidorm, asciende a más de un millón de euros. «Suficiente

para dar confianza a los *turoperadores* y preparar acciones promocionales en verano», indica el presidente de Hosbec, Antoni Mayor.

El líder de los hoteleros de Benidorm recuerda que la Conselleria de Turismo adeuda la mitad de las ayudas a las empresas turísticas de 2010 y todo 2011, y cuenta con que este dinero se abone antes de verano para que la ciudad pueda prepararse «adecuadamente» para la campaña. La idea de Hosbec es organizar un paquete de acciones promocionales que tengan como objetivo el cliente de última hora, un modelo turístico que la crisis ha impuesto a pasos agigantados.

La campaña se apoyará «exclusivamente en la marca», que Mayor considera «un valor seguro en estos

tiempos». Es decir, que no habrá una agresiva rebaja de precios para captar indecisos, pese a que previsiblemente otras regiones sí que estrecharán los márgenes de benefi-

La patronal descarta entrar en una guerra de precios y espera mejorar rentabilidad

cio para evitar la nueva crisis de consumo. «Es posible que se produzcan algunas ofertas aisladas, pero creemos que los hoteles de Benidorm son bastante estables para seguir aumentando su rentabilidad».

Según Exceltur, la capital turística de la Costa Blanca es una de las pocas que ha aumentado sus ingresos por habitación en los últimos cinco años (un 12,7%). De hecho, considera que los destinos orientados específicamente al turismo son «más fuertes» que otros que dependen de otros sectores, como los urbanos. El lobby destaca en su informe de 2011 que la ciudad, además, ha sabido «diversificar el producto» y culminar con éxito «la reconversión de sus hoteles», algo que avalan los datos de ocupación de Hosbec.

El histórico de la patronal refleja un descenso de importancia de los establecimientos de dos estrellas –sobre todo en la temporada baja– durante los últimos cinco años. Mayor indica que esto se debe a que

«muchos establecimientos han subido de categoría, y ofrecen un servicio a precios casi idénticos». Este factor da cierto margen de crecimiento a la ciudad, y, sobre todo, coloca a Benidorm un escalón por encima de sus competidores.

Turista internacional

El mejor seguro que tiene la ciudad sigue siendo el cliente extranjero. Según los datos de la consultora GfK, los visitantes británicos han mejorado sus reservas para verano tres puntos, único incremento en los destinos turísticos de Europa. Benidorm ha conseguido esquivar una campaña *antiviajes* lanzada por el Gobierno de Reino Unido con motivo de las Olimpiadas, y mantener unos precios competitivos con los destinos del Norte de África. Ni siquiera la todopoderosa Turquía y su política de precios de «todo incluido» han impedido un descalabro del 15% en visitantes.

Estos datos permiten hablar a Mayor de «un buen verano», aunque es pronto para decir si mejor que el del año pasado. De momento el acumulado del año permite hablar de unas cifras muy similares, algo que «ya es un triunfo».



Panorámica de la playa de Levante de Benidorm, a punto de terminar la temporada alta del año pasado. / LESLIE HEVESI

Las previsiones por mercados

> El Consell debe a las empresas turísticas de la ciudad más de un millón de euros de las ayudas de 2010 y 2011. La patronal quiere utilizar este dinero para que un operador realice una campaña exprés en varios puntos de la geografía española. Las previsiones alertan de una bajada del consumo del cliente nacional, y la ciudad quiere asegurarse este mercado.

> El cliente internacional está respondiendo «bien», según el presidente de Hosbec. El principal mercado extranjero, el británico, ha aumentado sus reservas tres puntos de cara al verano, pese a la caída en otras zonas de perfil similar a Benidorm.