

El turismo se sobrepone a las adversidades y supera las cifras de ocupación de 2009

► Benidorm mejora en casi dos puntos los índices de octubre del año pasado y sigue la tónica habitual de crecimiento del año 2010 ► Sólo en los meses de abril y junio los datos obtenidos fueron ligeramente inferiores a los del ejercicio pasado

Benidorm

JULIO MARÍN

■ Ni la crisis económica ni otras adversidades, véase los efectos de la nube volcánica del pasado abril o la subida del IVA, han logrado detener el crecimiento del sector turístico de Benidorm, que sigue consolidándose como uno de los preferidos por el mercado nacional e internacional. Así lo atestiguan los datos. Un ejemplo son las cifras de ocupación de la primera quincena del mes publicados por Hosbec referidos a la ocupación de Benidorm, según los cuales la ocupación durante la primera quincena de octubre de 2010 ha sido de un 88,6%, dato que supera en casi dos puntos la ocupación registrada en este mismo periodo durante 2009, en el que se consiguió un 86,9%. A lo largo del año la tónica habitual ha sido la de un ligero crecimiento y sólo en dos meses, abril y junio, las cifras fueron algo inferiores. Aunque no sea para lanzar las campanas al vuelo, dado que en 2009 se registraron los peores índices en varios años, el hecho de crecer ya es un síntoma de que el sector empieza a salir de la crisis. Al menos eso es lo que piensan los hoteleros.

Por categorías, la mejor ocupación de los primeros días de octubre la registraron los hoteles de 2 estrellas con un 95,3%, los de 3 estrellas alcanzaron un 90,8% y los de 4 estrellas un 84,7%. En cuanto a la procedencia de los turistas alojados en hoteles, el peso del mercado nacional descendió en ese periodo en su importancia respecto de quincenas anteriores y representó el 47,3% total. Dentro de las procedencias del mercado internacional, el Reino Unido creció hasta el 39% del total de clientes alojados en hoteles de Benidorm. Bélgica se volvió a situar como segundo mercado internacional en importancia con un 5,9%, siguiéndole Holanda con un 3,5%. La previsión de ocupación para la segunda quincena de octubre es del 78% a tenor de las contrataciones ya realizadas.

Ayer, la directora general del Patronato de Turismo de la Costa Blanca, Gema Amor, valoró «positivamente» las cifras de ocupación hotelera y destacó que «la campaña estival ha sido buena para nuestro destino, pero los esfuerzos también se centran en las temporadas medias y bajas. Gracias a la oferta de ocio, las fiestas que se han celebrado en la provincia estos días han motivado la presencia de un mayor número de turistas internacionales, sobre



Turistas en la playa de Levante de Benidorm en una imagen de archivo de este verano. DAVID REVENGA

Hosbec ya ha advertido de la conveniencia de no volver a la guerra de precios para continuar el crecimiento

todo provenientes del Reino Unido. Además, los días festivos de la Hispanidad han propiciado el desplazamiento de visitantes nacionales».

Lo cierto es que los empresarios hoteleros se han tenido que enfrentar a un año atípico. Inmersos de lleno en la crisis económica, el sector tuvo que soportar además las negativas consecuencias que tuvo la nube del volcán islandés y las numerosas cancelaciones de

vuelos en abril. Con la llegada de la temporada alta, los hoteleros tuvieron que entrar en una guerra de precios que motivó una sensible bajada de las tarifas para mantener la ocupación en niveles aceptables. Se consiguió crecer algunas décimas con respecto a otros años, aunque a costa de la rentabilidad. Al término de la campaña estival, el presidente de los hoteleros, Antoni Mayor, lanzó un aviso en el que advertía de la conveniencia de no incidir en las bajadas de los precios y empezar a pensar en subir los mismos para continuar con el crecimiento. Mayor apostaba por «no tirar los precios» como se había hecho con las ofertas de última hora.

FORO INTERNACIONAL EN BENIDORM

Análisis del turismo deportivo

► Esta mañana da comienzo en Benidorm la XIV edición del Foro Internacional de Turismo, que este año abordará «El turismo deportivo y el deporte turístico. Estrategias para la integración y el desarrollo». El Foro se prolongará hasta mañana viernes, día en el que se dará a conocer el ganador del Concurso de Ideas «Pedro Zaragoza». La inauguración correrá a cargo del alcalde Agustín Navarro, el rector de la Universidad de Alicante y la

secretaría autonómica de Turismo. Según los organizadores, el Foro abordará «la necesidad de explorar potencialidades y analizar experiencias de éxito basadas en el binomio turismo y deporte desde la triple vertiente del análisis de los componentes esenciales del turismo deportivo, de la rentabilidad económica y mediática de iniciativas que conjugan ambos aspectos o de la capacidad del turismo deportivo para influir en la inclusión social, la accesibilidad y la sostenibilidad de un destino turístico». La primera conferencia la protagonizará Jorge Martínez «Aspar».

Exceltur constata una mejora de las expectativas

La Alianza para la Excelencia Turística recuerda, no obstante, que 2009 fue un ejercicio «muy negativo»

J. MARÍN

■ La Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) ha constatado en su valoración turística empresarial correspondiente al tercer trimestre del año que las empresas españolas han mejorado levemente sus expectativas de resultados con una gran disparidad de ritmos e inten-

sidades, aunque indice que «no se puede olvidar que la mejoría percibida lo es en comparación con un año 2009 muy negativo donde la actividad turística se desplomó muy por encima de la de otros sectores, salvo la construcción».

El informe coincide también en que el sector turístico español ha experimentado un «notable repunte» de la afluencia en los meses de verano, a costa de nuevas caídas en las tarifas y teniendo que asumir la subida del IVA. Si en 2009 el PIB turístico cayó un 4,9%, ese indicador se eleva en el tercer trimestre a un 1,7%, como consecuencia de que

LA CLAVE

BAJADA DE PRECIOS Repunte en verano por la guerra de tarifas

► Exceltur no olvida en su informe que el repunte de los resultados obedece a que los precios caen desde hace 22 meses, lo cual anima a la demanda.

los precios «llevan cayendo 22 meses consecutivos».

El aumento de la afluencia extranjera, refleja Exceltur, ha sido el revulsivo para dinamizar parcial-

mente la actividad turística y toma el relevo al tirón de otras épocas que suponían que los viajes de españoles por España se habían ralentizado. Otro dato positivo más es que Exceltur corrige al alza la previsión de evolución del PIB turístico para el cierre del año hasta un crecimiento del 0,6%, «por primera vez superior desde hace años al crecimiento esperado de la economía española». Según el informe, eso demuestra que en caso de recibir más prioridad política y apoyos «el turismo puede estimular notablemente el crecimiento de la economía y el empleo».