



Espectaculares vistas desde una habitación del Hotel Playacapricho, en Roquetas

REPORTAJE GRÁFICO: RAFAEL GONZÁLEZ



Rossell, que aplaude las características amplias y acogedoras de este tipo de instalaciones, frente a aquellas que se ofrecen en otros establecimientos con otro enfoque hacia el turista y que apenas cuentan con espacio, lo que impide, en esos casos, el objetivo final: la verdadera relajación del cliente.

También recuerda Playa Senator dedica una especial atención a los clientes celiacos. “Nuestro perso-

nal se forma anualmente con la Federación de Asociaciones de Celiacos de España para mantener unos altísimos niveles de calidad en este tema, además de que ofrecemos una amplia gama de productos a los huéspedes que nos indican que son celiacos”.

Playa Senator sigue con su política de descuentos para reservas anticipadas realizadas entre el 21 de abril y el 1 de junio, que van desde el 12% para estancias de una a diez noches hasta el 40% para las de 16 o más pernoctaciones.

▲ El spa del Hotel Playasol cuenta con mil metros cuadrados

Daniel Rossell. Dtor. comerc. Playa Senator

“Esperamos llegar al Caribe a medio plazo”

El director comercial de Playa Senator dice que han puesto el foco en el norte de África



E. SANCHO

EL director comercial del Grupo Playa Senator, Daniel Rossell, desgana las principales cifras de la cadena hotelera y explica las previsiones que posee de cara a esta nueva campaña veraniega que está a punto de levantar el telón.

“Lo que ya está vendido a estas alturas del año, en el mes de mayo, supone un incremento del 10% en comparación con el año pasado”, señala. “Y si llegamos a alcanzar una mejora en las ventas de un 6% al final del ejercicio, ya podríamos decir que ha sido un buen año”.

Con una media de empleo de entre 3.500 y 3.600 personas durante la temporada alta de 2014, Rossell prevé que en el ejercicio en curso se alcanzarán los 4.000 trabajadores, lo que supondría un récord para la compañía almeriense, gracias al incremento del número de hoteles, pues ya hay un total de 33 establecimientos.

Rossell apunta que la estancia media de los turistas procedentes del mercado nacional es de seis noches, mientras que los que provienen de Europa suelen pernoctar entre ocho y nueve noches, todos ellos, en el segmento de costa, mientras que en las zonas urbanas la media de estancia, en general, es de una o dos noches. En esta línea de alargar las pernoctaciones, Grupo Playa Senator lanza cada año numerosas promociones, con descuentos por reserva anticipada, principalmente, para motivar a su punto fuerte, las familias, a que permanezcan

más tiempo en los establecimientos de playa con un precio asequible para sus bolsillos.

Acerca del mercado internacional, Daniel Rossell recuerda que hace más de diez años, en 2003, “había diez o doce vuelos internacionales con destino a Almería y también menos hoteles”. Eran los buenos tiempos del turismo almeriense, hasta que golpeó la crisis y hubo que hacer un reajuste de costes y precios. Ahora vuelve a remontar este sector, que comienza a caminar hacia la luz que se ve al final del túnel. “Estamos recuperando el turista belga y el inglés, y hay mercados sustitutivos muy interesantes como Po-

Economías de escala

La zona del Mediterráneo supone el principal foco para ampliar el negocio por el ahorro que supone

lonia, Chequia, así como los países nórdicos”, apunta. Sin embargo, aún es pronto para recuperar al turista alemán de los viejos tiempos, principalmente, por la falta de conexiones aéreas regulares con este país.

Con la vista puesta en el futuro, esta empresa familiar ha empezado a expandirse por el norte de África, aunque ahí reconoce Rossell que carecen de la ventaja de las economías de escala como ocurre en el resto de la cadena. “La zona del Mediterráneo es nuestro foco principal de negocio, y a medio plazo queremos llegar algún día al Caribe”.