

Tirada: 6.370 Categoría: Andalucía Difusión: 5.615 Edición: Regional Audiencia: 16.845 Página: 1



AREA (cm2): 170,3 OCUPACIÓN: 16,2% V.PUB.: 566 € NOTICIAS EXCELTU

Turismo: Datos de la patronal del sector hotelero Exceltur

Los hoteles de Almería dejan atrás la crisis

Crece la rentabilidad

Son los que han tenido una mejor evolución de ingresos en la costa española

Mejores cifras

La alta ocupación ha elevado los precios por noche y también crece el empleo PAGS.2Y3



Tirada: 6.370 Categoría: Andalucía Regional Audiencia:

16.845 Página:



NOTICIAS EXCELTUR AREA (cm2): 703,0 OCUPACIÓN: 66.9% V.PUB.: 1.551 €

TURISMO LOS ALTOS NIVELES DE OCUPACIÓN REGISTRADOS TIRAN DE LOS PRECIOS

La rentabilidad de los hoteles de Almería es la que más crece del país

Ocapitales Los resultados mejoran en el último año un 23,9 por ciento, la más alta entre las capitales costeras españolas • La crisis La capital es también la que más ingresos recupera entre los años 2008 y 2015, un 31% más que antes de la crisis



La patronal española del sector turístico, Exceltur, ha echado cuentas de la evolución del mercado hotelero en España y los resultados destacan que Almería se ha instalado en unos niveles de mejora que la colocan al frente de las capitales españolas, tanto en el último año como en los ocho años transcurridos desde la lle-

gada de la crisis económica. Se puede decir que Almería ha remontado una crisis que ha lastrado en estos últimos años los resultados de las empresas hoteleras ya que, según los datos contrastados por Exceltur, ha sido la capital española con una mejor evolución de los ingresos en los alojamientos turísticos en el periodo en-

tre 2008 v 2015, un 31.4 por ciento de incremento de los resultados de las empresas en ese tiempo, retrotrayendo esos ingresos a niveles ante-riores a la crisis.

Diferencias Los datos que arroja el indicador RevPar (ingreso medio por habitación disponible) sitúan a Al-mería a la cabeza del país en crecimiento con ese 31.4 por ciento, sino netamente des-tacada del conjunto de las capitales españolas. Las si-guientes en ese ranking de mejora de la rentabilidad son Cádiz, con un 18,7 por ciento, Málaga con un 17,9 por ciento, y Barcelona con un 13,5 por ciento en ese periodo de ocho

años desde 2008. En el análisis del último año computado, el 2015, Almería también aparece a la cabeza de las capitales costeras espa-

ñolas en cuanto a la rentabilidad por habitación con un 23,9 por ciento. en la tabla de variaciones interanuales le siguen Cádiz con un 18,2 por ciento, Santander con un 14.2%. Palma de Mallorca con un 13,2 por ciento o Girona, lí-der en crecimiento en Cataluña con un 14,2 por ciento, en todos los casos a la media española, situada para ese úl-

Empleo La mejora en los resultados observada para Almería ha venido acompañada además por un incremento en el empleo generado por los establecimientos que en el ca-so de Almería se sitúa en un 11,7 por ciento, el segundo del país sólo superado por los es-tablecimientos hoteleros de Girona, donde se generaron en este último año un 16,9 por ciento más puestos de trabajo

timo año en un 11,5 por cien.

que en el ejercicio anterior El crecimiento en Almería mul-tiplica por dos el generado en el conjunto de los hoteles de ciudades costeras españolas que fue del 5,4 por ciento

El ingreso medio por habi-tación en los establecimien-tos de la capital almeriense también creció de una forma notable entre enero y diciem-bre del pasado año hasta un 23.9 por ciento, según los datos de Exceltur, recogidos de la encuesta de alojamientos oteleros que publica el insti-tuto Nacional de Estadística. Es igualmente el máximo crecimiento entre las capitales costeras españolas.

Ocupación y precios La recuperación del segmento hotelero tiene su origen en un incremento sustancial de la ocupación hotelera, especial-mente durante la segunda

mitad del año, cuando los ho-

tante por encima del sesenta por ciento. Esa mayor afluencia ha te-nido también un efecto lógico sobre los precios medios de las habitaciones, pero sobre todo en los que se pagan en los momentos de mayor ocupación. Muchos de los hoteles almerienses de cuatro estre-llas han superado en muchos momentos de la campaña los cien euros, un precio que no se veía en casi una década.

teles de la capital almeriense han tenido niveles de ocupa-

ción situados de forma cons

Almería, junto con Girona, son las capitales con mayor crecimiento del empleo hotelero en el último año

La alta ocupación he permitido que los precios por noche hayan vuelto a los 100 euros en algunos momentos



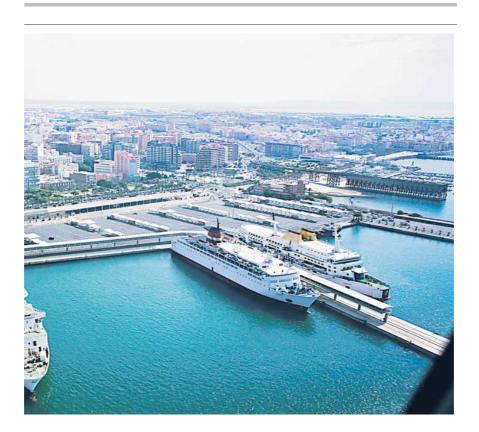
LA CAPITAL recupera el tono turístico en el últ



Tirada: 6.370 Categoría: Andalucía
Difusión: 5.615 Edición: Regional
Audiencia: 16.845 Página: 3



AREA (cm2): 467,4 OCUPACIÓN: 44,5% V.PUB.: $1.129 \in$ NOTICIAS EXCELTUR





LA PROVINCIA cuenta con una moderna planta hotelera . LA VOZ



COLAS de viajeros en el aeropuerto de Almería. LA VOZ



Tirada: 6.370 Categoría: Andalucía
Difusión: 5.615 Edición: Regional
Audiencia: 16.845 Página: 3



AREA (cm2): 234,7 OCUPACIÓN: 22,3% V.PUB.: 707 € NOTICIAS EXCELTUR

Los turistas españoles, el motor de la recuperación

Exceltur destaca la mejora de la oferta lúdica, comercial y de los servicios de restauración

A. FDEZ

Redacción

A la hora de explicar el salto experimentado por los ingresos en el sector hotelero los analistas de Exceltur han señalado la recuperación de los turistas nacionales que han vuelto a salir en busca de destinos vacacionales. Su comportamiento ha sido mejor que el de los extranjeros, aunque estos también han crecido en número.

Según la patronal hotelera el notable incremento de la rentabilidad se debe tanto a una mayor tasa de ocupación de las plazas disponibles como del aumento de los precios como consecuencia directa de lo anterior. Apunta también a la inestabilidad geopolítica en destinos competidores, especialmente los situados en el norte de África o el Oriente Medio.

Cede la crisis Como era de esperar el crecimiento de los resultados de los establecimientos es al mismo tiempo reflejo de "un contexto socioeconómico muy propicio para los viajes, aspecto que ha tenido una incidencia importante en el mercado nacional que se había quedado estan-

cado desde que en 2008 se hizo patente la crisis económico que aún colea.

Las empresas del sector han tenido también un comportamiento proactivo en muchos casos incorporando a su oferta de alojamiento otros atractivos como los lúdicos, los comerciales y una oferta de restauración más atractiva para los visitantes que encuentran en la gastronomía un excelente complemento a la hora de viajar.

A pesar de todo La mejora registrada por parte del sector de la hostelería en sus resultados se produce a pesar de que no han mejorado de forma sustancial las comunicaciones, hecho que sigue siendo el caballo de batalla de los empresarios, como señalaba recientemente el presidente de la Asociación de Hoteleros de Asempal, Javier Arnedo

Llegar hasta Almería sigue siendo difícil y caro y eso impide un crecimiento aún mayor de un destino que está de moda por la naturalidad de su oferta y por circunstancias como la recuperación del efecto llamada provocado por la sucesión de rodajes cinematográficos en la provincia.