

Los hoteles vuelven a ganar dinero

La encuesta de previsiones del 'lobby' turístico Exceltur indica que seis de cada diez empresarios hoteleros de la Comunidad mejorarán sus beneficios esta Semana Santa

S. S. M. / F. D. G. / Alicante
Falta una semana para el arranque del primer periodo vacacional importante del año y la incógnita sobre el comportamiento del mercado nacional, el que contrata con menor tiempo previo, comienza a despejarse. Si hace una semana y media los hoteleros alertaban en EL MUNDO de que la ocupación de la Costa Blanca para Semana Santa apenas rozaba el 60%, ayer el lobby turístico Exceltur indicó que seis de cada diez empresarios turísticos de la Comunidad Valen-

La región lidera las expectativas de ventas de las grandes agencias de viajes

ciana prevén mejorar sus ingresos con respecto al año pasado. Esto subraya las declaraciones de la consellera de Turismo, Belén Juste, cuando dijo que la rentabilidad había repuntado un 10% en los primeros meses del año.

Exceltur no se atrevió ayer a decir tanto, pero sí indicó que las buenas perspectivas le habían obligado a variar todas sus previsiones

■ Perspectiva de los beneficios en la Semana Santa 2011

(Datos en %)

■ Aumenta el beneficio respecto a 2010 ■ Disminuye respecto a 2010

Canarias	80,6	19,4
Baleares	75,0	25,0
Andalucía	69,8	30,2
Cataluña	65,5	34,5
España	60,9	39,1
C. Valenciana	57,7	42,3
Asturias	43,5	56,5
País Vasco	40,0	60,0
Extremadura	33,3	66,7
Castilla-La Mancha	29,0	71,0
Navarra	28,6	71,4
Murcia	28,6	71,4
Madrid	28,4	72,6
Galicia	27,3	72,7
Castilla y León	25,5	74,5
Aragón	15,8	84,2
Cantabria	15,4	84,6
La Rioja	0	100

FUENTE: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur

EL MUNDO

para el segundo trimestre del año. De hecho, y según los mismos datos, la franja de litoral mediterráneo de la Península lidera -y con diferencia- el comportamiento esperado en ventas de los grandes grupos y agencias de viajes en Semana Santa con respecto a 2010, está por encima de Islas Baleares, Canarias o destinos urbanos.

En la ecuación ha jugado muy a favor el retraso de la festividad en el calendario, lo que ha permitido aprovechar la positiva coyuntura internacional para arañar reservas (Semana Santa es un puente que suele atraer sólo al cliente español).

Además, y según Exceltur, los meses de abril, mayo y junio «están marcados por el impulso de la demanda extranjera en el litoral, mientras que no se esperan grandes variaciones en la recuperación del consumo turístico de los españoles», que ya repuntó en el segun-

do trimestre de 2010 por el adelanto de las compras debido a la anunciada subida del IVA.

En este contexto un 60,4% de las empresas turísticas españolas esperan un nuevo y moderado incremento en las ventas y un 62,6% en los beneficios, con mejoras en los precios para el segundo trimestre de 2011.

Previsiones de campistas

De momento la Confederación de Empresarios del Camping y Caravaning estimó ayer que la ocupa-



Turistas en el paseo de Levante en Benidorm. / B. P.

ción de las plazas de camping de la Comunidad durante las vacaciones de Semana Santa se situará en torno al 90%. La estancia media para estas fiestas en los campings valencianos será de siete noches con un gasto medio entorno a 40 euros por persona y día.