

## El 60% de los hoteleros esperan mejorar sus beneficios estas fiestas

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 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 Valenciana 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

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 tradicionalmente sólo atrae al cliente español).

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