

Aragón logra la mayor subida de rentabilidad turística

Es la comunidad donde más crecieron en el primer trimestre de 2014 los ingresos medios por habitación disponible y por habitación ocupada

ZARAGOZA. Aragón ha sido la comunidad que más ha subido en relación con los índices de ingresos por habitación disponible e ingresos medios por habitación

ocupada en el primer trimestre de 2014, con una subida del 15,6% en el primero de ellos y de un 15,4% en el segundo, según los datos del Informe sobre Perspectivas Turísticas realizado por **Exceltur**.

Dichos incrementos de rentabilidad, explican desde el Gobierno autonómico, se deben al buen inicio de año en el sector, a las distintas campañas, ferias y exposiciones de promoción turística en mercados nacionales e internacionales (Aragón 20, Reino de la

Nieve y Dormir en Aragón), «lo que ha hecho mejorar la afluencia de turistas extranjeros», destacan.

Por detrás de Aragón se encuentra en el ranquin de ingresos medios por habitación disponible Canarias, con un 15,4%, y le siguen La Rioja con un 11,8%, y Murcia, que logra un 10,9%, mientras que el resto de comunidades no superan el 6,5%. Y por lo que respecta a los ingresos por camas ocupadas, Cantabria ocupa la segunda posición con un 14,6%, y el resto de autonomías no pasan del 10%.

Todos estos datos se traducen en una mejora de la rentabilidad para los empresarios en Aragón -un 38,6 %- situándose, en rentabilidad general de alojamientos, en este primer trimestre del año, como la cuarta comunidad mejor posicionada, resalta la DGA.

Según las mismas fuentes, las

cifras recogidas en el citado informe «demuestran los primeros típicos síntomas de mejora en la actividad turística en los primeros meses del año, en los que zonas vinculadas al disfrute de los deportes de montaña de invierno, como el Pirineo aragonés, o ciudades de tamaño medio de interior, han presentado un buen comportamiento».

El Informe sobre Perspectivas Turísticas de **Exceltur** presenta un balance de los resultados turísticos del primer trimestre de 2014, así como las expectativas empresariales para la Semana Santa y el segundo trimestre del año. Las estimaciones se realizan a partir de encuestas a más de 2.000 empresarios turísticos de diversos subsectores y destinos, representativos de toda España.

HERALDO