

Aragón presenta la mayor subida nacional en rentabilidad por alojamientos

Efe.Zaragoza|Actualizada 14/04/2014 a las 12:59

La subida ha sido de un 15,6% en habitación disponible y un 15,4% en habitación ocupada.

Aragón ha sido la Comunidad Autónoma que más ha subido en relación con los índices RevPAR - ingresos por habitación disponible- y ADR -ingresos medios por habitación ocupada- en el primer trimestre de 2014.

En el primer caso, **Aragón ha experimentado una subida del 15,6 % y, en el segundo, del 15,4 %**, según los datos recogidos en del Informe sobre Perspectivas Turísticas realizado por Exceltur.

El Gobierno de Aragón ha indicado en un comunicado que éstos se deben al buen inicio de año en el sector, **a las distintas campañas y a las ferias y exposiciones de promoción turística en mercados nacionales e internacionales** (Aragón 20, Reino de la Nieve y Dormir en Aragón), que han hecho mejorar la afluencia de turistas extranjeros a la región.

Por debajo de Aragón se encuentra, con el mejor RevPAR, Canarias con un 15,4 %, la Rioja, con un 11,8 %, o Murcia con un 10,9% , siendo el resto de las Comunidades inferiores al 6,5 %.

En relación a los ingresos medios por habitación ocupada, le sigue Cantabria con un 14,6 % y el resto de Comunidades con cifras inferiores al 10 %.

Todos estos datos han supuesto una mejora de la rentabilidad de 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.

Estos datos demuestran los primeros "tímidos 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, según las fuentes.

Se trata de un informe realizado por Exceltur, donde se 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, una encuesta que se realiza a más de 2.000 empresarios turísticos de diversos subsectores y destinos, representativos de toda España.