

La estacionalización incrementa los beneficios de los hoteles urbanos

Madrid. 27/04/06.- El primer trimestre del año ha sido flojo. El indicador homologable al PIB turístico (ISTE) creció un 1,7%, casi la mitad de lo que avanzó el PIB (3,5%), según un informe de Exceltur. El número de turistas siguió creciendo, pero no el gasto medio de cada uno de ellos, lo que provocó que la percepción en los hoteles de costa no fuera muy optimista en cuanto a ingresos. Por el contrario, los hoteles urbanos constataron beneficios en ese primer trimestre. La inestabilidad de los países del Mediterráneo competidores de España (Turquía, Egipto, Túnez) conduce los flujos turísticos hacia el mercado español. 'Turquía se está viendo afectada por los casos de gripe aviar, y Egipto por la inseguridad de Oriente Medio y los atentados', explica José Luis Zoreda, vicepresidente de la alianza turística Exceltur. El empresariado español, que ha vivido unos últimos meses flojos en actividad, pronostica una 'positiva evolución del negocio para el presente ejercicio', dicen en el lobby turístico. 'El alto fuego de ETA acentuará la ventaja competitiva del producto turístico español en relación a sus países rivales', añaden. Las previsiones de Exceltur para este año reflejan un aumento del 4,1% de la llegada de turistas, hasta los 57,9 millones de visitantes, y un crecimiento de los ingresos nominales por turismo del 3,4%. Sin embargo, prevén una reducción del gasto medio por turista del 0,3%, cifra que podría situarse en un 4,3% si se incluye la inflación, según explicó Óscar Pirelli, responsable de estudios de Exceltur. Siguiendo esta tónica, los empresarios estiman que llenarán este verano, pero también prevén un menor gasto por visitante y, por tanto, de ingresos. La demanda española ha vuelto a salvar la temporada. Es más, el turismo interior ha aportado la mitad de los ingresos del sector. Los hoteleros urbanos constatan mejoras en sus ingresos, lo mismo que las agencias de viajes. Así el 52% de los hoteleros de ciudad considera que ha conseguido mayores ganancias, mientras que el 53% ve que los precios han aumentado o se han mantenido en esos tres meses. La mayor parte de las agencias de viajes y touroperadores también han observado en ese trimestre una mejora de sus resultados. Sólo el 10% de los intermediarios de viajes ha visto mermados sus ingresos. Sin embargo, los hoteleros de costa y las aerolíneas se quejan de menores ingresos en ese periodo.