

TURISMO



SONIA RAMOS

Turistas llegan a un hotel de Chiclana.

Andalucía es el primer destino español en plazas hoteleras

● Un informe elaborado por la Junta revela que el 63% de los establecimientos de la comunidad son de cuatro o cinco estrellas

I. Touat MÁLAGA

Andalucía se ha consolidado como la comunidad autónoma con más plazas hoteleras. Un informe elaborado por la Junta revela que los destinos andaluces concentran el 16,9% de las camas de los establecimientos españoles. En el ranking le siguen Cataluña, con el 15,8%, e Islas Baleares, con el 13,1. Otra de las conclusiones destacadas del estudio es que el 63% de los hoteles en Andalucía son de cuatro y cinco estrellas, lo que confirman la calidad de la oferta alojativa regional.

Estos datos se recogen en un documento pionero que ha elaborado la Consejería de Turismo y Comercio para conocer la estructura de la planta hotelera andaluza. Esta radiografía del sector servirá al Gobierno andaluz para la posterior puesta en marcha de medidas y estrategias, según subrayó ayer en su presentación el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez.

A día de hoy, Andalucía es la tercera región de España en alojamientos reglados, con un total 4.815 establecimientos y 445.676 plazas. En la última década, la oferta andaluza se ha incrementado un 20%, aunque a partir de 2009 se observa una ralentiza-

ción, con una media de subida desde entonces del 2%. La crisis ha lastrado estos incrementos.

El 56,2% del total de las plazas de alojamiento de Andalucía corresponden a hoteles, siendo dos tercios de las camas de las más altas categorías. El informe refleja que en la última década éstas se han incrementado un 15,7%.

El 63,4% corresponden a cuatro y cinco estrellas, sólo por detrás de Canarias, con el 70,3. "Andalucía es un destino que se identifica claramente con la calidad", recaló el titular del ramo.

Por ello, según Rodríguez, es "imprescindible" identificar a la región con la calidad e innovación, "que bastantes sambenitos tenemos ya". En este sentido, resaltó el hecho de que las cadenas hoteleras apuesten por la región, lo que significa que es "un destino también como futuro".

En Andalucía, las cadenas hoteleras, que se considera a aquellas que tienen más de dos establecimientos ubicados en la región, agrupan al 56% de las plazas, 139.400 concretamente, así como uno de cada cuatro establecimientos (406). No obstante, Rodríguez sí lamentó que de los diez grandes grupos hoteleros con presencia en la comunidad sólo dos sean andaluces.



M. G.

El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, en Turismo Andaluz.

LAS CLAVES

Calidad de la oferta

El 63,4% de los establecimientos hoteleros de Andalucía son de cuatro y cinco estrellas, sólo por detrás de Canarias, con el 70,3%. Este dato confirma la calidad de la oferta de alojamiento regional.

Importancia de las cadenas

Las cadenas hoteleras, que se considera a aquellas que tienen más de dos establecimientos ubicados en la región, agrupan al 56% de las plazas hoteleras de la comunidad, lo que supone un total de, 139.400.

Tercera región en hoteles

Andalucía es, según el informe de la Junta, la tercera comunidad autónoma española en alojamientos reglados, con un total 4.815 establecimientos y 445.676 plazas.

Empleo y estacionalidad

55% son micropymes, el 27,4 son sin asalariados y el 13,2 son medianas empresas con menos de 50 trabajadores. Asimismo, durante 2012 se cerraron de forma temporal en Andalucía un 23,8% de las plazas hoteleras.

Los empresarios experimentan "una leve mejoría"

Los empresarios turísticos andaluces apuntan la existencia de una "leve mejoría" en el segundo trimestre de 2013 y en la época estival, aunque se muestran menos optimistas en lograr en el tercer trimestre una recuperación de la rentabilidad, según el *Barómetro de Rentabilidad y Empleo* de Exceltur. El balance empresarial de la actividad turística en Andalucía en el segundo trimestre de 2013 evidencia una "leve mejoría", gracias a la recuperación paulatina de la demanda conforme ha ido avanzando el año. El conjunto de destinos vacacionales andaluces experimentó un incremento de demanda del 2,6% entre marzo y mayo, que se concretó en un mantenimiento o leve mejora de los resultados empresariales en el 54,2% de sus establecimientos.

"No tenemos una estructura empresarial fuerte como las que hay en otros destinos, que son las que se han incorporado a Turespaña", reseñó Rodríguez.

El informe destaca que las microempresas (las que cuentan con menos de diez empleados) y aquellas que no tienen asalariados componen la base empresarial de la región. Del total de empresas hoteleras andaluzas, el 55% son micropymes, el 27,4 son sin asalariados y el 13,2 son medianas empresas con menos de 50 trabajadores.

El consejero defendió la importancia las pymes y las consideró "vitales para promover la competitividad y el empleo del sector turístico andaluz", de ahí que considerara una prioridad reforzar el apoyo de su departamento a estas empresas a través de ac-

Las pymes son "vitales para la competitividad y el empleo turístico", según Rodríguez

tuciones de innovación y fomento del asociacionismo.

Una de las lacras del destino sigue, según el informe, es la estacionalidad turística. Durante 2012 se cerraron de forma temporal en Andalucía un 23,8% de las plazas hoteleras, lo que supuso un incremento de 3,6% respecto a 2011. En noviembre se presentará un plan contra la estacionalidad.

Este alto porcentaje tiene un impacto directo en el empleo. Además, añadió Rodríguez, de los establecimientos que cierran sus puertas por temporada, el 95% se sitúan en el litoral, acaparando Málaga el 38,1%, también por ser la provincia con más actividad turística en la comunidad.