

El turismo prevé un buen verano al crecer por fin su rentabilidad

El 85% de las empresas dice que aumentará o igualará sus beneficios esta temporada alta

F. D. G. / Alicante

El turismo se prepara para el que puede ser el mejor verano desde que arrancó la crisis económica. Las empresas hoteleras, de restauración, de campings, de apartamentos, locales de ocio, agencias de viaje y firmas de alquiler coches, entre otras actividades, sostienen que la temporada alta que ya se ha iniciado puede ser la más prolífica de los últimos años, no sólo por el aumento de la facturación, sino sobre todo porque por fin la rentabilidad empieza a crecer, aunque sea de forma leve. Al menos, la mayoría del sector no perderá dinero estos meses, lo que ya es un triunfo.

Esto es lo que se deduce del estudio de la patronal **Exceltur** que analiza las expectativas para el verano. Y es que la rentabilidad era uno de los *caballos de batalla* del sector, que si bien había mantenido e incluso aumentado sus ventas, su cifra de beneficios había menguado durante los últimos años por la necesidad de abaratar precios (sobre todo en el segmento hotelero) para

no perder clientes y quedarse fuera de la *guerra* de ofertas. Sigue habiendo rebajas en el sector, pero no tan intensas como hace dos o tres años, porque no se pueden presionar más las cifras de beneficios.

Los resultados, a tenor de la encuesta de **Exceltur**, serán esperanzadores este verano para las empresas turísticas de la Comunidad Valenciana. La radiografía del lobby turístico dibuja un panorama ciertamente optimista para la región. El 39,4% de las empresas turísticas de la Comunidad consultadas por **Exceltur** aseguran que sus ganancias se incrementarán este verano.

Si se compara este porcentaje por ejemplo con el de la encuesta de 2012, la mejora de las perspectivas es sensible. En aquel ejercicio, uno de los *años de plomo* de la crisis, sólo el 3,9% de los empresarios se atrevía a decir que iba a ganar más dinero en sus negocios durante el verano.

Este *subidón* de optimismo viene espoleado, según **Exceltur**, por la



Mayor (Hosbec) y G. Amor, edil de Benidorm, ayer durante la presentación de la campaña de promoción. / E. M.

Benidorm se lanza a por el mercado de 'última hora'

> **La campaña.** Benidorm ha iniciado una campaña de promoción enfocada al turismo nacional con el objetivo de captar visitantes de última hora que se encuentran indecisos y que, por tanto, aún no han realizado su reserva de vacaciones

> **30 millones de impactos.** La acción promocional se desarrollará en diferentes soportes como prensa, Internet, transporte público y acciones de street marketing, y prevé alcanzar los 30 millones de impactos con un presupuesto de 70.000 euros

«esperada mejora interanual del consumo turístico de los españoles en el tercer trimestre de 2014, lo que favorecerá el inicio de la recuperación de parte de la rentabilidad perdida en los años de crisis».

El estudio insiste en que el desti-

no valenciano revela «unas expectativas muy claras de mejora de la rentabilidad empresarial en su temporada alta turística».

Este clima propicio se manifiesta en las estimaciones de los propios empresarios: un 43,8% espera igua-

lar sus resultados de 2013 en verano, mientras que sólo un 16,8% reconoce que su cifra de beneficios disminuirá respecto al año pasado.

La comparación con el ambiente que se respiraba hace dos años evidencia la mejora de las perspectivas. En verano de 2012, casi dos tercios de las empresas turísticas valencianas (62%) reconocía que sus beneficios iban a caer en plena temporada alta.

Los crecimientos esperados, aunque comeditos, del consumo de las familias de Reino Unido, Alemania, Francia y países nórdicos, unidos a la recuperación del gasto asociado a los viajes de los españoles en la segunda mitad de 2014, ayudarán a mejorar los números del verano de 2014, según **Exceltur**.