

Huelva, uno de los cuatro únicos destinos urbanos que ha crecido durante la crisis

La rentabilidad hotelera de la capital sube un 3,7% frente a una caída media del 10,8% · Sólo Santander y Tarragona mejoran los resultados · La promoción y los convenios con touroperadores favorecen los resultados

ANA VIVES CASAS / HUELVA | ACTUALIZADO 08.03.2012

Mientras el turismo lucha por mantenerse en los destinos estrella (la Costa y la Sierra) de la provincia, en la capital avanza con paso firme. Y lo hace hasta el punto de convertir la ciudad en uno de los cuatro únicos destinos urbanos del país (de un total de 51) que han sido capaces de crecer durante la crisis.

El comportamiento que ha dejado Huelva es aún más meritorio si se tiene en cuenta que los grandes perdedores de la crisis han sido precisamente estos destinos urbanos, donde se han registrado caídas en los ingresos por cada cama disponible superiores al 60%, según el Barómetro de la Rentabilidad y Empleo de los Destinos Turísticos Españoles realizado por Exceltur.

El avance se mide en términos de rentabilidad, concretamente del Rev PAR (ingresos por habitación disponible), que aumenta entre 2008 y 2011 un 3,7% en la capital onubense (sólo superado por Santander y Tarragona) frente a una caída media del 10,8%. Esa variación positiva ha sido posible porque, en contra de lo que otros destinos se han visto obligados a hacer, prácticamente se han mantenido los precios (la tarifa media diaria ha pasado de 65,8 euros de 2008 a los 66,3 euros de 2011).

Los destinos urbanos dependen en gran medida de los viajeros nacionales y del turismo de negocios. Desde que se inició la crisis económica, ambos segmentos han registrado una tendencia a la baja y todavía no han encontrado suelo, lo que ha obligado a los hoteleros de los enclaves urbanos a reducir la rentabilidad y a estrechar márgenes para tratar de captar clientela. Pero en Huelva, el comportamiento se justifica fundamentalmente por el impulso de la promoción y la firma de convenios con grandes touroperadores como Multiplica la luz, un producto turístico que suma la complementariedad de dos grandes destinos que se unen por cercanía geográfica: Sevilla, como componente cultural y Huelva como destino de naturaleza y playas.

A juicio del concejal de Turismo del Ayuntamiento de Huelva, Ángel Sánchez, "se trata de un balance que refuerza la apuesta municipal por el sector del turismo y comercio como la mejor manera de afrontar la crisis". Para Sánchez, además se trata de un indicador que muestra que "vamos por el buen camino". En este sentido, desde el Ayuntamiento se apunta a que el turismo es en estos momentos "una oportunidad de futuro para Huelva, una fuente de riqueza y empleo, por la que tenemos que seguir apostando". La tendencia alcista del turismo que se está dejando notar en Huelva en estos años se debe, según el concejal, "a la buena imagen de ciudad que hemos conseguido en estos años con una importante transformación de nuestra estructura urbana y con nuevas iniciativas de promoción y desarrollo como el primer Plan Estratégico de Turismo Sostenible", subrayó.