Andalucía TURISMO DIGITAL
DIARIO DE ACTUALIDAD TURÍSTICA

Más de la mitad de los hoteleros andaluces prevén mayores ventas y rentabilidad este verano (Diario Sur)

La Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revela que el 54% pronostica un aumento de los beneficios El informe confirma el agravamiento de la estacionalidad en los destinos del litoral andaluz en el comienzo del año

Diario Sur-P. Martínez | 05/05/2006

El sector turístico andaluz afronta con optimismo la temporada alta. La Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur revela que más de la mitad de los hoteleros andaluces -el 58,6%- prevé un incremento de las ventas en los próximos meses.

Además, lo más destacado es que casi seis de cada diez -el 54,1%- empresarios espera que en esta ocasión este repunte de reservas vaya acompañado de un incremento de los beneficios empresariales.

Un dato importante si se tiene en cuenta que esta gran patronal destacaba del balance de 2005 que Canarias y Andalucía fueron los únicos destinos del litoral mediterráneo que no consiguieron traducir la mayor afluencia de turistas en una mejora de los beneficios empresariales de los negocios turísticos en el ejercicio pasado, sino todo lo contrario, acusaron una caída de la rentabilidad.

El último informe de Exceltur pronostica un cambio de tendencia y constata que el nivel de confianza entre los empresarios turísticos en Andalucía mejora de la mano de las positivas expectativas para el segundo trimestre y la campaña de verano, a pesar de que tachan de «modesto» el comienzo de año.

«Con una Semana Santa que la mayoría de los empresarios del sector turístico andaluz han valorado como muy similar o ligeramente mejor que la de 2005, las expectativas en términos de ventas y rentabilidad para el segundo trimestre del año son mayoritariamente positivas», apunta la gran patronal. Y eso que este 'lobby' turístico confirma que el devenir del sector en Andalucía en los primeros meses ha estado marcado por unas condiciones climatológicas adversas que han podido condicionar, sobre todo en las zonas de costa, los resultados empresariales de este primer trimestre y a agudizar la estacionalidad.

Factores

A ello añade que ha sido tanto el comportamiento de la demanda externa como del turista nacional el que ha marcado este retroceso en términos de ventas en las zonas turísticas costeras de Andalucía, con diferentes intensidades y combinaciones por destinos. en este sentido, destaca la «intensa» caída de las pernoctaciones extranjeras en la Costa del Sol respecto al buen comportamiento de la demanda nacional, sucediendo lo contrario en la Costa de la Luz de Huelva, donde la demanda extranjera registró un intenso crecimiento, si bien su peso relativo dentro del total de la demanda es todavía poco significativo.

El informe refleja una evolución a dos velocidades en el sector hotelero andaluz. Así, revela que mientras que el total de las pernoctaciones en Andalucía descendieron un 3,1% en los

tres primeros meses de 2006, el mismo indicador para el conjunto de las principales zonas turísticas en la costa experimentaba una caída del 7,0%. Por contra, la demanda en alojamiento hotelero en las principales ciudades turísticas andaluzas registraba intensos crecimientos interanuales, especialmente la ciudad de Sevilla dónde el número de pernoctaciones en el acumulado hasta el mes de marzo crecía un 6,8% respecto al primer trimestre de 2005.

Exceltur alerta de que «se torna cuanto menos inquietante, que un año más no se percibe ningún progreso sustancial en clave de desestacionalización». En este sentido considera que éste debería ser la prioridad en el Plan de Turismo Sostenible para el periodo 2007-2010, mediante el desarrollo de otros productos con un elevado recorrido de crecimiento en la Comunidad, como el turismo cultural, de reuniones y náutico.

La encuesta revela además que gran parte de la llegada de turistas a Andalucía en el inicio del año se produjo a bordo de una aerolínea de bajo coste. De hecho, apunta que el 50,8% de la entrada de pasajeros internacionales en el primer trimestre del año utilizaba este tipo de compañías, porcentaje que destaca que está «significativamente por encima de la media para el conjunto de España, que se ubicaba en el 30,4% en el mismo periodo de tiempo».