

Las empresas turísticas recuperan el empuje inversor y un 55% confía en subir las ventas

Su principal preocupación es la caída del gasto medio, por lo que un 27% cree que el beneficio caerá

J.J.M.

ALICANTE.— El optimismo ha vuelto al sector turístico. Después de muchos trimestres en el que el empresariado del sector de ocio de la Comunidad Valenciana ha sido uno de los más pesimistas de España, tal como se ha reflejado en la caída de inversiones del ramo, los buenos resultados de la pasada campaña turística van a dinamizar el sector. Según la última informe de coyuntura realizada por el principal lobby empresarial del turismo, Exceltur, un 54,7% de los empresarios del ramo encuestados prevén entrar en el último trimestre del año con un aumento de las ventas. Se trata de una de las regiones que con más confianza encara el futuro y es, junto a Baleares, uno de los dos destinos de sol y playa que afrontan con más entereza el cierre de 2005.

Los datos de Exceltur prosiguen que un 31,3% de los empresarios turísticos valencianos considera que van a mantener sus actuales porcentajes de ventas mientras un 14,1% cree que van a decrecer. Los

principales competidores de la Costa Blanca son más pesimistas, ya que en Canarias un 25,4% de los encuestados pinta un negro futuro y en Baleares esta cifra se sitúa en torno al 15,2%. Cataluña y Murcia, por otro lado, superan el 25%.

En cuanto a lo que se refiere estrictamente a los beneficios, los empresarios de la Comunidad son más cautos. Más de un 44% creen que va a aumentar, pero un 27% considera que menguarán. La disparidad en ambos casos viene dada por la caída en el gasto medio y la estancia de los viajeros, que ha repercutido de forma notable en las cuentas de resultados de las empresas del sector.

Además, el informe de Exceltur registra un progresivo crecimiento de los destinos de interior en detrimento del sol y playa, especialmente en los meses que siguen al verano. De todos modos, la organización empresarial que aglutina a las mayores sociedades del ramo considera que tanto la Comunidad Valenciana como Baleares y Andalucía prosiguen una «senda de recu-

peración a lo largo de este año, pese a sus diferentes velocidades. Asimismo, el estudio ubica a la Costa Blanca entre las regiones que han cerrado una campaña veraniega positiva, con un desarrollo del 5,3%, pese a que los mayores incrementos han sido los vividos por las costas de Huelva, Granada y Málaga.

El motivo principal en el que justifica Exceltur, a escala nacional, la

caída del gasto medio es la presencia de destinos con altos niveles de ocupación (el Caribe) o atentados terroristas (los países islámicos del Mediterráneo).

«La redistribución de flujos turísticos británicos y alemanes hacia España desde otros destinos competidores debido a los atentados terroristas y catástrofes naturales es el principal factor explicativo del crecimiento» que se ha producido de las pernoctaciones de ambos mercados, añade el estudio de Exceltur.

Asimismo, este lobby considera que se ha producido un comportamiento mucho más activo y beneficioso en los destinos que han apostado por ofertas de ocio alternativas al sol y playa, y en cuanto al segmento hotelero, el crecimiento de la ocupación ha sido más consistente en los establecimientos de categorías altas.

Por otro lado, el estudio rechaza que las agencias de viaje y touroperadores estén perdiendo dinero con el auge y aparición de otras formas de organizar los viajes. Consideran que la demanda se ha ampliado.

Las firmas del sector se muestran más confiadas hacia el futuro que sus competidores

mejoría del sector es el fulgurante crecimiento de la demanda interna lo largo del año. Asimismo, espera una reactivación futura de los mercados internacionales por los recelos que se han instalado en otros destinos por catástrofes natu-

Los balnearios llegan al 100% de ocupación en el puente

La consellera de Turismo, Milagros Martínez, destacó ayer el nivel de ocupación del «cién por cien» que registran los balnearios de la Comunidad Valenciana durante este puente de Todos los Santos, según una información facilitada al Consell por la Asociación Valenciana de Estaciones Termales (Avet).

Martínez afirmó que este «excelente resultado» confirma el apoyo que ofrece la consellería de Turismo a este valioso componente de la actividad turística que es el Turismo de Salud, tanto a través de líneas de ayudas a la inversión como en los proyectos «derivados» para conseguir «una mejor y mayor comunicación de la presencia de dicho producto dentro de la oferta turística de la Comunidad Valenciana».

Asimismo, subrayó que el grado de desarrollo de las vacaciones de Belleza y Relax «manifestó la firme implantación de un producto turístico capaz de aportar elementos de diferenciación, al tiempo que también refleja la gran diversidad de la oferta turística de la Comunidad». Los datos de un informe, realizado por la consellería de Turismo, reflejan el importante crecimiento de la modalidad de Belleza y Relax dentro de la oferta global del Turismo de Salud en la Comunidad Valenciana.

Así, desde 1998 hasta la actualidad, el número de plazas ha aumentado un 32% y se ha pasado, por tanto, de las iniciales 4.000 plazas de hace siete años a las 17.000 con las que se cuenta en 2005.

Según las mismas fuentes, este crecimiento también se registró a nivel global en el producto Turismo de Salud, ya que la oferta ha aumentado un 175% con los 44 establecimientos existentes a fecha de hoy, 28 más que los registrados en el año 1998. En el caso de la demanda, el volumen de pernoctaciones registradas en los balnearios en los últimos cinco años ha crecido un 14%. Martínez tildó estas cifras de «más que satisfactorias» para un sector de la actividad turística «en constante crecimiento», y que, además, está integrado por establecimientos hoteleros que proporcionan, junto a su oferta de alojamiento y servicios, tratamientos antiestrés y de cuidado de la forma física, como el terapéutico, la falasoterapia y los tratamientos marinos, manifestó la consellera.

Crecimiento espectacular

El crecimiento «espectacular» de esta oferta turística está propiciado también, en su opinión, por el hecho de que la Comunidad Valenciana es «extremadamente rica en aguas minero-medicinales y termales».

De hecho, existen 116 puntos repartidos por todo el territorio valenciano, entre manantiales y fuentes.



Imagen de la playa de Xàbia, con el parador al fondo. / LESLIE HEVESI

J.J.M.

ALICANTE.— De cara al cuarto trimestre, las expectativas de los empresarios son mejores en aquellas «dependientes de la demanda española», según destaca el capítulo que busca proyecciones de futuro de Exceltur. En este sentido, beneficia de forma destacada un calendario laboral «especialmente propicio para la realización de los viajes cortos». Eso sí, todas las conjeturas

La principal fortaleza del sector está en casa

están supeditadas a la evolución que tenga el precio del combustible y su posible repercusión tanto en el precio de los pasajes de avión como en el ahorro de los ciudadanos de la Unión Europea, especialmente en Alemania. Además, la percepción de inseguridad que se ha adueñado de del

Mediterráneo oriental y el Caribe debería ser uno de los elementos que permitan un mayor crecimiento en los próximos meses, especialmente en cuanto a los destinos de sol y playa. De hecho, el informe de Exceltur asegura que será Canarias la región que puede ser más beneficiada como efecto

colateral de las tragedias que se han producido en diferentes puntos del globo. De todos modos, el informe es muy explícito a la hora de establecer que el principal aval con el que contarán los empresarios del sector en los próximos meses seguirá siendo la demanda nacional. Para el turista

extranjero, otra de las circunstancias que el lobby cree que se van a acentuar los próximos meses es la caída del gasto medio del viajero, así como una «ligeramente desaceleración» en cuanto a las pernoctaciones hoteleras. De todos modos, la caída en el gasto diario se verá compensada por la llegada de más turistas en el último trimestre. Así, el balance final del año será positivo, según Exceltur.