

# El turismo repunta otra vez en agosto, pero la ocupación hotelera apenas supera el 50%



Los empresarios hacen un balance positivo del verano porque han llegado un 5% más de turistas, pero dicen que las cifras son de crisis

ZARAGOZA. Los empresarios turísticos hacen un balance positivo de este verano porque han llegado más viajeros. Pero, lejos de la valoración «triumfalista» que están haciendo las administraciones de los datos de este sector, recuerdan que el repunte de turistas ha sido tímido, que las cifras aún son de crisis y que han tenido que bajar los precios para ser más atractivos. «Los gobiernos están deseosos de dar buenas noticias. Y aunque los datos están bien porque hemos subido, todos sabemos dónde estamos y que queda mucho camino por recorrer. Estamos contentos, pero no eufóricos», sintetiza José Manuel Ferrero, presidente de la Asociación de Cámpines de Aragón.

En general, los empresarios prevén cerrar este verano con un 5% más de pernoctaciones. Pero por desgracia, esta mejoría no ha sido suficiente para regresar a unos buenos niveles de ocupación, que es lo realmente importante. De hecho, los hoteles aragoneses cerraron julio al 33%, según los datos oficiales del Instituto Aragonés de Estadística (Iaest). «Teniendo dos de cada tres habitaciones libres, un hotel tiene pérdidas», señala José Luis Yzuel, presidente de los Empresarios de Hostelería y Turismo de Aragón (Cehta). Agosto ha ido algo mejor, pero no para lanzar cohetes, ya que estos empresarios calculan que la ocupación hotelera apenas habrá superado el 50%.

Yzuel señala que la principal causa de que la ocupación se haya quedado en cifras tan mejorables es que se partía de niveles «muy bajos». Pero también ha afectado el «mal tiempo» que ha hecho este verano —especialmente en la primera quincena de julio—, la caída de la estancia media del turista que visita Aragón —que sigue por debajo de los dos días— y el aumento de la oferta disponible. Esto último resulta paradójico, pero lo cierto es que Aragón dispone ahora de casi 14.000 plazas turísticas más que en 2008 (incluyendo hoteles, casas rurales, cámpines...). En definitiva, hay una demanda «floja» y más oferta, por lo que las empresas se reparten la «tarta» de clientes en trozos muy pequeños.

Aun así, los empresarios valoran muy positivamente ese aumento del 5%, que convierte al turismo en uno de los sectores que más están tirando de la incipiente recuperación de la economía regional.

En cuanto a los cámpines, estos cerraron julio al 33%, pero en los primeros 20 días de agosto estu-

vieron al 90% en bungalós y al 80% en acampada, según los cálculos de Ferrero. El problema para ellos —continúa— es que la recesión ha causado que los días de temporada alta se reduzcan: «Antes era del 15 de julio hasta el puente de la Asunción, pero ahora se limita a esa primera parte de agosto».

**La fortaleza del turista extranjero**  
«Los cámpines han resistido mejor la crisis que otros subsectores turísticos porque siempre hemos tenido muchos turistas extranjeros y todo los años estamos en una quincena de ferias fuera de España —explica—. Por eso, mientras el turista nacional no ha podido venir por la crisis, el extranjero nos ha salvado». Del repunte del 5% que se ha producido en general, el turista extranjero ha sido el que más ha tirado de este incremento (ya que han llegado un 12% más), mientras que el nacional parece que se recupera, aunque lentamente (+3,6%).

Precisamente, el cierre del túnel del Somport en julio fue la causa principal de que la Jacetania no notara un repunte ese mes, sino que descendiera levemente: la comarca perdió un 9% de clientes extranjeros, que son sobre todo franceses. Sin embargo, esperan cerrar agosto al 60%, lo supone un ligero incremento.

Peor les ha ido a las casas rurales, cuyo presidente, Jesús Marco, dice que su verano ha sido «más flojo que el pasado», pese a que calculan que han cerrado agosto con una ocupación del 70%.

**C. LARROY**

## Los beneficios se congelan al caer los precios

El sector pide a las administraciones un plan estratégico «con suficiente dotación» que les permita mejorar sus servicios y más inversión en promoción

ZARAGOZA. El repunte de viajeros de un 5% este verano no ha logrado que las empresas turísticas de la Comunidad hayan aumentado sus beneficios, sino que estos, en general, se han mantenido estables. La razón, explica Jesús Boillos, secretario de la Asociación de Hoteles de la Provincia de Zaragoza, es que «los gastos han aumen-



El centro de Jaca estuvo ayer lleno coincidiendo con la celebración del tradicional mercado medieval. LAURA ZAMBORAIN



ANTONIO GARCÍA/BYKOFOTO

### Periodistas chinos visitan Los Amantes y la iglesia de San Pedro

Una delegación de periodistas chinos visitó ayer el Mausoleo de Los Amantes de Teruel y otros atractivos turísticos de la provincia dentro de un recorrido por Aragón. Uno de los integrantes de la expedición, Zkimoa He, se mostró «impresionado» tras su recorrido por la iglesia de San Pedro porque, además de su visita interior, incluye un paseo perimetral para conocer de cerca la arquitectura de este templo mudéjar. También resaltó el atractivo de Albarracín, una ciudad que, según dijo, transmite «tranquilidad». **L. R.**

tado, sobre todo por los impuestos, mientras que los precios se han congelado este año» tras varios ejercicios rebajándolos. «El problema es que hay que hacer mucho para facturar lo de antes: ha subido el precio de la luz, el gas, el IVA, el IBI...», mientras algunos empresarios tienen ahora mismo los precios de hace diez años», añade Pedro Marco, presidente de los empresarios de la Jacetania.

Esto puede comprobarse en la propia capital aragonesa donde, según los informes de la patronal turística **Exceltur**, dormir en una habitación de hotel cuesta ahora 49,6 euros de media, frente a los 65,4 de 2009. Esto la convierte en la octa-

va ciudad más barata de los 54 principales destinos urbanos de España. «Para el cliente puede ser bueno, pero para las empresas es malo porque necesitan ser rentables para no entrar en un círculo vicioso en el que no se tiene dinero para hacer reformas, por lo que las instalaciones languidecen y van perdiendo calidad y atractivo», argumenta José Luis Yzuel, presidente de la Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Aragón (Cehta).

Por todas estas razones, y para intentar salir de la crisis cuanto antes, el sector pide a las administraciones que ayuden a estas empresas, que intensifiquen la promo-

ción («Aragón tiene muchos atractivos desconocidos», explica Yzuel) y que se cree un plan «que realmente esté dotado». «Siempre se dice que somos un sector estratégico, pero luego a la hora de la verdad se hacen planes con una dotación presupuestaria mínima. Un hotel necesita invertir y renovarse cada cierto tiempo para ser atractivo», añade Yzuel.

También reclama más apoyo el presidente de las casas rurales, Jesús Marco, quien critica que las subvenciones dedicadas a la formación y a la promoción se han recordado mucho, especialmente en el último año.

**C. L.**