

Exceltur alerta de la caída de ingresos en Andalucía por el frenazo nacional

● El 52% de los empresarios cierran 2012 con menos beneficios, según un informe del 'lobby'

R. E. MÁLAGA

Un 52,2% de los empresarios turísticos de Andalucía han cerrado el año 2012 con una caída de los beneficios y un 58,7% con un descenso de las ventas en comparación a las registradas 2011 debido, fundamentalmente, a la menor demanda del mercado nacional, según un informe realizado por la **Alianza para la Excelencia Turística** (Exceltur). No obstante, hay algunos destinos de la costa andaluza que sí han conseguido cerrar con ingresos por encima de los del ejercicio anterior. Este balance es negativo en la mayor parte de los destinos españoles, a excepción de las Islas Baleares, que cierra con mejoría en ventas y resultados. Las más perjudicadas por la caída son ciudades y destinos del interior y de naturaleza, que son más dependientes del mercado nacional.

Según una encuesta realizada por **Exceltur** a los empresarios, los ingresos por habitación disponible (*RevPAR*) descendieron en el conjunto de la región un 2,1% durante 2012. Dentro de las principales zonas del litoral mediterráneo y archipiélagos, la mayoría de los destinos con balance positivo lo obtienen de la



Turistas en la terraza del hotel Molina Lario, en Málaga.

JAVIER ALBINANA

“El turismo no es un flotador que lo aguanta todo”

El vicepresidente ejecutivo de la **Alianza para la Excelencia Turística** (Exceltur), José Luis Zoreda, advirtió ayer que, aunque el sector turístico parece “ajeno e inmune” a la situación económica actual, no es un “flotador” que lo aguante todo. Zoreda destacó que el turismo español en 2012 ha tenido “luces y sombras”, ya que mientras que se ha situado como el primer sector exportador, con más de 43.000 millones de divisas, la debilidad



del consumo se ha reflejado en una caída de las ventas del 1,6%. El representante del *lobby* turístico puntualizó que estas “sombras” son consecuencia de “políticas contradictorias”, como el incremento de tasas aeroportuarias, la subida de IVA u otras actuaciones como la reducción del programa del *Imsero*. Por todo ello, subrayó como retos del sector turístico español la reinversión y diferencias de la oferta turística.

demanda extranjera y el buen posicionamiento de los mercados que mejor comportamiento han tenido, como son los emisores nórdico, ruso y británico.

En este sentido, dentro del litoral andaluz, destaca la costa de Almería, con una subida del 4,6% y un avance de la demanda extranjera, que ha compensado gran parte de la caída nacional y ha posibilitado ajustar tarifas al alza, precisa el balance de **Exceltur**. Sin embargo, las zonas costeras andaluzas más dependientes del turista español han cerrado 2012 con retrocesos de los ingresos turísticos, caso de la Costa de la Luz en Cádiz, con un 4,6% menos; la de Huelva, un 1% menos y la Costa del Sol, en Málaga, un 1,5%.

El balance empresarial del *lobby* turístico sí destaca que los indicadores de ingresos han sido negativos en casi todos los destinos urbanos, con la excepción de Granada y el País Vasco, que tie-

Según **Exceltur**, el 55% de los consultados confían en cambiar la tendencia negativa para este año

nen más posicionamiento en el mercado internacional. En el caso de la ciudad andaluza, se ha incrementado un 4,1%.

Los destinos de sol y playa han concentrado el crecimiento del turismo extranjero, especialmente en Baleares, Tenerife, Lanzarote y La Palma y el litoral andaluz, valenciano y catalán. Confiando en que en 2012 se haya tocado fondo, un 55,3% de los empresarios turísticos de la comunidad espera que cambie su tendencia de resultados, vía ajustes de oferta y recortes de costes, aunque un 80,4% estima que en 2013 se producirá una leve caída de ventas.