LA VERDAD
ALICANTE

17/01/2012

Tirada: 51.899 Categoría: Comunidad Valenciana
Difusión: 38.877 Edición: Alicante
Audiencia: 182.000 Página: 1

AREA (cm2): 107,9 OCUPACIÓN: 9,8% V.PUB.: 41 € NOTICIAS EXCELTUR

ECONOMÍA

Más de la mitad de los empresarios turísticos prevé elevar sus ventas

Alicante promocionará en el Fitur más austero su litoral, naturaleza, cultura y gastronomía

Más de la mitad de los empresarios turísticos de la Costa Blanca espera elevar sus ventas durante el presente año, según revela un informe de Exceltur. No obstante, ese aumento de las habitaciones ocupadas solo traerá un incremento de los beneficios para un 42%, según las propias estimaciones de la patronal. La provincia acude unida en un mismo stand al Fitur más austero, donde promocionará el litoral, la naturaleza, la cultura y la gastronomía. **Z. G.** P10

LA VERDAD
ALICANTE

17/01/2012

Tirada: 51.899 Categoría: Comunidad Valenciana
Difusión: 38.877 Edición: Alicante
Audiencia: 182.000 Página: 10

AREA (cm2): 867.8 OCUPACIÓN: 78.9% V.PUB.: 4.450 € NOTICIAS EXCELTUR

Más de la mitad de los empresarios turísticos prevé elevar las ventas

Exceltur sitúa a la Costa Blanca como el destino que más creció entre los españoles, al subir un 9,4%, aunque alerta de una menor demanda doméstica para 2012

:: Z. GUILLÉN

ALICANTE. La industria turística de la Costa Blanca resiste a la crisis y se convirtió el pasado año en uno de los pocos sectores que arrojó cifras positivas en el tejido económico de la provincia. Así lo refrendaron las estadísticas oficiales y las propias valoraciones de los representantes patronales. Y todo apunta a que repetirá ese liderazgo en el presente ejercicio, a pesar de la incertidumbre que genera la crisis. El último informe de perspectivas del 'lobby' Exceltur, resalta que más de la mitad de los empresarios turísticos de la Comunitat Valenciana prevé aumentar las ventas.

La citada encuesta refleja que se mantiene el optimismo de cara a 2012, en concreto un 53,2% de los profesionales consultados augura una evolución al alza, aunque también es cierto que aquellos que esperan un incremento paralelo de los beneficios son bastantes menos –42,6%–. Y es que una cosa es llenar las habitaciones y otra alcanzar la rentabilidad, ya que las empresas han mermado sus estrechos márgenes y en muchos casos han entrado en resultados negativos.

Aún así, los hoteleros alicantinos, al igual que el resto de los dependientes de la demanda extranjera de 'sol y playa', seguirán favoreciéndose de su valor seguro en el Mediterráneo, frente a la inestabilidad en el Norte de África. Algo que ya quedó constatado a lo largo de 2011. De hecho los establecimientos vacacionales cerraron con el mejor balance de los últimos años, gracias a notables subidas generalizadas. Los británicos confirmaron de nuevo su fidelidad, –pese a su perfil 'paquetizado' y con un menor gasto medio–, a la vez que se constató un impulso de los turistas rusos y nórdicos –de mayor capacidad–.

El gasto del cliente nacional

Pero serán los clientes españoles quienes en verdad se encargarán de marcar el resultado definitivo. Y ahí aparecen más sombras, ya que el consumo del cliente nacional se contrae aún más, muy condicionado por la pérdida de poder adquisitivo de las familias españolas.

Y es que ya el pasado año la gran mayoría de indicadores de la demanda de los españoles, que suponen la mitad del consumo turístico del país, se sitúa en caídas cercanas al 2%, intensificándose en el cuarto trimestre. De ahí que se acrecienten las dudas sobre cómo se comportará el próximo verano el mercado doméstico, que resulta determinante para la temporada alta.

El balance empresarial presentado ayer por Exceltur, que agrupa a las principales compañías turísticas españolas, sitúa a la Costa Blanca como el destino que más creció en 2011 entre los españoles, con un repunte del 9,4%, seguida de la Costa de Valencia (+9,2%) y Costa Luz de Huelva (+6,4%).

Sin duda, un dato importante a tener en cuenta ante la que se avecina en la próxima campaña estival, en función de los efectos derivados de la mayor contracción del consumo turístico en las familias.

Así que se da por seguro que los hoteleros alicantinos tendrán que continuar haciendo un esfuerzo notable en el ajuste de los precios para poder mantener un buen nivel de ocupación en julio, agosto y septiembre. No queda otra opción.

En cuanto a los extranjeros, más allá de los británicos, las mejores noticias por mercados para 2012 provendrán, precisamente, del área del Este, con los rusos a la cabeza. Además, los ingresos de alemanes y holandeses podrán mantenerse. Desde Exceltur anticipa que en su conjunto el PIB turístico español crecerá este año un 0,2 % gracias al trasvase de turistas desde el Mediterráneo oriental, de forma que este indicador se sitúe en niveles similares a 2011, que cerró con un crecimiento del 2,6 %.

El presidente de esta alianza empresarial, Sebastián Escarrer, aprovechó ayer la presentación del informe en Madrid para instar al presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, a «liderar» y poner en marcha cuanto antes el Plan Integral de Turismo prometido en su discurso de investidura para conseguir que el sector sea el motor de recuperación económica de España. Escarrer subrayó que así se lo pedirá hoy, durante la celebración del VI Foro de Liderazgo Turístico de Exceltur.