

BALANCE DE EXCELTUR

Más de la mitad de los empresarios turísticos de Andalucía cierran 2012 con una caída de beneficios y ventas

La actividad en España ha caído un 1,6%, cuatro décimas más de lo inicialmente previsto

MÁLAGA, 17 (EUROPA PRESS)

Un 52,2 por ciento de los empresarios turísticos de Andalucía han cerrado el año 2012 con una caída de los beneficios y un 58,7 por ciento con un descenso de las ventas con respecto al año 2011, motivado fundamentalmente por el descenso en la demanda del mercado nacional, según la encuesta realizada por la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur). No obstante, hay algunos destinos de la costa andaluza que han conseguido cerrar con ingresos por encima de los del ejercicio 2011.

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 la España Verde, que son más dependientes del mercado nacional.

Según la encuesta realizada por Exceltur a los empresarios, los ingresos por habitación disponible (RevPAR) han descendido en el conjunto de la región un 2,1 por ciento durante 2012. Dentro de las principales zonas del litoral mediterráneo y archipiélagos la mayoría de los destinos con balance positivo lo obtienen de la demanda extranjera y el buen posicionamiento de los mercados que mejor comportamiento han tenido: nórdico, ruso y británico.

En este sentido, dentro del litoral andaluz, la costa de Almería, con un incremento del 4,6 por ciento, ha experimentado 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, un 4,6 por ciento menos; la de Huelva un uno por ciento y la Costa del Sol, en Málaga, un 1,5 por ciento menos.

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

En Málaga el RevPAR ha caído un 3,1 por ciento; en Sevilla un 7,5 por ciento, en

Almería un ocho por ciento y en Córdoba un 10,9 por ciento, según los datos dados a conocer este jueves.

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 por ciento de los empresarios turísticos espera que cambie su tendencia de resultados, vía más ajustes de oferta y recortes de costes, aunque un 80,4 por ciento estima para 2013 una leve caída de ventas.

CONJUNTO DE ESPAÑA

La actividad turística en España ha caído un 1,6 por ciento en 2012, cuatro décimas más de lo inicialmente previsto, en el conjunto de España debido a una intensificación de la caída del consumo de los españoles, lo que ha provocado un descenso del 77,1 por ciento de las ventas empresariales afectando por primera vez al empleo, con 23.279 afiliados menos en las ramas turísticas, según Exceltur.

En rueda de prensa para hacer balance del año 2012, el vicepresidente del 'lobby', José Luis Zoreda, ha asegurado que, a pesar de ello, el sector cierra el año con mayor capacidad exportadora, con 43.327 millones de ingresos en la balanza de pagos, además de ser el sector que más contribuirá a financiar el déficit por cuenta corriente --un 66 por ciento hasta octubre--.

El descenso de la actividad turística se explica por la caída del consumo turístico de los españoles y la ralentización de la demanda extranjera hacia España en el cuarto trimestre del año. Según Exceltur, esto se debe al efecto de la subida de las tasas aéreas y del IVA en un contexto de debilidad de la demanda, como ya anticipó la organización antes del verano.

Las empresas turísticas no han podido aguantar el efecto de la caída de sus márgenes y ventas lo que les ha obligado a ajustar las plantillas para ajustarse a menores niveles de demanda. En el último trimestre del año, se han registrado 23.279 afiliados menos en las ramas turísticas que los niveles en los que se cerró 2011.