

## Nueve de cada diez empresarios del turismo prevén ganar más en verano

La Costa Blanca encadenó en junio el segundo trimestre de aumento de ingresos por habitación, aunque aún a mucha distancia de los destinos de las islas

- BERNAT SIRVENT | ALICANTE @BernatSirvent

Aunque crecen las voces que apuntan a los cambios educativos introducidos para el adelanto de exámenes de septiembre a julio como factor de pérdida de clientela en el primer mes vacacional por excelencia en la Costa Blanca, todo indica que se registrará una temporada alta excepcional. Así lo subrayan los empresarios de la Costa Blanca encuestados por el 'lobby' de las grandes empresas turísticas de España, Exceltur, en un informe de perspectivas divulgado ayer.

### EN SU CONTEXTO

# +4,2%

Aunque el crecimiento del PIB turístico en el segundo trimestre se encuentra ligeramente por debajo del 4,2 % del mismo período de 2013, supera al del conjunto de la economía española, del 0,9 %, lo que consolida al sector turístico como el gran motor de la recuperación de España, según explica el 'lobby' turístico Exceltur.

Concretamente, el 40% de los empresarios hoteleros y hosteleros de Alicante y su provincia prevén vender más que en el verano anterior e incluso obtener más ingresos. Además, otro 44% de los negocios vaticina que, al menos, mantendrá sus ventas e ingresos, lo que deja en un minoritario 16% el porcentaje de pymes que prevén bajar su facturación entre julio y agosto.

- El aeropuerto anota el tercer récord mensual consecutivo

La actividad turística crecerá un 2,4 % en el conjunto de 2014, tras un incremento del 3,1 % que se produjo en el segundo trimestre del año, debido en buena parte al repunte de la demanda española, según las previsiones de la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur. De esta forma, Exceltur revisa al alza sus estimaciones del crecimiento del PIB turístico en 2014 desde un 2 % al que apuntaba en abril, y lo hace gracias a este mejor escenario previsto para el consumo de los españoles, así como la consolidación de la recuperación económica en gran parte de los mercados emisores europeos.

El vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, afirma, no obstante, que el ritmo de crecimiento de la demanda extranjera «está perdiendo empuje» ante las primeras señales de debilidad del mercado ruso, que entre marzo y mayo cayó un 9 %, y una menos acusada inestabilidad geopolítica del Mediterráneo Oriental, que había favorecido a España en los últimos meses.

Las expectativas para el verano turístico son positivas para la mayoría de destinos españoles. Exceltur prevé una recuperación del consumo interno español de julio a septiembre, lo que permitirá recuperar parte de la rentabilidad perdida en los años de crisis en la mayoría

de destinos turísticos españoles, en especial los de interior y los urbanos, así como los mediterráneos (como Costa Blanca) con gran implantación del mercado nacional.

Aun así, el litoral mediterráneo y las islas Canarias y Baleares revelan unas «expectativas muy claras de mejora de la rentabilidad empresarial en su temporada alta». Este cambio de tendencia ya se produjo en el segundo trimestre del año, cuando coincide la Semana Santa. Exceltur destaca que el litoral valenciano cerró su segundo trimestre con mejoras en la rentabilidad empresarial según el 52% de sus empresarios. Al socaire del tirón de la demanda nacional y extranjera, destaca la mejora de la rentabilidad hotelera en la Costa Blanca, con un repunte del 5,3% del Revpar (ingresos por habitación disponible), y un 17% en el caso de los establecimientos próximos a la ciudad de Valencia.

No obstante, con una mejora del 5,3%, la mejora de la rentabilidad de la Costa Blanca queda a años luz de algunos destinos insulares, como La Gomera y Lanzarote, con el 23% y el 20%, y otros peninsulares, como Costa Tropical de Granada, con un repunte del 40% entre abril y junio. Sin embargo, mucho mejor que la costa catalana, donde la rentabilidad calló un 7% en el sector turístico en general. Como ayer hiciera el presidente de Hosbec, Toni Mayor, Zoreda también mostró su preocupación por la economía sumergida en el sector y alerta de que se extiende a toda la cadena de valor turística: restauración, 'rent a car' y transportes públicos como taxis.