

## Las aerolíneas tradicionales copan la caída de viajeros en Andalucía

:: EFE

**MÁLAGA.** Las aerolíneas tradicionales sufrieron un descenso de viajeros del 35,5 por ciento en los dos primeros meses de este año en Andalucía –catorce puntos más acusado que el promedio nacional– y coparon la bajada de pasajeros que experimentaron los aeropuertos andaluces en ese periodo.

El último informe de coyuntura del movimiento aeroportuario elaborado por la Consejería de Turismo y Comercio revela que durante enero y febrero los aeródromos andaluces contabilizaron 886.185 viajeros, 112.272 menos que un año antes, lo que representa un descenso relativo del 11,2 por ciento.

Mientras que en el tráfico de bajo coste se mantuvieron las cifras, las compañías aéreas tradicionales sufrieron descensos de dos dígitos, siguiendo la tendencia del pasado año, cuando su peso en los aeródromos andaluces se situó en el 23 por ciento, cinco puntos menos que en el 2011.

Así, las aerolíneas tradicionales transportaron a 112.051 pasajeros menos en enero y febrero, mientras que las de bajo coste perdieron a 221 viajeros en relación a las mismas fechas del 2012.

Del total de viajeros acumulados en los aeropuertos andaluces hasta febrero, 370.102 eran españoles (-24,3%), y 516.083 extranjeros (+1,3%).

El informe destaca el dinamismo mostrado por los mercados de fuera de la Unión Europea, que pese a su reducida cuota (11,3% del total de extranjeros) registran un incremento acumulado en estos meses del 20,5 por ciento, entre los que resaltan Rusia y Turquía.

Por provincias, el análisis subraya la relevancia del aeropuerto de Málaga en el mercado extranjero, que el pasado febrero supuso el 83 por ciento de Andalucía. En el acumulado de los dos primeros meses, el aeródromo malagueño contabilizó 549.660 viajeros, lo que representa un descenso interanual de 22.852 usuarios (4%).

## Merino: «Las previsiones son alentadoras y vienen a destacar la importancia del aeropuerto»



Pasajeros aguardan para facturar sus equipajes en el aeropuerto malagueño. :: ÁLVARO CABRERA

### El director del aeródromo malagueño resalta la recuperación del mercado alemán y el aumento del nórdico en la temporada que hoy comienza

:: PILAR MARTÍNEZ

**MÁLAGA.** Con el cambio de hora, las aerolíneas estrenan la programación de temporada alta. El director del aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, Salvador Merino, valora el avance de estas instalaciones en un verano clave para la industria turística. «Pese al descenso del mercado doméstico, que no olvidamos, las previsiones son alentadoras pues vienen a destacar el papel y la importancia del Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol entre los aeropuertos turísticos, con la consolidación del mercado internacional, y más concretamente el europeo», declaró.

Cabe recordar, que como adelantó SUR el pasado miércoles, esta ter-

minal en esta temporada de máxima actividad que se abre hoy con 22 nuevas rutas, dejando constancia de la consolidación de su carácter internacional. En concreto, más del 80% de los asientos ofertados por las compañías son en conexiones con el extranjero y, especialmente, con países europeos, en los que el incremento de plazas es de un 10,1% y un 8,9% más de vuelos programados que el pasado verano.

#### Mercado vigoroso

En este sentido, Merino destacó: «En líneas generales, es esperanzador el vigor del mercado internacional, sobre todo por los incrementos de rutas del mercado alemán y de los mercados emergentes del centro y norte de Europa y por el sostenimiento de nuestro mercado principal, que es Reino Unido. Todo ello compensa la caída del tráfico nacional, que esperamos que se note menos en el resultado global gracias a la notable actividad del internacional».

Además precisó que este verano se vislumbra una mejora del turismo germano. «Los números revelan una recuperación firme. De hecho, los asientos programados para este verano con Alemania se han incrementado con respecto al verano de 2012, cuando manteníamos 19 rutas con el país germano. Para 2013, serán 26 las que nos conecten, es decir siete de las 22 nuevas rutas para este verano, lo que supone el 32% del total de las nuevas conexiones programadas para la temporada estival que comienza», señaló.

También es revelador el auge de los mercados escandinavos. «Estamos contentos con la fuerza que cogen las rutas con los países nórdicos, como Dinamarca y Noruega, con incrementos de asientos superiores al 30% en comparación con el pasado verano, sin olvidar que nuestro mercado principal, el Reino Unido, se mantiene sin titubeos, aglutinando el 40% del total de las plazas programadas para toda la temporada», dijo Merino.

## Ronda se suma a la ruta de Blas Infante y propone crear un centro de interpretación

:: V. MELGAR

**RONDA.** Ronda se ha sumado a la Ruta de Blas Infante, según informó la concejala de Turismo del Ayuntamiento de Ronda, la andalucista Isabel Barriga. «En estos momentos de profunda crisis nuestros municipios no pueden dejar que se borre el legado de Blas Infante. No podemos permitir que la crisis se lleve el derecho a la identidad y las señas de nuestro pueblo», explicó al tiempo que señaló que la iniciativa busca revitalizar las economías de dichos municipios.

La ruta pasaría por las poblaciones de Archidona, Cantillana, Casares, Castro del Río, Coria del Río, Isla Cristina, Lora del Río, Manilva, Medina Sidonia, Peñafiel y Ronda. «Podría ser una iniciativa de respeto a nuestra identidad y puesta en valor de nuestro patrimonio», añadió la edil.

Estas localidades podrán en marcha un itinerario turístico y cultural para lo que se ha propuesto la creación de una Mesa de Municipios por la Ruta de Blas Infante mediante la que se establecerá una coordinación para hacer realidad la idea.

### Aprobación de la bandera

En el caso de la ciudad del Tajo, la aportación que se llevará a esta Mesa será crear un Centro de Interpretación sobre Blas Infante y su relación con Ronda en el emblemático edificio del Casino, en el centro de la ciudad. En dicho inmueble se celebró en 1918 la I Asamblea Andaluces presidida por Blas Infante en la que se aprobaron las banderas, el himno y el escudo de Andalucía.

Barriga afirmó que se trasladará a la plaza del Socorro la estatua de Blas Infante, actualmente en el paseo de su mismo nombre, junto a la plaza de toros, y la bandera andaluza. «Dentro de un mes nos reuniremos en Archidona y cada municipio aportará sus ideas», manifestó la andalucesista que recordó que desde el PA en Ronda ya existía la idea de crear una ruta a nivel local sobre el Padre de la Patria Andaluza.

**L**a industria turística avisa, y el que así lo hace se le supone que no es traidor. Tras un invierno duro, para los cada vez menos valientes que se deciden a mantener sus establecimientos abiertos, pasa una Semana Santa que mejor no tenerla en cuenta como termómetro del verano. La temporada alta está a la vuelta de la esquina y los profesionales alertan de que muy bien tienen que darse estos meses de vacaciones por excelencia para poder ahogar las penas de todo un ejerci-



cio en el que la presión fiscal, el impacto de la crisis y los tizerretas sin miramientos ponen en riesgo la palanca de recuperación de la economía. Sería lamentable que después de años de esfuerzos empresariales y justo al final del túnel, el turismo deje de ser el faro que guía la reactivación porque, como históricamente ha sucedido, esa declaración de ser asunto de Estado se queda en una frase rimbombante que en los últimos años han ido decorando con resultados positivos cuando ningún otro sec-

tores aportaba, si quiera, aliento.

La industria turística avanza a pulso de los empresarios, a costa de rentabilidades y con riesgo de dejar de ser competitivos. Las administraciones respaldan, con ajustes, a una actividad sobre la que debía de girar la política económica porque si el turismo va bien, el resto de sectores funcionan, el empleo se dinamiza y las arcas estatales engordan. ¿Cómo es posible que en un momento en que pocas cosas ruedan se le pongan trabas en el camino a las que

van solas? Es la pregunta del millón que se hacen los profesionales de una industria que confía en volver a dar muestras de fortaleza y a sobrevivir al año más difícil desde el inicio de la crisis. Y es que al enfriamiento del consumo de viajes en España, el sector encara el primer verano con un IVA más alto, con un IBI actualizado y aumentado y una liquidez bajo mínimos y sin acceso al crédito. Lo único que no flaquean en estos momentos son las ganas de mantener el pulso a la crisis. Supervivencia.