

# Día de Andalucía



Getty

## VELOCIDAD DE CRUCERO PARA LIDERAR EL CRECIMIENTO

La comunidad quiere ser la locomotora de España y para ello se encomienda a sus dos puntales tradicionales, el turismo y la industria agroalimentaria

# LA LOCOMOTORA ANDALUZA AUMENTA SU DINAMISMO

A la potencia del turismo y la industria agroalimentaria, Andalucía añade las renovables, minería y Defensa, para dejar los puestos de cola en los indicadores económicos y contribuir más a la creación de empleo y riqueza en España.

J. E. Poveda SEVILLA

**A**ndalucía quiere ser la locomotora de España. La frase es repetida como un mantra en cada intervención del presidente de la Junta, Juanma Moreno, y de prácticamente todos sus consejeros del área económica. La comunidad, tercera en aportación al PIB nacional tras Madrid y Cataluña, intenta pasar del vagón de cola a tirar de la economía. Y para ello se encomienda a sus dos puntas tradicionales, el turismo y la industria agroalimentaria, a los que añade ahora la palanca de las energías renovables y proyectos industriales de peso, fundamentalmente en minería y Defensa.

El optimismo se basa en el análisis comparativo antes y después de la pandemia: se aprecia que Andalucía ha crecido en el conjunto del periodo -entre el 31 de diciembre de 2018 y final de 2022- por encima de la media nacional en PIB, ha creado empleo también por encima de la media y ha mejorado indicadores de emprendimiento en creación de empresas y sobre todo en número de autónomos. La caída del PIB per cápita en el periodo se explica por el aumento de la población.

La deuda pública de Andalucía al tercer trimestre de 2022 está en el 21,4% del PIB, frente a la media del 24,3%. Y los indicadores son positivos en cuestiones que afectan a las familias: han aumentado las matriculaciones de turismos un 0,1%, mientras que en España han caído un -4,1%. Y el ahorro ha crecido (0,8%) dos décimas por encima de la media del país (0,6%), según los datos de saldo del crédito bancario privado.

Las perspectivas son optimistas para este año, con un crecimiento estimado de entre el 1,5 y el 1,9% del PIB.

El turismo batirá este año todos los récords. Después de alcanzar los 30,8 millones de visitantes en 2022, las previsiones apuntan a que se alcanzarán los 32,7 millones, con posibilidades incluso de alcanzar los 33 si la coyuntura internacional mejora. Por encima, en cualquier caso, de los históricos datos prepandemia.

El sector ha conseguido además, pese a las limitaciones a la movilidad y la guerra en Ucrania, mejorar su rentabilidad en enclaves estratégicos como la Costa del Sol, donde en 2022 se consiguieron más ingresos que en 2019 pese a tener menos visitantes: una facturación de 17.000 millones de euros (un 18% más que cuatro años antes), un 15% más de ingresos por habitación y un 5% más de empleo.

La producción agraria va a acusar duramente la sequía, con especial castigo en cultivos claves como el olivar, donde la producción cae hasta un 60% en el peor año que se recuerda. El sector se encomienda a la exportación y a la esperanza de nuevas lluvias para intentar remontar en el segun-



La creación de empleo y el crecimiento del PIB superan la media española entre 2019-22

La alta tasa de paro y el poco peso de la industria en la economía son factores a mejorar

do semestre. La consejera Hacienda, Carolina España, justificaba precisamente con los efectos de la sequía que el PIB andaluz haya crecido en 2022 dos décimas menos que la media nacional (5,3-5,5).

## Internacionalización

Aun así, la internacionalización y la innovación, como se ha podido ver en la reciente feria de Berlín Fruit Logistica, posicionan bien a las empresas andaluzas en los mercados. Buena parte de la actividad agraria se encuentra además en pleno proceso de tecnificación, lo que augura buenas perspectivas de futuro. El sector agroalimentario de Andalucía es líder en exportaciones, que de enero a noviembre de 2022 han alcanzado la cifra récord de 12.882 millones de euros con un aumento del 14,6%.

Y no es algo que se produzca solo en la agricultura: las ventas totales de Andalucía a los mercados internacionales alcanzaron los 42.000 millones, la cifra más alta jamás alcanzada desde que existen registros homologables (1995).

Otro sector que junto al agrario está tirando fuerte de las exportaciones es el industrial. Su aportación al PIB regional está estancada desde hace dos décadas entre el 10 y 12,5% que marcó en 2000, sin alcanzar el 11% desde 2013. Medido en VAB, los registros desde la década de los 90 han oscilado entre el 10 y el 13,2% de 1996, con un

11,77% en 2021. Pero en los tres primeros trimestres de 2022 alcanzó un 13,7%.

Según los datos de la Contabilidad Regional Anual de Andalucía, en 2021 la industria generó un VAB de 17.935 millones de euros, y las previsiones del gobierno son incrementarlo en 2.000 millones de euros en esta legislatura, por lo que se prevé un incremento superior al 10% en el horizonte de 2026.

Las perspectivas son favorables: las principales industrias tractoras (Airbus, Navantia) tienen contratos asegurados para varios años en proyectos a la vanguardia tecnológica (Eurodrone, A-400M, proyecto cero emisiones, corbetas para Arabia Saudí y buques logísticos para Reino Unido...), con la posibilidad de incrementarlos incluso con nuevos proyectos.

La previsión de incremento en gasto de Defensa a nivel internacional repercute positivamente en buena parte de la industria andaluza. Y se esperan nuevos anuncios a más empresas tractoras en aeroespacial.

La minería también está viviendo un importante resurgir. Hay 350 proyectos de investigación en marcha que buscan materiales estratégicos. Sólo en minería metálica la facturación anual alcanza los 3.200 millones de euros y se espera un crecimiento del 20% en los próximos años. El sector aguarda permisos para ampliar o

reactivar importantes explotaciones y hay confianza en que triunfen prospecciones en marcha. Hasta el presidente Moreno ha manifestado que 2023 puede ser un gran año para la minería.

Aunque el sector en el que se están poniendo todos los focos es el energético. Andalucía aspira a liderar la producción nacional de, añadiendo 12 GW a los 9 GW ya instalados en la comunidad. Las licencias en tramitación suman una inversión de 17.000 millones.

Y en el ámbito del hidrógeno verde Andalucía hace valer su posición estratégica para atraer inversiones importantes, como los megaproyectos de Maersk y Cepsa, entre otras iniciativas que van a reforzar a Huelva y Algeciras como polos industriales y logísticos.

Buena parte de estas iniciativas industriales, mineras y de energía están siendo apoyadas por la administración desde la Unidad Aceleradora de Proyectos. Un organismo que no concede dinero ni ayudas, sino: agilidad administrativa, reduciendo a la mitad los tiempos de la burocracia. Actualmente la Unidad está gestionando 119 proyectos, con una inversión de 8.750 millones de euros y que suponen la generación de más de 39.000 empleos.

La Unidad Aceleradora forma parte de la estrategia de la Junta de Andalucía para eliminar burocracia innecesaria. Desde 2018 se han lanzado ya tres decretos al respecto, y se espera que el Gobierno apruebe de forma inminente un cuarto. A lo que se suma las medidas incluidas al respecto en la LISTA, nueva ley para el desarrollo del territorio.

La reducción de burocracia es, junto a las facilidades fiscales, la gran apuesta del ejecutivo andaluz para la atracción de inversores y nuevas empresas. En lo que se refiere a los impuestos de competencia autonómica, la comunidad ha pasado de liderar la carga fiscal a situarse junto a Madrid como los territorios con imposición más favorable.

El reposicionamiento andaluz en el panorama económico nacional se enfrenta, sin embargo, a amenazas de entidad. La primera es el desempleo, porque pese a los avances, Andalucía sigue siendo la comunidad con más paro de España, con una tasa del 19%. Además, tradicionalmente el mercado laboral andaluz ha sufrido mucho en contexto de desaceleración como el que se ha apreciado en el tercer trimestre de 2022 (con un crecimiento del PIB de apenas un 0,2%). La situación se mantendrá en el primer semestre, por lo que existe el temor de que se destruya empleo. Los últimos datos de 2022 respecto al paro y a la destrucción de empresas y bajas de autónomos llaman a la prudencia.

Persisten así mismo males endémicos del tejido productivo, como la baja densidad empresarial, el poco tamaño de las empresas, la escasa inversión en I+D+i, la estacionalidad, y desajustes entre las necesidades de las empresas y lo que les ofrece el mercado laboral.

Y también hay un importante déficit de infraestructuras básicas, sobre todo en temas de agua y de comunicaciones, que limitan de forma importante las posibilidades de crecimiento de muchos territorios. Lo que unido a que una parte no desdeñable de la población sigue instalada en la cultura del subsidio, hace que el desarrollo andaluz no sea armónico ni socialmente ni por territorios.

## EL 80% DE FONDOS EUROPEOS RECIBIDOS YA EN MARCHA

**Andalucía ha movilizado casi 1.350 millones de fondos MMR, el 81,37% de los créditos asignados a la comunidad y consignados en presupuestos. Se esperan 4.000 millones: un 40% está activado.**

R. Daniel MADRID

**A**ndalucía ha movilizado ya más de 1.000 millones de euros de los fondos europeos MRR, que son una parte de los Next Generation. Según datos de la Secretaría General de Presupuestos y Fondos Europeos de la Consejería de Hacienda, la Junta ha movilizado 997 millones y licitaciones por un importe de 348 millones de euros, lo que representa el 81,37% de los créditos asignados para dos anualidades.

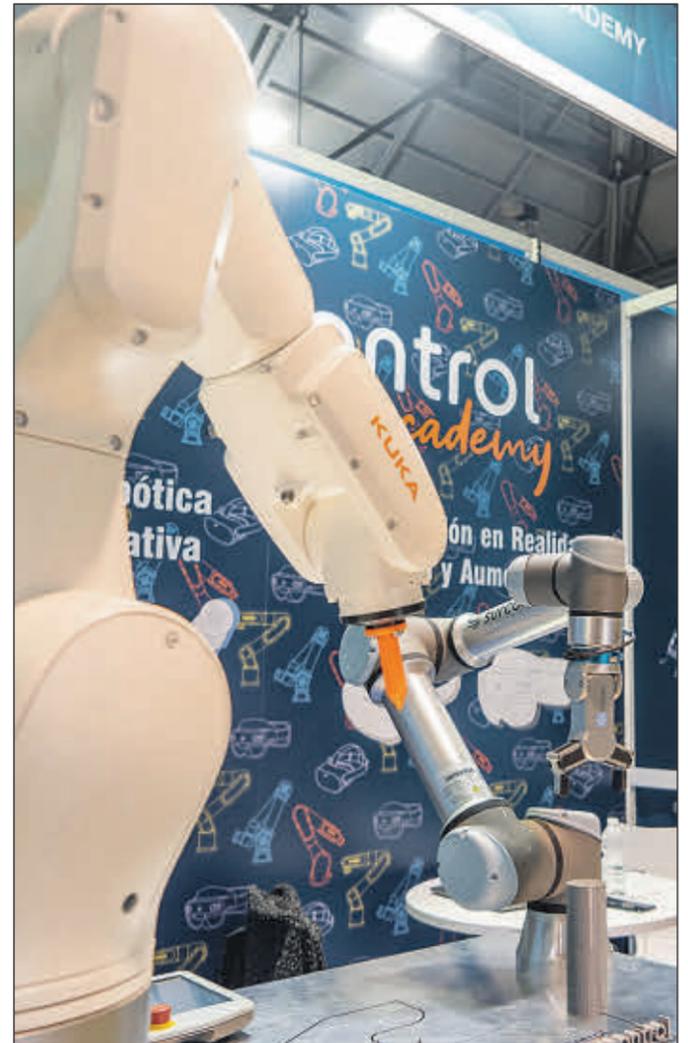
De los fondos MMR (que deben gastarse hasta 2026), la consejera de Hacienda Carolina España ha explicado que ya están activados el 40% (a la comunidad le van a corresponder casi 4.000 millones de euros). “Partiendo de la base de que a las comunidades autónomas tan solo han llegado 20.000 millones (el 25%) de los 77.700 millones asignados a España, ya que el resto son los Pertes”, dependientes del Gobierno central, “la Junta de Andalucía está poniendo en marcha estos fondos en tiempo y forma y se cumple escrupulosamente con los hitos marcados por el Gobierno”.

Carolina España insiste en que hasta la fecha se han publicado 74 convocatorias de subvenciones por un importe total de 997 millones de euros (para ejecutar entre 2021 y 2026), que en su mayor parte corresponden a las convocatorias de las consejerías de Política Industrial y Energía (27%), Empleo (17%) y Fomento (16%).

Y sobre las licitaciones, se han convocado contratos con cargo al MRR por 348 millones. En total son 271 contratos. En este ámbito, ya se han adjudicado 200 millones de euros, la mayor parte de los cuales corresponde a proyectos de la Consejería de Salud (118 millones, destinados fundamentalmente a renovar el parque de equipos de alta tecnología sanitaria).

### Poca información

Carolina España ha destacado que “es importante tener presente que Andalucía, prácticamente, ha ido a ciegas en lo referente al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, dada la falta de infor-



Las renovables son una de las apuestas de Andalucía. FERNANDO RUSO

mación por parte del Gobierno de la Nación”. La conferencia sectorial del plan, que lidera el Ministerio de Hacienda, no se reúne desde agosto de 2021 (y antes solo se había reunido dos veces más para cuestiones formales de funcionamiento); la aplicación CoFFEE, que es con la que se tiene que gestionar y controlar la tramitación, sigue sin funcionar correctamente”. En el sector privado también se está demandando más transparencia y agilidad en la tramitación de los fondos.

### ¿En qué se están gastando los fondos MMR?

	MILLONES DE EUROS	%
Agenda urbana, rural y lucha contra el despoblamiento	1.192.804.412	30,3
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	295.208.044	7,5
Transición energética justa e inclusiva	232.175.655	5,9
Una administración para el siglo XXI	150.746.832	3,8
Modernización y digitalización del ecosistema de empresas	425.300.062	10,8
Pacto por la ciencia y la innovación y refuerzo del sistema de salud	169.072.401	4,3
Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades	745.121.725	18,9
Nueva economía de los ciudadanos y política de empleo	639.551.719	17,6
Impulso de la industria de la cultura y el deporte	33.321.377	0,8
<b>Total MMR</b>	<b>3.810.717.000</b>	

Fuente: INE y Junta de Andalucía.

elEconomista



1. Almería. 2. Cádiz. 3. Córdoba.  
ELECONOMISTA



# LOS SECTORES MÁS ESTRATÉGICOS DE LA REGIÓN

Esta región es la tercera economía española por volumen de PIB, y realiza una aportación al conjunto nacional del 13,4%, justo por detrás de la Comunidad de Madrid (19,46%) y Cataluña (19,02%).

elEconomista.es  
MADRID

**A**ndalucía es la comunidad más grande de España. Posee un litoral con más de 1.000 kilómetros de costa, ocho provincias heterogéneas y algo más de 8,5 millones de habitantes. Esta región es la tercera economía española por volumen de PIB, y realiza una aportación al conjunto nacional del 13,4%, lo que supone unos 160.747 millones de euros, justo por detrás de la Comunidad de Madrid (con un aporte del 19,46%) y Cataluña (19,02%).

Así, aunque las actividades que más destacan sean la agroindustria y el turismo, la región sobresale en otros sectores importantes que atraen tanto a inversores como a grandes empresarios, y que tienen relevancia a nivel nacional e internacional.

El Valle Andaluz del Hidrógeno Verde impulsará la descarbonización de la industria y del transporte

## ■ Almería: la huerta de Europa

En esta región se encuentra la mayor extensión de invernaderos del mundo por su enorme producción de productos hortofrutícolas. Se trata de una de las áreas más productivas del país por sus sistemas de regadío, si bien es algo que depende directamente del abastecimiento de agua.

También destaca el sector servicios gracias al turismo de playas en la zona del Parque Natural Cabo de Gata-Níjar; la industria auxiliar agrícola; y la industria auxiliar de la construcción relacionada con el mármol.

## ■ Cádiz: turismo y nómadas energéticos

El sector agrario, ganadero y pesquero son los estratégicos en la economía de la provincia gaditana, tanto por la riqueza y empleo que generan como por ser un elemento clave para vertebrar el medio rural y uno de los mejores aliados para evitar el despoblamiento rural.

Cádiz es, también, conocida por sus playas de arenas infinitas, como la espectacular duna de Bolonia, por la ruta de los pueblos blancos o por su carnaval, como símbolo cultural de la tierra.

Cabe destacar la industria del Metal, en la que se incluye la aeronáutica, con una tradición de más de 100 años, tanto en la Bahía de Cádiz como en el polo Industrial de Algeciras. Además, espera el desarrollo y las inversiones del que será el mayor proyecto de hidrógeno verde de la UE. Se trata del Valle Andaluz de Hidrógeno Verde, con el que, gracias a una inversión de más de 5.000 millones de euros, Andalucía podrá convertirse en el mayor Hub de Europa en esta materia.

## ■ Córdoba: Patrimonio de la Humanidad

La ciudad de Córdoba es la que cuenta con más declaraciones de Patrimonio de la Humanidad en el mundo: la Mezquita-Catedral (1984), el centro histórico que la rodea, uno de los cascos históricos más grandes de Europa (1994), la Fiesta de los Patios (2012) y Medina Azahara (2018).

No obstante, la provincia cordobesa destaca asimismo por el sector de la ganadería y la agricultura, siendo un motor clave de la economía de la provincia.

Su emplazamiento tiene importante valor para la logística. Se espera que próximamente comience la construcción de la nueva base logística del Ejército, que se espera que esté concluida en 2027. Supondrá un impulso económico y social para toda la provincia y contribuirá a la creación de más de 1.600 puestos de trabajo.

## ■ Granada: historia y tecnología

La agricultura tiene un peso importante en la economía granadina. Además de cultivos como la almendra y el olivar, tiene la especificidad de que su clima tropical en la zona de la costa ha favorecido que hayan desarrollado cultivos como las chirimoyas, mangos o aguacates.

Es además una potencia turística, que destaca sobre todo por su variedad. Desde la estación de esquí de Sierra Nevada, en el norte, hasta las playas de la Costa, en el sur. El Geoparque de Granada, declarado Geoparque Mundial de la Unesco y donde se encuentra la mayor concentración de dólmenes de España, es otro valor turístico emergente. Pero sobre todo destaca el enclave de la Alhambra, considerada la octava maravilla del mundo, una joya de la arquitectura que es el monumento más visitado de España.

Además, en la localidad de Escúzar se prevé acoger el proyecto Ifmif Dones: un acelerador de partículas que podría cambiar el futuro del pueblo, en la apuesta europea para formar parte de la revolución que traerá la fusión nuclear.

Por otro lado, también destaca el Parque Tecnológico de la Salud, que constituye un eje de generación de riqueza e innovación para Andalucía. Así como la importancia de la Inteligencia Artificial, un punto atractivo tanto para las empresas como para la puesta en marcha de proyectos innovadores. La decepción por no conseguir la sede de la Agencia Española de Inteligencia Artificial no enturbia sin embargo la potencia granadina en este campo clave para la nueva economía.

## ■ Huelva: principal polo del hidrógeno verde

El sector agroalimentario es una de sus actividades estratégicas, y Huelva continúa siendo una de las provincias que más contribuye al auge de las exportaciones agroalimentarias fundamentalmente a través de los *berries*. Además, la región onubense cada vez tiene más peso en el sector industrial. De hecho, el principal polo de hidrógeno verde de España estará situado en Huelva. Iberdrola y Fertiberia abanderan un clúster que ya aglutina a más de 80 empresas.

Huelva es la provincia con mayor exportación minera de Andalucía. Otro de sus principales objetivos principales es buscar un equilibrio medioambiental para proteger el pulmón verde del Parque Nacional de Doñana y sus más de 28 km de costa, la playa más larga de España, una joya de la naturaleza considerada la mayor reserva ecológica de flora y fauna de Europa.



4. Granada. 5. Huelva. 6. Jaén. 7. Málaga. 8. Sevilla

ELECONOMISTA



vas en una provincia que sufre como pocas el déficit de infraestructuras.

## ■ Málaga: un gran eje tecnológico

Málaga es la principal puerta de entrada a la Costa del Sol. Es destacable la pujanza de la ciudad en industrias de nuevas tecnologías, ubicadas principalmente en el Parque Tecnológico de Andalucía, así como el sector de la construcción. Igualmente, destacan muchas empresas punteras del sector agroindustrial y una gran producción de frutos tropicales.

Asimismo, no podemos olvidar la importancia que tiene la cultura en la capital malagueña, con una gran concentración de museos de nivel internacional.

## ■ Sevilla: sede de la Agencia Aeroespacial

La capital de Andalucía es un hechizo para el turismo. La Catedral de Sevilla, la Torre del Oro, los Reales Alcázares, la Giralda, el Archivo de Indias, la Plaza de España y el Parque de María Luisa o el Paseo a orillas del río Guadalquivir son algunos de los enclaves más conocidos. Por no olvidar también la Semana Santa y la Feria de Abril.

Sin embargo, Sevilla es mucho más que turismo: la designación de la ciudad como sede de la futura Agencia Espacial de España pone de relieve la potencia sevillana en este sector, con Airbus como buque insignia. Además, la ciudad también destaca por dos industrias más como son el Puerto y el Parque Tecnológico de la Cartuja, que está concentrando a las empresas innovadoras y de alto valor añadido.

## ■ Jaén: el paraíso del oro líquido

Las ciudades de Úbeda y Baeza, en Jaén, son dos poblaciones emblemáticas exponentes del Renacimiento Español, consideradas Patrimonio de la Humanidad desde hace casi 20 años. Junto al Parque Natural de Carzorra, Segura y las Villas abanderan el turismo en la provincia.

Una provincia que destaca fundamentalmente por su mar de olivos: Jaén es la primera productora mundial de aceite. Un producto que se intenta exprimir al máximo a través de aprovechamiento de subproductos y del oleoturismo.

Se está haciendo una fuerte apuesta por la recuperación de la industria, con el motor de Valeo y una pujante industria del plástico que ya factura casi tanto como el olivar pero que es una gran desconocida a pesar de aportar una buena bolsa de empleo y mucho valor añadido. El anuncio de un centro de innovación vinculado a la industria militar, Cetedex, ha despertado muchas expectati-



El Puerto de Algeciras, al sur de Andalucía, es el primer puerto de España en tráfico total de mercancías y el primero del mar Mediterráneo. eE

## LAS EXPORTACIONES SE ACELERAN HASTA SU MÁXIMO HISTÓRICO

El sector exterior andaluz se diversifica, con récord de ventas en las ocho provincias, notables incrementos en sectores industriales y agroalimentarios, y fuerte avance en todos los continentes.

elEconomista.es

MADRID

**A**ndalucía obtuvo 42.958 millones de euros por el cómputo total de sus exportaciones en 2022. Este dato ofrece el registro más alto de su historia desde 1995, una cifra que supera en más de 8.000 millones su último récord (34.552 millones en 2021), gracias a un crecimiento de las ventas del 24,3% interanual. Este positivo número, que corresponde al último informe de Extenda, la empresa pública andaluza de promoción exterior, refleja claramente cómo el crecimiento del sector exterior andaluz del pasado no solo es cuantitativo, sino también cualitativo, pues en 2022 se registró también un importante salto adelante en su diversificación, tanto en los productos exportados como en el origen y destino los mismos. Así, las ocho provincias registraron este pasado año récord de ventas y todas marcaron subidas de doble dígito.

Destaca de nuevo el aumento sostenido de los principales productos agroalimentarios, liderados por el 24,3% de subida del aceite de oliva, a los que se les han unido notables subidas en industrias estratégicas de la comunidad como la aeronáutica, que ha vuelto a retomar el crecimiento con un 39% más exportado que en 2021.

En cualquier caso, el buen comportamiento de las ventas andaluzas al exterior ha sido generalizado en todos los sectores, con crecimientos en nueve de los diez productos más exportados, siete de ellos con subidas a doble dígito. Y por ello, la comunidad autó-

noma se ha convertido en 2022 en la tercera con mayor número de exportaciones del país, solo por detrás de Cataluña (94.927 millones) y de la Comunidad de Madrid (59.079 millones), y la tercera de mayor crecimiento de las 10 más exportadoras, tras la Comunidad de Madrid y País Vasco.

Si se hace el análisis pormenorizado por provincias, destaca Cádiz por ser la gran exportadora de la comunidad y además la que más crece, con un 50% más de ventas que en 2021 y una factura de 10.377 millones, lo que supuso el 24,2% del total de Andalucía. Por detrás, Huelva, con 9.134 millones en 2022 (21,3%) y un crecimiento del 10,9%; y la tercera Sevilla, con 8.787 millones (20,5%) y un aumento del 28% interanual, el segundo más alto.

### Hacia América y Asia

Estas positivas cifras pertenecientes al sector exterior andaluz durante 2022 responden también a la ampliación del radio geográfico de todas sus ventas, registrando tasas de crecimiento a doble dígito en casi todos los destinos continentales, sobre todo, en América y Asia, que son además los países que mejores perspectivas de crecimiento presentan para los próximos años. Así pues, las exportaciones a América subieron un 34% en 2022, hasta los 4.923 millones, especialmente en Norteamérica, donde el crecimiento fue del 49%. Por su parte, en Asia las ventas de la comunidad autónoma crecieron un 26,2%, hasta los

Cádiz fue la gran exportadora de la comunidad, con un 50% más de ventas que durante 2021

4.556 millones, destacando la fuerte subida registrada en Oriente Próximo y la Península Arábiga, donde Andalucía exportó en 2022 más del doble que en 2021 (+122%), hasta alcanzar los 1.381 millones.

Si se hace una radiografía más general, por países, Andalucía ganó terreno en 2022 en 9 de sus 10 primeros mercados, siendo Estados Unidos el que más crece del Top 10 (un 62%, hasta los 3.287 millones) lo que le permite ascender un puesto en el ranking de mercados de exportación de Andalucía, pasando de la sexta posición de 2021 a la quinta del pasado año, con el 7,7% del total.

Pero también hay otros dos grandes mercados no europeos dentro del ranking de los 10 primeros donde también crecieron las ventas a doble dígito; Marruecos, con 2.000 millones, el 4,7% y una subida del 21,9%; y China, con 1.559 millones, el 3,6% y un aumento del 12,9%.

Aun así, los cuatro primeros destinos de Andalucía en 2022 fueron comunitarios. En orden de ventas, se sitúa primero Alemania, con 4.213 millones, el 9,8% del total y un aumento del 15,8%; seguido de Italia, con 4.125 millones, el 9,6% y una subida del 21,4%; Francia, con 4.100 millones, el 9,5% y alza del 9,5%; y Portugal, con 3.403 millones, el 7,9% y un crecimiento del 42%, el segundo mayor del Top 10. Y es que Europa siguió siendo en 2022 su primer mercado continental, en el que la comunidad incrementó en un 18,8% sus ventas, concretamente hasta los 27.787 millones (65%), muy por encima del resto.

# LA INVERSIÓN EXTRANJERA SE FIJA EN EL TURISMO Y ELEVA EL PIB AL 40%

Lo que más interesa a la comunidad es el turista como cliente y consumidor y esperan superar los 20.000 millones de euros.

elEconomista MADRID.

**L**a inversión extranjera sigue creciendo en España y mucho más en Andalucía. Tierra gastronómica por excelencia junto con el sol y la playa hace que la fiebre inversora haya crecido en los últimos tres años, es decir, entre 2019 y 2021 la inyección monetaria se incrementó hasta llegar a un 87%.

Desde el gobierno destacan que las medidas como la bajada de impuestos o también el proceso de simplificación administrativa contribuyen a hacer que la región sea, cada vez más, una tierra idónea para la inversión. De hecho, la Junta trata de crear un ecosistema fiscal que sea atractivo para conseguir que las empresas se fijen en Andalucía, incentivando además el turismo de negocios, para así generar riqueza y empleo.

Cabe destacar que Andalucía ha recibido en 2022 cerca de 31 millones de visitantes, que generaron más de 16.000 millones de ingresos, registrando casi un 54% más de turistas que el año anterior y rozando en un 95% los datos de 2019. Asimismo, 2022 ha sido el año de la recuperación y 2023, creen desde el gobierno que será, previsiblemente, un año récord en turismo. Esto supone el segundo mejor dato de la historia en número de turistas después de los 32,5 millones de 2019 y están en el camino de mejorar las cifras de ingresos, porque ya a finales del pasado año se notó una importante evolución en el gasto del turista que pasó de 69 euros por persona y día hasta los 74 euros en el tercer trimestre. Lo que más interesa a la comunidad es el turista como cliente y consumidor y esperan superar los

20.000 millones de euros.

Por otro lado, la demanda internacional en 2022 creció un 570% con respecto a 2021 y en 2023 se espera recuperar un 25% más para alcanzar los niveles de 2019 en turismo extranjero.

Andalucía compite por la calidad y el reconocimiento, lo que la ha convertido durante estos años en el primer destino del turismo nacional, situándose por delante de otras comunidades. De hecho, Arturo Bernal, consejero de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, destaca que “el turismo supone más del 13% del PIB andaluz de forma directa, pero si consideramos que se trata de una industria transversal, con alto impacto en otros sectores, podría superar el 40%, siendo así la economía más importante de la región”.

Bernal destaca que “el turismo funciona a pleno rendimiento una vez superada la pandemia y volvemos a ser la locomotora turística de España y un destino ‘top’ internacional”. No obstante, las políticas que están desarrollando son transversales, y de ahí la necesidad de que el turismo se base en la sostenibilidad económica, social y medioambiental.

## Conectividad

El Programa Integral de Conectividad Andaluz descentralizará las comunicaciones aéreas, atraerá más y mejores rutas en todos los aeropuertos e impulsará la llegada de vuelos directos con mercados de larga distancia. “Las restricciones por la pandemia y la situación geopolítica y energética, han jugado un papel muy importante en es-

En 2022, Andalucía recibió 31 millones de visitantes, que generaron más de 16.000 millones

te sentido que, ahora, con las reservas que debemos aplicar a cualquier expectativa, podemos decir que se van a recuperar e incrementar”, afirma el consejero.

La apuesta regional por el turismo de larga distancia pasa por consolidar el mercado internacional europeo, el más cercano y que ya muestra buenos síntomas. Reino Unido y Alemania ya registran incrementos en las contrataciones de paquetes hacia Andalucía y los operadores transmiten que van a seguir creciendo. No obstante, tienen el foco puesto en el ámbito de Norteamérica (México, Estados Unidos y Canadá), Asia central, Medio Oriente y Asia del Pacífico (China, India, Filipinas o Malasia), un territorio que interesa mucho y donde quieren definir mejor las conexiones en los próximos años para tener posicionamientos futuros con garantía de éxito y que permitan gestionar la estacionalidad de una manera más eficiente, con mayores estancias y mayores capacidades de gasto en territorio.

Bernal también indica que Andalucía tiene “una marca potente, solvente, seria, rigurosa, con seguridad jurídica y donde se puede invertir, prosperar y desarrollar”. Andalucía lo tiene todo para ser ese lugar escogido en el que cualquiera puede encontrar lo que necesita para ser feliz y poder desarrollarse plenamente en todos los sentidos. Así pues, Andalucía se alza como destino, como oportunidad y como proyecto de vida, a través de la combinación entre tradición y modernidad, desde el respeto a las raíces, pero con la mirada más innovadora posible



Puerto de Málaga, en España. ISTOCK

Nuevo Silestone® con Tecnología HybriQ+®

# Changing the World From the Kitchen®

Más sostenible. Más Silestone®.



-  **99%**  
Agua Reciclada
-  **100%**  
Energía Eléctrica Renovable
-  **MIN 20%**  
Materiales Reciclados



**WORLD DESIGN  
CAPITAL  
VALENCIA 2022**

**silestone®**  
Designed by COSENTINO

COSENTINO SEDE CENTRAL

T: +34 950 444 175 / e-mail: info@cosentino.com / cosentino.com / Siguenos:  