

ALICANTE

Exceltur alerta de que El Altet ya ha perdido 248.000 pasajeros por la subida de tasas

El 'lobby' turístico informa de que es el aeropuerto que más usuarios reduce, tras Gran Canaria, y el 66% de hoteleros prevé más caída del negocio

17.04.13 - 01:07 - BERNAT SIRVENT | ALICANTE.

La evolución del mercado turístico confirma las malas perspectivas del 'lobby' empresarial y hotelero Exceltur, según el cual la subida de tasas e impuestos provocaría un «efecto disuasorio» entre los viajeros. En abril del 2012 habló de la pérdida directa de 2,87 millones de usuarios. El aeropuerto internacional de El Altet se ha dejado por el camino la friolera de 248.449 turistas desde la aplicación de las nuevas tasas en los primeros nueve meses. Es el que más reduce, según Exceltur, su negocio tras el de Gran Canaria. En una esfera muy superior y no costera, se halla Madrid Barajas, con 2.104.214 pasajeros menos. Pero, en el mismo rango, aunque ya a mucha distancia, se sitúan los complejos de Tenerife Sur (-121.976), Barcelona-El Prat (63.323), Málaga-Costa del Sol (56.734) y Palma de Mallorca (39.177).

El informe presentado ayer por la alianza para la excelencia turística sobre perspectivas en el sector y valoración empresarial del primer trimestre y la Semana Santa, así como las expectativas para el segundo trimestre del año, confirma la voz de alerta que emitió hace un año el grupo de presión turístico. Ya estimó la caída de pasajeros en 2,87 millones en el primer año de aplicación de las nuevas tasas, unido al aumento del IVA. A tres meses vista «ya se ha superado esa caída» en los siete principales aeropuertos donde se ha producido el mayor incremento de las tasas fijadas por el ente aeroportuario Aena en julio.

En clave pesimista, la valoración que hace el 'lobby' del primer trimestre, incluida la Semana Santa por el efecto calendario, no deja lugar para las dudas: «Hay una notable caída de la actividad turística en España», esencialmente debido a la contracción de la demanda interna, «mientras la demanda extranjera resiste en un contexto socioeconómico muy volátil y complejo», explica el presidente ejecutivo de la alianza turística, José Luis Zoreda.

«Se hace cada vez más palpable la fuerte dicotomía y diferencia de velocidad entre la demanda interna, que ha intensificado sus ritmos de caída a medida que ha avanzado el año 2013, y una demanda externa que aguanta, tanto en términos de volumen de afluencia como de los ingresos turísticos que realmente reinvierten en España», añade Exceltur.

Ese descenso de la demanda nacional, apuntada hace justo una semana por el ministro de Industria y Turismo, José Manuel Soria, en un acto celebrado en Alicante, afecta con más intensidad en los destinos con bajo peso de la demanda extranjera. Es decir, comunidades de interior y ciudades especializadas en las denominadas escapadas urbanas. Sin embargo, la Comunidad Valenciana figura como la cuarta con mayor caída de pernoctaciones hoteleras de españoles en enero y febrero de este año.

Junto a Extremadura

Ha registrado 15.200 ocupaciones hoteleras menos que en el año 2012, la mayor debacle tras Extremadura, Cantabria y Andalucía. En el lado opuesto, La Rioja, Galicia y Murcia apenas han perdido 2.500, 3.500 y 5.500 pernoctaciones en los dos primeros meses. No está incluida aún la Semana Santa, celebrada en marzo.

La demanda extranjera resiste ligeramente el escenario complejo del inicio del 2013. Aun así, el mercado exterior también cae un poco por la recuperación de los países del Mediterráneo oriental (Egipto y Túnez en positivo y Turquía crece a un ritmo de dos dígitos) y por el negativo efecto de la subida de tasas aéreas, añade el 'lobby'. El mercado que más crece en el primer trimestre es el ruso, un 22,6% en el conjunto de España, seguido por el de Japón y Suiza. Aunque en números absolutos, el mercado que más crece es el de los nórdicos, con un aumento de 192.000 pernoctaciones en todo el país. La Costa Blanca es una de las grandes beneficiarias, lo que compensa la contracción del mercado interior.

Aunque los hoteles vacacionales de costa resistirán mejor la atonía del mercado español y la lenta subida del extranjero, los empresarios no las tienen todas consigo para el segundo trimestre del año. De hecho, hacen un balance muy pesimista en base a las encuestas. El 66,7% de los empresarios de la Comunitat Valenciana opinan que los beneficios descendieron en el primer trimestre del año, mientras que únicamente un 10,5 por ciento afirma que han aumentado. El 22,8% restante asegura que ha mantenido el tipo en su negocio. En lo que respecta a las ventas, un 62,5 por ciento de los empresarios valencianos consideran que han descendido, mientras que un 19,6 por ciento afirman que han aumentado.

A nivel global, los datos apuntan que la actividad turística española se recupera. Así en el primer trimestre del año ha descendido un 3,2% interanual, frente a la caída del 3,5% registrada en el último trimestre del año, debido a la continuidad en la contracción de la demanda interna compensada en parte por el mercado internacional.

La tendencia de caída de la actividad turística en los tres primeros meses del año se ha visto corroborada por el mal comportamiento de la Semana Santa, perjudicada por las fechas tempranas, condiciones meteorológicas adversas en la mayoría de los destinos, y la contracción del consumo de los españoles.

El escenario para el segundo trimestre podría seguir en términos de atonía generalizada, si bien la leve recuperación prevista de la demanda extranjera volverá a permitir a los destinos vacacionales de la costa mejor posicionados superar mejor el escenario económico actual. Exceltur habla de una recuperación del consumo extranjero de alemanes y un mantenimiento de Reino Unido y Francia frente a un deterioro del mercado nacional. Ya lo anticipó el ministro Soria hace una semana en Alicante.