



Las ventas en el exterior crecen un 13% y el tráfico portuario, un 3%

Exceltur alerta sobre la debilidad del turismo en el litoral mediterráneo

MIGUEL OLIVARES
Valencia

Dos de cal y una de arena. Los datos sobre evolución de las exportaciones en los dos primeros meses del año y sobre el tráfico de mercancías en los tres puertos que controla la Autoridad Portuaria de Valencia al final del primer trimestre invitan al optimismo. Las ventas en el exterior desde la Comunidad Valenciana crecen un sostenido 12,7% hasta final de febrero. El tráfico portuario también crece un 3,2% estimado en toneladas de mercancías.

La nota discordante la puso Exceltur, la gran patronal turística española, cuyas estimaciones apuntan un descenso del 11% de las pernoctaciones de extranjeros en los hoteles de la costa del litoral mediterráneo durante los tres primeros meses del año.

El detalle de la evolución de las exportaciones aporta signos relevantes de mejoría. Las ventas en el exterior de bienes producidos en la provincia de Valencia hasta final de febrero representan una factura de 1.900 millones de euros, un 23% más que en el mismo periodo del año pa-

sado. Alicante sube un 4,4%, pero Castellón arroja una caída de exportaciones del 1% hasta final de febrero.

Las frutas y legumbres se consolidan como el producto con mejor aceptación en el mercado internacional. Solo los cítricos representan casi el 20% de las ventas en el extranjero hasta final de febrero, una factura de más de 550 millones de euros.

Las ventas de automóviles, que llegaron a desbancar a los cítricos en su día, representan hasta febrero un 13% del total de exportaciones, 375 millones de euros, y crecen un 62% en los dos primeros meses del año respecto a 2009.

Las ventas de productos cerámicos, sin embargo, siguen a la baja hasta final de febrero con una caída del 9% respecto al año anterior. Azulejos y productos porcelánicos, cuya producción se concentra en Castellón, representan algo menos del 8% del total de exportaciones, una factura de 220 millones de euros.

Las ventas en el mercado francés, que consume el 16% de las exportaciones valencianas, apenas han crecido un 1% hasta febrero. Pero los alemanes, que

consumen el 13% de las exportaciones valencianas, han comprado un 10% más que el año pasado. Los británicos, mercado del 11% de la exportación valenciana, un 48% más que en los dos primeros meses de 2009. Y los italianos, que compran el 10%, han pagado una factura que re-

El tráfico de contenedores crece un 6,1% en el puerto de Valencia

La incertidumbre de la demanda turística arrastra los precios a la baja

sulta un 36% más cara que el año pasado.

Las subidas de ventas en los mercados tradicionales elevan a la Comunidad Valenciana a la segunda posición por volumen de exportaciones por encima de Madrid y sólo por debajo de Cataluña.

Los movimientos de tráfico portuario del primer trimestre de 2010 también reflejan el alza de las exportaciones. El tráfico total sube un 3%, pero las toneladas trasladadas en contenedores, la especialidad del puerto de Valencia, crecen más del 6%. Según una nota de la Autoridad Portuaria de Valencia, el comercio exterior creció un 8% con predominio de los movimientos de importación y exportación, que subieron más del 14%, mientras que los movimientos de mercancías en tránsito subieron un 2%.

Un 53% de los contenedores manipulados hasta final de marzo correspondían a tráfico de mercancías con destino o salida desde Valencia. El resto usan Valencia como almacén de productos en tránsito.

Si el tráfico de mercancías parece sacudirse un poco, la mejora de los movimientos turísticos queda restringida al turismo nacional. Según estimaciones de Exceltur, la "volatilidad de la demanda" y la "incertidumbre" siguen arrastrando los precios a la baja; la ocupación en el litoral mediterráneo cae y los turistas que llegan, gastan menos.

Europa despierta

► Los mercados tradicionales de productos valencianos en la Unión Europea mejoran en los dos primeros meses del año. Los alemanes han comprado un 10% más que el año pasado. Los británicos un 48% más y los italianos un 36%. Los franceses, sin embargo, apenas compraron un 1% más que en 2009.

► Los cítricos se consolidan como producto con mayor aceptación en el exterior. Durante los dos primeros meses del año, representan el 20% del total de las exportaciones.

► Las ventas de automóviles representan el 13% del total de exportaciones, y crecen un 62% respecto a los dos primeros meses del año pasado.

► Las ventas en el exterior de productos cerámicos caen otro 9% en los dos primeros meses del año.

► Las exportaciones desde la provincia de Valencia crecen más del 23% hasta final de febrero.

► La Comunidad Valenciana desplaza a Madrid y vuelve a ser la segunda región de España por volumen de ventas en el exterior.