

Las dos cadenas más grandes de la Costa Blanca asumen pérdidas y no aplican la subida del IVA

► Servigroup y Magic justifican la decisión para no perjudicar a los clientes que han confiado en su producto, y reclaman al Gobierno que retrase la entrada en vigor al mes de octubre o enero

F. J. BENITO

■ Las dos grandes cadenas hoteleras de la Costa Blanca, Servigroup y Magic (entre ambas 15.000 plazas) no aplicarán la subida del IVA del 8% al 10% en sus establecimientos para no perjudicar a los clientes que ya habían contratado sus vacaciones con antelación en un ejercicio de fidelización al destino. Una medida que, según apuntaron ayer fuentes de Hosbec, seguirán la mayor parte de los grupos de la asociación. Queda por ver qué sucederá con los hoteles que pertenecen a cadenas nacionales como, entre otras, AC, Meliá, NH, que esperan instrucciones de sus centrales.

Los empresarios de la provincia consultados ayer por el periódico reiteraron, no obstante, que la subida de dos puntos -si al final hoy la aprueba el Consejo de Ministros- representa un revés muy grave para sus perspectivas de facturación este año, porque supone un recorte del 50% en los posibles beneficios, ya muy lastrados al trabajar con precios congelados desde hace tres años.

En este sentido, el «lobby» empresarial Exceltur reclamó ayer al Ejecutivo que reconsidere la subida del IVA y le pidió que si lo hace no entre en vigor hasta octubre, aunque lo ideal sería en enero de 2013. Fechas en las que los industriales ya podrían fijar los nuevos precios.

Los empresarios alertan de que la subida va a suponer una caída de hasta el 1,5% en el PIB turístico y la pérdida de 19.000 empleos al año. De entrada, ahora mismo y pese a que todo se reserva a última hora, la subida inmediata del IVA acarrearía unas pérdidas de 103 millones de euros de paquetes cerrados y cobrados a los turistas por los tour operadores. Mayoristas con los que las tarifas se cerraron hace un año. El recorte de la facturación final será de 2.000 millones este verano lo que, según Exceltur, impedirá que el turismo siga creando empleo.

Que no lo pague el cliente

José María Caballé, presidente de Servigroup, la principal cadena hotelera de la Comunidad, apuntó que «la subida del IVA se va a comer parte de los beneficios porque a estas alturas de la temporada, y con todo cerrado, no me parece responsable ni justo cargárselo a un cliente que lo está pasando mal y que confía en nosotros. Lo que me niego a es seguir dejándome impresionar por toda la movida internacional. Debemos trabajar duro y salir adelante y, por supuesto, ofrecer el máximo a nuestros clientes. Lo del IVA es una barbaridad pero ya había-

La patronal alerta de que el incremento provocará una caída del 1,5% en el PIB y destruirá 19.000 empleos

Fabra pide a Rajoy que retrase al máximo la aplicación de la medida que pone el futuro del sector contra las cuerdas

mos trabajado pensando que nos iban a subir, y ya entonces decidimos asumirla nosotros para no perjudicar a la gente que confía en nuestro producto».

«¿Que las vacaciones de los españoles se vean afectadas por la subida del IVA? De ninguna manera. No al menos en nuestros hoteles». Así de contundente se mostró ayer Javier García, vicepresidente de Magic Costa Blanca, tras anunciar la decisión de la empresa de asumir el incremento de dos puntos en el IVA. «Las vacaciones son un derecho y no un privilegio, y con los tiempos que corren yo diría que son una necesidad», subrayó el empresario.

Magic también viene solidarizándose con los funcionarios. Estos ya disfrutan de un 5% de descuento y ahora, tras conocerse la decisión de Mariano Rajoy de eliminar la paga extra de Navidad, la cadena ha sido un poco más allá. «Sabemos que esa paga la aprovechaban muchos para lo que se viene en llamar la escapadita a la playa fuera del verano, y hemos decidido que a todos los funcionarios que contraten una semana de vacaciones en alguno de nuestros hoteles este verano, les regalaremos automáticamente un día completo fuera de la temporada alta, para que mantengan esa sana costumbre pese a los recortes».

En cuanto a los hoteles alicantinos que dependen de las grandes cadenas nacionales están a la expectativa de sus centrales. Cristina Rodes, directora del AC Alicante y presidenta de la Asociación Provincial de Hoteles, apuntó, en este sentido, que «no creo que, al menos en las reservas que tenemos contratadas vayamos a aplicar el incremento». Rodes admitió, no obstante, que «repercusiones negativas va a tener y para todo. Si aumentan costes por algún lugar habrá que recortar para frenar pérdidas».

Fabra pide un retraso

Por su parte, el propio presidente de la Generalitat, Alberto Fabra, entró ayer en el debate para pedir al Gobierno que retrase el máximo posible la aplicación de la subida del IVA para que los ingresos y actividades



Turistas disfrutando de la tarde en una terraza del Castillo de Bendorm. DAVID REVENGA

turísticas se vean afectadas los «menos posible» durante este año. Fabra señaló que es un asunto que «preocupa», especialmente a una comunidad turística como la valenciana.

«Queremos que esta medida afecte lo menos posible y desde luego, que se pueda retrasar su aplicación lo máximo posible para que pueda afectar en la menor medida posible lo que son los ingresos y la actividad turística durante este año», subrayó.

Por parte, la coyuntura en que llega el anuncio de subida del IVA, es «muy poco propicia» para la patronal turística, dada la desaceleración de la demanda nacional y la pérdida del impulso de la extranjería. Los españoles, según Exceltur, han continuado viajando menos, con estancias más cortas y con presupuestos más bajos, optando por los servicios de menor coste y, además, los segmentos de la sociedad española que más se resienten son los de menor renta.

La demanda turística extranjera, por su parte, se ha ralentizado en el segundo trimestre, conforme ha comenzado a recuperarse la normalidad en Túnez, que acumula hasta mayo un aumento del 48,8% de turistas extranjeros, y en menor medida en Egipto.

Exceltur ya había revisado a la baja su previsión de la actividad turística para 2012 desde una caída del 0,3% a una caída del 0,6%. Ahora se habla ya del 1,5% en un gran «motor» económico.