

La tendencia de reservar a última hora deja en el aire 40.000 empleos turísticos en agosto

- La Comunidad lidera el crecimiento del sector pero tiene 'en blanco' parte del verano
- Los empresarios se muestran optimistas y creen que la campaña se resolverá al alza

S. SAMPEDRO / Alicante

El turismo afronta la parte más importante de la temporada alta con un optimismo moderado. Hasta hace apenas unos días el balance no podía ser más bipolar: los datos del primer semestre certifican un crecimiento constante del sector -muy por encima de la media nacional- pero las previsiones para el mes de agosto son todavía una incógnita. La incertidumbre económica ha acabado por acentuar hasta el extremo la tendencia de reservar a última hora de los españoles (primer mercado para la región). Además, este comportamiento afecta por primera vez a Reino Unido, donde tradicionalmente los paquetes se contratan con seis meses de antelación.

Ahora el escenario cambia casi al segundo. El turismo valenciano ha

Benidorm registró en mayo el mejor dato de ocupación de la última década

Por primera vez los británicos contratan sus vacaciones días antes de viajar

demostrado tener una salud envidiable, pero la inmediatez de las reservas sólo permite llegar a esta conclusión después de que se hayan producido las pernотaciones. Hasta ahora las principales zonas turísticas de la región (Valencia y la costa alicantina) han registrado datos favorables, con un incremento medio de ocupación del 13% en mayo. El acumulado de pernотaciones es algo más flojo, con un 0,2% más.

Por su parte, Benidorm cerró el mejor quinto mes del año de la última década, con un 87,8% de ocupación (unas 38.000 camas). La patronal hotelera de la ciudad (Hosbec) prevé igualar este porcentaje en junio, pero aún queda «mucho» por vender para agosto. El viernes Hosbec aseguró que se había detectado una «reactivación» de las reservas (coincidiendo con el abono de la paga extra a cientos de miles de españoles), pero otros puntos turísticos de la Comunidad Valenciana siguen teniendo los meses de agosto y septiembre «casi en blanco».

Otro dato positivo es que la autonomía lleva meses liderando el crecimiento del gasto turístico extran-

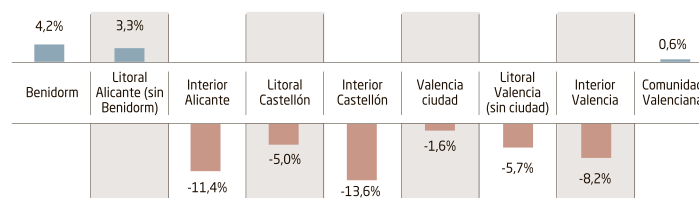
■ Evolución del sector turístico en la Comunidad Valenciana

EMPLEO EN TURISMO

	III TRIMESTRE 2012			I TRIMESTRE 2013		
	Ocupados	Asalariados	Autónomos	Ocupados	Asalariados	Autónomos
Andalucía	344.637	274.251	70.386	288.017	216.295	71.724
Baleares	149.769	125.114	24.655	85.307	68.234	17.074
Canarias	192.177	161.128	31.049	196.887	172.768	24.119
Cataluña	357.093	283.482	73.433	310.089	243.932	66.158
C. Valenciana	221.758	174.043	44.270	181.169	134.633	46.536
Madrid	304.356	252.864	51.493	312.454	261.294	51.161
Resto CCAA	585.830	432.978	152.851	547.714	397.510	150.064
Total nacional	2.155.619	1.703.859	448.138	1.921.639	1.494.664	426.408

PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

(Acumulado a mayo, variación 2013/2012)



GASTO DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES SEGÚN DESTINO PRINCIPAL

	GASTO TOTAL		GASTO MEDIO EN €			
	Millones €	Var. ineranual	Por turista	Var. ineranual	Diario	Var. ineranual
Canarias	4.644	8,0%	1.081	7,3%	111	6,4%
Cataluña	4.190	10,7%	833	5,0%	132	5,7%
Andalucía	2.683	5,6%	1.028	3,3%	93	3,2%
Baleares	2.033	11,4%	799	-0,1%	105	3,8%
Madrid	1.953	2,8%	1.111	6,2%	159	2,8%
C. Valenciana	1.605	16,9%	846	1,0%	79	6,0%
Resto CCAA	1.323	-2,9%	802	-0,6%	101	0,1%
Total	18.433	7,9%	931	3,8%	110	4,3%

AFILIADOS A LA SEGURIDAD SOCIAL EN ALTA LABORAL EN HOSTELERÍA Y AGENCIAS DE VIAJES. 2012

	Valor medio III Trimestre 2012	Variación interanual		Cuota de participación en el total afiliados	
Alicante	63.114		2,01		11,77
Castellón	18.953		0,65		9,57
Valencia	57.755	-1,84			6,93
C. Valenciana	139.823		0,20		8,92

FUENTE: Conselleria de Turismo e Instituto de Estudios Turísticos

PJ / EL MUNDO

jero en España (un 16,9% hasta mayo), gracias a la buena respuesta del mercado británico y al crecimiento de los Países Nórdicos y, en menor medida, de Rusia. Pese a esto, sigue siendo la región más barata de las seis consideradas turísticas para pasar una noche, según la encuesta del Instituto de Estudios Turísticos.

Efectos negativos

La falta de previsiones concretas tiene dos efectos negativos inmediatos. El primero es que es muy difícil garantizar los 40.000 empleos turísticos que la Encuesta de Población Activa estima que se crean en la región entre el primer trimestre del año -temporada baja- y el tercero -temporada alta-, según los datos de verano de 2012 y primer trimestre de 2013. Los empresarios dan por hecho que los más de 221.000 puestos de trabajo del sector están garantizados, pero se basan sólo en la experiencia previa, no en datos con-

La falta de reservas anticipadas puede desembocar en una guerra de precios

trastados.

El segundo es la rentabilidad. La tendencia de reservar a última hora provoca que se produzcan agresivas campañas de rebajas con el objetivo de cuadrar las cifras de ocupación. Los clientes también son conscientes de este factor, lo que acentúa que se consoliden estas nuevas tendencias de consumo y provoca guerras de precios que desembocan en pérdida de rentabilidad. Aún así el sector considera que la relación calidad-precio en la región «está muy ajustada» y que «sólo queda subir», como demuestra que hasta mayo la rentabilidad por habitación en la región creciese un 2,3%, según el INE.

La Costa Blanca afianza su dominio

S. S. M. / Alicante

El turismo de la Costa Blanca está resultando mucho más sensible a la mejoría que el del resto de la Comunidad Valenciana. Según los datos facilitados por la Conselleria de Turismo, la provincia de Alicante registró en los cinco primeros meses del año un in-

cremento de seis puntos en la demanda extranjera, con más de 3,8 millones de pernотaciones hoteleras. En total la Costa Blanca ya supone el 65% del negocio turístico de la Comunidad, con la mayor parte (el 45%) concentrado en Benidorm. También ha registrado un compor-

tamiento positivo Alicante ciudad. La capital acumulaba más de un año de caídas (además de figurar como una de las localidades más baratas de España para pernотar, según el 'lobby' turístico Exceltur), pero ha arrancado 2013 con una subida del 8,3% de las pernотacio-

nes hoteleras. En la ecuación también juega un papel importante la recién estrenada conexión de Alta Velocidad Madrid-Alicante: el mercado madrileño es el segundo más importante para la Costa Blanca (el primero es el valenciano), y hasta mayo el número de pernотacio-

ciones de residentes de la capital ha crecido casi un 8%. Tanto empresarios como administraciones aspiran a 'vender' la nueva línea para atraer a turistas indecisos en el mercado de última hora, aprovechando además el incremento en el número de frecuencias los fines de semana y las ofertas que Renfe ha lanzado para su red de Alta Velocidad.