

Sal sobre los brotes verdes del turismo

La subida del IVA y el recorte salarial llega en el peor momento: el mercado extranjero sólo depende de un parte meteorológico

S.SAMPEDRO / Alicante
Pocas veces se había dado una coyuntura tan paradójica como la que el turismo de la Comunidad Valenciana va a vivir en los próximos meses. Las dos grandes balanzas que apuntalan el éxito de cada campaña, el mercado internacional (principalmente el británico) y el nacional (madrileño y valenciano), están sufriendo una serie de contracciones tan dramáticas que invierten a marchas forzadas los roles que han asumido desde que estalló la crisis. Si la debilidad del Reino Unido, primer emisor foráneo para la autonomía, había restado peso al cliente internacional, la mejoría de la libra y la fortaleza del dólar convierte a España en –de nuevo– uno de los destinos más baratos para ser visitado. Al menos, más que Turquía o Egipto, verdaderos *roboturistas* para España y, por extensión, la Comunidad.

En el otro lado, el salvador de los dos últimos años, el visitante nacional, tendrá que vérselas con la subida de los impuestos indirectos, directos (o eso amenaza ahora el Gobierno) e incluso un recorte salarial directísimo –y sumarísimo– en caso de ser empleado público. Todo esto se traduce en menos dinero y en un recorte directo de los días de asueto. Sin embargo, la región sigue teniendo a su favor los precios competitivos y su condición peninsular, que tanto daño está haciendo a Baleares y Canarias.

Un ejemplo: el director gerente de la fundación Valencia Turismo, José Salinas, confió ayer en un incremento de entre el 10 y el 12% de las pernoctaciones en la ciudad de Valencia, hasta alcanzar los 3,6 millones. De esa cifra, alrededor de dos millones serán de naciona-

les y 1,6 de extranjeros. En declaraciones a *Efe*, Salinas indicó que los empresarios recuperarán este año «el sendero del crecimiento». El problema es que aún hay que lidiar con una avalancha de problemas que amenazan con doblegar la tendencia de recuperación turística.

1. EL VOLCÁN

El futuro del mercado extranjero depende de una única carta: qué va a pasar con la nube de cenizas del volcán islandés. Los hoteleros de Benidorm se muestran tranquilos porque, dicen, las rebajas del 15% en las reservas anticipadas les ha asegurado un amplio margen de recuperación para afrontar parte de la campaña estival (según TUI, de hasta el 11%); sin embargo, aún queda un amplio margen de ocupación que depende de la última hora (un modelo que la crisis ha impuesto). De momento las cancelaciones de vuelos son intermitentes, pero las predicciones meteorológicas para este verano indican que el viento desplazará hacia el norte la nube de ceniza. Los hoteleros cruzan los dedos.

2. LA COYUNTURA

Cualquier factor influye en las perspectivas. El Reino Unido vive su particular *efecto mariposa* con las elecciones generales y la celebración del Mundial de Fútbol de Sudáfrica, dos factores que el *lobby* turístico Exceltur cita en su informe de perspectivas anuales. El primero no es exclusivo del mercado británico: cualquier período electoral conlleva incertidumbre económica. Los comicios han supuesto, como es tradición,



Panorámica de la playa de Poniente de Benidorm. / BRUTOPICTURES

un menor índice de reservas. En el caso del Mundial, el gasto ciudadano se desvía hacia otros menesteres y las vacaciones se resienten.

3. LA COMPETENCIA

Turquía arrebató en 2008 a España la condición de destino favorito de

los británicos. Además, absorbe 2,5 millones de turistas rusos al año que interesan –y mucho– a los hoteleros valencianos. Con el cambio positivo de la libra, la única baza con la que cuenta el país otomano es la exención de visados a ciudadanos de Europa del Este. La patronal nacional pidió al Gobier-

no central que aprovecharse la presidencia de la Unión Europea para aprobar alguna medida que le permitiese competir directamente.

4. LOS IMPUESTOS

Si el IVA sube y el Gobierno aprueba impuestos para los ricos, todos los españoles se empobrecerán. Los hoteleros tendrán que asumir el incremento de dos puntos de este año, teniendo en cuenta que muchos paquetes ya estaban cerrados la temporada pasada. Está por ver qué sucederá el año que viene, pero la competencia de destinos con el IVA reducido (como Italia o Francia) indica que será más difícil competir en el viejo continente. Y los márgenes de beneficio están ya «ajustadísimos», según coinciden todas las patronales hoteleras.

5. MARSANS

El presidente de los hoteleros de Benidorm, Antoni Mayor, definió la crisis del volcán como «un picnic comparado con qué puede pasar si Marsans se hunde». Más que a la incidencia directa en la ocupación hotelera, Mayor se refiere a la cadena de cierres en operadores de pequeño tamaño y agencias de viaje que se llevará por delante el cierre del gigante de Díez Ferrán.

6. EL IMSERSO

El Ministerio ha suprimido la financiación para 200.000 plazas extra del *Imsero* en el año 2010. Tal como advierte la patronal nacional, esto puede suponer una pérdida de ingresos «inaceptable» en temporada baja en zonas muy sensibles, como Levante. De hecho, ciudades como Benidorm basan la ruptura de la estacionalidad en el programa de vacaciones del Gobierno.

7. LOS RECORTES

El plan de ahorro del Gobierno afectará a todos sus departamentos. El más visible, Fomento, ya ha dado cuenta de qué obras se retrasarán o, directamente, quedarán paralizadas. Sin embargo, ¿qué pasa con los programas menos visibles, como los de promoción que *Turespaña* impulsaba en el extranjero? Los empresarios esperan una respuesta con bajas concretas.