

## El turismo genera más de 13.000 millones y 260.000 empleos en la Comunitat

**Puig exige al Gobierno más inversión y un plan litoral de colaboración público-privada para «recuperar y fortalecer sectores maduros»**

EP

**VALENCIA.** El sector turístico generó en 2015 el 13,2% del PIB de la Comunitat, con una aportación de 13.423 millones de euros, y aglutinó el 14,4% del empleo, con 258.885 puestos de trabajo, según el Estudio Impacto Económico del Turismo (Impactur) presentado ayer por el presidente de Exceltur, José María González, y el presidente de la Generalitat, Ximo Puig.

Según el informe, por cada 100 euros de valor añadido en ramas en contacto directo con el turista se aportaron 25,6 en otros sectores. Asimismo, por cada 100 empleos directos se generaron 24 en otros sectores. Las inversiones en turismo representaron en 2015 el 7,2% del total del gasto público corriente en la región, con 1.071 millones, y se recaudaron 2.924 millones en impuestos, el 13,3% del total recaudado en la Comunitat.

En vista de esas cifras, Puig subrayó que es necesario «invertir más» y que parte de ese ingreso fiscal de 3.000 millones del turismo «deberían ayudar a la reconversión y potenciación del sector». Así, exigió al Gobierno «más atención y recursos al turismo», con las comunidades y el sector privado, para poner en marcha de manera conjunta «un plan litoral para recuperar y fortalecer sectores maduros», que son «fundamentales para el turismo de España».

En cuanto a 2016, Puig destacó que está siendo «aún mejor», con un aumento del 14,8% en la llegada de turistas, superando los 773.000, aunque matizó que no se trata de «contar turistas», sino de ver «cómo conseguir mayores ingresos» y «un futuro con más estabilidad y más trabajo de calidad».

Por su parte, el presidente de Exceltur destacó que el turismo «es un modelo de éxito en esta comunidad» y valoró «la gran capacidad de generar riqueza» del sector, superior al resto. Según González, tanto España como la Comunitat «tienen viento de cola» por las dificultades de sus competidores pero instó a no caer en la complacencia y a «reinventarse».