

Exceltur: “El reto a día de hoy es no perder el verano”

Las empresas turísticas dan por perdida la Semana Santa y urgen ayudas directas

eE MADRID.

El sector turístico español da por perdida la Semana Santa y el primer trimestre del año, pero confía en que la aceleración de los procesos de vacunación y la recuperación de mercados emisores logre impulsar al sector de cara al verano, que esperan que resulte más positivo sobre todo gracias al turismo nacional. La Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) asegura que “el reto fundamental a día

de hoy es no perder por encima de todo el verano”.

Por ello el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, aboga por que las empresas turísticas que en estos momentos se encuentran muy limitadas de liquidez logren disponer de manera “urgente e inmediata” de unas ayudas directas a fondo perdido de tesorería que les resultan indispensables. “De no recibir estas ayudas inmediatas muy probablemente tendrían que bajar la persiana apenas a pocos meses o pocas semanas de que pudiera estar despejándose la reactivación turística de cara al verano”, advirtió.

España recibió en enero 434.362 turistas internacionales, un 89,5% menos que en el mismo mes de



José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur. eE

2020, como consecuencia de la tercera ola de la pandemia. Con el fuerte retroceso de enero, algo superior al de diciembre, se encadenan

ya 11 meses consecutivos de descensos. Según Exceltur, estos datos corroboran un primer trimestre que en clave turística se puede

dar “prácticamente por perdido”.

En su opinión, a pesar de las noticias positivas que aparecen en el horizonte, “la Semana Santa todavía está demasiado próxima para poder anticipar que se pueda ver un cambio radical de tendencia a esos pésimos resultados de lo que será el primer trimestre”. En todo caso, desde Exceltur se confía en un cierto repunte de la demanda española debido a una mayor permisividad del tráfico dentro de las comunidades. Respecto a la demanda extranjera, aunque los touroperadores están haciendo todo lo posible para dinamizar los mercados, las condiciones sanitarias y las normativas “no permitirán que se llegue a tiempo para permitir una mayor flexibilidad en Semana Santa”.