

21.4.09

Exceltur reclama al Gobierno un plan integral para el turismo

El PIB turístico se reducirá un 5,6% este año y se perderán 110.000 empleos sólo en el primer semestre

El impacto de la crisis sobre el consumo turístico y el retraso en las reservas tanto de vacaciones como de viajes de empresa provocará una caída del 5,6% del PIB generado por el sector en 2009, según el último informe de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) presentado ayer. La menor llegada de turistas (un 16,3% menos en el primer trimestre) y el recorte de su gasto medio diario han provocado que el PIB turístico caiga un 7% en enero, febrero y marzo, frente al descenso del 1,6% que se contabilizó al cierre del pasado año.



Ante este panorama, el lobby formado por 24 grandes grupos turísticos del país, entre los que están Iberia, Meliá, Orizonia, Globalia o Barceló, reclamó al Gobierno la elaboración de un plan integral de apoyo al sector, tal y como se ha aprobado recientemente en Grecia, que vaya más allá de la promoción y de las ayudas económicas a las empresas.

El vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, instó al Ejecutivo a convertir al turismo en “una prioridad de Estado”, y solicitó, entre otras medidas, que se reduzcan o congelen las tasas aéreas, ventajas fiscales, abaratamiento de la contratación, y una visión “más transversal” de la Ley de Costas. Agregó que “el turismo puede ser el gran motor para la salida de la crisis si somos una opción prioritaria del Gobierno”, y lamentó su “lectura voluntarista” en materia turística con mensajes como que el turismo sorte y resiste mejor que otros la crisis, ya que “esto no se corresponde con la realidad”.

“Dramático” recorte del empleo

El impacto de la crisis en el turismo se verá reflejado, según Exceltur, en un recorte “dramático” de 110.000 empleos en el sector hasta junio, teniendo en cuenta que en los tres primeros meses del año ya se perdieron 86.000 puestos de trabajo (un 5,7% del empleo del sector). Zoreda recalcó que “nos encontramos en el momento medular de una crisis que está afectando de lleno al turismo español” y que “el futuro no está en bajar los precios”, ya que de esta forma se reducen los márgenes de todos los subsectores turísticos, con una tendencia a la deflación.

En este contexto, Oscar Perelli, director de Estudios e Investigación de Exceltur, explicó que “al 83% de las empresas turísticas españolas les han caído sus ventas” y que “sólo las estaciones de esquí dentro del subsector del ocio, por las excepcionales condiciones

de nieve de este año, y los trenes de largo recorrido, han registrado incrementos en sus ventas durante este primer trimestre respecto a los mismos meses de 2008”.

En cuanto a la Semana Santa, “ha sido en general peor que la de 2008, tanto en rentabilidad empresarial como en precios, muy afectada por reiteradas ofertas y descuentos de un inicio de año que ya observa guerras de precios”, según Zoreda. Además, “más de un 90% de las agencias de viajes y turoperadores españoles manifiestan que han bajado sus ventas y sus beneficios en el primer trimestre, excepto en el producto nieve y en el Caribe, que se comporta algo mejor”, matizó Perelli.

Zoreda recordó que “el principal mercado turístico para España es el español” y quiso trasladar un mensaje positivo al anunciar que “el verano lo salvaremos”.