

23-04-2009

86.000 empleos menos en tres meses

Los negocios turísticos en todas las comunidades autónomas de España han perdido actividad en los tres primeros meses del año por los efectos de la crisis mundial.

Estamos en el momento medular de la crisis que afecta a todos los segmentos turísticos sin excepción', dijo este martes el vicepresidente de la alianza Exceltur, José Luis Zoreda. La industria considera en su balance que el retroceso de la actividad turística en España se ha acentuado en el primer trimestre hasta el punto de que el PIB turístico ha cedido un 7%.

Los malos resultados empresariales provocados por el desplome de la demanda de turistas extranjeros se traducen en una rebaja de los precios de entre un 5% y un 10% con el consiguiente descenso en el nivel de ingresos, un 13,3% menos que hace un año.

'El 86% de las empresas constatan una reducción drástica de los beneficios'. Incluso -remarca Zoreda- 'ya hay algunas empresas que han entrado en pérdidas'. En este escenario, los empresarios han recurrido a diversos planes de ajuste y han eliminado ya 86.000 puestos de trabajo en el primer trimestre del año.

Las previsiones que presentó la industria hace dos meses cifraban esta pérdida de empleo en 110.000 trabajadores hasta junio. También las empresas turísticas han recurrido a cierres anticipados de hoteles y oficinas de agencias de viajes, a la devolución de aviones en leasing y a la menor adquisición de coches en alquiler (60.000 menos).

La crisis reduce los viajes y los presupuestos de gasto turístico de los europeos y todos los indicadores oficiales sobre los principales mercados emisores hacen presagiar una merma de la actividad turística del orden del 5% para este año, según esta alianza empresarial.

'Los turistas han gastado un 13,3% menos que hace un año y esto ha afectado más al mercado español que a otros países competidores del segmento de sol y playa', explica Zoreda.

Por subsectores, sólo las estaciones de esquí, por las buenas condiciones de nieve de este año, y los trenes de largo recorrido registraron incrementos. Así, un 63,2% de las estaciones invernales españolas aumentaron sus ventas, frente al 69% de los empresarios de golf y al 56,4% de los dedicados al ocio cultural que vieron mermar sus beneficios.

La peor parte se la lleva el sector de agencias de viajes que siguen cerrando establecimientos que no generan rentabilidad, las aerolíneas y los hoteles de ciudad.