

El caos aéreo golpea de lleno al sector turístico español, que deja de ganar 252 millones

22.04.2010

Justo en el momento en el que el turismo español comenzaba a ver la luz del sol, el volcán islandés ha cubierto de ceniza el horizonte. El caos generado en toda Europa ha provocado que hoteles, restaurantes, turoperadores, agencias de alquiler de coches y el resto del sector, excluidas las aerolíneas, haya perdido 252 millones de euros en ingresos en menos de una semana. Todo un golpe al negocio, que trata de recuperarse de 2009, el peor año de su historia.

Ese es el balance que maneja el 'lobby' turístico Exceltur, cuyo presidente, José Luis Zoreda, reclamó un plan de ayudas para el sector en línea con el que ya se empieza a vislumbrar para las compañías aéreas, y que Bruselas podría plantear una vez resuelto el traslado de los millones de viajeros que quedaron varados en los aeropuertos.

«Queremos lo mismo, por supuesto», apuntó Zoreda, quien reclamó un aplazamiento de la subida del IVA prevista para el 1 de julio o una reducción de las cotizaciones sociales para los empresarios turísticos.

Proceso de reestructuración

Zoreda aseguró que el sector está saturado y que sería conveniente afrontar un proceso de reestructuración para reducir la actual sobreoferta. «Podría ser el momento de depuración de las empresas que no han hecho los deberes», añadió. El responsable del 'lobby' aseguró que «no debería sorprender a nadie si Marsans no remontara el vuelo». Zoreda calificó de muy oportuna la respuesta dada al caos aéreo europeo por el ministro de Fomento, José Blanco, al ofrecer los aeropuertos españoles como 'hubs' (centros) de redistribución de pasajeros en Europa, con lo que gana adeptos para luchar por la política del cielo único europeo cuya necesidad se ha acentuado aún más con esta crisis provocada por el volcán.

En el primer trimestre del año, marcado aún por la volatilidad, se ha producido una desaceleración en el ritmo de caída de la demanda turística en España gracias a la afluencia de turistas españoles, que se ha acentuado en marzo, y las vacaciones de Semana Santa. No obstante, el volumen de la demanda nacional ha crecido más en afluencia que en gasto, que continúa bajando, debido a la guerra de precios.