

Exceltur asegura que el Puente de la Inmaculada ha reflejado la "crisis profunda de consumo"

El presidente de Exceltur, Sebastian Escarrer, aseguró este martes que durante el Puente de la Inmaculada se ha corroborado la "crisis profunda de consumo" que se está viviendo en el territorio español por parte del mercado doméstico.

- EUROPA PRESS. 13.12.2011

El presidente de Exceltur, Sebastian Escarrer, aseguró este martes que durante el Puente de la Inmaculada se ha corroborado la "crisis profunda de consumo" que se está viviendo en el territorio español por parte del mercado doméstico.

"El 50% del PIB turístico viene de la mano del consumo doméstico y este puente ha puesto de manifiesto que queda mucho por hacer para ganar competitividad del turismo en España", explicó Escarrer.

Desde Exceltur se asegura que aquellos productos y destinos que dependen del mercado español no han tenido un buen resultado mientras que otros destinos internacionales sí se han visto beneficiados por las reservas.

Respecto a la propuesta empresarial de suprimir los puentes del calendario laboral, Exceltur considera que aunque no hay estudios que hayan analizado a fondo este tema, la influencia desde el punto de vista de optimización de recursos tendría una lectura positiva.

El 'lobby' turístico asegura que no hay una respuesta clara a este respecto y todo dependerá de las festividades. En su opinión, hay que realizar un estudio analítico porque depende de los diferentes sectores por lo que hay que analizarlo minuciosamente.

"Lo que está claro es que este macropuente de una semana desde el punto de vista social y económico, España no se lo puede permitir", concluyó Escarrer afirmando que "no está claro que vaya bien para el turismo".