

ABOGA POR ESFUERZOS LOCALES

Empresarios y administraciones dudan del valor turístico de la marca España

EFE

Empresarios y alcaldes de ciudades turísticas aseguran que la marca España ya no es atractiva para atraer visitantes y señalan la potencia de otras como Barcelona o Canarias.

El presidente de Vueling, Josep Piqué, ha defendido este miércoles que la marca turística de Canarias o de Barcelona es mucho más eficaz ahora que la del destino España, que antes sí tenía mucha mayor importancia para la promoción del turismo español.

Sin embargo, ha argumentado el exministro de Asuntos Exteriores, ahora que la autonomía del consumidor es total, es mejor que "cada uno trabaje lo suyo y piense qué es lo más eficaz para él".

Durante su intervención en una jornada sobre competitividad turística organizada por la patronal Exceltur, Piqué ha advertido de que no va a haber crédito hasta que no disminuyan las necesidades de financiación del sector público que está absorbiendo lo poco que hay y, "lamentablemente, nos queda aún un tiempo" para que eso ocurra.

Piqué ha señalado que no puede haber crecimiento en España ni en Europa, si no hay financiación, por lo que se tienen que buscar fórmulas imaginativas, por ejemplo a través del ICO y el Banco Europeo de Inversiones (BEI).

A la falta de financiación se suma una mayor presión fiscal y, a su juicio, cada impuesto o tasa nueva que se aplica, como la del alquiler de coches en Baleares o la de pernoctaciones hoteleras en Barcelona, "está perjudicando el turismo".

Para Piqué, el turismo tiene dos componentes, la demanda nacional, que sufre una fuerte caída, y la que viene del exterior, por lo que la conectividad es un elemento muy importante y, para atraer a más turistas, el país debe contar con enlaces con los nuevos centros emisores del mundo.

El consejero delegado de NH Hoteles, Federico González, que también ha participado en la jornada, ha hecho hincapié en el hecho de que se hable tanto de los mercados emergentes, mientras cada vez hay menos conexiones directas con los países emisores de turistas hacia España tradicionales como Francia o el Reino Unido, lo que impacta directamente en el turismo, debido en parte por la subida de las tasas aéreas por parte de Aena.

En opinión de González, los destinos españoles "no están en el top ni de lejos" y ha explicado que, en los años que ha vivido recientemente en el extranjero, "nadie nunca me ha hecho ver por qué tengo que ir a un destino español, a excepción del de Barcelona".

El presidente de Hotusa y de Exceltur, Amancio López, también ha insistido en que si no llega la financiación, la recuperación será muy difícil.

En cuanto al informe UrbanTUR 2012 presentado durante la jornada por Exceltur, López ha indicado que el turismo urbano alcanza ya el 16 % del PIB de las ciudades, por lo que este segmento se encuentra en pleno apogeo y en épocas de crisis, como la actual, es un "motor clave" para el desarrollo económico a nivel local.