

México: Exceltur advierte desaparición de Sectur será negativa para el turismo

lunes, 26/10/2009

México. Sebastián Escarrer, presidente de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) y vicepresidente de Sol Meliá, consideró que el ahorro que se busca al fusionar la Secretaría de Turismo dentro de la de Economía es "nimio y absurdo" frente al mensaje "poco conveniente" que traslada con esa decisión el gobierno a las empresas del sector.

En declaraciones a El Informador, Escarrer alertó de la paralización de las inversiones de las empresas turísticas españolas en México, a la espera de que el sector se "vaya recomponiendo", y señaló que para "cuando se abra la llave" será esencial que el turismo sea una prioridad para el país latinoamericano.

Sobre la decisión del Gobierno mexicano de suprimir la secretaría de Turismo y fusionarla al Ministerio de Economía dentro de su programa económico para 2010, dijo que "el ahorro de costes que busca (174 millones de pesos (unos nueve millones de euros), 0,22% del total previsto en el plan de reestructuración, es nimio y absurdo frente a la imagen que se da al exterior del país con un Gobierno que no apuesta por la actividad turística como hasta ahora".

En su opinión, la afectación de la medida "no se compensará con el ahorro, cuesta mucho más".

Por ello, consideró que el turismo en México debe ser "una prioridad nacional", máxime en un momento en el que el número de visitantes caerá este año en 17%, frente al 6% previsto para todo el Caribe.

Desde Exceltur, alianza que agrupa a las principales empresas turísticas de España, con una inversión de 10.000 millones de dólares (6.701 millones de euros) en México, se recalca que el mensaje que está trasladando el Gobierno mexicano con esta decisión es "poco conveniente" para las empresas del sector, incluidas las de capital español, señaló.

En el caso de Sol Meliá, explicó Escarrer, la cadena ha paralizado sus inversiones a nivel general. "Estamos hablando de 300 millones de euros de inversión, que han quedado reducidos a 80 millones y hasta que el país no esté a la par de sus competidores no podremos definir los nuevos proyectos", señaló, según Europa Press.

"Por ahora no hemos querido cerrar la operación de ningún hotel en México, por el efecto multiplicador que esto representa, pero sin duda México y España son los mercados más afectados para Sol Meliá", afirmó.

En cuanto a la recuperación del turismo en el país azteca, impactado tras el brote de la gripe A, admitió que esta siendo "muy lenta", pero hay que mirar al futuro, y que la situación se resolverá "con promoción y diálogo con los operadores".

"Lo que más nos preocupa es poder convencer a aerolíneas y touroperadores para revertir su decisión de no incorporar más vuelos para la campaña de invierno. Nos jugamos mucho en las próximas semanas (...), ya que sin vuelos no hay nada que hacer", concluyó.