DIARIO DE NAVARRA

20/03/2016

Tirada: 43.193 Categoría: Navarra
Difusión: 36.199 Edición: Regional
Audiencia: 178.000 Página: 11

Exceltur

AREA (cm2): 532,9 OCUPACIÓN: 46,6% V.PUB.: 2.750 € NOTICIAS EXCELTUR

José Luis Zoreda, el hombre fuerte del *lobby* Exceltur. ISABEL B. PERMUY

JOSÉ LUIS ZOREDA VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE EXCELTUR

"La demanda externa de turistas se va a salir del mapa"

Dice que aún queda camino por recorrer en rentabilidad y que reconvertir los destinos maduros es la asignatura pendiente

J.A. BRAVO Madrid

Es la cabeza visible de uno de los principales *lobbies* españoles, el de las empresas que tienen su negocio en el turismo, y pocos tienen el sector en la cabeza como él. Por eso, José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de la alianza Exceltur desde su creación en 2002, tiene claro que la gran asignatura pendiente sigue siendo la reconversión de los destinos, sobre todo de los ya "maduros".

Calificaron 2015 como un año "muy positivo" para el sector. ¿Y 2016?
Pues aunque esto siempre suele ir por barrios, esperamos que en demanda internacional aún estemos mejor que en 2015. Nos ayudan la coyuntura exterior, el cambio euro-dólar favorable, el descenso del petróleo y, sobre todo, que nuestros principales competidores del arco mediterráneo están sufriendo graves problemas geopolíticos.

¿Y qué se ha dicho de ello en la reciente feria turística de Berlín?
Pues prácticamente todo han sido buenas caras hacia los expositores españoles, que han visto multiplicadas sus visitas. Si tuvieramos que guiarnos por las cifras que ya manejamos y lo que hemos visto allí, yo diría que va a ser un excelente año. Podríamos afirmar incluso que la demanda externa se va a salir del mapa.

¿Y qué hay de la demanda interna? ¿Habrá recuperación consolidada?
A principios de año veíamos a los viajeros españoles como un buen complemento de los extranjeros para lograr que este 2016 fuera tan bueno como 2015 para el sector o incluso mejor. Pero ahora nos preocupa la inanición que se puede generar por el retraso en la formación de un nuevo Gobierno, junto a las indecisiones e inestabilidades que esto genera, por ejemplo, en el consumo o en las inversiones previstas.

¿Cuáles son nuestros mejores clientes, o los que más suben?
Más allá de británicos y alemanes, tradicionalmente los más numerosos, destacaría a franceses, nórdicos y estadounidenses. Lamentablemente los rusos han bajado mucho.

Una mayoría de los hoteleros dicen que este año subirán precios. ¿Se ha logrado ya el objetivo deseado?
En él ambito de los hoteles sí, en la medida que estamos cerca de alcanzar los niveles precrisis. En las aerolíneas, por ejemplo, estaríamos más próximos de hacerlo en volumen de facturación que en precios, aunque en cualquier caso la tendencia generalizada es de mejora.

¿Y para cuando esa reconversión del sector de la que se viene hablando desde hace décadas?
Está claro que es nuestra gran asignatura pendiente. Lo que pasa es que se ha visto opacada por unos flujos altos de turistas que siguen llegando a borbotones a España y eso nos lleva a pensar, aunque de forma equivocada, que estamos bien. En los últimos años hemos crecido mucho por los problemas de nuestros competidores, pero hemos de reconvertirnos porque algunos destinos nacionales ya no dan más de sí.

Son bastante críticos con la 'economía colaborativa'. ¿Los motivos?
Solo queremos igualdad de trato y de reglas para todos los que operen en un mismo sector. Tenemos masificación en algunos destinos y hace falta una mayor firmeza normativa, pero también unidad de criterio. Economía colaborativa sí, pero no favoreciéndola frente a los demás.