

«Este 2016 la demanda externa de turistas se va a salir del mapa»

José Luis Zoreda Vicepresidente de **Exceltur**

Matiza que aún queda camino por recorrer en rentabilidad y que la reconversión de 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, fundamentalmente de los ya «maduros», entre los que se encuentra la Costa del Sol.

—Ustedes calificaron el pasado año como «muy positivo» para el sector. ¿Cómo ven este 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 eurodólar favorable, el descenso del petróleo y, sobre todo, que nuestros principales competidores del arco mediterráneo están sufriendo graves problemas geopolíticos. Aquí incluyo también a Turquía que literalmente las están pasando canutas para no perder reservas turísticas.

—Y que se ha dicho de ello en la reciente feria turística de Berlín, la mayor del mundo?

—Pues prácticamente todo han sido buenas caras hacia los expositores españoles, que han visto multiplicadas sus visitas. Si tuviéramos 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 va a pasar con la demanda interna? ¿Se puede hablar ya de una 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



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

y, sobre todo, rentabilidad. ¿Se ha logrado ya el objetivo deseado?

—En el ámbito 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 cuándo 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.

—Ustedes son bastante críticos con

la denominada economía colaborativa. ¿Cuáles son 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 para que no ocurra que una comunidad autónoma legisla una cosa y su región vecina aprueba lo contrario. Economía colaborativa sí, pero no favoreciéndola frente a los demás.

A las puertas del mejor año turístico de la historia, pero pendientes del bolsillo

:: J. A. BRAVO

MADRID. Sigue siendo la gallina de los huevos de oro de la economía española, a la que aporta 120.400 millones de euros, en torno al 11,3% del Producto Interior Bruto (PIB). Cierto es que antes de la crisis, en plena bonanza del consumo, superó el 13%, pero no lo es menos que incluso en lo peor de la última recesión no bajó de la frontera de los dos dígitos.

Si fuera una empresa llamada Turismo Nacional S. L., los analistas del mercado bursátil dirían que se trata de un valor seguro. Pero has-

ta un puntal tan importante tiene sus debilidades pese a que la clase política suele olvidarlas, concentrándose más en las grandes cifras. No ocurre lo mismo con las firmas del sector, y con ellas el 'lobby' que representa a las 25 más relevantes de sectores como la hostelería, el transporte y las agencias de viajes entre otros.

Luis Huete, profesor de Administración de Empresas en el IESE y experto en turismo, piensa en «los segmentos superiores de la pirámide». «Las zonas más maduras aún son una buena oferta (sol, playa, comi-

da y seguridad a buen precio) para una amplia base de clientes y para las clases medias emergente del mundo». «El verdadero desafío — subraya — está en profundizar y potenciar las ofertas para las clases altas», lo que se denominaría turismo de lujo, que tiene en Marbella un destino prioritario. Y negocio no falta ahí: el año pasado este sector movió en el mundo más de un billón de euros y en 2016 crecerá un 4% pese a la ralentización del mercado chino, uno de los más pujantes en los viajes de compras.

Desde **Exceltur** aceptan esa prio-

El dilema de la economía colaborativa

De crecimiento casi imparable en el último lustro, la oferta alternativa de la economía colaborativa en el sector turístico ha hecho mella en los operadores tradicionales. Según la alianza **Exceltur**, superan ya los 2,8 millones de plazas ofertadas frente a los 2,5 millones de otros tipos de alojamientos «extensamente regulados». En el caso de Málaga, la oferta de viviendas turísticas pendiente de regular, porque la norma entra en vigor el día 11 de mayo, triplica a la hotelera. Es la principal queja de las empresas turísticas: que no todos juegan con reglas idénticas, ni tienen las mismas obligaciones. Pero dicen no querer que se prohíba su actividad en general, sino que «se legisle y se normalice», apunta Rafael Gallego, presidente de las agencias de viajes.

El, como los miembros de la alianza **Exceltur**, advierte de los riesgos de una competencia que se mueve «entre lo desleal y lo ilegal» si no tiene los mismos controles, por ejemplo, en el marco impositivo. Desde Competencia, sin embargo, se ha sugerido una posibles desregulación de los apartamentos de uso turístico, aunque aún no ha aprobado su postura final. Para el profesor Luis Huete, del IESE, «difícilmente se podrán poner puertas al campo», aunque sí crear una legislación «simétrica». El catedrático Josep F. Valls, de Esade, abunda en la idea de ser «más exigentes» y cambiar las normas, «pero sin prohibir».

riedad como válida, aunque insisten en que ello no es óbice para «revisar» el estado de los destinos más maduros.

Rafael Gallego, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), abunda en ello: «la reconversión ha sido aplazada sempiternamente y es hora de comenzar».

Coincide con ello Josep F. Valls, catedrático de Marketing de Esade, para quien «se han perdido grandes oportunidades para hacerla». Casi siempre fue porque la crisis en otros países competidores — en los años 90 los Balcanes, en los 2000 en el Magreb y en los 2010 con la Primavera Árabe — hizo que España se beneficiara de un aumento extra de turistas de rebote, retrasando así la solución de sus problemas estructurales.