



26 de Agosto de 2004

El plan "renove" no se refiere sólo a hoteles, sino al conjunto del destino, afirma Exceltur

El vicepresidente ejecutivo de la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur, José Luis Zoreda, considera que el plan renove no debe referirse sólo a la transformación de determinada planta hotelera, sino de "reposicionar el conjunto de ocio y urbanismo de un destino". En declaraciones a EFE, Zoreda explicó que el plan renove propuesto por Exceltur "para destinos fatigados" abarca una visión global, no está pensado sólo para el sector hotelero, ya que los hoteles -salvo contadas excepciones- no son objetos de un destino turístico "en sí mismos".

La "mal denominada oferta de ocio complementaria" marca la calidad de un destino turístico, especialmente en los denominados de sol y playa, donde determinada oferta de este tipo "puede influir en kilómetros a la redonda", según Zoreda. La visión integral de un destino contempla aspectos como el medio ambiente, la masificación, la degradación y la polución tanto estética como acústica, por lo tanto el plan renove no es primordial "sólo" para los hoteleros, "si alguien ha hecho razonablemente los deberes en cuanto a renovación han sido los hoteleros", añadió. A los efectos del Renove, Zoreda subrayó que ni Exceltur ni el sector turístico piden subvenciones "per se" porque "no resolverían íntegramente el problema, al igual que otros sectores, el Turismo tampoco debería quedarse al margen y "sin basarse en subvenciones, debería obtener ayudas para actuaciones claves". Calificó como "muy positivo" el impacto y debate del análisis del turismo en los medios de comunicación este verano ya que "empezamos a estar más concienciados de su gran efecto multiplicador en la sociedad y de la necesidad de avanzar para ser más sostenibles". En su opinión, "no importa tanto el número de turistas que llegan sino cuánto se quedan y lo que nos dejan; poco a poco vamos entendiendo que el verdadero indicador es la rentabilidad socio económica". "Ha sido el concepto de crecer por volumen lo que indujo la sobre construcción y masificación en el litoral, cuyo impacto empieza a percibir ahora la sociedad", señaló.

Zoreda dijo que se genera una "mayor concienciación" de la importancia del Turismo cuando "aparecen síntomas de decaimiento", por lo que actualmente el sector tiene "la gran oportunidad de replantearse nuevas estrategias de futuro". Uno de los grandes retos es "reinventarnos, romper la endogamia y auto complacencia, tanto del sector público como del privado". En este sentido hizo referencia al turismo residencial "cuyo nivel de derrama promedio, según el IET es la mitad de lo que deja un turista reglado convencional" y además genera distorsiones como cuando se utiliza de forma alegal como arrendamiento. Cambiar el modelo actual, basado en el volumen, "lleva tiempo" y requiere aplicar "nuevas estrategias de diferenciación de los destinos" donde "la calidad se da por hecho es un punto de partida, no el final del trayecto". Al respecto, matizó que "sol y playa" es una definición "equivoca y restrictiva" y que la mayoría de destinos españoles admitirían un "posicionamiento" más amplio, como "múltiples actividades de ocio bajo un buen clima", para no ceñirse estrictamente a los meses de verano "y por ejemplo jugar al golf o pescar en enero en Murcia". En cuanto al precio, aseguró que "más que barato hay que vender diferente y conocer al máximo al cliente; las categorías y el precio no están reñidas con la excelencia o lo distinto". Además mejorar de forma integral la oferta de un destino, Zoreda considera "esencial" afianzar una imagen diferencial de los destinos españoles como seguros, con una buena sanidad, buenas infraestructuras, "transmitir una imagen de confianza al consumidor extranjero". El vicepresidente ejecutivo de Exceltur considera "de vital importancia" que la sociedad valore el Turismo, lo considere y perciba como algo "propio" y, al respecto señaló que "afortunadamente esa concienciación y la necesidad de cambio va calando cada día más".