

ENTREVISTA

José Luis Zoreda

Vicepresidente ejecutivo de la **Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur**

«El turismo debe ser prioridad en la agenda de los gobernantes»

Raquel Bonilla >> MADRID

Mallorquín de nacimiento, José Luis Zoreda conoce al dedillo los entresijos de la industria turística como miembro fundador de **Exceltur**, la **Alianza para la Excelencia Turística** formada por las principales empresas españolas del sector. Cargado de optimismo, su primer reto del año es la celebración, el próximo 21 de enero, del séptimo **Foro Exceltur** bajo el título «El turismo: sector clave para reforzar la marca país».

-A principios de diciembre un informe confirmó que la Marca España perdió valor en 2013. ¿Hasta qué punto puede influir en la industria turística?

-Si ha habido algún juicio de valor sobre la Marca España no es en absoluto debida al impacto del turismo, ya que en 2013 ha sido el principal locomotor de la economía, gracias a la afluencia récord de turistas extranjeros, pero lo que es aún más importante, gracias a que eso ha supuesto la generación de divisas que superará los 45.000 millones de euros. Así, el turismo representa la mejor garantía de la imagen de solvencia país y sin duda ha ayudado a la reducción de la prima de riesgo.

-¿Por qué el séptimo Foro Exceltur se centrará en el tema de la marca país?

-Aunque el turismo está en buena forma, no está al margen de unos profundos desafíos competitivos que tiene pendiente abordar. El objetivo es reflexionar con rigor sobre todos los retos que el sector turístico español tiene por delante.

-¿Cuáles son esos desafíos?

-Hay un común denominador tanto en los destinos de interior como del litoral que es

la necesidad de reposicionar los atractivos turísticos de España dándoles el mayor valor añadido experiencial posible.

-¿Cómo se lleva a la práctica eso?

-En los destinos del litoral de primera generación hay que regenerar muchos espacios urbanos, reconvertir instalaciones, etc. a través de actuaciones urbanísticas potentes. Por su parte, en el interior debemos hacer un producto más diversificado y saberlo comunicar a segmentos de clientes más proclives a la oferta. En los dos casos hay que aportar un plus a lo que tenemos. Todo ello requiere de importantes actuaciones públicas y privadas para seguir compitiendo de manera sostenible y rentable a medio y largo plazo.

-¿La especialización es clave para tener éxito?

-Sí. Es necesario tematizar y segmentar, en definitiva, ofrecer una variedad de experiencias distintas para poder atraer a tipos de personas y perfiles de clientes que nos dejen más rentabilidad social y económica en los destinos. Esto significa más y mejor

empleo y que las empresas puedan ir recuperando una rentabilidad que en algunos casos está muy tocada. De hecho, los niveles de rentabilidad empresarial son todavía muy desiguales en nuestro país y en muchos casos desfavorables. Recuperarlos es clave para asegurar nuevas inversiones y más creación de empleo en el sector.

-¿Falta un mayor apoyo de la Administración?

-Sin duda. Falta una prioridad de atención

de los sectores públicos en favor del turismo y de entender que somos clave para seguir asegurando el crecimiento de manera rentable. Pero exigimos esa atención tanto al gobierno central como a los autonómicos. Es imprescindible que se tenga en cuenta el papel clave que el turismo juega en los distintos territorios españoles para poder abordar los retos competitivos.

-En el foro se debatirá el papel de las nuevas tecnologías. ¿El turismo español está bien posicionado en este terreno?

-Esto va por ferias, pero en general es mucho el camino que todavía debemos recorrer.

-Aunque 2013 fue muy bien para la demanda extranjera, el mercado español no reflotó. ¿Qué hay que hacer para que 2014 cambie de rumbo?

-En la medida en que mejore el nivel de confianza y de creación de empleo se generará mayor consumo turístico. Pero nunca están de más las campañas de promoción internas animando a que los españoles conozcamos mejor nuestro país.

-¿Qué expectativas hay para la industria turística en 2014?

-A expensas de los estudios que estamos terminando de elaborar, seguirá siendo un buen año para la demanda extranjera y si se mantienen los primeros indicios de recuperación del turismo interno que se vieron en los últimos meses de 2013, sería un buen año turístico. Esto confirmará de nuevo el papel locomotora del turismo para consolidar la recuperación de la economía.

«La industria turística es la mejor garantía de la imagen de solvencia de nuestro país»



GONZALO PÉREZ

