

17 ene 2010



José Luis Zoreda / Vicepresidente ejecutivo de Exceltur

**«Algunos destinos españoles turísticos necesitan mucho más que un lifting»**

«Hay que reconfigurar la oferta para un consumidor más sofisticado»

madrid- El turismo español está pasando momentos críticos. Desde Exceltur (Alianza para la excelencia turística) buscan recetas para aliviar la crisis y que la industria salga renovada cuando finalice la recesión. Esta semana celebran el V Foro bajo el título «Retos y perspectivas de recuperación turística 2010-11».

–¿Qué resultados esperan de la celebración del foro organizado por Exceltur y la OMT?

– Tener la posibilidad de conocer cómo otros países y empresarios ven el escenario turístico. Hay empresas que lo están haciendo muy bien. Es un error pensar que cuando pase la tormenta las cosas estarán mejor; esa mentalidad no nos conviene. Las cosas están cambiando en términos competitivos y debemos ser conscientes de que tenemos que posicionar nuestros atractivos.

–¿Cuáles eran los problemas estructurales del turismo español previos a la crisis?

–Los destinos crecieron en los años sesenta de manera caótica. Ahora a esos destinos los llamamos «maduros», por ser correctos. Muchos destinos españoles necesitan mucho más que un «lifting» y mucho más que poner dos macetas en el paseo marítimo. Requieren auténticos procesos de reconversión como los que se han hecho en Bilbao o Valencia.

–¿Y en cuanto al modelo de gestión del turismo?

–Estamos anclados en modelos de gestión del pasado. Las reglas de juego del sector han cambiado al mismo tiempo que ha bajado la demanda por la crisis internacional. No ha sido sólo la coyuntura, también hay una superposición de problemas estructurales que la crisis ha acentuado.

– ¿Qué destinos emergentes son los más peligrosos para España y qué se

puede hacer?

– La competencia número uno es Turquía; después, Egipto, Túnez, Croacia y Marruecos. Estos países son un entre un 30 y un 40% más baratos que nosotros. Mientras en España no elevemos el valor añadido... ¿Qué más da España a un alemán para que venga sabiendo que puede ir a otro país por mucho menos dinero?

– ¿Qué están haciendo estos países para posicionarse tan bien?

– Ni más ni menos que lo que hizo España en los años sesenta y setenta. La suerte que tenemos es que en los países del Mediterráneo que compiten con nosotros hay una percepción de inseguridad que nos ha venido ayudando durante años. Seguimos creciendo, pero no se ha dicho que los que no van a Turquía por miedo permiten que tengamos un reflujó de visitantes que no podemos considerar como nuestros.

Tenemos que ser conscientes de que cuando se recomponga esta situación Turquía o Egipto serán enemigos muy poderosos. Además tienen excelente productos. Nuestro hecho diferencial es la oferta complementaria: qué hacer cuando se sale del hotel, transporte, entretenimiento, tiendas, ocio... En eso somos imbatibles.

– ¿Ha sido un error bajar los precios en el último año?

– La necesidad de dar algo distinto no la compensa nunca un bajón de precios. Es una situación peligrosa y se han quedado muchas empresas en el camino. Y se quedarán algunas más.

– ¿Qué se pide desde la patronal al Gobierno y a los empresarios?

– No podemos seguir aspirando a café con leche para todo el mundo, porque el café con leche estándar lo hacen más barato e igual de bien en otros sitios.

Tenemos que reorganizar la oferta cultural, escénica, las infraestructuras.

Tenemos que disponer de productos nuevos. Reconfigurar la oferta para un

consumidor más sofisticado. La mayoría de recetas que el Gobierno da es más promoción y más apoyo financiero. Nuestra principal reivindicación a la Administración es que lidere el cambio.

– ¿Hay algún destino que haya salido favorecido de la crisis?

– La costa peninsular se ha visto beneficiada porque los españoles han recortado sus viajes a las islas. Pero no ha sido por méritos propios.

– ¿Qué opina de la polémica con los controladores de AENA?

– Me parece valiente el envite del ministro de Fomento a los controladores. Es la primera vez que un político al frente del un Ministerio coge al toro por los cuernos en un tema que, al final, lo que consigue es encarecer las tasas aeroportuarias. Las tasas aéreas deberían corregirse.

Perfil

### **Una dilatada carrera**

Desde 1984, José Luis Zoreda está unido al mundo del turismo. Ha sido asesor y consejero adjunto al presidente de Sol Meliá durante doce años. También ha sido director general del Consejo Empresarial de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO), cargo que ocupó a propuesta del Gobierno español hasta finales el 2001. Desde la creación de la patronal Exceltur en 2002, es su vicepresidente ejecutivo. Nacido en Mallorca, es aficionado al arte, coleccionar libros, deportes náuticos y practicar esquí. Lo que más le apasiona en el mundo es viajar. Desde Exceltur trata de que mejore la competitividad del turismo en España, que es la primera gran industria de este país.