

## Experto en turismo advierte de que si el sector no se reinventa "el precio nos va a matar"

SANTANDER, 22 (EUROPA PRESS)

El vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**, **José Luis Zoreda**, ha advertido hoy en Santander de que si el **sector turístico** español no se reinventa y sigue ofreciendo productos estándares "el precio nos va a matar" porque, a su juicio, no podrá defender algo que otros hacen "igual o mejor y bastante más barato". [Seguir leyendo el artículo](#)

Así lo indicó en una rueda de prensa celebrada en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), donde hoy ha dirigido el Encuentro 'Retos competitivos del nuevo escenario global para los destinos turísticos', en la que insistió en la necesidad de buscar "una nueva manera de hacer las cosas que nos diferencie".

En este sentido, apostó por la gestión de "un cambio" para que España encuentre futuros reposicionamientos turísticos "no sólo de sol y playa" sino también basados en la cultura o la montaña, cuyos márgenes de recorrido y mejora "son importantes".

Zoreda también se refirió al "nuevo escenario

competitivo" en el que, según dijo, "no caben acciones individuales" del sector público y privado. "O caminamos todos juntos de la mano, implicándonos al máximo, coparticipando en las decisiones, aportando el mayor número de recursos recíprocos o difícilmente podremos competir con un escenario internacional que responde con unidad de acción", señaló.

El vicepresidente ejecutivo de **Exceltur** --asociación sin ánimo de lucro formada en la actualidad por 24 de los más relevantes grupos empresariales turísticos españoles-- abogó por buscar el "máximo común denominador" de lo que une al sector en términos de marketing, imagen de marca, gestión del producto y unificación de las experiencias turísticas porque, según dijo, "en la medida en que lo hagamos, esto sumará competitividad al conjunto".

MONITUR 2009

Zoreda y el socio responsable de Hostelería y Turismo de Deloitte, Javier Jiménez, presentaron a los medios de comunicación los resultados del Monitor de Competitividad Turística de las Comunidades Autónomas Españolas, MoniTUR 2009, una iniciativa "pionera" en el ámbito del turismo regional, dirigida a identificar las políticas e instrumentos más relevantes de los distintos gobiernos autonómicos en esta materia.



Jiménez explicó que lo relevante del estudio "no es la foto, que está bien porque es una toma de datos, sino que seamos capaces de monitorizarlo". Por ello, avanzó, "vamos a hacerlo con carácter anual porque las políticas turísticas siempre tienen sus frutos a largo plazo."

Respecto a las conclusiones de MoniTUR, Zoreda señaló que algunas comunidades que hoy ocupan "una posición de vanguardia" son las que tienen los mayores retos competitivos por delante y, por el contrario, otras que van "más rezagadas" son las que presentan las mayores oportunidades de desarrollo.

"Las comunidades que están más polarizadas en algunas zonas del litoral español son las que tienen una mayor necesidad de una cirugía integral", aseveró Zoreda, para quien pueden tener los mejores resultados en este momento, pero no significa que tengan las mejores oportunidades de cara al futuro. "Están posicionadas en el nivel de producto commodity, donde se encuentra la mayor competencia emergente", afirmó.

Por ello, el vicepresidente ejecutivo de **Excetur** elogió la política turística del País Vasco, que definió como un "modelo mundial" porque, en su opinión, "hizo posible reconvertir Bilbao, una ciudad llena de humo, en un centro de peregrinación internacional de turistas del más alto nivel".