

Los retos y oportunidades del sector, a debate en Horeca

El turismo debe posicionarse en lo más alto de la agenda institucional

Zoreda, Conte y Martín opinan

29 / 09 / 2011

El papel del turismo como motor de la economía española parece ser incuestionable en la situación actual. Por eso, algunos representantes del sector consideran que “el turismo debe posicionarse en lo más alto de la agenda institucional”.

Conte: “Hay que hacer un esfuerzo de creatividad, de renovación”

Así lo ha afirmado [José Luis Zoreda](#), vicepresidente ejecutivo de [Exceltur](#), durante su intervención en el marco del **IX Congreso Horeca**, que ha destacado los buenos resultados que se están obteniendo gracias a factores exógenos y la afluencia de turistas extranjeros. Si bien, la demanda española no ha aportada nada a este crecimiento, lo que hace vulnerables a aquellos destinos que dependan del cliente nacional.

Entre los objetivos para la próxima legislatura 2011- 2015 ha subrayado la importancia de que se refuerce la competitividad y la rentabilidad del turismo español. Asimismo, ha solicitado que se dé la atención que se merece al turismo por ser motor de recuperación. Si esto fuese así, se podría llegar a tasas de crecimiento de un 3% y generar unos 50.000 empleos al año durante este período.

Pero para ello habrá que realizar nuevos enfoques de gestión del destino, nuevos enfoques de comportamiento del cliente y nuevos enfoques de producto.

Analizando el “de dónde venimos” ha explicado que entre 2000 y 2009 el promedio del crecimiento del turismo ha estado por debajo de la economía y que ha sido 2010 el año en el que se ha producido un punto de inflexión en el turismo, alcanzando niveles de crecimiento por encima de la economía española, por lo que la pérdida de competitividad no ha sido solo producto de la crisis, aunque ésta ha tenido su incidencia.

El valor añadido, entre los principales retos

Tras la presentación realizada por Zoreda se ha desarrollado una mesa redonda con el título “Retos y oportunidades del Turismo en España”, en la que junto a él han participado [Fernando Conte](#), presidente de [Orizonia](#), y **José Gabriel Martín**, vicepresidente ejecutivo de **Áreas**, moderada por **José María Bonmati**, director general de **AECOC**.

“Hay que hacer un esfuerzo de creatividad, de renovación”, ha señalado Conte explicando que no es que el producto que hay sea malo, sino que llegan nuevos actores con los que hay que competir.”Para mí un mercado clave hoy es **Rusia**”, ha señalado. En su participación ha hecho hincapié en la importancia de la internacionalización que, aunque hay que ser conscientes de que no todas las empresas pueden apostar por ella, ha beneficiado en la cuenta de resultados a aquellas empresas que tenían presencia en el extranjero.

En este sentido, **Martín** ha señalado que el estar fuera de **España** también te hace mejorar en competitividad y aprender formas distintas de trabajar. El vicepresidente ejecutivo de **Áreas** ha puesto sobre la mesa el tema del Todo Incluido, en sus propias palabras “un gran desafío desde el punto de vista de la restauración”, y ha señalado la importancia de la capacidad de innovar para ser competitivos en el mercado.

Uno de los puntos en los que todos han estado de acuerdo es en la importancia de ofrecer experiencias al turista a través de nuevas experiencias, dando valores añadidos al producto, apostando por la segmentación y la especialización.

En España existe mucha oferta diferente, por lo que la simbiosis y el saber aprovechar las sinergias sería muy conveniente para el sector.