

«Un parque de ocio genera siempre riqueza»

José Asenjo Vera Director general de La Manga Club Resort

ENTREVISTA

FERNANDO PERALS

✉ fperals@laverdad.es

«Con el aeropuerto de Corvera, la llegada del AVE y la red de carreteras, la Región estará muy bien comunicada para la llegada de turistas»

LA MANGA. José Asenjo Vera (Madrid, 1972) fue nombrado en octubre director general de La Manga Club Resort, complejo vacacional que incluye el hotel de cinco estrellas Príncipe Felipe; el único de lujo en la Región junto al Intercontinental de Torre Pacheco. Es economista y Máster por el Instituto de Empresa. En los últimos años ha dirigido el Parque Warner de Madrid y su trayectoria profesional ha estado ligada hasta ahora al Grupo Parques Reunidos. Ha sido subdirector del Oceanográfico de Valencia y director general de Aquópolis. Entre las funciones de su día a día se encuentran la supervisión, desarrollo e implantación de la estrategia de futuro del complejo La Manga Club. **—El Gobierno regional tiene como proyecto estrella de su política tu-**

La Manga Club, uno de los complejos más premiados

La Manga Club está situado junto a La Manga y abarca una extensión de 560 hectáreas —tres veces la extensión del Principado de Mónaco—. Sus instalaciones cuentan con un hotel 5 estrellas, apartamentos de lujo en Las Lomas, tres campos de golf, 28 pistas de tenis, ocho campos de fútbol, además de un spa de 2.000 m² y más de 15 restaurantes y bares. El 'resort' se ha convertido en uno de los complejos vacacionales más premiados de Europa. Entre sus galardones se encuentran el de Mejor Complejo de Golf de Europa y de España, Mejor Resort deportivo del Mundo por los World Travel Awards y Mejor Resort de Golf en España, en los Today's Golfer Awards. Recientemente, los lectores de 'The Sunday Times Travel Magazine' otorgaron al complejo el sello 'Best Family Friendly European Resort'.

rística la puesta en marcha del parque Paramount para finales de 2015. **—¿Son rentables los grandes centros de ocio?**

—Claro que son rentables si se gestionan bien. Hay que conocer el sector turístico y del ocio, las características de dónde se va a implantar. Esto garantiza una mayor rentabilidad del centro recreativo. Además, es un generador de riqueza. Lo que hay que dimensionar es el recinto y no hacer grandes previsiones de visitantes. Hay que ser realistas, si no se pueden cometer errores del pasado.

—¿Tiene la Región suficientes infraestructuras para acoger un centro temático de estas características?

—Murcia está muy bien posicionado. Está a la espera de la operatividad del Aeropuerto Internacional de Corvera, que será un elemento fundamental. El Gobierno ha hecho muchos esfuerzos para que esté ya construido y no dudo de que hará los necesarios para abrirlo. La Comunidad está muy bien comunicada por carretera y lo estará por ferrocarril, ya que en los próximos años llegará la alta velocidad. Todo está en marcha, que es lo importante.

—¿Cómo cree que afectarán al Príncipe Felipe los hoteles que se instalarán en el LifeStyle Center, junto al parque Paramount?

—Absolutamente en nada. Son clientes totalmente diferentes, con distinta capacidad económica e intereses muy distintos.

—¿Qué problemas principales se encuentran los responsables de los hoteles de cinco estrellas? ¿Han sufrido también la recesión?

—Los hoteles de lujo tienen también sus problemas, lo que pasa es que en el caso del Príncipe Felipe existe el componente del golf, en donde la crisis ha afectado de menor manera. La recesión ha sido más llevadera y la repercusión no ha sido tan dura. También se ha generado una guerra de precios, en la que han entrado todos los 'resorts' de España. Nosotros siempre nos hemos querido mantener al margen de esta política comercial.

—Para Exceltur, bajar los precios ofrece mala imagen. ¿Qué opina?

—Es algo a lo que muchas veces te obliga el propio mercado. Otra cosa sería que fuera la estrategia de la propia compañía. No favorece a la reputación, pero se entiende que bajen las tarifas. Lo importante es tener claro de dónde las reduces sin que pierdan calidad los servicios. Más tarde se tendría que ir recuperando el nivel de precios. Para La Manga Club Príncipe Felipe, como para todos los centros hoteleros de cinco estrellas, es fundamental mantener el nivel y la calidad que ofrecemos. Si se tiene garantizada la calidad, existe menos preocupación por la opinión de los que vienen a nuestro hotel. El servi-



José Asenjo, en uno de los campos de golf. :: PABLO SÁNCHEZ/AGM

cio y la atención deben de ser de cinco estrellas, porque el turista exige por lo que paga, que en este caso no son 30 euros por noche. **—Una de las grandes demandas del sector hotelero regional es la promoción de la Región, dentro y fue-**

ra de España.

—Siempre hace falta promoción. En Murcia, hay que vender lo que tenemos. Sé que se está haciendo un gran esfuerzo por promocionar, lo que pasa es que la crisis que se ha metido por medio ha provocado que

los presupuestos dedicados a publicitar la Región también se hayan visto perjudicados. Se está haciendo una labor muy importante, en la buena dirección y con poco dinero. Los datos de que cada año nos visitan más ciudadanos extranjeros están ahí. Son, por tanto, los resultados de una política acertada de promoción internacional.

—¿Ha aumentado en su hotel el número de personas que llegan y eligen su centro por la oferta gastronómica y de restauración?

—La Región tiene muchas cosas buenas; entre ellas, la gastronomía, la cultura y el medio ambiente. Nuestros restaurantes cuidan la dieta mediterránea y muchos ingleses, alemanes y escandinavos disfrutan de unos platos que no existen en sus países de origen. Y muchos de los que nos visitan vienen a Cabo de Palos, un lugar cuyos fondos marinos son únicos en el mundo y el mejor en Europa para bucear. La Región posee un interior con parques naturales. Murcia, Lorca y Cartagena son inigualables en su historia y cultura. Si todo esto se complementa con una gastronomía cuya materia prima es excelente, al final se consigue que éste sea un lugar perfecto para disfrutar de unas magníficas vacaciones.

—Lleva solo tres meses al frente de La Manga Club Resort y el Príncipe Felipe. ¿Tiene previsto realizar cambios significativos en la política comercial?

—He venido con muchas ideas nuevas, con una forma diferente de gestionar el 'resort'. La Manga Club es un gran complejo, que es más conocido en el Reino Unido y en el resto de Europa que en nuestro propio país. Nosotros no vamos a vender humo, porque el centro está hecho y es una realidad. Es un recinto diferenciado, con dos campos de golf, que es a lo que tienden ahora las empresas hoteleras. Llevamos así 41 años. No hay complejo comparable con La Manga Club en España.

—¿En qué mercados se centrarán?

—Mi objetivo es que La Manga Club se coloque entre los tres grandes 'resorts' de Europa. El diamante está, solo hay que decirle dónde a la gente para que venga. Vamos, por tanto, a trabajar duramente en la promoción. Tenemos que darnos a conocer en España y seguiremos apostando por el mercado británico y abriéndonos a otros, como son el escandinavo y el centro-europeo, y fundamentalmente el alemán y el francés. Es una joya que tenemos en la Región. No va a ser fácil, aunque hayamos ganado muchos premios a nivel internacional. Esto nos afianza en este sector, además de tener un gran centro de tenis y ocho campos de fútbol —a los que vienen en época invernal los equipos más importantes de Europa—. Nuestras instalaciones acogen una piscina cubierta de 25 metros con un 'spa', con apartahoteles de cuatro estrellas. Y todo esto dentro de un entorno y un clima fantástico junto al Mar Menor y La Manga.

—¿Qué actividades prepara el centro hotelero para las próximas fechas de Navidad y Fin de Año?

—Se han organizado diferentes eventos en Nochebuena, Navidad y Año Nuevo. Éste último estará ambientado en el París de los años 30 e incluye, si se desea, habitación doble en el hotel.