O.J.D.: 24777
E.G.M.: 69000

CincoDías

Fecha: 23/01/2006
Sección: EMPRESA
Páginas: 8

ENE.06.125

"Es importante contar las estancias, no los turistas"

JOSÉ LUIS ZOREDA
Vicepresidente de Exceltur

Podría haber sido mejor, pero no estuvo mal. En 2005, factores exógenos, como el *efecto huracán*, favorecieron el negocio turístico español, aunque éste aún debe enfrentarse a la guerra de precios y al turismo residencial.

ARANTXA NORIEGA *Madrid*

El sector de turismo se reunirá mañana en la III Conferencia Internacional que llevará por título *Gestionar el talento y el crecimiento*, organizada por la alianza Exceltur en Madrid, previa a la celebración de la XXVI edición de Fitur. Será un gran foro de reflexión para el conjunto de los actores públicos y privados sobre la situación del negocio en España que, en el último año, ha dado claros síntomas de necesitar nuevas estrategias de diferenciación, a fin de afrontar la competencia de otros países más baratos y adaptarse a nuevos hábitos del turista, con estancias más cortas. Aunque hay mayor ocupación, las pernoctaciones no terminan de despegar.

PABLO MONGE

PREGUNTA. La sobreoferta de plazas hoteleras, sobre todo en la costa, es uno de los problemas que afectan al medio ambiente y al mercado. ¿Cómo se abordará este obstáculo cada vez más preocupante?

RESPUESTA. Crecemos de forma desorbitada en el litoral. Por ello debemos estudiar los ritmos para que este avance sea más controlado. La conferencia que se celebrará mañana servirá para reflexionar precisamente sobre los problemas que afectan al sector. Queremos mejorar la competitividad del turismo español desde dos ángulos diferentes. La capacidad de seguir siendo líderes como destino turístico puede basarse, por un lado, en la gestión del capital humano y, por otro, en otorgar importancia a la sostenibilidad. Además, tenemos que avanzar un grado más en las relaciones entre el sector privado y el sector público para que el modelo turístico funcione.

P. La ocupación y la llegada de turistas a España sigue alcanzando cifras récord, pero el sector parece quejarse de una reducción de los márgenes.

R. Que haya mayor ocupación y mayor número de turistas es importante, pero no suficiente. En el sector aéreo no viven buen momento, tampoco en el sector hotelero. ¿De qué sirve que entren muchas personas al híper sino compran? En nuestro negocio, lo importante es contar las estancias, no los turistas. En el último trimestre, las pernoctaciones no han variado a pesar de contar con el mayor número de llegada de turistas. Y este es el síntoma más claro.

P. Hace un año se marcaron unos objetivos para impulsar el turismo español respecto a la promoción o el control de la oferta. ¿Se han hecho los deberes?

R. Se han hecho mejor los deberes en cuanto a la promoción de los destinos pero no tanto en cómo mejorar la oferta turística y en los procesos de reconversión de algunas zonas. Había dos grandes zonas en Mallorca y Costa del Sol y ambas están en el inicio de un proceso que puede durar años.

"El alza del turismo residencial podría cambiar las tendencias del mercado y el tejido empresarial en España. Sobrarían camareros o directores de hotel y faltaría más personal sanitario"

P. Otro gran escollo para la planta hotelera es el turismo residencial. ¿Cómo se cualifica el daño de este turista que deja de acudir a alojamientos reglados y consume mucho menos que el resto de los visitantes?

R. Nos parece alucinante que en 2005 se han construido en España 800.000 viviendas nuevas, más que en todo Alemania, Francia e Inglaterra juntas. De ellas, 400.000 son en zonas costeras. De éstas, 300.000 son de uso turístico. Si las plazas se multiplican por tres camas de media hay un total de 900.000 plazas nuevas en un año. El total de plazas regaladas (hoteles, hostales y campings) es un total de 1.200.000. Esto significa que España ha puesto un 60% más plazas en un año, y si mañana los propietarios las alquilan a turistas europeos, competirán ferozmente con la oferta hotelera y afectarán muy seriamente a los márgenes del sector.

P. Un crecimiento tan agresivo incita a pensar que las tendencias y los hábitos de estos turistas, en muchos casos jubilados, serán absolutamente diferentes al visitante tradicional. ¿Cómo asimilará el mercado estos cambios?

R. El turismo residencial cambia el perfil del gasto. Si el turista viene a una casa, su consumo es mucho menor. Desembolsa menos dinero en excursiones, en hostelería. De este modo, la oferta complementaria se vería menos favorecida. Además, este tipo de turista residencial modificaría el tejido empresarial en nuestro país, lo que se traduciría en nuevas necesidades y servicios. En este posible escenario, sobrarían camareros o directores de hotel y se necesitaría más personal sanitario. Se da la circunstancia que el gasto en sanidad ha aumentado considerablemente en aquellos destinos turísticos en los que se encuentra este perfil de visitante.

P. ¿Cuáles son las previsiones del sector para este año?

R. Mañana las presentaremos en la III Conferencia Turística, a la que asistirán personalidades de la política y del sector empresarial. Queremos reflexionar sobre la gestión del talento y del crecimiento del negocio. Porque según cómo crezcamos, a qué velocidades y en qué tipo de productos, los impactos económicos que recogeremos serán muy diferentes. En 2005, al destino español no le ha ido mal, aunque podría haber ido mejor. De alguna forma, se ha visto favorecido, por los factores exógenos ocurridos en otras zonas.

Los precios continuarán a la baja por la sobreoferta

José Luis Zoreda explica que "con todo lo que se está construyendo en el Mediterráneo y con las plazas nuevas que se abren, los precios tenderán a bajar". Si, además, el producto es indiferenciado, el precio será cada vez más bajo.

Por este motivo, advierte Zoreda, "conviene diversificarse para poder competir. Hay empresarios que lo hacen muy bien porque tiene un producto muy diferenciado. En un escenario donde sigue habiendo sobreoferta y las pernoctaciones no avanzan, no parece que vayan a subir los precios. En esta circunstancia, y si no se pueden subir las tarifas y se elevan los costes, tampoco se presume que los márgenes vayan a aumentar. El turismo español no vive sus mejores momentos, pero se encuentra con tráficos prestados de turistas que proceden de otros destinos castigados por fenómenos naturales como los huracanes o el terrorismo internacional. Pero no debemos equivocarnos al pensar que estos repuntes de la demanda son debidos a que hemos vuelto a coger la fortaleza de años pasados".

"España tiene una imagen de seguridad superior a otros destinos pero si mañana nos llega una circunstancia negativa, todo podría cambiar", concluye.