

MARBELLA

Los mercados extranjeros, imprescindibles para crecer

La internacionalización, el gran desafío para este año

10.03.13 - 09:00 - HÉCTOR BARBOTTA | MARBELLA (MÁLAGA)



La posibilidad de crear riqueza y empleo en el futuro inmediato está íntimamente relacionada con la capacidad de conseguir clientes en el extranjero. Es una posibilidad cierta y puede estar al alcance de la mano, pero hay que trabajársela.

Éste es el mensaje en el que han coincidido dos expertos que de forma separada y ante distintos foros explicaron esta semana en Marbella cuáles son las perspectivas económicas más inmediatas, especialmente para el sector turístico.

Uno de ellos fue el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, quien el miércoles ante el foro del CIT Marbella advirtió sobre las escasas posibilidades de que la demanda turística interna, que el año pasado sufrió un desplome, tenga durante el próximo verano una recuperación significativa y la necesidad, en consecuencia, de hacer una apuesta decidida por los mercados extranjeros. El otro fue Miguel Cardoso, economista jefe de la Unidad de España del BBVA Researc, quien el jueves presentó en Marbella el estudio 'Situación y Perspectivas de la Economía Mundial, España y el Sector Turístico'.

Zoreda explicó que los destinos turísticos que mejor funcionaron el año pasado y los que presentan mejores perspectivas para éste son precisamente los que tradicionalmente han tenido más inserción en los mercados internacionales. Entre ellos se encuentra la Costa del Sol. Advirtió, no obstante, que para conseguir crecer en estos mercados es necesario actualizar la oferta, tener en cuenta que el destino turístico es producto de un trabajo integrado en horizontal de varios sectores, entre los cuales los alojamientos son solo una parte, y que da nada vale tener hoteles de cinco estrellas en un entorno que no está a la altura. «El turismo no son los hoteles, son los destinos, y necesitamos destinos de cinco estrellas», dijo.

Dejó también una recomendación: la de ir a una microsegmentación de la oferta que permita vender más alto.

Con un mensaje coincidente, Miguel Cardoso, del BBVA, se dirigió el pasado jueves a casi dos centenares de empresarios congregados en la Escuela de Alta Dirección Hotelera Les Roches.

Cardoso resumió las grandes líneas que describen la actual situación: un escenario económico global que ha mejorado con la caída de las tensiones financieras, el sesgo a la baja de las incertidumbres, el hecho de que España -incluida Andalucía- tocará fondo en 2013 y tendrá bases para crecer a partir del año próximo, la oportunidad que se presenta para impulsar reformar que consoliden la mejora de la confianza y la dependencia del sector turístico de su apertura exterior para recuperar el crecimiento.

En ese sentido, sostuvo que es posible que a finales de este año o principios del próximo la economía comience a crear empleo neto, pero con ese matiz : podrán hacerlo quienes estén orientados al mercado extranjero. Otra vez en ese escenario aparece la Costa del Sol.

El economista señaló la oportunidad que suponen las economías emergentes -no solo Rusia o China, sino también Brasil, México, Indonesia o Taiwán- países a los que debe considerarse mercados potenciales de primer orden, también para el turismo. No solo porque se trata de economías que en este año y en el siguiente crecerán en conjunto en torno al 6 por ciento, sino también por la apreciación de sus monedas, en el caso de los gigantes asiáticos, con respecto al euro.