diarioDirecto Nacional

3 de marzo de 2005

Foro Nueva Economía-Empresarios turísticos andaluces creen que habrá crecimiento, pero avisan que puede ser desordenado

MADRID, 3 (EUROPA PRESS)

El presidente del Consejo Empresarial de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y presidente del Grupo MS Hoteles, Miguel Sánchez, manifestó hoy en el Encuentro 2005 de la Economía Andaluza, organizado en Madrid por el Foro de la Nueva Economía, que los empresarios andaluces del sector aún pueden crecer, pero alertó sobre los crecimientos desordenados que se pueden dar.

Sánchez advirtió de que hasta 2007 se espera la construcción de 380 hoteles nuevos en Andalucía, lo que supone 72.000 nuevas camas, lo que supondrá que el grado de ocupación baje al 45 ó 48 por ciento si no se incrementa el número de pernoctaciones "de manera que las empresas puedan ser rentables".

"No me preocupa la competencia, siempre que haya calidad, pero hemos notado pérdida de rentabilidades, aunque bien es verdad que no sólo en Andalucía", señaló, añadiendo por ello que "debemos actuar con razonable prudencia".

Por su parte, el co-presidente de Barceló Hotels & Resorts y de Exceltur, Simón Pedro Barceló, abogó ante los presentes por impulsar en Andalucía un turismo sostenible, recuperando para ello destinos maduros y aportando políticas que se centren en la rentabilidad económica y social y no en volúmenes.

Barceló añadió, no obstante, que Andalucía es un gran destino turístico internacional en la actualidad, que supera a grandes destinos como Croacia, Bulgaria o Turquía, aunque dijo que las condiciones del sector son muy dispares territorialmente, con Huelva y Cádiz como provincias con mayor potencial de crecimiento.

De otro lado, el consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Paulino Plata, habló de los cambios que ha de afrontar el sector turístico, dirigidos hacia un turismo más individualizado y con mayores exigencias. "El turista de hoy en día es un turista muy experimentado que busca cosas auténticas", sentenció.

Por este motivo, en opinión de Plata, "tenemos que hacer un esfuerzo de calidad y servicio", apostando por estrategias de mercadotecnia y aportando conocimiento para los centros de decisión. "Mejorar el conocimiento es clave para la toma de decisiones", apuntó, añadiendo que hay que adaptar los productos que se ofrecen de forma más individualizada.

Así, explicó que la Junta de Andalucía va a llevar a cabo un proyecto de promoción para informar de forma personalizada a través de puntos de proximidad, como el correo electrónico o el teléfono móvil, trabajo que "estamos desarrollando a través de un socio muy importante".

Por último, Paulino Plata dijo que la Consejería quiere mantener una cooperación estrecha con los empresarios del sector para que el turismo siga siendo uno de los pilares más importantes del sistema productivo andaluz.