

El pasado 8 de Noviembre se celebró la cuarta Mesa Debate AECA dedicada al turismo. La jornada reunió a un importante grupo de expertos de organismos, empresas y colectivos representativos del sector, que debatieron y aportaron ideas a fin de sentar las bases para preparar y adaptar esta importante industria a los cambios a los que se enfrenta. A continuación recogemos las conclusiones de los expertos –sus intervenciones íntegras se encuentran en el canal de vídeos de la Asociación en YouTube ([www.youtube.com/aecatv](http://www.youtube.com/aecatv))– sobre los temas tratados:



En la sesión participaron, de izquierda a derecha: **José Luis Lizcano** (moderador), **José Miguel Rodríguez Antón**, catedrático de la Universidad Autónoma de Madrid; **Esther Trujillo**, directora del Gabinete Institucional y Diplomacia Corporativa en Meliá Hotels Internacional; **Vicente Monfort**, director del Instituto de Estudios Turísticos de la Secretaría General de Turismo; **Rafael Gallego**, presidente de la Federación Española de Agencias de Viaje; **Fernando Fraile**, director general del Instituto para la Calidad Turística Española; y **Felipe Navío**, presidente de la Asociación Española de Compañías Aéreas.

- *Políticas turísticas. El papel de las Administraciones Públicas.*
- *Presente y futuro de las agencias de viajes en España.*
- *Tendencias del sector de compañías aéreas turísticas.*
- *La calidad del turismo español.*
- *Turismo sostenible.*
- *Competitividad y retos de las pymes hoteleras españolas.*

COLABORARON:

MELIÁ HOTELS INTERNACIONAL



## Políticas turísticas y el papel de las administraciones públicas

**Vicente Monfort**, director del Instituto de Estudios Turísticos, comenzó su intervención explicando que la administración central tan solo conserva dos aspectos en materia de política turística: su promoción y la medición. “A los políticos no les interesa o tienen un interés oportunista en este sector, ya que es un sector que siempre está teniendo que reclamar su espacio”, aseguró.

El primer punto que destacó Monfort es la necesidad de coordinación de las comunidades autónomas en materia turística y una legislación en un mismo sentido, es decir, teniendo una visión de conjunto y de globalidad, pero permitiendo las singularidades locales. “Todo esto lo estructura Turespaña o la Secretaría General de Turismo, que desarrolla el papel de coordinación, de atención y de intercambio de interés y, a pesar de ello, no llegan a ningún acuerdo significativo. La mayoría de las veces desemboca en un conflicto de intereses, en el que casi siempre pierde la administración central”, indicó al respecto.

Destacó los siguientes aspectos fundamentales como retos para el sector: la globalización, un hecho constatado que modifica las estrategias, las estructuras y los mercados hoy en día; y la innovación, unida a la competitividad y a la

productividad de la empresa. “Hablamos de un sector donde el 95% son empresas pequeñas, microempresas, sin estructura ni cultura organizativa”. En cuanto al turismo de calidad, “ahora el cliente es más exigente, experimentado y motivacional, y hay que darle otras facetas de consumo y nuevos elementos que le motiven a desplazarse a ese espacio turístico”, indicó Monfort. Sobre el papel de la sostenibilidad en el sector, el directivo explicó que ha surgido un nuevo tipo de cliente que lo valora y está dispuesto a pagar por ello. “Esto lleva a tomar decisiones urbanísticas y de infraestructuras muy complejas, para recuperar aquello que se ha dañado”, asegura. “El cambio climático y la crisis financiera también ha condicionado y restringido mucho este sector”.

En cuanto al incremento de la competencia internacional en turismo, “España es un líder, genera conocimientos y es capaz de transferirlos”. El sector turístico es un sector que genera empleo y riqueza, destacando más que otros sectores de la economía española, pero aún así tiene una tasa de paro del 15%. Otro punto o reto a superar es la estacionalidad, que es una condición a la rentabilidad de las inversiones.

Monfort concluyó su intervención indicando que hay que reestructurar la promoción turística, teniendo en cuenta



*Felipe Navío atiende a la prensa en las inmediaciones del Aula de Formación AECA, sede del acto*

todos los cambios ocurridos durante los últimos años y la tipología del sector.

### Tendencias del sector de compañías aéreas turísticas

**Felipe Navío**, presidente de la Asociación Española de Compañías Aéreas, comenzó su intervención indicando que el sector aéreo pasa por una situación nada boyante, a pesar de que el tráfico aéreo en los aeropuertos españoles se ha incrementado este año un 7% aproximadamente. A este respecto, recordó que hay que tener en cuenta que un gran número de estos turistas viene “prestado”, ya que tenían como destino inicial el norte de África y, dada su situación –los conflictos vividos en Egipto y países de la zona–, finalmente decidieron venir a España. A pesar de este problema puntual cree que hay dificultades y considera que desde su sector quizás no se ha sabido aún transmitir a los políticos la importancia estratégica que tiene la industria del transporte aéreo para un país como el nuestro.

Subrayó la importancia de las redes aéreas españolas debido a la ubicación geográfica de nuestro país. “Los países que están en el centro de Europa tienen otros transportes que cumplen objetivos turísticos, de economía, de transporte de mercancías [...] hay diferentes alternativas, pero los que estamos en la periferia necesitamos el avión”, indicó al respecto, resaltando que el 80% del turismo que viene a nuestro país lo hace en avión.

Económicamente, la industria aérea española se enfrenta a un momento difícil provocado por la disminución del gasto medio por pasajero, el aumento del precio del petróleo, y las huelgas del sector de tráfico aéreo (Navío propone una Ley de Huelgas que ayude a evitar abusos en sectores estratégicos como el turístico y el aéreo). Para fomentar el crecimiento del turismo en nuestro país, solicita que se exploten los mercados emergentes como Rusia, Polonia y otros países del este, con el fin de incrementar el turismo que recibimos de estos mercados vírgenes.

Navío calificó de vital importancia la creación de un cielo único europeo, lo que significaría unas rutas más cortas,

reducción de costes y menos emisiones de CO<sub>2</sub>. Solicitó además que el sector aéreo y turístico reciba las mismas ayudas que otros sectores en el caso de que ocurran catástrofes naturales que lo perjudiquen como, por ejemplo, con la crisis de las cenizas volcánicas que perjudicó económicamente al sector, que tuvo que asumir los costes sin ayuda alguna.

Para terminar, reclamó créditos ICO para fomentar la creación de infraestructura turística y pidió que se estudien las ventajas fiscales que tienen las compañías aéreas de *low cost* afincadas en algunos países extranjeros que perjudican seriamente al sector aéreo nacional.

### Presente y futuro de las agencias de viajes en España

**Rafael Gallego**, presidente de la Asociación Española de Agencias de Viaje, comenzó su intervención resaltando la importancia de este sector para el país, lo que en su opinión justificaría la creación de un Ministerio del área. “Actualmente, en España, el 10% del empleo depende del Turismo. En comunidades como Baleares o Canarias, supone el 33% de su economía”. Gallego agradeció al Secretario de Estado de Turismo el reconocimiento que ha realizado por primera vez a las agencias de viaje y su importancia como uno de los motores del sector. “Estamos acostumbrados a ver a las agencias como emisores de turistas, enviando españoles fuera del país, y nos olvidamos que de esos más de 50 millones de turistas que llegan a España, el 85% lo traen las agencias de viaje”, tratándose generalmente de pequeños empresarios que representan a turoperadores europeos.

En relación al presente y futuro de las agencias de viaje, a pesar de la pregunta que muchos se cuestionan sobre si internet es un enemigo para las agencias, que las hace prescindibles, Gallego considera que la Red es su gran aliado. “Internet se ha convertido en nuestra gran herramienta, ya que nos permite una importante reducción de costes”. En materia de comunicación, considera que gracias a internet pueden ofrecer a sus clientes un mejor servicio, ofreciendo información y datos al momento, además de



trabajar directamente con el proveedor en destino, ahorrando intermediarios. Las agencias tradicionales ya se han convertido en un híbrido de venta directa y por internet. “El negocio *on-line* del sector ha tenido un resultado de 3.010 millones de euros en el último año, de los cuales el 19,6% corresponde a las agencias de viaje tradicionales”.

Finalmente, para Gallego, los dos grandes problemas del sector son el alto intrusismo y la guerra de precios. También añade como temas a resolver la falta de financiación. “Estamos sufriendo la retención de créditos de la banca, que está haciendo mucho daño al sector”, y son necesarias las ayudas oficiales, como ocurre en otros sectores estratégicos.

### Calidad del turismo en España

**Fernando Fraile**, director general del Instituto para la Calidad Turística española (ICTE), presentó este organismo privado sin ánimo de lucro creado por los sectores empresariales y promocionado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior.

Mediante la colaboración de diferentes expertos del sector, junto con técnicos, asociaciones de consumidores, la asociación de discapacitados y AENOR, realizan un dossier en el que se desarrolla la normativa turística que posteriormente se debe implantar, certificar y verificar su cumplimiento.

Actualmente trabajan para la obtención de normas internacionales ISO para cada uno de los sectores turísticos y para lograr el cumplimiento de las mismas con el mismo nivel de exigencia en todas las regiones.

Fraile explicó que ya han conseguido dos normativas que se desarrollan en la actualidad en hoteles y balnearios, y que para el futuro están centrados en la especialización de tres puntos fundamentales: accesibilidad –no solo de discapacitados de movilidad reducida, también para las personas sordas–, sostenibilidad ambiental y formación permanente. Tres aspectos que considera que mantendrán a España como líder de proyectos turísticos.

### Turismo sostenible

**Esther Trujillo**, directora de gabinete institucional y diplomacia corporativa en Meliá Hotels Internacional, y experta en turismo sostenible, explicó que la sostenibilidad no es algo nuevo para la cadena hotelera, “se trata de un camino lento y una apuesta a largo plazo, en la que no se obtienen resultados inmediatos”.

Trujillo destacó la importancia de la sostenibilidad, y cree que es útil como ventaja competitiva y elemento diferenciador en el mercado, incrementando los ingresos de las compañías. “El 40% de los clientes declara que ha sido un factor importante para la elección del hotel y, para el turismo procedente de países del Norte de Europa, la sostenibilidad es algo fundamental”, asegura.

También es importante para descubrir nuevos nichos de mercado, como el de los discapacitados. “En España hay cerca de cuatro millones de personas discapacitadas, con lo que podría generar un volumen importante de negocio”. Además, sirve para reducir costes, ya que reduce la ineficiencia energética. Por ejemplo, la aplicación de políticas sostenibles habían ayudado a ahorrar 400.000 euros en un hotel de su compañía en Tenerife.

Respecto a la gestión de riesgos, la sostenibilidad también resulta muy importante, ya que “el mayor riesgo es no saber lo que uno tiene”. En este sentido, la cadena hotelera desarrolló un programa con 156 indicadores para obtener información vital y tenerla presente en todo momento, aplicándola en dos ámbitos: internamente (modificación y reingeniería de procesos y sistemas) y externamente (foros, encuentros, debates, etc.).

Finalmente, la experta concluyó que la sostenibilidad es una apuesta a largo plazo, y que es muy importante que las compañías multinacionales ofrezcan un marco de comportamiento a todos sus empleados en este sentido.

## Competitividad y retos de las pymes hoteleras españolas

El catedrático de la Universidad Autónoma de Madrid, **José Miguel Rodríguez Antón**, se encargó de hacer un diagnóstico interno de las pymes hoteleras, proponiendo soluciones a los problemas más serios y a las dificultades añadidas provenientes del entorno actual.

Desde el punto de vista financiero, el profesor explicó que estos hoteles tienen una serie de problemas, como una escasa capacidad financiera, que les supone un elevado coste de capital y una escasa capacidad de acceso a la financiación y de inversión.

Desde el punto de vista operativo, son poco eficientes, teniendo menores tasas de productividad, valor añadido y estabilidad. Por último, desde el punto de vista comercial, las pymes hoteleras cuentan con muy pocos recursos para publicidad y comunicación y con una escasa oferta de productos y servicios que satisfagan las cada día más exigentes demandas de los clientes.

En cuanto a sus fortalezas, las pequeñas compañías hoteleras tienen unos costes fijos más reducidos, un trato más directo con los clientes y una mayor capacidad de adaptación a los cambios del entorno, a los que se ajustan con mayor rapidez.

Para finalizar, Rodríguez Antón recalcó la importancia de que estas empresas afronten decididamente una serie de retos de cara al futuro, como el aprendizaje organizativo, que les dote de mayor flexibilidad, y la creación de redes de servicios que les ayuden a mejorar sustancialmente sus ofertas de productos y servicios

En la segunda parte de la sesión los ponentes aclararon algunos aspectos de sus intervenciones, abundando en algunos de los temas de mayor relevancia, como la estacionalidad, la sostenibilidad, la calidad y los vuelos *low cost*, contestando a las preguntas planteadas por los asistentes y otras recibidas previamente, como la de Margarita Orduna, socia de La Coruña,

que planteó si deberían mantenerse las políticas del Insero, de viajes y vacaciones para todos los jubilados fuera de estación, con sus costes, en la situación de crisis actual.

Rafael Gallego aseguró que el Insero, a pesar de la situación de crisis, es muy necesario. "Está demostrado que por cada euro que invierte el gobierno se recuperan uno con ocho, y cada cien mil plazas de estos turistas suponen seis mil puestos de trabajo", explicó, asegurando que este turismo permite mantener los hoteles abiertos y genera empleo.

Felipe Navío se mostró de acuerdo con Gallego: "se crea más empleo, a su vez disminuye el consumo de productos farmacéuticos y alarga las temporadas y estancias de los visitantes".

Vicente Monfort también estuvo de acuerdo, "es irrenunciable, hay que seguir haciéndolo" dijo, con una cifra de más de 350 millones de euros, con una tasa de retorno muy alta y además se ha empezado a traer turismo senior de Europa como forma para abrir el mercado, para solventar el problema de la estacionalidad.

Para concluir, a modo de despedida y agradeciendo por poder haber asistido a la sesión, intervinieron dos de los asistentes de la Escuela Internacional de Protocolo, entidad que ha colaborado en la edición del presente reportaje, a través de sus alumnas del título 'Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos': Cristina Romay, Esther Constanzo, Paula Magaz, Alba Martín-Casal, Macarena Díaz, Miriam Bermejo, y Alba Palma.



**Vicente Monfort**

*"La estacionalidad y la coordinación entre administraciones públicas sobre políticas turísticas transferidas plantean retos prioritarios de cara al futuro"*



**Rafael Gallego**

*"La importancia del sector turístico para la economía nacional justifica la creación de un Ministerio de Turismo"*



**Felipe Navío**

*"Es necesaria una Ley de huelga que sirva para evitar abusos en un sector tan estratégico como el turístico"*



**Fernando Fraile**

*"La especialización y la certificación de la calidad son claves para diferenciarse en la actividad turística"*



**Esther Trujillo**

*"La sostenibilidad incrementa los ingresos, reduce los costes e impulsa la innovación de procesos en el negocio hotelero"*



**José M. Rodríguez**

*"El 99,12% de las empresas hoteleras españolas son Pymes con menos de 200 empleados que cuentan con pocos recursos propios y con una escasa capacidad para invertir y acceder a la financiación"*