

## El precio de los seguros de automóvil se ha mantenido cuesta abajo

Los precios de los seguros de coche han entrado en punto muerto. A tan sólo unos días de que finalice el ejercicio, las aseguradoras miran a sus balances y -salvo contadas excepciones- ven que los márgenes de las pólizas se presentan entre paréntesis, es decir, en negativo. La cruenta guerra de precios que las compañías que operan por Internet han azuzado en los últimos meses -años en algún caso- ha provocado un castigo sin parangón sobre los márgenes de éstas compañías que han visto cómo los precios de sus pólizas han tenido que rebajarse hasta en un 7 por ciento, según los datos de Direct Seguros. Sin embargo, el descuento medio que se viene aplicando durante los once primeros meses del año se sitúa en torno al 4,5 por ciento. ¿Es sostenible? La respuesta del consumidor es clara, pero la de las compañías difiere. De hecho, muchas de las tradicionales han tenido que rendirse a la creación de una compañía a través de Internet a través de la que hacer frente a este fenómeno con el que Línea Directa ha sido pionera. Sin embargo, otras compañías han identificado que al cliente que busca exclusivamente precio se le puede dar precio a cambio de recortar coberturas. La opción está sobre la mesa y, en tiempos de crisis, son muchos los que buscan cumplir con la legalidad al menor coste posible. Las cifras de conductores que han decidido cambiar el seguro de todo riesgo por el de terceros son abrumadoras y eso justifica, a la vez, que los mayores descuentos se apliquen sobre estos seguros que ahora se abandonan. Los intentos que ha habido por frenar esta guerra han fracasado aunque la llegada de la nueva regulación para el sector podría terminar por echar el freno a esta situación.

### Turquía, el gran rival a batir en 2012

España ha recibido 3,5 millones de turistas extra en verano debido a los conflictos del Norte de África. Aunque sea uno de los países que más se ha beneficiado de la primavera árabe no se ha llevado la medalla de oro. Turquía se ha revelado como el gran ganador de esta temporada ya que no sólo se ha llevado la otra mitad de los turistas de sol y playa que han desistido de



Un coche accidentado. EFE

viajar a Túnez y Egipto, sino que ha visto cómo los precios se alzaban un 20 por ciento y las ocupaciones superaban el 90 por ciento. Las playas, la oferta hotelera y cultural y los precios (hasta un 40 por ciento más baratos que España) han convertido a Turquía en un fuerte competidor para el sector turístico español y amenaza con seguir ganando posiciones de cara al año que viene. Las empresas españolas y los grandes touroperadores europeos también han puesto los ojos en este destino. Cadenas hoteleras como NH Hoteles o Barceló, que ya tiene presencia en el país, están estudiando ofertas para abrir nuevos establecimientos en Turquía animados por las altas rentabilidades. Desde Exceltur aseguran que España no puede seguir jugando a "bajar los precios" para competir con las ofertas de los países del Mediterráneo. Por eso a Turquía hay que ganarle por la vía de la calidad y de la oferta diferenciada. De cara a 2012 España seguirá recibiendo el reflujo de los turistas por la revolución del Norte de África, pero esta situación no va a durar para siempre. Túnez, que formó la semana pasada su primer Gobierno democrático tras la caída de Ben Ali, ve cómo la demanda vuelve a crecer de cara al invierno. La recuperación de estos países (la de Egipto será más lenta) y la fuerte pujanza de Turquía obliga al sector español a ponerse a trabajar para reformar y repositionar la oferta de sol y playa. "Hay que mejorar los destinos para poder subir los precios aunque vengan menos turistas. La medida del éxito no es cuántos turistas llegan sino la derrama económica que dejan", aseguró José Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur, en una entrevista con este diario.