

29 de Enero de 2009



▲ Con la crisis económica de fondo y en plena celebración de la Feria Internacional del Turismo, Fitur, el vicepresidente de la cadena Sol Meliá y presidente de la organización turística Exceltur atiende a los lectores de elmundo.es.

Sebastián Escarrer

1. Cómo están viendo fitur este año? Se ha notado mucho la desaceleración económica?

Antes de nada, muy buenos días a todos. Un placer poder compartir con vosotros estos momentos. En cuanto a tu pregunta, te puedo decir que por una parte hay un 9% menos de expositores de empresas, y ésto hace que haya también menos actividad en estos primeros días dedicados a profesionales. Al mismo tiempo hoy hemos sabido que la Confederación de Automóviles de España ha anunciado que no acudirán a Barcelona al Salón del

Automóvil. De cara al fin de semana, cuando la feria se abre a todo el público, sí tenemos confianza en una buena afluencia de público, ya que el Turismo sigue siendo muy atractivo para todos y podrán encontrar un amplio abanico de propuestas. Como Presidente de Exceltur, quisiera recordar la responsabilidad de los entes públicos que también deben adaptarse a ésta situación de crisis y rebajar las tasas de expositor en estas ferias para que España siga siendo competitiva en el mercado de ferias a nivel europeo por el impacto económico que tiene para toda la ciudad.

2. Hasta qué punto son importantes las marcas en el sector hotelero? ¿Llegará el mercado español al nivel del estadounidense, en ese sentido?

Es precisamente en momentos de crisis cuando es más importante apostar por unas marcas fuertes. hay que tener en cuenta que en España sólo una cuarta parte de los hoteles están afiliados a una gran cadena, mientras que en Estados Unidos ésta cifra llega a las tres cuartas partes. En los últimos cuatro meses el nivel de propuestas de proyectos para ser operados bajo alguna de las marcas de nuestra cadena se ha multiplicado por cuatro. En Fitur el elemento más destacable sería que los grandes distribuidores tanto a nivel nacional como internacional están reduciendo su capacidad de una forma importante, concentrando la misma en muy pocos operadores, para que en vez de una bajada de negocio a todo el mundo, se concentre en los proveedores más fuertes, logrando así mejores comisiones para ellos. Frente a eso, Sol Meliá, como compañía líder en el sector, vemos que nos estamos viendo incluso beneficiados en éste proceso para todos aquellos hoteles que estamos gestionando o franquiciando.

3. ¿Para cuando los hoteles Melia en EEUU? Teneis planes de expansion en ese mercado

Hace ya cinco años que somos la única compañía que estamos posicionados en el ámbito vacacional en Estados Unidos, con nuestro hotel en Puerto Rico, y los últimos años hemos estado también presentes en dos destinos tan emblemáticos en Chicago y Nueva York, hoteles que vendimos bajo la marca Hard Rock, y ahora nuestro enfoque es de nuevo es estar presentes en éstos destinos incluyendo a Washington y Miami.

4. siendo consciente de que las bolsas andan turbulentas, la cotización de Sol Meliá, ha caído desde mayo del 2007 que estaba a 19 € hasta hoy día, que se encuentra a 3,93€y en caída libre. la cotización en bolsa suele ser un reflejo de la empresa o el sector, ¿cómo interpreta usted esto? Saludos

Sol Meliá no ha sido inmune a lo que ha pasado al resto de las compañías cotizadas. La crisis económica en España y la devaluación de la Libra nos impactó antes que a otras compañías europeas, pero el nivel de bajada ha sido en 2008 muy por debajo del índice hotelero de Estados Unidos y similar al conjunto de las compañías hoteleras europeas. Por poner un ejemplo, Sol Meliá bajó un 59% a lo largo de 2008, mientras que la media de compañías americanas cayeron un 76%, y si nos comparamos con otra cotizada española como NH, descendió hasta el 70%.

5. Cómo llevan la competencia de nuevas cadenas que ofrecen diseño, confort y ubicación céntrica a precios increíbles???

La ubicación de éstas compañías no es, por lo general, óptima. Aunque se ha hecho un esfuerzo en cuanto a estandarización de los productos, éste es un camino que nosotros estamos recorriendo en todas nuestras marcas, tanto por la renovación del producto o por la introducción de marcas totalmente innovadoras, con diseño vanguardista, como Inside y ME. Por ejemplo, sólo en Meliá hemos invertido unos 250 millones de euros en renovación de hoteles.

6. Según su opinión, cuáles son los mejores hoteles meliá en Palma de Mallorca? Y qué precios rondan? Quiero viajar pronto a las islas

Si es por motivos vacacionales, apostaría por el Meliá de Mar, que además de ser uno de los rincones más encantadores de Mallorca cuenta con instalaciones tan fabulosas como su Yhi Spa o su Gabi Lounge, y si es por motivos urbanos el Meliá Palas Atenea, también con su Yhi Spa y una ubicación única en el Paseo Marítimo de Palma de Mallorca. En ambos hay, en todo caso, una excelente oferta gastronómica y un servicio tan excelente como el que nos caracteriza desde hace muchos años.

7. Cuáles son los grandes desafíos que afronta el sector en España, cuando ya hay otros destinos en el mediterráneo con el producto sol y playa más barato??

El primer desafío es el nivel de las tasas aéreas. España no puede ser el primer destino vacacional del mundo y el segundo país turístico, y tener las tasas de navegación aérea más altas de toda Europa. Sin transporte aéreo no hay turismo. Nos encontramos con la mayor incongruencia en éstos momentos y el Gobierno en lugar de congelar las tasas, pretende aumentarlas. Y cuando ya hay una serie de destinos, sobre todo los insulares, que se encuentran estrangulados por no poder acceder los clientes al no contar con transporte aéreo, con la destrucción de economía y empleo que supone para el resto de subsectores. En segundo lugar, el Gobierno español tiene que invertir de una forma más intensa en la reforma integral de una serie de destinos maduros, y no tan sólo los 9 millones destinados en el Presupuesto de 2009. Y en tercer lugar, las Comunidades Autónomas deberían centrarse por completo en el principal mercado, que es el nacional, en vez de estar promocionando destinos difícilmente reconocibles y cuya promoción es, turísticamente hablando, absolutamente ineficaz. Y mientras Turespaña, o sea, el Gobierno español, debería centrarse en la promoción de la marca España en el extranjero.

8. ¿ Que futuro le augura al sector turístico Balear a medio plazo ?

Baleares tiene los mismos retos que el conjunto del país, es decir, mantener la competitividad adaptando el producto, renovando las zonas maduras y construyendo una marca potente que se promocione adecuadamente en el exterior. Pero junto a éstos retos, las islas tienen el desafío añadido del transporte aéreo, del que dependemos absolutamente y al que hay que apoyar desde los gobiernos para que no se convierta en un factor que penalice la llegada de viajeros en beneficio de otros destinos. Si se cuidan éstos aspectos, las islas tendrán muchos más años de liderazgo turístico.

9. ¿ cambiara la crisis la forma de hacer turismo?

Los hábitos ya estaban cambiando en el sentido de reducir los periodos vacacionales y repartirlos en escapadas de fin de semana o de menos de una semana. También el cliente es hoy más exigente en lo que obtiene por su dinero y personaliza mucho más su viaje a través de Internet. Los viajeros no quieren sorpresas negativas a la hora de viajar, así que confían más en marcas consolidadas que les garantizan lo que van a recibir a cambio. La crisis puede intensificar éstos cambios, así como indudablemente la tormenta en el sector aeronáutico influirá en las preferencias a la hora de elegir los destinos.

10. Buenas tardes, que porcentaje de sus reservas a nivel global se generan a traves de su portal solmelia.com?

Sol Meliá ha hecho una importante apuesta por su página web en los últimos años, lo que se ha reflejado en que actualmente un 10% de las reservas se hacen a través de www.solmelia.com. Si contamos con el resto de canales propios y ventas centralizadas, alcanzaríamos el 30% del total de las ventas.

11. Buenos días, señor Escarrer. Llevamos años escuchando eso de que hay que cambiar el modelo turístico para que vengan turistas con mayor capacidad de gasto. ¿Qué van a hacer los empresarios españoles para conseguirlo? Normalmente, las empresas tienen claro todo lo que tienen que pedirle al Gobierno y a las CCAA, pero ¿qué hay de esperar de los empresarios? ¿Cuándo van a afrontar los retos? Gracias

Los empresarios no hemos dejado de invertir ni siquiera antes la amenaza de crisis. Sol Meliá presentó ayer mismo una inversión de 330 millones realizadas en 2008 para abrir tres hoteles de gran lujo en España, como son el ME Barcelona, el Gran Meliá Palacio de Isora (Tenerife) y el renovado Gran Meliá Colón (Sevilla). Creo que éste representa un claro compromiso con elevar el nivel adquisitivo medio de los turistas que recibimos. En cualquier caso, tenemos que seguir siendo críticos con la parte que corresponde a nuestras administraciones públicas en la modernización y mejora de la oferta allí donde nosotros no podemos actuar, como es el caso de las infraestructuras o la promoción exterior de la marca España.

12. ¿ que estrategias van a seguir para superar la crisis? ¿y cuál es su hotel preferido?

En febrero de 2008, durante el Día del Inversor, explicamos ya la reorientación de nuestra estrategia hacia una expansión más conservadora en función de la evolución del negocio. Tras estallar la crisis, hemos diseñado un plan de contingencia dirigido fundamentalmente a controlar el gasto sin que lo padezcan los clientes, incrementar los ingresos adicionales a las habitaciones y flexibilizar e introducir creatividad en la comercialización de nuestros productos. Todo ello sin abandonar dos líneas que consideramos estratégicas para nuestro futuro, como son estandarizar y construir marcas fuertes, y por supuesto desarrollar una gestión cada vez más sostenible. En cuanto a mis hoteles favoritos, depende del momento en que me encuentre. Por ejemplo, para unas vacaciones en un destino urbano elegiría el ME Barcelona. Para escaparme con mi familia me iría al Meliá Bali. Para un viaje de incentivo con mi empresa me gustaría ir al Gran Meliá Palacio de Isora. Y para un fin de semana con los amigos iría al Gran Meliá Colón, en Sevilla, que abre sus puertas el próximos 3 de febrero.

13. Cómo ve el 2009 para República Dominicana como destino turístico? Cree que habrá niveles buenos de ocupación? Saludos desde Santo Domingo.

Pues para este año esperamos buenos niveles de ocupación en la República Dominicana, porque aunque se verá impactado por la crisis, lo hará en menor medida que otros destinos.

14. Qué opina de los rumores de fusion con NH Hoteles en el contexto de desaceleracion economica?

Pues entiendo el interés que esta cuestión pueda generar en el sector :-), pero en Sol Meliá no comentamos rumores ni somos partidarios de que éste afecte a la evolución de las compañías en el mercado.

15. ¿La externalización de los servicios y procesos de la compañía ira creciendo con la correspondiente reducción de personal?

En lugar de optar por la externalización pura, que pudiera tener un impacto en la reducción de personal, Sol Meliá ha acometido el reto de crear un centro de servicios compartidos como herramienta interna de excelencia y eficiencia en la realización de todos los servicios de back-office, como es Hospitality Business Solutions (HBS). Evidentemente, seguiremos externalizando aquellos servicios que no constituyen el core-business de nuestra compañía y para lo que siempre hemos contado con colaboradores muy valiosos en el mercado.

Despedida

Pues os doy las gracias por las preguntas que habéis formulado esta mañana, ha sido un placer poder compartir éste rato con todos vosotros y espero que podamos repetirlo en un futuro. Un abrazo muy fuerte desde FITUR, que espero que os animéis a visitar si estáis o pasáis por Madrid. Sebastián Escarrer Jaume Co-Vicepresidente y CEO de Sol Meliá