



ENTREVISTA

JOSÉ ÁNGEL VÁZQUEZ
DIRECTOR DEL ÁREA DE
ALOJAMIENTOS TURÍSTICO
COP TURISMO

José Ángel Vázquez: “Hace años que dejamos de ser bancos de camas y de comidas”



M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
La crisis de coronavirus ha hecho que todo el sector turístico parara, pero una de las partes que más ha sufrido son los alojamientos turísticos, ¿no es así?

Como director del Área de Alojamiento del Colegio Oficial de Profesionales de Turismo, quizá se espera que diga que los alojamientos turísticos somos los que más hemos sufrido, y sí, así lo es, pero atendiendo al efecto multiplicador, esto es un efecto en cadena sobre las personas y empresas que directa o indirectamente se relacionan con los alojamientos turísticos, en España en general, y en Canarias en particular, todos estamos sufriendo.

Si el turista no viene o no puede venir aunque lo desee, el alojamiento ha de cerrar. Los costes fijos y semivariables son tan elevados que mantener un establecimiento abierto con una baja ocupación genera aún más pérdidas que teniéndolo cerrado. El break even point, el umbral de rentabilidad, esto es, el momento en el que los ingresos igualan a los costes (fijos y variables), cuando no hay beneficio ni pérdida, en los hoteles se alcanza con una ocupación superior al 45%. Abrir un hotel con una ocupación del 20% o menos, es una ruina. Si no vienen turistas, el hotel cierra. El 90% de las empresas que dan servicios a los hoteles dejan igualmente de facturar, sufriendo principalmente los proveedores de alimentos y bebidas, lavandería, etc. El otro 10% de proveedores que mantenemos con el hotel cerrado, como pueden ser suministros, ven reducida su facturación a mínimos imprescindibles.

Tanto los hoteles como el resto de empresas se ven abocados a hacer regulaciones de empleo. Los trabajadores ven reducidos sus ingresos y, por ello, reducen también su gasto, especialmente en ocio, ropa, perfumería, etc, con lo que esas empresas también ven reducido su facturación y tienen que reducir costes para poder sobrevivir.

Coches de alquiler, empresas de excursiones, centros de buceo, bares y restaurantes, farmacias, sector primario, todos estamos relacionados con el turismo. Incluso aquel que piense que su actividad no lo está, que considere que en el año 2019 el sector turístico generó en Canarias más de 16.000 millones de euros, lo que es casi 7 millones de euros diarios de ingresos en impuestos.

Bajo su punto de vista, ¿Cuáles son las mayores complicaciones que han tenido que pasar estos alojamientos a la hora de la reapertura?

La mayor complicación no ha sido la reapertura de los hoteles, sino la no reapertura. El hecho de tener que mantener un alojamiento cerrado, acostumbrados a tener abierto siempre, el hecho de no poder vender el destino y contribuir a las personas puedan ser más felices, desde el punto de vista del turista, o no poder generar ingresos a tus plantillas o proveedores, ésta es la mayor dificultad.

Con respecto a la operación, bien es conocida la capacidad de adaptación del hotelero. Desde incluso antes de cerrar los hoteles, los alojamientos turísticos en general, en el momento en el que se decretó el estado de alarma, todos ya estábamos actuando con otros protocolos de brotes víricos (Norovirus, Gripe A). No sabíamos las características del Covid-19, pero sabíamos que con el protocolo del Norovirus mínimo un 90% lo tendríamos cubierto. La mayor dificultad antes de la apertura de los pocos que han abierto, era la falta de información clara y los cambios de criterio con frecuencia: buffet sí o no, mascarilla donde sí y donde no, control de temperatura, gestión de operación y organización diaria, EPIS de los trabajadores... Esto no era por desorganización, sino porque todos estábamos aprendiendo cada día cómo podíamos hacerlo mejor evitando crear hoteles-hospitales y buscando la mayor comodidad del cliente. Desde el Co-

legio hemos participado en la redacción de las normativas, y en el paso de las semanas veíamos la necesidad de hacer cambios y adaptaciones, según iba evolucionando la pandemia. Y por otro lado, la otra complicación que tenemos en la gestión es la fuerte reducción de rentabilidad de aquellos alojamientos que abren: bajan las ocupaciones, bajan los precios y se incrementan los costes, tanto de recursos humanos como de suministros de elementos desechables relacionados con la protección hacia el virus: geles, guantes, mascarillas, bolsas, etc, o elementos de más duración como mamparas o indicadores y señalética.

Los hoteles han cambiado, ya no son solo lugares para dormir y cenar, cada vez hay una oferta más atractiva a su alrededor, ¿hacia dónde va el modelo?

Hace años que dejamos de ser bancos de camas y de comidas. Nuestros hoteles se han ido especializando en las necesidades

y deseos de diferentes nichos de mercados que buscan una experiencia gratificante. Los ejemplos más claros y destacables en Canarias son los hoteles familiares y los sólo adultos, que en estos dos tipos estamos en las más altas posiciones en los rankings mundiales. Y no damos de comer, sino que creamos experiencias culinarias de altísima calidad tanto en los buenos buffets como en los restaurantes temáticos que cada vez tenemos más en los hoteles de Canarias.

¿Es el todo incluido un modelo que sigue sobreviviendo? ¿Se mantendrá en un futuro?

Cuando comenzó el modelo todo incluido había algunos sectores que comentaban que era un mal turista, y yo siempre indicaba que el turista malo es el que no viene. No es sólo que este modelo sobrevivirá, sino que se va adaptando a las necesidades de los nichos de mercado, se diferencia incluso en los hoteles. El todo incluido no ha de ser un producto de mala calidad enfocado a un cliente barato.

Tenemos en Canarias hoteles con espectaculares Todo Incluido a precios muy elevados, que el cliente compra y su grado de satisfacción roza el 10. Contrario a los que hace años se pensaba, que el cliente todo incluido se pasaba todas las vacaciones ebrio y sin salir del hotel, se ha demostrado que es un buen turista que sale tanto como el de media pensión a disfrutar de nuestras islas, e incluso visita los bares y restaurantes locales.

Hemos de dar al cliente lo que busca, cumplir con sus deseos y cubrir sus necesidades. Lo que sí quisiera puntualizar es la sostenibilidad: ofrezcamos en el todo incluido todos productos regionales posibles: nuestras cervezas, nuestros vinos, nuestros licores, nuestros quesos, nuestras verduras, nuestras papas, nuestras carnes y nuestros pescados. Tenemos muchísimo que ofrecer para favorecer aún más la economía local.

¿Y cuáles son las propuestas que se hacen desde el colegio para mejorar los establecimientos y la experiencia del turista?

Ahora, especialmente a corto plazo, el turista ha de sentirse seguro en nuestros hoteles. La seguridad es el valor que hemos de anteponer. El turista ha de venir tranquilo. Pero no debemos olvidar que viene de vacaciones, no a un hospital, con lo que también ha de disfrutar de nuestro mejor servicio. Actualmente todos llevamos mascarilla y guardamos la distancia de seguridad. Nuestra cercanía y cariño debemos ahora reflejarla con gestos y con los ojos. Podemos sonreír tras la mascarilla, que nuestros ojos lo comunicarán al cliente.

¿Cuáles son los retos a los que se enfrentan hoteleros y directores de hotel en el futuro?

Debemos dar el mejor servicio posible, como siempre hacemos, con las máximas medidas de seguridad e higiene, y gestionando con nuestra máxima habilidad para mantener la rentabilidad.

La formación del personal vuelve a tener un gran protagonismo y el trabajo en equipo será la base de nuestro éxito. El 2020 será un año para olvidar, por todo lo duro que está siendo, pero también un año para recordar, por hacernos ver los flexibles que somos y lo bien que sabemos los Profesionales del Turismo en Canarias adaptarnos a los cambios y a reinventarnos para seguir dando el mejor servicio.