

José María Rossell Recasens

Entrevista

Presidente del Grupo Playa Hoteles

“Creceremos por encima de lo previsto para el 2005”

Antonio Fernández

José María Rossell es el más veterano de los empresarios turísticos de la provincia. Desde su llegada, hace más de 30 años, ha construido un emporio en torno a la marca Playa Hoteles, hoy convertida en el primer grupo hotelero de Andalucía, y cerca de situarse entre las diez mayores cadenas españolas.

Hace apenas tres años el grupo contaba con alrededor de 3.000 habitaciones; hoy se aproximan a las 4.000 y dentro de cuatro años estará muy cerca de las 10.000, cifra que Rossell considera “la mínima para poder subsistir de cara al futuro”.

Pregunta.- ¿El plan ‘Horizonte 2005’ marcha al ritmo previsto?

Respuesta.- “Cuando lo pusimos en marcha hicimos una serie de previsiones que nos acercarán a las 6.000 habitaciones, pero la evolución de la empresa y la llegada de nuevos socios nos ha permitido revisar ese plan al alza, de forma que esa cifra la tendremos en el 2003, y esperamos superar las 9.000 en el año 2005”.

P.- ¿Qué ha permitido ese incremento en el ritmo de crecimiento del grupo?

R.- “Contamos con la solidez del grupo, que ha incrementado sus recursos financieros de forma notable y, sobre todo, contamos con la ventaja de disponer de suelo en propiedad en zonas de alto interés turístico, como en Lanzarote, el Algarve portugués, Ayamonte o Cartaya, en Huelva, en Marbella o en Chiclana. Eso nos ha llevado a una buena posición de partida que permitirá el desarrollo de todos los proyectos”.

P.- ¿Qué papel juegan los nuevos hoteles urbanos que se van a abrir en las grandes capitales?

R.- “Suponen una apuesta por la diversificación y se ha acometido ese proyecto, que hemos bautizado con el nombre de ‘Senator’, porque entendemos que es una forma de dar mayor valor añadido a la sociedad, a nuestros socios y al conjunto de la empresa.

Hace apenas un año no teníamos plazas en ese sector, ni siquiera un plantea-

miento firme, pero se presentó la ocasión y en pocos meses tenemos proyectos para abrir cuatro o cinco hoteles urbanos del tipo ‘Senator Hoteles’. El primero se abrirá al público en septiembre en Barcelona, y posteriormente abriremos en Madrid, Valencia, Marbella o Sevilla. Y en la actualidad estudiamos otros enclaves posibles”.

P.- ¿Hace algún tiempo se habló de la entrada en bolsa de Playa Hoteles, se mantiene la intención?

R.- “Esto es algo que hay que llevar con mucha calma, porque entendemos que primero debemos afianzar mucho más la compañía. En cualquier caso, una vez que hayamos ultimado nuestro plan de crecimiento será el momento de plantear en serio esa opción, que puede ser muy interesante”.

P.- ¿Su desembarco en la Costa del Sol ha despertado muchos recelos?

R.- “Los lógicos que se producen cuando a una zona llega un grupo fuerte con la idea de competir. Quizá la cultura de empresa turística de la zona no era la misma que la nuestra, pero se está produciendo un cambio sustancial, con la mejora de los establecimientos y un salto cualitativo importante en el que nosotros también hemos colaborado activamente.

De hecho nuestras primeras actuaciones en la zona fueron recuperar instalaciones obsoletas, en las que hemos invertido fuerte para convertirlas en lo que ahora son, hoteles de alto standing que han incrementado el valor añadido de aquella zona”.

P.- ¿Ese ‘desembarco’ ha generado tensiones?

R.- “Las normales. Nuestra cultura empresarial y nuestra mentalidad es de ayuda al cliente, de calidad en el servicio y de atención por encima de todo e invertimos fuerte en ello. Quizá eso no era tan habitual en la zona y generó una cierta preocupación. Somos nuevos allí y encima llegamos cambiando las cosas, y eso preocupa, claro”.

P.- Volviendo a Almería, ¿cree que el 2005 puede significar el despegue defini-



José María Rossell ha logrado llevar a Playa Hoteles a convertirse en la primera cadena hotelera andaluza. / CARLOS BARBA

“El turismo de sol y playa vivirá dos o tres años difíciles”

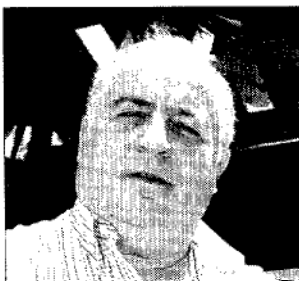
Desde la experiencia que suponen cerca de treinta años de trabajo en el sector turístico almeriense, y la presidencia del sector del turismo de Asempal, José María Rossell es una de las voces más autorizadas a la hora de analizar el futuro del sector. Afirma que durante los dos o tres próximos años el turismo de “sol y playa” atravesará momentos difíciles, en la provincia y en el resto de las zonas turísticas españolas “aunque no será una crisis tan pronunciada como la de finales de los ochenta, porque la de ahora llega con un cambio estabilizado y con unos bajos tipos de interés que permitirán a las empresas aguantar mejor la situación”.

La causa de esas dificultades estriba especialmente en el crecimiento de la oferta, sobre todo en países competidores del modelo almeriense como puede ser Turquía, donde está aumentando la planta hotelera y los precios son más bajos. Confía, sin embargo, en el tirón del turismo nacional “que probablemente optará por quedarse aquí a la vista del cambio con el dólar, que es desfavorable para realizar viajes a terceros países”.

Es optimista con respecto al futuro del sector en la provincia porque “en la actualidad tiene una posición en el mercado más que aceptable, más incluso de lo que la propia población almeriense cree. Tenemos que

valorar el hecho de que una zona como la de Roquetas tenga en la actualidad más camas que Marbella o que Fuengirola, pero además con una planta hotelera nueva, de calidad y con unos servicios excelentes”.

Recalca una de las máximas que han presidido las acciones de Playa Hoteles desde hace una década, como es la búsqueda de la calidad, como la mejor fórmula para ganar prestigio en los mercados y asegurar el futuro. Una calidad que afecta a todos y cada uno de los aspectos de la empresa, desde los establecimientos al servicio, la formación del personal o el cuidado del entorno en el que se ubican los hoteles.



COSTA DEL SOL

“Somos nuevos allí y hemos llegado apostando fuerte y cambiando cosas; eso crea recelos”



CRECIMIENTO

“Preveíamos tener 6.000 habitaciones en el 2005, pero el ritmo actual nos acercará a 10.000”

tivo del sector turístico?

R.- “Lo deseable es que se hagan las cosas con cabeza, para elaborar un modelo que sea rentable para el futuro. Entiendo que la Empresa Pública del Suelo de Andalucía (EPSA) es un buen partner para eso, y que se pueden aprovechar las sinergias.

Pienso que el único hándicap de la provincia es que aún no están presentes las grandes cadenas europeas, vinculadas con los touropeadores importantes. Si a través del 2005 se logra interesarlas y que se animen a invertir en la zona, sería

muy importante para la consolidación del modelo turístico almeriense”.

P.- Usted propugna desde hace tiempo la necesidad de cuidar el medio ambiente. ¿le han hecho caso?

R.- “El turista cuando decide visitar una zona lo hace buscando buenos hoteles y buenos servicios, pero también un entorno limpio, atractivo. En este terreno se ha avanzado mucho; si hace veinte años ese tipo de cuestiones apenas se comprendían, hoy es un tema prioritario, y lo será más a lo largo de los próxi-

mos años.

En entorno es un problema que afecta esencialmente a los ayuntamientos, y ya hay muchos que han adoptado medidas adecuadas para protegerlo y que están haciendo un esfuerzo importante. Lo deseable es que ese esfuerzo se extienda a todos los demás”.

P.- ¿Es la oferta gastronómica uno de los saltos cualitativos más importantes en los hoteles?

R.- “Ese es otro de los aspectos en los que se ha redoblado el esfuerzo, en el que se ha evolucionado mucho. Nosotros tenemos ex-

celentes bufets de desayunos y almuerzos, y los hemos reforzados con un servicio de ‘cocina en vivo’ que está generando gran satisfacción en nuestros clientes”.

P.- ¿La calidad es un reto o una exigencia?

R.- “Para nosotros es el motivo del mayor esfuerzo y abarca a todos los servicios y a todos los estamentos. Empieza por el personal, sin cuya calidad, formación y profesionalidad, sería imposible ofrecer servicios de calidad al cliente”.