

## **SECTOR TURISMO**

**D. Gerardo Muñiz Bárcena**  
**Propietario de Posada La Morena**

Señoras y señores, muy buenas tardes.

En primer lugar, quiero agradecer a la Cámara de Comercio y a CEMIDE la invitación que me han cursado para participar en este encuentro representando al subsector de Turismo Rural, y al mismo tiempo, me siento muy honrado de poder dar mi opinión, que espero coincida con la de la gran mayoría de los pequeños empresarios que nos dedicamos al Turismo Rural.

Mi nombre es Gerardo Muñiz y soy propietario y gestor de una posada desde el año 2002. Normalmente, cuando se crea un establecimiento de Turismo Rural, no lo hacen grandes grupos empresariales sino que son personas físicas o familias que, con recursos propios o con financiación ajena, montan el negocio. Por lo tanto el perfil del empresariado es de tipo familiar, donde varias personas de la misma familia -en ocasiones con alguna persona empleada- constituyen el equipo de trabajo que permitirá el buen funcionamiento del establecimiento. De esta forma, la presencia del dueño o dueños del negocio es constante y esto constituye uno de los motivos por los que los establecimientos de Turismo Rural ofrecen altos niveles de calidad. Al mismo tiempo esta configuración familiar del negocio es la que nos permite afrontar momentos de crisis -como los que estamos viviendo en este primer trimestre de 2005- de una manera más liviana ya que estamos normalmente liberados de los costos salariales que otras estructuras de negocio tienen que soportar.

Después de este primer comentario ya saben ustedes más o menos como somos las personas que nos dedicamos a esta actividad y a continuación les quiero comentar algunas de las circunstancias que inciden directamente sobre nuestros negocios.

Nuestro perfil empresarial es el anteriormente descrito. Nosotros creamos empleo, fundamentalmente femenino, cotizamos a la Seguridad Social, pagamos nuestros impuestos y afortunadamente estamos obsesionados por la calidad (cada vez son más las empresas certificadas). Todo esto no tiene nada que ver con ese otro perfil que nos ofrece el actual intrusismo en nuestro sector; donde no se cumple ninguno de los aspectos anteriormente comentados y que constituye una actividad absolutamente ilegal. Por lo tanto nos encontramos con un auténtico "top-manta", en este caso oculto a la sociedad pero por todos conocido. ¿Cuántos pisos y cuántas casas hay en nuestra región que sin estar dados de alta en la actividad se alquilan en los meses de verano a familias de comunidades vecinas?. El control de este intrusismo es fundamental para todos nosotros.

La actual situación de nuestro aeropuerto -de la que por supuesto nos congratulamos- no ha representado para nuestro subsector una aportación sustancial de clientes. Nuestros clientes lo constituyen parejas, grupos de amigos o familias españolas, de clase media y residentes en comunidades autónomas próximas. El medio de transporte que utilizan es el automóvil y en menor medida el tren. Por lo tanto, para nosotros es fundamental la finalización de las autovías con Asturias y con la meseta y un servicio de ferrocarril más rápido y eficaz. El

histórico déficit de infraestructuras de nuestra región (única comunidad que en determinadas épocas del año puede quedar aislada por tren y por carretera) representa una importante desventaja competitiva frente a la oferta de otras comunidades autónomas como Asturias, Castilla-León y el País Vasco.

Como referencia les voy a ofrecer algunos datos de los últimos cuatro años.

#### Establecimientos en Cantabria

Año	Número
2001	256
2002	311
2003	363
2004	403

#### Número de habitaciones

Año	Número
2001	1.855
2002	2.245
2003	2.790
2004	3.958

#### Número de plazas

Año	Número
2001	4.992
2002	6.141
2003	7.088
2004	7.935

#### Número de viajeros

Año	Número
2001	92.074
2002	117.768
2003	122.425
2004	143.693

#### Número de pernoctaciones

Año	Número
2001	265.805
2002	309.409
2003	330.673
2004	397.542

Con todos estos datos podemos establecer diversas ratios, pero si tomamos por ejemplo la ratio pernотaciones/habitaciones, podemos observar cómo la rotación de cada habitación cae de 143,29 en el año 2001 a 137,82 en 2002, a 118,52 en 2003 y a 100,44 en 2004. Similares datos obtenemos si la ratio que contemplamos es la de pernотaciones/plazas.

Por lo tanto nos encontramos con una situación de exceso de oferta, solamente corregible con políticas de comercialización eficaces, de las que los propios empresarios debemos ser partícipes, porque de su éxito depende la buena marcha de nuestros negocios y nadie más que nosotros está interesado en que esto suceda.

Para nosotros en estos momentos Internet constituye una herramienta fundamental para nuestras ventas (en algunos casos el 95%), pero es necesario que la red llegue a ciertos establecimientos que todavía no disfrutaban de la misma y también es necesario que los empresarios recibamos formación en nuevas tecnologías que nos permitan un mejor uso de la red y también es importante que nuestras páginas web tengan buena presencia en los portales de turismo rural.

Por nuestra parte estamos haciendo grandes esfuerzos en nuestras políticas de calidad, lo consideramos fundamental. Al mismo tiempo nuestra política de precios es prudente y razonable. Luego si controlamos el intrusismo; si participamos en las políticas de comercialización; si vemos finalizadas nuestras necesarias infraestructuras; si ampliamos el uso de internet para nuestras ventas, nuestros paisajes, nuestra gastronomía, nuestra historia y nuestras gentes, se encargarán de hacer el resto y es posible que tengamos un buen año 2005 en nuestros negocios. Eso espero para el mío propio y para el de todos mis colegas.

Muchas gracias.