

ENTORNO

Asenjo (La Manga Club): “En la combinación de turismo y deporte está el éxito turístico del futuro”

El consejero delegado del resort ubicado en Murcia considera que la unión entre deporte y turismo es el principal factor para combatir la estacionalidad gracias a que en otros países del norte de Europa no se pueden practicar algunos deportes cuando llega invierno.

Guillermo G. Recio
5 oct 2017 - 04:59

Asenjo (La Manga Club): “En la combinación de turismo y deporte está el éxito turístico c

José Asenjo lleva más de 20 años en uno de los principales motores de España, el turismo. Tras varias etapas en Parques Reunidos, en el Oceanográfico de Valencia y en el Parque Warner, Asenjo decidió liderar un nuevo proyecto en La Manga Club en 2013. Su idea es clara y no titubea acerca de cómo evolucionará el sector en los próximos años, cuando espera que su resort sea uno de los principales del Viejo Continente.

¿Cómo se posiciona un complejo turístico vinculado al deporte respecto al tradicional sol y playa?

La esencia de La Manga Club nace como un resort de golf hace 45 años. Es el segundo más antiguo después del Real Club de Golf Sotogrande. Actualmente tenemos tres campos de golf, 28 pistas de tenis, dos campos de críquet y ocho de fútbol, además de 2.300 viviendas y dos hoteles. Nuestro principal *driver* es el deporte. Después de la crisis económica, nuestro objetivo es colocar la marca en lo más alto y ser el mejor resort deportivo de Europa.

¿Cómo evoluciona este sector?

Creo que en la combinación de turismo y deporte está el éxito turístico del futuro. Una gran parte de la población busca hacer deporte cuando viaja. En mi opinión, estamos en el siguiente nivel del turismo maduro de sol y playa. El americano Gregory Peters fue un visionario al levantar este resort en los años 70. Además, estamos cerca del mar, tenemos sol y estamos protegidos del viento.

El entorno y las instalaciones son uno de los principales reclamos, ¿pero cómo se combate exactamente la estacionalidad?

Nuestros clientes cambian dependiendo de la época. Tenemos ocio familiar en los periodos de vacaciones, pero no se podría subsistir solo con esto. Rompemos la estacionalidad con el deporte. Y un detalle muy importante es que tenis, críquet, fútbol y golf no se pisan unos a otros. Es decir, que cuando es la temporada de practicar un deporte a menudo acaba la de otro. También es importante el turismo de incentivos de empresas, pero más allá del turismo de sol y playa nos eligen porque somos un entorno para disfrutar del deporte como trasfondo.

¿Y cómo se gestionan estas actividades fuera de vacaciones?

Tenemos una gran organización porque llegamos a acuerdos para celebrar torneos con asociaciones y federaciones de nuestros cuatro deportes. Mi intención es que estemos asociados a grandes marcas del deporte para potenciar nuestro complejo, como ocurre en el caso del FC Barcelona o el Chelsea FC. Ello hace que estés en boca para provocar que empresas y asociaciones celebren sus competiciones en tus instalaciones.

“Hoy en día, todos los resorts que están apareciendo en España lo hacen unidos al deporte”

Más allá del Barça, ¿por qué con los *blues*?

El acuerdo con el Chelsea no es porque sí, hay razones muy concretas. Se trata de uno de los grandes equipos de fútbol de Europa, el 40% de nuestros clientes son ingleses y muchos de los aficionados del Chelsea son de Londres y de clase media-alta. Actualmente, tenemos academias de mucho éxito en fútbol y con el Barça empezamos hace tres años a trabajar en exclusiva para ellos durante una semana en julio. Utilizaremos una fórmula parecida para el Chelsea, para que los chicos mejoren durante un periodo concreto y pueda venir también su propio *staff*.

Sobre el perfil, comenta que son de clase media-alta, ¿es algo muy elitista?

Nuestro público vive con el deporte, desde familias a grupos de amigos, desde jubilados a familias jóvenes. Tenemos la suerte de tener dos hoteles, de cuatro y cinco estrellas, por eso decimos que se trata de una clase media-alta. Somos multiproducto y multisegmento.

¿Es un sector al alza en España?

Hoy en día, todos los resorts que están apareciendo en España lo hacen unidos al deporte. Al golf, al tenis o al fútbol. Por el deporte pasa el principal problema de combatir la estacionalidad, creo que ese es el futuro. En España este tipo de turismo crece a niveles importantísimos, en la época de temporada baja es lo que hace crecer la cifra global, excepto en Canarias. En el Mediterráneo tenemos sol y eso permite que la práctica del deporte se pueda realizar perfectamente mientras que en otros lugares no se puede celebrar, como es el caso de la federación de críquet de Irlanda, por ejemplo.

Fuera de España, ¿con qué países se compite?

Por suerte, y lamentablemente, España está siendo país refugio en favor de lo mal que están otros países turísticos que nos hacen sombra como Grecia, Turquía, Túnez o Egipto, por ejemplo. Todos ellos llevan asociados a una o varias prácticas deportivas desde hace tiempo, una tendencia que aquí está empezando ahora.

¿Qué margen de crecimiento hay?

Los turistas extranjeros son más asociados al deporte que los españoles, aunque los franceses tampoco son los principales. En nuestro caso, los británicos vienen por el fútbol, el golf, el tenis y el críquet; los rusos por el fútbol; los escandinavos por el golf y el tenis, y los alemanes por el tenis y el fútbol. Tiene mucho potencial porque hay muchos países que todavía no han empezado a practicar algunos deportes ligados al turismo. El día que los chinos empiecen a jugar al golf...