ACTUALIDAD ECONÓMICA

21/06/2017

Tirada: 26.332 Categoría: Negocios y Finanzas
Difusión: 17.039 Edición:
Audiencia: 51.117 Página: 32

AREA (cm2): 582,3 OCUPACIÓN: 93,4% V.PUB.: 9.789 € NOTICIAS EXCELTUR

JOSÉ MARÍA GONZÁLEZ ÁLVAREZ

"LA TURISMOFOBIA NOS PONE LOS PELOS DE PUNTA. NO SOMOS EL PIM PAM PUM DE LOS POLÍTICOS"

EL PRESIDENTE DE EXCELTUR PIDE UN PACTO NACIONAL QUE SIENTE LAS BASES DE UN NUEVO MODELO TURÍSTICO Y QUE LA LEY SEA IGUAL PARA TODOS

FOTOGRAFÍAS MÁXIMO GARCÍA

POR FRANCISCO OLEO

ENSEGUIDA LO ACLARA. Exceltur no es una patronal sino una asociación de empresas, un *lobby*. "Nuestra misión es influir en las Administraciones Públicas, defender el sector turístico en España, pero también analizar y proyectar lo que queremos ser", explica su presidente, José María González. Sea lo que sea, esta asociación aglutina a las 30 mayores empresas del país del principal sector de nuestra economía, y las hay de todas las áreas del negocio: hoteles, aerolíneas, restauración, excursiones y, claro, también del alquiler de coches, como Europcar, la compañía

ACTUALIDAD ECONÓMICA

21/06/2017

Tirada: 26.332 Categoría: Negocios y Finanzas
Difusión: 17.039 Edición:
Audiencia: 51.117 Página: 33

Exceltur

AREA (cm2): 582,8 OCUPACIÓN: 93,5% V.PUB.: 9.795 € NOTICIAS EXCELTUR

José María González, presidente de Exceltur, pasea por el Parque Juan Carlos I de Madrid, cerca de la sede de Europcar.

ACTUALIDAD ECONÓMICA

Tirada: 26.332 Categoría: Negocios y Finanzas
Difusión: 17.039 Edición:
Audiencia: 51.117 Página: 34

21/06/2017

Exceltur

AREA (cm2): 580,3 OCUPACIÓN: 93,1% V.PUB.: 9.765 € NOTICIAS EXCELTUR

> “ESPAÑA TIENE 12 MILLONES DE TURISTAS PRESTADOS DESDE QUE ARRANCA LA PRIMAVERA ÁRABE, Y SIGUEN SUBIENDO”

> “TENEMOS QUE VER QUÉ MODELO QUEREMOS. NO SE PUEDEN METER DOS MILLONES DE TURISTAS MÁS EN EL CENTRO DE BARCELONA”

> “LA MAL LLAMADA VIVIENDA DE USO TURÍSTICO, 360.000 EN CINCO AÑOS, ESTÁ PROVOCANDO UN GRAN RECHAZO CIUDADANO”

JOSÉ MARÍA GONZÁLEZ ÁLVAREZ

que dirige este ejecutivo aparentemente tranquilo que, sin embargo, no se corta un pelo en decir lo que piensa aunque se le ponga de punta cuando oye la palabra turismofobia, un vocablo que podría explicarse en el diccionario de la siguiente forma: la capacidad que tiene la primera industria del país de morir de éxito si nadie lo remedia, especialmente las Administraciones Públicas. “No queremos ser un muñeco de pim, pam, pum en manos de los partidos políticos”, afirma.

PREGUNTA. El sector turístico, el gran yacimiento económico español de toda la vida, nos ha salvado en buena parte de la dura crisis que hemos sufrido en estos años. ¿No valoramos lo que tenemos?

RESPUESTA. Lo bueno del turismo es que es parte de nuestra vida. Es un sector clave para la economía. Cuando durante la crisis el empleo caía un 6%, en el sector turístico subía un 13%. Crecemos cada año un 4% pase lo que pase. El turismo siempre crece en el mundo, únicamente puede moverse y cambiar de destino si hay algún problema.

Además, esta es una industria vertebradora e integradora. Un 50% de los 2,5 millones de empleos que genera el sector es a través de los bares y restaurantes. Gente de base. Empleamos a más mujeres que ningún otro sector, superando el 51% de mujeres. El 18% son extranjeros. Un 31% son jóvenes. El turismo es un sector integrador. Damos entrada a mucha gente y el sector debe estar al margen de las peleas políticas. En Exceltur defendemos que no puede haber ideología detrás del turismo, somos una industria transversal.

Gran parte del éxito que tenemos se debe a nuestro mérito como país. España tiene una infraestructuras fantásticas, una sanidad estupenda, unas telecomunicaciones magníficas, una seguridad muy elevada… Somos un país con una imagen de primer mundo, seguro y que funciona razonablemente bien. Ofrecemos unas condiciones difícilmente replicables en otros destinos como Turquía, Túnez o Egipto.

P. Pero lo cierto es que si nos acercamos a los 80 millones de turistas al año en gran parte se debe a lo que está pasando en países como esos, a la inestabilidad geopolítica que padece el norte de África y parte de Europa.

R. La explosión de la demanda que tenemos está totalmente identificada y es consecuencia de los problemas geopolíticos que están ocurriendo desde hace unos años en el mundo.

Tenemos 12 millones de turistas prestados desde que arranca la Primavera Árabe, que se van incrementando porque cada vez hay más problemas en el mundo. Egipto y Túnez no eran competidores en términos de volumen, pero sí Turquía, que tiene ya 40 millones de turistas y con un crecimiento exponencial.

España es un país supercompetitivo con una gran capacidad de atracción y de adaptación, que ha puesto en valor, y de generar recursos. Hace cinco o seis años nos quejábamos de que no teníamos suficiente masa crítica para toda la planta hotelera y todas las infraestructuras que se habían hecho años atrás, y ahora son uno de nuestros grandes puntos fuertes.

P. Pero, ¿no cree que empieza a haber una cierta saturación, porque hemos doblado el número de turistas que nos visitan en solo unos pocos años?

R. La sobredemanda no es buena y tira de los precios hacia arriba. Un hotel de cuatro estrellas en Barcelona a 300 euros la noche es un exceso, pero es que están llenos. Hace tres años yo alojaba a mis empleados de Europcar a 50 euros en hoteles de cuatro estrellas de Madrid.

Debemos tener cuidado. Venimos de donde venimos, de una gran crisis, y ahora tenemos una situación que genera riqueza, pero tenemos que analizar a qué dedicamos los recursos como país, que no puede ser a meter dos millones más de turistas en el barrio de las Letras de Madrid o en el Gótico de Barcelona. La última encuesta que ha hecho el CIS catalán en Barcelona dice que el segundo ámbito de preocupación de los barceloneses es el turismo. Esto nos inquieta mucho.

El crucero empieza a estar estigmatizado allí porque de repente te llegan 10 trasatlánticos por la mañana a Barcelona y te encuentras con 40.000 turistas de golpe en las Ramblas a las 10 de la mañana. Lo que hay que hacer es distribuirlos más y mejor. El alcalde de Palma, donde también están preocupados, ya está tomando medidas al respecto.

P. Pero esa sobredemanda genera mucha riqueza, que es lo que necesita un país como el nuestro que empieza a salir de la crisis y sigue teniendo un elevadísimo paro. No tenemos pretróleo, tenemos sol, playas y una cultura muy rica. A su juicio, ¿cuál es el problema?

R. El crecimiento descontrolado y desbordante de las llamadas viviendas de uso turístico, mal etiquetadas bajo el buenismo de economía colaborativa, está produciendo un gran rechazo ciudadano porque expulsa al residente de toda la vida del centro de la ciudad, porque no puede pagar las rentas que en estos momentos se consiguen con este alquiler turístico, que se han multiplicado por dos o tres.

Durante la crisis se decía que había que dejar que la señora María pudiese alquilar la antigua habitación de los niños para que llegase a fin de mes. Ningún problema, pero la cuestión es que hoy el volumen y la dimensión de las señoras María es muy distinto porque se han transformado en fondos de inversión que han comprado centenares de pisos a la Sareb para alquilarlos bajo el eufemismo de la

ACTUALIDAD ECONÓMICA

21/06/2017

Tirada: 26.332 Categoría: Negocios y Finanzas
Difusión: 17.039 Edición:
Audiencia: 51.117 Página: 35

Exceltur

AREA (cm2): 556,5 OCUPACIÓN: 89,2% V.PUB.: 9.469 € NOTICIAS EXCELTUR

“ LOS FONDOS HAN COMPRADO MILES DE PISOS A LA SAREB PARA ALQUILARLOS BAJO EL EUFEMISMO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA”

“ LA DIGITALIZACIÓN NO ES EL PROBLEMA, PERO NO PUEDE SER LA LEY DE LA SELVA. TODOS DEBEMOS TENER LAS MISMAS REGLAS”

“ ESPAÑA SIEMPRE HA SIDO IMBATIBLE EN LA RELACIÓN CALIDAD-PRECIO. EL RIESGO PARA EL SECTOR ES ROMPER ESE CÍRCULO VIRTUOSO”

economía colaborativa, vendidos y comercializados por Airbnb [el *marketplace* para publicar, descubrir y reservar viviendas privadas, cuyo nombre es un acrónimo de *airbed and breakfast*, cubre unas 2.000.000 propiedades en 192 países y 33.000 ciudades]. Es algo que está generando un rechazo social muy grande porque se banaliza el centro de las ciudades.

Esto provoca nervios y medidas precipitadas en algunos regidores, y se ponen moratorias generales para todo aquello que suene a turístico y se dice que hay que repensar las ciudades. Se cancelan proyectos como el Four Seasons de Barcelona, un hotel de *siete estrellas*. Pero es la proliferación descontrolada de las viviendas turísticas y la cobertura de las plataformas alegales lo que realmente está destrozando la convivencia en el centro de Barcelona.

Se está politizando el análisis de una realidad social en clave electoral, estigmatizando en muchos casos a los que han hecho posible la actividad económico-turística, al empresario reglado de toda la vida, limitando el crecimiento por igual, lo mismo da que sean buenos, regulares o no, y provocando la aparición de grupos extremistas de barrio, que realmente es lo peligroso. Si eres un turista sueco que pasea tranquilamente por el centro de Palma y ves pintadas que dicen *Tourists go home*, ¿qué haces? Pues no volver.

P. Pero con internet, el móvil y las nuevas tecnologías es muy difícil ponerle puertas al campo. Además, la gente joven, igual que pasa con el gratis total de internet o la piratería cultural, llevan esa filosofía en su ADN y se han acostumbrado a viajar más barato y, a veces, de forma más interesante. Algunos critican que lo que busca el sector es simplemente proteger su negocio. ¿Qué opina?

R. Lo que no puede ser es que en un mismo mercado conviva una oferta legal y otra alegal. En el sector todos debemos tener las mismas reglas de juego y ya hay más oferta ilegal que legal. En toda la historia de España se han colocado 330.000 plazas de todo tipo de alojamientos regulados. Pero en cinco años, desde que aparecen las plataformas *online*, se han colocado 360.000 plazas en viviendas mal llamadas de uso turístico. ¿Hay economía que aguante esto?

No solo se trata de denunciar la competencia desleal, que también, porque los hoteleros están ganando más dinero que nunca y todavía les quedan unos cuantos años más así, sino que se están cargando el centro de las ciudades y provocando un repudio social porque los ciudadanos están viendo afectada su calidad de vida.

Yo siempre digo lo mismo y pongo como ejemplo a mi propio negocio, el alquiler de coches, que hoy es en un 90% *online*. Salvo el señor que llega a la estación o al aeropuerto y alquila en el último minuto sin reserva, o los cuatro que siguen llamando al *call center*, el resto es *online*. Entonces, ¿yo por qué tengo que pagar impuestos a nadie? Somos tan digitales y *online* como las plataformas que pueda haber, pero las reglas son distintas para ambos. Lo que ocurre es que la solución es que nos aguantemos nosotros. Es la sociedad que viene. La digitalización no es el problema, pero tampoco puede ser la ley de la selva. Solo hay que ir a los barrios del centro de Madrid o de Barcelona y ver lo que está pasando. Lo que hace falta es voluntad política.

Yo paseo mucho por Madrid y me gusta tomarme una caña en el centro o ir a la plaza Mayor. Si vamos a hotelizar todas nuestras ciudades y transfor-

CREDENCIALES

FORMACIÓN: HA REALIZADO ESTUDIOS DE SICOLOGÍA Y ECONOMÍA, Y CUENTA CON UN MBA DEL INSTITUTO DE EMPRESA.

TRAYECTORIA: ES PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN TURÍSTICA EXCELTUR DESDE MARZO DE 2016. HA HECHO CARRERA PROFESIONAL EN EUROPCAR Y ACCEDIÓ A LA DIRECCIÓN GENERAL EN EL AÑO 2010.

ACTUALIDAD ECONÓMICA

21/06/2017

Tirada: 26.332 Categoría: Negocios y Finanzas
Difusión: 17.039 Edición:
Audiencia: 51.117 Página: 36

Exceltur

AREA (cm2): 571,2 OCUPACIÓN: 91,6% V.PUB.: 9.652 € NOTICIAS EXCELTUR

“ NO ES EL SECTOR TURÍSTICO EL QUE VA A IMPONER UN BASTA YA A LOS AYUNTAMIENTOS, SINO LOS CIUDADANOS”

“ EL SECTOR PAGA BIEN, PERO NO SE PUEDE OBVIAR QUE SOMOS INTENSIVOS EN MANO DE OBRA, CON UN 80% DE EMPLEADOS DE BASE”

“ EL GOBIERNO NO DEBERÍA ALENTAR LA IDEA DE QUE ESPAÑA SERÍA FANTÁSTICA SI LLEGAMOS A LOS 100 MILLONES DE TURISTAS”

JOSÉ MARÍA GONZÁLEZ ÁLVAREZ

mar todas las viviendas en habitaciones de hotel y llenarlas de gente que viene en chanclas para tomarse algo en un burguer o en un kebab, pues esa no será nuestra ciudad. Nosotros vendemos estilo de vida.

No estamos en contra del modelo, ni de un tipo de negocio que, por otro lado, ha existido siempre. Lo que pedimos es que todos cumplan la ley por igual.

¿Por qué tengo que pasar una ITV de mis coches cada dos años, y un particular con que alquila un coche de 15 años y que a lo mejor no ha pasado la ITV no paga impuestos? Yo quiero lo mismo. Con cada alquiler que hacemos nosotros, Hacienda sabe, en el mismo momento que se hace, el IVA que se está devengando, una conexión y una gestión que nos está costando mucho dinero. Que la gente intente sobrevivir es legítimo, pero quizás lo que hay que hacer es cambiar mucha de la legislación actual.

Corremos el riesgo de que no se corresponda el precio que pagan los turistas con lo que se ofrece. España siempre ha sido imbatible en la relación calidad-precio, y el verdadero riesgo para el sector y la economía es que se rompa ese círculo virtuoso, porque cuando cambie la situación del mercado muchos de esos clientes se acordarán de lo mucho que han pagado por un mal producto o servicio y entonces se irán a otro lugar.

P. ¿Cómo es la relación de Exceltur, del sector turístico, con esos nuevos partidos y alcaldes de izquierda radical que han surgido en estos años?

R. Con los que hablamos, cosa que no siempre podemos hacer con todos, les decimos que hay que buscar la racionalidad y pensar en un modelo de futuro, no otro de pasado mañana. Si la gente se está enfadando es porque no se toman las medidas adecuadas. El turismo en España está muy descentralizado, pero esas plataformas gigantes son supranacionales. Es un problema que afecta a muchos países y por eso en Italia hace solo unos días se aprobó una ley que las obliga a pagar impuestos.

Se repite el mantra de que el sector turístico no quiere que el microempresario o la señora María se beneficien del *boom* turístico y no es eso. No es el sector turístico el que va a imponer a los ayuntamientos un basta ya, sino los propios ciudadanos los que están hasta el moño de que su calidad de vida se haya deteriorado tanto.

Para nosotros, la improvisación de determinados ayuntamientos es un problema. Las ciudades hay que pensarlas a más de cuatro años y el turismo, que es tan transversal, no puede ser ideológico. Creo que algunos ayuntamientos empiezan a ser conscientes del problema. La cuestión es cómo reaccionan. El turismo no es malo, pero sí determinadas prácticas. Y mucha gente no discrimina, y por eso estamos muy preocupados con la imagen del turismo en nuestro país.

La descarada actitud de estas plataformas, que piensan que no tienen que abordar el cumplimiento de ninguna ley ni obligación, es la madre del problema. Airbnb tiene capacidad tecnológica para permitir que el Ministerio de Interior o de Hacienda sepan quiénes ocupan los miles de pisos que tienen subidos en su web, pero no coopera. Jugar en esa seudoeconomía sumergida es la base de su éxito. En cambio, todos los alojamientos reglados tienen la obligación, todas las noches, de enviar a la policía una ficha con las personas que se alojan en sus hoteles, hostales, campings o pensiones. Es el Gobierno el que puede y debe hacer que se cumpla con la legalidad. Ahí está, sin embargo, el ejemplo de Booking.com, que ha legalizado todo lo que sube a su web.

P. ¿Cuáles son las claves del modelo turístico que propugna Exceltur?

R. España es muy buena en el turismo de masas, ahí está el buen ejemplo de Benidorm. Pero debemos y podemos ser mucho mejores. Somos muy competitivos y eso hay que seguir manteniéndolo. Creemos que en los primeros destinos turísticos que hubo en España, los de los años 60 y 70, que están en lugares privilegiados, hay que invertir masivamente dinero público y privado para reposicionarlos y pasar de hoteles de 40 euros la noche a otros de 200. A corto plazo podemos perder, pero a largo ganamos todos.

No se trata solo de subir los precios, sino de ganar en rentabilidad social. Tenemos varios ejemplos de libro en España que ya son una referencia internacional, como el Guggenheim que transformó Bilbao, o la playa d’en Bossa, en Ibiza, algo que podríamos replicar en Torremolinos o en Lloret de Mar. De ser una zona normalita ahora es una referencia mundial gracias a empresarios como Abel Matutes, que ha impulsado su transformación con cero euros de ayuda pública. Un hotel ha pasado de cobrar allí 35 euros la noche con pensión completa a una media de 250-300 euros. Esto es riqueza y empleo para todos. No es raro que un camarero en esa zona pueda ganar ahora hasta 6.000 euros al mes con propinas, frente a menos de 2.000 antes. Se ha cambiado la fisonomía del cliente y con menos turistas se consigue mucho más. Meliá y la familia Escarrer han transformado también la zona de Calviá.

Este cambio de modelo se está llevando a cabo también en el centro de las ciudades. Aquí, las políticas de incentivos de las administraciones son fundamentales. No solo es cuestión de dinero, sino de licencias y normativas, porque los grandes grupos abren la puerta a las pymes, que suman el 92% de un sector donde solo 670 empresas tienen más de 200 trabajadores.

También es importante la protección al medio ambiente y el uso racional de las infraestructuras. Necesitamos un modelo de

ACTUALIDAD ECONÓMICA

21/06/2017

Tirada: 26.332 Categoría: Negocios y Finanzas
Difusión: 17.039 Edición:
Audiencia: 51.117 Página: 37

AREA (cm2): 563,2 OCUPACIÓN: 90,3% V.PUB.: 9.553 € NOTICIAS EXCELTUR

Exceltur

“ HEMOS INCORPORADO A EXCELTUR A FACEBOOK. EL 70% DE LO QUE DICEN EN LA RED SUS USUARIOS SON EXPERIENCIAS DE VIAJES”

“ EN INTERNET LA BATALLA ESTÁ PERDIDA. BOOKING Y EXPEDIA CONTROLAN EL 70% DE LAS RESERVAS DE VIAJES MUNDIALES”

“ ESTAMOS FRAGMENTADOS Y ASÍ ES DIFÍCIL COMPETIR CON LOS GIGANTES. SOLO BOOKING SE GASTA AL AÑO EN GOOGLE 1.000 MILLONES DE EUROS”

negocio querido por la sociedad. Estamos en un momento de contradicciones políticas enormes que nos afectan. No pueden frenar el crecimiento con moratorias, que de entrada protegen a los que ya tienen hoteles.

La digitalización es otro gran reto para el sector turístico español, de hecho acabamos de incorporar a Facebook a Exceltur porque queremos conectar a las personas y saber lo que hacen los turistas. El 70% de lo que se dice en Facebook son experiencias de viaje. Con toda seguridad, Facebook será en el futuro el encuentro entre la oferta y la demanda turística y un gran prescriptor clave, porque lo sabe casi todo de nosotros. Las empresas serán mucho más eficientes gracias al mundo digital. Es una gran generador de valor en el destino y nos puede venir muy bien.

P. ¿Qué le parecieron aquellas declaraciones de Antonio Catalán, presidente de AC Hotels, en las que hablaba de que había que dignificar los trabajos en el sector hotelero y pagar mejor?

R. No sé bien a qué se refería, pero yo pienso que el sector paga bien. Lo que no podemos es obviar que este es un sector intensivo en mano de obra y en el que el 80% de los empleados son de base. Tenemos que mejorar la productividad y eso tiene que ver también con la extensión de la digitalización. Nuestros estudios comparativos, con datos concretos de precios/hora, nos ponen al nivel de países como Reino Unido o Alemania. Las empresas del sector no son Google, donde casi todo el mundo es ingeniero, y no puedes comparar el salario medio entre el buscador y el mundo de la restauración. No tiene sentido. Y lo que siempre defendemos es que si alguien en el sector no cumple las normas, que le caiga encima todo el peso de la ley.

P. ¿Qué incidencia ha tenido la reforma laboral en la buena marcha del sector?

R. Ha sido sin duda beneficiosa para crear empleo, ha protegido a muchas pymes de su desaparición y, sobre todo, ha flexibilizado la relación laboral, que es clave en un sector tan estacional como este. Pedimos al Gobierno que siga profundizando en ello.

P. ¿Dónde está el límite de turistas en España, en 100 millones?

R. Depende de dónde y cuándo. ¿Cuál es el límite de Venecia? No podemos meter más turistas en Barcelona o en algunos lugares de la costa en determinadas épocas del año. El turismo da buenos números al Gobierno, y con eso parece que ya vale, pero le pedimos no alentar más el paradigma de que España sería fantástica si llegamos a los 100 millones de turistas. Los límites debe ponerlos la propia sociedad, pero generando la mayor riqueza y empleo posibles.

P. Somos una potencia turística pero no controlamos gran parte del negocio. Estamos a expensas de lo que digan los grandes mayoristas extranjeros. ¿Por qué no hay grandes gigantes españoles?

R. El gran factótum tecnológico del sector es español, Amadeus. Pero no hay gigantes españoles en la distribución turística porque fueron los ingleses y alemanes los que pusieron en marcha este negocio y, en parte, es lógico, porque son los que tienen los clientes.

En internet la batalla está perdida. Entre las agencias *online* Booking y Expedia controlan el 70% de las reservas mundiales. Pero hoy las empresas son globales, no de un sitio u otro.

Booking se gasta en Google todos los años 1.000 millones de euros y Expedia, 700. Contra esos monstruos es muy difícil competir, ni los grupos españoles ni tampoco gigantes como Marriott o Hilton. España es una potencia, pero muy fragmentada. Aquí menos del 14% de los hoteles están integrados en grandes cadenas, frente al 70% de Estados Unidos. Es lo que hay, el perfil y el mercado que tenemos. Nuestro gran reto es conseguir aumentar el gasto por turista y especializarnos más. Y la gestión política es clave.