

28 Julio | Agosto 2018



ENTREVISTA

José María González, presidente de **Exceltur**

“Para conseguir un nuevo

MODELO TURÍSTICO

el foco tiene que estar en el
producto, no en limitar las llegadas”

“El Gobierno tiene que liderar la regulación del alquiler turístico”

ENTREVISTA
Carmen Porras
@carmenhosteltur

Comienza una nueva temporada turística que, según distintas previsiones, se caracterizará por un cambio de ciclo debido a un freno en las llegadas de turistas extranjeros. Para **Exceltur** las expectativas son positivas, aunque su presidente, José María González, reconoce que el crecimiento será moderado, del 2 o 3%.

Cuáles son las previsiones de **Exceltur** para este verano?

Las expectativas son buenas, pero no se puede pretender que haya crecimientos del 10%. La recuperación de los países de la competencia afectará a algunos destinos de sol y playa. Por eso, en **Exceltur**, damos unas cifras de crecimiento muy moderado, un buen verano sería lograr un incremento del 2 o 3%. Hay una ralentización del mercado

exterior, pero hay una recuperación del mercado interior, que es muy importante para el sector.

Se habla de fin de ciclo, por la recuperación de esos competidores. Según la encuesta Frontur, ha caído la llegada de británicos y alemanes, aunque siguen siendo los principales emisores...

Hay cierta perversión. Si el final de ciclo es que se recuperan otros mercados y ahora tenemos competidores, será que



José María González Álvarez, consejero delegado de Europcar, preside el lobby turístico **Exceltur** desde marzo de 2016.

ha sido un mal ciclo. En **Exceltur** siempre hemos venido previniendo de que no podíamos pensar que estábamos en un ciclo normal. Nuestros competidores tienen que recuperarse y ojalá sea así porque significará estabilidad en el Mediterráneo. **¿Hemos desaprovechado ese tiempo para impulsar un nuevo modelo?**

Durante ese tiempo, deberíamos habernos preparado para el modelo turístico que queremos en España. El que se ha dado en los últimos años, tan masivo en algunos sitios, viene determinado por una demanda sobrevenida, que en **Exceltur** hemos estimado en 8 o 10 millones de personas, y por un modelo descontrolado como es el de las viviendas turísticas, que no paga impuestos y no tiene regulación. Ese es el ciclo que deberíamos acabar, no el que se recuperen nuestros competidores, es una bendición que empiecen a funcionar.

¿Qué pasará con esa demanda sobrevenida?

No podemos pensar que la demanda sobrevenida se va a mantener de forma permanente; y no puede pasarnos lo que nos ha pasado con las viviendas turísticas que hemos tardado cuatro o cinco años

en reaccionar y ahora hay una capacidad alojativa superior en el ámbito no reglado que en el reglado. Deberíamos acabar ese ciclo y empezar uno nuevo donde esa oferta tiene que estar bajo control.

Algunas administraciones públicas han desarrollado normas para regular el alquiler turístico, pero, en general, no hay grandes avances. ¿Cree que hay verdadera voluntad para reconducir esta situación?

El Gobierno de España tiene que ejercer un liderazgo. Los consejeros de turismo y algunos presidentes de comunidades autónomas con los que hemos hablado entienden que el Ejecutivo debería intentar establecer un común denominador para beneficio de todos. Ninguna comunidad y menos un ayuntamiento por sí mismo va a poder abordar un fenómeno que es transversal. Cada uno intenta legislar de forma parcial y a veces no concitan un gran consenso, incluso en ocasiones son medidas a la desesperada, ya que algunos tienen fuerte presión en sus municipios.

Por otro lado, Exceltur ha realizado un estudio sobre el mercado laboral. ¿Cuáles son los grandes retos?

Hay una cuestión muy importante aquí



GRANDES EMPRESAS

*José María González, consejero delegado de Europcar, llegó a la presidencia de **Exceltur** en marzo de 2016, un cargo que había sido ocupado antes por directivos hoteleros. Con este nombramiento, el lobby turístico quería destacar la relevancia del subsector del transporte y dentro de él, del alquiler de coches. La agrupación está integrada por 23 de las más relevantes empresas del sector turístico.*



Hemos tardado cuatro o cinco años en reaccionar ante el empuje de las viviendas turísticas y ahora hay una capacidad alojativa superior en el ámbito no reglado que en el reglado”

para el empresariado: debemos progresar en la mejora de la estabilidad del empleo. En un sector tan estacional hay que trabajar mucho por la estabilidad de los contratos fijos discontinuos, hay que tratar la extensión de las temporadas para generar más riqueza. El turismo ha sido el gran motor del empleo durante estos años, ha crecido a niveles del 13%. Sin olvidar que recupera para el mercado laboral a mucha gente con dificultades para encontrar un empleo, como jóvenes con menor nivel de estudios o mujeres de más de 45 años, aunque la brecha salarial en turismo es cuatro puntos mejor que la media del Estado.

La estacionalidad, el gran reto ¿Cómo se puede conseguir esa estabilidad en el empleo en un sector tan estacional?

Es un sector fundamentalmente de pymes. Las empresas grandes tienen que dar ejemplo, hacer las cosas bien y demostrar que en nuestros entornos somos respetuosos con los derechos, que los horarios son los que deben ser, que los trabajadores pueden crecer y que hay un futuro en la profesión. Creo que en España, y no sólo en turismo, necesitamos un tamaño de empresa mayor. En los destinos originales, mucha gente no quiere que los llamemos maduros, hay mucha microempresa.

¿Falta inversión?

La superación de ese modelo tan fragmentado tiene que ver con grandes inversiones en los destinos y tiene que ver con la digitalización, porque muchas empresas van a poder acceder a mercados que de otro modo no accederían, pero también tiene que ver con cómo hacer que el tamaño medio en las empresas, no sólo en nuestro sector, sino en general, sea un tamaño homologable que pueda exportar, formar, invertir en capital humano...

En el sector se repite constantemente la necesidad de cambiar el modelo turístico. Hay quien habla de limitar llegadas, de que es cuestión de gestionar, de planificar. ¿Cuál sería ese modelo?

Creo que limitar no funciona, no es una buena idea. Las cosas se acaban limitando solas si se ofrece un mal servicio o el producto se deteriora. Por tanto, el foco tiene que estar en el producto. Tenemos que plantearnos si nuestro producto está suficientemente reposicionado como para atraer a otro tipo de cliente. En aquellos sitios donde hay sobredemanda, es necesario mejorar la oferta para cambiar el tipo de cliente. Llevamos ocho o diez años con muy buena situación, unos han hecho los deberes, otros no tanto.

¿Cómo debe ser el producto?

Tiene que seguir habiendo sol y playa, pero ¿admite más clientes en verano? Probablemente en muchos sitios no están preparados o no tienen las infraestructuras o puede que el producto incluso deje de ser atractivo para el cliente. También algunas ciudades tienen problemas, pierden personalidad por una sobreexposición debida a un exceso de capacidad alojativa. Creo que el primer asunto es el producto.

Público y privado en desconexión Lleva más de dos años como presidente de Exceltur, ¿cómo valora esta experiencia?

Tengo una visión mucho más amplia del turismo y he aprendido mucho. Estos dos años han coincidido con un fuerte crecimiento del turismo, y te das cuenta de cómo impacta en la vida de las personas. Lo que me preocupa mucho es la gran desconexión entre las visiones pública y las privadas. He entendido que el turismo no puede ir contra la sociedad, está inserto en ella.

¿Y la sociedad ha convivido bien con el turismo?

El español ha convivido muy bien con el turismo, parecía que era la industria de todos nosotros, pero me ha preocupado mucho ver esta desconexión. Las Administraciones tienen que solucionar problemas y se han tomado algunas decisiones de manera casi improvisada. Es muy importante que entiendan cómo ejercer el liderazgo, tiene que haber más diálogo entre los ámbitos público y privado. ■