
GABRIEL ESCARRER PRESIDENTE DE EXCELTUR

«Las empresas nos hemos preparado mucho más deprisa que los gobiernos»

«Tendremos que vendernos como destino seguro»

EDUARDO COLOM PALMA

El presidente de Meliá y de Exceltur, Gabriel Escarrer, afirma que el sector turístico podrá perder 100.000

millones en esta crisis. Dice que las empresas han reaccionado mejor que los gobiernos y pide medidas específicas para la recuperación. **PÁG. 22**



JAVIER BARBANCHO

GABRIEL ESCARRER

Consejero delegado de Meliá y presidente de Exceltur. La industria turística ha sido la más afectada por el parón derivado de la pandemia. El empresario cree que faltan medidas específicas para un sector que puede ser el motor de la recuperación

«La industria turística puede perder hasta 100.000 millones en esta crisis»

EDUARDO COLOM PALMA Meliá Hotels International gestiona 390 hoteles en 40 países y emplea a 45.000 personas, una marca global en este tiempo del aislamiento. Su consejero delegado, Gabriel Escarrer (Palma, 1971), también presidente de Exceltur, que aglutina a 28 pesos pesados del sector turístico intenta asomarse al balcón del optimismo.

Pregunta.—¿Cómo afecta la pandemia a la industria turística?

Respuesta.—El sector turístico será el más impactado por la crisis: es el que ha caído más rápidamente (un 98% de la actividad en marzo) y es el que más tardará en recuperarse, por el efecto miedo y desconfianza. La crisis está liquidando u obligando a replantearse el futuro a modelos de negocio obsoletos. Todos tenemos que aprender a ser aún más ágiles, pues el escenario post Covid-19 será mucho más duro y competitivo.

P.—¿Cambiará la forma de hacer turismo?

R.— Todos seremos más conscientes de nuestro entorno. Esta tragedia nos hará más responsables y solidarios, también en nuestra forma de viajar.

P.—¿Han cuantificado las pérdidas para España?

R.— El escenario más favorable, según Exceltur, apunta a una caída del 32,4% de los ingresos para 2020. Podría ser peor. Las previsiones sobre ingresos del sector realizadas en diciembre eran de 158.000 millones, (un 12,4% del PIB). En un escenario optimista, de retorno parcial a la actividad en julio, las pérdidas podrían superar los 55.000 millones. Equivaldría a perder un 5,5% del PIB, pero podrían alcanzar los 100.000 millones si, como pensamos, la recuperación se retrasa hasta final de año.

P.—¿Cuándo volveremos a recibir turistas? ¿Está perdida la temporada alta?

R.— Las estimaciones están supe-
ditadas a la superación de la pandemia y la retirada de las restricciones. La recuperación se producirá a dos velocidades: una más rápida para los viajes de proximidad, fundamentalmente demanda nacional, y una más lenta para la demanda internacional y la que requiera transporte compartido (tren y avión). Sólo contamos con el ejemplo de China. Allí los hoteles están retornando a una activi-

dad pero despacio. El escenario más realista es el de un retorno a la situación previa a la crisis hacia finales del año 2020.

P.—¿Se recuperará la marca España o quedará estigmatizada?

R.— No creo que ningún país quede estigmatizado por el coronavirus. Eso sí, la gestión que hagamos de la crisis será muy importante para nuestra reputación y la confianza en nuestra marca país.

P.—¿Y qué debemos hacer para recuperar esa confianza?

La gestión de la crisis es importante para recuperar la reputación de España

En un escenario optimista, las pérdidas serán de 55.000 millones

R.— Además de potenciar todos los atributos que han hecho de España el país más competitivo del mundo, será fundamental trabajar en un gran plan de reposicionamiento y promoción de España como destino seguro. Colaborar estrechamente con las autoridades de nuestros principales mercados emisores para incrementar la confianza recíproca, expedir pasaportes sanitarios y similares. Nuestros principales mercados emisores, Reino Unido o Alemania, mantendrán su fidelidad hacia España para sus vacaciones. El futuro del sector pasa ahora más que nunca por que nuestro Gobierno desarrolle una gran estrategia turística de país.

P.—Meliá tiene seis hoteles en China. ¿Preveían este escenario?

R.— Nadie preveía que pudiera extenderse al resto del mundo con esta intensidad: el precedente más similar, el coronavirus SARS en 2003, también se inició en China, pero mató a menos de 800 personas y se extendió solamente a 14 países. En nuestra presentación de resultados anuales insistimos en la prudencia, pero todavía vaticinábamos un impacto limitado por la crisis en China,

que ahora vemos que ha quedado superado. Las empresas nos preparamos más deprisa que los gobiernos: cuando se evidenció la gravedad del Covid-19, implementamos un protocolo global de preparación y respuesta en nuestros hoteles.

P.—¿Advirtieron los empresarios hoteleros al Gobierno español?

R.— Nosotros no teníamos la infor-

Las empresas nos hemos preparado mucho más deprisa que los Gobiernos

En los primeros meses, el mercado nacional será el único que viaje

mación que tenían los gobiernos en febrero, y menos en marzo. A pesar de ello, por buena gobernanza, muchas empresas habíamos hecho los deberes en materia de previsión.

P.—¿Cómo valora la previsión del Gobierno español de la crisis?

R.— La previsión era difícil pues no había precedentes. Al principio hubo intoxicación informativa y cierto negacionismo por parte de algunos políticos a nivel internacional. Ahora debemos estar todos a una con el Gobierno, apoyándole para que gestione de manera responsable y ágil el final de la fase de alarma.

P.—¿Qué opina acerca de que se permitieran actos multitudinarios a pesar de los avisos de la OMS?

R.— Fue un error, evidentemente. Pero creo que en muchos países no se supo calibrar la entidad de esta amenaza, no ha sido únicamente un problema de España. El error ha sido global y la respuesta debe ser también global.

P.—¿Cómo valora Exceltur las medidas económicas del Gobierno?

R.— Han ido en la dirección correcta en el apartado laboral y la inyección de liquidez a las empresas, pero han sido demasiado exiguas y no pensadas específicamente para un sector estacional como el nuestro.

P.—¿Qué medidas echan en falta?

R.— Desde Exceltur estamos pidiendo medidas *ad hoc*, que nos ofrezcan tiempo y flexibilidad: condonación y moratoria del pago de impuestos y cuotas de la seguridad social, facilidades para la liquidez de las empresas turísticas e instrumentos normativos que faciliten la renegociación de los contratos de alquiler y de las hipotecas sobre activos, entre otras.

P.—¿Qué importancia tendrá el turismo nacional para la recuperación?

R.— El turismo puede y debe ser una palanca esencial para la recuperación. Durante esos meses, el mercado nacional será el único que viaje por España debido a las restricciones y la desconfianza. Este mercado es muy importante, pero no llenará nuestras costas y hoteles de playa.