

Introducción

En 1981, recién estrenados en sus responsabilidades los primeros ayuntamientos democráticos tras la dictadura franquista y el susto del 23-F, España se preparaba para recibir en 1982 el Campeonato Mundial de Fútbol. Barcelona era el lugar de la inauguración y Madrid el de la final del campeonato. Hacía años que el alcalde de Barcelona, Josep Maria de Porcioles, había promocionado el Turismo, concretamente el Turismo de congresos, como uno de los factores de renovación económica de la ciudad. Así se creó el eslogan de «Barcelona, ciudad de ferias y congresos».

He de confesar que tal título dedicado a mi ciudad, de la cual siempre he estado enamorado, me sonaba a filfa, e incluso en ocasiones, en mi fuero interno, lo equiparaba con el tópico de «flamenco y manzanilla» referido a Andalucía. Por eso, cuando Lluís Reverter, con el asesoramiento de Montserrat Roig Serra, decidió crear el Patronato Municipal de Turismo y fue aprobado en la Comisión de Gobierno y en el Pleno municipal, como órgano de soporte para la promoción de la Ciudad en el Mundial del 82, pensé que se trataba de una parafernalia y de un organismo más que no serviría para nada.

Ésa era por aquel entonces mi visión del Turismo; algo que obteníamos por casualidad y gracias a que al contrario

de nuestros vecinos europeos nosotros disfrutábamos de un buen clima durante los meses de verano, de muchas playas y precios económicos. En aquellos momentos el Turismo era un *boom* importante en la economía española, pero yo no lo valoraba. Lo veía como algo que era necesario soportar porque nos servía para equilibrar un poco nuestra balanza de pagos.

Por eso, cuando a finales del 82, concretamente en noviembre, se constituyó el primer Gobierno socialista y Pasqual Maragall me nombró presidente del Patronato Municipal de Turismo de Barcelona al marcharse Lluís Reverter a Madrid acompañando a Narcís Serra en el Ministerio de Defensa, pensé que era uno de los muchos mochuelos que nos tocaba soportar a todos los concejales del equipo de Gobierno. Era un organismo mixto en el que, a mi entender, el Ayuntamiento, que no andaba muy sobrado de fondos, ponía un dinero que unos pocos empresarios del sector turístico decidían cómo gastaban y, en mi opinión, lo hacían de manera inadecuada en muchos casos.

Pero las reuniones del Patronato y el conocimiento de algunos de los profesionales del sector me hicieron cambiar pronto mi percepción sobre el Turismo. Casi treinta años después creo que el Turismo es todavía un sector poco comprendido por la gente y del que aún no se aprovechan todas sus posibilidades, en especial las de generar riqueza y empleo en momentos de crisis y de ahí la necesidad de este libro.

Una de las cosas que aprendí, y la experiencia posterior me ratificó, fue la de aceptar la definición básica del turista como el de persona que pernocta, no que visita. Ésta era una fórmula aceptada internacionalmente y es con este parámetro como se deben medir los turistas, el único y el correcto. Por eso existen algunos destinos turísticos que, siendo impor-

tantes desde el punto de vista de los atractivos y productos que tienen, son un desastre económico desde el punto de vista de la conformación de riqueza económica y social. Si quienes nos visitan no duermen, no comen, no gastan, entonces no tenemos turistas, sino visitantes, que es un concepto totalmente diferente.

Al proponerme reflexionar sobre el Turismo como elemento básico de la economía catalana, española y mundial tengo que rendir homenaje sobre todo a dos personas: Jordi Vila Fradera y Juan Gaspart Bonet. Los dos formaban parte del Patronato y fueron mis maestros en el tema del Turismo. Todavía hoy, aun cuando hace años que ambos nos abandonaron, su recuerdo me emociona porque supieron hacer pedagogía con aquel joven teniente de alcalde que tenía al Turismo como una de sus responsabilidades. Casi todo lo que ellos me enseñaron, más lo que he aprendido en estos años de experiencia en este campo, es lo que hoy pretendo reflejar en estas páginas. Los mitos y verdades de un sector incomprendido que puede servir a la sociedad a salir de la crisis. No puedo olvidarme de Cecília Vila que ha continuado haciendo de tutora por delegación de su padre en mis andaduras por el mundo del Turismo.

Sería injusto, sin embargo, si a estos mis maestros en entender y comprender el fenómeno económico y social que supone el Turismo, no añadiese también cinco nombres. Montserrat Roig Serra, que fue la primera directora del Patronato durante la época de Reverter; Santiago Costa, al que nombré director del Patronato a propuesta del alcalde Maragall; Ayri Garrigosa, que me enseñó lo que era un *Convention Bureau* y a la que nombré directora del mismo cuando lo fundé en 1984; Montse Costa, que estuvo conmigo tanto en el Patronato como de fiel colaboradora y Pere Durán, que

GRAN TURISMO

sucedió a Santi Costa como director del Patronato, fue después mi segundo de a bordo en mi época de director de Turismo de Barcelona (1994-2000) y me sucedió como director general, puesto en el que continúa llevando con acierto y tino esa nave. Excepto con Santi Costa, que ya nos abandonó, con los otros cuatro continúo manteniendo un sentimiento de agradecimiento y gozando de su amistad.

1

Dimensión del Turismo en la economía

En medio de la crisis económica que estamos viviendo, pocos sectores de la economía mundial mantienen el ritmo de crecimiento y las posibilidades de generar riqueza económica y social. Existe un dicho que afirma que durante las crisis los ricos se hacen más ricos y los pobres se hacen más pobres. Sólo el Turismo mantiene un crecimiento sostenido en el que este principio continúa siendo tan válido como en el del resto de sectores económicos, y lo cierto es que continúa creando riqueza social.

Incomprensiblemente, la mayor parte de los grandes gurús de la economía obvian siempre el Turismo entre los grandes sectores del crecimiento y de desarrollo económico, cuando las cifras que aporta este sector son superiores a las de cualquier otra industria, incluso a aquellas que son consideradas puntas de lanza del desarrollo y el crecimiento económico.

Eso es así mal a quien pese y además se demuestra andando. Los muchos vicios que el Turismo arrastra desde los inicios de sus actividades son quizás el motivo de su mala fama. Dicho en román paladín, es posible que en cincuenta años los ingenieros informáticos puedan ser despedidos por falta de

trabajo, pero es seguro que dentro de 50 años se continuarán necesitando camareros y personal de recepción y limpieza en los hoteles, cocineros y chefs en los restaurantes y alguna persona que controle remotamente los múltiples sistemas de transporte que se utilicen en aquel momento. En definitiva, el Turismo no sólo no va a disminuir, sino que va a continuar aportando creación de empleo y generación de riqueza económica y, en muchos casos, mucho mejor repartida que la de algunos de sus sectores competidores.

Existen algunos principios que deben tenerse en cuenta al analizar el Turismo y uno de ellos, y fundamental, es el carácter de esta industria. Los analistas más sesudos afirman, y seguramente con razón, que de la actual crisis saldrán antes y mejor aquellos países que mayor capacidad de exportación tengan. Es una grave equivocación, que se da en nuestro país de manera paradigmática y también en el resto de países, no considerar el Turismo como una exportación. Una exportación con una diferencia fundamental y es que los productos que ofrece el Turismo no hay que enviarlos, sino que el cliente viene a consumirlos in situ.

Otra de las dificultades para que el Turismo sea valorado es la poca inteligencia que se aplica a su explicación. Sólo España posee unas estadísticas aceptables sobre el Turismo. Estadísticas, por cierto, que en el momento de escribirse este libro están a punto de pasar a mejor vida, por cuanto el actual Gobierno español quiere suprimir el trabajo de campo y de análisis de nuestras estadísticas turísticas y pasárselo al INE (Instituto Nacional de Estadística), un gran monstruo en el cual se perderán en la vorágine de las grandes cifras y por la atención prioritaria que se da a aquellos sectores de la economía considerados por algunos «más productivos» (finanzas, automoción, energía, etc.). De ocurrir así dejaremos de

tener el gran instrumento que ha sido esencial para el desarrollo de la industria turística.

El sector de la automoción, por ejemplo, se considera básico en nuestra economía y para él se desarrollan planes especiales porque se considera que es no sólo importante desde el punto de vista económico, sino también desde el punto de vista social. Este sector genera aproximadamente 500.000 puestos de trabajo en España de forma directa y otro millón de forma indirecta.

El Turismo supone dos millones de puestos de trabajo de forma directa e indirectamente influye en la creación de puestos de trabajo de muchos otros sectores de la economía. En la actual crisis se afirma que uno de los factores básicos de la caída de la venta de automóviles ha sido la nula renovación en el 2009 y el 2010 de las flotas de las empresas de alquiler y los bajos porcentajes de renovación que se han dado en el 2011 y el 2012.

¿Y a qué se debe esa falta de renovación de flotas? A la disminución de los flujos turísticos nacionales (los extranjeros se van manteniendo). Así como a la menor movilidad de los ejecutivos de las empresas, en definitiva, a la baja del Turismo de negocios.

España no tiene petróleo, pero ingresa por Turismo el doble de lo que ingresa Irán por la venta de petróleo. Por lo tanto, tenemos un «petróleo» de mayor calidad que además, si sabemos mantenerlo, no se agotará como prevén que puede suceder con el de los barriles. Ésta es una realidad.

Por otra parte, hay una diferencia esencial, y es que en el caso de Irán todos los ingresos del petróleo van a las arcas del Estado. En otros países productores de petróleo van a parar a las grandes corporaciones privadas o públicas. En el caso del Turismo de nuestro país esa riqueza económica se distri-

buye entre centenares de miles de empresas de diferentes tamaños y, por lo tanto, su repercusión es mucho mayor social y económicamente.

Otra realidad tan importante como ésta es que el Turismo es el mejor sistema de creación de puestos de trabajo. Aquí aparece otro tópico, otra de esas leyendas urbanas que circulan continuamente y que nos hacen perder la perspectiva de lo que supone y significa este sector: los puestos de trabajo creados por el Turismo no tienen valor añadido. ¿Qué quiere decir valor añadido? ¿Un buen camarero no tiene valor añadido? ¿Una buena gobernanta no tiene valor añadido? ¿Un buen recepcionista no tiene valor añadido? ¿Un buen taxista no tiene valor añadido? ¿Un buen monitor no tiene valor añadido? Pues yo hace poco decidí no volver nunca más a pisar el hotel de una cadena hotelera internacional porque en la recepción de un país francófono se negaron a atenderme en la lengua de su país y debía hacerlo obligatoriamente en inglés. No sé cuánto valor añadido tendrá el inglés, seguramente mucho, pero en esa situación concreta les sirvió para perder un cliente.

En cuanto a los puestos de trabajo, todos hemos contemplado en los últimos años el desarrollo económico de Brasil. Tuve la suerte de conocer personalmente en 2005 al presidente Lula da Silva en una reunión internacional celebrada en Sao Paulo. Acompañado por el entonces ministro de Turismo en Brasil, mi amigo Walfrido Dos Mares Guia, mantuve una entrevista con él. En teoría, Dos Mares Guia pretendía que yo le explicara cosas sobre Turismo al presidente Lula, pero en realidad fue él quien me contó a mí lo que iba a hacer: cambiar sustancialmente la dirección del Turismo en su país para convertirlo en el motor de creación de puestos de trabajo. El Turismo y el sector de la pesca iban a ser sus dos

instrumentos para hacer realidad aquella frase que conmovió al mundo en su primer discurso de toma de posesión, cuando afirmó que su programa era tan simple como que todos los brasileños pudiesen comer tres veces al día. Y para ello iba a tomar dos decisiones estratégicas: crear una industria pesquera brasileña, dado que buena parte del pescado que se consumía en Brasil era de importación; y en segundo lugar, trasladar del sur al norte del país el centro turístico brasileño, para así desarrollar esa zona y acercar la distancia, en tiempo, a los grandes mercados emisores de Turismo: América del Norte (EE. UU. y Canadá) y Europa. Y para ello Salvador de Bahía iba a ser su objetivo.

Todos sabemos que el presidente Lula revolucionó absolutamente su país consiguiendo hacer las paces con el Banco Mundial y con el Fondo Monetario Internacional, y logrando que los millonarios brasileños —que, por cierto, no salen en las listas de millonarios de la revista *Forbes* siendo mucho más poderosos que los de otros países— invirtiesen una parte de sus riquezas en su propio país. Todos esos logros son ciertos, pero su verdadero éxito es que durante su mandato creó diez millones de puestos de trabajo, de los cuales casi el 80% fueron en el sector de la industria turística. Diez millones de familias ingresaron un salario cada mes y pudieron salir de la miseria. No hace mucho mi amigo Marcio Favilla, quien formó parte del primer Gobierno de Lula, me decía emocionado: «El éxito del presidente Lula ha sido sacar a diez millones de familias de la miseria a la pobreza. Desde la pobreza hay oportunidades, desde la miseria sólo hay desesperación».

Y eso, en gran parte, se debió al Turismo.

Pero lo importante en este tema es establecer las políticas necesarias para aumentar el Turismo o si se prefiere, en «fomentar las incursiones de extranjeros en nuestra Patria»,

GRAN TURISMO

como decía en 1905 el Conde de Romanones en su exposición sobre los motivos del decreto por el que se creaba la primera «Comisión Nacional» del Turismo. Desde mi punto de vista, este documento (véase Anexo), a pesar de ser más que centenario, debería continuar vigente en todos sus artículos. No habla en ningún momento de eso que se ha transformado en el deporte nacional de la industria turística española: conseguir subvenciones. Un cáncer que habría que extirpar si queremos tener un sector turístico potente y sobre el que hablaremos en el capítulo 6.