

Viene de **página 6**

esa apuesta, que también implica inversión?

R.- Sin duda. Me basta apelar a mi experiencia y recordar cómo eran hace veinticinco años los jefes de cocina o de recepción y cómo son ahora. Pero no olvide que, en este sentido, hay un tema que juega en nuestra contra: la temporalidad y estacionalidad.

P.- ¿Y es buena la calidad de la formación que se ofrece en materia turística en Baleares?

R.- Tanto la Escuela de Hostelería como la de Turismo han hecho mucho trabajo y bueno durante todos estos años. Lo reconozco: nacieron con una noble aspiración y no han cesado de mejorar. Pero ojo: aún no tenemos la Cornell del Mediterráneo. Seguimos sin ser uno de los tres referentes a nivel mundial y deberíamos.

«El nuevo convenio de hostelería se firmará, negociaremos y ambos renunciaremos a algo»

«Vamos a solicitar un Régimen Especial que aporte iniciativas de ámbito fiscal y laboral»

P.- Otro reto reconocido por usted públicamente es el de aumentar la estabilidad y combatir la precariedad del empleo. ¿Eso va a ocurrir?

R.- Son cosas que dependen mucho de que logremos aumentar el tiempo de actividad, con realismo. Luego, de que las empresas puedan tener capacidad inversora. Y eso viene de la mano de la flexibilidad, que no es lo mismo que precariedad aunque ese equívoco se repita como un mantra. No, la flexibilidad significa facilidad para el empresario, y por lo tanto, seguramente, alargamiento de la temporada.

P.- Alargamiento de temporada... Es un buen momento para sacar esa palabra maldita, desestacionalización.

R.- Esa es una palabra que a veces

se ha usado de forma demagógica o arrojadiza. Yo querría recordar que Baleares nunca ha sido un destino de doce meses ni de diez. Además, las dos últimas décadas el crecimiento de la oferta en nuestros destinos competidores que cuentan con más meses de buen tiempo ha sido muy importante. Esto, en lo referente al turismo vinculado a la climatología, es insalvable.

P.- Entonces, ¿esa batalla está perdida?

R.- No. Nosotros vamos a solicitar un Régimen Especial para las Actividades Turísticas (como tienen la minería o la automoción) que aporte iniciativas de ámbito fiscal y laboral que faciliten al máximo nuestra competitividad en coste. Luego, tocará identificar qué nuevos nichos de mercado queremos atraer en los meses que hoy son temporada baja; probablemente las mejores opciones sean cultura, deporte y congresos. A continuación, habrá que construir una oferta atractiva con la implicación de otros sectores que no son alojamiento. Y finalmente, habrá que comercializar esa oferta orquestando campañas importantes de promoción. Esas campañas probablemente deben pasar, más que por las clásicas ferias, por herramientas nuevas como las redes sociales. En paralelo a todo esto, conviene ir externalizando y subcontratando las funciones que no son *core business* del hotel: eso nos hará más competitivos y, por lo tanto, más preparados para competir en los meses difíciles. Ahora bien: para elaborar más informes y libros teóricos sobre la desestacionalización, ya hay bibliotecas llenas. Y hacer demagogia fácil criticando al hotelero por tener el establecimiento cerrado es ridículo. El hotelero lo que quiere es abrir siempre, como es lógico.

P.- La Playa de Palma es la metáfora perfecta de un fenómeno que

SU MAYOR ACIERTO: «Haber aceptado la oferta de Riu Hotels, porque eso me llevó a conocer a mi mujer, que es lo más importante que ha habido en mi vida, el centro de todo»

SU MAYOR ERROR: «Ninguno con suficiente entidad para ser resaltado, afortunadamente»

SU CONSEJO A LOS JÓVENES: «Que vivan con optimismo y generosidad. Que se rebelen contra la injusticia, quieran a su país y hagan algo para mejorarlo»



EL FUTURO: «No está escrito para nadie y, por lo tanto, hay que ganárselo cada día. El éxito no tiene patente: esto nos lo tenemos que repetir a diario»

afecta a otras muchas zonas: la necesidad y la dificultad de reforma. ¿Es optimista?

R.- En efecto, lo que ocurre con la Playa de Palma no es muy distinto de lo que encontramos en buena parte del litoral español. En ese caso concreto, los primeros proyectos de reforma tenían poco fundamento porque confiaban en arreglar una zona turística con dinero público. Diez años después, ya sabemos qué ha pasado: el dinero público no exis-

te, no tiene recorrido. Sólo queda la opción de la iniciativa privada, lo cual resulta un enfoque más realista y preciso. Ahora, tienen que producirse las condiciones óptimas para que los empresarios puedan hacer sus inversiones. La Ley Turística y el Decreto de Zonas Maduras apuntan en la dirección acertada; falta que se active más el crédito y que las instancias medias, por así decirlo, no parezcan las cosas. Es obvio que nadie debe firmar nunca nada contra la le-

galidad, pero nos estamos encontrando con una capa funcional que hace una lectura muy restrictiva de la ley; el resultado ya lo ve usted con el llamado Plan Matutes. Proyectos que traen aparejados empleos, obstaculizados. Esperemos que no sea definitivo.

P.- Sobre la visión que se tiene de los hoteleros fuera del sector: otros sectores empresariales admiran su capacidad de funcionar asociadamente...

R.- Es verdad, la Federación es un buen ejemplo de colaboración privada-privada. Hemos entendido que se puede compartir para competir.

P.- ... Pero una parte de la sociedad históricamente ha recelado del hotelero.

R.- Posiblemente hemos fallado en no saber explicar los enormes réditos que ha obtenido esta sociedad gracias a nuestra actividad. No lo hemos explicado bien. Obviamente, al decir esto descuento la presencia de ignorantes o envidiosos, que siempre existen.

P.- Cierto. Pero usted sabe perfectamente que el sector y su Federación acumulan mucho poder.

R.- El poder se usa bien o mal. Me remito a los índices de crecimiento que ha tenido esta comunidad en todos los indicadores de riqueza y bienestar, y no será difícil convenir que el hotelero tiene algo

que ver en ello dado su peso en el tejido empresarial. Por lo tanto, si tenemos ese poder, creo que lo utilizamos en la dirección correcta. Y, en fin, aquí también entra en juego la capacidad de cada uno de articular un discurso, hacer un trabajo serio y ganarte el respeto de tus interlocutores. Nosotros lo hacemos, con un equipo gerencial magnífico. Hay otros que, con la décima parte de trabajo, querrían tener la misma influencia que nosotros. Esto no va así.

ELMUNDO.es

► **Entrevista:**

Vea un extracto de la conversación con **Aurelio Vázquez**.



Más de 15 distinciones en 4 años

SOLVENCIA CONTRASTADA CREACIÓN DE VALOR RECONOCIDA

Banca March, galardonada en los premios World Finance, Global Banking and Finance Review y en los IAIR Awards

- Mejor Entidad de Banca Privada en España 2010, 2011, 2012 y 2013 en los *World Finance Banking Awards*.
- Mejor Gestión de Activos y Patrimonios en España en los *Global Banking and Finance Review Awards 2013*.
- Mejor Entidad Europea de Banca Privada por su Crecimiento Sostenible en los *IAIR European Awards 2013*.
- Mejor Entidad Española de Banca Privada en los *Global Banking and Finance Review Awards 2012*.
- Mejor Gestión de Activos en España 2012 según *The New Europe*.
- March Gestión de Pensiones, elegida como una de las tres mejores gestoras de pensiones en España por la revista *Inversión* en 2010, 2011 y 2012.
- 4 Fondos de Inversión premiados en los premios *Expansión, Lipper Cinco Días y Morningstar*.
- Líderes de Europa en Solvencia en los tests de estrés realizados en 2010 y 2011 por la Autoridad Bancaria Europea.

Unos reconocimientos que avalan nuestra gestión basada en el rigor para ofrecer **protección y creación de valor para el patrimonio de nuestros clientes**.

LÍDERES EN SOLVENCIA
SEGÚN TEST DE ESTRÉS 2010 Y 2011
DE LA AUTORIDAD BANCARIA EUROPEA



BANCA MARCH
banqueros desde 1926