

Entrevista

Andrés Valdés. avaldesl@epi.es - fotos: Álex Domínguez

«El sol y playa es el petróleo de España»

Amuda Goueli
Cofundador de Destinia

Nacido en Nubia, Egipto, se espabiló en los negocios vendiendo souvenirs a los guiris antes de poder huir de la pobreza y reiniciar su vida en la España de los 80. Aprendió a programar y fundó una de las agencias de viajes online más importantes del país. Hoy da conferencias -el jueves estuvo en Benidorm- y sigue con negocios y turistas: es pionero en vender vuelos al espacio o a Corea del Norte



¿Qué opina del sol playa?

Creo que es un regalo de Dios. Los árabes tienen petróleo, España tiene sol y playa. Hay que agradecerlo, pero sin dormirse en los laureles; ahora mismo hay mucho turismo de prestado de otros países como Egipto, Turquía o Túnez, pero esto se va acabar en cuatro años. Si España se relaja lo va a pagar muy

caro cuando se recuperen. La clave para cuidarlo bien es calidad: renovar un hotel o hacerlo más bonito no tiene mucho mérito. Pero la calidad del servicio comparada con otros países es el punto débil, quizá por que das por hecho que el turista va a venir y puedes incluso permitirte ser antipático. Esto lo noto mucho cuando vengo de Asia o de Dubai.

Si los demás empiezan a levantar cabeza o a hacer ofertas agresivas tienes un problema.

Crece la turismofobia en ciudades como Venecia o Barcelona porque ha generado conflictos de convivencia y de identidad y creado burbujas inmobiliarias mediante los pisos de alquiler turístico. ¿Qué hacemos?



Vivo en pleno centro de Madrid y los vecinos de mi edificio empezaron a alquilar sus casas a turistas. Quedamos dos o tres y tenemos fiesta hasta las cinco de la mañana, basura en la escalera. Lo vivo y me molesta, pero hay una cosa muy clara: contra la innovación no se puede luchar. Los «bed and breakfast» o alquilar apartamentos era algo que ya existía pero las aplicaciones lo hacen más fácil. No puedes luchar contra Uber, Cabify o Airbnb, pero lo solucionas aplicando la ley. Si no sabes tus derechos y obligaciones lo dejas en el limbo y a largo plazo se convierte en la ley de la jungla. Otros países, como Holanda, lo han solucionado así y funciona. En Ámsterdam todo el mundo alquila su casa pero sólo 60 días al año. Hay un convenio del ayuntamiento con Airbnb: el propietario tiene 24 horas para registrarse o paga una multa de 30.000 euros. Y 60 días no permite generar una burbuja, además de que lo que se gana se tributa. Los hoteles están contentos y la ciudad también. En España los políticos miran a otro lado, no les interesa, pero si los clientes quieren pisos tienes que dárselos buscando una fórmula, como que haya equis licencias que cuesten tanto. Como ocurre con los taxis.

La digitalización ha creado bolsas de ganadores y de perdedores. ¿Qué haría usted si fuese un hotelero de Benidorm que descubre con pavor que se ha quedado atrás?

La gente está pagando un precio caro por eso en todos los sectores. El ser humano en general rechaza lo desconocido. Recuerdo que cuando estábamos haciendo la primera web, una guía de hoteles gratuita, a los pocos meses tuve que ir a la Guardia Civil porque un hotelero vio su hotel en internet y pensó que no podía ser. Ahora me está pagando para que lo anuncie. Es la paradoja del tiempo. Pocos tuvieron la curiosidad al principio, pero cuando llegó el tsunami de las grandes tecnológicas americanas se quedaron a contrapié. Entonces pensaron que o me alío con el enemigo porque me llena el hotel, como Expedia o Bo-

oking, o me cierro puertas. Hoy el sector es online en casi un 70%. Lo han entendido, pero les faltan medios tecnológicos y tienen que ir a terceros: ningún hotel tiene dinero para desarrollar aplicaciones o hacer marketing online, pero ahora salen negocios paralelos que les dan apoyo: te hago yo la llave en mano, te llevo redes sociales, chequeo las opiniones en Tripadvisor, te vendo en webs que no conoces en China y Japón. Y todo sin gastar mucho dinero anunciándote en Google.

Su compañía acepta bitcoins. ¿Por qué decidió incluir esta divisa en sus reservas?

Cuando empezamos en internet en los 90 la gente sólo lo asociaba con pornografía. Con el bitcoin pasa igual, se relaciona con tráfico de armas, drogas, pornografía de nuevo... Pensar siempre lo malo es una cosa muy humana, un sistema de auto-defensa. Nosotros hemos hecho una cosa muy clara: si hay un público que tiene amor y pasión por algo, como el sistema bitcoin, yo tengo que estar ahí. Me metí en foros y vi que no pueden comprar en internet porque ningún comercio ofrece mercancías para bitcoin. Y pensé que podía venderles billetes de viaje. Leí mucho sobre la historia del dinero y me di cuenta de que el dinero no existe, son «teclas de ordenador» hasta en un 96% del capital que circula a nivel mundial. Vi que el bitcoin es la divisa más barata y segura porque no hay que pagar comisiones a Visa o Mastercard y que así llegábamos a una comunidad de clientes muy difícil de alcanzar. Si no hay intermediarios yo puedo bajar el precio, así que estos clientes pagan menos que cualquier otro. Me dan sus datos, claro, para poder entrar en vuelos y hoteles.

Hace una década ya nadie quería ser turista sino ser viajero y em-

pezó el concepto de turismo de experiencias. Ahora hasta se paga por trabajar en vacaciones en el campo como hacíamos dos generaciones atrás. ¿Es otra burbuja?

Yo vengo de dos culturas, una de la escasez africana y otra de la abundancia europea. Ambas tienen sus experiencias. El sueño de la gente de mi pueblo en Egipto es ir a ver

SI MI PÚBLICO TIENE PASIÓN POR ALGO, COMO EL BITCOIN, YO TENGO QUE ESTAR AHÍ Y OFRECERLE SERVICIOS

EL TURISTA ALEMÁN VIENE PORQUE TÚ VAS A LA PLAYA, SALES DE CAÑAS, DISFRUTAS. ÉL QUIERE TU VIDA

un partido de la Liga. Para mí, mi pueblo es un infierno, no una experiencia, pero cuando fui con un amigo vi que disfrutó como nunca. Me dijo: «Amuda, tengo al impresión de que estoy en Belén. Por cómo va la gente vestida, no hay agua, no hay luz... Estoy casi mil años atrás». Yo no entendía nada y tardé muchos años en darme cuenta de que mi amigo no estaba loco: yo prefiero estar en Benidorm, o en Alicante. Esto se puede aplicar a lo que buscan los turistas en España. ¿Para

qué vienen aquí? Para descansar, para nada más. Se habla de turismo ecológico, de experiencias más allá, pero yo en esto soy radical. Mucha gente y especialmente los políticos no lo van a compartir conmigo, pero yo vengo aquí para la playa, así que dame buenas playas, agua limpia y buen servicio y luego ya veremos. Invierte en esto.

Un estudio reciente dice que un 30% de los turistas que va a Benidorm ni pisa playa ni va de compras. Se quedan en la piscina o en el pub.

Me está dando la razón. Tuve el clásico debate con un español el otro día: «¿Tenemos que cambiar, somos tercermundistas, tenemos que ser como los alemanes...!». ¿No, todo lo contrario! ¿Por qué vienen aquí? Porque les gusta tu manera de vivir. Te gusta el sol, salir de cañas y por eso viene. Él quiere tu vida y por eso viene.

¿Aunque suponga alcohol, comida basura y consagrarse en destino de despedidas de soltero? Esto, desde luego, da dinero...

Equilibrio. Les toca a los políticos y dirigentes crearlo, pero no hacen nada a no ser que haya protestas, como en el caso de Uber y Cabify. La gente tiene que hablar y debatir, pero nunca prohibir: El cliente es sagrado y la economía de esta zona depende del turismo. Si el turista encuentra muchas barreras acabará yendo a otro lado cambiando destino en cuestión de un clic.

¿Cómo está funcionando el turismo espacial y de gravedad cero que vende su compañía?

Viajes al espacio no hemos vendido ninguno, las cosas como son. Es una estancia en la Estación Espacial Internacional por 15 millones de euros. Pero el viaje a gravedad cero es más barato y sí lo hemos vendido a algunos clientes. Flotas, en un avión un poco más abajo de donde

VIAJES AL ESPACIO NO HEMOS VENDIDO NINGUNO, PERO VARIOS CLIENTES HAN COMPRADO LOS VUELOS A GRAVEDAD CERO QUE OFRECEMOS POR 6.000 EUROS

saltó el paracaidista de Red Bull, durante 15 minutos por unos 6.000 euros.

¿Cuánto importa el selfi en los viajes que elegimos?

Antes teníamos la cámara con 35 fotos y teníamos que pensar bien qué foto hacíamos. Psicológicamente siempre nos gusta demostrar lo que estamos haciendo y con las redes sociales tienes el mejor escaparate. Antes hacías el álbum y se lo enseñabas a tus vecinos. Cuanto más lo enseñabas más feliz te sentías; ahora a más likes más te sube la adrenalina. Esto es la esencia y ha generado muchas ganas de viajar. Por envidia, por curiosidad, esto ha hecho a la gente viajar más y romper el miedo. Si te ven en Vietnam en una carretera de tierra, tu amigo Pepe también querrá ir y ya no tiene miedo porque vio a su mejor amigo a hacerlo. Cada vez la gente viaja más, los precios de avión son más baratos y eso ha ayudado a romper la barrera del miedo. Hay lugares en África que yo nunca creí que fuesen a tener turistas nunca.

Animó las revueltas contra Mubarak en 2011 pero ahora ha cerrado un acuerdo con el régimen socialista de Corea del Norte para llevar turistas allí.

Más o menos es la primera vez que me lo preguntan y no lo tengo preparado, pero voy a decir lo que pienso. ¿Qué es lo mejor del mundo? La comunicación humana. Nos conocemos hace cinco minutos, pero nos estamos cambiando mutuamente. Yo antes cerraba puertas, pero no se debe hacer ni con el diablo: voy a intentar convencerlo de que sea una buena persona. Si yo cojo a un turista, lo mando a Corea y se sienta con un coreano, le cuenta la democracia en Europa y qué significa la palabra libertad. Él es como éramos nosotros en Egipto, no sabe nada del mundo y se cree que lo que tiene es lo mejor porque lo dice el Gobierno. En tres minutos has cambiado a una persona en Corea, que no existía antes de este viaje.