



Firmado por: Carles Manera

miércoles 29 abril 2020

QUÉ HACER CON EL TURISMO

La crisis del coronavirus ha hecho descarrilar todas las previsiones macroeconómicas; en todos los sectores productivos. Entre ellos, el turismo va a ser, sin duda, uno de los que más van a padecer las consecuencias del cierre de fronteras por la pandemia. Y, **en el momento de un regreso gradual a una cierta 'normalidad', el turismo será quizás el sector económico que más tarde se recupere.** Factores de carácter sanitario, económico y psicológico van a contar mucho para garantizar corredores seguros para el turismo de masas. Esto va a impactar –ya lo está haciendo, a tenor de las previsiones macroeconómicas que se manejan– en aquellas economías con un peso relevante de las actividades turísticas sobre el PIB. Estamos hablando, por ejemplo, de comunidades autónomas en España como Baleares, Canarias –sin duda las más dependientes del turismo de masas y de sus externalidades– y, en menor grado, pero también con importancia nada desdeñable, Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía. El diagnóstico parece claro y puede sintetizarse de manera telegráfica: creemos que los siguientes cinco puntos (a los que se podrían sumar otros, si bien entonces cabrían diferentes matizaciones) recogen conclusiones de trabajos que se están realizando en el ámbito académico y en instituciones diversas sobre las consecuencias del virus sobre el turismo.

Desde una óptica exógena

- La recuperación va a ser muy lenta por el temor a los contagios: la dependencia del turismo internacional ha constituido una fortaleza en otras crisis –como la de 2008–, pero ahora este factor deviene una debilidad y una seria amenaza.
- La demanda turística depende de la situación de los países emisores de turistas –Alemania, Gran Bretaña, Italia, Francia, entre otros–, naciones que están padeciendo de forma intensa la pandemia, en mayor o menor grado.
-

[Recibe diariamente los análisis de más actualidad en tu correo electrónico o en tu teléfono a través

*[de nuestro canal de Telegram]***Desde una perspectiva endógena**

- Los cierres empresariales, si acaban en expedientes de regulación de empleo, van a suponer un incremento notable del paro, lo que redundará en una contracción general de la demanda en el interior del país turístico.
- Las compañías aéreas van a tener problemas severos para reflotarse: tener los aviones en pista, sin actividad, supone costes elevados de mantenimiento sin apenas ingresos. Esto puede llevar a crisis encadenadas en el transporte aéreo y posibles pérdidas de conectividad.
- Las ofertas complementarias, lideradas esencialmente por pequeñas y medianas empresas y por autónomos, van a tener graves problemas por los efectos indirectos en la caída de la demanda turística.

¿Qué impacto macroeconómico va a tener todo esto? Los cálculos al respecto van proliferando. Exceltur indica que, para España, la caída del turismo en 2020 superará los 120.000 millones de euros, un gran *mordisco* al PIB nacional.

En Baleares, una de las regiones-motor del turismo en España, su Consejo Económico y Social ha aventurado una caída del 15% en el PIB regional –algo insólito: en la Gran Recesión, la mayor caída fue en 2009, de un 3,9%–, mientras el Gobierno balear sostiene que ese derrumbe puede llegar a superar el 30%.

Todos estos números se mueven en una completa incertidumbre: esa dependencia exterior, junto a las condiciones interiores –asegurar una tranquilidad sanitaria, difícil todavía–, aconsejan prudencia a la hora de establecer cifras exactas. Todas las entidades advierten de que esas previsiones están presididas más por dudas que por certezas; la única, innegable, es que el turismo se va a desmoronar de manera estrepitosa. La tendencia sí está delineada. El que esa curva de hundimiento se enderece más o menos va a depender de medidas de política económica, pero, sobre todo –y he aquí la peculiaridad de esta crisis, que afecta tanto al turismo–, de que se transmita, con datos veraces, el control sanitario y la capacidad institucional e infraestructural de respuesta a posibles rebrotes en los destinos turísticos.

[Escuche el 'podcast' de Agenda Pública: ¿Y el gobierno del pueblo?]

La situación que se ha generado en apenas dos meses pone también en cuarentena algunos de los postulados que presidían una cierta 'turismofobia': ¿qué hacer ahora? Los partidarios del decrecimiento turístico pueden ver un escenario en el que formular hipótesis sobre la salida de la crisis. El turismo, prácticamente con el contador a cero, se deberá reinventar. ¿Qué se ofrece desde esos espacios alternativos?

Por otro lado, los partidarios acrílicos del desarrollo turístico sólo piensan en volver al escenario primigenio, prácticamente sin crítica alguna. ¿Qué se brinda desde este ángulo de la sala?

Desde nuestro punto de vista, unas consideraciones son necesarias, partiendo de una premisa fundamental: nadie va a tener una varita mágica que solvente esta ecuación, ni tiene soluciones incuestionables. Más que nunca, urgen planteamientos de gobernanza. En el nuevo horizonte que se abre para el turismo, apuntamos seis marcos cruciales de reflexión:

1.- Los debates que se generen sobre el futuro del turismo deberían estar presididos por **dos principios: el de realidad y el de precaución**. El primero, para no dejarse llevar por ideas excelsas, utópicas, que quedan muy bien sobre el papel, pero que requieren de un tiempo del que no se dispone necesariamente; el segundo, porque hacer

oídos sordos a las externalidades ecológicas, sociales y culturales del turismo de masas supone no haber entendido los problemas que ya aquejaban al sector y que emergen ahora. Estaremos ante un debate entre cantidad versus calidad.

2.- Es importante que **la ciudadanía conozca la contribución positiva** que supone el turismo; al mismo tiempo, es **igualmente preciso explicar que el sector provoca externalidades ambientales** que deberán corregirse, si en el nuevo escenario que se abre se quiere competir con productos que tengan dos sellos esenciales: el sanitario y el ecológico. Sería fundamental trabajar en la cuantificación de ambos vectores, a partir de indicadores crematísticos –como el PIB, el gasto turístico–, pero también con otros biofísicos, que complementen y maten los datos más convencionales.

3.- **Las tasas turísticas deberían mantenerse.** Pretender reducir las, tal y como están formuladas en los destinos españoles –una cuota muy baja, en comparación con otros destinos europeos–, supone seccionar entradas de dinero para las respectivas haciendas, capitales que se pueden usar en actividades e infraestructuras que mejoran, de hecho, el propio destino. La comunicación debería agilizarse al máximo en este campo: ¿qué se hace con esa recaudación?, ¿qué proyectos financia? Que los turistas conozcan esto supone un factor de pedagogía fiscal y económica hacia los visitantes e, igualmente, hacia el sector hotelero. Éste, recordémoslo, no devenga la tasa turística, que se paga por pernoctación –casos, por ejemplo, de Cataluña y Baleares–; es decir, es el turista el que salda la tasa cuando cierra su factura en el establecimiento turístico.

4.- Abordar la **diversificación económica.** Economías cuya dependencia del turismo de masas es muy elevada –en España, los casos balear y canario son los más evidentes, pero no son los únicos en los que esta actividad es determinante– deberían aprovechar la crisis para repensar su patrón de crecimiento; y, por extensión, el modelo de crecimiento de la economía española. Diversificar no se hace por decreto: requiere análisis profundos, inversiones importantes –el papel del sector público es vital– y complicidades público-privadas, con la presencia de los sindicatos. En definitiva, urge la planificación estratégica.

5.- La **sostenibilidad** no va a ser un concepto hueco o de *marketing*. Los destinos turísticos deberán trabajar en la elaboración oficial de indicadores biofísicos para que el concepto se llene de contenido. Proponemos un panel concreto: consumo de agua (hectómetros cúbicos), consumo de energía (toneladas equivalentes de petróleo), emisión de gases (kilotones de CO₂), producción de residuos sólidos urbanos (en toneladas), niveles salariales, Índice de Gini y evolución demográfica.

Estas variables, junto al PIB, pueden acabar configurando un indicador sintético (a semejanza del Índice de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas), que podría ser un reclamo para una demanda turística que va a exigir dos factores clave: primero, tranquilidad sanitaria, es decir, seguridad frente a posibles contagios, con la existencia de controles y buenas infraestructuras sanitarias; y, segundo, condicionantes ambientales que se avengan con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. Desafíos importantes, pero ineludibles.

6.- Hacer visibles **buenas prácticas laborales** en los establecimientos turísticos, habida cuenta que éstos han recibido críticas constantes –y en muchísimas ocasiones verídicas– sobre precarización laboral, explotación –el caso de las limpiadoras de habitaciones es ilustrativo al respecto– y bajos salarios. Crear una certificación que identifique aquellos establecimientos que cumplen con unas reglas y pautas determinadas –control energético y sanitario, calidad en la ocupación, avituallamiento en kilómetro cero, etcétera, bajo la supervisión de las autoridades autonómicas–, posicionaría esa oferta ante una demanda que probablemente va a cambiar en sus preferencias y será apetente a esos productos de mayor calidad.

Estos seis apartados no pueden ser abordados de forma solitaria por un Gobierno. El concurso de grupos empresariales, organizaciones sindicales y colectivos sociales va a ser importante para plantear un futuro en el turismo de masas que debe contar con los retos inmediatos que impone el coronavirus, pero también con los nuevos desafíos que pueden abrirse con las consecuencias derivadas del cambio climático. La Ciencia –experimental, social, económica– deberá ser una aliada indiscutible en este proceso.

**

Contra la pandemia, información y análisis de calidad

Colabora con una aportación económica

CORONAVIRUS CRISIS ECONÓMICA ESPAÑA SOSTENIBILIDAD TURISMO

COMPARTIR ESTE ARTÍCULO

AUTORÍA



CARLES MANERA

Catedrático de Historia Económica de la Universidad de les Illes Balears (España)

Ha sido profesor e investigador visitante en Londres, Nueva York y Florencia, entre otros lugares. Fue consejero de...

ARTÍCULOS RELACIONADOS