

“El sector turístico puede convertir amenazas en oportunidades y transformarse para adaptarse a una nueva realidad cambiante”



Playas delimitadas con parcelas, chiringuitos de aforo limitado y la mitad de los hoteles cerrados. Ibiza, Benidorm, Salou o Marbella están dejando imágenes muy lejanas al esplendor de 2019, donde se batió récord de turismo internacional: 84 millones de visitantes, casi la mitad entre junio y septiembre. En cuanto al turismo nacional, nuestras preferencias han cambiado, y buscamos sentirnos seguros, renunciando a la fórmula sol y playa por el medio rural. La pandemia de COVID-19 golpea con dureza un sector crucial para la economía del país. Frank Babinger, investigador de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid y Asesor del Vicerrectorado de Empleabilidad y Emprendimiento para el Impulso de Actividades con Empresas e Instituciones, analiza los primeros resultados, pronostica un agosto atípico y señala qué se puede sacar de provecho de esta situación.



El turista de la era “COVID-19” busca, ante todo, seguridad y tranquilidad. / [Alfonso Cerezo](#).

MARÍA MILÁN, 3 de agosto | Viajar con una pandemia mundial, ¿es posible?

Es posible viajar con una pandemia mundial, respetando las limitaciones impuestas por las autoridades sanitarias en el destino elegido. No solamente

es posible, sino que, salvando las limitaciones anteriores y el miedo que tenemos todos, es recomendable.

¿Qué razones puede alegar para hacerlo?

Por un lado, tras un confinamiento más o menos intenso y prolongado, las ganas de salir y viajar han aumentado notablemente. En algunos casos, es hasta una necesidad, tanto física como anímica. Sobre todo, los niños y los adolescentes necesitan salir de su entorno para recobrar un hábito perdido durante más de cuatro meses. Además, hay otras dos razones para viajar en estos tiempos. Por un lado, las medidas de seguridad nunca habían sido tan elevadas y pronunciadas como ahora. Nunca antes se podía viajar con tanta seguridad sanitaria como en estos tiempos, por lo que, a veces, hasta parece más seguro viajar ahora que antes de la pandemia. Finalmente, como la situación del sector es crítica y mucha gente no quiere (o no puede) viajar, existen ofertas de todo tipo mucho más económicas que otros veranos.

Recién finalizado julio, uno de nuestros meses de temporada alta en turismo, ¿qué balance se puede hacer, aunque sea pronto, con las primeras impresiones?

El balance provisional es francamente negativo. Casi la totalidad del sector está en un ERTE, sean los medios de transporte, los establecimientos hoteleros y de alojamiento en general, u otros servicios turísticos. La situación es catastrófica, con muchos establecimientos cerrados, despidos masivos y empresas en concurso de acreedores, como Pullmantur. Seguramente le seguirán muchas otras y las perspectivas no son nada halagüeñas. Solamente falta pasear por ciudades patrimoniales, hasta hace poco afectadas por *overtourism* para darse cuenta de la situación. Ciudades como Sevilla o Toledo no son ni la sombra de lo que eran, con calles vacías y tiendas y establecimientos cerrados en pleno julio.

¿Cómo auguraría el comportamiento turístico en agosto?

El comportamiento turístico en agosto dependerá de la cantidad y virulencia de los rebrotes que están marcando la actualidad en estos momentos. ¿Quién quiere pasar unas vacaciones ahora mismo en Aragón o en Cataluña? ¿En Huesca o en Lleida? Si se consigue mantener los rebrotes controlados espacial y temporalmente, se podría pensar en un leve repunte de la actividad turística. Por el contrario, agosto será aún más limitado en este sentido. En el caso de que los rebrotes sean generalizados en nuestro país, desaparecerá la actividad turística de un día para otro, con secuelas muy graves para el sector.

¿Qué busca el turista este año?

Básicamente, seguridad. Por eso, de manera más o menos afortunada han proliferado una serie de sellos que deberían acreditar la ausencia o adaptación al virus.

¿Es una oportunidad para que nos movamos dentro de nuestro propio país, que a veces tenemos un poco olvidado?

Es una oportunidad para que descubramos de nuevo nuestro país y es en esta dirección en la que van la mayoría de los mensajes emanados de las autoridades. No obstante, como es también el mensaje de otros países, esta focalización reduce notablemente al turismo internacional, que el nacional no puede sustituir. Por otro lado, y como hemos comentado antes, la aparición de los rebotes hace muy difícil prever que nos podamos mover libremente por el país. A día de hoy, las consecuencias de los nuevos focos son imprevisibles. Además, la situación económica de muchas personas afectadas de lleno por la crisis hace muy difícil que puedan viajar, por lo que se reducen las oportunidades en este sentido.



El profesor Frank Babinger. / F. Babinger

¿Cómo ha cambiado la COVID-19 el turismo en España, cuáles serán sus efectos más notorios a corto plazo?

Los cambios más importantes son los que se han señalado con anterioridad: cierre de instalaciones, alojamientos, establecimientos, etc. Descenso del número de turistas nacionales y, sobre todo, internacionales. Estos últimos no regresarán con rapidez por el miedo al virus, por las noticias sobre rebotes en nuestro país y porque todos los países están haciendo hincapié en la importancia del turismo nacional y local. Este mensaje, generalizado en todos los países, viene acompañado de mensajes a veces muy agresivos por parte de los gobiernos para que sus ciudadanos permanezcan en su país y practiquen turismo nacional. A corto plazo, asistiremos a la desaparición de muchas empresas dedicadas a la actividad, con la pérdida de miles de empleos y la reducción de la oferta turística, acorde con la desaparición de la demanda.

¿Y a largo?

A largo plazo dependerá de la adaptación del sector a una realidad que se puede repetir en cualquier momento en un mundo VUCA: volátil, incierto, complejo y ambiguo (por sus siglas en inglés; Volatility, Uncertainty, Complexity y Ambiguity) que afecta a todos los ámbitos. En todo caso, la pérdida de empresas y, sobre todo, empleos será algo notorio también a largo plazo.

De grandes crisis surgen grandes oportunidades, o eso dicen. ¿Se sacará algo positivo?

Ya se está sacando algo positivo y es la readaptación del sector. Siempre se ha dicho que era difícil cambiar las cosas. Este parón inesperado nos da la oportunidad de analizar la situación del sector y modificar aquellos aspectos que deben ser mejorados. No solamente por la situación de crisis actual, sino en general para mejorar el funcionamiento del sector turístico de manera global e integral. La digitalización del sector es, todavía, una tarea pendiente y en las circunstancias actuales se puede abordar con la necesaria tranquilidad. Finalmente, la trayectoria marcada por la adaptación a los ODS, a los Objetivos del Desarrollo Sostenible, puede ser abordada con la necesaria concreción y sin las limitaciones de un sector dinámico que no podía parar para reinventarse. En definitiva, el sector puede convertir amenazas en oportunidades y transformarse para adaptarse a una nueva realidad cambiante en tiempo y espacio.

¿Qué pueden hacer las administraciones públicas para paliar una crisis en el sector turístico?

En primer lugar, dar el reconocimiento al sector que se merece. Las manifestaciones de algunos miembros del Gobierno en este sentido son muy desafortunadas. En turismo, España es el país más competitivo a nivel mundial y el segundo país más visitado del mundo. La competitividad de los profesionales y empresarios turísticos españoles es sobresaliente y se merece el reconocimiento por parte de las autoridades. El turismo debe también ser reconocido como área de conocimiento científico y ser abordado por las administraciones públicas como lo que es: uno de los sectores más importantes del país, tanto por empleo, como por su participación en el PIB de España. A corto plazo, la prolongación de los ERTE será un salvavidas para muchas empresas y empleados, pero a largo es imprescindible profundizar en una gestión público-privada compartida entre los destinos y las empresas.