

TURISMO: ¿CUANTO MÁS VA A DURAR EL "PROCÉS"?

Un post de [Germán Porras Olalla](#), en Economía

02 de Febrero del 2018



TURISMO: ¿CUÁNTO MÁS VA A DURAR EL "PROCÉS"?

Germán Porras

Secretario General de la Mesa del Turismo

El derrumbamiento, no se puede calificar de otra manera a la vista de los datos estadísticos, del turismo en Cataluña desde el 1-O ha puesto de relieve tres rasgos del comportamiento del turismo cuando una crisis afecta a un destino turístico. Estos rasgos, que merecen ser analizados para poder proponer soluciones, son los siguientes:

- El turismo es el sector económico que primero y más profundamente se ve afectado por una crisis.
- El impacto negativo de una crisis turística no se limita al turismo sino que afecta, en cascada, a los demás sectores económicos.
- El impacto negativo, en el turismo y en el conjunto de la economía, dependerá de la gravedad y de la duración de la crisis.

El primer rasgo se deriva de unas características peculiares del turismo. La primera es que se trata de un producto inmaterial basado en la confianza y en las expectativas de obtener unas satisfacciones proporcionadas por el viaje al destino elegido. La imagen que el turista tiene del destino es, por tanto, un factor fundamental para la motivación del viaje. La segunda, es que un producto turístico es fácilmente sustituible, los destinos son intercambiables y el viajero tiene un abanico prácticamente infinito para elegir. El turismo, por su sensibilidad y vulnerabilidad, puede compararse con el famoso canario que los mineros llevaban al entrar en la mina para detectar la aparición de un gas capaz de generar una catástrofe. El turismo es el primer signo de alerta de problemas para una economía.

Y en este sentido los datos que se acaban de hacer públicos (reducción de un 13,9% en la llegada de turistas a Cataluña en el pasado mes de diciembre; balance negativo mensual por primera vez en cinco años en el turismo internacional hacia España; reducción de los precios como reacción para tratar de mantener la ocupación hotelera, lo que afecta a la rentabilidad empresarial y al esfuerzo inversor del sector turístico en la renovación de la oferta), han puesto de manifiesto que la amenaza es potencialmente muy grave, que afecta profundamente a la actividad económica con la secuela de la huida de Cataluña de empresas de todos los sectores económicos, también del turístico y, consecuentemente, al incremento del desempleo.

El segundo rasgo ha sido puesto de manifiesto recientemente en el estudio que la Mesa del Turismo y la Universidad Nebrija presentaron en la reciente FITUR, titulado "Reflexión y

valoración de los efectos del turismo” en la economía española. Este estudio llegó a la conclusión de que por cada euro gastado en turismo se genera 1,96 euros en el conjunto de la economía española. Esta conclusión se ve corroborada por los hechos. Un ejemplo concreto es que uno de los sectores más afectados por la caída del turismo en Barcelona es el de las compras. La pérdida de turista de mercados lejanos que acuden, a lo largo de todo el año, por motivaciones culturales y de compras supone una gran pérdida para todas las actividades económicas relacionadas directa e indirectamente con el turismo. Esto es más lamentable si se tiene en cuenta que el esfuerzo por atraer esos mercados lejanos estaba teniendo un éxito muy prometedor. Pero este efecto negativo no solo afecta a los mercados lejanos, su impacto ha sido brutal en el mercado francés (230.000 pernoctaciones menos de residentes franceses en el último trimestre en Cataluña)

En tercer lugar, la experiencia de la gestión de crisis en otros países turísticos ha enseñado que los factores humanos (inestabilidad política, terrorismo, desordenes sociales) tienen efectos más graves y más duraderos que los factores naturales (terremotos, maremotos, inundaciones). El ejemplo más citado es la comparación entre el terremoto de San Francisco y los desórdenes raciales de Los Ángeles. La recuperación turística de San Francisco fue mucho más rápida que la de Los Ángeles. La percepción del viajero es que una catástrofe natural no suele repetirse mientras que el caos derivado de la conducta humana suele ser recurrente. El factor más peligroso de una situación de inestabilidad política y social es la incertidumbre en cuanto a su duración y a su resultado final.

Se trata, como anteriormente se ha indicado, de una cuestión de imagen del destino, y por ello resultan apropiadas las iniciativas de comunicación (que no de publicidad), que se están poniendo en marcha por el Barcelona Convention Bureau respecto al turismo de reuniones y las lanzadas por Turisme de Catalunya en los mercado lejanos con el apoyo de TURESPAÑA a través de las OETs en dichos mercados.

Sin embargo, no hay que equivocarse, estas iniciativas están condenadas al fracaso en tanto no se restaure la normalidad política y social en Cataluña. Cada día que la actual situación se mantenga supondrá un agravado deterioro de su imagen como destino turístico, y ese deterioro provocará un daño creciente no sólo a la actividad turística sino al conjunto de la economía de Cataluña y de toda España.

Germán Porras Olalla

02 de Febrero del 2018

Comentarios 0