

Las medidas anunciadas son loables y apuntan en la dirección correcta, pero carecen de 'munición' suficiente para lo que se avecina.

## El turismo: un sector clave para salir de la crisis tras el Covid-19



José Luis Zoreda

Tras priorizar al máximo cómo paliar el drama social y humano del Covid-19 y vencer la propagación del virus, el Gobierno debe procurar de inmediato implantar nuevas medidas excepcionales de apoyo nacionales y europeas –sin regatear esfuerzo fiscal y financiero alguno– para asegurar la viabilidad y continuidad de aquellos sectores y tejido empresarial que faciliten la mayor actividad económica y mantenimiento de empleo posible. En especial cuando se atisbe la salida de esta intensa, insólita y sobrevenida guerra universal, que nada apunta que en España ni a escala global, pueda terminar en un mes, como aspira el decreto del Gobierno, cuando menos para algunos sectores clave para la recuperación como es el turismo.

Respalamos la obligación que se ha autoimpuesto el presidente, Pedro Sánchez, al frente de un Gobierno que debe asumir la vanguardia de unas reivindicaciones mucho más proactivas ante la UE para un gran plan Marshall de apoyo general a las empresas, que supere los recelos y cautelas anteriores en algunos Ministerios. Cautelas amparadas en no trasgredir la vieja ortodoxia de la estabilidad presupuestaria, más que en superar los devastadores efectos económicos del Covid-19. Ello ha frenado iniciativas urgentes e imprescindibles de carácter fiscal y financiero para España, que deberían estar ya en marcha.

Si bien las loables medidas anunciadas en el segundo real decreto ya tienen otro calado muy distinto y los cañones apuntan en la dirección correcta –agilizar los ERTE para mantener el mayor empleo posible y en paralelo facilitar la mayor liquidez que alivie tensiones financieras– aún carecen de munición suficiente para ganar la larga guerra que se avecina. En esa línea, les falta concreción en múltiples detalles, entre otros en el alcance de sus medidas financieras y límites de cobertura de sus avales para la más urgente implantación. Asimismo, en varios ámbitos, precisan abarcar un mayor campo y dirección de tiro, para asegurar no solo el mayor retorno social a corto entre los más débiles, sino para inducir en paralelo y sin exclusiones, los mayores efectos arrastre sobre el más amplio tejido empresarial, multiplicando los efectos indirectos de la recuperación, cuando se produzca el rebote turístico que todos deseamos. No podemos perder días que pueden ser muy valiosos en la salvación del tejido empresarial.

### El carácter estacional del sector es contradictorio con condiciones de los ERTE 'express'

Ante el largo y devastador panorama que aún se abre para el sector turístico español –el más afectado a corto y el que mayor batacazo ha sufrido recientemente, antes y después de tener que cerrar sus instalaciones– cabe pedir al Gobierno –y con el concurso de Bruselas, dentro de un gran programa de rescate general a nivel Europeo, nunca visto antes en épocas de paz– unos planes de apoyo específicos al sector, que se implanten a la mayor brevedad. Planes que, aprovechando la muy reciente exoneración de restricciones fiscales y presupuestarias de la UE, unido al manguerazo de recursos financieros del BCE contemplan:



1. Una priorización entre el total de recursos disponibles y potente asignación segmentada de recursos por subsectores turísticos clave, como ya contemplan los programas de otros países como Estados Unidos, Reino Unido, etc., para líneas aéreas, alojamiento, restauración...

2. Una urgente aprobación y notable elevación de los 100.000 millones de avales, hoy previstos por el Gobierno, para todo el conjunto de la economía española. Se trata de que los asignados finalmente al turismo sean más que relevantes y acordes al peso del sector en el PIB y a su capacidad de generar probados efectos multiplicadores ante terceros, a la vez que las garantías cubran un porcentaje no inferior al 80% de las principales. (Ej. Alemania con 300.000 millones facilita un reparto potente entre sectores).

3. Una notable ampliación y mejora en las condiciones aplicables para la exoneración/ refinanciamiento/aplazamiento de pago a las diversas administraciones, de las diversas tasas y cargas tributarias, cotizaciones laborales y otros servicios públicos que alivien las tensiones de liquidez y/o hagan más competitiva y atractiva el conjunto de nuestra oferta turística, cuando se produzca el rebote.

4. Unas políticas de apoyo empresarial que no discriminen por tamaño, propugnando de facto la exclusión de medianas y grandes empresas turísticas, que hoy por hoy también sufren sobremedida y que, de no ser asistidas, mermaría su capacidad

de impulsar la mayor y más veloz recuperación de actividad entre todo el tejido empresarial (limitación de avales, financiación, techos para el aplazamiento de pagos a la administración, etc.).

5. Una mejor comprensión y sensibilidad del carácter estacional del sector, contradictorio con algunas de las condiciones asociadas a los ERTEs express, que exigen la continuidad del empleo los 6 meses posteriores a la vigencia de este mismo. Ello puede chocar en muchos casos con la realidad de algunos destinos vacacionales del sol y playa, con temporadas más cortas, generalmente asociadas a un empleo temporal durante pocos meses del verano.

6. Por último, quizá el aspecto más relevante para estimar la recuperación de la actividad turística y el empleo, y que por tanto afecta la duración e intensidad de las medidas de apoyo, es que, si bien la velocidad de caída de actividad y empleo del sector turístico ha sido exponencial en apenas unas semanas, hoy apenas se atisba un horizonte de salida.

De hecho, según anticipan las propias autoridades sanitarias españolas, aún queda un largo periodo de sacrificios y confinamiento para revertir las curvas de contagio y por ende levantar las restricciones administrativas a la movilidad, así como revertir el pánico a viajar.

Ello no solo entre españoles sino a nivel global, de cara a otros importantes mercados próximos (Reino Unido) y lejanos (América) que van detrás nuestro, y que pronto se verán

afectados por medidas restrictivas similares, además de los factores psicológicos generadores de un miedo que tampoco desaparecerá de inmediato, incluso si se descubriese próximamente la vacuna.

En resumen, el sector turístico español tiene aún ante sí un largo periodo de inactividad durante este año 2020. Su curva de recuperación, vistas las cambiantes y cada vez más pesimistas expectativas sanitarias sobre el potencial contagio, hemos estimado en Exceltur que no tendrá forma de V sino de una U plana durante un par de meses. En ese sentido, el punto más bajo de actividad sentimos se producirá esta semana del 23-28 de marzo, que se mantendrá hasta el esperado inicio del rebote, no antes de mitad de junio, con una senda de recuperación gradual que no permitirá volver a los niveles habituales de actividad turística hasta finales de agosto de 2020.

La actividad económica perdida en el sector turístico se puede aproximar a nivel nacional, a partir de la información que anualmente facilita la Cuenta Satélite del Turismo elaborada por el INE (esto es, 158.000 millones de actividad turística directa + indirecta, estimada para el conjunto del 2020). De ahí que ponderando según la afluencia y gasto turístico que se genera en los distintos meses, el impacto del escenario de recesión antes descrito, derivemos una pérdida aproximada de 39.080 millones de actividad turística. Ello supone una notable contracción del PIB turístico en 2020, que llevaría a su vez a tasas negativas, el crecimiento del total del PIB español para el conjunto de este año.

Es por todo ello por lo que entendemos que dentro de ese gran plan de apoyo paneuropeo para el conjunto de la economía que entendemos exige la insólita gravedad de los efectos de Covid-19, el turismo debe merecer, por lo menos del Gobierno español, una atención y apoyos muy especiales.

En síntesis, muchos más recursos fiscales y financieros que eviten colapsos de liquidez y una flexibilidad presupuestaria, que asegure la supervivencia empresarial y tan pronto se atisben las condiciones sanitarias y psicológicas para volver a viajar, el sector ejerza su papel locomotora clave para la generación de actividad y empleo.

Vicepresidente ejecutivo de Exceltur

## Expansión

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTORES ADJUNTOS: Manuel del Pozo, Iñaki Garay

SUBDIRECTOR: Pedro Biurrun

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Tino Fernández, Estela S. Mazo, Javier Montalvo, Emelia Viaña, José Orihuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Clara Ruiz de Gauna (Nueva York)

Empresas Iñaki de las Heras / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Investigación Miguel Ángel Patiño  
Jurídico Sergio Saiz / Opinión Ricardo T. Lucas / Directivos Nerea Serrano / Comunidad Valenciana Julia Brines  
País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abeta Chas / Diseño César Galera / Edición Elena Secanella

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 91 050 16 29. / BARCELONA. 08036. Avinguda Diagonal, 431 bis, 6.ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax. 93 496 24 05. / BILBAO. 48009. Plaza Euskadi, 5, planta 15, sector 4. Tel. 94 473 91 00. Fax. 94 473 91 58. / VALENCIA. 46004. Plaza de América, 2, 1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax. 96 351 81 01. / SEVILLA. 41011. República Argentina, 25, 8.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax. 95 427 25 01. VIGO. 36202. López de Neira, 3, 3.ª. Oficina 303. Tel. 638 87 91 95. / BRUSELAS. Tel. (322) 2311932. NUEVA YORK. Tel. +1 303 5862461. Móvil 639 88 52 02. / LONDRES. Tel. 44 (0) 20 77825331.



PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL: Nicola Speroni

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES: Aurelio Fernández

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

PUBLICIDAD: DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICIDAD Tel: 91 443 55 09 / SECRETARÍA DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Tel: 616 506 719 / COORDINACIÓN Tel: 91 443 52 58 / 91 443 52 80 Fax: 91 443 56 47 / INFORMACIÓN PUBLICIDAD marketingpublicitario@unidadeditorial.es / CATALUÑA Mar de Vicente, Avinguda Diagonal, 431 bis, 6.ª planta, 08036 Barcelona. Tel: 93 496 24 22 / ZONA NORTE Marta Melero, Plaza Euskadi, 5, planta 15, sector 4, 48009 Bilbao. Tel: 94 473 91 07 / LEVANTE Marcos de la Fuente, Plaza de América, 2, 1.ª planta, 46004 Valencia. Tel: 96 337 93 27 / ANDALUCÍA Y EXTREMADURA Rafael Marín, Avda. República Argentina, 25, 8.ª B. 41011 Sevilla Tel: 95 499 07 21 / INTERNACIONAL Juan Jordán de Urrés, Avda de San Luis, 25, 28033 Madrid. Tel: 91 443 55 24.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta, 28033 Madrid. Tel. 91 275 19 88. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE 91 050 16 29.

DISTRIBUYE Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 443 50 00. www.logintegral.com  
RESÚMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News y Factiva.  
IMPRESIÓN: BERMONT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 670 71 50. Fax 91 327 18 93.

