

‘Operación dique’ de turistas

● A dos meses del verano, los países se lanzan a la caza del visitante extranjero al tiempo que tratan de retener a los viajeros nacionales ● España se juega otros 60.000 millones si no consigue salvar la temporada de verano

RAQUEL VILLAÉCIJA MADRID
 Quedan dos meses para que arranque la temporada de verano y los países ya están sacando la artillería para atraer a los turistas, a los ajenos pero también a los propios. Es el nuevo nacionalismo de sol y playa surgido de la pandemia. Ante el desplome en la llegada de visitantes, se trata de intentar que los nacionales pasen las vacaciones en casa, pero los internacionales también, y poder salvar así este segundo verano pandémico, cuya evolución dependerá sobre todo de cómo avance el proceso de vacunación en los distintos países.

El ministro de Turismo de Reino Unido animó esta semana a los británicos a que planificaran sus vacaciones en casa. El verano pasado, de hecho, ya se les impuso una cuarentena si volvían de países de riesgo (entre ellos España), una medida claramente disuasoria a la hora de viajar. No ha sido el único país que ha practicado este proteccionismo turístico. Italia incluso ofrecía un bono de 500 euros a sus ciudadanos para gastar en hoteles en el país.

Reino Unido ha pedido a sus ciudadanos que veraneen en casa

«Que nos escojan dependerá mucho de cómo avance la vacunación»

«Existe una demanda bloqueada por las restricciones pero que está deseando salir. Entre el 80% y el 90% de españoles señala que quiere volver a viajar», señala Philip Moscoso, experto en turismo del IESE. «Este verano la demanda no será como la de otros años porque mucha gente se quedará en casa y todos los países van a pelear por captar estas cuotas», señala José Luis Zoreda, vicepresidente del lobby turístico Exceltur, que agrupa a algunas de las principales empresas del sector.

España es uno de los países que más tiene que ganar (y perder) en esta batalla por atraer al visitante, pues el 80% de su turismo es internacional. En lugares como Baleares, Canarias o la Costa del Sol la dependencia del extranjero roza el 90%, es casi total. La economía de estas zonas depende de que lleguen británicos y alemanes, que son nuestros principales mercados emisores de turistas.



Viajeros de un vuelo procedente de Casablanca (Marruecos), en la Terminal T1 del aeropuerto de Madrid, el lunes, tras suspenderse la conexión con España. EUROPA PRESS

EL DÉFICIT DE ITALIA ESCALA AL 9,5%

Desde el 1,6% del PIB. El déficit público de Italia subió al 9,5% del Producto Interior Bruto (PIB) en 2020, según anunció ayer el instituto nacional de estadística (Istat). En 2019, el déficit se situó en el 1,6% del PIB.

Aumento del gasto del 9,8% en el último trimestre. Solo en el cuarto trimestre, el déficit público se elevó al 5,2% del PIB, frente al 1,9% del mismo periodo del año anterior. El gasto estatal italiano en el cuarto trimestre aumentó un 9,8% interanual, mientras que los ingresos cayeron un 2,9%, dijo Istat.

España, del 10,97%. España cerró 2020 con un alza superior del déficit: del 10,97% tras asumir la deuda de la Sareb y en su mayor nivel de la historia en términos absolutos.

En total, nuestro país se juega hasta 60.000 millones si no consigue salvar la temporada de verano.

En 2019, más del 20% de los turistas que llegaron a nuestro país era

de origen británico. El segundo mercado, Alemania, con más del 13% de las llegadas. Con la pandemia, el verano pasado, todo cambió y fueron los franceses los que más vinieron.

Aún así, la cifra de entradas de internacionales fue casi residual, 19 millones en todo el año, frente a los 83 millones llegados en pre pandemia.

Por eso, este proteccionismo de Reino Unido o Alemania, alentando a sus nacionales a quedarse en casa o imponiendo cuarentenas disuasorias como las del pasado verano, perjudica sobre todo a España. También la competencia de otros mercados, como Grecia, Croacia o Turquía, que puedan ofrecer mejores precios y atraer a esos turistas que antes elegían España.

Como explica Zoreda, «cuando se despeje el horizonte habrá muchos países peleándose por captar turistas. En esta pelea por captar cuotas de demanda tendrá un coste, en los precios por ejemplo. La pelea será en el precio». Cree que lo primero que se va a recuperar es la demanda nacional, «que se sentirá más cómoda dentro de España». Aunque sólo un 10% de los españoles viaja al extran-

jero en la temporada de verano (según datos del INE de antes de la pandemia), retenerlos también cuenta.

«Salvar este verano, y que nos escojan, dependerá mucho de cómo avance el proceso de vacunación», coinciden los dos expertos citados. Para Jorge Gilabert, experto en turismo de Deloitte, «la perspectiva de una Semana Santa sin grandes viajes ha trasladado al verano la ilusión de volver a descubrir el mundo. España necesitaría alcanzar un ritmo de 500.000 vacunas diarias durante el mes de abril para lograr el objetivo de la inmunidad de rebaño a principios de julio. Ésta sólo se conseguiría asumiendo que la cada vez más popular estrategia de Reino Unido de 1 sola dosis para la población más joven resulta eficaz».

Para afrontar el verano también hay que tener en cuenta los cambios que se han producido en la manera de viajar. Por ejemplo, la gente reserva más tarde sus vacaciones (por

la incertidumbre) y la flexibilidad en las cancelaciones y cambios es fundamental. Se prefieren destinos menos masificados, apartamentos en lugar de hoteles y coche mejor que avión. En este último punto, hay que destacar que el 80% del turismo internacional que nos visita llega por vía aérea.

«La gente, además, prefiere viajar menos veces y cuando sale estar más tiempo», añade Moscoso. Como hay que hacerse un PCR para entrar en casi cualquier país, los viajes cortos no rentan. Esto ha *matado* las escapadas de fin de semana, penalizando así a las grandes ciudades. «Se encarece mucho por la PCR y además suele ser a destinos urbanos, cuando lo que la gente busca ahora precisamente son destinos no masificados», dice Moscoso.

Entre el 35% y el 40% de los viajes que hacemos es para visitar a familiares y amigos, y esos, según Moscoso, serán los primeros en recuperarse, lo que determinará mucho los destinos.

Para Chris Pomeroy, CEO de Intertourism, la conectividad también será clave. Que haya una nutrida oferta de vuelos para elegir. La aerolíneas, de hecho, están lanzando nuevas rutas para este verano a los principales destinos de sol y playa. En España, a las islas por ejemplo. «Los destinos, agencias y turoperadores y hoteles están volcados en relanzar el turismo y aquí la conectividad jugará un papel clave:

La exigencia de PCR ha acabado con las escapadas de fin de semana

«En esta lucha por captar visitantes el precio será determinante»

aunque muchos viajeros se decantarán por desplazamientos en coche, también es cierto que los destinos que cuenten con vuelos directos tendrán una ventaja, especialmente entre las personas dispuestas a viajar a otros países», señala el experto.

Tanto en el Ministerio de Turismo como en el de Exteriores de España confían en el potencial de nuestro país, de sus destinos de sol y playa, para hacer frente a esta dura competencia en la que esta vez jugarán un papel clave y el precio y la seguridad que se ofrezca al viajero.

«Es momento de preparar el relanzamiento del turismo, de asegurarnos que los destinos están listos para ofrecer experiencias seguras y adaptadas a la nueva realidad, y seguir haciendo promoción para mantenerse presente en el *top of mind* de los viajeros y aprovechar la reactivación de la demanda en un contexto que se prevé será de dura competencia», concluye Pomeroy.