



JAVIER REINA (AFP)

Los nuevos ‘rehenes’ económicos

La covid ha destapado otra forma de presión comercial: el turismo. Las restricciones a la movilidad, además de motivos sanitarios, esconden razones financieras

VUELOS INTERNACIONALES

Veinte millones de visitantes.

El número de asientos previstos por Turespaña en vuelos internacionales a España de junio a agosto asciende a 21,3 millones, un 164% más que el pasado verano, pero un 38% menos que en 2019. Solo destaca el buen comportamiento de Polonia, que sube un 7,3%, y el malo de China y Estados Unidos, que siguen cayendo el 91,5% y el 71,6% sobre 2019.

El gasto se hace en casa

Aportación al PIB de turistas nacionales y extranjeros en 2020. En %



Fuente: WTTC

EL PAÍS

APORTACIÓN AL PIB

5,5%

Menor desplome doméstico.

La aportación del turismo al PIB de los países del G-20 pasó del 10,4% al 5,5% en 2020. Y fue liderada por el gasto de los nacionales, que en España supuso el 63%, pero en el Reino Unido un 85% y en Alemania un 88%.

El turismo como arma política

Algunos países, con el Reino Unido a la cabeza, protegen su industria con restricciones a los viajes

POR CARMEN SÁNCHEZ-SILVA

Otro verano extraño. Con menos restricciones que el pasado, pero extraño. Corrían las reservas de viajes como si no hubiera un mañana desde el momento en que se abrió el semáforo para aterrizar en España a principios de mes; hoteleros y restauradores se frotaban las manos pensando que el ánimo de salir de la gente les permitiría recuperar en esta temporada alta parte de lo que han perdido tras 15 meses cerrados o casi; pero llegó Boris Johnson y apagó esas esperanzas. La decisión del Reino Unido de cerrar el grifo a las vacaciones en España de sus ciudadanos, los primeros visitantes internacionales del país desde hace 65 años, con un 21,5% del mercado en 2019, ha devuelto viejos fantasmas a la industria. Porque, no nos engañemos, con el viajero español, por mucho que alargue sus vacaciones y gaste más este año dadas sus ganas de veranear, la máquina turística española no tiene ni para empezar.

El turismo está sujeto a los vaivenes de los gobiernos respecto a las normas sanitarias para controlar la covid-19. Y los viajeros tienen que lidiar con las decisiones de abrir o cerrar fronteras, exigir cuarentenas, PCR o test de antígenos, toda una pánoplia de complicaciones que, a tenor de lo que opinan los expertos, no siempre se rige por criterios estrictamente epidemiológicos. La imposición británica de hacer cuarentena tras viajar a España y otros países europeos ha puesto sobre la mesa el uso político de decisiones que deberían basarse únicamente en criterios técnicos. "Hay un montón de intereses de por medio. El turismo tiene un peso gigantesco en el PIB y los países están jugando sus cartas", aprecia Toni Roldán, director del Centro de Políticas Económicas de ESADE.



Aspecto de la playa británica de Pórthear, en St. Ives, el pasado 2 de junio. MATT CARDY (GETTY IMAGES)

Roldán cree que "el Reino Unido ha tomado la decisión deliberada de retener a los turistas con cuarentenas injustificadas. Está haciendo política económica nacionalista".

No es algo baladí. Precisamente España y el Reino Unido figuran como los dos primeros países de entre los 20 más ricos del mundo donde la contribución del turismo a la riqueza nacional sufrió el mayor desplome durante 2020, con caídas por encima del 62%, según el análisis realizado recientemente por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés). Perdieron 127.000 y 190.000 millones de dólares (106.000 y 159.000 millones de euros, respectivamente), casi dos terceras partes del total de la aportación del año anterior, y bajaron cuatro y tres posiciones en el escalafón global.

Como las decisiones son de ida y vuelta, y las presiones tanto internas como externas se dejan sentir con fuerza, el Gobierno de Johnson acaba de anunciar que se está planteando que los británicos vacunados con la dosis completa puedan prescindir de la cuarentena al regresar a casa desde los países europeos encuadrados en su semáforo ámbar. Hoy la incidencia del virus en el país es superior a la española, que ha bajado de 100 casos por cada 100.000 habitantes.

Clasificación clara

Para el experto de ESADE, "la estrategia de desescalada por grandes regiones no tiene sentido ni sanitario ni económico. Se deberían conectar regiones pequeñas de baja incidencia y con una clasificación clara y estandarizada, no sujeta a interpretaciones como los semáforos. Pero no se ha establecido y los países juegan a hacer política con el turismo sabiendo que parte del rebote servirá a la economía local".

"Con vistas a la recuperación

del turismo, existe un cierto intento por procurar que buena parte del gasto se realice en territorio británico”, apoya Enrique Feás, investigador principal del Real Instituto Elcano, “aunque se trata de una estrategia a corto plazo y que no será sostenible más allá de la temporada turística actual, ya que no puede haber recuperación plena sin ingresos que provengan del exterior, y, como existe un margen de interpretación de los datos de incidencia del virus y de los peligros de los rebrotes, incentivan la seguridad del tejido productivo propio este verano”.

El Reino Unido no es el único país que está haciendo uso del nacionalismo turístico. “Existe cierto contagio de intervencionismo político que se arroja en la ansiedad del sector por salir de la insostenible situación económica en que se encuentra. Reacciones que generan movimientos en escalada en otros países que hacen lo mismo para proteger su tejido productivo”, opina Carlos Díez de la Lastra, director general de la escuela de hostelería Les Roches Marbella. Algo que seguirá así al menos hasta que no entre en vigor el certificado covid europeo, a partir del 1 de julio, con el verano más que iniciado.

En Alemania y Francia, por ejemplo, los gobernantes han recomendado por activa y por pasiva a sus ciudadanos quedarse en casa para beneficiar al turismo nacional. Incluso han desaconsejado viajar a España. Otros, como Países Bajos, recomiendan a los procedentes de la piel de toro hacer una cuarentena de cinco a diez días. “Hay un incentivo claro para evitar el desbordamiento del gasto en otros países, no cabe duda. La seguridad sanitaria también les hace controlar las fronteras. Alemania y Francia juegan a ser prudentes y, de paso, intentan promover el sector local, matando dos pájaros de un tiro”, añade Feás.

Sin embargo, José María Curbillo, director general de Mesías-Inteligencia de Marca España, considera que no se puede hablar de nacionalismo turístico. “La pandemia y la incertidumbre que provoca lleva a que los Estados sean prudentes y establezcan limitaciones a los viajes. Además, España no ha generado una imagen de seriedad en el cumplimiento de las medidas sanitarias. Es lógico que haya reticencias, que haya países que no quieren que vayamos los españoles o que exijan PCR, como Francia”, explica. “España ha criminalizado a determi-

nados países diciendo que sus ciudadanos venían para irse de copas y es lógico que algunos como el Reino Unido o Francia estén sensibles”.

Porque, al final, tirar para casa es algo tan natural como la vida misma. Por mucho que duela dejar de ganar [que no perder, como dice Exceltur] los 386 o 480 millones de euros que cada semana de junio y julio gastaron los británicos en España en 2019 (es decir, unos 3.500 millones en los dos meses), van a tener que conformarse al menos en parte. Gabriel Escarrer, consejero delegado de Meliá Hotels International, no cree que Boris Johnson tenga intención de incluir a España en su semáforo verde la semana que viene a la vista de la prolongación de un mes de las restricciones decretada el pasado miércoles por la virulencia de la variante delta. “No estoy muy esperanzado con la revisión del próximo 24 de junio. Lo único positivo, puede ser que los dos archipiélagos obtengan la luz verde”, opina. El ejecutivo se muestra más tajante a la hora de decir que es imposible que la industria compense con otros visitantes internacionales la falta de británicos, nada menos que 19 millones de los 83,5 millones de turistas recibidos un año antes de la pandemia.

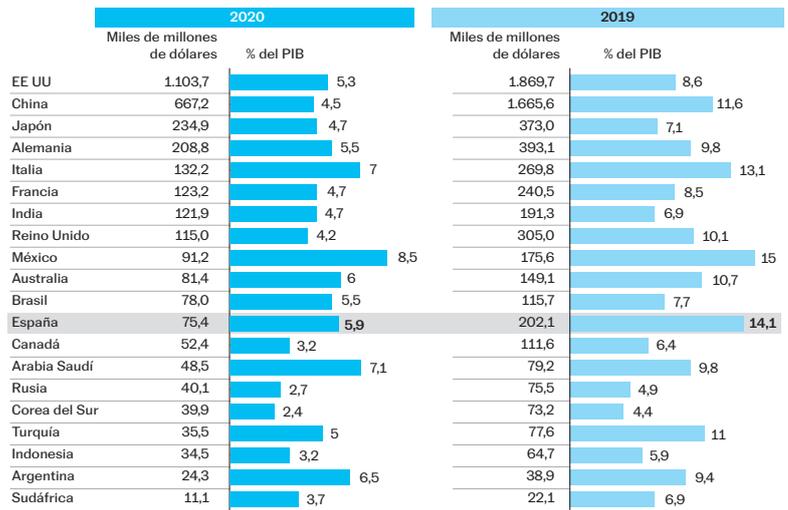
Autonomías

En ese tirar para casa, las comunidades autónomas españolas están adquiriendo protagonismo. Prácticamente no hay región que no haya lanzado un bono al consumo para impulsar el turismo dentro de su territorio. Y evitar así que los ciudadanos se decanten por otro lugar donde desembolsar su gasto. Valencia, Andalucía, Galicia, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Baleares, Aragón, Canarias, Madrid y País Vasco son algunas de las autonomías que han dado estas ayudas a los turistas, a veces solo a los residentes en su región, a veces a los de toda España. En algunas ocasiones directamente, en otras con desgravaciones en la declaración de la renta.

Una medida que la industria ve con buenos ojos: “Es un gesto testimonial de agradecer a las comunidades autónomas, a diferencia del Gobierno, del que no nos ha llegado nada”, se queja José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur. Pero que los economistas creen menos apropiada. “Cada vez tienen menos sen-

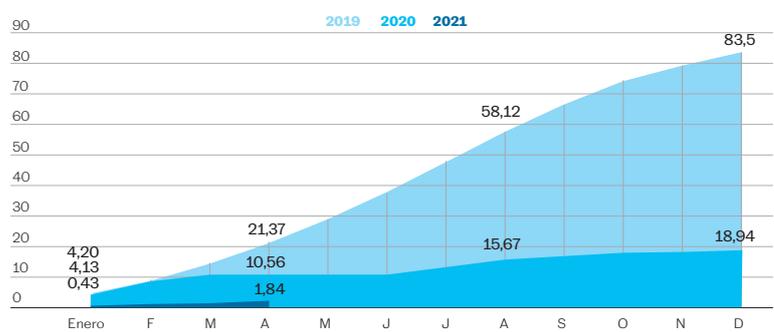
Los cambios en el turismo con la pandemia

Contribución del turismo al PIB

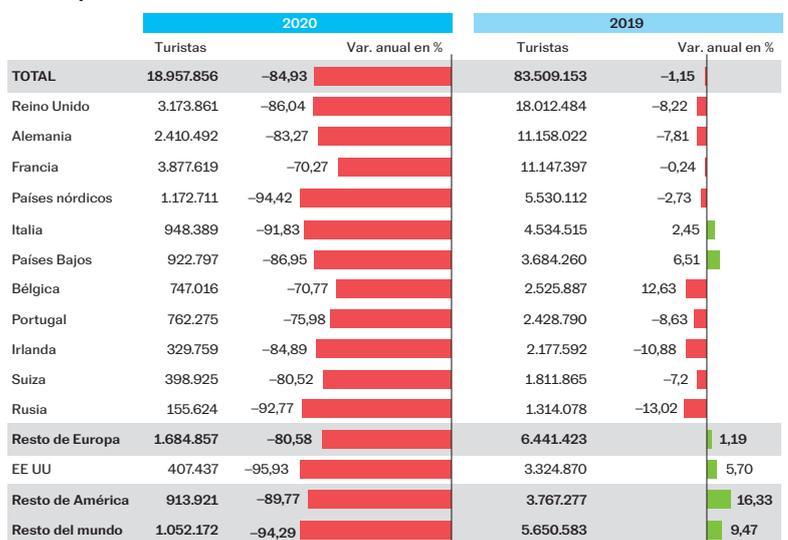


Llegada de turistas internacionales a España

Acumulado en millones



Turistas por nacionalidades



Fuente: WTTTC e INE.

EL PAÍS

Viene de la página 3

tido los bonos. Lo tenían el año pasado, cuando el sector necesitaba ayudas directas, como las que desplegaron Francia o Italia. Cuanto más tarde se lancen, y en pleno proceso de vacunación, menos ayudas al sector parecen y más dirigidas a reactivar el turismo a costa de otras regiones. Con las reservas en niveles altos, como están, da la impresión de que queremos sesgar al turista en favor de un territorio", analiza Enrique Feás, para quien las

Los gobiernos alemán y francés también juegan la baza del nacionalismo turístico

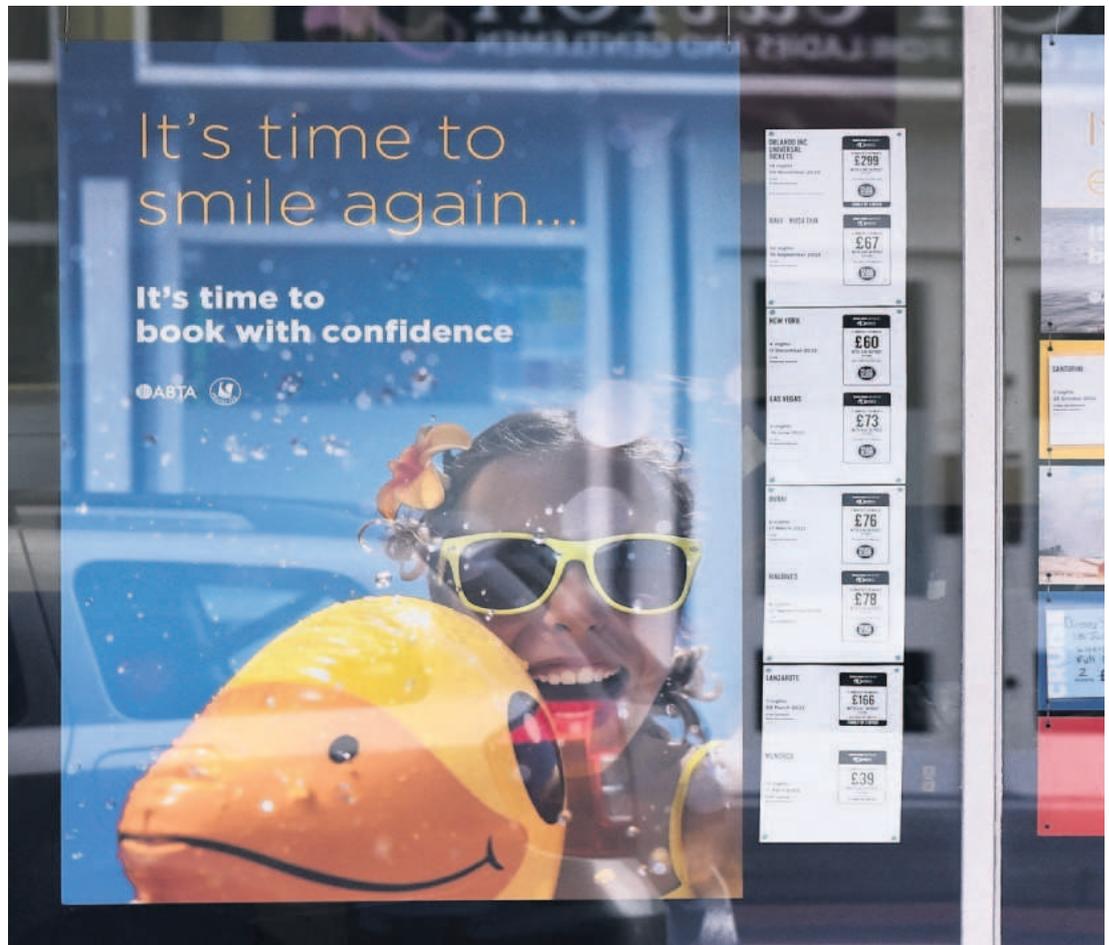
En España, las propias autonomías luchan por atraer al viajero con bonos directos

ayudas deberían darse a las empresas turísticas en dificultades y vincularse a su solvencia. Toni Roldán coincide: desde el punto de vista económico, sería mejor hacer políticas efectivas para abordar los problemas de endeudamiento y solvencia a que se enfrentan las compañías, ya que el riesgo de quiebra es alto una vez que concluya la moratoria concursal. "Mejor ayudas directas que bonos", afirma.

Caos organizativo

Además, resultan un caos, al igual que las medidas sanitarias impuestas por los países europeos, aprecia Raúl González, consejero delegado de Grupo Barceló para Europa, Oriente Medio y África, ya que son distintas entre sí en lugar de estar organizadas en el ámbito nacional como deberían. Se necesitan hojas de ruta claras para despejar la incertidumbre de los ciudadanos.

"Se quiere animar a unos españoles potenciando un proteccionismo económico que no podemos criticar porque también lo estamos protagonizando", aprecia Gabriel Escarrer. Con ayuda o sin ella, los nacionales van a salvar los muebles esta temporada turística, que tiene mucha mejor pinta que la del verano pasado, el peor de la historia para la industria mundial. "Este verano vamos a viajar, va



PASAPORTE EUROPEO

Cómo resolver el sudoku para veranear

Un galimatías, eso es en lo que se ha convertido el viaje fuera de las fronteras nacionales e incluso dentro. La proliferación de restricciones a la movilidad y a la socialización está propiciando que los empleados de las agencias de viajes tengan que hacer un máster para conocer la situación de todos los destinos, ironizaba Mercedes Tejero, gerente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), en un reciente encuentro virtual sobre el pasaporte covid. Algo a lo que también se están dedicando los departamentos internos de reservas de las cadenas hoteleras. El cliente busca información, no sabe a qué atenerse antes de viajar. El certificado verde covid puede ser la solución a partir del día 1 de julio, cuando está prevista su entrada en vigor en Europa. Llega demasiado tarde, dijeron los intervinien-

tes en el foro organizado por Círculo Legal Madrid, porque la mayoría de los turistas internacionales ya han realizado sus reservas de vacaciones, pues buena parte de ellos estarán de vuelta a mediados de agosto. Pero puede convertirse en la ansiada homologación de las normas sanitarias en los 27 países de la Unión Europea e Islandia, Suiza y Noruega. Felipe García, socio de Círculo Legal Madrid, considera que el pasaporte europeo pretende estimular el turismo, el sector podría elevar entre un 10% y un 15% sus ingresos gracias a él. "Si las comunidades autónomas consiguen ponerlo en marcha a tiempo, porque algunas, como Extremadura, van muy adelantadas, aunque otras no tanto", dice. El letrado avisa a quienes obtengan el certificado antes del 1 de julio, ya que actual-

mente se puede solicitar y está funcionando en programas piloto, de que solo será válido hasta el 12 de agosto. "Este instrumento tiene un freno de mano. Si hay un país donde sube la incidencia, el resto puede imponer cuarentenas obligatorias o vetar el acceso a ciudadanos que provengan de territorios con cepas peligrosas", explica García. Los viajes de largo radio están mucho más limitados. México, Brasil, República Dominicana, Maldivas y Costa Rica están abiertas al turismo y durante este mes otros destinos fuera de Europa seguirán sus pasos, según Pedro Giménez, de American Airlines. Pero todavía hay mucha incertidumbre y está por ver si España consigue atraer este verano a los 15 o 16 millones de visitantes internacionales que pronostica la Secretaría de Estado de Turismo.

a haber bastante demanda, más de la que preveíamos. El repunte nacional se aprecia desde que se levantó el estado de alarma y calculamos que se puedan recuperar entre el 80% y el 85% de los ingresos que tuvimos durante 2019", expone José Luis Zoreda. Unas previsiones similares a las que maneja la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV).

No es casualidad que Grupo Barceló centre su campaña estival en el cliente español, "ante la incertidumbre que existe en mercados internacionales como el británico". La compañía hotelera espera una temporada alta positiva, aunque, eso sí, plagada de dudas hasta el último momento. Porque si los nacionales éramos adictos a la última hora para reservar antes de la pandemia, ahora esta tendencia se ha agudizado, según comprueba Meliá con sus datos internos. El viajero busca seguridad por encima de todas las cosas, incluso del precio.

Según Escarrer, las ventas para julio y agosto de la cadena van un 39% por debajo de las de 2019, "un buen número sabien-



Una mujer pasa delante de una agencia de viajes en Stoke-on-Trent (Inglaterra).
NATHAN STIRK (GETTY IMAGES)

do que gran parte de las reservas se hacen en el último minuto". El mercado británico es el único que tiene más cancelaciones que reservas, ya que "la cuarentena y las PCR están matando a los turistas". En cambio, alemanes, franceses, portugueses y holandeses crecen a doble y triple dígito, asegura.

Destinos patrios

En el caso de Barceló, Raúl González señala que las ventas se están recuperando más rápido de lo previsto, alcanzando el 50% de las obtenidas en 2019, el 42% en el caso del mes de agosto. El directivo cree que los destinos andaluces y levantinos serán los que mejor se comporten en los dos meses estivales por excelencia, dado que son los preferidos por la demanda española.

Como durante el extraño verano pasado, Cádiz, Huelva, Galicia y la costa cantábrica en conjunto se beneficiarán de una gran afluencia de visitantes españoles, estima Zoreda. Igual que "el turismo interior y de naturaleza, que creemos que va a ser la alternativa más segu-

ra", apoya Carlos Garrido, presidente de CEAV. Otro claro ganador parece que será el segmento *premium*. Así lo pronostica el director de la escuela de hostelería Les Roches de Marbella y lo corrobora el responsable de Meliá. La gente tiene dinero ahorrado y ganas de gastarlo después de muchos meses de restricciones y sin viajar.

Por eso también prevé que la temporada estival se alargue igual que ocurrió con la de 2020, algo en lo que coincide González. Hay muchas reservas para septiembre porque el turista no quiere cortapisas en sus vacaciones, busca ante todo seguridad, y está esperando a la inmunidad de rebaño para viajar. Con un 20% más de presupuesto sobre el año pasado, tal y como se desprende de un estudio presentado esta semana por Cetelem, el español va a aprovechar la apertura en las medidas sanitarias y que la vacunación avanza a buen ritmo.

Sin embargo, las playas que más sufrirán son las preferidas por los británicos: Mallorca, Benidorm, Costa del Sol, Tenerife, Menorca o Ibiza, "donde las re-

servas están cayendo en picado", admite Zoreda, pues esos visitantes representan más del 50% del mercado, según Escarrrer, que indica que las islas menos masificadas y con naturaleza, como Lanzarote o Fuerteventura, ya están muy por encima en reservas del último año récord. Son las que más demanda acumulan, por encima de la Península, dice.

Al margen de lo que finalmente hagan los británicos, y del efecto de sustitución parcial que se pueda producir con turistas de otras nacionalidades cuyas reservas están creciendo, como los holandeses, o con viajeros de nuevo cuño como los polacos o los checos, Exceltur no cree que los ingresos por turismo extranjero vayan a correr una suerte parecida a los proporcionados por el español durante este verano. El *lobby* de las grandes empresas del sector calcula que serán un 60% inferiores a los acumulados en 2019. Eso contando con que los británicos aterricen en las playas españolas a partir de la semana que viene, lo cual no está nada claro, explica José Luis Zoreda.

Un futuro mejor

Con todas las cautelas de una situación tan cambiante como la que vivimos, y teniendo en cuenta que el semáforo británico puede abrirse en cualquier momento de forma parcial o total, el PIB turístico del tercer trimestre de verano sería aún un 34% inferior a los niveles de 2019 (19.505 millones menos de actividad turística), según Exceltur. El problema es que estos resultados se van a conseguir, pese a la importante demanda embalsada, bajando los precios por la lucha encarnizada que hay por atrapar al turista debido a la necesidad de abrir los establecimientos, lamenta el vicepresidente de la organización. Las rebajas oscilan entre el 15% y el 20%, confirma Raúl González, que cree que el impacto de la falta de británicos no solo ha provocado una paralización temporal de la industria en algunos destinos como las islas, donde suponen la tercera parte de la demanda, sino una ralentización del proceso de recuperación que él mismo fía a 2024 para su grupo.

En el conjunto de 2021, Exceltur vaticina que la máquina turística española puede mover 81.000 millones de euros, es decir, 73.000 millones menos que en 2019 pero 53.000 millones por encima del pasado ejercicio. Un nuevo verano extraño de coronavirus. Pero mejor, bastante mejor que el pasado.