

CONCLUSIONES DEL SEMINARIO INTERNACIONAL.

VISIONES DEL TURISMO EN EL ESCENARIO POST-COVID: CLAVES Y AGENDA PARA UNA RECUPERACIÓN SOSTENIBLE.

PROSPECT
COMUNITAT VALENCIANA

2030

Dr. J. FERNANDO VERA Y DR. JOSEP IVARS
DIRECTORES DEL SEMINARIO INTERNACIONAL

- Septiembre 2021 -

La etapa pos-Covid en el turismo abre nuevos escenarios que, además de hacer necesarias acciones orientadas a la recuperación del sector, deben suponer esencialmente cambios para la reformulación del modelo turístico.

De este modo, es evidente la necesidad de medidas para la reactivación, considerando que el turismo es y va a seguir siendo una actividad esencial en el modelo de desarrollo, atendiendo a su significado en el empleo y renta. Pero habrá que apostar por un nuevo enfoque que supere la idea del crecimiento como objetivo y que otorgue mayor protagonismo a otros aspectos. Por tanto, esta etapa se presenta como oportunidad para sentar las bases de ese nuevo modelo, afrontando retos que, en muchos casos, se venían postergando desde hace años.

En definitiva, la reconstrucción del sector no debe hacerse para volver a ser como en la etapa anterior y hay razones para que los esfuerzos se encaminen hacia verdaderos cambios estructurales y para que las alternativas vayan más allá de un plan de choque que permita salir de la crisis.

En estas coordenadas, los factores de cambio de la nueva etapa vienen en consonancia con la innovación, la digitalización y la sostenibilidad. Sin perder de vista que los cambios en motivaciones y nuevos modos de viajar, consecuencia de la COVID-19, también resultan determinantes para el diseño del nuevo modelo.

De este modo, el seminario incorpora algunas de las cuestiones que se presentan como claves para afrontar la nueva etapa.

1.- La emergencia climática y el turismo

El cambio climático trae consigo una verdadera emergencia y constituye un reto más allá de la superación de la Covid-19.

Los análisis de tendencias en la emisión de gases contaminantes a la atmósfera son preocupantes y sitúan el incremento de la temperatura por encima del umbral de 1,5 °C, marcado como el límite deseable en el Acuerdo de París. Además, el efecto acumulado de la emisión de gases obliga a actuar de manera inmediata y no confiar exclusivamente en mejoras tecnológicas cuya aplicación sólo parece posible a largo plazo.

El sector turístico ha comenzado a percibir esta emergencia de manera relativamente reciente ante la mayor recurrencia de fenómenos extremos (sequías, inundaciones, incendios, etc.) y la necesidad de garantizar la estabilidad futura de las inversiones en infraestructuras y equipamientos.

La cuenca del Mediterráneo reúne las condiciones para convertirse en un espacio con un alto nivel de impacto del cambio climático, lo que provocará la mayor recurrencia de fenómenos extremos,

la subida del nivel del mar y una pérdida de confort climático. Entre las posibles soluciones para la mitigación de este impacto se plantea el desarrollo de servicios climáticos basados en la información compartida entre los investigadores y los sectores económicos afectados puesto que, actualmente, el sector turístico no aprovecha la información climática existente.

Desde el punto de vista del cambio/emergencia climática, volver a las dinámicas de crecimiento pre-Covid no constituye una opción. Es necesario un cambio de comportamiento hacia el fomento del turismo de proximidad y de estancias más largas y un cambio en los modos de transporte, primando los menos contaminantes y en detrimento de los viajes aéreos.

2.-El cambio tecnológico en el turismo

La Covid-19 ha acelerado el cambio tecnológico y, en particular, el mayor uso de la inteligencia artificial (IA). El auge de la IA se explica por la necesidad de automatizar procesos ante la falta de mano de obra en algunos países y por su presencia creciente en los servicios a clientes, cuando había estado confinada a procesos internos de la empresa. Las expectativas de utilización de la IA son altas en la industria de los viajes; automatización y asistencia; sustitución de determinados desplazamientos (videoconferencias, por ejemplo); generación de energías alternativas; o personalización de los servicios.

Pero la tecnología debe estar al servicio de la sociedad y ser objeto de una aplicación responsable en términos éticos, de seguridad o privacidad. Indudablemente, el cambio tecnológico exige cambios en la formación para garantizar habilidades digitales y capacidad innovadora de las personas empleadas en el sector turístico.

3.-Una perspectiva europea para el futuro del turismo

En la agenda para la recuperación, los Fondos NEXT GENERATION EU constituyen una gran oportunidad para la transición ecológica y digital del sector turístico, pero que debe completarse con una perspectiva social que atienda a la calidad de vida de la población local y que resume la Declaración de Barcelona: “Mejores lugares para vivir, mejores lugares para visitar”.

4.- La recuperación de la actividad turística

La experiencia singular de Amsterdam muestra vías de trabajo interesantes para la gestión de la recuperación turística en otros destinos. Los instrumentos de planificación de la ciudad se

caracterizan por una alta participación social y un enfoque a largo plazo. Se reconoce la contribución económica del turismo, pero se intenta evitar el monocultivo turístico y, sobre todo, se manifiesta que, antes de la pandemia, el turismo generaba diferentes desequilibrios socioeconómicos y territoriales que es necesario corregir. En lugar de estigmatizar el turismo, la nueva estrategia de la ciudad aboga por el rediseño del turismo urbano mediante soluciones creativas en beneficio de todos. Con esta finalidad se plantean una serie de medidas complementarias: favorecer un comportamiento turístico más responsable en destino; basar la gestión en datos y conocimiento; involucrar a la sociedad local en cada barrio; gestionar el ocio nocturno; garantizar la habitabilidad de la ciudad para vivir, trabajar y acoger visitantes; y repensar espacios públicos a partir de la identidad local para evitar la congestión de visitantes. Entre las medidas concretas destaca la dispersión de visitantes en el área metropolitana, para evitar la congestión del centro, una acción que ha servido para el desarrollo de nuevos espacios turísticos pero que no ha logrado ese propósito de descongestionar el centro. También es destacable el modo en que el mayor porcentaje de vivienda social en los barrios céntricos de Amsterdam, reduce el impacto en los residentes del crecimiento del alojamiento turístico comercializado en plataformas digitales.

El impacto de la crisis pandémica en Turquía (caída de la demanda y de los precios, ajustes en los servicios, etc.), uno de los destinos turísticos con mayor potencial de crecimiento del Mediterráneo, presenta efectos a corto plazo ligados a la interrupción de la actividad y también riesgos futuros en diferentes planos: financiero (pérdida de competitividad, incremento de costes y mayor protagonismo de la inversión extranjera); reducción de la fuerza de trabajo en el turismo como consecuencia de la pérdida de atractivo de la actividad; e inestabilidad de mercados ante la reducción de la demanda británica y una mayor dependencia de la demanda rusa y del propio país.

5.- Las nuevas dinámicas turísticas: perspectivas pos-Covid

La crisis pandémica ha supuesto un enorme reto de gestión tanto para las administraciones públicas como para las empresas en España. La acción pública, a diferentes escalas, ha reducido los efectos de la crisis: desde lo ERTES y las medidas de financiación ICO de la administración central, a las medidas de reactivación de la demanda de Turisme Comunitat Valenciana (Bono Viaje CV), por mencionar algunas de las iniciativas más relevantes.

La evolución de la demanda en 2021 refleja la importancia del turismo nacional, circunstancia que permite repensar el papel de la demanda de proximidad de cara al futuro, y la progresiva recuperación de la demanda internacional. Sin embargo, la urgencia por recuperar los niveles de demanda de 2019 no debe relegar la necesidad de una reflexión estratégica sobre la contribución del turismo al modelo de desarrollo.

En el plano positivo, la pandemia ha acelerado retos estratégicos, como la sostenibilidad o la digitalización. La “pausa” del confinamiento ha supuesto una mayor atención a la gestión integral de los destinos frente a las acciones de marketing. En este sentido, se ha evidenciado que los destinos con una gestión más avanzada, fundamentalmente en términos de digitalización y colaboración público-privada, así como las empresas más profesionalizadas, han afrontado mejor la crisis. La resiliencia de los destinos requiere un enfoque integral de la gestión del espacio turístico, la toma de decisiones basada en la inteligencia turística y el aprovechamiento de nichos de mercado con posibilidades de crecimiento en circunstancias generales adversas.

En el plano negativo, la crisis tendrá consecuencias en la estructura empresarial, favoreciendo procesos de concentración y la consiguiente pérdida de medianas y pequeñas empresas; así como la reducción de la capacidad financiera, que puede lastrar las políticas de empresa y la competitividad futura. Asimismo, se detecta una fuga de recursos humanos empleados en el sector turístico a otros sectores, a consecuencia de la pandemia, y la dificultad de atraer trabajadores cualificados y no cualificados a las empresas turísticas.

Los fondos NEXT GENERATION EU se perciben como una oportunidad; pero, desde el ámbito empresarial, se plantean dudas sobre un enfoque basado en proyectos públicos con una capacidad tractora relativamente reducida sobre la dinamización y la mejora de la competitividad del sector turístico.