

TPC19

TURISMO POST COVID-19



Un nuevo entorno para
el turismo

REFLEXIONES DESDE EL POST-CRECIMIENTO:
IDEAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA
EL TURISMO POST-COVID-19.

3

Yolanda Romero-Padilla

yromerop@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

José María Romero-Martínez

jmr2@ugr.es

Universidad de Granada

Enrique Navarro-Jurado

enavarro@uma.es

Universidad de Málaga

REFLEXIONES DESDE EL POST-CRECIMIENTO: IDEAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA EL TURISMO POST-COVID-19.



Yolanda Romero-Padilla

yromerop@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

José María Romero-Martínez

jmr2@ugr.es

Universidad de Granada

Enrique Navarro-Jurado

enavarro@uma.es

Universidad de Málaga

Resumen

Cómo se puede abordar la transformación del turismo tras la crisis sanitaria, y evitar reproducir y ampliar las problemáticas de la situación anterior del modelo de masas de crecimiento ilimitado, es la reflexión que propone el presente texto, desde el planteamiento pos-crecientista. No son suficientes las acciones económicas paliativas a corto plazo para la salida fortalecida del sector turístico, si no se integran en una estructura más amplia, con estrategias y objetivos a medio y largo plazo, y dentro de un imaginario social que afronte otras crisis que vendrán, como la emergencia climática.

El post-crecimiento impulsa transiciones socioecosistémicas hacia estilos de vida compatibles con los lugares en los que se desarrollan, sistemas económicos sostenibles, y justicias distributivas del crecimiento y la riqueza. No es algo nuevo, los planteamientos de turismo sostenible van en la misma línea, pero todavía queda un largo camino por recorrer. Estas reflexiones se incluirían como una aportación más al Pacto Verde Europeo como salida de la crisis post-Covid-19. Y donde deberán quedar amparadas las estrategias y tácticas turísticas.

Palabras clave: turismo, post-crecimiento, gestión de crisis, Covid-19, sostenibilidad.

La investigación que da lugar a este capítulo se financia con el proyecto de investigación titulado "Saturación turística en destinos costeros españoles. Estrategias de decrecimiento turístico. Una aproximación desde la dimensión social" (RTI2018-094844-B-C33) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (Plan Nacional de I+D+i)

1. Introducción

El turismo ya no es el mismo. Tampoco volverá a ser el mismo. Todo ha cambiado en apenas unas pocas semanas, ¿cuáles son los escenarios probables y cuáles las alternativas posibles? Aunque la actualidad todavía muestra una incertidumbre absoluta, los escenarios que se presentan desde el momento en que se estableció el Estado de Alarma en España son múltiples y diversos. Además, van modificándose según el momento y el conocimiento de los acontecimientos. La gravedad remueve los cimientos sociales y económicos tal y como se han establecido hasta hoy. Los cimientos del medio ambiente hace tiempo que comenzaron a erosionarse.

En todas las crisis, normalmente, el sector turístico ha sido el primero en sentirse afectado (al ser una actividad estrictamente “no necesaria”); sin embargo, constituía la actividad que primero se recuperaba (ver resultados de la crisis financiera de 2008). Si hay una certeza ahora es que, tras la crisis del Covid-19, la demanda turística va a invertir esa norma, dado que el turismo de masas pertenece a los sectores especialmente afectados, como son los basados en la movilidad y en el contacto personal y social.

Aún en la incertidumbre, en el ámbito español, se pueden extraer varias reflexiones de informes técnicos y de expertos, declaraciones políticas y opiniones de prensa, resumidos en tres aspectos:

1. Se aparte de una situación previa consolidada por la dinámica turístico-inmobiliaria y la fragilidad del funcionamiento de las empresas del sector, incrementada desde 2008, y sin resolver, a pesar del incremento de las cifras turísticas en los últimos diez años.
2. Ahora, la situación presente durante la pandemia, está marcada por la incertidumbre, la estimación de múltiples escenarios y el planteamiento de propuestas de recetas económicas de auxilio a corto plazo para volver en el menor tiempo posible a la situación pre-Covid-19.
3. Algunas voces abogan por pensar en otro futuro posible, abierto a la oportunidad y necesidad de pensar de nuevo el funcionamiento en la sociedad y por extensión en el sector turístico, con el fin de fortalecer su resiliencia tras esta crisis, previendo además las crisis que se produzcan como consecuencia de la emergencia climática, que llegarán en 10-15 años.

La crisis financiera de 2008 resolvió su salida con precarización laboral, concentración de empresas y abaratamiento de las vacaciones (aviones, viviendas y actividades *low cost*). En conjunto se apostó por reproducir el mismo sistema económico: rescates públicos a la banca privada, sin exigir demasiados controles, desprotección de familias y pequeños negocios, concentración de empresas y más crecimiento como única guía en el camino. Estos elementos generales afectan notablemente al turismo.

Ahora se abre la posibilidad de plantear otro futuro no únicamente porque esta crisis puede alargarse varios años (rebotes de Covid-19, futuro incierto para pequeñas empresas, etc.), sino porque también es una realidad que la crisis climática puede afectar a multitud de destinos en España. En 1971, el Informe Meadows sobre los límites del crecimiento alteró la idea de solidez del funcionamiento económico internacional basado en el crecimiento continuado sin límites y a través de la explotación de recursos limitados (Jackson, 2011; Saarinen, 2006). En el presente, la corriente de pensamiento post-crecientista está actualizando todo ese conocimiento producido.

El objetivo de este escrito es reflexionar desde planteamientos post-crecientistas cómo se puede abordar la transformación del sistema de funcionamiento turístico en la actual crisis sanitaria evitando reproducir y ampliar las problemáticas de la situación anterior. No sería prudente ni rentable recuperar un sector turístico frágil y debilitado, tras la crisis. Debe salir fortalecido y para ello no son suficientes las acciones económicas paliativas a corto plazo, fuera de una estructura más amplia con estrategias y objetivos a medio y largo plazo que afronten la emergencia climática.

Siguiendo este objetivo, el capítulo parte de la revisión de la situación turística en España previa a esta crisis, que se caracteriza, entre otros rasgos, por un modelo de masas de crecimiento ilimitado, aliado con el sector de la construcción e inmobiliario. A continuación, se aborda cuál es la situación presente durante la pandemia y las medidas que se proponen por parte de empresas e instituciones. Finalizamos con la explicación del origen del pensamiento post-crecientista y con una batería de propuestas sistematizadas y jerarquizadas por orden de importancia en la transformación del sistema turístico: (1) las ideas que modelan el imaginario colectivo y social; (2) las estrategias que se apoyan en las ideas, como son las políticas, las directivas y los planes estratégicos; (3) las tácticas,

fundamentalmente acciones a corto plazo que desarrollan las estrategias anteriores. Para pensar otro futuro posible, debe pensarse, y actuar teniendo las ideas como horizonte.

2. Consideraciones del funcionamiento del turismo en España (situación previa)

El turismo es una actividad marcada por el pensamiento desarrollista, casi exclusivamente economicista, relacionada con la evolución de la economía global y con un crecimiento/expansión geográfica sin precedentes en la historia. El turismo internacional alcanzó por primera vez los 1.000 millones de turistas en 2012 y siguió creciendo hasta los 1.500 millones en 2019, un incremento de más del 30% en apenas 7 años (OMT, 2020).

En España el peso del turismo es aún mayor (12'3% al PIB y 12'7% empleos). Dicho peso incide en el grado de dependencia que la estructura económica española tiene de la dinámica turístico-inmobiliaria, reforzada en los últimos años al ser estimulada como receta de salida de la crisis financiera del 2008. Los destinos han crecido impulsando la construcción y fomento de más alojamientos, equipamientos e infraestructuras. El resultado es un modelo de turismo de masas, que ya tenía España, pero ahora con el formato *low cost*, precarización laboral, auge de ofertas de alojamientos económicos (viviendas turísticas, *hostel...*), etc. Este modelo ha generado por primera vez en España dos posturas críticas en la población local respecto al turismo: el rechazo del turismo (turismofobia y urbanofilia, en Barcelona o Palma de Mallorca) o movimientos sociales en contra de la masificación y turistificación de los espacios públicos, no rechazan el turismo, pero sí denuncian que los impactos positivos son insuficientes ante los impactos negativos (por ejemplo, en Málaga, Madrid, Valencia) (Navarro-Jurado et. al. 2019).

Este fuerte crecimiento de los destinos en los últimos años no está relacionado con las variables clásicas de oferta y demanda del turismo, ni obedece a un plan de desarrollo sostenible, ni tampoco ha tenido en cuenta el impacto ambiental y social. En este contexto basado en la idea desarrollista, se asume en general que para conseguir riqueza y bienestar es necesario crecer, a pesar de las externalidades socioculturales y ambientales, pues éstas podrán ser asumidas porque se resolverán posteriormente. Sin embargo, dichas externalidades aumentan con el tiempo y por mucho crecimiento del turismo la sociedad local no percibe las mejores condiciones laborales o un medio más sostenible. Paralelamente y paradójicamente esto se une a una desconfianza generalizada en los modelos de desarrollo alternativos.

Existen reflexiones de interés que describen la evolución turística reciente y las políticas desarrolladas en la recuperación económico-financiera que aportan un marco para entender el impacto de la crisis actual. A ellas nos remitimos (Murray y Cañada, 2020).

Ahora, que el Covid-19 ha forzado la paralización de la actividad turística, desafía asimismo la expansión del turismo, su crecimiento sin precedentes y muestra también las debilidades de su funcionamiento ¿Cuál es la respuesta que se está promoviendo desde las instituciones y empresas del sector?

3. Situación presente durante la pandemia

El establecimiento del Estado de Alarma ha supuesto la paralización forzada de la actividad del sector turístico -su hibernación-, junto con las demás actividades del país. El crecimiento turístico explicado en el apartado anterior no se ha traducido en un fortalecimiento para un amplio volumen de empresas del sector. La radiografía actual de la hostelería (Bain y Ernst&Young, 2020), muestra desiguales capacidades si se comparan los negocios de alojamiento y los de restauración para hacer frente a la cobertura de costes fijos: un 42% de las empresas no tienen liquidez para afrontar los gastos más allá de 25 días y otro amplio porcentaje necesitaría realizar serios ajustes.

En términos generales, estas cifras reflejan una situación de fragilidad que afecta tanto a micro-pymes y pequeños autónomos, como a medianas y grandes empresas. Apenas unos días después de la declaración del Estado de Alarma, se solicitan masivamente ERTes, y se reclaman ayudas para la subsistencia de las empresas turísticas. La propuesta de tabla de salvación del sector para resolver la crisis y volver a la situación previa (Pre-Covid-19), es un conjunto de medidas económicas para adoptar inmediatamente (en menos de un año) que siguen los criterios descritos en el punto anterior: soluciones a corto plazo para reproducir el mismo sistema.

Los análisis de los escenarios a corto plazo que están realizando desde entidades públicas y privadas -y en concreto relacionados con el sector turístico-, se desarrollan bajo una absoluta incertidumbre y, por lo tanto, es previsible que no coincidan con la realidad futura. Aquí se han seleccionado tres ejemplos de escenarios-propuesta (ver anexo) directamente relacionados con el sector turístico donde se pueden distinguir aspectos comunes:

- Estos escenarios, a pesar de la incertidumbre, se utilizan como soporte para proponer las medidas de paliación y recuperación de la crisis. Las propuestas están basadas en diagnósticos que sólo tienen en cuenta la visión económica y la coyuntura actual. Es decir, no incluyen un análisis-diagnóstico de las causas estructurales porque no se piensan desde otras ideas, se asumen el desarrollismo y el crecimiento.
- Las medidas que se proponen, como consecuencia de lo anterior, parten de una iniciativa económica para resolver problemáticas prioritarias o puntuales y pueden resumirse en:
 - Ampliar la capacidad para recortar costes (ámbito laboral y arrendamientos);
 - Garantizar la liquidez de las empresas (disposición de créditos; aplazamiento, reducción o eliminación de impuestos; cambios normativos para gestionar las cancelaciones sin devolución económica, etc.);
 - Garantizar las medidas de seguridad para la salud de turistas, huéspedes, trabajadores y, en general, de la población. Se trata de medidas muy diversas desde el control de contagios hasta el incremento de limpieza e higiene en establecimientos o la reducción de los aforos en locales y medios de transporte. Un ejemplo representativo es el documento elaborado por la OMT (2020) “*Nuevo coronavirus 2019 (Covid-19). Plan estratégico de preparación y respuesta*”
- Son medidas que pueden clasificarse como tácticas del sistema (o de la situación de crisis) y que responden sólo a corto plazo, pues no proponen estrategias con un horizonte temporal y ámbitos de actuación más amplios.

Existen otros debates, como el planteado por Hospitality Net's World Panel: Sustainability in Hospitality (Hospitalitynet, 2020) sobre cómo la crisis del Covid-19 podía poner a prueba la sostenibilidad en el sector turístico y que proponen utilizar un enfoque más amplio, recogen las debilidades estructurales y sitúan la actual crisis en el marco de la emergencia climática.

En esta misma línea, desde organismos como Responsible Tourism Institute (2020), están elaborando guías con propuestas de actuación orientadas a la recuperación empresarial del sector turístico, que se organizan según cuatro estrategias: sostenibilidad económica, sostenibilidad socio-cultural, sostenibilidad ambiental y sostenibilidad sanitaria. Aunque en la en la estrategia general la sostenibilidad económica ocupa una atención predominante en esta guía, es un primer paso para no desvincular las propuestas de recuperación de los avances alcanzados en materia de sostenibilidad social y ambiental.

En definitiva, en esta situación de paralización forzada de la actividad turística, no es extraño poner en marcha medidas reactivas y de recuperación inmediatas. Sin embargo, esto implica retomar un sistema de funcionamiento vulnerable -como ha puesto de manifiesto esta crisis- y problemático -como se ha expuesto en el apartado anterior-. También implica dejar expuesto el sector, y el país, a futuras crisis de diferente índole, entre ellas las relacionadas con la emergencia climática. Ante ello, es preciso conocer cuáles son los mecanismos de cambio y aprovechar el momento para pensar en adecuar el turismo en el futuro, diseñando otros modelos más acordes con una sociedad más equilibrada. Es decir, se trata de revisar y ordenar las medidas que se están proponiendo para el sector turístico a corto plazo y complementarlas con medidas estratégicas y estructurales guiadas por la idea de un cambio basado en la sostenibilidad a largo plazo, en línea con lo que en estos momentos se está proponiendo en Europa con el Pacto Verde (Green New Deal).

4. Pensar en la transformación de un sistema tras un desastre

Es importante comprender qué acontecimientos y prácticas son más efectivos y capaces de transformar el imaginario colectivo, con qué medidas, con qué valores y consecuencias, y en qué orden y tiempo implementarlos.

Los grandes desastres inducen a grandes transformaciones, como ahora la del COVID-19. En una situación de desastre, las ideas, las estrategias y las acciones que estaban acordadas y consolidadas a corto, medio y largo plazo, pueden sufrir, y sufren de hecho, vuelcos sin precedentes. Como es lógico, las actuaciones imprescindibles -como la sanitaria en el caso de esta pandemia-, se priorizan frente a cualquier cuestión que no sea necesaria -como el acercamiento individual y social o las actividades productivas no imprescindibles-; y las cuestiones deseables quedan aparcadas *sine die*, -como la actividad del turismo-, si no son replanteadas, o desestimadas definitivamente.

Como argumenta Donella Meadows (1999), la mentalidad o imaginario colectivo en el que se fundamenta una cosmovisión política (cosmopolítica) -sus objetivos, su estructura de poder, sus reglas y cultura-, es el apartado

más complicado de modificar; pero es el que más incidencia tiene en la transformación del paradigma social que lo soporta. Por este motivo, en estos momentos, se ofrece una oportunidad al cambio: el imaginario social está ahora abierto (Latouche, 2010; Castoriadis, 2000), y a la expectativa de conocer cuál será la nueva 'normalidad post-COVID-19. De esa nueva normalidad dependerá cómo se entenderá la práctica turística en el futuro.

Se ha comentado que son múltiples las medidas que se están proponiendo actualmente. En una primera sistematización y jerarquización de la incidencia que pueden tener estas medidas en la transformación de un socioecosistema se pueden estructurar por orden de importancia según tres niveles (adaptado de Meadows, 1999):

- a) Las **ideas** asentadas que organizan la cosmovisión social y se desarrollan en una escala global en instituciones planetarias, continentales y transnacionales. Modelan y refuerzan la mentalidad (el imaginario colectivo).
Ejemplos: El bienestar social se alcanza mediante el crecimiento sostenido del PIB *Versus*, El bienestar del planeta se debe cuidar y en todo caso facilitar.
- b) Las **estrategias** que se amparan en las ideas, y que las consolidan. Marcan objetivos y maneras de seguir y reafirmar las ideas, con políticas, directivas y planes a escala internacional y nacional.
Ejemplos: La mejor forma de conseguir un crecimiento sostenido del PIB es establecer (des)regulaciones y fondos de financiación que garanticen la rápida recuperación del mercado libre y la competencia. *Versus*, financiaciones amparadas en el Pacto Verde de la UE.
- c) Las **tácticas** que son acciones que desarrollan según las estrategias anteriores, y van consolidando en niveles y escalas menores las ideas anteriores.
Ejemplos: Implementar mecanismos de garantía de liquidez (inyección mediante aval de crédito, bajada de impuestos), ampliar la capacidad de las empresas de ajustar costes (ERTEs). *Versus*, Subvenciones a fondo perdido que directamente reviertan en la economía circular local.

En el orden de las prácticas, y su relevancia, es necesario distinguir las tácticas a corto plazo -respuestas más o menos inmediatas frente a los acontecimientos, proyectos o similares-, de las estrategias, que intentan guiar y asentar un proceso, y presentan un horizonte concreto a largo plazo, guiado por las ideas que conforman una mentalidad (imaginario social).

La situación actual de crisis sanitaria es un experimento post-crecientista económico forzado, en tiempo real y a escala global. Se ha entrado en una crisis económica absoluta de crecimiento porque los gobiernos de todos los estados del planeta han decidido, como mejor solución, que no se consuma nada que no sea absolutamente imprescindible para subsistir. A la par, existe urgencia por aplicar medidas para paliar las consecuencias inmediatas, y una carrera por esbozar planes de desescaladas de los confinamientos. Cómo será la práctica turística en la nueva 'normalidad post-COVID-19 y cómo se puede integrar en el Pacto Verde Europeo que se refuerza para salir de esta crisis es un reto a abordar.

5. Propuesta desde el post-crecimiento (situación futura)

Desde el nacimiento de la modernidad en la Ilustración, se ha considerado el crecimiento como sinónimo de Progreso, aunque existen otros planteamientos que cuestionan la similitud de los términos progreso y economía de crecimiento, y formulan una "prosperidad sin crecimiento" (Latouche, 2004, 2010; Jackson 2011). Este conjunto de ideas alternativas se denominan *post-crecimiento* y plantean la posibilidad de transiciones socioecosistémicas hacia estilos de vida compatibles con los lugares en los que se desarrollan, sistemas económicos sostenibles, y justicias distributivas del crecimiento y la riqueza (Schulz y Bailey, 2014).

La prosperidad tiene en cuenta dimensiones sociales y psicológicas dentro de un marco ecosistémico. La satisfacción en el trabajo, la solidaridad social, la participación en la vida de la sociedad con unos propósitos compartidos o el sentido de pertenencia a una comunidad repercuten en mayor calidad de vida, en la salud y en el bienestar (Jackson, 2011). La integración de la dimensión ambiental y ecosistémica garantiza la supervivencia de esa prosperidad.

Los postulados post-crecientistas reflexionan y trabajan sobre unos horizontes que marcan unos límites para el planeta, con enfoques metabólicos. Van más allá del crecimiento económico, y por ello también parten de la premisa de que el siglo XXI será de crecimiento bajo, nulo o incluso negativo. Los objetivos que se plantean imaginan

unas transiciones socioecológicas que cubran las necesidades básicas de los humanos y de los no humanos, con un planteamiento fuerte de la sostenibilidad, donde el sistema económico se encuentre al servicio de la sociedad, y la sociedad deba enmarcarse dentro del ámbito medioambiental terrestre.

El planteamiento post-crecientista está enfocado a imaginar y forjar alianzas con otras estrategias y formas de pensar que pueden “anudarse” o “componerse” tácticamente, y estratégicamente con los objetivos de lo económico, de la sociedad y del planeta. Como señala el Instituto de Post-crecimiento “*ya estamos viviendo aspectos de ‘futuros de post-crecimiento’, de una manera que sigue fracturada*” siendo una muestra representativa las diferentes iniciativas que van recopilando y actualizando en la Enciclopedia de post-crecimiento (Instituto de Post-crecimiento, 2020).

Aplicado al ámbito turístico, estos planteamientos no son muy diferentes de los principios definidos por la OMT para el turismo sostenible que debe (UNEP y UNWTO, 2005):

- *Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.*
- *Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.*
- *Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.*

Sin embargo, a pesar de que los principios del turismo sostenible están formulados y ampliamente difundidos desde hace décadas, su aplicación práctica es todavía minoritaria, sin ocupar un lugar fuerte en el plano de las ideas (cuando las acciones se plantean y no se han reformulado las ideas dichas acciones a penas se ejecutan). Como consecuencia, las continuas crisis que afectan al sector turístico, como la actual, ponen en riesgo los avances que se van realizando lentamente y amenazan con un retroceso basado en la priorización de la implementación de acciones inmediatas. Ya se ha comprobado en la crisis de 2008.

En el siguiente listado se ofrece un extracto de un trabajo de investigación que se encuentra todavía en fase inicial de desarrollo. Por tanto, se trata de un esbozo sin ánimo de exhaustividad de cómo pueden combinarse las acciones a corto plazo que son urgentes implementar en la presente crisis con un esquema de actuación más amplio estructurado con las ideas post-crecientistas y en las que el turismo sostenible ocuparía un lugar destacado. Se sigue el esquema anteriormente expuesto en el apartado 4 (ideas, estrategias y tácticas):

IDEAS

General

- El crecimiento económico, demográfico y urbanístico ilimitado no es viable para la supervivencia humana. Existen otros indicadores que pueden medir la consecución de prosperidad de manera desligada al crecimiento del PIB.
- La emergencia climática es un riesgo actual real que necesita planificación y gestión para paliar futuros desastres.
- Se puede asegurar el bienestar social mediante una transición socioecosistémica hacia estilos de vida compatibles con los lugares en los que se desarrollan, sistemas económicos sostenibles, y justicias distributivas del crecimiento y la riqueza.
- El valor de lo comunitario y lo colectivo (económico, social y medioambiental). La revalorización de lo local, de las escalas reducidas, del tiempo lento, de lo público como Bien Común (Salud, Educación, Justicia, la Administración como dispositivo de seguridad y regulación...). Desarrollo local y justo.

Turismo

- Desarrollo turístico supeditado a la preservación de procesos ecológicos esenciales, conservación de recursos naturales y diversidad biológica.
- Convivencia entre turismo y comunidad local, preservación de la autenticidad sociocultural, conservación del patrimonio y los valores culturales y tradicionales, fomento de la tolerancia intercultural.
- Viabilidad de las actividades económicas a largo plazo, beneficios socioeconómicos para operadores del sector y comunidad anfitriona, distribución de ingresos, empleo estable y digno, reducción de la pobreza en las comunidades de acogida.

- Guía Post-Covid-19: reconstruir el turismo de manera diferente, no volver al punto de partida, si no mejorar.

ESTRATEGIAS

General

- Ejes estratégicos: Descarbonización de la economía; reducción del consumo energético; reorganización del sistema productivo; reorganización de ciudades y territorio (biodiversidad, complejidad, movilidad sostenible); transporte público y privado más limpio, barato y sano; alimentación saludable y agroecología; cierre de ciclos de materiales; diversificación de la economía para evitar dependencias y fallos en las cadenas de suministro; fomento de investigación, innovación y tecnología al servicio de la emergencia climática.
- Refuerzo del Pacto Verde Europeo para una reconstrucción social y económica como salida a la actual crisis del coronavirus y para enfrentar la emergencia climática:
 - Impulsar un uso eficiente de los recursos mediante el paso a una economía limpia y circular
 - Restaurar la biodiversidad y reducir la contaminación.
 - Ley del Clima
 - Tres dimensiones: financiación, capacitación y asesoramiento a las autoridades
 - Mecanismos para una transición justa
 - Colaboración internacional para mejorar las normas medioambientales mundiales.

Turismo

- Estrategia turística para la adaptación al Pacto Verde Europeo
- Línea de trabajo con las nuevas generaciones de hoteleros y operadores turísticos para impulsar y liderar un cambio hacia un modelo más sostenible que se refleje en la normativa.
- Adaptación de los modelos de negocio turísticos y la gestión de riesgos: generar soluciones creativas.
- Enfoque holístico para la gestión de crisis y riesgos en destinos turísticos: desarrollar medidas para contrarrestar problemas sanitarios como el actual y otros asociados al cambio climático en una etapa temprana (aumento nivel del mar, aumento temperaturas y sequía, intensificación de tormentas e inundaciones...).

TÁCTICAS

General

- Priorización del Plan de acción de economía circular en la UE (en desarrollo, algunos ejemplos):
 - Sector electrónica y TIC: Cambiar el diseño de los productos puestos en el mercado de la UE, deberán durar más tiempo, ser más fáciles de reparar y actualizar, reciclar y reutilizar. Proporcionar incentivos para el producto como servicio: las empresas mantendrán la propiedad y la responsabilidad del producto durante todo su ciclo de vida.
 - Sector textil: Impulsar nuevos modelos de negocio para la clasificación, la reutilización y el reciclaje de textiles. El diseño ecológico se aplicará a una gama más amplia de productos: la ropa se fabricará para durar más.
 - Uso de plásticos: Los productos de un solo uso se eliminarán gradualmente siempre que sea posible y se reemplazarán por productos duraderos para uso múltiple. Restringir los microplásticos y aumentar su captura en todas las etapas del ciclo de vida del producto.
 - Comida y empaquetado: legislación para sustituir envases de un solo uso, vajillas y cubiertos por productos reutilizables en los servicios de alimentación, reducir el desperdicio de envases.
 - Residuos: reducción de residuos, aumentando el contenido reciclado, minimizar las exportaciones de residuos fuera de la UE. Modelo UE para recogida y etiquetado de productos.
- Mitigación del riesgo de prácticas poco éticas de contratación de mano de obra en el sector turístico (mayor vulnerabilidad de las personas tras la crisis)
- Cambio del sistema de suministro (más local) y mayor equilibrio en la capacidad productiva de las regiones: desarrollo económico más igualitario, más oportunidades de desarrollo social y de reducción de emisiones asociadas al transporte (distancias más cortas)

Turismo

- Plan de ayudas a las empresas turísticas afectadas por Covid-19 acceso progresivo a paquetes de ayudas según compromiso adquirido de revisión/elaboración de la estrategia empresarial para la sostenibilidad.
- Impulso al desarrollo de procesos de aprovisionamiento más sostenibles en las empresas turísticas: de Km0, basados en productos locales y de temporada, en productos ecológicos y/o en productos de comercio justo.
- Inclusión del enfoque integral y de medidas de sostenibilidad en los procesos de renovación de establecimientos turísticos (alojamientos, restaurantes, campos de golf, etc.) según la nueva normativa
- Mejora de la resiliencia económica de las empresas del sector: incremento de capitalización progresiva, dotación de reservas, revisión de seguros sobre riesgos de actividad...,
- Fomento del empleo turístico de calidad: revisión de condiciones de contratación, salarios dignos, aplicación de planes de igualdad, prevención del acoso laboral, evaluación de riesgos...,
- Estructuración de paquetes de ayudas para una reconstrucción de la industria turística diferente y sostenible, con aplicación progresiva de opciones de financiación bajo criterios para el desarrollo de la mejora del comportamiento social y ecológico.
- Reducción y limitación de la carga de algunos destinos y atractivos.

6- Conclusiones

La situación de la actividad turística es muy relevante por la importancia que tiene en la economía internacional y nacional. Y en el momento actual, además, por tener frente a ella una vuelta imposible a la normalidad de crecimiento pre-Covid-19: a corto y medio plazo debido a las consecuencias de la crisis sanitaria, y a largo plazo por la enorme crisis económica global que ha desatado la pandemia.

Las ideas de progreso y desarrollo social han guiado a la sociedad occidental desde la Ilustración, sin establecer unos límites. Se ha pensado desde entonces que el método para alcanzar el progreso y el desarrollo era hacerlos coincidir con el crecimiento económico basado en el funcionamiento privado y el mercado libre, reduciendo al Estado al papel de un mero regulador, la mayor parte de las veces, incómodo.

Sin embargo, los grandes desastres –como el del Covid-19-, producen transformaciones capaces de romper con el imaginario social previo y con las conductas cotidianas. Ideas, estrategias y tácticas consolidadas se ven forzosamente alteradas ante situaciones de alta incertidumbre y riesgos. Obliga a priorizar entre aquello que es imprescindible –como garantizar la salud pública en el caso de esta pandemia-, frente a otras cuestiones necesarias –como las actividades de contacto social o las actividades productivas no esenciales-. Lo deseable –como el turismo- pasa a ocupar el último lugar, o incluso se replantea o desestima.

Un ejemplo ilustrativo es la actitud de los defensores de reducir la capacidad de intervención de los Estados, que en tiempos de crisis transforman sus ideas en propuestas de inversiones descomunales que deben realizar éstos mismos Estados. Los que priorizaban la prevalencia de la actividad privada y del mercado libre frente a lo público, ahora exigen a lo público estar a la altura de la “situación”, no sin razón. Y significativamente, la mentalidad o imaginario colectivo a partir del cual surge un socioecosistema –sus objetivos, su estructura de poder, sus reglas y cultura-, es el apartado más complicado de modificar; pero es el que más incidencia tiene en la transformación de un paradigma social.

Por lo tanto, dado que se ha comprobado que el sistema económico –y dentro de él, el turístico-, presenta graves deficiencias para responder al presente inmediato y al futuro (sobre todo al de la emergencia climática), el momento actual es una singularidad antes no imaginada que se ha convertido en una importantísima oportunidad, que debe aprovecharse para la reflexión y análisis. Para posteriormente poder realizar las transformaciones estructurales deseables que se organicen, primero según las ideas oportunas y, después con las estrategias y metodologías adecuadas.

En el presente texto se han mostrado –aplicadas al sector del turismo- dos posturas diferentes, en cuanto a intereses, fines y medios. Sin embargo, la realidad de la crisis hace posible –al menos, deseable-, que el futuro sea una mezcla “inteligente” de ambas posturas encaminada al cuidado de la sociedad y del medio en el que ésta se desenvuelve, sin reducir la capacidad de la vida en el planeta Tierra. Es decir, se deberían promover los bienes comunes –como ahora la “idea” de la sanidad pública-, el sentido del principio de precaución, la reducción de los riesgos, los sectores y actividades que beneficien las sinergias y la resiliencia, la reducción de la entropía...

Es importante ordenar las tácticas que se desarrollen, amparadas en estrategias que sean coherentes con las ideas que orientan el socioecosistema. Así mismo, es muy relevante la programación de los tiempos en que se pueden ir implementando las medidas concretas y las metodologías que produzcan sinergias, y a la larga resiliencia.

En el caso del turismo, habría que favorecer y diversificar la economía y las actividades existentes de economía circular, y por ello los sectores y emprendimientos locales y pequeños frente a lo grande y lo externo, reutilizar lo edificado y las infraestructuras existentes, antes que crear otras nuevas..., destacando toda aquella actividad que no sólo proteja los bienes comunes tangibles e intangibles, naturales y culturales, sino que los cuide, potencie y amplíe. Ninguna táctica sin tiempo previsto ni estrategia. Ninguna estrategia sin idea acordada.

Bibliografía

- Bain y Ernst & Young (2020) Impacto de COVID-19 en hostelería en España. [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana/\\$FILE/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana/$FILE/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana.pdf) (última consulta 24/04/2020)
- Castoriadis, Cornelius (2000). *La exigencia revolucionaria*. Madrid: Acuarela Libros.
- Jackson, T. (2011). Prosperidad sin crecimiento. Barcelona: Icaria.
- Hospitalitynet (2020) <https://www.hospitalitynet.org/panel/125000047.html> (última consulta 27/04/2020)
- Instituto de Post-crecimiento (2020) <https://www.postgrowth.org/the-post-growth-encyclopedia> (última consulta 27/04/2020)
- Latouche, Serge (2010). *Imaginario, descolonización. En Decrecimiento*. D` Alisa; Demaria; Kalis. Icaria
- Meadows (1999). Leverage Points. Places to intervene in a system. *The Sustainibility Institute*. Diciembre 1999.
- Murray, I. y Cañada, E. (2020) La singularidad cultural como causa de la expansión del COVID-19 en España: una respuesta. <http://www.albasud.org/blog/es/1198/la-singularidad-cultural-como-causa-de-la-expansi-n-del-covid-19-en-espa-a-una-respuesta> (última consulta 24/04/2020)
- Navarro-Jurado E, Romero-Padilla Y, Romero-Martínez JM, Serrano-Muñoz S, Habegger S & Mora-Esteban R (2019) Growth machines and social movements in mature tourist destinations Costa del Sol-Málaga, *Journal of Sustainable Tourism*, 27:12, 1786-1803
- OMT (2020) “Nuevo coronavirus 2019 (Covid-19). Plan estratégico de preparación y respuesta”.
- Responsible Tourism Institute (2020): Recuperación empresarial del sector turístico. Propuestas de actuación. https://www.biospheretourism.com/assets/arxiu/a313d6131c429da4c4c41ee0025a6494.pdf?utm_campaign=envio_5ea2d64c&utm_medium=email&utm_source=newsletter&utm_content=1588%20ord40%20describa-la-guia. (última consulta 27/04/2020)
- Saarinén J., (2006). Traditions of sustainability in tourism studies, *Annals of Tourism Research*, 33, 4, 1121-1140
- Schulz, C. y Bailey, I. (2014): ‘The green economy and post-growth regimes: opportunities and challenges for economic geography’, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 96 (3): 277–291.
- UE (2019) The European Green Deal. COM(2019) 640 final. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf
- UNEP y UNWTO (2005): Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers,

Cuadro 1. Escenarios turísticos

OMT * Organización Mundial del Turismo dependiente de las Naciones Unidas
<p>Previsión de la evolución del sector turístico (estimaciones basadas en acontecimientos actuales y patrones de crisis previas: SRAS en 2003 y crisis económica mundial en 2009):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● En 2020 se estima una reducción en las llegadas de turistas internacionales entre un 20-30%, en comparación con el crecimiento de entre un 3% y un 4% previsto a principios de enero de 2020. ● Esto podría traducirse en una pérdida de entre 30.000 y 50.000 millones de dólares en el gasto de los visitantes internacionales (ingresos por turismo internacional). ● Las estimaciones para otras regiones del mundo son por el momento prematuras, habida cuenta de la rapidez con que evoluciona la situación.
<p>Medidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Apoyo financiero y político a medidas de recuperación dirigidas al sector turístico en los países más afectados; ● Planificación e implementación de medidas de recuperación e incentivos en coordinación con las organizaciones internacionales de desarrollo y donantes; ● Incluir el apoyo al turismo en los planes y medidas generales de recuperación de las economías afectadas.

Exceltur * Asociación formada por grandes empresas turísticas
<p>Previsión de la evolución del sector de hostelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fase de contención. Sin actividad turística. Duración: 4 meses mínimo hasta 20 mayo. ● Fase de apertura progresiva de medidas de movilidad y confinamiento. Sin actividad turística. Duración: 3-4 semanas de recuperación-confianza, hasta 20 junio. ● Fase de recuperación lenta y paulatina de decisiones de viaje (I): Recuperación de viajes de proximidad (demanda nacional), movilidad en vehículos particulares, limitación del tamaño de oferta turística. ● Fase de recuperación lenta y paulatina de decisiones de viaje (II): Recuperación viajes con desplazamiento en transporte compartido (tren/avión) de demanda nacional (islas) e internacional, recuperación del uso de alojamientos colectivos
<p>Resultados estimados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Caída del PIB Turístico en España en 2020 del -32,4%. ● Resultados en línea con las revisiones y escenarios similares compartidos por organismos internacionales del sector turístico (OCDE, OMT, IATA)
<p>Medidas propuestas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Aplazamiento del pago de impuestos y cotizaciones a la Seguridad Social <ul style="list-style-type: none"> ○ Pagos fraccionados diferidos del Impuesto de Sociedades y adecuar el cálculo a la cuantía de liquidación real ○ Aplazamiento de pago de cuotas de seguridad social sin coste ○ Aplazamiento en liquidación y pago de IVA ○ Aplazamiento de impuestos autonómicos: impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados e impuesto de sucesiones y donaciones y eliminación de tasas sobre el turismo hasta 2022 ● Cambios legislación: que las devoluciones de los importes de viajes se puedan sustituir por bonos canjeables al recuperarse la normalidad (evitar tensiones de liquidez). ● Facilitar liquidez empresarial: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ampliar cuantía de línea de avales al 80% a todas las empresas sin distinguir tamaño y elevar la cantidad inicialmente declarada de 20.000 a 200.000 millones de euros ○ Garantizar una línea específica para subsectores turísticos especialmente afectados (ej. líneas aéreas y touroperadores) ● Garantizar la capacidad de gestión de los ERTes: solicitud y concesión vía presentación declaración jurada, ampliar plazos a los escenarios previstos, adecuar las garantías del empleo a la estacionalidad

- Cobertura jurídica para la renegociación de los alquileres de activos turísticos durante el período de crisis

[Bain y Ernst&Young](#) *Empresas consultoras

Previsión de la evolución de la evolución del sector de hostelería:

- **Fase Confinamiento.** Actividad comercial limitada al 5% (ej. comida para llevar). Duración: Declarado: 26 abril; Punto intermedio: 8 mayo; Equivalente Wuhan: 30 mayo.
- **Fase de apertura restringida.** Dos meses desde apertura parcial, actividad limitada al 50% y con 80% establecimientos abiertos. Duración: Declarado: 26 junio; Punto intermedio: 9 julio; Equivalente Wuhan: 30 julio
- **Fase de demanda en transición.** Dos meses de oferta liberada, pero con consumidores en shock, reduciendo la demanda al 75%. Duración: Declarado: 26 agosto; Punto intermedio: 9 septiembre; Equivalente Wuhan: 30 septiembre.
- **Fase de cambio estructural en la demanda.** Menor ingreso disponible, reduciendo ventas al 85%. Duración: hasta fin de año.

Resultados estimados según duración de las cuatro fases:

- Declarado: Facturación hostelería cae 32-34%, empleo cae 22-23%, IVA cae 32-34%, VAB cae 2%, SegSoc más gasto 3-3,2mm€, Garantías de liquidez requerida por hostelería: 6-7mm€
- Punto intermedio: Facturación hostelería cae 36-38%, empleo cae 24-25%, IVA cae 36-38%, VAB cae 2'3%, SegSoc más gasto 3,1-3,3mm€, Garantías de liquidez requerida por hostelería: 9-11mm€
- Equivalente Wuhan: Facturación hostelería cae 40-42%, empleo cae 25-26%, IVA cae 40-42%, VAB cae 2%, SegSoc más gasto 3,4-36mm€, Garantías de liquidez requerida por hostelería: 15-16mm€

Medidas propuestas:

- Financiación para garantizar liquidez de empresas de hostelería (entre 6mm€ y 16mm€ según escenario):
 - líneas de crédito
 - subvención pago alquileres
 - ERTes
 - supresión de impuestos
 - otros