

**Propuesta de reflexión: piensa hoy, #viajamañana. Destino Cádiz. La sostenibilidad inteligente.**

**Antonio Rodríguez** (PPT) presenta el seminario y agradece a los panelistas su participación y señala que los organizadores tienen un claro compromiso con el sector del turismo y señala que el Patronato Provincial de Turismo en colaboración con el INDESS ha puesto en marcha esta seminario web con objeto de plantear un espacio de reflexión, análisis, diagnóstico, propuestas... Propuestas que pueden salir de este debate. En definitiva, trabajar para que Cádiz sea un destino de calidad, seguro y sobretodo sostenible e inteligente.

Comienza la moderadora, **Mercedes Morales** y recuerda que la OMT coloca en primer lugar y como prioritario la salud de las personas y en segundo lugar, una vez superado este problema, salir reforzados de esta crisis haciéndolo aún mejor. Pone de manifiesto la importancia en el sector turístico en España y la necesidad de sostener el mercado, la demanda y la oferta por medio de medidas y paquetes específicos de ayuda ante esta crisis sanitaria y económica.

Interviene **Enrique Navarro Jurado** (Director del Instituto de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga)

Plantea el cómo nos enfrentaremos, no sólo al escenario de “después del Covid”, sino el “mientras”.

Enrique habla de una gran incertidumbre que no es posible despejar ante la actual falta de datos. En investigación, sin elementos de juicio y valor, es difícil hacer un diagnóstico.

Comenta que el Covid ataca a las bases del turismo, puesto que afecta a la movilidad de personas y a las aglomeraciones de personas.

Como factor decisivo, apunta a la recuperación del sector dependiendo de la aversión de cada turista al riesgo. Habrá personas que se muestren más sensibles a viajar y otras que ya están haciendo sus reservas de cara al verano.

Otro factor a tener en cuenta es la renta disponible, ya que se vaticina que una parte significativa del mercado no podrá viajar debido a la crisis económica que esta crisis sanitaria acarrea. En concreto, un 40% de los españoles declara ya que no podrá viajar este verano.

Enrique habla de diferentes escenarios posibles propuestos por Deloitte o la OMT. En todos se presupone que la recuperación del sector turístico tardará en llegar. Al menos hasta diciembre de 2020 no empezaremos a ver mejorías.

Se plantean aquí una serie de oportunidades para la recuperación relacionadas con un mejor crecimiento del sector, con la sostenibilidad turística o con la comunidad local, aunque por el momento no se perciben grandes cambios del modelo de negocio

actual. El modelo turístico no ha cambiado por el momento y es lógico que para este verano, en este escenario de recuperación, no se hayan producido grandes cambios pero se avanza que quizás pueda llegar a final de 2021.

En cuanto a los cambios de este modelo de negocio, se plantea cuáles podrían ser y se afirma que depende del avance de la crisis sanitaria nos dirigiremos a unos u a otros. De cualquier manera, se establece que modelos poco adecuados serían los relacionados con el sector *low cost*, tanto aéreo, como hotelero como de otra tipología turística. Se cree que este sector renacerá si se encuentra una vacuna en relativamente corto plazo.

Por otro lado, no todos los segmentos turísticos se verán igual de afectados por la pandemia, siendo el turismo urbano y de litoral los más perjudicados frente al turismo rural. Esto ocurre por factores de dispersión geográfica y aglomeración de turistas, y se confirma con las reservas que ya están recibiendo desde el sector rural para la temporada de verano.

Un estudio dirigido a profesionales del sector, investigadores del ámbito universitario y técnicos de administraciones públicas del fomento del turismo a nivel local arroja datos como que el 27% de los encuestados afirma que tras la pandemia veremos cambios hacia un turismo más sostenible. Un 19% de los encuestados cree que habrá cierta reestructuración del sector turístico pero, sin embargo, no se prevén cambios significativos si éstos no van acompañados de cambios socioeconómicos. Turismo y sociedad van de la mano. Si no hay un cambio en la sociedad no habrá un cambio en los modelos turísticos. El 40% de la demanda piensa que no va a haber cambios. El estudio no es muy positivo pero hay que tener en cuenta que se realizó al principio del confinamiento. Se habla mucho de cambios pero no estamos viendo esos cambios en los modelos económicos ni en la sociedad.

El futuro a medio plazo sigue siendo una incógnita debido a la mencionada incertidumbre en la que nos encontramos. Se vaticina, no obstante, que algunos sectores puedan recuperarse más rápidamente – como se mencionaba con el turismo rural – y que ciertas medidas sanitarias que se están tomando han llegado para quedarse en el futuro. La situación actual es la oportunidad para intervenir en otra crisis como es la del cambio climático. Así mismo, esta situación puede suponer un cambio de rumbo para paliar el efecto del cambio climático. En cuanto a esto último, no debemos olvidar que todo el litoral andaluz presenta importantes riesgos en términos de vulnerabilidad medioambiental y que este hecho debe ser tenido en cuenta por las diferentes administraciones para aplicar medidas de prevención y contención. Debemos invertir en intentar disminuir el impacto del cambio climático. Tenemos que pensar en otras futuras crisis que pueden no suponer un cambio tan repentino como la actual que estamos viviendo, pero que hay que empezar a prever y preparar elementos de gestión para aminorar los posibles efectos negativos.

Como conclusión, Enrique recomienda prever planes y elementos de gestión en todos los ámbitos de actuación – públicos y privados – y en todos los niveles territoriales para gestionar futuras crisis sanitarias y económicas como la actual.

Interviene ahora **José Antonio López Sánchez** (Director del Instituto Universitario de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible de la Universidad de Cádiz, INDESS)

Afirma José Antonio que es difícil analizar la realidad cuando se está inmerso en ella, y que no podemos contemplar el fenómeno turístico como un hecho aislado, ya que depende de otros muchos factores socioeconómicos. [El turismo es transversal.](#)

A la hora de hacer un diagnóstico de la situación del sector debemos basarnos, no sólo en elementos internos (viajeros nacionales) sino también en factores externos (viajeros internacionales). A este respecto, los países emisores de turistas a España estarán – en los próximos meses - limitados en movilidad según el estadio sanitario en el que se encuentren.

No debemos olvidar que venimos de unas cifras de muy buenos resultados en cuanto a demanda turística en la provincia de Cádiz, habiendo superado los 8 millones de pernoctaciones en el último ejercicio. Esta evolución al alza se ha visto claramente afectada durante los últimos 4 meses llegando a niveles de demanda turística de los años 70.

Por un lado, debemos evaluar lo que conocemos del sector en la evolución de la pandemia al día de hoy:

- Pérdida de movilidad individual y colectiva
- Cierre total del sector turístico (que poco a poco se va recuperando)
- Recuperación de la movilidad
- Efecto multiplicador del turismo.

José Antonio engloba su visión del proceso de la crisis en tres etapas:

- 1. Miedo a lo desconocido
- 2. Añoranza de lo anterior (en esta fase nos encontramos actualmente)
- 3. Nueva realidad

En cuando a la primera fase, las características fueron:

- Miedo al contagio
- Miedo a contagiar
- Miedo a consumir
- Miedo a desplazarse
- Miedo a volver al confinamiento

Todo ello provocó:

- Desasosiego.
- Espacio físico limitado.
- Percepción de pocas ayudas financieras a los sectores afectados.
- Pérdidas de puestos de trabajo.

Como notas positivas tuvo:

- Ahorro económico durante tres meses, debido al confinamiento y limitación de movimientos.
- Ganas de salir y de ocio por parte de la gente.
- Cambio de valores, (¿o no?).

Referente a la fase de añoranza, que se extendería de mayo a septiembre de 2020, podríamos afirmar que:

Los factores conocidos son:

- Miedo a lo desconocido
- Afrontar una nueva realidad
- Afrontar una nueva crisis sanitaria cuando aún no habíamos salido de la crisis financiera de 2008, y que ha supuesto y supondrá la quiebra de negocios, la pérdida de eventos de interés cultural (Semana Santa, ferias) y deportivo, etc...

Todo ello está provocando:

- La reestructuración física del sector (la capacidad aérea se ha visto reducida al 80%, la capacidad de trenes se ha visto reducida al 40%, etc...)
- Altos índices de paro, búsqueda de empleo, miedo a un posible repunte de la enfermedad, etc...

Como notas positivas podemos mencionar:

- Con el buen tiempo mejora nuestro estado de ánimo.
- Las personas que mantienen su empleo tienen ganas de ocio.
- El turismo vira hacia un modelo menos masificado, más exclusivo (rural, natural, etc...)
- Hasta el mes de agosto recibiremos turismo nacional y a partir de ahí, recuperaremos el mercado internacional. Lo que para China fue el mes de enero, para nosotros lo fue el de marzo en términos de picos de la pandemia.

Sería posible también asistir a un cambio en el centro económico de poder mundial, que a lo largo de los años ha evolucionado desde la "city" de Londres, a Nueva York.

Probablemente ahora se desplace hacia Asia/Pacífico. Habría que plantearse si queremos un cambio en los turistas que nos visitan.

En la tercera etapa o de nueva realidad, conoceríamos los siguientes factores:

- Queremos viajar.
- Asimilación de una nueva realidad que provocaría:
  - Cambios en el modelo turístico.
  - Dinamización de viajes internacionales.
  - Nuevos protocolos turísticos, sobre todo en materia de sanidad y seguridad.

Si salimos concienciados de esta crisis, avanzaremos a un modelo turístico marcado por la sostenibilidad, la seguridad, la solidaridad, la sanidad y la formación.

Por último, se establecen tres pilares fundamentales - a su juicio - donde debería descansar el turismo en la provincia de Cádiz.

- 1) La sostenibilidad económica, territorial y en el ámbito de la administración pública. Ello se podría traducir en estrategias como posicionar la marca de la provincia de Cádiz, fomentar la coordinación entre los entes de promoción locales para trazar estrategias de planificación turística, inversión en nuevas tecnologías, etc... Habrá que elaborar planes estratégicos (ya obsoletos) y promover una imagen única de la provincia.
- 2) Las TICs en materia de seguridad, destinos inteligentes, inteligencia artificial, etc... que se podría traducir en mejoras en nuevas tecnologías en el sector hotelero, hostelero, etc...; en implantación de sistemas de reconocimiento facial para contar con una base de datos de viajeros (afirma que en el futuro los hoteles elegirán a sus huéspedes), el fomento de la tecnología del 5G o internet global aplicado a segmentos de sol/playa, rural, etc... que permitiese la coordinación de distintos puntos de información, etc... Menciona también que asistiremos, en el plano de la movilidad aérea, a numerosas fusiones entre compañías y grandes grupos de la aviación. Habrá cambios también en el modelo de aeropuertos.
- 3) La diversificación de la oferta en términos de sostenibilidad para apostar por un turismo más exclusivo y menos masificado: glamplimg, mesoterapia, etc... Un turismo más saludable. Se sugiere también segmentar la oferta para dirigirnos mejor a sectores concretos – como el turismo senior – y gestionar campañas de comunicación específicas. También se recomienda apostar por sectores como el MICE, el gastronómico o el turismo de naturaleza.

Por último, se hace mención a las medidas que se están tomando a nivel:

- Europeo: con bonos y subvenciones que animen a viajar (Bonos de 500 € a familias con menos renta en Italia) (ej. Cheques vacacionales en Francia), corredores turísticos seguros (ej. Francia, Suiza y Alemania) o el rescate a

compañía aéreas (ej. Lufthansa). Comenta que España va tarde en adoptar este tipo de medidas.

- Comunidades Autónomas españolas: App para controlar el aforo en playas (Galicia), descuentos en establecimientos turísticos para personas que hayan estado en primera línea de batalla en la pandemia (Gandía) o límite horario en espacios del litoral (País Vasco).

Por último, interviene **Josep A. Ivars Baidal** (Profesor del departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física y miembro del Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante)

Josep invita a reflexionar no sólo a la realidad post Covid, sino al momento actual ya que aún no lo hemos superado (ej. Cuento “y cuando se despertaron, el dinosaurio aún seguía allí”). Nos toca no solo ver cómo hacemos cuando pare la tormenta sino aprender a bailar con la lluvia.

La evolución post Covid depende de multitud de factores y de un panorama bastante complejo: la posible vacuna, los posibles rebrotes, la recuperación de la economía (efectos en el empleo y efectos en la renta), etc...

Por otro lado, Josep afirma que ya veníamos asistiendo a una cierta ralentización en el modelo de crecimiento de la actividad turística con puntos de inflexión como la quiebra de Thomas Cook.

Propone varias cuestiones sobre las que reflexionar:

- ¿Cómo van a reinventarse los restaurantes? Cocinas fantasmas en polígonos y servicio a domicilio? ¿y las plataformas de reservas turísticas?
- ¿Qué restricciones tendrán los viajes? ¿Asistiremos a limitaciones como las producidas a raíz del 11S, pero esta vez en materia sanitaria?.
- ¿Qué sectores tardarán más en recuperarse? Se cree que algunos como el de cruceros tardarán más que las pequeñas empresas.
- ¿Cómo se reconfigurará la competencia?, ¿saldrán reforzados algunos países frente a otros? Aquí podríamos mencionar destinos como Croacia, Grecia o incluso Turquía que pueden afectar al posicionamiento de España.
- ¿Estamos actuando – a nivel políticas públicas – como la segunda potencia en turismo mundial? España no ha valorado lo suficiente al sector a pesar de ser lo que somos.

El shock de demanda no será tan grande en destinos como Cádiz y Valencia debido a las segundas residencias y al turismo nacional. Pero hay que tener en cuenta que el nivel de gasto en el turismo nacional no es tan fuerte como en el internacional.

Plantea todas estas incertidumbres en dos posibles escenarios aplicados a la Comunidad Valenciana.

Otro tema que plantea es la reflexión sobre la recuperación o la reforma. Hay que recuperar pero con las luces largas para ver donde queremos ir. Aboga por la resiliencia del destino turístico de la provincia de Cádiz y cuestiona si la crisis del Covid 19 será el catalizador hacia una serie de transformaciones estructurales en el sector. A propósito de estas transformaciones, habría que plantearse para quién o para qué. Quizás debemos apostar por ayudas a las PYMEs en lugar de a las grandes compañías aéreas.

Por otro lado, se hace hincapié en la seguridad como pauta fundamental para la recuperación del sector, una seguridad sensata (no puedes hacer un covid-free) así como el reconocimiento del peso del turismo en nuestra economía, evitando modelos masificados como el ejemplo de Venecia.

Es interesante plantearse nuevos modelos de ciudades turísticas y las contracciones que suponen a partir de ahora. ¿Será la limitación en el transporte público, por un lado imperativa ante la crisis sanitaria, adecuada para un modelo de desarrollo sostenible?, ¿será compatible alcanzar más espacios públicos para el ciudadano con la implantación de más terrazas en los restaurantes? Hay que buscar equilibrios sensatos, pensar en el residente y reconducir la posible fricción entre residentes y turistas.

Para lograr la recuperación se recomienda enfocarse en lo siguiente:

- Seguridad como premisa fundamental
- Actuar en clave de escenarios
- Actuar en clave de mercados
- Posicionar los productos como premisa para generar demanda
- Analizar los datos estadísticos para añadir valor a nuestras estrategias.
- Adoptar estrategias de comunicación óptimas.
- Abogar por la sostenibilidad del destino
- Fomentar la hospitalidad del ciudadano.
- Impulsar la digitalización, con medidas como el análisis de la evolución de reservas para trazar estrategias de actuación, implementar el Big Data, evitar la brecha digital y la dependencia de grandes multinacionales a cambio de una mayor colaboración entre destinos, estableciendo flujos de intercambio de datos, etc...

Reflexiona también sobre cómo se gestionarán las playas (desaconseja soluciones como el plexiglás) o cómo afectará a la precariedad laboral esta crisis económica, seguramente acentuada por la sustitución de puestos de trabajo con nuevas tecnologías.

Como preguntas en debate, Mercedes afirma que tras contactos con empresarios y comerciales de hoteles de la provincia de Cádiz saca las siguientes conclusiones:

- No están especialmente preocupados por la temporada de verano, ya que están recibiendo muchas reservas. Cádiz es uno de los destinos más buscados en Booking. Si les preocupa lo que ocurrirá en otoño si no llegan turistas.
- Descartan, en su mayoría, acogerse a créditos ICO para no endeudarse.
- Consideran que ya cumplen con medidas de sostenibilidad por la propia necesidad de ajustarse a los estándares de calidad que les exigen cumplir.
- Consideran que el destino provincia de Cádiz ya cumple criterios de sostenibilidad: cliente fiel que viaja en familia, media de edad de entre 40-50 años, planta hotelera relativamente nueva, etc...
- Piden a las administraciones públicas una campaña de publicidad unificada para el destino y un argumentario único argumentaciones para vender.

Enrique responde que la sostenibilidad tiene varias patas y, aunque ya se cumplen algunas de ellas como las mencionadas (turismo de cercanía, familiar, etc.), falta aún cubrir muchas otras: gasto energético a medio y largo plazo, construcciones responsables en el litoral, sostenibilidad social en materia de empleo, etc... La economía actual en términos macro no es sostenible.

Da la razón a que el uso de una misma marca para toda la provincia nos haría mucho más fuertes.

El riesgo en otoño sería un rebrote.

Por último, se hace mención a otras cuestiones planteadas por los asistentes como la recuperación favorable del sector del enoturismo en la provincia de Cádiz.

Qué tipo de turista nos encontraremos?

El más afectado va a ser el turismo internacional. Por otra parte, la tercera edad este año seguramente no va a viajar pero este sector no tiene tanto peso en la provincia de Cádiz.

Josep A. apunta que todas las zonas de la provincia de Cádiz no se van a ver afectadas por igual, depende de la zona y del tipo de turista que recibe. Por ejemplo Soto Grande acoge un turista exclusivo y de lujo por lo que probablemente sufra un menor impacto que el Novo, dirigido a un turista más internacional. Igualmente la situación cambia en la costa noroeste con un turismo más familiar y nacional.

Cómo se puede minimizar el impacto de un comportamiento de usar y tirar?

Enrique apunta que es cuestión de respeto.

Josep A. señala la importancia de generar destinos amigables (evitando que se asemeje a un destino hospital).

Enrique hace mención a un estudio que se realizó en Cádiz sobre la afluencia de personas en la playa durante los meses de julio y agosto y donde se llegó a unas cifras de 2.500 personas concentradas en 500 m<sup>2</sup>. Hay que articular medidas para evitar este tipo de aglomeración. Por ejemplo, en el País Vasco no se permite llevar hamacas a la playa o la práctica de deportes.



Qué opináis del turismo deportivo?

Enrique responde que ya existe en Cádiz una tradición de turismo deportivo pero está claro que podría potenciarse. Indudablemente se debe apostar por este segmento siempre que no implique aglomeración (ej. vela, golf, surf ampliando los horarios para la práctica, etc.)

Formación para los trabajadores?

Algunas empresas ya han estado impartiendo cursos de este tipo. Enrique comenta que ya hay planes de formación pero se desconoce por el momento como se van a gestionar.

Por último el turismo enológico, que no se ha citado, es uno de los segmentos con más posibilidades y parece que el sector se está reactivando ya.