

Cátedra de Política Industrial

APUNTES 3 (febrero de 2021)

La industria del turismo

José M. Martínez-Val
Director de la Cátedra

Raramente se considera el Turismo como una industria, si bien Industria y Turismo han estado en el mismo ministerio en algunas (no muchas) ocasiones. Sin embargo, en la bibliografía internacional científico-técnica, sí es común el término “tourism industry”; pero cuando se analizan esos escritos, no se aprecia paralelismo entre las metodologías de uno y otro sector, salvo en cuestiones estadísticas.

Lo que se propone en este Apunte es que algunos aspectos del Turismo sean tratados como una industria, particularmente en aquello que proporcione mayor fiabilidad y resultados de garantía, es decir, los ámbitos en los que se puedan aplicar **sistemas de calidad** y una **digitalización** potente, útil, amigable de funcionamiento, y que ayude al cliente a sentirse verdaderamente protegido. Incluso el mero empleo del término “industria del turismo” puede producir un efecto positivo en la publicidad y la credibilidad que España necesita para recuperar más de 60 millones de turistas anuales.

Tanto los sistemas de calidad como los de digitalización serían de uso voluntario, y con opciones diversas según especialidades y alcance, pero cabría propiciar la creación de imágenes de marca, como las Denominaciones de Origen.

La proyección internacional de esas imágenes de marca se puede hacer aprovechando eventos deportivos internacionales, donde España o deportistas españoles están presentes muy a menudo. Sería muy bueno instilar la idea de que el turismo español, como el transporte internacional de pasajeros en general, está sufriendo una crisis de extraordinaria profundidad, contra la que ya se está trabajando, de tal modo que estén perfectamente disponibles los espacios turísticos, para cuando el riesgo del COVID se haya marginalizado, y la gente tenga unas ganas incontenibles de buen sol, buena playa, buenos servicios aeroportuarios, buenos coches (eléctricos) de alquiler, y un suministro de electricidad que no falla.

AVISO DE URGENCIA

Una cuestión esencial en la recuperación del turismo va a ser el ritmo de vacunación y el plazo en el que se alcance la llamada inmunidad del rebaño (herd immunity).

Este plazo se va a convertir en un test de madurez y capacidad organizativa de los diversos países, y desgraciadamente España no está quedando bien clasificada en los primeros meses. Por ejemplo, Gran Bretaña, a finales de febrero, nos gana por 17 millones a 3. En junio podrán venir los british a nuestras costas, pero nosotros no estaríamos del todo preparados para recibirlos. Cuando el porcentaje de inmunizados en un grupo disminuye, la inmunidad del rebaño desaparece. Necesita un umbral del 70% para ser efectiva.

Y dado que los tour operators y demás negociantes turísticos necesitan actuar con tiempo, es fundamental **dar a conocer unos planes de vacunación en nuestro país, que sean convincentes**, y lleven a la inmunidad generalizada antes del verano. Por descontado, a partir de ahí, hay que *verificar que los planes se van cumpliendo*.

Repasando en la Cátedra los temas propios de Industria, para preparar este ejercicio, ha aparecido la cuestión de la crisis del Turismo a causa del COVID, e inevitablemente ha habido que pensar si se podía proponer algunas acciones que coadyuven a superar esa dura situación. No es algo que pertenezca al corpus de la Ley de Industria, pero que se puede beneficiar de lo que emane de ella.