



Francisco Javier Melgosa. DIRECTOR DEL MÁSTER EN TURISMO EN LA UNIV. “Volver a las cifras récord de turistas de años anteriores no será inmediato”

El experto y director del Máster de Turismo de la Universidad de Salamanca afirma que habrá más competencia en el sector para atraer visitantes y que el turismo rural va a ganar protagonismo

M.D. FRANCISCO Javier Melgosa, director del Máster de Turismo de la Universidad de Salamanca y vicepresidente de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), afirma que Salamanca tardará en recuperar el millón de turistas al año que tenía antes de la pandemia, aunque confía en que el turismo rural y ecoturismo ayuden a superar la crisis.

—¿Cuándo será posible que el sector turístico empiece a recuperar cierta normalidad?

—En el momento que haya un alto porcentaje de vacunación y que los datos epidemiológicos permitan recuperar la movilidad entre todas las provincias. Un informe reciente de la European Travel Commission señala que el 52% de los europeos planea viajar en los próximos 6 meses, el 67% se siente seguro y España sigue siendo el país idóneo para viajar. En cuanto a la Semana Santa, la prohibición de celebrar los actos religiosos por motivos de seguridad perjudica al sector turístico que estaba acostumbrado a tener muy buenos datos con motivo del evento religioso. No obstante, si no hay restricciones de movilidad este periodo puede ser una oportunidad para el turismo rural y de naturaleza.

—¿Se reducirá la oferta al parecer alojamientos y empresas de turismo?

—El sector turístico ha sido el más perjudicado de todos los sectores económicos, con mucha diferencia. Hay esperanza en el mecanismo de recuperación y resiliencia que ha puesto en marcha la Unión Europea y en los anuncios de ayudas por parte del Gobierno, comunidades autónomas y entidades locales, aunque en muchos casos, ya será tarde. Ojalá sean pocas las empresas que desaparezcan, pero las perspectivas a corto plazo no son buenas. Es muy difícil mantener una empresa que no tiene ingresos y tiene que afrontar varios gastos.

—¿Hacer turismo será más caro a partir de ahora?

—Es cierto que los establecimientos turísticos han tenido que adoptar una serie de medidas de seguridad para cumplir los protocolos COVID, reducir aforos, arbitrar medidas para evitar contactos, etc., que pueden causar un incremento de precios. Pero también estamos viendo que se está generando una competencia entre empresas y destinos con ofertas atractivas para captar a los potenciales visitantes. El turista se puede ver beneficiado de esa competencia.



Francisco Javier Melgosa. | GUZÓN

—¿El nuevo turismo huirá de la masificación?

—No hacerlo sería en estos momentos una irresponsabilidad del turista. De entrada, por lo menos a corto plazo se mantendrán limitaciones de aforo en los establecimientos y recursos turísticos. Además, la mayor parte de la población acepta pacíficamente la recomendación de alejarse de aglomeraciones y evitar destinos masificados.

—¿Salamanca podría beneficiarse de esa huida de la masificación recibiendo más turistas?

—La ciudad es un destino con mucho potencial por tener una buena conexión por carretera y por ferrocarril con Madrid. No son muchas las ciudades que tienen un bus directo al aeropuerto, ni un tren que te acerque a la ciudad en 90 minutos. Además, la ciudad es una “marca” de referencia entre los destinos culturales. Ahora es el momento de encontrar el complemento en la provincia para ofrecer estancias más largas. La oferta de recursos naturales y culturales, buenos alojamientos, buenos restaurantes y productos únicos, como el “jamón turismo”, garantizan una apuesta segura para cualquier visitante.

—¿Qué sectores turísticos van a verse potenciados?

—Ahora mismo, todos los expertos aprecian fortalezas en todas las actividades relacionadas con el ecoturismo y el turismo rural, pero es previsible que en función de la evolución de la pandemia surjan nuevos productos.

—¿Costará más tiempo recuperar la confianza de los turistas extranjeros?

—La recuperación del turismo extranjero dependerá de una respuesta coordinada de todos los países. Desde la UE se planifica un “pasaporte” de vacunación para el verano. La seguridad sanitaria será fundamental y es pronto para hacer previsiones. Un alto ejecutivo de la OMT señaló en el XXI Congreso de la AECIT que la recuperación del turismo internacional no sería antes de 2022 y que muchas previsiones apuntaban a 2023 y 2024.

—Se habla de que el turismo tiene un impacto del 11% o más en el PIB de España. ¿En el caso de Salamanca sería superior?

—En los últimos años se ha apuntado a ese porcentaje de forma unánime, pero desde la crisis pro-

“La ciudad es un destino con mucho potencial. Ahora es el momento de encontrar el complemento en la provincia para ofrecer estancias más largas”

“La prohibición de celebrar los actos religiosos en Semana Santa perjudica al sector turístico. No obstante, puede ser una oportunidad para el turismo rural”

“El turismo crea mucho empleo, ha fijado mucha población en el medio rural y ha sido el único sector que ha mitigado la deslocalización de algunas empresas”

Pérdida de empresas turísticas

La paralización de la actividad turística durante buena parte de la pandemia ha provocado en Salamanca la pérdida de casi 40 establecimientos o empresas en el sector, de acuerdo con el registro de la Junta de Castilla y León. El mayor retroceso tiene lugar en el apartado de viviendas turísticas, con 33 menos en comparación con febrero del año pasado. En este caso, la mayoría de los propietarios han decidido destinar los inmuebles a alquileres de mayor duración, a la vista de la escasez de turistas que ha recibido la ciudad (un 70% menos en 2020 que en 2019). Las agencias de viajes también han sido de las más afectadas y lo demuestra el cierre de cuatro establecimientos en la provincia. También han dicho adiós un hotel, dos hostales, un albergue y una empresa de actividad turística. El turismo rural consigue salvar la crisis en Salamanca al sumar en un año un hotel y dos casas más.

vocada por el COVID hay expertos que anunciaban una influencia mayor a ese 11% por ser una actividad transversal que influye indirectamente en otras muchas como la construcción, los productos agroalimentarios, comercio y otros servicios. En la ciudad, considero que la contribución del turismo en la actividad económica está por encima de ese porcentaje.

—Salamanca ha llegado a superar el millón de visitantes. ¿Tras la pandemia volverá a alcanzar esos registros?

—La ciudad llevaba unos años de continuo crecimiento fruto de una buena colaboración de las instituciones y el sector turístico. Es un destino que ha tenido una promoción especial por su condición de “Patrimonio mundial”, por la “capitalidad cultural” y por la dinámica que genera su Universidad, el “VIII Centenario”, etc. ¿El futuro inmediato? Aunque las fortalezas son muchas frente a otros destinos, volver a las cifras récord de turistas de años anteriores no será inmediato porque dependemos de muchas decisiones que no se toman desde los destinos. En cualquier caso, la responsabilidad de todos

es estar preparados para realizar la mejor oferta una vez que se eliminen las restricciones.

—Muchas veces se critica el modelo turístico en España por considerarse un sector con empleos precarios.

—En un sector que genera tantas cotizaciones a la Seguridad Social, hay de todo: empleos buenos, regulares y malos. Habría que comparar los convenios colectivos con otros sectores. No obstante, el turismo siempre ha sido objeto de la crítica fácil, entre otras cosas porque no hemos sabido buscar otras actividades económicas para nuestras ciudades y pueblos. El turismo crea mucho empleo, ha fijado mucha población en el medio rural, ha sido el único sector que ha mitigado la deslocalización de algunas empresas grandes que se han desplazado a otros países de África y Asia. La crisis COVID-19 nos ha sorprendido cuando se estaba trabajando en un nuevo modelo, en el que son pilares fundamentales la sostenibilidad, tanto en su vertiente social como ambiental; la digitalización, sobre todo, desde un punto de vista inspiracional; y la seguridad para que el turista pueda tener confianza.