El turismo como complemento

Tiempo de lectura: 2 min.
Dom, 24/06/2018 - 09:28

Quizá sea el momento de decirlo con claridad: el turismo no es el sector o rama de actividad sobre el que deba sostenerse el crecimiento económico de un país. Tampoco es, entiéndase bien, una fuente de ingresos despreciable, todo lo contrario. Es un mercado que merece ser tenido en cuenta, porque proporciona ingresos considerables a los países que saben explotarlo. Ahí está el caso de Estados Unidos, Francia o España para demostrarlo; o países como Italia, que han hecho del turismo un arte de extracción eficiente de rentas. El problema es que la

producción turística es incapaz de fundamentar un patrón de crecimiento sostenido en el tiempo y de alto valor añadido. La experiencia del caso español demuestra que el turismo captura ingresos muy necesarios para la balanza por cuenta corriente, pero genera negocios de estructura muy débil. Básicamente, una mayoría de esos negocios (las excepciones son obvias) progresan gracias al uso de empleo precario y no suelen sobrevivir en fases de recesión, como ha quedado demostrado en la última crisis.

Esta advertencia es necesaria para entender que la opción de poblar un país de empleo de discutible calidad y, por añadidura, del sector servicios, no es la mejor opción de futuro. Es un patrón de crecimiento poco recomendable. Ahora bien, es evidente que América Latina no ha explotado su capacidad turística potencial; no se ha fabricado un mercado turístico a su medida. Ni siquiera Brasil, porque extraer rentas de su litoral (las playas) equivale a quedarse en la superficie del negocio.

El turismo requiere una definición estratégica previa (sol y playa, ocio cultural, rural, ocio deportivo); la aparición de inversiones en infraestructuras privadas (hoteles, alojamientos, redes de transporte) y públicas (carreteras, redes de ferrocarril); y unas condiciones mínimas de estabilidad, entre las que destaca la seguridad. Pocas de estas condiciones se han cumplido en los países del área, con muy honrosas excepciones.

Hay un argumento añadido, aunque episódico: la recesión ha provocado descensos en la afluencia turística en el subcontinente. No obstante, es fácil establecer que no es la recesión ni la coyuntura económica lo que explica la debilidad del turismo en América Latina (apenas el 3,1% del PIB), sino la mencionada ausencia de infraestructuras y la falta elemental de redes de captación de visitantes. Los atractivos locales, que suelen ser el primer cebo para el turista, existen, están ahí. Hay materia prima para el turismo de sol y playa, para el monumental y para el cultural. Pero en ausencia de las estructuras necesarias, el esfuerzo final no puede realizarse o no tiene los resultados esperados. Así que puede decirse que las economías latinoamericanas no están orientadas hacia el negocio turístico... en general.

Si el turismo es o debe ser en el futuro un mercado estratégico para América Latina —aunque no su patrón de crecimiento— es lógico suponer que deben ser los estados quienes tomen la iniciativa para impulsarlo. En consecuencia, es obligado aplicar inversión pública a su diseño y desarrollo; y, por lo tanto, es necesario contar con

recursos públicos excedentes con el fin de conseguir las infraestructuras deseadas. Y es en este punto donde aparece la realidad de fondo en las economías latinoamericanas: sufren de una debilidad fiscal congénita, porque carecen de instituciones estatales firmes para recaudar y no está extendida la cultura tributaria.

No hay Estado sin impuestos y, aunque suene heterodoxo, sin represión del fraude; y si el Estado realmente existente, con una estructura fiscal demediada, no puede actuar en los intersticios de la actividad económica privada, como estímulo o como estratega final, el aprovechamiento de los mercados básicos bien desarrollados en otras áreas económicas (dólar, euro) es insuficiente.

El País

24 de junio de 2018

https://elpais.com/economia/2018/06/21/actualidad/1529603185_937026.html

ver PDF
Copied to clipboard