

ANTONI RIERA, CATEDRÁTICO DE ECONOMÍA APLICADA EN LA UIB

Economista

La especialización turística de Eivissa afronta hoy crecientes cuestionamientos por fenómenos como la masificación, los elevados precios de la vivienda o los impactos medioambientales. Antoni Riera,

catedrático de Economía Aplicada en la UIB, señala que las limitaciones actuales para el bienestar de los residentes están relacionadas con el funcionamiento del sistema turístico y la necesidad de ganar eficiencia, innovación y equilibrio en la cadena de valor.

«No se trata de abandonar el turismo, sino de cambiar cómo lo producimos»

MIGUEL GONZÁLEZ
Eivissa

El director técnico de Impulsa Balears y catedrático de Economía Aplicada en la UIB, Antoni Riera, escribió junto con Javier Capó y Jaume Rosselló 'El desarrollo turístico como manifestación de la dutch disease'. Este artículo académico publicado en 2005 analiza los efectos del fenómeno económico de la 'enfermedad holandesa' en Balears, derivados de una especialización turística muy intensa y centrada en maximizar las entradas de visitantes. En el texto, Riera no cuestiona el turismo, sino que anticipa los retos que este patrón productivo plantea para la productividad, la innovación y la sostenibilidad del sistema turístico, cuestiones hoy muy presentes en el debate público, 20 años después.

— ¿Qué es la 'enfermedad holandesa'?

— La literatura económica usa 'enfermedad holandesa' para describir lo que ocurre cuando un auge exportador eleva la renta y la economía se encarece frente al exterior. En ese contexto, suben los precios de los servicios locales no exportables como vivienda, restauración o construcción, el trabajo y el capital se desplazan hacia el sector exportador y hacia estos sectores y pierden competitividad otros productos que vendemos fuera. A corto plazo vemos más actividad; a medio, puede estancarse la productividad y no traducirse el crecimiento en bienestar. Es un marco analítico identificado en recursos naturales que ayuda a interpretar lo que sucede en economías turísticas abiertas.

— ¿Cómo se conecta esto con el turismo?

— El turismo es, en esencia, exportación de servicios consumidos en destino basada en capital natural (paisaje, litoral o clima). Cuando la economía crece por cantidad, más visitantes, aumenta la renta y tira de servicios locales (no exportables), que se encarecen y absorben recursos. Si ese impulso no se com-



Bernardo Arzálluz

El economista Antoni Riera durante una mesa redonda del Foro Mediterráneo, organizado por Diario de Mallorca y Diario de Ibiza.

«La clave es conseguir más valor por visitante y mejor composición del crecimiento»

«El decrecimiento puede aliviar presiones ambientales, pero no garantiza bienestar»

pensa con productividad; con más eficiencia, tecnología, capital humano; y diversificación hacia actividades que compiten en el exterior, la economía reproduce el 'mal holandés': mucha especialización, costes internos al alza y menos músculo en los sectores que compiten internamente. La clave no es 'más o menos turismo', sino más valor por visitante y mejor composición del crecimiento.

— ¿Por qué ocurre esto?

— Porque, a cierto nivel de desarrollo, sumar volumen ya no genera por sí mismo ganancias de productividad. Los ámbitos que más crecen como turismo y servicios locales (no exportables) suelen ser menos intensivos en innovación, tecnología y formación que la industria que vende fuera. A la vez, el

boom encarece producir, de modo que resulta más difícil competir en mercados externos. Esa combinación de estructura con menor potencial de aprendizaje y precios relativos que desincentivan la producción sujeta a competencia internacional explica que PIB y bienestar puedan desacoplarse si no se corrige la composición del crecimiento.

— ¿Cuáles son estas dinámicas en la práctica?

— La primera es la alta especialización en turismo y desindustrialización relativa. La segunda es el encarecimiento de los servicios locales no exportables frente a la industria, lo que refuerza el desplazamiento de recursos. La tercera son las tensiones en vivienda y otros precios clave, lo que provoca efectos distributivos y sobre la población resi-

dente. La cuarta es la mayor vulnerabilidad a shocks externos y presión medioambiental cuando la inversión no acompasa la estacionalidad. No es un juicio, sino mecanismos esperables si el crecimiento se apoya sobre todo en cantidad.

— Últimamente se habla mucho de decrecimiento, ¿puede ser una solución?

— No lo plantearía como crecer o decrecer, sino como cambiar la forma de crecer. El decrecimiento puede aliviar presiones ambientales, pero como receta general no garantiza bienestar en economías abiertas. Lo que funciona es reorientar el crecimiento: menos dependencia del volumen y más valor por visitante, productividad y diversificación hacia sectores que venden fuera. Eso implica capital humano e in-

novación, gestión eficiente y tecnología; internalizar costes ambientales y de congestión con reglas claras y tener en cuenta otras medidas además del PIB como salarios reales, acceso a vivienda o calidad de servicios. No se trata de decrecer, sino de crecer distinto para que el crecimiento se traduzca en bienestar.

— Pero la prosperidad de los habitantes de Balears mejoró con la llegada del turismo.

— Sí. Entre 1950 y mediados de los 90, apostar por el turismo fue una decisión acertada: aceleró la convergencia en renta, modernizó infraestructuras y generó empleo. Ese impulso empieza a mostrar límites a mediados de los 90 y se hace visible desde 2000. La economía sigue creciendo, pero cuesta más traducirlo en bienestar y se ve en salarios reales, vivienda, tiempo y calidad de servicios. No es una paradoja: alcanzado cierto nivel, un patrón de crecimiento intensivo en mano de obra, capital físico y recursos naturales añade cada vez menos productividad.

— ¿Qué pasó para que se rompiera esta dinámica?

— Balears maduró. Lo que fue clave en el despegue como la mano de obra, obra civil o recursos naturales ofrece rendimientos decrecientes en una economía avanzada. Al mismo tiempo, los sucesivos booms mantienen altos los precios relativos de los servicios locales, lo que dificulta competir fuera si no se gana eficiencia. El punto de inflexión señala que el motor de bienestar pasa de la cantidad a la productividad; a través de tecnología, organización y capital humano.

— ¿Debemos dar la espalda al turismo para abrirnos a otros sectores que nos hagan ganar más productividad?

— No se trata de abandonar, sino de cambiar cómo producimos. El turismo no es 'bueno o malo': hay formas mejores de producirlo. Podemos mantener el liderazgo en experiencias *in situ* y, a la vez, añadir capas de conocimiento y tecnología: servicios empresariales avanzados, *software* y analítica, diseño de producto, ingeniería de eficiencia hídrica y energética. En paralelo, diversificar hacia actividades exportadoras conectadas a la cadena de valor turística.

— Entonces, se debe cambiar la manera en la que pensamos el turismo?

— Sí. Pasar de un turismo intensivo en trabajo, recursos y ladrillo a uno intensivo en conocimiento, tecnología y diseño. Eso significa más valor por estancia, personalización con datos y automatización que aporte eficiencia y economía circular como estándar operativo. El ob-



B. Ramon

El director técnico de Impulsa Balears en el Parc Bit de Palma.

«La economía sigue creciendo, pero cuesta más traducirlo en bienestar y se ve en salarios reales y vivienda»

«Balears debe pasar de un turismo intensivo en trabajo y recursos a uno intensivo en conocimiento»

jetivo no es más volumen, sino mejor composición del crecimiento.

— ¿Sirve la desestacionalización como una manera de cambiar la manera de producir?

— Por sí sola, no. Si en octubre producimos lo mismo que en agosto, solo redistribuimos volumen: cambia el calendario, no el valor. La desestacionalización funciona cuando se vincula a productos distintos como congresos con servicios avanzados, estancias largas con teletrabajo y formación, cultura e industrias creativas y a otra forma de producir; con tecnología, datos y eficiencia. Sin ese salto, la producti-

vidad no se eleva.

— Si seguimos por el mismo camino, ¿qué puede pasar?

— El riesgo es perder posición si otros destinos innovan más rápido y el precio deja de compensar. Como ocurrió con Manacor y el sector del mueble: el conocimiento y la experiencia existían, pero el mercado migró hacia quien combinó diseño, tecnología y costes. Precisamente por eso urge transformar el producto turístico y el modo de producirlo.

— En su artículo 'El desarrollo turístico como manifestación de la dutch disease', observa que la productividad es mayor en las actividades industriales. ¿Sería un buen camino para Balears acercarse a ellas?

— Sí, en el sentido de acercar el turismo a la lógica industrial de innovación, estandarización y escalabilidad. Hoy las fronteras entre servicios e industria están difuminadas. Europa habla de ecosistemas industriales y el turismo es uno de ellos. La estrategia es fusionar agricultura, industria y servicios turísticos: diseño y fabricación vinculados al destino, *software* y servicios para la cadena turística y exportar ese *mix*. Ahí las ganancias de productividad son más sostenibles.

— ¿Hay alguna actividad en concreto?

— La primera es una educación universitaria de referencia en turismo y gestión de destinos. Otra es el

«Para el cambio, hace falta una hoja de ruta con objetivos medibles, como valor por visitante»

«No hace falta otro diagnóstico, hace falta poner en marcha el nuevo ascensor»

diseño y testeo de equipaje y soluciones de *handling* y nuestros aeropuertos son un laboratorio para ello. También están los sistemas de logística y gestión de flujos para reducir congestión. La cuarta son tecnologías de ahorro de agua y energía para hoteles, con certificación y licencias. Por último están las plataformas de datos para planificación y tarificación inteligente. Todo ello permite monetizar conocimiento local más allá del servicio *in situ*.

— Por lo que acaba de decir, no haría falta un salto económico radical.

— Exacto: no es cambiar de sector, es subir de piso en la misma escalera. Traducir crecimiento en bienestar exige invertir en intangibles como personas, organización o datos; mejorar procesos y exportar conocimiento junto al servicio. En términos sencillos: otro ascensor dentro del edificio turístico, que nos saque del techo del patrón de crecimiento 'a la antigua'.

— ¿Es posible un cambio de modelo turístico en Balears después de una inercia tan fuerte del actual?

— Sí, si se combinan liderazgo, gobernanza e incentivos. Hace falta una hoja de ruta con objetivos medibles como valor por visitante, productividad, presión sobre servicios locales; una cartera de proyectos tractores como digitalización, eficiencia hídrica-energética, formación e incentivos y reglas claras como tasas, cánones y cupos inteligentes que alineen la inversión privada con esas metas.

— Cada vez son más las voces que llaman a repensar el turismo en Balears.

— Ese consenso entre universidad, empresas, sindicatos, instituciones y medios es hoy una ventaja. El reto es pasar del 'qué' al 'cómo': fijar metas compartidas, financiación y control del cambio y rendir cuentas con indicadores de bienestar como salarios reales, vivienda, calidad de servicios además del PIB. El momento es propicio: no hace falta otro diagnóstico, hace falta poner en marcha el nuevo ascensor. ■