4 | Pitiüses Domingo, 31 de agosto de 2025 DIARIO de IBIZA

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

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 vla sostenibilidad del sistema turístico, cuestiones hoy muy presentes en el debate público, 20 años des-

— ¿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-



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

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

vidades que compiten en el exterior, la economía reproduce el 'mal holandés': mucha especialización. costes internos al alza y menos músculo en los sectores que compies '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 v servicios lomenos intensivos en innovación,

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 ten internacionalmente. La clave no 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 cales (no exportables) suelen ser de recursos. La tercera son las tensiones en vivienda y otros precios tecnología v formación que la in- clave, lo que provoca efectos distridustria que vende fuera. A la vez, el butivos y sobre la población resi-

rabilidad 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**DIARIO de IBIZA** Domingo, 31 de agosto de 2025

v tener en cuenta otras medidas les, acceso a vivienda o calidad de crecimiento se traduzca en bienes-

tantes de Balears meioró 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.

esta dinámica

ve en el despegue como la mano de 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 pasa de la cantidad a la productivización y capital humano.

ductividad?

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

manera en la que pensamos el tu-

— 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 v economía circular como estándar operativo. El obvidad no se eleva.

«La economía sigue

en bienestar v se ve

«Balears debe pasar

intensivo en trabajo

ietivo no es más volumen, sino me-

como una manera de cambiar la

– Por sí sola, no. Si en octubre pro-

solo redistribuimos volumen: cam-

bia el calendario, no el valor. La de-

sestacionalización funciona cuan-

como congresos con servicios

avanzados, estancias largas con te-

jor composición del crecimiento.

en salarios reales

v vivienda»

de un turismo

intensivo en

manera de producir?

v recursos a uno

conocimiento»

creciendo, pero

— 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 produ-

— 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

— 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. — ¿Sirve la desestacionalización 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 e mix. Ahí las ganancias de prodo se vincula a productos distintos

— ¿Hay alguna actividad en con-

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 sa-

— ¿Es posible un cambio de mo-«No hace falta otro delo 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.

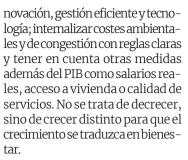
que del techo del patrón de creci-

miento 'a la antigua'.

Pitiüses | 5

– Cada vez son más las voces que llaman a repensar el turismo en

— Ese consenso entre universidad, empresas, sindicatos, instituciones v medios es hov una ventaia. 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.



— Pero la prosperidad de los habi-

— ¿Qué pasó para que se rompiese

— Balears maduró. Lo que fue claobra, obra civil o recursos naturales señala que el motor de bienestar dad; a través de tecnología, organi-

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

— No se trata de abandonar, sino de seño de producto, ingeniería de efi-

— ¿Entonces, se debe cambiar la ducimos lo mismo que en agosto,

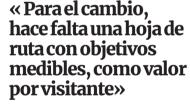


cuesta más traducirlo

ductividad son más sostenibles.

letrabajo y formación, cultura e in-

dustrias creativas y a otra forma de — La primera es una educación producir: con tecnología, datos v universitaria de referencia en turiseficiencia. Sin ese salto, la producti- mo y gestión de destinos. Otra es el — Exacto: no es cambiar de sector



diagnóstico, hace falta poner en marcha el nuevo ascensor»

diseño y testeo de equipaje y solu-

ciones de handling y nuestros aero-

puertos son un laboratorio para ello.

También están los sistemas de lo-

gística y gestión de flujos para re-

ducir congestión. La cuarta son tec-

nologías de ahorro de agua y ener-

gía para hoteles, con certificación y

licencias. Por último están las pla-

taformas de datos para planifica-

ción y tarificación inteligente. Todo

ello permite monetizar conoci-

miento local más allá del servicio in

— Por lo que acaba de decir, no ha-

ría falta un salto económico radi-